

การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ปริญญาานิพนธ์

ของ

ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ของ

ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

วันที่..... เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2550)

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

..... ประธาน

(อาจารย์ ดร.พรรณี บุญประกอบ)

(รองศาสตราจารย์สุภาพร สุขสีเหลือง)

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล)

(อาจารย์ ดร.พรรณี บุญประกอบ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญาโทฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความเมตตากรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร.พรณี บุญประกอบ ประธานกรรมการควบคุมปริญญาโท และ รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล กรรมการควบคุมปริญญาโท ที่ได้ทุ่มเท เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ยิ่งในการศึกษา วิจัยทุกขั้นตอน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุภาพร สุขสีเหลือง ประธานคณะกรรมการสอบปากเปล่า และ อาจารย์ ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร กรรมการสอบปากเปล่า ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ ที่เป็นประโยชน์แก่ปริญญาโทฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิ์ชัย อ่อนมิ่ง ที่กรุณาเป็นกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติมในการสอบเค้าโครง ปริญญาโท และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.มนัส บุญประกอบ อาจารย์ประพาพ เพื่องฟูสกุล ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม รวมทั้งขอกราบ ขอบพระคุณในความกรุณาจากอาจารย์ ดร.โคมยง โต้ะทอง อาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง คุณก่อเกียรติ ฉัตรศิริวรกุล คุณวรุณกาญจน์ ธิติธรรมภรณ์ และคุณสุสิวรรณ ดีที่สุด ที่กรุณา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาตัดสินชีวิตที่ควรนำมากำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำ

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการ ท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และประสบการณ์ที่ดี แก่ผู้วิจัย และผู้วิจัยขอกราบขอบคุณ คุณนพดล มาเสริมสิน คุณสมบูรณ์ บุญประกอบ พี่ ๆ ชาว ตลาดน้ำทุกท่าน รวมถึงขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามอันเป็น ประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยชิ้นนี้

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ ที่คอยให้กำลังใจเป็นอย่างดี เสมอมา และขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือกันเป็นอย่างดีตลอด ระยะเวลาการศึกษาจนถึงปัจจุบัน

ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความเป็นมาของตลาดน้ำ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม.....	28
การวางแผนกลยุทธ์.....	31
มาตรฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	36
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	56
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	61
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	67
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	68
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	74

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
การนำเสนอผลการวิเคราะห์.....	77
ตอนที่ 1 บริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน	77
ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	93
ตอนที่ 3 การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	100
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันกับตลาดน้ำ มาตรฐาน.....	105
การวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดน้ำ- ตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน.....	119
ตอนที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน.....	127
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดน้ำตลิ่ง ชัน.....	135
แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ.....	137
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	143
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	143
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	143
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	144
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	145
สรุปผลการวิจัย.....	145
บริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	145
การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	147
การศึกษาผลการเปรียบเทียบสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชันกับ มาตรฐานตลาดตลิ่งชันที่ควรจะเป็น.....	149
การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน.....	150
การอภิปรายผล.....	154
ข้อเสนอแนะ.....	154

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	164
ภาคผนวก.....	170
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพของแบบสอบถาม.....	171
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม ชุดที่ 1 สำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความคิดเห็นและ ค่าความสำคัญในการกำหนดเป็นดัชนีชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ.....	172
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม ชุดที่ 2 : การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	176
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม ชุดที่ 3 : การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน.....	183
ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ ที่มีต่อความคาดหวังในมาตรฐานตลาดน้ำ และสถานะที่เป็นอยู่ ของตลาดน้ำตลิ่งชันปัจจุบัน แยกตามกลุ่มประเภท กลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม...	187
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	198

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตัวดัชนีรวม และตัวดัชนีเฉพาะ ของทรัพยากรในระบบที่สามารถบ่งชี้ปริมาณและทิศทางการเปลี่ยนแปลง.....	29
2 องค์ประกอบของมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว.....	50
3 ประเภทกลุ่มตัวอย่าง จำนวนประชากร และจำนวนตัวอย่าง.....	69
4 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	94
5 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ประชาชน และ ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	96
6 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม การสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	98
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการประเมิน ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ.....	100
8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	106
9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว.....	108
10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม.....	111
11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม.....	114
12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านเศรษฐกิจ.....	117
13 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	120

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว.....	120
15 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม.....	121
16 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม.....	122
17 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านเศรษฐกิจ..	122
18 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	123
19 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว.....	123
20 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม.....	125
21 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม.....	125
22 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ด้านเศรษฐกิจ.....	126
23 จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ปัญหา ของตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	127
24 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	130
25 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว.....	131
26 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม.....	131
27 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม....	132
28 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านเศรษฐกิจ.....	132
29 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	133
30 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว.....	133

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม.....	134
32 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม.....	134
33 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านเศรษฐกิจ.....	135
34 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	136
35 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการประเมินระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ต่อระดับความคาดหวังของมาตรฐานตลาดน้ำ.....	172
36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการประเมินระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ที่มีความคิดเห็นต่อสถานะตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน.....	176

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	27
3 สวนกล้วยไม้ พื้นที่เขตตลิ่งชัน.....	80
4 บริเวณสวนสาธารณะตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	82
5 แผนที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	83
6 บรรยากาศบริเวณริมน้ำตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	84
7 การแสดงดนตรีไทยของนักเรียนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน.....	85
8 พิธีบวงสรวงในวโรกาส 5 ธันวาคมหาราช เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ.2548.....	85
9 พิธีทำบุญตักบาตรในวโรกาส 12 สิงหาคมหาราชินี เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม พ.ศ.2549.....	86
10 บรรยากาศการนั่งเรือทัวร์คลองของตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	87
11 ขนมและสินค้าพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	88
12 ผัก และผลไม้ต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	88
13 ดอกไม้และพันธุ์ไม้ต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	89
14 ผลิตภัณฑ์จากลูกตีนเป็ดน้ำ ของที่ระลึกจากตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	90
15 ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน.....	91
16 บริเวณโป๊ะท่าเรือใช้ขึ้นลงเรือโดยสาร.....	91
17 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	107
18 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว.....	110
19 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม.....	113
20 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม.....	116
21 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ด้านเศรษฐกิจ.....	118

การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน

บทคัดย่อ

ของ

ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2550

ศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์. (2550). การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน. ปรินทิพนิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการผู้ควบคุม: อาจารย์ ดร.พรรณี บุญประกอบ, รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน 2) สร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เปรียบเทียบสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำ และ 4) กำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสอบถามความคิดเห็นต่อดัชนีชี้วัดที่ควรกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำ สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ และแบบสอบถามความคิดเห็นเรื่อง การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยว สถิติที่ใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test

ผลการศึกษวิจัยสรุปได้ว่ามาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ

การเปรียบเทียบสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับตลาดน้ำมาตรฐาน มีความแตกต่างกันในทุกด้าน และทุกดัชนีของมาตรฐานตลาดน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลยุทธ์ที่ใช้พัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน พัฒนาตามมาตรฐานตลาดน้ำ 5 ด้าน ดังนี้ 1) พัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว 2) พัฒนาด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว 3) พัฒนาด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม 4) พัฒนาด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และ 5) พัฒนาด้านเศรษฐกิจ

SETTING UP STANDARD OF FLOATING MARKET FOR ECOTOURISM:
CASE STUDY OF TALING CHAN FLOATING MARKET

AN ABSTRACT
BY
SIRIKARN KITTICHAYANON

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Science degree
In Ecotourism Planning and Management
At Srinakharinwirot University
May 2007

SIRIKARN KITTICHAYANON. (2007). **Setting up Standard of Floating Market for Ecotourism: A Case study of Taling Chan Floating Market.** Master thesis, M.Sc. (Ecotourism Planning and Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr.Panee Boonprakob , Assoc. Prof. Dr.Tumrong Udompijitkul.

The research aimed 1) to study the context of Taling Chan Floating Market, 2) to study the setting up Floating Market Standard for ecotourism, 3) to compare between Floating Market Standard for ecotourism and Taling Chan Floating Market at present and finally, 4) to propose a strategic plan for enabling Taling Chan Floating Market to meet the standard. Data were collected by using resources audit, questionnaires, and opinion survey. The samples consisted of local people, tourists, merchandisers, community leaders and government officers. Data were analyzed by content analysis, percentage, mean, SD and t-test.

The findings were as follows:

Floating Market Standard for ecotourism consists of five parts - Physical attraction Hospitality and attraction management Sociality and culture Environmental quality and Economy. The comparison Floating Market Standard with Taling Chan Floating Market standard were statistically different in every part.

Strategies for Floating Market standard development had 5 parts as the followings: 1) to develop physical attraction, 2) to develop hospitality and attraction management, 3) to develop social and culture, 4) to develop environmental quality, and 5) to develop economy.

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้และก่อให้เกิดการสร้างงานให้แก่ประชาชนในธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อันจะพิจารณาได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 81,340 คน ในปี พ.ศ.2503 เป็นจำนวน 10 ล้านคน ในปี พ.ศ.2546 และสร้างรายได้เพิ่มจาก 196 ล้านบาท เป็น 309,300 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547: 3) ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงถือเป็นส่วนสำคัญที่สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศไทย

แต่จากการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่องและรวดเร็วนี้ ได้สร้างปัญหาให้กับสภาพแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อและก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สถานที่ท่องเที่ยวทั้งประเภทที่เป็นธรรมชาติ และประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นหลายแห่งกำลังประสบปัญหาในหลายด้านการนำกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานต่าง ๆ มาปฏิบัติใช้ ถือเป็น การป้องกัน และแก้ไขปัญหาการเสื่อมโทรม ปกป้องการรุกรานทำลายทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวได้วิธีหนึ่ง ดังนั้นการสร้างมาตรฐานในการจัดการและดูแลทรัพยากร จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรศึกษา และเป็นสิ่งที่สามารถนำมาปฏิบัติใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรได้ และตลาดน้ำ ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะตลาดน้ำของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมความเป็นมาและวิถีชีวิตของคนในสมัยก่อน ซึ่งในอดีตตลาดน้ำเคยเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรและสินค้าต่าง ๆ ในราคาเป็นกันเอง โดยชาวบ้านบรรทุกสินค้าลงเรือมาขาย ปัจจุบันการใช้ตลาดน้ำเป็นที่จับจ่ายซื้อของมีเหลือน้อยจนแทบจะเลือนหายไป การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้ตลาดน้ำยังคงอยู่และยังคงไว้ถึงวิถีชีวิตริมน้ำของผู้คน เพราะ "ตลาดน้ำ" มีความสำคัญควบคู่กับชีวิตคนไทยมาช้านาน แม้ปัจจุบันตลาดน้ำมิได้มีความสำคัญเพื่อซื้อขายสินค้าของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ เหมือนในอดีต แต่ก็ยังมีการดำเนินชีวิตบางส่วนที่คงเดิมหลงเหลือไว้กิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดน้ำ ก็ยังได้รับความนิยมและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ถือเป็นปัจจัยในการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จากที่ตลาดน้ำได้รับความสนใจ จนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สภาพเดิมของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาและนำตลาดน้ำมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยขาดการดูแลและการบริหารจัดการที่ดี ขาดมาตรฐานทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมา เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม และผลกระทบทางวัฒนธรรม (มณีวรรณ ผิวนี้่ม. 2545: 15) อันจะก่อให้เกิดปัญหา และส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงจนการท่องเที่ยวตลาดน้ำนั้นจะไม่ได้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอีกต่อไป จึงจำเป็นต้องสร้างมาตรฐานเพื่อใช้เป็นดัชนีหรือตัวชี้วัดในการรักษามาตรฐานและคุณภาพของตลาดน้ำ

เนื่องจากตลาดน้ำยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน ดังนั้นการสร้างมาตรฐานตลาดน้ำขึ้น เพื่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความเหมาะสม และดำรงซึ่งวิถีชีวิตอย่างสมสมัย โดยนำศักยภาพที่มีอยู่ของพื้นที่ออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีความเชื่อมโยงกับความเป็นสากลอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับผู้อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ เพื่อให้ตลาดน้ำนั้นยังคงหลงเหลือวิถีชีวิต และดำเนินกิจกรรมไปควบคู่กับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นสังคมไทยมิให้เลือนหายไป เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชม มามีส่วนร่วมรับรู้ และสัมผัสเรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำ

ตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นตัวอย่างหนึ่งที่บ่งบอกถึงการดำเนินชีวิตของคนไทยที่ผูกพันกับวิถีชีวิตริมน้ำ เป็นแหล่งศึกษาอารยธรรมและความเป็นอยู่ของคนไทยได้เป็นอย่างดี อีกทั้งตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดน้ำแห่งเดียวที่มีอยู่ในกรุงเทพฯ เดินทางสะดวกและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงสมควรที่จะได้ศึกษาเพื่อสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นแนวทางหนึ่งของการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำแหล่งอื่น ๆ ที่มีการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ อันจะเป็นประโยชน์ในการนำไปสู่การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับชุมชนมากที่สุด ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและเป็นการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลองและชุมชนริมน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. สร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. เปรียบเทียบสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำ
4. กำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ความสำคัญของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งเมื่อสำเร็จแล้วจะก่อให้เกิดความสำคัญ มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังต่อไปนี้

1. ได้มาตรฐานตลาดน้ำ เพื่อดำเนินการและพัฒนาไปในเชิงนิเวศ
2. มาตรฐานที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางให้ตลาดน้ำอื่น ๆ นำไปปรับประยุกต์ใช้
3. ได้ทราบถึงผลการเปรียบเทียบสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับตลาดน้ำมาตรฐาน
4. ได้กลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนในท้องถิ่น/ผู้ประกอบการ/ผู้นำชุมชนเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น/ผู้ประกอบการ/ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน จากจำนวนประชากร 1,598 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามหลักการคำนวณตามสูตรสมการของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ์ 2546: 114)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำ
2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นิยามศัพท์เฉพาะ

เนื่องจากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีคำศัพท์ หรือตัวแปรที่เป็นนามธรรมหลายศัพท์ จึงนำมานิยาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ดังต่อไปนี้

1. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อพักผ่อน ซื้อสินค้า ทานอาหาร เที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ และล่องเรือ
2. **การท่องเที่ยว/การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ในรูปแบบของการเที่ยวชมวิถีชีวิต การพักผ่อน การจับจ่ายซื้อสินค้าและอาหาร การรับบริการนวดฝ่าเท้า การชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย การล่องเรือเพื่อชมความงามตาม

ธรรมชาติและวิถีชีวิตของริมน้ำ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เทียวชมแหล่งวัฒนธรรม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยชุมชนได้รับประโยชน์และมีส่วนสำคัญในการดำเนินการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3. **ตลาดน้ำ** หมายถึง บริเวณที่มีการซื้อขายสินค้าโดยอาศัยแม่น้ำลำคลองเป็นสถานที่ และอาศัยเรือเป็นพาหนะ และบริเวณชุมชนที่มีการดำเนินชีวิตโดยอาศัยแม่น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ ในที่นี้หมายถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน

4. **การพัฒนาที่ยั่งยืน** หมายถึง การพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน ซึ่งสามารถสืบทอดต่อเนื่องในอนาคต โดยไม่กระทบต่อโอกาสในการพัฒนาของคนรุ่นหลัง โดยเน้น การลดช่องว่างทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ การพัฒนาที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรมนุษย์ ให้สามารถพึ่งตนเองได้

5. **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน** หมายถึง การพัฒนาที่คำนึงถึงขีดจำกัดความสามารถของคุณภาพสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ใช้ประโยชน์ในการพัฒนาควบคู่กับการควบคุม ป้องกัน และติดตามผลกระทบจากการพัฒนา

6. **การวางแผนกลยุทธ์** หมายถึง การกำหนดแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

7. **ชุมชน** หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตตลิ่งชัน บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

8. **สภาวะของตลาดน้ำที่เป็นอยู่** สภาวะปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชัน ในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและด้านเศรษฐกิจ

9. **สภาวะที่ควรจะเป็น** หมายถึง สภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมตามมาตรฐานตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านลักษณะการจัดการและการบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ

10. **บริบทตลาดน้ำตลิ่งชัน** หมายถึง สภาวะแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจของชุมชน และวิถีชีวิตความเป็นอยู่

11. **มาตรฐาน** หมายถึง ข้อกำหนดหรือสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติที่เกี่ยวเนื่องกับปัญหาสำคัญที่มีอยู่หรือที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ใช้กันทั่วไป โดยมุ่งให้บรรลุถึงความสำเร็จสูงสุดตามข้อกำหนดที่วางไว้

12. **มาตรฐานตลาดน้ำ** หมายถึง ข้อกำหนดที่ต้องการในการดำเนินการบริหารจัดการต่าง ๆ และมีความเหมาะสม ในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านลักษณะ

การจัดการและการบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านการรักษาคุณภาพ สิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1.) มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติและสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำ เรือโดยสาร และเรือขายอาหารมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ความมั่นคง แข็งแรง ความปลอดภัยของสภาพตลิ่ง และมีความสะดวกในการเดินทาง

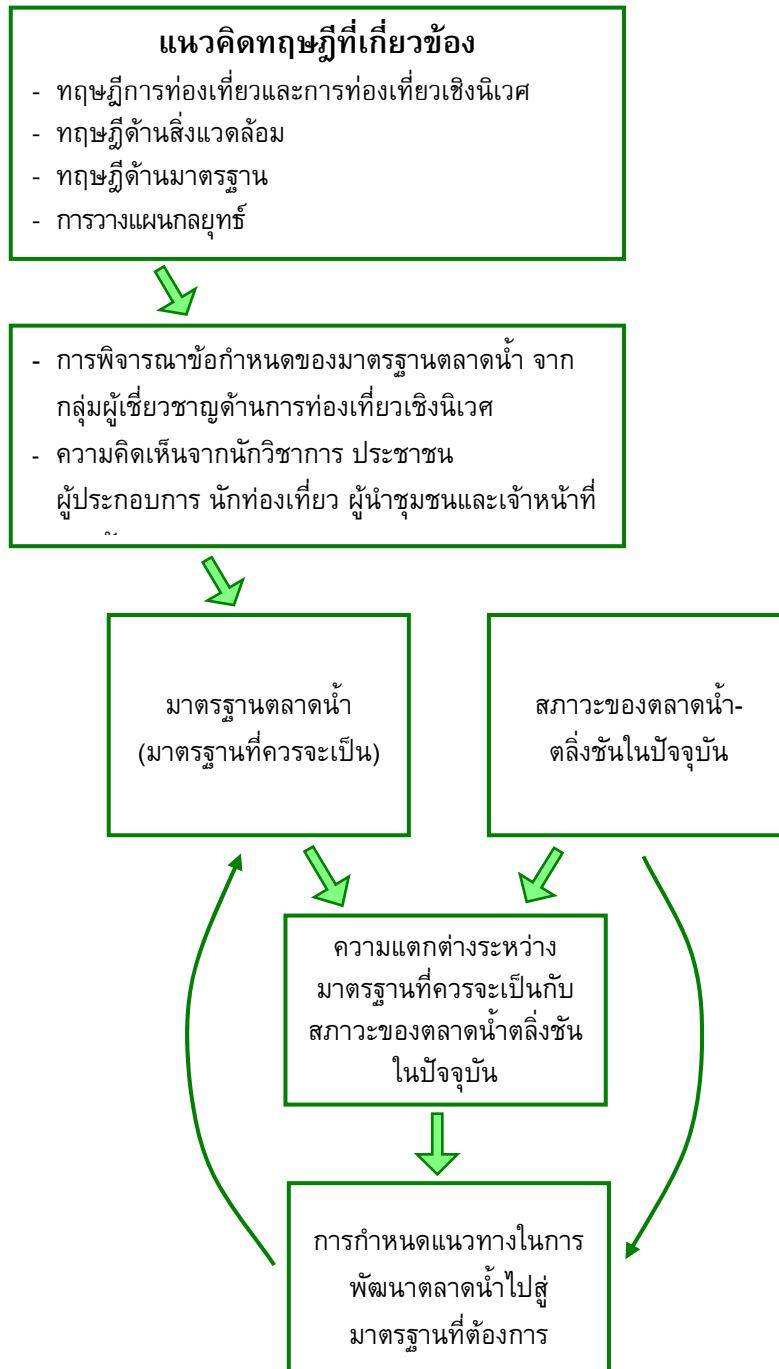
2.) มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น มีการติดตั้งป้าย สัญญาณเตือนภัย และอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอ มีเจ้าหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่ชัดเจนและเที่ยงตรง มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำและการท่องเที่ยวทางเรือ

3.) มาตรฐานตลาดน้ำด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม หมายถึง ข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การแต่งกาย สินค้าประจำท้องถิ่น ความกลมกลืนของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สถาปัตยกรรมบ้านเรือน เรือ ศาลาริมน้ำ มีความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม มีความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้ มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถช่วยฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่ และบรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้อ่อนระลึกลงอดีตได้

4.) มาตรฐานตลาดน้ำด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม หมายถึง ข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่ มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีอากาศบริสุทธิ์ มีมาตรการในการกำจัดขยะที่ถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ มีถังขยะที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมจัดไว้อย่างเพียงพอ และป้ายเตือนให้ทิ้งขยะให้ถูกที่ มี

5.) มาตรฐานตลาดน้ำด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น มีการส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อการจัดการโดยประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม ติดยาธาราคาสินค้าไว้ให้นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจนอาหาร และสินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. มาตรฐานตลาดน้ำที่สร้างขึ้นมาเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในระดับมากขึ้นไป
2. มีความแตกต่างระหว่างมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น กับมาตรฐานตลาดน้ำที่เป็นอยู่

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้เสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของตลาดน้ำ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
4. การวางแผนกลยุทธ์
5. มาตรฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
6. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาของตลาดน้ำ

ราตรี โตพงษ์พัฒน์ (2543: 3) ได้ให้ความหมายของ ตลาดน้ำ หมายถึง ที่เรียกแหล่งค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากันในห้องน้ำโดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ แต่เดิมนอกจากจะเรียกนัดแล้วยังมีชื่อเรียกกันว่าตลาดเรือ หรือตลาดห้องน้ำ และในที่สุดก็กลายเป็นตลาดน้ำ ดังที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน และตลาดน้ำมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในอดีตของคนไทย เนื่องจากสมัยก่อนการคมนาคมติดต่อกันนั้น ลำน้ำคือเส้นทางสัญจรที่สำคัญเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณที่ราบลุ่ม ที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเหมือนแอ่งน้ำ ตลาดน้ำ จึงเป็นตัวอย่างหนึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทยที่ดำเนินชีวิต และหาเลี้ยงชีพด้วยการเป็นเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ บ้านเมืองของเราไม่มีอาชีพใดจะเหมาะสมเท่ากับการทำเกษตรกรรม ทั้งนี้เพราะความสมบูรณ์ของดินและความอุดมของน้ำดังกล่าว และเมื่อเกษตรกรได้ผลผลิตออกมาแล้วก็นำผลผลิตเหล่านั้นมาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวก เหมาะสมต่อการติดต่อเดินทาง นั่นก็คือตามสายน้ำนั่นเอง ซึ่งแต่เดิมผู้คนอาศัยอยู่กันอย่างง่าย ๆ รูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละชุมชนเป็นลักษณะของการพึ่งตนเอง ต่อมาเมื่อบ้านเมืองพัฒนามากขึ้น การดำรงชีวิตของมนุษย์ก็เปลี่ยนไป มีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกัน ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน จากแหล่งชุมชนหนึ่งกับอีกแหล่งชุมชนหนึ่ง ทำให้เกิดสถานที่ที่ถือเป็นแหล่งซื้อขายของชุมชนขึ้นกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่เราเรียกว่าตลาด ชุมชนใดที่ใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อไปมาหาสู่ตลาดอันเป็นแหล่งสำคัญในการแลกเปลี่ยนค้าขายก็จะเรียกกันว่า ตลาดบก แต่ถ้าชุมชนนั้นใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางสัญจรส่วนใหญ่จะเรียกตลาดที่เกิดขึ้นว่า ตลาดน้ำ (ตลาดน้ำ : ย่านชุมชนริมน้ำในสังคมเมืองสยาม. 2542: 6) ดังนั้นจึงอาจ

กล่าวได้ว่า ลักษณะของตลาดจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนเป็นอย่างมาก อีกทั้งเป็นการแสดงวัฒนธรรมความเป็นอยู่อีกรูปแบบหนึ่งด้วย

ดังนั้น ตลาดจึงเป็นสถานที่สำคัญในชุมชนที่เป็นสังคมเมือง โดยทั่วไปแล้วตลาดจะประกอบด้วยร้านรวงและบ้านช่องที่อยู่อาศัย ค้าขายสิ่งของต่าง ๆ เพื่อการอุปโภคในชีวิตประจำวัน ตลาดที่ใกล้ชิดกับคนมากที่สุดน่าจะเป็นตลาดนัด ซึ่งเปลี่ยนวัน เวลา สถานที่ ในการติดตลาดไปเรื่อย ๆ ตามนัด พ่อค้าแม่ขายจากหลายถิ่นมีโอกาสนำสินค้ามากมายไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน (ตลาดน้ำ : ย่านชุมชนริมน้ำในสังคมเมืองสยาม. 2542: 5-9)

ในปัจจุบันตลาดน้ำได้มีการเพิ่มหน้าที่การใช้ประโยชน์จากการเป็นสถานที่ซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า มาเป็นหน้าที่หลักคือตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถช่วยให้ตลาดน้ำยังคงมีอยู่จนถึงปัจจุบัน และมีการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อผสมผสานร่วมกับตลาดน้ำให้ดำเนินไปอย่างมีชีวิตชีวา เช่น การขายสินค้าพื้นบ้าน และอาหารบนเรือ หรือแพริมน้ำ การล่องเรือเพื่อนำชมสถานที่สำคัญ ๆ และวิถีชีวิตริมน้ำ การแสดงดนตรีไทย รำไทย เป็นต้น ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำที่มีอยู่ในประเทศไทย อาทิเช่น

1.) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ปัจจุบันตลาดน้ำดำเนินสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดราชบุรี แต่ในอดีตตลาดน้ำแห่งนี้ คือ วิถีชีวิตของเกษตรกรโดยแท้ เมื่อประมาณช่วงปี พ.ศ. 2510 ได้มีบริษัทนำเที่ยวบางราย ทำการบุกเบิกพานักท่องเที่ยวมายังตลาดน้ำดำเนินสะดวก จากนั้นองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ให้การส่งเสริมและสนับสนุน ด้วยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และในช่วงกลางทศวรรษชื่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็มีชื่อเสียงไปทั่วโลก แทนตลาดน้ำวัดไทรที่เคยมีชื่อเสียงโด่งดังมากในช่วง พ.ศ. 2503-2513 และในช่วงปี พ.ศ. 2520 บริษัทนำเที่ยวต่างพานักท่องเที่ยวมุ่งมาชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกในคลองลัดราชบุรีกันมากกว่าแต่ก่อน การค้าขายเริ่มตั้งแต่ 07.00 น. ถึง 11.00 น. ทุกวัน แต่ละวันมีเรือพ่อค้า แม่ค้ามาขายกันเนืองแน่น สภาพวิถีชีวิตแบบเดิมแปรเปลี่ยนไป ร้านค้าริมคลองจากเดิมเป็นอาคารชั้นเดียวก็เปลี่ยนเป็นสองชั้น ร้านรวงต่าง ๆ นำสินค้าพื้นเมืองจากทั่วทุกภาคมาจำหน่ายโดยมุ่งขายนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นสำคัญ บางร้านมีการให้รางวัลแก่เจ้าของเรือและมัคคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวมาขึ้นที่ร้านตน ในยุคนี้จะเห็นเด็กถูกว่าจ้างให้ขายของที่ระลึกกับฝรั่งมากยิ่งขึ้น การแข่งขันในเชิงการค้าอยู่ในระดับสูงมาก ผลประโยชน์เป็นเรื่องใหญ่ กลบกลืนความมีน้ำใจโอบอ้อมอารีที่เป็นอุปนิสัยของคนไทยไป บางครั้งนักท่องเที่ยวต้องเสียเวลา เสียอารมณ์ กับความจู้จี้จ้านรู้มกันให้เช่าเรือ หรือซื้อของที่ระลึก ผลก็คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่คลองลัดราชบุรี เสื่อมความนิยมลงอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ.2525 และหมดสภาพไปในปี พ.ศ. 2527 ในขณะที่คลองต้นเข้มีอีกแยกหนึ่งของคลองดำเนินสะดวก ที่อยู่เยื้อง ๆ กัน มีพ่อค้าแม่ค้าไปขายของกันมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะทำเลที่ตั้งดีกว่า กล่าวคือมีเส้นทางสัญจรที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำ (ราตรี โตเฟ่งพัฒนา. 2543: 171-174)

2.) **ตลาดน้ำท่าคา** อยู่บริเวณคลองพันลา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำแห่งนี้ที่ถูกจะต้องเรียกว่านัด เพราะมีได้ขายเป็นประจำทุกวัน แต่จะนัดมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันในวันขึ้น-แรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ ตลาดน้ำท่าคาแต่เดิมมาเป็นตลาดน้ำใหญ่ และจัดกันที่ท่าบท่าคาเรียกกันว่านัดท่าคา จากท่าบท่าคา ภายหลังได้ย้ายแหล่งนัดมาอยู่ในคลองพันลา ชาวบ้านจึงเรียกกันว่า นัดพันลา ปัจจุบันมีสภาพเป็นตลาดน้ำขนาดเล็ก เพราะสภาพพื้นที่มีถนนเข้าถึงแล้วต่างจากสมัยก่อน ที่ต้องอาศัยเส้นทางน้ำเป็นเส้นทางคมนาคมสำคัญ อย่างไรก็ตาม ตลาดน้ำท่าคาก็จัดว่าเป็นตลาดน้ำที่มีสภาพคล้ายคลึงกับในอดีตเพราะเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้คนในท้องถิ่น ที่ถือปฏิบัติกันมาช้านาน ต่อมาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลได้ร่วมมือกันปรับปรุงตลาดนัดท่าคาให้เป็นตลาดน้ำที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว อาทิ ปรับพื้นที่ถนนให้ไปถึงแหล่งขายของ สร้างทางเดินริมน้ำให้นักท่องเที่ยวได้เดินชม และซื้อหาของกินของฝาก มีเรือบริการนำชมสวนมะพร้าว และการทำน้ำตาล เป็นการหารายได้เข้าท้องถิ่นอีกอย่างหนึ่ง และจัดให้มีการติดตลาดในวันเสาร์-อาทิตย์เพิ่มขึ้นมาอีก ตั้งแต่วันอาทิตย์ที่ 16 สิงหาคม พ.ศ.2541 เป็นต้นมา (ราตรี โตเฟงพัฒนา. 2543: 202-205)

3.) **ตลาดน้ำวัดลำพญา** ตลาดน้ำวัดลำพญา เป็นตลาดน้ำในแม่น้ำนครชัยศรี อยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำแห่งนี้เปิดเมื่อวันอาทิตย์ที่ 5 กันยายน พ.ศ.2542 ผู้ริเริ่มคือ พระมหาสมศักดิ์ โทสณฺญ เจ้าอาวาสวัดลำพญา ซึ่งสังเกตเห็นว่าชาวบ้านในย่านนี้ส่วนใหญ่มีเรือเป็นพาหนะกันแทบทุกบ้านและมีอาชีพเป็นเกษตรกร มีสวนปลูกผัก ผลไม้ อีกทั้งมีฝีมือในการปรุงอาหาร องค์ประกอบดังกล่าวน่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ในอันที่จะสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นได้ไม่มากนักน้อย ท่านจึงนำความคิดนี้ไปปรึกษากับนายณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์ อดีตกำนันตำบลลำพญา ซึ่งก็มีความคิดตรงกันที่จะส่งเสริมให้ผู้คนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม โดยการนำเอาผลิตผลของตนมาขาย ทั้งพืชผัก ผลไม้ และอาหารคาว-หวาน โดยใส่เรือมาจอดอยู่ที่ทำน้ำหรือที่ข้างแพที่สร้างไว้บริการพ่อค้าแม่ค้าที่มีได้มีเรือมาขาย การที่ต้องจอดเทียบท่าไว้เพราะกระแสน้ำในแม่น้ำไหลแรง หากปล่อยให้พายเรือขายอาจเกิดอันตรายได้ ตลาดน้ำวัดลำพญา จัดเป็นตลาดน้ำชนิดกึ่งรองรับธุรกิจท่องเที่ยว หลังจากเปิดในวันอาทิตย์เพียง 1 วัน ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวไปกันมากปัจจุบันจึงมีการติดตลาดทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์ รวม 2 วัน เวลาขายตั้งแต่เวลา 07.00 น. เป็นต้นไป นอกจากหาซื้อสินค้าในตลาดน้ำแล้วทางวัดยังนำเรือพานักท่องเที่ยวสัมผัสชีวิตชาวบ้านริมสองฟากฝั่งแม่น้ำนครชัยศรี ที่ยังอาศัยสายน้ำเป็นแหล่งทำมาหาเลี้ยงชีพทั้งการประมงและเกษตรกรรม (ราตรี โตเฟงพัฒนา. 2543: 211-215)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ในปี พ.ศ.2506 และได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ "การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร" พร้อมกับให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า ผู้มาเยือน (Visitors) แทนคำว่า นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้มากมาย มีทั้งที่คล้ายคลึงและแตกต่างกัน ได้แก่ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542: 4) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และมีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ใกล้เคียงกับ ต้อย ชุมสาย และฉวีพันธ์ พรหมโยธี (2527: 42-43) ที่ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางที่มีลักษณะเป็นการชั่วคราว และเป็นไปตามความตั้งใจของผู้เดินทาง อีกทั้งต้องมีค่าใช้จ่ายไปการนั้น นักวิชาการทางภูมิศาสตร์ ได้ให้ความหมายที่แตกต่างออกไป คือ หมายถึงปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่เกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมในเรื่องเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ กัน ที่ไม่ใช่การย้ายถิ่นฐานแบบถาวร (กวี วรรณ และคณะ. 2546: 8-9) และแม็คอินทอช โรเบิร์ต ดับเบิลยู และคณะ (McIntosh, Robert W.; et al. 1995: 16) กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการกระทำ และกิจกรรมของมนุษย์ที่เดินทางจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งอยู่ภายนอกชุมชนของพวกเขา โดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ยกเว้นการเดินทางออกไปทำงานประจำทุกวัน และ พอล (Pond. 1993 : 35) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการ และการอำนวยความสะดวกเพื่อก่อให้เกิดความสบายในการเดินทาง

จากการศึกษาดังกล่าวสรุปได้ว่า "การท่องเที่ยว" หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้มิใช่เพื่อเป็นการย้ายถิ่นฐาน จะเป็นการเดินทางแบบไปเช้ากลับเย็น หรือค้างคืนก็ได้ โดยเป็นการเดินทางโดยสมัครใจ และได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวันที่ดีำเนินอยู่

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้มีนักวิชาการกล่าวไว้ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน และแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

นิคม จารุมณี (2544: 5-7) ได้ให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงิน และเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมาย เป็นการสร้างอาชีพเสริมตัวอย่างกว้างขวางทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงการมีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด และไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless Industry) เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตร หรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ไม่ต้องลงทุนและใช้เทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง รวมไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีส่วนช่วยสันติภาพสัมพันธ์ไมตรี ความเข้าใจอันดีด้วยการเข้าใจซึ่งกันและกันเหมือนประชากรในประเทศเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 30-31) ได้สรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น และสร้างงานสร้างอาชีพเสริมให้ประชาชนจำนวนมาก หลายประเทศถือเป็นนโยบายให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง นอกจากนั้นปรีชา ได้แบ่งความสำคัญในภาพรวมออกเป็น 3 ด้าน คือ 1.ด้านพัฒนา เมื่อเกิดการท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้น ๆ อาทิ ระบบสาธารณสุข ปลอดภัย การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 2.ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว และช่วยกระตุ้นให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบภาษีอากรประเภทต่าง ๆ และ 3.ด้านสังคม การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน มีบทบาทในการสร้างความเจริญแก่สังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ และที่สำคัญยังช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้ การจ้างงาน สร้างอาชีพ การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ฟื้นฟู

ศิลป ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ดังนั้นการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวถือเป็นความสำคัญ และจำเป็นสำหรับการพัฒนาประเทศ

2.1.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

นักวิชาการได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวไว้แตกต่างกัน กล่าวคือ ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 229-300) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ 1.แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (natural attraction) หมายถึง สถานที่ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ล้ำธาร ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำแร่ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ พื้นที่ชุ่มน้ำ ปะการัง ธรรมชาติใต้ทะเล และซากดึกดำบรรพ์ ฯลฯ ที่เปิดให้สาธารณชนเข้าใช้สถานที่เพื่อการท่องเที่ยว โดยสถานที่เหล่านั้นอาจอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนเป็นเจ้าของก็ได้ 2.แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและศิลปวัฒนธรรม (archaeological and cultural attraction) หมายถึงสถานที่โบราณหรือสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน แหล่งโบราณคดี ที่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และรวมถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดตกแต่งหรือรวบรวมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน สถานที่แสดงการดำเนินชีวิต และวิถีชีวิตของคนพื้นบ้าน เป็นต้น โดยสถานที่เหล่านี้ อาจจะเป็นสถานที่ที่ดำเนินการโดยรัฐหรือเอกชนก็ได้ 3.แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (recreational attraction) หมายถึง สถานที่สร้างขึ้นเพื่อจัดให้บริการนันทนาการต่าง ๆ เพื่อให้ความเพลิดเพลิน ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก Theme Park พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น และ 4.แหล่งท่องเที่ยวเมืองหรือชุมชน (towns and communities attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในเมืองหรือชุมชนที่สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช กวี วรกวิน (2546: 10-11) ซึ่งเป็นนักวิชาการทางภูมิศาสตร์ ได้ให้ความหมายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงสิ่งที่มีคุณค่า หรือมีมูลค่าต่อการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจ หรือสร้างความสนใจ ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงออกในรูปของสถานที่ (place) ทั้งที่เป็นสถานที่ทางธรรมชาติ และสถานที่ทางวัฒนธรรม สถานที่ใด ๆ ก็แล้วแต่จะเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวได้ นั้นจะมีลักษณะพิเศษ เช่น งดงาม แปลกตา โดดเด่น แตกต่างหรือเป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น และทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1.ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองหรือปรากฏอยู่ตามธรรมชาติ และ 2.ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากการสร้างสรรค์ขึ้นโดยฝีมือของมนุษย์มีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม นอกจากนี้ อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ (2548: 48) ได้ให้ความหมายประเภทของการท่องเที่ยว หมายถึงประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และสามารถแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (recreational tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา แช่น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส ฯลฯ
2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(intensive tourism)เป็นการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน การสันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด
3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (historical tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่าง ๆ ชมการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล
4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (business tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหรือพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย
5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (culture tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเร่ร่อนบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ ฯลฯ
6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (ethnic tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็น แสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำพ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ
7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (environmental tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ แต่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ซึ่งรวมทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์

2.1.4 มวลเหตุจูงใจ ปัจจัย และสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

มวลเหตุจูงใจ ปัจจัย และสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ได้มีนักวิชาการทางการท่องเที่ยวกล่าวไว้จำนวนมาก ซึ่งมีความสอดคล้องและแตกต่างกันในรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548: 21) ได้กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน และปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยได้แก่ 1.ปัจจัยผลักดัน คือ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ และ 2.ปัจจัยดึงดูด คือ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคา การท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบ

ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่อมวลชน ซึ่งมีความแตกต่างกับ ยุพดี เสตพรรณ (2543: 363-365) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณี และวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน การคมนาคม ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศจะต้องสะดวก ปลอดภัย รวดเร็วทุกทาง มีความทันสมัย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร จัดระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งสู่ที่พัก เป็นต้น และที่พัก มีโรงแรม มีที่พักระดับต่าง ๆ ให้เลือกมีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล รวมถึงร้านอาหาร มีร้านอาหารให้เลือกหลายชนิด ทั้งที่เป็นอาหารสากลและอาหารในท้องถิ่น ถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาอาหารไว้ให้แน่นอน การบริการนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความซาบซึ้งต่อความงามของธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรมของประเทศ มีอภยาศัยไมตรี มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่สำหรับสินค้าของที่ระลึก ควรมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้จ่ายในพื้นที่ การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดึงดูดใจ และมีความแข็งแรง ที่สำคัญอีกข้อที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่างมากคือความปลอดภัย ต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีตำรวจท่องเที่ยว การให้ความปลอดภัยในการจราจร มีสายการบินที่มีประวัติอุบัติเหตุทางการบินน้อยที่สุดมาลง รวมถึงความสงบเรียบร้อยของประเทศ โดยไม่มีการสู้รบกันทางการเมือง การปราบปรามที่รุนแรงในการชุมนุมทางการเมือง จะทำให้นักท่องเที่ยวงดการเดินทางมาเยือน ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของท้องถิ่น เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยอภยาศัยไมตรี การแสดงความเอื้ออารีเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นต้น และการโฆษณาเผยแพร่ เพื่อสนองแหล่งท่องเที่ยวให้ชาวต่างประเทศได้รู้จักและอยากมาเที่ยว ช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

ตุ้ย ชุมสาย (2527: 60-63) ได้กำหนดมูลเหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวไว้ 7 ด้านสรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาที่หยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นเพื่อพบเห็นสิ่งและประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นเพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและตึกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ ๆ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและเมืองอื่น ๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้า ทั้งกายและจิตที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไปและเรียกหาพลังกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจว่าสงบจริง ๆ

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาที่จะเรียนรู้ศิลปวิทยาการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะต้องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อจะศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถาน ที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปนาฏกรรมในหอศิลป์ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ ๆ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหรหรรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปครั้งสำคัญ ๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด ชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬา โอลิมปิกส์ กีฬา เอเชียนเกมส์ ฯลฯ การแข่งขันกีฬาเหล่านี้นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามกันไปชมมากกว่านักกีฬาที่ไปแข่งขันเสียอีก อีกชนิดหนึ่ง ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้น ๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขาและในฤดูกาลอื่น ๆ ที่เหมาะสม ประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวไปเล่นกีฬาเหล่านี้ มีความได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อธุรกิจส่วนใหญ่ จะเจียดและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้ว แต่ในด้านของวิสาหกิจการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวธุรกิจได้นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่า ๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ในสมัยปัจจุบันซึ่งมีองค์การ คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนาดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากและรวดเร็ว ในการจัดระเบียบวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้ส่วนใหญ่ผู้จัดจะต้องมีการจัดนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบสมัยนิยมแห่งการประชุมมีประโยชน์แก่อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างมาก นอกจากจะเพิ่มปริมาณให้แก่การขนส่งแล้ว โรงแรมต่าง ๆ ยังได้ผู้มาพักในฤดูกาลที่โรงแรมพร้อมผู้พักอย่างมากด้วย

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา องค์การ IUOTO ได้จัดจำพวกการท่องเที่ยวไว้เพียง 5 ประเภท แต่ปัจจุบันมีการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งซึ่งอาจไม่อยู่ในประเภทหนึ่งประเภทใดโดยเฉพาะ บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำการวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้สิทธิหยุดพัก sabbatical leave แล้วเดินทางไปสอนมหาวิทยาลัยส่งไปเป็นกลุ่มก้อนให้เรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศมีมากในประเทศฝรั่งเศสและเยอรมัน ในหลายประเทศมีนักศึกษาที่ได้รับทุนแลกเปลี่ยน นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นผู้นำเงินตราต่างประเทศมาให้ประเทศเจ้าบ้านมากกว่าประเภทอื่นใด

วิจัย เทียนน้อย (2528: 3-5) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวไว้ว่ามีสาเหตุมาจาก สาเหตุหลัก ๆ 5 ด้าน ดังนี้ 1.ความเคร่งเครียดในการทำงาน จากการที่เคร่งเครียดในการทำงานตลอดเวลาจะต้องใช้กำลังหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองร่างกายจึงจำเป็นต้องพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพ การหยุดงานในวันหยุดสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียนหรือการหยุดพักร้อนของข้าราชการและคนงานทั่วไปจึงเป็นเรื่องสำคัญ การใช้เวลาว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านี้ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้หรือไกลขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล 2.รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสภาพของสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะนำมาใช้เพื่อการพักผ่อน การที่ฐานะทางเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น จะส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้ให้แก่ตนเอง 3.ความสะดวกทางด้านคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบันการไปมาติดต่อระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวกระทำได้สะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาสที่จะกระทำได้ 4.มีเวลาว่าง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจึงทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้ากระทำได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น และมีเวลาว่างพอที่จะนำไปใช้แสวงหาความสุขทางด้านการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ได้ตามโอกาสและสภาพเศรษฐกิจเอื้ออำนวย และ 5.จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพความแออัด สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเกิดมลพิษสถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองมีจำกัด และสถานที่ท่องเที่ยวตามชนบทได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาย เพื่อสนองต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความต้องการสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมืองซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากมายเป็นที่ตื่นตาตื่นใจของชาวชนบท และชาวเมืองก็ต้องการไปเที่ยวชนบท เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่าการที่จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างถิ่น หรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

2.1.5 ผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นิคม จารุมณี (2544: 244-246) ได้เสนอว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ส่งออกที่มีความสำคัญและคุณค่าต่อประเทศในด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมากเข้าสู่ประเทศ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกชนิดเดียวที่นักท่องเที่ยวต้องเข้ามาชื่นชมและสัมผัสด้วยตนเองไม่สามารถบรรจุหีบห่อเอากลับไปได้ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแม้จะมีข้อดีหลายประการต่อสังคมและประเทศ แต่ก็ยังมีข้อเสียหรือผลกระทบสำคัญ ๆ อันควรพิจารณา ได้แก่ ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจและสังคม การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเน้นฤดูกาล ซึ่งหมายความว่าธุรกิจต่าง ๆ ในท้องถิ่นจะต้องสามารถอยู่รอดในช่วงที่ไม่มีรายได้ หรือไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวได้ หรือการที่สามารถมีรายได้จากธุรกิจตลอดปี ในทำนองเดียวกันลูกจ้างและพนักงานก็อาจมีงานทำแต่เฉพาะในช่วงใดช่วงหนึ่งของปีเท่านั้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยทำให้ค่าที่ดินและทรัพย์สินในท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นผลดีต่อผู้ขายแต่จะเป็นผลร้ายต่อประชาชนผู้ซื้อในท้องถิ่น การท่องเที่ยวทำให้สิ่งของจำเป็นต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเพิ่มราคา วัสดุอุปกรณ์ท้องถิ่นอาจขาดแคลน อันเนื่องมาจากชาวนาหรือเกษตรกรหรือชาวบ้านในชุมชนอาจละหนีอาชีพเดิมที่เคยทำมารับจ้างในธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่ยังไม่พัฒนา รัฐบาลต้องทุ่มเทงบประมาณจำนวนมากลงไปในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งงบประมาณดังกล่าว น่าจะถูกนำไปใช้ในการให้บริการทางสังคมแก่ประชาชน เช่น การศึกษา การสาธารณสุข การคมนาคม เป็นต้น

ผลกระทบทางสังคม เป็นสิ่งที่รัฐบาลต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ รัฐบาลจะต้องตัดสินใจว่ากลยุทธ์ใดทางความเติบโตของเศรษฐกิจที่ต้องการ รวมทั้งผลกระทบทางด้านสังคมอันเกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในความเป็นจริงนั้นผลกระทบทางเศรษฐกิจก็เป็นส่วนหนึ่งของผลกระทบทางสังคมนั่นเอง ในฐานะที่เป็นส่วนของความต่อเนื่องสัมพันธ์กันโดยตรงต่อการสร้างงานใหม่ ๆ ในบริเวณใดบริเวณหนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และยังก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินสดด้วย ดังตัวอย่างเช่น การสร้างระบบการท่องเที่ยวก่อให้เกิดงานใหม่ ๆ สำหรับประชาชนในชุมชนและยังดึงดูดให้ประชาชนจากภายนอกซึ่งกำลังแสวงหางานใหม่เข้ามาสู่ชุมชนด้วย คนจากภายนอกที่เข้ามาในชุมชนนี้จะแข่งขันกับคนจากภายในชุมชนในการหางานทำ แต่ในขณะที่เดียวกันก็จะสร้างความต้องการในด้านการแสวงหาที่พักเพื่อการพักอาศัยเพิ่มขึ้น รวมทั้งบริการอื่น ๆ ที่ชุมชนจะต้องจัดหา ทั้งหมดเหล่านี้กลายเป็นแรงกดดันทางสังคมต่อชุมชนไปในที่สุด ดังนั้น แนวโน้มของอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรจึงเป็นสิ่งที่ต้องตระหนักเมื่อเริ่มทำการพัฒนาเศรษฐกิจโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม จากปัญหาที่เห็นชัดจากการแข่งขันอันแหลมคมในธุรกิจการท่องเที่ยวและผลที่ตามมาคือรัฐบาลและองค์กรอื่น ๆ เริ่มมีความตื่นตัวและตระหนักในผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มพิจารณาว่าการปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นเพื่อที่จะรักษาไว้ชื่นชมต่อไปทั้งเพื่อนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นเอง

เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจนเกินขีดความสามารถทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ก็จะก่อให้เกิดการเสื่อมสลายของทรัพยากรพื้นฐาน เช่น พื้นดินและแหล่งน้ำต่าง ๆ การขาดการควบคุมความเติบโตของระบบเมืองและความเจริญสมัยใหม่ รวมทั้งรูปแบบอื่น ๆ ของระบบอุตสาหกรรมที่เป็นตัวการทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น สภาพการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาที่ขาดการควบคุมความเติบโตของเมืองที่ประสบปัญหาน้ำสะอาด ระบบสาธารณสุขและการกำจัดสิ่งปฏิกูลที่ไม่มีประสิทธิภาพ และปัญหาอื่น ๆ อีกมา เป็นต้นเหตุให้เกิดความเจ็บป่วย โรคระบาด ปัญหาเหล่านี้สามารถที่จะหลีกเลี่ยงได้ถ้ามีการวางแผนควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ก่อน แต่การขาดแคลนงบประมาณและสิ่งจูงใจในการทำงานเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติของประเทศหรือท้องถิ่น

ผลกระทบทางวัฒนธรรม ข้อโต้แย้งพื้นฐานที่เกี่ยวกับผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมอันเกิดจากการท่องเที่ยว ก็คือ ประชาชนในท้องถิ่นไม่ต้องการที่จะเห็นอิทธิพลของนักท่องเที่ยวมาแทรกแซงวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่เมื่อประชาชนในท้องถิ่นนั้นได้กลายมาเป็นนักท่องเที่ยวเสียเอง เขาก็จะรู้สึกว่าเป็นสิทธิของเขาที่จะมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น เพราะว่าพวกเขาได้จ่ายเป็นค่าเดินทางท่องเที่ยวแล้วเพื่อการปรับปรุงตัวเขาเองและวัฒนธรรมอื่น และการวางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างรอบคอบในด้านการตลาดและการจัดการ การดำเนินการดังกล่าวนี้นับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชุมชนที่จะรักษาองค์ประกอบต่าง ๆ ของวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชนนั้นแตกต่างไปจากชุมชนอื่นและยังคงมีความมั่นใจที่จะสร้างระบบป้องกันวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่าไว้ให้เป็นที่ชื่นชมของนักท่องเที่ยวต่อไปเป็นเวลานาน

2.1.6 ระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยว (Global Code of Ethics for Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547?: 21-30)

ระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยว เป็นหลักการพื้นฐานที่มีจุดหมายเพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการพัฒนาและดำเนินการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบได้แก่รัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบุคลากร รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั้งภายในและระหว่างประเทศ ระเบียบนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องที่อยู่ในความสนใจทั่วโลก เช่น การค้าที่ยุติธรรม ความปลอดภัยและความมั่นคง ความก้าวหน้าของสังคมและปัญหามนุษยธรรม และระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยวได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการเป็นเอกฉันท์จากที่ประชุมสมัชชาใหญ่ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) โดยมีมติเรียกร้องให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยึดมั่นต่อหลักการของระเบียบดังกล่าวมี 10 ข้อ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่จะนำมาซึ่งความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกันระหว่างชนชาติและสังคมต่าง ๆ เป็นการทำความเข้าใจและการส่งเสริมค่านิยมทางจริยธรรมทั่วไปของมวลมนุษยชาติโดยยอมรับและเคารพความหลากหลายของความเชื่อทางด้านศาสนา

ปรัชญาและศีลธรรม โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรจะดำเนินไปไม่ขัดต่อลักษณะ และ ขนบธรรมเนียมใด ๆ ของภูมิภาคและประเทศที่เป็นเจ้าบ้าน เคารพต่อกฎหมาย หลักปฏิบัติต่าง ๆ ของเจ้าบ้าน สำหรับชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านอีกทั้งผู้ประกอบการอาชีพต่าง ๆ ในท้องถิ่นนั้นควรจะทำ ความคุ้นเคยและให้ความเคารพต่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือน พร้อมทั้งศึกษาเกี่ยวกับวิถีการดำเนิน ชีวิต รสนิยม และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น

2. การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลและ ส่วนรวม กล่าวคือ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่คนโดยมากเห็นว่าเป็นการพักผ่อนและการผ่อนคลาย เป็นกีฬา และเป็นหนทางที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ควรมีการวางแผนล่วงหน้าและดำเนิน ไปให้เป็นวิถีทางพิเศษที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของทั้งปัจเจกบุคคลและของส่วนรวม กิจกรรมการ ท่องเที่ยวควรเคารพต่อความเสมอภาคของชายและหญิง กิจกรรมการท่องเที่ยวควรช่วยส่งเสริม สิทธิมนุษยชน และยิ่งกว่านั้นควรส่งเสริมสิทธิส่วนบุคคลของกลุ่มคนที่มีความอ่อนแอมากที่สุด ซึ่ง ได้แก่ เด็ก คนชรา คนพิการ ชนกลุ่มน้อย และชนพื้นเมือง การเอาใจใส่เปรียบมนุษย์ไม่ว่าใน รูปแบบใด ๆ โดยเฉพาะเรื่องเพศและโดยเฉพาะเมื่อเกิดขึ้นกับเด็ก เป็นการขัดแย้งต่ออุดมมุ่งหมาย พื้นฐานของการท่องเที่ยว และไม่ถือเป็นการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้มีส่วนได้เสียใน การพัฒนาการท่องเที่ยวทุก ๆ ฝ่ายควรจะร่วมกันปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อที่จะ ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจที่มั่นคง ต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งเหมาะสมกับความ ต้องการและความมุ่งหวังของชนรุ่นต่าง ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งรูปแบบการพัฒนาการ ท่องเที่ยวต้องมีส่วนช่วยในการประหยัดทรัพยากรที่มีค่าและหาได้ยาก โดยเฉพาะน้ำและพลังงาน และช่วยในการป้องกันการเกิดขยะของเสียได้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ ควรได้รับความสำคัญมาเป็น อันดับต้น การจัดเวลาการท่องเที่ยวให้เหลื่อมกัน และบริหารพื้นที่ที่มีการล้นไหลของนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน เพื่อลดผลกระทบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และควรออกแบบ โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการปกป้องรักษามรดกทางธรรมชาติซึ่งประกอบไป ด้วยระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ และเอื้อต่อการรักษาคุ้มครองสัตว์และพืชต่าง ๆ ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ และที่สำคัญการท่องเที่ยวต้องเคารพต่อมรดกทางธรรมชาติและประชาชนใน ท้องถิ่นและคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่นั้น ๆ

4. การท่องเที่ยวเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ และเป็นผู้ช่วยเพิ่มพูนคุณค่าของมรดกดังกล่าว นั่นคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นมรดกร่วมกัน ของมวลมนุษยชาติ ชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวมีสิทธิและภาระหน้าที่บางประการ ต่อเขตพื้นที่นั้น ๆ ในการวางนโยบายและกิจกรรมการท่องเที่ยวควรเคารพต่อมรดกทางวัฒนธรรม โบราณคดี และศิลปะ ซึ่งควรได้รับการคุ้มครองรักษาและการสืบทอดต่อไปยังชนรุ่นหลัง ควรจัดให้มี การดูแลรักษาเป็นพิเศษเพื่อที่จะพิทักษ์และบำรุงรักษา ควรสนับสนุนให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าชม ทรัพย์สินและอนุสาวรีย์ทางวัฒนธรรมที่ทางเอกชนเป็นเจ้าของโดยต้องเคารพต่อสิทธิของเจ้าของ สถานที่นั้น ๆ และสนับสนุนให้มีการเข้าชมสถานที่ทางศาสนาโดยปราศจากอคติต่อความจำเป็นใน

การเคารพบูชาตามปกติ รวมถึงการนำเงินรายได้ที่ได้จากการให้เยี่ยมชมสถานที่และอนุสาวรีย์ทางวัฒนธรรมอย่างน้อยบางส่วนมาใช้ในการบำรุงรักษา คຸ້ມครอง พัฒนา และจัดตกแต่งสถานที่มรดกนั้น ๆ อีกทั้งมีการจัดการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อความอยู่รอดและความเฟื่องฟูของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม งานฝีมือ และชนบทประเพณีพื้นบ้านที่มีการสืบทอดกันมาช้านาน

5. การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและชุมชนที่เป็นเจ้าบ้าน กล่าวคือ ประชาชนในท้องถิ่นควรเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวและเข้ามาร่วมรับอย่างเสมอภาค ในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยว รวมถึงการจ้างงาน และนโยบายที่นำมาใช้ควรส่งผลให้ประชาชนในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวมีมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น ควรมุ่งเน้นให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในเชิงเศรษฐกิจและสังคมให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ควรคำนึงถึงแรงงานท้องถิ่นมาเป็นอันดับแรก ควรเอาใจใส่เป็นพิเศษกับปัญหาในเขตพื้นที่ที่เป็นชายทะเล เกาะ เขตเทือกเขา หรือเขตชนบทที่ปราศจากการคุ้มครองที่ซึ่งการท่องเที่ยวให้โอกาสที่หายากในอันที่จะนำไปสู่การพัฒนา เนื่องจากช่องทางในการเลี้ยงอาชีพแบบดั้งเดิมถดถอยลง และควรทำการศึกษาล่วงหน้าถึงผลกระทบของโครงการพัฒนาที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ พร้อมทั้งมีการพูดคุยกับประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับโครงการดังกล่าวที่จะเกิดขึ้น ด้วยวิธีการที่โปร่งใสและยึดตามข้อเท็จจริง

6. ภาระหน้าที่ของผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการท่องเที่ยว นั่นคือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะต้องให้ข้อมูลตามจริงและตรงไปตรงมาแก่นักท่องเที่ยว ควรแสดงความห่วงใย โดยการร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐในเรื่องของความมั่นคงปลอดภัย การป้องกันอุบัติเหตุ อีกทั้งผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการช่วยตอบสนองความต้องการทางด้านวัฒนธรรมและศาสนาของนักท่องเที่ยว สำหรับสื่อควรต้องเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง สมดุล และเชื่อถือได้เกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ

7. สิทธิในการท่องเที่ยว ความสามารถที่จะได้สำรวจและได้รับความเพลิดเพลินจากทรัพยากรต่าง ๆ บนโลกด้วยตนเองเป็นสิทธิที่ผู้อาศัยบนโลกนี้ทุกคนมีอยู่เท่าเทียมกัน การเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ นับเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นได้ดีที่สุดถึงเวลาว่างที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิทธิในการพักผ่อนและผ่อนคลายถือเป็นสิทธิสากลในเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งหมายความว่ารวมไปถึงการจำกัดเวลาทำงานให้เป็นไปอย่างเหมาะสม และการได้มีวันหยุดเป็นช่วง ๆ และควรส่งเสริมและอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวเยาวชน นักเรียน ผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความบกพร่องในด้านต่าง ๆ

8. เสรีภาพในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภายใต้กฎหมายในประเทศและระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนควรได้รับประโยชน์จากเสรีภาพในการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีสิทธิที่จะเดินทางไปแวะชมหรือเข้าพักในสถานที่อื่น มีสิทธิที่จะท่องเที่ยวและเดินทางไปยังสถานที่ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติ นักท่องเที่ยวมีสิทธิที่จะใช้

วิธีการคมนาคมสื่อสารในรูปแบบใด ๆ ที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอก นักท่องเที่ยวควรได้รับประโยชน์จากสิทธิเดียวกับที่ประชาชนในประเทศเจ้าบ้านได้รับ

9. สิทธิของคณงานและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งที่ได้รับเงินเดือนจากนายจ้างหรือที่เป็นนายของตนเอง สิทธิในการฝึกอบรมขั้นต้นที่เหมาะสมและต่อเนื่อง คนกลุ่มนี้ควรได้รับการคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ ความไม่มั่นคงของงานควรจะถูกจำกัดให้มีน้อยที่สุดเท่าที่กระทำได้

10. การปฏิบัติตามหลักการของระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นภาครัฐ และภาคเอกชน ควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามหลักการต่าง ๆ เหล่านี้ และคอยสอดส่องติดตามให้มีการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ควรตระหนักถึงบทบาทของสถาบันองค์กร ต่าง ๆ ระหว่างประเทศ ซึ่งมีองค์การท่องเที่ยวสากลเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุด และคำนึงถึงองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพ ตามหลักการทั่วไปของกฎหมายระหว่างประเทศ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มาจากคำ ภาษาอังกฤษว่า green tourism หรือ ecotourism ซึ่งเป็นคำผสมกันระหว่างคำว่า ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า tourism หรือการท่องเที่ยว (อุดม เขยกิจวงศ์. 2548: 81) เพื่อจะสื่อความหมายว่า การจัดการท่องเที่ยวทุกประเภทต้องเป็นแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คำนี้จึงแพร่หลายไปทั่วสังคมไทย เรียกกันสั้น ๆ ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง อนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ต่อมาในปี พ.ศ.2539 ททท. ได้มีหนังสือขอความร่วมมือให้ราชบัณฑิตยสถาน แปลความหมายคำว่า ecotourism ที่มีรากศัพท์จากความหมายของ ecosystem + tourism กำหนดคำจำกัดความตรงกับภาษาไทยว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2545: 93-94)

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ดังต่อไปนี้ รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545: 95) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของ กุลวรา สุวรรณพิมล (2548: 39) ที่ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพ

สังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ จากความหมายดังกล่าว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นกลุ่มผู้เดินทางที่แสวงหาสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ แสวงหากิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้ประสบการณ์ที่หลากหลายให้มากขึ้น ประสบการณ์จากการได้ไปเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและ/หรือประสบการณ์ที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสังคมที่แตกต่างจากที่ตนอยู่ ได้มีโอกาสที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ และควรมีการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสมบัติทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ไปชม รวมถึง ริชชาร์ดสัน (Richardson. 1993 : 15) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ทางธรรมชาติ ซึ่งมีการสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม รวมถึงวัฒนธรรมที่สำคัญ นอกจากนี้จะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรมแล้ว ยังมีส่วนสนับสนุน และผลักดันให้มีการปกป้องอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้ และชุมชนในพื้นที่นั้นจะได้รับรายได้และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ในการจัดสัมมนาในระดับนานาชาติเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการอนุรักษ์ป่าและการพัฒนาชุมชน” ที่จัดขึ้น ณ จังหวัดเชียงใหม่เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ.2540 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการนิยามความหมายว่าเป็น “การท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจกับพัฒนาการทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ และในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจเพื่อให้ชาวบ้านในท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรงจากการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อม” บอร์นไมเยร์ (Bornemeier et al. 1977: 6)

จากการประเมินแนวความคิดที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความหมายที่หลากหลาย จึงสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษารักษาธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2.2.2 ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวได้เสนอลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน ไว้ดังต่อไปนี้ อุดม เชยกิจวงศ์ และคณะ (2548: 83) ได้ให้ลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสัตว์ป่า เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งให้คนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ และได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้มากที่สุด และเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจหลักอยู่ที่สิ่งแวดล้อมทาง

ธรรมชาติและ/หรือวัฒนธรรมที่ยังคงความดั้งเดิมและบริสุทธิ์ ห่างไกลความเจริญแบบสังคมเมือง รวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว ให้มีความสมดุลกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จะกล่าวต่อไป

2.2.3 หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิลล์ นาซ (อุตม เขยกีวงศ์ และคณะ. 2548: 82 ; อ้างอิงจาก Gail Nash. มปป. ไม่ปรากฏเลขหน้า) นักวิจัยจากสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้นำเสนอหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ 7 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบทางด้านลบที่จะก่อให้เกิดความเสียหายหรือการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อมและวัฒนธรรม
3. รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องนำไปสู่การอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและการจัดการเขตอนุรักษ์
4. ชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งชุมชนที่อยู่ใกล้เคียง จะต้องเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเน้นความสำคัญของการวางแผน และการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการสร้างหลักประกันว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจะต้องอยู่ภายในขอบเขตของศักยภาพในการรองรับ (carrying capacity) ตามธรรมชาติของระบบนิเวศท้องถิ่น
6. รายได้ส่วนใหญ่จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องตกอยู่กับประเทศผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้เอง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเน้นการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของท้องถิ่นเป็นสำคัญ
7. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องให้ความสำคัญกับการใช้จากโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับการพัฒนาขึ้นบนฐานคิด ซึ่งเน้นความสำคัญของการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ลดละการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง อนุรักษ์พันธุ์พืชพื้นบ้าน และจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับธรรมชาติแวดล้อมอย่างแท้จริง

ดรรชนี เอ็มพันธ์ และคณะ (2547: 2) ได้สรุปหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ดังนี้ เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับต่ำ มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน เป็นการสร้างจิตสำนึก และกระบวนการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติ เน้นการคงไว้ซึ่งธรรมชาติ มีการตัดแปลงหรือพัฒนาพื้นที่น้อย และกลมกลืนกับธรรมชาติ

และที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น การกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่น และความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้-ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ แมคอินทอช และ เกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner. 1986: 307-310) เสนอให้ความสำคัญกับอำนาจของชุมชนในการควบคุมจัดการและจัดสรรผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในทำนองเดียวกันงานของ เมอร์ฟี (Murphy. 1985) เน้นการใช้มุมมองเชิงนิเวศในการวางแผนการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับอำนาจของชุมชนในการวางแผนการท่องเที่ยวในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น

แบงค์ (Blank 1986:4). กล่าวถึงความแตกต่างสำคัญระหว่างการมองการท่องเที่ยวจากแง่มุมของรัฐและภาคธุรกิจเอกชนกับการมองการท่องเที่ยวจากมุมมองของชุมชนอยู่ตรงที่ว่า มุมมองด้านแรกเป็นการมองแบบการสั่งการจากบนลงล่างและเน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเม็ดเงินจากรายได้เป็นสำคัญ ในขณะที่มุมมองแบบหลังเน้นการวางแผนจากเบื้องล่างสู่บน

2.2.4 หลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (2) ด้านการบริการ (3) ด้านตลาดของการท่องเที่ยว และ (4) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงองค์กรและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ดรรชนี เอ็มพันธ์ และคณะ. 2547: 3-7)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ ความสามารถของพื้นที่และระบบนิเวศในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อให้ทรัพยากรท่องเที่ยวยังคงอยู่ได้ยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไปอย่างถาวร และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นตามมา ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวรวมไปถึงการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม และเน้นการประเมินคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความสนใจเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อธรรมชาติ วิถีชีวิตท้องถิ่น และการอนุรักษ์ การจัดการเพื่อรักษาคุณค่าความสำคัญในความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ให้ได้ การจำแนกเขตการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและการรักษาระบบนิเวศรวมไปถึงกำหนดมาตรการหรือเงื่อนไขการใช้พื้นที่ต่าง ๆ และแสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการติดตามตรวจสอบและประเมินสถานภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่เสมอ กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นกิจกรรมที่มีโอกาสใกล้ชิดและได้รับประสบการณ์ตรงจากธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น มีโอกาสได้เข้าใจ เรียนรู้ และเกิดความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะสร้างงานและรายได้แก่คนท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่ส่งผลด้านการอนุรักษ์ซึ่งอาจเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการจัดการด้านการตลาด นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะปะปนอยู่ทั่วไปในสังคม ส่วนใหญ่จะค่อนข้างสูงอายุ มีการศึกษาและรายได้ดี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความปรารถนาที่จะได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติหรือมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกแตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน มีความประสงค์ที่จะได้รับรู้และ/หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความสนุกสนาน และมีความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตท้องถิ่น ดังนั้นจึงเป็นผู้ที่พร้อมจะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นนั้น และไม่ต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบายในลักษณะเช่นเดียวกับถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัยหรือคุ้นเคย หรือในลักษณะที่ได้รับจากการบริการในเมืองใหญ่

3. การบริการด้านต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครอบคลุมตั้งแต่ ที่พัก อาหาร ยานพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการกิจกรรมท่องเที่ยว การนำเที่ยว และการสื่อความหมายธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ในบางแห่งการบริการเรื่องที่พักหรืออาหารอาจไม่จำเป็น ขึ้นอยู่กับสภาพหรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเน้นการบริการด้านสื่อความหมายและการให้ข่าวสารข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การบริการศูนย์ข้อมูลและบริการนักท่องเที่ยว การบริการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวระหว่างการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น การบริการต่าง ๆ ที่มีโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เช่น บริการที่พัก อาหาร ยานพาหนะ และมัคคุเทศก์นำเที่ยวนั้น เน้นให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและดำเนินกิจการต่าง ๆ ในภาคบริการดังกล่าว

4. การบริหารจัดการ จัดว่าเป็นแกนหรือกลไกสำคัญในการควบคุมดูแลและจัดการให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปตามวัตถุประสงค์ การบริหารจัดการนี้ประกอบด้วยองค์กรผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมไปถึง แผนงาน โครงการ มาตรการและกฎระเบียบต่าง ๆ ในการควบคุมดูแลให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้อง และยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการ องค์กรรับผิดชอบควรทำหน้าที่บริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว ซึ่งได้กล่าวไว้ในหลักสูตรมาตรฐานโฮมสเตย์ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ การจัดการทรัพยากรจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ มีความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ โดยคำนึงว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต้องมีความสามารถในการสร้างกำไรเพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ของชุมชน มีการตอบสนองความต้องการหรือพันธะทางสังคม หมายถึง การให้ความเคารพต่อชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนต่าง ๆ รวมตลอดถึงความหลากหลายและมรดกทางวัฒนธรรม มีความสุนทรีย์ภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะสถานที่นั้นจะมีความยิ่งใหญ่เพียงใด หรือมีชื่อเสียงมากน้อยเพียงไร การ

ชำระรักษาไว้ซึ่งสุนทรียภาพของสภาพของสถานที่เหล่านั้น คือภารกิจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว และมีการคำนึงถึงกระบวนการและขอบเขตทางเชิงนิเวศวิทยา เพื่อให้การพัฒนาสามารถดำรงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งทางกายภาพและทางชีวภาพที่เปราะบางเอาไว้ รวมถึงการรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ (biological diversity) ของพืชพรรณและสัตว์ต่าง ๆ เพราะสิ่งเหล่านี้คือทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยว และควรมีการดำรงไว้ซึ่งระบบสนับสนุนชีวิต (life-supporting systems) ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์และสิ่งมีชีวิตทั้งหมดในโลก มีชีวิตอยู่ได้ต่อไป (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว. 2548: ออนไลน์)

2.2.5 นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

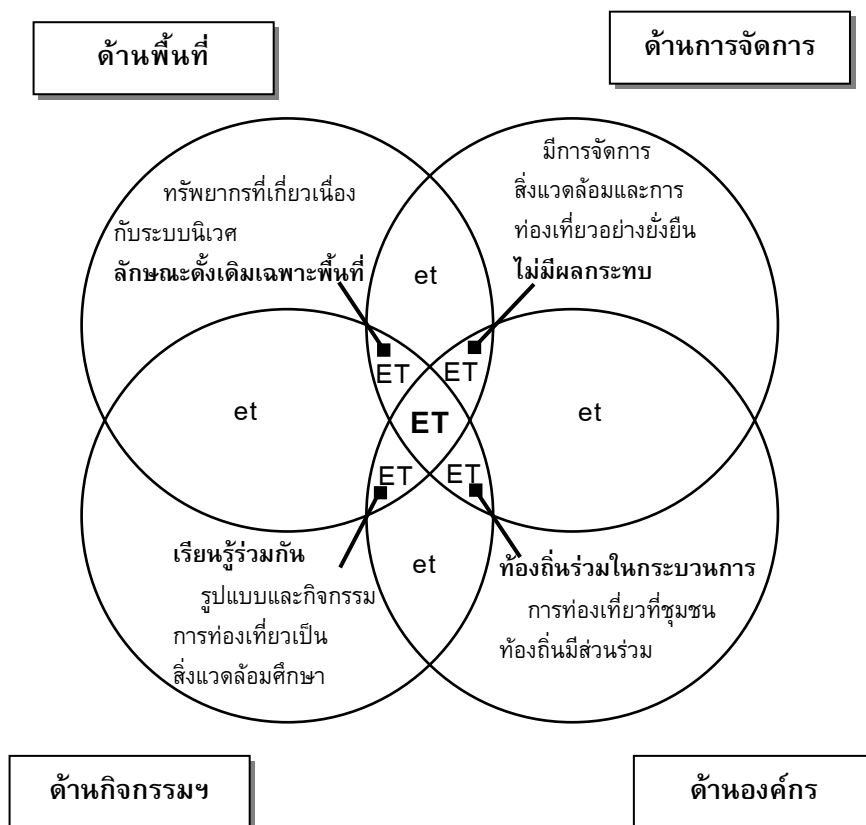
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีการควบคุมดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือยกเลิกพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวน และฟื้นตัวได้ยาก
2. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมเหมาะสม และการปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมเดิมที่มี พึงหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ หากเน้นในการแปรประโยชน์ จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การท่องเที่ยวโดยรวม
3. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และการมีรายได้เพียงอย่างเดียว
4. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกๆระดับ
5. ให้ความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้ให้องค์กรต่าง ๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม
6. นำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่าง ๆ อย่างมีความสำคัญ เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรร และกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึงและเพียงพอ

7. สนับสนุนการศึกษา วิจัยและประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน
8. มีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือนและสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย
9. จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ เพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง
10. จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร และการจัดการร่วมกันทุกระดับ (เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. 2545: 97)

2.2.6 ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มิตรา สามารถ (2543: 25-26) ได้สรุปขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีขอบเขตที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ดังนี้



หมายเหตุ : **ET, ET, et** แสดงความเข้มข้นของการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism

ภาพประกอบ 2 ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ หมายถึง มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ด้วย

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ หมายถึง มีการจัดการอย่างยั่งยืน มีความรับผิดชอบไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นสิ่งแวดล้อมศึกษาที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยให้มีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์และความประทับใจ สร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม หมายถึง การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ซึ่งรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อย้อนกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว ที่สุดท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เริ่มตั้งแต่ระดับรากหญ้าจนถึงการปกครองท้องถิ่น และอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

3.1 ความหมายของสิ่งแวดล้อม

นักวิชาการทางด้านสิ่งแวดล้อม ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ ซึ่งมีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 ได้ให้นิยามของสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพและชีวภาพที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ซึ่งเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์ได้ทำขึ้น เกษม จันทรแก้ว (2520: 3) ให้ความหมาย "สิ่งแวดล้อม" หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สิ่งที่เห็นได้ด้วยตา และที่ไม่สามารถเห็นได้ด้วยตา สิ่งที่เป็นทั้งที่ให้คุณและให้โทษ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับ อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ (2548: 7) เขียนไว้ว่าสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่บนโลก เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น สามารถมองเห็นและจับต้องได้ และที่ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องไม่ได้ และพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อม คือ สิ่งต่าง ๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพและชีวภาพที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ซึ่งเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (กนกพร สว่างแจ้ง. 2542: 2)

คำนิยามทั้งหมดนี้อาจกล่าวได้ว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรานั้นเป็นสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ้นไม่ว่าสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองหรือที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเห็นได้หรือไม่สามารถจะเห็นได้ หรือไม่ว่าจะใกล้หรือไกลตัวเราก็คือเป็นสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึงว่า สิ่งแวดล้อมนั้นมีขอบเขตกว้างใหญ่ไพศาล ยากที่จะกำหนดลงไปได้ว่าบริเวณที่สิ่งแวดล้อมที่จะมาเกี่ยวข้องกับตัวเรากว้างหรือแคบเพียงใด แต่ที่จะต้องตระหนักได้ก็คือ ถ้าสิ่งเหล่านี้มีผลมาเกี่ยวข้องกับทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อตัวเราแล้ว ก็อาจยอมรับได้ว่า “สิ่งเหล่านี้คือสิ่งแวดล้อม”

3.2 ดัชนีคุณภาพสิ่งแวดล้อม

เกษม จันทรแก้ว (2545: 54-56) ได้สรุปความหมายและตัวอย่างดัชนีคุณภาพสิ่งแวดล้อม (environmental quality indicator) ไว้ดังนี้ หมายถึง ตัวบ่งชี้สภาพทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณ ทั้งทางด้านโครงสร้าง (structure) และการทำงาน (function) ของระบบสิ่งแวดล้อม โดยแสดงตัวอย่างดัชนีรวม และตัวดัชนีเฉพาะ ของทรัพยากรในระบบที่สามารถบ่งชี้ปริมาณและทิศทางการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงตัวดัชนีรวม และตัวดัชนีเฉพาะ ของทรัพยากรในระบบที่สามารถบ่งชี้ปริมาณและทิศทางการเปลี่ยนแปลง

ลำดับ	ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	ตัวดัชนี (รวม)	ตัวดัชนี (เฉพาะ)
1.	สภาพอากาศ ป่าไม้	สภาพอากาศ	อุณหภูมิ, ฝน, ความชื้น, ลม, การระเหยน้ำ, ความกดอากาศ, ช่วงมีแสง
		เศรษฐกิจ	ปริมาตรไม้, มูลค่าไม้
		นิเวศวิทยา	ความหนาแน่น, การสืบพันธุ์, อายุ/ขนาด
		ความสมบูรณ์	จำนวนต้นไม้, ปริมาตรไม้, ความหลากหลาย, มูลค่าทางนิเวศวิทยา
2.	ปริมาณน้ำ	ปริมาณ	ปริมาณ
		ระบบการไหล	เวลาการไหล
3.	คุณภาพน้ำ	กายภาพ	ความขุ่น, PH, อุณหภูมิ, สารแขวนลอย, DO, สี, กลิ่น, ความโปร่งแสง, การนำไฟฟ้า
		เคมี	COD, NO ₃ ⁻ , PO ₄ ⁼ , heavy metals, pesticides
		ชีววิทยา	BOD, nematodes, แบคทีเรีย
4.	การพังทลายของดิน	การสูญเสียดิน	ตะกอน, ความหนาแน่นของการชะล้าง

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	ตัวดัชนี (รวม)	ตัวดัชนี (เฉพาะ)
5.	การคมนาคม	การคล่องตัว ของคมนาคม	อัตราความเร็ว, จำนวนรถต่อเวลา, ขนาดและ ลักษณะถนน
6.	คุณภาพชีวิต	1) ประชากร 2) อนามัย 3) การศึกษา 4) ความ ปลอดภัย 5) เศรษฐกิจ 6) วัฒนธรรม	ความหนาแน่น, ปริมาณ, การเกิด, ตาย, ย้ายถิ่น โรคต่าง ๆ, ค่ารักษาพยาบาล, จำนวนคนเป็นโรค ระดับการศึกษา, perception, ระยะเวลาที่อยู่ใน โรงเรียน อาชญากรรม, คดีความ รายได้, เงินออม, หนี้, อาชีพ ประเพณีปฏิบัติ, พิธีกรรม, ความโดดเด่น, ความเป็นนิรันดร์

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environment Impact)

กนกพร สว่างแจ้ง (2542: 2) ได้กล่าวถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อมสรุปได้ดังนี้ ผลกระทบสิ่งแวดล้อมหมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของสิ่งแวดล้อม สร้างเป็นสภาพแวดล้อมใหม่ขึ้นมา โดยสภาพแวดล้อมใหม่ที่สร้างขึ้นอาจจะก่อผลด้านบวกหรือด้านลบต่อสภาพแวดล้อมเดิมที่เป็นอยู่ก็ได้ขึ้นอยู่กับสภาวะของสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมที่สนใจ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรือเกิดโดยมนุษย์สร้างขึ้น ผลกระทบสิ่งแวดล้อมแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผลกระทบปฐมภูมิ (primary impact) และผลกระทบทุติยภูมิ (secondary impact)

ผลกระทบปฐมภูมิ (primary impact) เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงเช่น จากการก่อสร้าง ได้แก่ การก่อสร้างระบบบำบัด อาคาร สถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ผลกระทบปฐมภูมิจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดในพื้นที่ก่อสร้าง เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพการใช้ที่ดิน และระบบนิเวศภายในอาณาเขตพื้นที่ของโครงการ เป็นต้น

ผลกระทบทุติยภูมิ (secondary impact) เป็นผลกระทบที่เกิดโดยทางอ้อมของกิจกรรมอันเนื่องมาจากผลกระทบปฐมภูมิ เช่น การก่อสร้างดังที่กล่าวข้างต้น กระทบทุติยภูมิที่ตามมา ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน (land use) การเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนถึงทรัพยากรธรรมชาติ

4. การวางแผนกลยุทธ์

เทคนิคการวิเคราะห์ศักยภาพและความเป็นไปได้ ผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียดในเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์ ซึ่งประกอบไปด้วยความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ ความเป็นมาของแผนกลยุทธ์ องค์ประกอบหลักของแผนกลยุทธ์ และประโยชน์ของแผนกลยุทธ์ รวมถึงทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT

4.1 ความหมายของการวางแผนและแผนกลยุทธ์

คำว่า การวางแผน (planning) มาจากคำภาษาละตินว่า แพลนัม (planum) ซึ่งหมายถึงพื้นราบ (flat surface) และได้นำมาใช้ในภาษาอังกฤษเมื่อศตวรรษที่ 17 โดยพจนานุกรมออกซฟอร์ด (Oxford Dictionary) ตามความหมายของพื้นราบหมายถึงการกำหนดฟอร์มในทางราบ เช่น แผนที่และแบบพิมพ์เขียว (blueprint) ของสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ (อนันต์ เกตุวงศ์. 2543: 1) ปัจจุบันการวางแผนได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในหน่วยงานและองค์การทุกประเภททั้งในภาคของรัฐบาลและเอกชน และมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการวางแผน และการวางแผนกลยุทธ์ไว้ซึ่งมีความสอดคล้องและแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ประชุม รอดประเสริฐ (2533: 112) ได้ให้ความหมายของการวางแผน หมายถึง การวางแผนเป็น “กระบวนการ” ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่จะต้องกระทำกันอย่างต่อเนื่อง และสามารถปรับให้เข้ากันได้กับข้อมูลที่ได้รับทั้งที่เป็นข้อมูลย้อนกลับ และข้อมูลที่มาจากระบบการและระบบอื่น การวางแผนสำหรับองค์การหนึ่งองค์การใดมิใช่กระทำเพียงครั้งเดียวแล้วหยุดหรือเลิกแล้วกันไป แต่เป็นกระบวนการที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในองค์การ และบางส่วนของแผนอาจจะต้องมีการทบทวนใหม่ถ้าผลที่เกิดขึ้นขาดความสมบูรณ์หรือเป็นผลที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดคิดไว้ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2528: 2) ได้ให้ความหมายของการวางแผน ไว้ว่า การวางแผนเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลหรือองค์การทำการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับงานบางอย่างที่จะกระทำในอนาคต กระบวนการดังกล่าวจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่เป็นชุดกิจกรรมที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งบางขั้นตอนอาจเป็นเรื่องที่ต้องทำทันทีเพื่อที่จะให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการได้ การวางแผนถ้าหากสนใจทำและทำได้ถูกต้อง จะเป็นสิ่งมีคุณค่ายิ่งสำหรับองค์การในอันที่จะช่วยให้องค์การสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ และถ้าเป็นการนำการวางแผนมาใช้กับชีวิตส่วนตัวแล้ว การวางแผนก็จะมีคุณค่าสำหรับแต่ละบุคคลในอันที่จะช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายส่วนตัวได้ด้วย หลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการวางแผนต่างก็จะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้เสมอ ทั้งนี้ โดยไม่จำกัดว่าองค์กรนั้น ๆ จะเป็นองค์การธุรกิจ สโมสร หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรทางศาสนา หรือองค์การสาธารณกุศล และ ชิมมอน (ธงชัย สันติวงษ์. 2528: 3 ; อ้างอิงจาก W.W. Simmons. 1980: 2-3) ได้กล่าวถึงความหมายของการวางแผน ในประเด็นที่แตกต่าง ดังนี้ 1.ความหมายในแง่ของงานที่ต้องปฏิบัติของผู้บริหารแต่ละคน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ การจูงใจ การสื่อความหมาย การวัดผลงาน และ

การพัฒนาบุคคล และ 2. ความหมายที่มีขอบเขตกว้างกว่าที่คลุมถึงการบริหารทั้งหมด คือ กระบวนการบริหารที่ต่อเนื่องครอบคลุมถึงทุกกิจกรรมของงาน และมุ่งสู่นาคต

ส่วนคำว่าแผนกลยุทธ์ นั้น อูทิส ชาวเรียร (2546: 9) ได้ให้นิยามของแผนกลยุทธ์ไว้ กล่าวคือแผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยชี้นำการบริหารขององค์กร ที่เกิดจากกระบวนการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วม โดยยึดหลักการวิเคราะห์ให้ทราบสถานะแวดล้อมให้ “รู้เขารู้เรา” เพื่อชี้แนะเป้าประสงค์ (วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักของแผน) และกลยุทธ์กลวิธีทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับสถานะแวดล้อม และมีการจัดลำดับความสำคัญกลยุทธ์กลวิธี เพื่อการจัดสรรทรัพยากรการบริหาร ทั้งนี้ แผนกลยุทธ์ยังสามารถชี้นำด้านการปรับองค์กร กลไก ในการเร่งรัดผลักดันกระบวนการพัฒนา ตลอดจนแนวทางการกำกับ ติดตามประเมินผลความก้าวหน้าของการดำเนินการตามแผนให้เกิดการปรับและชี้นำการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้องค์กรสามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ และเป็นผู้นำสถานการณ์หรือกระแสที่เปลี่ยนแปลงในสนามอย่างต่อเนื่อง และหากองค์กรอยู่ในภาวะต้องถดถอยแผนจะช่วยชี้นำทางออกที่เหมาะสมสู่กระแสใหม่ได้ และธงชัย สันติวงษ์ (2532: 1) ได้ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์สรุปได้ ดังนี้ การวางแผนกลยุทธ์เปรียบเสมือนแนวคิดและหลักวิธีการของการวางแผนที่ครอบคลุมทั้งองค์กร และมีกลไกที่จะรับรู้เอาสถานการณ์แวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงมาประกอบในการวางแผนอย่างครบถ้วนมากที่สุด

จากความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนระยะยาว เป็นการวางแผนโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของหน่วยงาน เพื่อการศึกษาข้อจำกัดต่าง ๆ และจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของหน่วยงาน รวมทั้งทรัพยากรที่จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนเพื่อนำไปสู่ทิศทางที่เฉพาะเจาะจง ผลลัพธ์ของกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ จะช่วยทำให้ทราบว่าองค์กรจะมุ่งไปทิศทางใด และจะช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพเป็นระบบระเบียบสามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร

4.2 ความเป็นมาของแผนกลยุทธ์

เมื่อกล่าวถึงความเป็นมาของแผนกลยุทธ์ในประเทศไทย ในส่วนของภาครัฐ พบว่าการบริหารหน่วยงานของรัฐโดยอาศัยระบบการวางแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการได้เริ่มขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2504 ในรูปของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (2504-2509) มีระยะเวลาของแผน 6 ปี สำหรับฉบับที่ 2 เป็นต้นมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงชื่อของแผนเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเปลี่ยนช่วงระยะเวลาของแผนจาก 6 ปี เป็น 5 ปี ในปัจจุบันอยู่ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ในส่วนของภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และบริษัทร่วมทุนระหว่างไทยกับต่างประเทศ ได้มีการวางแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการมาก่อนหน่วยงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจอยู่ก่อนแล้ว

ในส่วนของการพัฒนาการของระบบการวางแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการโดยเฉพาะในหน่วยงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ ในช่วงต้น ๆ ได้ใช้วิธีการวางแผนโดยที่มงานมากกว่าการระดมสมองจากที่ประชุมใหญ่ของหน่วยงาน สำหรับการวางแผนที่นำเอาวิธีการระดมสมองจากที่ประชุมใหญ่ของหน่วยงานเพื่อให้ทุกคน หรือตัวแทนของทุกหน่วยงานได้มีโอกาสร่วมวางแผนนั้นได้มีปรากฏเด่นชัดในช่วงแผน 8 เป็นต้นมา

เมื่อพิจารณาจุดมุ่งหมายในระดับต่าง ๆ ของแผนพบว่า ในช่วงต้น ๆ ไม่ค่อยได้เน้นการกำหนดจุดมุ่งหมายระยะยาวเอาไว้ แต่ในช่วงหลังได้มีการนำจุดมุ่งหมายระยะยาว เช่น จุดมุ่งหมายระดับวิสัยทัศน์ (vision) ระดับพันธกิจ (mission) และเมื่อพิจารณาในด้านโครงสร้างของวิธีการบริหารจัดการและการพัฒนา พบว่า นับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ยังคงนิยมใช้วิธีด้าน กลยุทธ์ (strategic approach) ยังไม่ค่อยได้ใช้วิธีด้านกลวิธี (tactical approach) และวิธีด้านการดำเนินงาน (operational approach) ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการพัฒนาที่สำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติในประเทศไทย ก็คือ ช่วงที่มีการนำแนวคิดการวางแผนกลยุทธ์ และการวางแผนปฏิบัติการแบบผสมผสานมาใช้ ซึ่งจะเห็นได้จากวิวัฒนาการของการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์กลยุทธ์ ซึ่งเดิมที่ใช้เฉพาะตัวแบบ SWOT ซึ่งเป็นคำย่อของ จุดแข็ง (strength) จุดอ่อน (weakness) โอกาส (opportunity) อุปสรรค (threat) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด ปัจจุบันมีการนำตัวแบบที่หลากหลายมาใช้เพื่อให้เกิดความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ในส่วนของการวางแผนปฏิบัติการนั้น พบว่า ในปัจจุบัน ได้มีการนำเอาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนหลาย ๆ ด้านมาผสมผสานกัน เช่น ความรู้ด้านการกำหนดตัวชี้วัดแบบสมดุล (balanced scorecard - BSC) ความรู้ด้านการใช้ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (Key performance indicator - KPI) และความรู้ด้านการเทียบวัดมาตรฐานขององค์กร (benchmarking) เป็นต้น

4.3 องค์ประกอบหลักของแผนกลยุทธ์

อุทิศ ขาวเขียว (2546: 18) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของแผนกลยุทธ์ไว้ สรุปได้ดังนี้ โดยหลักการแล้วแผนกลยุทธ์มีองค์ประกอบหลักเพื่อประโยชน์การชี้แนะแนวทางการบริหาร อยู่ 3 กลุ่มด้วยกัน กล่าวคือ องค์ประกอบหลักด้าน “เป้าประสงค์ร่วม”

เป้าประสงค์ร่วม ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักของแผน องค์ประกอบส่วนนี้ทำหน้าที่เสริมประสานงานและหรือเป็นส่วนการชี้ให้เห็นทิศทางของการพัฒนา เป็น “วิสัยทัศน์” ที่องค์กรพึงประสงค์ ทั้งนี้ส่วน “พันธกิจ” จะชี้้นำให้เกิดความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ที่องค์กรต้องทำภายใต้แผน ส่วน “วัตถุประสงค์หลัก” เป็นเกณฑ์ที่ต้องบรรลุหรือระดับความสำเร็จ ที่ต้องถูกประเมินผลเพื่อเป็นหลักประกันว่าองค์กรได้ดำเนินการตามแผนไปสู่ทิศทางที่ก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่คาดหวังได้ ซึ่งนิยามขององค์ประกอบย่อยทั้ง 3 มีดังนี้

วิสัยทัศน์ ต้องเป็นวิสัยทัศน์ที่สมเหตุสมผล เป็นภาพหมายของความสำเร็จที่องค์กรคาดหวังว่าจะได้เห็นในอนาคต เมื่อองค์กรนั้นปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์นี้ โดยปกติวิสัยทัศน์ควร

ระบุภาพหมายของความสำเร็จ หรือผลกระทบที่ลูกค้า ประชาชน กลุ่มเป้าหมายจะได้รับ และภาพผลผลิตจากการพัฒนาองค์กรในทิศทางที่จะเกิดสมรรถนะแก่การผลิตและการบริการแก่กลุ่มเป้าหมายนั้น

พันธกิจ เป็นสิ่งที่ต้องทำเพื่อให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เป็นบทบาทที่สำคัญที่สุด หากองค์กรไม่ทำพันธกิจแล้ววิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังก็ไม่เกิด

วัตถุประสงค์หลัก เป็นการแปลงวิสัยทัศน์มาเป็นเกณฑ์ที่จะต้องบรรลุ วัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาเป็นผลกระทบที่มุ่งหวังจะได้ จากการพัฒนายุทธศาสตร์ โดยสามารถวัดตรวจสอบได้จากการประเมินผล และหากประเมินได้ว่าการพัฒนาบรรลุเกณฑ์ที่กำหนดตามวัตถุประสงค์หลัก ก็อาจสรุปได้ว่าการพัฒนาเป็นไปได้ในทิศทางที่วิสัยทัศน์กำหนดไว้

4.4 เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์

อุทิศ ชาวเรียร (2546: 15) ได้กล่าวว่าเทคนิคการวางแผนกลยุทธ์สามารถแปลงและประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสภาพข้อจำกัดของไทยและแผนระดับต่าง ๆ ที่ภาครัฐดำเนินการอยู่ได้โดยผู้วางแผนจะต้องรู้จักประยุกต์ใช้ภายใต้ข้อคำนึงของการคิดหาความกระจ่างในเชิงกลยุทธ์ตามคำถามหลัก ๆ 4 ประการด้วยกัน กล่าวโดยสรุปคือ

1. คิดอย่างรู้จักประมาณตนเอง และรู้ว่าตนเองอยู่ภายใต้สภาวะแวดล้อมเช่นไร วิเคราะห์ว่าองค์กร (ประเทศ : หน่วยงาน : เรา) ตกอยู่ในสภาพแวดล้อมเช่นใด (Where are we now?) คำถามนี้ตอบให้กระจ่างได้ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในเชิงยุทธ์ที่องค์กรจะรู้จักประมาณตนเอง และสภาวะแวดล้อม ได้จะต้องวิเคราะห์ให้รู้ไม่เฉพาะตัว “เรา” เองแต่จะต้องรู้จักวิเคราะห์ให้รู้ “เขา” ด้วยเป็นการรู้สภาวะแวดล้อมต่อเมื่อองค์กรวิเคราะห์เงื่อนไข (ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กร)

2. คิดพิจารณาว่าองค์กรควรพัฒนาไปได้สูงสุดถึงไหน ทิศทางใด แค่ไหน ทั้งนี้การคิดเชิงกลยุทธ์ เมื่อรู้และสามารถประมาณตนเองได้แล้วจะสามารถตั้งเป้าประสงค์ที่สมเหตุสมผลกับสมรรถนะของตนดังกล่าว โดยเป้าประสงค์จะต้องกำหนดขึ้นอย่างกระจ่างเท่าที่จะทำได้ การคิดเชิงกลยุทธ์แบ่งเป้าประสงค์ออกเป็น 3 ระดับด้วยกัน กล่าวคือ

- 2.1 เป้าประสงค์ “วิสัยทัศน์” ที่สามารถชี้แนะให้เห็นผลลัพธ์ หรือปรากฏการณ์ที่ปรารถนาในขั้นสุดท้าย (ในระยะยาว) และหากว่าปัจจุบันไม่มีข้อมูล เพียงพอที่จะกำหนดเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างชัดเจนในรายละเอียด ก็ให้กำหนดอย่างเป็นภาพหมาย โดยการจินตนาการอย่างสมเหตุสมผลได้ เราเรียกภาพหมายนั้นว่า “วิสัยทัศน์” ที่เป็นเป้าประสงค์ที่ชี้แนะเฉพาะทิศทางระยะยาว

- 2.2 เป้าประสงค์ “พันธกิจ” ที่ชัดเจนขึ้นในระดับของเงื่อนไขที่จะต้องทำ เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ โดยต้องเป็นเงื่อนไขที่เชื่อได้ว่า จะปรับปรุงหรือเสริมบทบาทองค์กรให้สามารถ

พัฒนาไปสู่วิสัยทัศน์ เป็นกรอบเงื่อนไขที่องค์กรสัญญาว่าจะต้องปฏิบัติให้ได้ อันเป็นพันธกิจ หรือสิ่ง ที่ต้องทำให้ได้หากต้องพัฒนาไปสู่วิสัยทัศน์

2.3 เป้าประสงค์ “วัตถุประสงค์หลัก” ที่เจาะจงมากขึ้นเพื่อเป็นเกณฑ์ เป้าหมายที่ชัดเจนว่าแผนจะต้องบรรลุงานด้านใดบ้าง และแคไหน เป็นเป้าประสงค์ระดับ วัตถุประสงค์หลักของแผน ที่สามารถประเมินผลให้รู้ว่าเป้าประสงค์ดังกล่าวได้บรรลุหรือไม่

3. คิดวิเคราะห์ว่าควรเลือกพิจารณาแนวทางดำเนินการ (เชิงยุทธ์) ที่เหมาะสม และจำเป็นใดบ้างจึงจะสามารถบรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนด เพราะแผนกลยุทธ์ไม่ใช่การรบทุกด้าน แต่เลือกรบอย่างชาญฉลาดจนได้ชัยชนะในที่สุด กระบวนการวางแผนกลยุทธ์จึงเน้นที่จะวิเคราะห์ว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้อง อันเป็น “สิ่งที่อยู่ระหว่างจุดที่เราเผชิญที่เราเป็นอยู่และเป้าประสงค์ที่เราเลือกที่จะบรรลุ” โดยพิจารณาว่ามีประเด็นอะไรบ้างที่สำคัญที่สุดที่เราเสี่ยงมิได้

4. คิดหากลยุทธ์ กลวิธีและแนวทางการปรับโครงสร้างกลไกและวัฒนธรรม องค์กร เพื่อเร่งรัดดำเนินการอย่างเหมาะสม ที่สอดคล้องกับประเด็นสภาวะแวดล้อมเชิงกลยุทธ์ที่ กำหนดแล้วจากการคิดหัวข้อที่ผ่านมามากกว่ามีเช่นใดบ้าง เป็นการเลือกสรรแนวทางหรือกลยุทธ์ กลวิธี ตลอดจนแนวทางการเร่งรัดกระบวนการดำเนินการ ด้านการปรับปรุงองค์กรกลไกการบริหารจัดการ ให้สามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการติดตามประเมินผล เพื่อให้กระบวนการ เร่งรัดการดำเนินการตามแผนสามารถปรับกลไกอย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

4.5 ประโยชน์ของการวางแผนกลยุทธ์

ซิมมอน (ธงชัย สันติวงษ์. 2528: 3 ; อ้างอิงจาก W.W. Simmons. 1980: 2-3) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวางแผนไว้ ดังนี้

1. เพื่อให้ผู้บริหารตระหนักถึงความรับผิดชอบได้ดีขึ้น
2. ช่วยให้การควบคุมสามารถกระทำได้โดยอาศัยการวัดผลสำเร็จตาม แผนงานที่ทำไป
3. แผนงานใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อความให้ทุกฝ่ายทราบถึงทิศทาง ขององค์กร และให้ฝ่ายต่าง ๆ ประสานการทำงานเป็นทีมโดยอาศัยแผนเป็นเครื่องมือ
4. แผนงานที่ใช้ดำเนินงานอยู่สามารถใช้ตรวจสอบความถูกต้องของนโยบาย ปัจจุบัน โดยจะสามารถเช็คสอดดูได้จากผลของการปฏิบัติตามแผน เพื่อจะได้มีการปรับแก้ นโยบาย และเป้าหมายระยะยาวให้ถูกต้อง
5. การวางแผนช่วยขยายขอบเขตของผู้บริหาร และช่วยให้ผู้บริหารคล่องตัว ในการแก้ไขปัญหา หรือยกระดับผลงานได้ดีขึ้น เพราะสามารถเพิ่มทัศนวิสัยของการคิดให้กว้างและ ไกล และสามารถคิดคล่องแคล่ว ปรับตัวได้ดีขึ้น

4.6 การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT Analysis)

นันทิยา และณรงค์ หุตาณวัตร (2542: 2) ได้ให้ความหมาย SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า strengths, weaknesses, opportunities และ threats โดย strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ในขณะที่ weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบ และต้องความสามารถ ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ส่วนคำว่า opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และ threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้อุปสรรคบรรลุวัตถุประสงค์ บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ดนัย เทียนพุ่ม (2546: 104-106) ที่ได้ให้ความสำคัญและประโยชน์ของ SWOT ไว้ว่า การรู้จักตัวเองก่อนที่จะรู้จักคนอื่นเป็นสัจธรรมของชีวิตในธุรกิจก็เป็นเช่นเดียวกัน วิธีการที่นักวางแผนกลยุทธ์ (strategist) มักจะเสนอแนะหรือหยิบเครื่องมือในการวิเคราะห์ธุรกิจมักจะหยิบ SWOT คือ strengths (จุดแข็ง) weaknesses (จุดอ่อน) opportunities (โอกาส) และ threats (อุปสรรค/ข้อจำกัด) มาเป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์จุดแข็งของธุรกิจและจุดอ่อนที่ธุรกิจมีอยู่พร้อมทั้งค้นหาโอกาสทางธุรกิจและอุปสรรค ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดวางกลยุทธ์และทิศทางที่จะเดินไปข้างหน้าได้ชัดเจน

การวิเคราะห์ SWOT จะดำเนินการดังนี้

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน (strengths & weaknesses) เป็นการบอกให้ทราบว่าทรัพยากรภายในองค์กร ความเชี่ยวชาญ และความสามารถหลักอะไรของธุรกิจที่จะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจในอนาคต ซึ่งจะเปิดให้เกิดโอกาสสำหรับธุรกิจในการวางแผนกลยุทธ์ เพิ่มประสิทธิภาพในจุดอ่อนและกลยุทธ์เสริมจุดแข็งโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้ถึงจุดแข็งของธุรกิจจะช่วยให้สามารถกำหนดโอกาสใหม่ทางธุรกิจ

2. การวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค (opportunities & threats) เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจแตกต่างไปจากธุรกิจอื่นหรือทำให้พ่ายแพ้ โดยปกติจะพิจารณาเกี่ยวกับลูกค้า หุ่นส่วนธุรกิจ คู่แข่งขันและพันธมิตรธุรกิจ สังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจ

5. มาตรฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

5.1 ความหมายของมาตรฐาน

ความหมายของมาตรฐาน มีนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความหมายไว้ในหลายด้านซึ่งมีความสอดคล้องและแตกต่างกันดังนี้ องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน

(International Organization for Standardization-ISO) ได้ให้นิยามศัพท์การมาตรฐาน (Standardization) หมายถึง กิจกรรมในการวางข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสำคัญที่มีอยู่หรือที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติวิสัย โดยมุ่งให้บรรลุถึงความสำเร็จสูงสุดตามข้อกำหนดที่วางไว้

1. กล่าวโดยเฉพาะได้แก่ กิจกรรมที่ประกอบไปด้วยกระบวนการในการกำหนด การประกาศใช้ และการนำมาตรฐานต่าง ๆ ไปใช้

2. ประโยชน์ที่สำคัญของการมาตรฐาน ได้แก่ การปรับปรุงความเหมาะสมของ ผลิตภัณฑ์ กรรมวิธี และการบริการตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ป้องกันไม่ให้เกิดอุปสรรคในทางการค้า และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันทางเทคโนโลยี

กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน ได้ให้ความหมายของ มาตรฐาน (standard) หมายถึง เอกสารที่จัดทำขึ้นจากการเห็นพ้องต้องกัน และได้รับความเห็นชอบจากองค์กรอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป เอกสารดังกล่าววางกฎระเบียบแนวทางปฏิบัติหรือลักษณะเฉพาะแห่งกิจกรรม หรือผลที่เกิดขึ้นของกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติวิสัย โดยมุ่งให้บรรลุความสำเร็จสูงสุดตามข้อกำหนดที่วางไว้ (กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน. 2548: ออนไลน์)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้คำนิยามของ มาตรฐาน ว่า มาตรฐาน คือ สิ่งที่ดีเป็นหลักสำหรับเทียบกำหนด

พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511 ได้กำหนดคำว่า "มาตรฐาน" ไว้ว่า มาตรฐาน คือ ข้อกำหนดรายการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างเกี่ยวกับ

1. จำพวก แบบ รูปร่าง มิติ การทำ เครื่องประกอบ คุณภาพ ชั้น ส่วนประกอบ ความสามารถ ความทนทานและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2. วิธีทำ วิธีออกแบบ วิธีเขียนรูป วิธีใช้ วัตถุที่จะนำมาทำผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม และความปลอดภัยอันเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

3. จำพวก แบบ รูปร่าง มิติของหีบห่อ หรือสิ่งบรรจุชนิดอื่นรวมตลอดถึงการหีบห่อหรือสิ่งบรรจุชนิดอื่น วิธีการบรรจุ หุ้มห่อ หรือผูกมัดและวัตถุที่ใช้ในการนั้นด้วย

4. วิธีทดลอง วิธีวิเคราะห์ วิธีเปรียบเทียบ วิธีตรวจ วิธีทดสอบและวิธีชั่ง ตวง วัด อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

5. คำเฉพาะ คำย่อ สัญลักษณ์ เรื่องหมาย สี เลขหมาย และหน่วยที่ใช้ในทางวิชาการอันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

6. ข้อกำหนดรายการอย่างอื่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตามที่รัฐมนตรีประกาศหรือตามพระราชกฤษฎีกา

อีกทั้งรายงานสรุปการเข้าร่วมประชาพิจารณ์มาตรฐานการท้องเกี่ยวของประเทศไทย โดยสำนักพัฒนาบริการท้องเกี่ยว กระทรวงการท้องเกี่ยวและกีฬา ได้ให้ความหมาย มาตรฐาน หมายถึง ข้อผูกพันหรือการปฏิบัติต่อข้อกำหนดที่เป็นลายลักษณ์อักษร โดยเป็นที่รับรู้โดยทั่วกัน

เหนือกว่าข้อกำหนดขั้นต่ำ/ขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด มีการตรวจวัดโดยองค์กรที่เป็นที่ยอมรับอย่างสม่ำเสมอ และยังได้กล่าวถึงความจำเป็นของการมีมาตรฐานสรุปไว้ดังนี้ สร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้า มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ลดต้นทุนทางการผลิต ลดปัญหาความขัดแย้งของชุมชน เป็นแรงจูงใจด้านการตลาด ป้องกันกระบวนการค้าเสรี พัฒนาบุคลากรในการประกอบการ เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548 : ออนไลน์)

5.2 มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

มาตรฐานชุมชน หมายถึง มาตรฐานชุมชนกำหนดขึ้นเพื่อสนับสนุนการนำภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนา และยกระดับการผลิตให้มีคุณภาพเพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืนตาม โครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาล โดยสำนักงานฯ ให้การรับรองและแสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภคและสามารถขยายตลาดส่งออกจำหน่ายในตลาดวงกว้างได้มากขึ้น (กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน, 2548: ออนไลน์)

มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000 (Environment Management System : EMS) เป็นมาตรฐานที่มีความสำคัญมากเพราะกำหนดขึ้นเพื่อสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมของหน่วยงาน หรือองค์กร ที่ครอบคลุมถึงการจัดระบบโครงสร้างองค์กร ที่ครอบคลุมถึงการจัดระบบโครงสร้างองค์กร การกำหนดความรับผิดชอบ การปฏิบัติงาน ระเบียบปฏิบัติ กระบวนการและการใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีการจัดการและสร้างจิตสำนึกที่ดีร่วมกันในการรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดีทั้งในหน่วยงานและรวมไปถึงชุมชนใกล้เคียง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนอีกด้วย (กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน, 2548: ออนไลน์)สาระสำคัญของมาตรฐาน EMS สรุปได้ดังนี้ (สำนักงานปลัด กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) 2548: ออนไลน์) 1. นโยบายสิ่งแวดล้อม (environmental policy) การจัดการสิ่งแวดล้อมเริ่มด้วยผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ต้องมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการอย่างจริงจัง และกำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมขององค์กรขึ้น เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการดำเนินงานของพนักงานในองค์กร 2.การวางแผน (planning) เพื่อให้บรรลุนโยบายสิ่งแวดล้อม องค์กรจึงต้องมีการวางแผนในการดำเนินงาน โดยอย่างน้อยต้องครอบคลุมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ แจกแจงรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก แจกแจงข้อกำหนดทางกฎหมาย และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่องค์กรเกี่ยวข้อง และต้องปฏิบัติตาม มีการจัดทำวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จัดทำโครงการการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น 3.การดำเนินการ (implementation) เพื่อให้การดำเนินการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามแผนที่วางไว้ อย่างน้อยองค์กร ต้องดำเนินการไปให้ครอบคลุมถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ กำหนดโครงสร้าง และอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ

ในการจัดการสิ่งแวดล้อม เผยแพร่ให้พนักงานในองค์กร ทราบถึงความสำคัญในการจัดการสิ่งแวดล้อม รวมทั้งจัดการฝึกอบรมตามความเหมาะสม เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความรู้และความชำนาญในการดำเนินงาน พร้อมทั้งจัดทำและควบคุมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อม

มาตรฐาน Green Globe สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ถือเป็นความริเริ่มอีกประการหนึ่งเพื่อส่งเสริมแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมแบบยั่งยืน เพื่อให้คงรักษาสภาพแวดล้อมที่ดี และพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม โดย Green Globe คือ โครงการการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมครอบคลุมไปถึงการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันมีสมาชิกโครงการอยู่ทั่วโลกในกว่า 100 ประเทศ จุดประสงค์ของโครงการคือ การสร้างความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม และยกระดับการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม สำหรับมาตรฐาน Green Globe ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยโครงการ Green Globe และ SGS GROUP โดยการสนับสนุนจาก WTTC (World Travel and Tourism Council) มาตรฐาน Green Globe สามารถที่จะนำไปใช้กับองค์กรต่าง ๆ ในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกประเภทที่ต้องการให้มีการตรวจประเมินถึงความสำเร็จของการพัฒนาแบบยั่งยืนขององค์กร การได้การรับรองมาตรฐานนี้หมายถึงการที่องค์กรนั้นได้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเภท ชนิด และสถานที่ขององค์กร ซึ่งพิจารณาโดยการปรึกษาร่วมกับหลายฝ่าย อาทิ ชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

ข้อกำหนดของมาตรฐาน Green Globe ครอบคลุมประเด็นหลักในเรื่องผลงานของระบบการจัดการ 5 หัวข้อ คือ 1.) การลดปริมาณของเสีย การนำกลับมาใช้ใหม่ การนำไปแปรรูป 2.) ประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน การอนุรักษ์และการจัดการพลังงาน 3.) การจัดการเรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำ 4.) นโยบายการจัดซื้อที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ 5.) การพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรม ในเรื่องของการจัดการสำหรับประเด็นต่าง ๆ ต้องมีการจัดทำระบบการจัดการ เพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายที่ได้จัดตั้งไว้ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ (สมบัติ จังเศรษฐกุล. 2542: 54-56).

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ.2535 มีรายละเอียดมาก ผู้วิจัยจึงขอสรุปประเด็นสำคัญๆ ไว้ต่อไปนี้ พ.ร.บ.ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่จัดการสิ่งแวดล้อมแบบรอบด้านทั้งมลพิษทางน้ำ ทางอากาศ เสียง และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และพยายามสร้างความเป็นเอกภาพ ในการบังคับใช้กฎหมาย ด้วยการให้เจ้าพนักงานควบคุมมลพิษที่ได้รับการแต่งตั้งตามกฎหมายนี้ ควบคุมดูแลว่ามีการบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ อย่างจริงจัง มีการปรับปรุงกฎหมาย ว่าด้วยการจัดทำรายงานและผลกระทบสิ่งแวดล้อมและขั้นตอนการให้ความเห็นชอบแก่รายงานให้มีประสิทธิภาพและรัดกุม

ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังได้รับเอาหลักการทางเศรษฐศาสตร์ทางการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น หลักผู้ก่อมลพิษต้องจ่าย (Polluter Pays Principle) และการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการรักษาสีงแวดล้อมมาบัญญัติไว้ในที่นี้จะขอล่าวถึงสาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้พอสังเขป ดังนี้ พ.ร.บ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ.2535 และยกเลิก พ.ร.บ. สิ่งแวดล้อมฉบับเดิม พ.ศ.2518

5.3 ตัวอย่างขั้นตอน หลักเกณฑ์ และวิธีการประเมินเพื่อกำหนดมาตรฐาน

5.3.1 หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2548 : ออนไลน์) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ประกาศ เรื่อง กำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กล่าวถึงขอบข่ายมาตรฐานบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การกำหนดคุณลักษณะโฮมสเตย์ในประเทศไทย ที่มีการจัดบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน 8 ด้าน ประกอบด้วย ที่พัก อาหารและโภชนาการ ความปลอดภัย การจัดการ กิจกรรมท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม มูลค่าเพิ่ม และการส่งเสริมการตลาด และได้กล่าวว่า โฮมสเตย์ไทย หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพักรวมกับเจ้าของบ้านหลังเดียวกัน และศึกษาธรรมชาติ วิถีชีวิตไทยหรือวัฒนธรรมไทย โดยมีการจัดบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร และได้จัดระเบียบต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

การกำหนดหลักเกณฑ์ การประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติ สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งประกอบด้วยเรื่องต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. การแต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาโครงการ กำหนดมาตรฐานต้นแบบที่พัก สัมผัสวัฒนธรรมชนบท โดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินการแต่งตั้ง ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านโฮมสเตย์ เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาโครงการ โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นประธานคณะกรรมการ และมีผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาบริการท่องเที่ยวเป็นเลขานุการโดยตำแหน่ง

2. การแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินโฮมสเตย์ ในแต่ละจังหวัดที่มีโฮมสเตย์ตั้งอยู่ ทางสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจะประสานงานไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจประเมินโฮมสเตย์ประจำจังหวัด ซึ่งมีหน้าที่ประเมินโฮมสเตย์ในจังหวัด คณะกรรมการดังกล่าวประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

3. การกำหนดระยะเวลา การยื่นขอรับการประเมินและการประเมินของกรรมการ

3.1 โฮมสเตย์ที่มีความประสงค์จะขอรับการประเมินคุณภาพมาตรฐานสามารถขอรับแบบและยื่นความประสงค์ขอรับการประเมินได้ที่สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬานันทนาการจังหวัดที่โฮมสเตย์ตั้งอยู่ หรือที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนมีนาคมของทุกปี

3.2 การประเมินโฮมสเตย์ของคณะกรรมการตรวจประเมินโฮมสเตย์ประจำจังหวัดจะดำเนินการปีละ 1 ครั้ง ระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนของทุกปี และจะต้องส่งผลการประเมินตามแบบที่กำหนดไปยังสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ภายในวันที่ 15 สิงหาคม ของทุกปี

3.3 จำนวนกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไปประเมินจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 4 คน จึงถือว่าการประเมินครั้งนั้นสมบูรณ์

วิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์

1. การสร้างแบบประเมิน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ ใช้แบบประเมิน โดยมีเนื้อหาตามกรอบชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ 8 ด้าน และ 43 ตัวชี้วัด กำหนดให้เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) มี 6 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (5 คะแนน) ระดับมาก (4 คะแนน) ระดับปานกลาง (3 คะแนน) ระดับน้อย (2 คะแนน) ระดับน้อยที่สุด (1 คะแนน) และระดับไม่มี/ไม่ทำ (0 คะแนน)

2. วิธีการประเมิน วิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และขั้นตอนที่กำหนดไว้ โดยผู้ประเมินจะใช้แบบประเมินตามคู่มือ และมีวิธีการประเมิน ดังนี้

2.1 กรรมการตรวจประเมินที่เข้าไปดำเนินการประเมินทุกคนจะเข้าไปในเขตพื้นที่ที่ตั้งโฮมสเตย์ที่ขอรับการประเมิน และเริ่มประเมินตามแบบที่กำหนดไว้

2.2 วิธีการวัดว่าในแต่ละตัวชี้วัดมีคุณภาพอยู่ในระดับใดนั้น ผู้ประเมินสามารถใช้วิธีการสอบถาม สังเกต และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ประกอบการตัดสินใจ

2.3 ในการดำเนินการตรวจประเมินแต่ละครั้ง คณะกรรมการตรวจประเมินปฏิบัติตามขั้นตอนต่อไปนี้ ขั้นตอนที่ 1 เลขานุการคณะกรรมการตรวจประเมินประจำจังหวัดประสานงานคณะกรรมการทั้งหมด เพื่อประชุมเตรียมความพร้อมและกำหนดวันประเมิน ขั้นตอนที่ 2 แจ้งกำหนดการประเมินไปยังสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือที่ศูนย์ฝึกอบรมและวิจัยเพื่อการพัฒนาภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก ขั้นตอนที่ 3 คณะกรรมการเดินทางเข้าพื้นที่เพื่อตรวจประเมินโฮมสเตย์ตามกำหนดการ โดยใช้แบบประเมินตามตัวอย่างในคู่มือคัดสรร

2.4 เมื่อกรรมการแต่ละคนประเมินเสร็จแล้ว เลขานุการของคณะกรรมการฯ จะเป็นผู้รวบรวมผลการประเมินเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวิธีการที่กำหนดไว้ในข้อ 2.3 หลังจากนั้นนำผลการวิเคราะห์เสนอประธานคณะกรรมการ เพื่อส่งไปยังสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาต่อไป โดยเอกสารที่ส่งประกอบด้วยผลของการประเมินของคณะกรรมการทุกคน และสรุปผลการประเมิน

2.5 เมื่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตรวจสอบความถูกต้องของผลการประเมินแล้วส่งผลการประเมินให้คณะกรรมการที่ปรึกษาโครงการ พิจารณา และรับรองผลดังกล่าว หลังจากนั้นจะแจ้งให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทราบผลโดยแจ้งผ่าน จังหวัดที่โฮมสเตย์ตั้งอยู่

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 หลังจากทีคณะกรรมการ ลงในพื้นที่ตั้งโฮมสเตย์ ที่ขอรับการประเมิน และได้ดำเนินการประเมินตามแบบประเมินเรียบร้อยแล้ว จะนำแบบประเมินดังกล่าวมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการทางสถิติ ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์โดยสมการ ดังนี้

$$\bar{x} = \bar{x}_1 + \bar{x}_2 + \bar{x}_3 + \bar{x}_4 + \bar{x}_5 + \bar{x}_6 + \bar{x}_7 + \bar{x}_8$$

ความหมายของสัญลักษณ์

\bar{x} คือค่าเฉลี่ยทั้งหมด

\bar{x}_1 คือค่าเฉลี่ยด้านที่พัก

\bar{x}_2 คือค่าเฉลี่ยด้านอาหารและโภชนาการ

\bar{x}_3 คือค่าเฉลี่ยด้านความปลอดภัย

\bar{x}_4 คือค่าเฉลี่ยด้านการจัดการ

\bar{x}_5 คือค่าเฉลี่ยด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

\bar{x}_6 คือค่าเฉลี่ยด้านสภาพแวดล้อม

\bar{x}_7 คือค่าเฉลี่ยด้านมูลค่าเพิ่ม

\bar{x}_8 คือค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 การจัดลำดับความสำคัญของมาตรฐานแต่ละด้านจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนาโฮมสเตย์ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2546 ซึ่งผู้เข้าสัมมนาประกอบด้วย นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และผู้สนใจทั่วประเทศ

3.3 การสร้างสมการเพื่อนำไปหาค่าเฉลี่ยรวมจากผลการจัดลำดับความสำคัญ

3.4 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.17-5.00 หมายถึง โฮมสเตย์มีระดับดีเยี่ยม

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.33-4.16 หมายถึง โฮมสเตย์มีระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.49-3.32 หมายถึง โฮมสเตย์มีระดับดี

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.65-2.48 หมายถึง โฮมสเตย์มีระดับต้องปรับปรุง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.81-1.64 หมายถึงโฮมสเตย์มีระดับต้องปรับปรุงมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.00-0.80 หมายถึง โฮมสเตย์มีระดับต้องปรับปรุงมากที่สุด

ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อพิจารณาโฮมสเตย์ได้มีคุณภาพมาตรฐาน ตามกรอบดัชนีชี้วัด พิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดที่ได้ คือ ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 ขึ้นไป จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

โฮมสเตย์ในกลุ่มดังกล่าวถือว่ามีความคุณภาพมาตรฐาน ส่วนกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยรวมต่ำกว่า 2.49 ถือว่าเป็นโฮมสเตย์ที่ต้องปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นต่อไป

5.3.2 วิธีการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาตรฐาน Clean Food Good Taste (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2549: ออนไลน์)

สำหรับกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาตรฐาน Clean Food Good Tasts นั้น กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้กล่าวไว้ว่า ร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารถูกสุกลักษณะได้มาตรฐานท้องถิ่น หมายถึงร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์มาตรฐานตามเทศบัญญัติหรือข้อกำหนดของท้องถิ่น (เทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล) หรือกรณีที่เทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล ยังไม่มีการออกเทศบัญญัติหรือข้อกำหนด ก็จะถือตามข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารของร้านอาหาร และแผงลอยจำหน่ายอาหาร ที่ออกโดยกรมอนามัย และมีขั้นตอนการดำเนินโครงการสรุปได้ดังนี้

1. ประชุมชี้แจงผู้ประกอบการค้าอาหาร เกี่ยวกับ รายละเอียด วัตถุประสงค์ และเงื่อนไขการเข้าร่วมโครงการของสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหาร กล่าวคือ สมัครงเข้าร่วมโครงการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และต้องปรับปรุงสภาพให้ได้มาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหารภายใต้การตรวจแนะนำของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น สำหรับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจตัดสิน ใช้หลักเกณฑ์ตามข้อกำหนดมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหารของสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหาร ตามเทศบัญญัติของราชการส่วนท้องถิ่นหรือกรมอนามัย เกณฑ์มาตรฐานทางแบคทีเรีย โดยการตรวจโคลิฟอร์มแบคทีเรีย โดยน้ำยาตรวจ การปนเปื้อนเบื้องต้น (SI-2) และมีการใช้หลักเกณฑ์การประกันคุณภาพ

2. เปิดให้ผู้ประกอบการค้าอาหารสมัครเข้าร่วมโครงการ โดยร่วมกับชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร หรือองค์กรประชาชนที่สนใจ

3. คณะกรรมการโครงการระดับภูมิภาคและท้องถิ่นที่ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ชมรมผู้ประกอบการค้าอาหาร องค์กรประชาชนร่วมกันตรวจแนะนำ และตรวจตัดสินโดยอาศัยเกณฑ์มาตรฐานทางกายภาพ มาตรฐานทางแบคทีเรีย ตามที่กำหนดไว้

4. ดำเนินการประกันคุณภาพ โดยมีการตรวจติดตามประเมินผลของสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหาร ที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

5. หน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นสามารถรับเรื่องราวร้องทุกข์ และแก้ไขปัญหา

6. เมื่อตรวจตัดสินให้สถานประกอบการค้าอาหารได้ป้ายสัญลักษณ์แล้ว ในการมอบป้ายจะต้องระบุ วันที่ เดือน และปีที่หมดอายุบนป้ายด้วย

7. สำหรับการประชาสัมพันธ์ป้าย เจ้าของสถานประกอบการสามารถจัดทำป้ายไฟตามขนาดที่ต้องการได้โดยรูปแบบไม่แตกต่างจากรูปแบบกรมอนามัย รวมถึงต้องเสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วย

หลักเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ในการตรวจตัดสิน Clean Food Good Taste

1. เกณฑ์มาตรฐานทางกายภาพตามข้อกำหนดสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่าย อาหารที่จะได้รับรองมาตรฐานตามข้อกำหนดพื้นฐานของท้องถิ่น หรือตามข้อกำหนดมาตรฐาน คือ ใบอนุญาตหรือหนังสือรับรองการแจ้งของทางราชการส่วนท้องถิ่น ได้มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารของ ท้องถิ่น หรือของกรมอนามัย เช่น ร้านจำหน่ายอาหาร มีมาตรฐานสุขาภิบาลอาหารจำนวน 15 ข้อ แผงลอยจำหน่ายอาหารมีมาตรฐานสุขาภิบาลอาหาร จำนวน 12 ข้อ โรงอาหารมีมาตรฐานสุขาภิบาล อาหาร จำนวน 30 ข้อ

2. เกณฑ์มาตรฐานทางแบคทีเรีย โดยการตรวจโคลิฟอร์มแบคทีเรียอย่างง่าย ด้วยน้ำยาตรวจหาเชื้อโคลิฟอร์มขั้นต้น (SI-2) จำนวน 10 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ตัวอย่างอาหาร จำนวน 5 ตัวอย่าง ตัวอย่างภาชนะ จำนวน 3 ตัวอย่าง ตัวอย่างมือผู้สัมผัสอาหาร จำนวน 2 ตัวอย่าง ผลของการตรวจตัวอย่างจำนวน 1 ตัวอย่างจะต้องไม่พบการปนเปื้อนร้อยละ 90 ขึ้นไป

5.4 ระดับของมาตรฐาน

กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (กองส่งเสริมพัฒนาด้านการมาตรฐาน, 2548: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงมาตรฐานที่กำหนดขึ้นนั้น จำแนก โดยระดับแล้วอาจมีได้หลายระดับ (level) ทั้งนี้ โดยพิจารณาจากการกำหนดขึ้นและการนำไปใช้ ระดับมาตรฐานดังกล่าวแยกได้เป็น 6 ระดับ ดังนี้

1. มาตรฐานระดับบุคคล (individual standard) เป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นโดยผู้ ที่ต้องการใช้แต่ละบุคคล รวมไปถึงการกำหนดโดยแต่ละหน่วยงานเพื่อให้เป็นไปตามความประสงค์ ของแต่ละคนหรือแต่ละหน่วยงานนั้น เช่น ข้อกำหนดในการทำเฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้น การออกแบบ บ้านแต่ละหลัง เชื่อมแต่ละแห่ง การสร้างสะพาน การสร้างโรงงาน ทำผลิตภัณฑ์เฉพาะ ฯลฯ

2. มาตรฐานระดับบริษัท (company standard) เป็นมาตรฐานที่เกิดขึ้นจากการ กำหนดขึ้นโดยการตกลงร่วมกันของแผนกในบริษัท เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบการผลิต การซื้อขาย ฯลฯ

3. มาตรฐานระดับสากล (association standard) เป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นจาก กลุ่มบริษัท หรือโดยกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวงการค้าเดียวกัน หรือเกิดจากข้อตกลงของกลุ่มบริษัทหรือ โรงงานที่มีกิจกรรมของอุตสาหกรรมเป็นอย่างเดียวกัน หรือมีการผลิตของชนิดเดียวกัน เช่น กลุ่ม ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ รถจักรยานยนต์ สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ เป็นต้น

4. มาตรฐานระดับประเทศ (national standard) เป็นมาตรฐานที่ได้จากการ ประชุมหารือเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายในชาติ โดยมีหน่วยงานมาตรฐานของ ชาตินั้น ๆ เป็นศูนย์กลาง ซึ่งหน่วยงานมาตรฐานของชาตินี้ อาจเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนก็ได้

5. มาตรฐานระดับภูมิภาค (regional standard) เป็นมาตรฐานที่เกิดขึ้นจากการประชุมปรึกษาหารือกันระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกัน แล้วกำหนดขึ้นตกลงร่วมกัน ส่วนมากจะเป็นการปรับมาตรฐานระดับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน ให้มีสาระสำคัญสอดคล้องกัน

6. มาตรฐานระดับระหว่างประเทศ (international standard) เป็นมาตรฐานที่ได้จากข้อตกลงร่วมกันของประเทศสมาชิกต่าง ๆ ที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น มาตรฐานระหว่างประเทศขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standard – ISO)

5.5 หลักการของมาตรฐาน

เนื่องจากกองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้ใช้คำว่ามาตรฐาน แทนมาตรฐาน ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน การมาตรฐานจึงหมายถึงมาตรฐานนั่นเอง และได้กล่าวถึงหลักการมาตรฐาน ที่สำคัญ 6 หลักการ สรุปได้ดังนี้ (กองส่งเสริมพัฒนาด้านการมาตรฐาน. 2548: ออนไลน์)

หลักการที่ 1 หลักของการลดแบบและขนาด หลักการนี้สืบเนื่องมาจากความคิดของมนุษย์ที่ต้องการให้การดำเนินชีวิตของเราเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การลดแบบและขนาดของสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายให้เข้ารูปเข้าแบบที่เหมาะสม จึงเป็นการทำสิ่งที่ยุ่งยากให้ง่ายขึ้น ขจัดความฟุ่มเฟือยของแบบและขนาดที่ไม่จำเป็น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดความยุ่งยากและซับซ้อนในสังคมปัจจุบัน รวมทั้งเพื่อป้องกันความยุ่งยากที่ไม่จำเป็นในอนาคตด้วย

หลักการที่ 2 หลักของการเห็นพ้องต้องกัน การมาตรฐานเป็นกิจกรรมที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ในการกำหนดมาตรฐานจึงต้องอาศัยความเห็นพ้องต้องกันของทุกฝ่าย และต้องเป็นการเห็นพ้องกันที่เป็นที่ยอมรับด้วย

หลักการที่ 3 มาตรฐานแม้จะมีเนื้อหาดีเด่นเพียงใดก็ตาม หากไม่มีใครนำเอามาตรฐานไปใช้แล้วก็ถือว่ามาตรฐานนั้นเป็นเพียงเอกสารที่ไม่มีคุณค่า เพราะไม่สามารถทำให้เกิดประโยชน์จากมาตรฐานดังกล่าวได้

หลักการที่ 4 มาตรฐานต้องทันสมัยอยู่เสมอ มาตรฐานควรจะได้รับทบทวนและปรับปรุงให้ทันสมัย เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบันอยู่เสมอ ต้องไม่หยุดนิ่งเป็นเวลานาน โดยทั่วไปมาตรฐานทุกเรื่องจะต้องได้รับการตรวจสอบ หรือการปรับปรุงแก้ไขทุก ๆ 5 ปี

หลักการที่ 5 มาตรฐานต้องมีข้อกำหนดที่จำเป็น ข้อกำหนดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเรื่องใดเรื่องหนึ่งควรจะมีการระบุคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพของการนำไปใช้งาน คุณภาพของวัตถุดิบ ฯลฯ โดยการกำหนดคุณลักษณะแต่ละรายการต้องชัดเจน และต้องมีข้อกำหนดวิธีทดสอบผลิตภัณฑ์ไว้ด้วย เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นไปตามข้อกำหนดในมาตรฐานหรือไม่

หลักการที่ 6 มาตรฐานควรมีการนำไปใช้โดยเสรี เชื่อกันว่าการนำมาตรฐานไปใช้โดยสมัครใจจะได้ผลดีกว่า แต่ในกรณีที่จำเป็นต้องมีการบังคับใช้มาตรฐาน ก็ควรจะได้มีการพิจารณาอย่างรอบคอบในทุก ๆ ด้าน

5.6 ประโยชน์ของมาตรฐาน

ประโยชน์ของมาตรฐานนั้น กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้กล่าวว่าการมาตรฐานอำนวยความสะดวกหลาย ๆ ฝ่าย ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และต่อเศรษฐกิจของชาติโดยส่วนรวมด้วย กล่าวสรุปได้ดังนี้ (กองส่งเสริมพัฒนาด้านการมาตรฐาน. 2548: ออนไลน์)

1. ประโยชน์ของการมาตรฐานต่อผู้ผลิต ได้แก่ ลดจำนวนวิธีหรือทางปฏิบัติ เพื่อให้ได้ผลอย่างเดียวกัน ให้เหลือเท่าที่จำเป็น โดยมีการเปลี่ยนแปลงสายการผลิตให้น้อยลง ลดเครื่องมือ เครื่องจักร และเวลาที่ใช้ และลดจำนวนแบบและขนาดให้เหลือน้อยลง ด้วยการใช้แบบและขนาดที่สับเปลี่ยน ทดแทนกันได้ ทำให้สามารถใช้เครื่องจักรช่วยในการผลิตได้มากขึ้น และสิ่งของที่ผลิตขึ้นมีความสม่ำเสมอ ในสายการผลิตเดียวกัน สามารถผลิตสิ่งของอย่างเดียวกันติดต่อกันได้นานขึ้น เสียเวลาในการปรับตั้งเครื่องจักรเพื่อเปลี่ยนไปผลิตสิ่งของอื่นน้อยลงและประหยัดทั้งเครื่องมือในการปรับตั้ง และวัสดุที่ใช้ในการทดลองผลิต กับเปลี่ยนส่วนที่สึกหรอของเครื่องจักรได้ง่าย รวมทั้งลดความยุ่งยากและค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพ ชดเชยอุบัติเหตุในการทำงานลดลง ลดปริมาณวัสดุ ส่วนประกอบ อะไหล่ และสินค้าที่ต้องมีไว้สำหรับใช้ในและจำหน่าย อันก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต ซึ่งนำไปสู่การลดต้นทุนการผลิต ราคา และเพิ่มปริมาณการขาย

2. ประโยชน์ของการมาตรฐานต่อผู้ประกอบการบริโภค กล่าวคือ ความปลอดภัยในการใช้งาน และการบริโภค สะดวก ประหยัดเงินและเวลาในการเลือกซื้อ-เลือกใช้ เพราะผลิตภัณฑ์มาตรฐาน สามารถสับเปลี่ยนทดแทนกันได้ และได้รับความเป็นธรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์มาตรฐานจะมีคุณภาพสมราคา และสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ และยังสามารถซื้อหาสินค้าที่มีคุณภาพ และสมรรถนะในการทำงานได้อย่างเดียวกันราคาต่ำลง

3. ประโยชน์ของการมาตรฐานต่อเศรษฐกิจโดยรวม หรือประโยชน์ร่วมกัน ได้แก่ ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เพราะมีความเข้าใจที่ตรงกัน รวมถึงการประหยัดกำลังคน การใช้วัสดุและเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการจัดหาการส่งสินค้าออกสู่ตลาดการใช้บริการทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตและราคาจำหน่ายลงได้ และเป็นการสร้างพื้นฐานการเปรียบเทียบก่อให้เกิดความยุติธรรมในการซื้อขายและเป็นพื้นฐานการแข่งขันในเชิงการค้า รวมทั้งเป็นการประหยัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ เพราะสามารถใช้ทรัพยากรของประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมเป็นการสร้างความนิยมเชื่อถือในสินค้าที่ผลิตขึ้น แก่ผู้ใช้ทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ ขยายตลาดสินค้าอุตสาหกรรมอันได้แก่กิจการอุตสาหกรรมและการพัฒนาการเศรษฐกิจของประเทศ

5.7 เหตุผลในการสร้างมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว

พัชริน ดำรงกิตติกุล (2543: 17-18) ได้ให้เหตุผลของการสร้างระบบรับรองคุณภาพ Ecotourism ซึ่งระบบรับรองดังกล่าวมีความหมายใกล้เคียงกับเหตุผลของการกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สรุปไว้ว่า เนื่องจากสถานการณ์ ecotourism ปัจจุบันมีอยู่หลากหลายรูปแบบกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ และมีหน่วยงานทุกระดับให้การสนับสนุนแต่ละกลุ่มมีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันไป ทำให้ขาดมาตรฐานเกณฑ์กลางประเมินคุณภาพการจัดการ รวมทั้งขาดกลไกรับรองมาตรฐานคุณภาพ ทำให้กลุ่มที่ทำ ecotourism ที่มีคุณภาพจริงไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดได้ ดังนั้นหากมีระบบรับรองมาตรฐานคุณภาพ ecotourism นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจะมีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการ และได้รับความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจ ecotourism ก็ได้ลดต้นทุนด้านการจัดการ เนื่องจากในกระบวนการจัดการ ecotourism จะมีการประหยัดพลังงานใช้ทรัพยากรด้านต่าง ๆ เช่น การประหยัดน้ำ ตลอดจนลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องและแตกต่างกับนักวิชาการท่านอื่น ได้แก่

นิออน ศรีสมยง (2548: 30-31) ได้กล่าวถึงบทบาทและประโยชน์ของตรารับรองสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อผู้ประกอบการ ต่อชุมชน และต่อนักท่องเที่ยว ไว้ว่าตรารับรองสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในชุมชน ช่วยกระตุ้นผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนให้ตระหนักถึงผลกระทบของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวอาจมีต่อสิ่งแวดล้อม ใช้กดดันให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวให้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีบทบาทและประโยชน์สรุปได้ ดังนี้ ดังนี้

1. บทบาทและประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ได้แก่ การประหยัดค่าใช้จ่าย จะช่วยสนับสนุนการลดปริมาณการใช้พลังงาน ลดปริมาณของเสีย และส่งเสริมการใช้น้ำอย่างประหยัด การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้มาตรฐานได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวและจากชุมชน จนได้ตรารับรองสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ประกอบการในเรื่องของคุณภาพ และการช่วยประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการส่งเสริมการขาย เกิดการยอมรับจากชุมชน

2. บทบาทและประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านที่พัก บริษัทนำเที่ยว หรือบริษัทขนส่ง เพื่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อีกทั้งนักท่องเที่ยวได้รับการประกันว่าผู้ประกอบการที่

นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี มีคุณภาพ ความสะอาด และความปลอดภัย ได้อย่างน่าพึงพอใจ

3. บทบาทและประโยชน์ต่อชุมชน ได้แก่ เมื่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้รับตรารับรองสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงร่วมกับผู้ประกอบการ ชุมชนได้รับประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยตรงจากการท่องเที่ยว สร้างงานและรายได้ และมีสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อการพักอาศัยในชุมชน ดังนั้นตรารับรองสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในชุมชน ช่วยกระตุ้นผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและชุมชนให้ตระหนักถึงผลกระทบของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อม ใช้กดดันให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวให้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

5.8 การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว นั้น นักวิชาการทางด้านกรการท่องเที่ยว มนัส สุวรรณ (2545: 411-413) ได้กล่าวถึงการกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1. ระบบมาตรฐานคุณภาพแห่งท่องเที่ยว แนวคิดระบบมาตรฐานสากลมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การดำเนินกิจการไม่ว่าจะเป็นการผลิตหรือบริการก็ตาม ต้องให้ลูกค้าผู้ใช้บริการพอใจมากที่สุดและยืนยาวที่สุด การท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ ในฐานะที่เป็นภาคเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดงานและรายได้โดยรวมแก่ประเทศค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับเศรษฐกิจภาคอื่น และให้ความสำคัญในการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้คงศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมีความสำคัญและความจำเป็นที่ต้องมีการดำเนินการควบคู่กันไป และการกำหนดรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ ถือว่ามีความจำเป็นเร่งด่วน เหตุผลสำคัญสำหรับความจำเป็นที่ต้องมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีอย่างน้อย 2 ประการ คือ ประการแรกตลาดการท่องเที่ยว ในภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มขึ้นมากมายและเปิดกว้างให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือก การใช้เพียงศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่เป็นการเพียงพอ มาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยธรรมชาตินักท่องเที่ยวไม่ต้องการไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่มีความปลอดภัย เต็มไปด้วยการเอารัดเอาเปรียบ หรือขาดสาธารณูปโภค/สาธารณูปการที่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้ต้องมีการบริหารจัดการให้เหมาะสม ประการที่สอง กระแสความสนใจของประชาคมโลกในปัจจุบันเน้นการแข่งขันอย่างเสรีโดยให้มีการกีดกันทางด้านการค้าให้น้อยที่สุด ในสภาวะการณ์เช่นนี้การจะได้ส่วนแบ่งของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวใน

ประเทศในสัดส่วนที่สูง จำเป็นที่แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพเพื่อให้เป็นสากล

2. การกำหนดดัชนีชี้วัดมาตรฐานคุณภาพ การกำหนดมิติ คุณลักษณะของแต่ละมิติ และดัชนีในแต่ละคุณลักษณะ เนื่องจากตามหลักการและแนวคิดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพของสิ่งใดก็ตาม นิยามที่จะประเมินในภาพรวมทั้งหมด ฉะนั้นมิติคุณลักษณะและดัชนีชี้วัดจึงต้องครอบคลุมบริบททั้งหมดของสิ่งนั้น อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติมักพบปัญหาการประเมินคุณภาพอยู่เสมอ และการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวคงไม่สามารถทำการประเมินแยกส่วนได้ ด้วยเหตุผลที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1.) แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยหลายองค์ประกอบรวมกัน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการ ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ สาธารณูปโภค/สาธารณูปการ ทำเลที่ตั้ง รวมไปถึงคุณค่าต่าง ๆ เชิงการท่องเที่ยว ถ้ามิติต่าง ๆ เหล่านี้แยกประเมินออกเป็นส่วน ๆ อาจทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ และ 2.) แหล่งท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งมีขนาดของพื้นที่และการบริการไม่กว้างขวางใหญ่โตนัก ดังนั้น การกำหนดมิติน้อย ๆ และแยกนำไปใช้ในการประเมินอาจทำให้ผลที่ได้จากการประเมินไม่มีนัยสำคัญ

3. การกำหนดค่าน้ำหนักและเกณฑ์ในการประเมิน ส่วนใหญ่ดัชนีชี้วัดได้กำหนดค่าน้ำหนักเท่ากันหมด ระดับมาตรฐานคุณภาพจากการประเมินได้มาเพียงระดับความเข้มข้น และ/หรือความเหมาะสมโดยอาจกำหนดด้วยมาตรฐานกำหนดค่าเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย หรือเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ความจริงแล้วแต่ละดัชนีที่ใช้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวมีน้ำหนักไม่เท่ากัน ดัชนีชี้วัดในมิติด้านวิถีชีวิตอาจมีค่าน้ำหนักน้อยสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ในทำนองเดียวกัน ดัชนีชี้วัดในมิติด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมอาจมีค่าน้ำหนักน้อยสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม และมนัส สุวรรณ ได้เสนอการใช้ดัชนีชี้วัดที่กำหนดค่าน้ำหนักของแต่ละดัชนีแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อความถูกต้องและเชื่อถือได้สูงสุด การกำหนดค่าดัชนีชี้วัดควรให้ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะเป็นผู้กำหนด แล้วใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย

5.9 ดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว

ได้มีการศึกษาและสรุปดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และกำหนดกรอบสำหรับการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวไว้ 7 มิติ สรุปได้ดังนี้ (มนัส สุวรรณ และคณะ. 2544: 50)

- 1) มิติด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
- 2) มิติด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดการขยะมูลฝอย คุณภาพน้ำ อากาศ-เสียง และความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม

3) มิติด้านเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ ผลประโยชน์ต่อชุมชน ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง การมีส่วนร่วมของชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม

4) มิติด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ คุณค่าทางอัตตลักษณ์ ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ คุณค่าของประวัติศาสตร์ ของสังคมและทางสุนทรียศาสตร์

5) มิติด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ได้แก่ คุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ทางสุนทรียภาพ ทางวิทยาการ และการศึกษา คุณค่าทางสังคม ขนาดความสำคัญของกลุ่มสิ่งก่อสร้าง สภาพทางกายภาพในปัจจุบัน ความเสี่ยงต่อการเสื่อมสภาพ

6) มิติด้านคุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา

7) มิติด้านการบริหารและการจัดการ ได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก การให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การบริหารบุคลากร

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบสรุปมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดัชนีของมาตรฐานทั้ง 7 ด้าน ของมนัส สุวรรณ (มนัส สุวรรณ. 2544: 115-131) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 2 องค์ประกอบของมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
1. ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	1. ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว (ทำเลที่ตั้งเหมาะสม, สภาพแวดล้อมเหมาะสม, เป็นที่ยอมรับและพอใจของชุมชนในท้องถิ่น) <ul style="list-style-type: none">- ความเหมาะสมตามหลักการใช้พื้นที่- อยู่ห่างจากพื้นที่ที่มีคุณค่าเชิงการอนุรักษ์- รบกวนชุมชนน้อยที่สุด- ช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติหรือวัฒนธรรมของพื้นที่- เป็นที่ยอมรับของประชาชนในท้องถิ่น 2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ความใกล้-ไกลจากถนนสายหลัก/รอง, คุณภาพของเส้นทาง, ความสะดวกและความปลอดภัย) <ul style="list-style-type: none">- ความเหมาะสมตามฤดูกาล- ความปลอดภัยในการเดินทาง- คุณภาพของถนน/เส้นทางน้ำ- ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง

ตาราง 2 (ต่อ)

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
	<p>3. ความสมบูรณ์และควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (มีสภาพความเป็นธรรมชาติ/ดั้งเดิม, เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง, ยังคงคุณค่าเชิงการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติและ/หรือสภาพดั้งเดิม - มีคุณค่าหรือเอกลักษณ์พิเศษเชิงการท่องเที่ยว - มีคุณค่าเชิงวิทยาการและการศึกษา - ความกลมกลืนกับธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อม <p>ระดับควมมีชื่อเสียง</p>
<p>2. ด้านการ รักษา คุณภาพ สิ่งแวดล้อม</p>	<p>1. การจัดการขยะมูลฝอย (มีมาตรการในการจัดการขยะมูลฝอยที่มีประสิทธิภาพ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีอุปกรณ์รองรับขยะเพียงพอและเหมาะสม - มีระบบกำจัดขยะที่ถูกต้องวิธี - มีป้ายเตือนให้ทิ้งขยะให้ถูกที่ - การออกแบบที่รองรับขยะมูลฝอยกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม <p>2. การจัดการคุณภาพน้ำ (มีมาตรการในการจัดการคุณภาพน้ำที่มีประสิทธิภาพ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ - น้ำทิ้งปราศจากสารเคมีหรือสารอันตรายในแหล่งน้ำของแหล่งท่องเที่ยว - ความสะอาดของน้ำ - มีระบบตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งอย่างต่อเนื่อง <p>3. การจัดการคุณภาพอากาศ (มีมาตรการในการจัดการคุณภาพอากาศที่มีประสิทธิภาพ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - อากาศปราศจากฝุ่นและควัน - ไม่มีกลิ่นฟุ้งกระจาย - มีการจัดสภาพแวดล้อมให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี <p>4. การจัดการคุณภาพเสียง (มีมาตรการในการจัดการคุณภาพเสียงที่มีประสิทธิภาพ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปราศจากเสียงดังรบกวน (ไม่เกิน 55dhA) - ห่างจากย่านอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมอื่นที่สร้างเสียงรบกวน

ตาราง 2 (ต่อ)

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
	<p>5. ความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม (มีมาตรการดูแลและเฝ้าระวังป้องกันไม่ให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เปราะบางถูกทำลาย, มีมาตรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีมาตรการป้องกันการถูกทำลายอย่างเหมาะสม - มีกลุ่มองค์กรอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น - มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
<p>3. ด้านเศรษฐกิจสังคม</p>	<p>1. ผลประโยชน์ต่อชุมชน (ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากโอกาสทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่)</p> <ul style="list-style-type: none"> - โอกาสทำงานของประชาชนในท้องถิ่น - โอกาสหารายได้จากกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง - การได้ประโยชน์จากสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้น <p>2. ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง (การบริหารจัดการการท่องเที่ยว สามารถพึ่งตนเองได้โดยไม่ต้องอาศัยงบประมาณจากภาครัฐ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดเก็บค่าธรรมเนียมได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย - ความเหมาะสมของการจัดสรรงบประมาณ - ความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ <p>3. ความคุ้มค่าของการเที่ยวชม (นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพอใจและมีความสุขจากการเที่ยวชมหรือประกอบกิจกรรมนันทนาการ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว - ความพอใจในบริการ - ความพอใจในการบริหารจัดการ - ความพอใจในความสะอาดและความปลอดภัย - ความพอใจในมิตรไมตรีจากชุมชนท้องถิ่น <p>4. การมีส่วนร่วมของชุมชน (ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการบริหารจัดการ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของชุมชน - การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ - การเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน

ตาราง 2 (ต่อ)

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
	<p>5. ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม (ชุมชนสามารถรวมกลุ่มเป็นองค์กรในการบริหารจัดการเพื่อธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรเพื่อดูแลการท่องเที่ยว - มีกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น - การริเริ่มกิจกรรมนันทนาการ - จัดตั้งและประสานเครือข่ายวัฒนธรรม - การถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้กับเยาวชน
<p>4. ด้านศิลป-วัฒนธรรม</p>	<p>1. คุณค่าทางอัตลักษณ์ (ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตนทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน - ความต่อเนื่องการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี <p>2. คุณค่าทางภูมิปัญญา และองค์ความรู้ (ลักษณะเด่นเฉพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่น, การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง - ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาและองค์ความรู้ <p>3. คุณค่าทางด้านสุนทรียศาสตร์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม <p>4. คุณค่าทางประวัติศาสตร์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ <p>5. คุณค่าทางสังคม (สามารถสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ, โอกาสของ ชุมชนที่ได้เรียนรู้ความเป็นไปของโลกภายนอกจากนักท่องเที่ยว)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความผูกพันต่อท้องถิ่น - เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี - มีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น

ตาราง 2 (ต่อ)

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
5. ด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี	<ol style="list-style-type: none"> 1. คุณค่าทางสุนทรียภาพ <ul style="list-style-type: none"> - ศิลปกรรม - ความกลมกลืนของสถาปัตยกรรม - ผังบริเวณ 2. คุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ของกลุ่มโบราณสถาน - ประวัติศาสตร์ศิลปะ สถาปัตยกรรม และผังบริเวณ - หลักฐานทางโบราณคดี - อายุสมัย 3. คุณค่าทางวิทยาการ และการศึกษา <ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นของแท้และดั้งเดิม - ความหายาก - การสื่อความหมาย - การเป็นตัวแทน 4. คุณค่าทางสังคม <ul style="list-style-type: none"> - ความผูกพันต่อคนท้องถิ่น 5. ขนาด <ul style="list-style-type: none"> - ขนาด 6. สภาพทางกายภาพในปัจจุบัน <ul style="list-style-type: none"> - บรรยากาศของสถานที่ - ความหนาแน่นที่โล่ง - ความสัมพันธ์กับบริเวณโดยรอบ - ระบบการเข้าถึง - ความสมบูรณ์ของโครงผังรวม - ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน - การประกอบกิจกรรมที่เหมาะสม 7. ความเสี่ยงต่อการเสื่อมสภาพ <ul style="list-style-type: none"> - จากธรรมชาติ - จากการกระทำของมนุษย์

ตาราง 2 (ต่อ)

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
<p>6. คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้ (ความรู้ที่พึงพอใจและความซาบซึ้งในการได้มาที่เกี่ยวขม) <ul style="list-style-type: none"> - ความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเทียว - ความรู้สึกคุ้มค่าต่อการได้มาเยี่ยมชม 2. วิธีการเผยแพร่เนื้อหาความรู้และการใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และการศึกษา <ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้อง - การปฐมนิเทศนักท่องเที่ยวก่อนเที่ยวชม - การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น - การจัดค่ายเยาวชนเพื่อการท่องเที่ยว - จัดโครงการท่องเรียนธรรมชาติ/ศิลปวัฒนธรรม 3. การปรับปรุงปัจจัยและกระบวนการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง <ul style="list-style-type: none"> - มีการดัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ - การให้ความรู้แบบถาวรด้วยการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย
<p>7. ด้านการบริหารและการจัดการ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรและพลังงาน (มีมาตรการในการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างประหยัด) <ul style="list-style-type: none"> - ใช้อุปกรณ์/เครื่องไฟฟ้าแบบประหยัดไฟ - มีการใช้พลังงานจากธรรมชาติ - มีมาตรการให้พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประหยัดพลังงาน - มีมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากร - มีมาตรการเฝ้าระวังและป้องกันผลกระทบ 2. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก (มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการตามความจำเป็นและเหมาะสม) <ul style="list-style-type: none"> - การจัดสร้าง/เตรียมป้ายสื่อความหมาย - สาธารณูปโภค - สาธารณูปการ - มีการตรวจสอบ ซ่อมบำรุง และปรับปรุงส่วนที่เสียหายอย่างต่อเนื่อง

มาตรฐาน	องค์ประกอบ
	<p>3. การให้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน (มีมาตรการคอยควบคุมดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีเจ้าหน้าที่ดูแล/รักษา - มีการติดตั้งป้าย/สัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม - มีสัญญาณเตือนภัย - มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย - มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาล - มีแผนป้องกันภัย
	<p>4. การบริหารบุคลากรและงบประมาณ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความเหมาะสมและเพียงพอของบุคลากร - มาตรการสนับสนุนขวัญและกำลังใจ - มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมอย่างเหมาะสม - ประสิทธิภาพในการบริหารงบประมาณ
	<p>5. การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำป้ายประกาศ/ระเบียบ/ข้อบังคับ/กฎหมาย - ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตามระเบียบข้อบังคับ/กฎหมาย
	<p>6. การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว - มีการจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่

จากองค์ประกอบของมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับองค์ประกอบจากทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และได้นำมากำหนดเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อนำไปจัดทำเป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

6. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นตลาดน้ำในกรุงเทพมหานคร อยู่ที่ริมคลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ตัวตลาดนั้นมีทั้งตลาดบกและตลาดน้ำ สินค้าส่วนใหญ่เป็นอาหาร ขนมแบบไทย ๆ ผลไม้ประจำถิ่น รวมทั้งสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ ส่วนบริเวณที่เป็นแพริมน้ำ ก็จะมีบรรดาแม่ค้านำอาหารทั้ง

คาวหวานต่าง ๆ มาจอดเทียบแพริมน้ำ ตลาดน้ำตลิ่งชันมีเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เริ่มตั้งแต่เวลา 07.00-17.00 น. บางครั้งก็เย็นค่ำ (ฟ้าสาบ กลางกรุง. 2546: 23)

6.1 ประวัติของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มต้นขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2530 บริเวณท้องน้ำริมคลองชักพระหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ถูกกำหนดขึ้นมาให้เป็นตลาดน้ำแห่งใหม่ในเมืองหลวง ตามความมุ่งหมายของกรุงเทพมหานครที่ต้องการรื้อฟื้นตลาดน้ำขึ้นมาอวดโฉมชาวต่างประเทศ โดยทางกรุงเทพมหานครได้ขอความร่วมมือไปยังชาวบ้านให้ช่วยกันนำผลผลิตใส่เรือมาขาย เหมือนเมื่อครั้งตลิ่งชันยังมีตลาดน้ำอยู่ และจากนั้นก็ได้มีการพัฒนา ในปี พ.ศ.2541 ได้ดำเนินการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำขึ้นใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งอนุรักษ์ให้เป็นของดีของเขตตลิ่งชัน เป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ให้มีที่ทำมาหากินและมีรายได้เลี้ยงครอบครัว หรือมีรายได้เสริมให้กับบางครอบครัว และได้รับงบประมาณจากกรุงเทพมหานครในการปรับปรุงซ่อมโป๊ะแพ พัฒนาเส้นทางเข้าสู่ตลาดน้ำ ซึ่งมีเส้นทางรถ 2 เส้นทาง คือ ถนนนิมพิลและถนนชักพระปรับปรุงถนนนิมพิลตั้งแต่การจัดสร้าง สวนหย่อมมุมถนนนิมพิลทั้ง 2 ด้าน เพื่อให้เกิดความสวยงาม ในปี พ.ศ.2542 ได้ปรับปรุงถนนชักพระ ซึ่งเป็นอีกเส้นทางหลัก ปรับปรุงสะพานข้ามคลองตลิ่งชัน เพื่อให้เกิดความสวยงาม การปรับปรุงสถานที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยขอใช้ที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ปรับปรุงลานจอดรถเพิ่มเติมบริเวณหน้าวัดตลิ่งชัน ซึ่งอยู่ใกล้สำนักงานเขต กำหนดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพิ่มส่วนขายตอขนบ เพื่อให้ประชาชนได้มีสถานที่ทำมาหากินเพิ่มขึ้น จัดระเบียบผู้ค้าที่ขนบ และในเรือ ให้เกิดความเรียบร้อย และมีเอกลักษณ์ไทย โดยการสวมเสื้อหม้อฮ่อม หรือเสื้อที่ผลิตจากผ้าไทย รวมทั้งการควบคุมดูแลการให้บริการความสะอาด และราคาอาหาร เพิ่มสีสันให้แก่ตลาดน้ำโดยการจัดดนตรีไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์ดนตรีไทยให้เป็นอย่างแก่รุ่นลูกหลาน และได้จัดตั้ง “ประชาคมตลาดน้ำ” โดยการรวมตัวของผู้ค้าทั้งหมดและให้มีการเลือกกรรมการและประธานประชาคม เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการบริหารตลาดน้ำ โดยประชาคมจะรับผิดชอบในการบริหาร ดูแลผู้ค้าตลาดน้ำ รวมทั้งการเงินของตลาดน้ำ สามารถเลี้ยงดูตนเองได้ และสามารถจัดตั้งเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์ได้ก็ต่อไปในอนาคต ซึ่งสำนักงานเขตฯ ไม่ได้มีการเก็บเงินใด ๆ จากผู้ค้า ให้ประชาคมร่วมกันดูแล แต่ให้เป็นไปตามนโยบายและระเบียบที่สำนักงานเขตฯกำหนด ต่อมากลางปีได้จัดตลิ่งชันทัวร์ เป็นการท่องเที่ยวทางเรือ เพื่อเสริมกิจกรรมของตลาดน้ำ โดยการจัดของประชาคมตลาดน้ำ แต่ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเขต คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักเขตตลิ่งชันมากขึ้น จัดตั้งเวทีประชาคมบริเวณกลางสวนป่าหน้าสำนักงานเขตฯ เพื่อให้เป็นเวทีกลางในการแสดงออกและการแสดงความสามารถต่าง ๆ และมีการปรับปรุงและสร้างโป๊ะแพเพิ่มเติม จัดสร้างสวนผลไม้ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ไม้เก่าแก่ของเขตตลิ่งชันและพัฒนาเรื่อยมา ในปี พ.ศ.2544 เปิดสวนอนุรักษ์ไม้ผลตลิ่งชันเป็น

สวนสาธารณะแห่งแรกที่ปลูกไม้ผล ให้แหล่งพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนและนักท่องเที่ยวรวมไปถึงสถานที่ออกกำลังกายสำหรับพี่น้องประชาชน จัดให้มีแหล่งกลางจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่บริเวณสวนอนุรักษ์ไม้ผล เพื่อให้เกษตรกรได้นำผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายในราคาผู้ผลิตพบผู้บริโภค

ลักษณะโดยทั่วไปของพื้นที่เขตตลิ่งชันจัดเป็นเขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานครมีเนื้อที่ประมาณ 32,855 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 2.09 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีแนวกึ่งกลางคลองมหาสวัสดิ์เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตภาษีเจริญและเขตบางแค มีคลองบางเชือกหนังเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอบางกรวย เขตบางพลัด และเขตบางกอกน้อย มีคลองบางกอกน้อยและคลองชักพระเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตทวีวัฒนา มีถนนกาญจนาภิเษกเป็นเส้นแบ่งเขต

ในอดีตลักษณะสภาพโดยทั่วไปของชุมชน เขตตลิ่งชัน เป็นเขตที่มีสภาพพื้นที่คล้ายเกาะ คือ ล้อมรอบด้วยคลองทั้ง 4 ด้าน ปัจจุบันจากการแบ่งพื้นที่ทำให้เขตตลิ่งชันถูกตัดจากการเป็นเกาะ แต่ก็ยังคงมีน้ำล้อมรอบถึง 3 ด้าน

ทิศเหนือ คลองมหาสวัสดิ์

ทิศใต้ คลองบางเชือกหนัง

ทิศตะวันออก คลองชักพระ และคลองบางกอกน้อย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตทวีวัฒนา

นอกจากคลองใหญ่ทั้ง 3 ด้านที่เป็นคลองหลักแล้ว พื้นที่ภายในยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อย ทั้งที่เป็นคูคลองโดยธรรมชาติและคูคลองที่ขุดขึ้นมาเพื่อการชลประทาน การเกษตรกรรมและเพื่อการคมนาคม ซึ่งทำให้เป็นเขตที่มีโครงข่ายเส้นทางคมนาคมทางน้ำหนาแน่นมาตั้งแต่อดีต การคมนาคมส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นพาหนะ รวมทั้งบ้านเรือนของประชาชนและวัดต่าง ๆ ก็จะต้องอยู่ริมน้ำ เพราะสะดวกแก่การเดินทางอีกทั้งใช้พื้นที่การเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ริมคลอง ฉะนั้น ริมคลองต่าง ๆ จึงเต็มไปด้วยสวนนานาชนิด ทั้งสวนไม้ยืนต้น สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก

ในส่วนของ การคมนาคม ปัจจุบันในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีทางสายหลักอยู่ 3 สาย คือ ถนนบรมราชชนนี ถนนคูขนานลอยฟ้าบรมราชชนนี และถนนราชพฤกษ์ สำหรับการเดินทางโดยรถโดยสารปรับอากาศ ของขนส่งมวลชนกรุงเทพ ใช้รถปรับอากาศ สาย 79

ศาสนา ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ซึ่งมีวัดเป็นจุดศูนย์รวมที่สำคัญในการประกอบพิธีทางศาสนา ทำบุญ ส่วนใหญ่วัดจะตั้งอยู่ริมน้ำ ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก พื้นที่เขตตลิ่งชันมีวัดอยู่จำนวนมากและตั้งอยู่ในบริเวณที่ไม่ห่างกัน วัดในเขตพื้นที่ตลิ่งชันมีจำนวน 29 วัด

6.2 อาชีพและการใช้ที่ดินของพื้นที่บริเวณเขตตลิ่งชัน

เนื่องจากพื้นที่ของเขตตลิ่งชันด้านในยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพเก่าแก่จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ประมาณ 80% ประกอบอาชีพการเกษตร ได้แก่ การทำนา การทำสวนเช่น สวนผัก สวนผลไม้ สวนไม้ดอกต่าง ๆ อาชีพรองลงมา ได้แก่ คำขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นชุมชนที่เข้ามาอยู่ใหม่ในเรื่องการใช้ที่ดิน เพื่อการเกษตรกรรมนั้น เนื่องจากเขตตลิ่งชันมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มรอบด้วยคลองทั้ง 3 ด้าน เมื่อถึงฤดูน้ำมีน้ำท่วมขังในพื้นที่ ซึ่งน้ำจะพัดพาเอาตะกอนปุ๋ยต่าง ๆ มาทิ้งไว้ในพื้นที่จึงทำให้พื้นที่เขตตลิ่งชันอุดมไปด้วยปุ๋ยต่าง ๆ เหมาะกับการปลูกพืชผล เขตตลิ่งชันจึงเป็นแหล่งผลการเกษตรแหล่งใหญ่ที่ส่งผลผลิตออกสู่ตลาดในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น

6.2.1 การทำสวนผัก เกษตรกรในเขตตลิ่งชัน ปัจจุบันมีแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากการทำนาทำสวนพืชผักเพิ่มขึ้น เพราะทำให้ผลคุ้มค่ากว่าเดิมที่เป็นสวนไม้ยืนต้นในเขตตลิ่งชันพบว่าครึ่งหนึ่งของพื้นที่เป็นไร่สวนผัก คือ พื้นที่ทุกแขวงแขวงคลองชักพระ จะมีการปลูกพืชผัก โดยเฉพาะผักจีน เช่น คะน้า กุยช่าย ฯลฯ และสวนพืชผักสวนครัว จำพวก ตะไคร้ โหระพา ขิง ข่า มะกรูดซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสามารถทำรายได้ไม่น้อย

6.2.2 สวนผลไม้และไม้ยืนต้น แต่เดิมเกษตรกรเขตตลิ่งชัน ประกอบอาชีพทำสวนไม้ยืนต้นเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันลดระดับลงเนื่องจากประสบกับภาวะน้ำท่วมอย่างหนัก ปี 2518 และปี 2526 ทำให้การเปลี่ยนแปลงใช้ที่ดินจากการปลูกพืชเพื่อหวังผล เป็นการขยายพันธุ์ไม้ โดยวิธีการตอนและเพาะชำอันได้แก่ มะม่วง กระท้อน กล้วย ทุเรียน มะพร้าว ฯลฯ เพราะให้ผลรวดเร็ว คุ้มค่ากว่า อย่างไรก็ตามพื้นที่ปลูกไม้ผลก็ยังมีเหลืออยู่บ้างรองลงมาจากการทำสวนผัก คือมีปลูกในทุกแขวงยกเว้นแขวงคลองชักพระ

6.2.3 ไม้ดอกไม้ประดับ มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากการทำนา การทำสวนไม้ยืนต้นมาเป็นการปลูกไม้ดอกไม้ประดับ และขยายพันธุ์ไม้ ได้แก่ กล้วยไม้ เยอร์บีรา กุหลาบ โดยใช้พื้นที่ปลูกเป็นอันดับ 3 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมด

6.3 สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน และบริเวณใกล้เคียง

6.3.1 สวนอนุรักษ์ไม้ผลตลิ่งชัน สวนสาธารณะแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสวนผลไม้ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่อยู่ใกล้กับตลาดน้ำตลิ่งชัน และเป็นแหล่งอนุรักษ์ผลไม้ดั้งเดิมของเขตตลิ่งชันไว้ให้ชนรุ่นหลังได้รู้จัก

6.3.2 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2534 เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุครบ 36 พรรษา เป็นหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลด้านมานุษยวิทยา และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น สังคมวิทยา โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปะ ภาษาและวรรณกรรม เป็นแหล่งค้นคว้าศึกษา วิจัย และให้บริการข้อมูลทางด้านมานุษยวิทยา ข้อเสนอแนะ แลกเปลี่ยนข้อมูลอื่น ๆ นอกจากนั้นภายในศูนย์ได้จัดแสดงพระสาทิสลักษณ์เกี่ยวกับพระ

ราชประวัติ ตั้งแต่ทรงพระเยาว์จนถึงพระราชกรณียกิจด้านสังคม วัฒนธรรมในปัจจุบัน รวมถึงการ แลกเปลี่ยนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ศูนย์แห่งนี้ตั้งอยู่ ที่ เลขที่ 20 ถนนบรมราชชนนี แขวงคลองพระ เขตตลิ่งชัน เปิดให้เข้าชมทุกวัน จันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่ เวลา 08.00-17.00 น.

6.3.3 วัดชัยพฤกษมาลา เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร เดิมชื่อว่า "วัดชัยพฤกษ์" เป็นวัดโบราณมีมาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี มีพระเจดีย์สร้างในสมัย รัชกาลที่ 4 ความสูง 10 วา 2 ศอก วัดโดยรอบ 14 วา ได้ทรงทำการบูรณะปฏิสังขรณ์เมื่อ พ.ศ.2478 โดยหม่อมเจ้าเพิ่ม ลดาวัลย์ เสร็จแล้วให้อัญเชิญพระบรมอัฐิ รัชกาลที่ 3 และอัฐิของเจ้านาย อีก หลายพระองค์ มาบรรจุไว้ในพระเจดีย์องค์นี้

6.3.4 วัดจำปา เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ที่มีศิลปกรรมเก่าแก่ และถาวรวัตถุที่ยังคงรักษาไว้จนปัจจุบัน เช่น ธรรมาสน์ ตูพระไตรปิฎก วิหาร รวมถึงที่ดินที่ได้รับ พระราชทานจากรัชกาลที่ 3 ซึ่งขณะนั้นสร้างเป็นสวนปฏิบัติธรรม

6.3.5 วัดไก่เตี้ย สร้างขึ้นปลายสมัยกรุงธนบุรี ราว พ.ศ.2320 โดยเจ้าพระยารัตนา พิพิธและเป็นวัดที่มีขบวนแห่พระบรมสารีริกธาตุจากวัดนางชี เขตภาษีเจริญ มานับร้อยปี เรียกว่า ประเพณีชักพระ

6.3.6 วัดรัชฎาธิฐาน เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี เดิมชื่อ "วัดเงิน" เป็นวัดเก่าสร้าง มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและมีการบูรณะในสมัยรัชกาลที่ 1 โดยกรมสมเด็จพะอมรินทรามาตย์ พระบรมราชินีนาถ และได้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์ โดยพระบรมกษัตริย์เรื่อยมาจนถึง รัชกาลที่ 4 ได้ พระราชทานนาม "วัดรัชฎาธิฐาน" เป็นวัดเก่าแก่ที่มีถาวรวัตถุล้ำค่าที่สร้างในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ รวมถึงพระแท่น ศิลาที่ประทับในการโปรยทานของ รัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 เมื่อครั้งเสด็จ ประพาสต้น

6.3.7 วัดอินทราวาส วัดอินทราวาส เดิมมีนามว่า "วัดอินสรเพชร" ประชาชนนิยม เรียกวัดนี้ว่า "วัดประดู่"

6.3.8 วัดสะพาน สำหรับปูชนียวัตถุที่สำคัญของวัดคือ พระพุทธรูป 3 องค์ ที่รอด จากการถูกทหารพม่าทำลายได้แก่ หลวงพ่อโต หลวงพ่อกลางและหลวงพ่อดำ วัดสะพานเป็นวัดเก่า สร้างประมาณ พ.ศ.2320 การสร้างแต่เดิมนั้นเป็นอาคารไม้เป็นส่วนมาก เมื่อครั้งไทยรบกับพม่าถูก ข้าศึกเข้ามาทำลายพระพุทธรูปไปหลายองค์ อาคารเสนาสนะเสียหาย และได้รับการบูรณะปรับปรุง ในระยะต่อมา

6.3.9 วัดเกาะ สร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ.2470 เป็นที่ราบมีคลองและลำกระโดงล้อมรอบ ภายในวัดมีอาคารเสนาสนะต่าง ๆ ส่วนมากเป็นอาคารไม้ วิหารเป็นอาคารคอนกรีต ศาลาการเปรียญอาคารไม้ หอระฆังไม้ ศาลาท่าน้ำ สำหรับปูชนียวัตถุมีพระประธานในอุโบสถสร้างด้วยศิลา แล่ง

6.3.10 วัดตลิ่งชัน หน้าบันประดับด้วยถ้วยชามลายคราม บานประตูหน้าต่างมี ลวดลายประดับมุกภาพพระเจ้าสิบชาติ ที่ฝาผนังภายในอุโบสถมีภาพเขียนพระพุทธรูปปางสมาธิมี

ฐานกลีบบัวรองรับเรียงเป็นแถวทั้งสี่ด้าน วัดตลิ่งชันสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลาย ประมาณ พ.ศ.2310 ไม่ปรากฏหลักฐานว่าผู้ใดเป็นผู้สร้างขึ้น

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยด้านการท่องเที่ยว

ธีระ อินทรเรือง (2546: 101-106) ศึกษาเรื่อง ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและรายด้านในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวที่มีเพศและความต้องการลักษณะโปรแกรมนำเที่ยวต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่กลุ่มรายได้แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นภดล ปราศราคี (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาประชาชนในเขตเทศบาลนครนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตเทศบาลนครศรีอยุธยา และศึกษาถึงปัญหาความต้องการและข้อเสนอแนะ เพื่อส่งเสริมการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับสูง ในด้านการดูแลรักษา และด้านการค้นหาสาเหตุของปัญหา และมีระดับปานกลางในเรื่องของการปฏิบัติงาน ด้านการวางแผนดำเนินงานและด้านการติดตามและการประเมินผล ข้อเสนอแนะในการแก้ไขคือ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้ประชาชนทราบอย่างกว้างขวางและทั่วถึง ควรจัดประชุม สัมมนา อบรม ให้ความรู้ความเข้าใจการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้แก่ประชาชนในเขตเทศบาลนครศรีอยุธยา เพื่อสร้างจิตสำนึกและ

ตระหนักถึงการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และควรส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่ม เพื่อให้เข้ามามีบทบาทรับผิดชอบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนอย่างยั่งยืน

ธิตินันท์ โทวิจิตร (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านการกระจายรายได้ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบ้านผานกกกและบ้านบวกเตย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อโครงสร้างรายได้และการกระจายรายได้ของชุมชนในชนบท โดยศึกษาเปรียบเทียบบ้านผานกกกและบ้านบวกเตย ทั้งสองหมู่บ้านมีอาชีพหลักคือเกษตรกรรม แต่บ้านผานกกกมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้รอง ในขณะที่บ้านบวกเตยมีรายได้จากการรับจ้างนอกภาคเกษตรและรายได้จากภาคการขนส่งเป็นรายได้รอง ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้จากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากครัวเรือนของทั้งสองหมู่บ้าน ผลการศึกษาพบว่าบ้านผานกกกมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อครัวเรือนมากกว่าบ้านบวกเตย ผลการศึกษาด้านการกระจายรายได้พบว่าการมีการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านผานกกกทำให้การกระจายรายได้รวมครัวเรือนมีความเหลื่อมล้ำกันมากขึ้น

7.2 งานวิจัยด้านแนวทางการพัฒนา และแนวทางการวางแผน

สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงการวิเคราะห์เอกลักษณ์และคุณค่าของเกาะเกร็ด สถานการณ์การท่องเที่ยว และผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด มีดังนี้

- 1) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม หรือจัดสร้างขึ้นใหม่
- 2) แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ท่าเรือ การดูแลรักษาความสะอาด รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต
- 3) แนวทางการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวทั้งการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดการด้านมาตรฐานราคาสินค้าและบริการ
- 4) แนวทางเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ร่วมมือกัน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
- 5) แนวทางการจัดองค์การบริหารการท่องเที่ยว

รวมถึงเสนอให้จัดตั้งกลุ่มเพื่อเกาะเกร็ด เพื่อเข้ามาบริหารและจัดการการท่องเที่ยวของ เกาะเกร็ดโดยตรง และเสนอออกมาเป็นเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวแบบใหม่ให้เกิดการกระจาย นักท่องเที่ยว รวมถึงเกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและต่อเนื่องในขณะที่ยังคงรักษาไว้ซึ่ง เอกลักษณ์และคุณค่าของเกาะเกร็ด ตามหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ธีระศักดิ์ ลอยศักดิ์ (2546: 128-131) ได้ศึกษาเรื่อง การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และชุมชนคลองบางเชือกหนัง กรุงเทพมหานคร พื้นที่การศึกษาคือคลองบางเชือกหนัง ที่อยู่ในเขต พื้นที่ตลิ่งชันและเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาพื้นที่สองฝั่งคลองเริ่มจากท่าเรือวัด ปากน้ำใต้ไปสิ้นสุดที่จุดบรรจบกับคลองทวีวัฒนา รวมระยะทางประมาณ 12.5 กิโลเมตร การศึกษา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของคลองบางเชือกหนัง ที่มีบทบาทต่อการวางแผน จัดการท่องเที่ยวทางน้ำ ศึกษาตลาดการท่องเที่ยวทางน้ำ และทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงศึกษา ความพร้อมของชุมชนและสำรวจความคิดเห็น และนำเสนอแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และการจัดการให้สอดคล้องกับชุมชนและทรัพยากรที่มีอยู่ ผลจากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านบวกและด้านลบ ผลกระทบ ทางด้านบวกคือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน จากการขายสินค้า และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่การนำผลผลิตทางการเกษตรออกมาวางจำหน่าย การ ประกอบอาชีพรับเรือรับจ้างนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่ เป็นต้น แต่ก็ก็เป็นเพียงคนส่วน น้อยในชุมชนเท่านั้น และการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับชุมชน อีกทั้งการท่องเที่ยวมีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มา จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบในด้านลบ พบว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ในลำคลองและชุมชน เช่นปัญหาการทิ้งขยะ การส่งเสียงดังของเรือหางยาวที่นำนักท่องเที่ยวเข้ามา เที่ยวชม อีกทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาสังคมในแง่ความรู้สึกที่ดีต่อกันของคนในพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวโดยตรง เนื่องมาจากความพยายามในการดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้พื้นที่ของตน และ ลักษณะของฤดูกาลและสภาพอากาศ มีส่วนทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลง ทำให้เกิดผลกระทบต่อ รายได้และการมีงานทำของคนในชุมชน ความสัมพันธ์ของชุมชนกับการท่องเที่ยวนั้น กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวยังมีลักษณะเป็นไปตามธรรมชาติโดยทั่วไป คือ เป็นสถานที่พักผ่อนของผู้เข้ามาเยี่ยม เยือน มีการซื้อขายสินค้าการให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเพียงสมาชิกเพียงส่วนหนึ่งของชุมชน ส่วนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีหน่วยงานที่จะเข้ามารับผิดชอบโดยตรง การจัดการจึงเป็น หน้าที่ของเจ้าของสถานที่ คนส่วนใหญ่ในชุมชนยังคงดำเนินชีวิตไปตามปกติ โดยไม่ได้ให้ความสนใจและมีส่วนร่วมในการดำเนินการมากนัก ชุมชนเองก็ยังไม่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องในการ กำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในพื้นที่ ความสัมพันธ์จึงมีลักษณะเป็นเพียง การค้าขายผลผลิตทางการเกษตรและการให้บริการเล็กน้อยให้กับนักท่องเที่ยว ผลตอบแทนคือ รายได้ที่ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ส่วนปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วคุ้มค่าหรือไม่และชุมชน ควรมีการกำหนดแนวทางและมาตรการอย่างไรให้นักท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือนำความเจริญ

มาสู่ชุมชนได้ สำหรับปัญหาภายในพื้นที่คือความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ขาดความพร้อมของชุมชน เนื่องจากชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวที่อำนวยความสะดวกอย่างแท้จริงต่อชุมชนว่าควรเป็นอย่างไร และองค์กรชุมชนยังขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยวและยังไม่ได้อาศัยกลไกการบริหารงานเพื่อมีบทบาทในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่

7.3 งานวิจัยด้านตลาดน้ำ

พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการศึกษาพบว่า พัฒนาการของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน แบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงใหญ่ ๆ คือ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชันในอดีต (ก่อน พ.ศ.2530) 2) ตลาดน้ำตลิ่งชันในยุคสินค้าเกษตร (2530-2540) และ 3) ตลาดน้ำตลิ่งชันยุคทัวริสติก (พ.ศ. 2548) พัฒนาการดังกล่าวเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งที่เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเกิดน้ำท่วมใหญ่ การตัดถนน การประกาศใช้พระราชบัญญัติการจราจรทางน้ำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของระดับประเทศและกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการผลักดันแนวคิดการมีส่วนร่วม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในช่วงตลาดสินค้าเกษตร (พ.ศ.2530-2540) เน้นที่การขายสินค้าเกษตรซึ่งเป็นผลผลิตจากสวนของชาวบ้านในพื้นที่เขตตลิ่งชัน การจัดการตลาดน้ำดำเนินการโดยสำนักงานเขตตลิ่งชัน ต่อมาเมื่อเข้าสู่ช่วงที่ 3 คือ ยุคทัวริสติก (พ.ศ.2540-2548) ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยมีกิจกรรมเพิ่มเติมขึ้นมาคือ การจัดแสดงดนตรี และการท่องเที่ยวทัวริสติก จากเดิมที่มีเพียงการขายสินค้าการเกษตร การจัดการท่องเที่ยวในช่วงที่ 3 นี้ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีการจัดตั้ง “ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน” ขึ้น และขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมโดยมีกลุ่มพันธมิตรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มวัด กลุ่มเจ้าของสวน เป็นต้น พัฒนาการที่สำคัญอีกประการหนึ่งของตลาดน้ำตลิ่งชันคือ เมื่อมีกระแสตื่นตัวเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงปี พ.ศ. 2545 ตลาดน้ำตลิ่งชันก็ได้นำเอาแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวทัวริสติกที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

มณีวรรณ ผิวนิม (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาโครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ มุ่งทำความเข้าใจถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชนหลังจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในพื้นที่ ตลาดน้ำที่เลือกศึกษาในครั้งนี้ คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ผลการศึกษาศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองแห่งทั้งในด้านบวกและลบ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียงและอากาศ แต่มีส่วนทำให้มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนให้ดีขึ้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ไม่ต้อง

ไปหางานนอกชุมชนมีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มขึ้น ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชน แต่ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ผลกระทบทางสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน และระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชน ที่ถูกกีดกันด้านการค้า มีการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและบริการ ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นไปในทางบวกเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ กระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ในด้านการแต่งตัว กิจกรรมทางวัฒนธรรม ความรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นของตน ศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัวไม่เหมือนที่อื่น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยแต่ชาวต่างชาติ คนในชุมชนทั้งสองยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อไป และเห็นว่าสามารถจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ แต่ทั้งนี้ต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการให้ข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับตลาดน้ำ ในอดีตและปัจจุบันสร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิถีชีวิตวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลอง มากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว

สมณฑา หลบภัย (2543: 129) ได้ทำการศึกษาเรื่องจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้า บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการค้ามีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระดับต่ำ โดยเมื่อพิจารณาข้อคำถามด้านความรู้ในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบผู้ประกอบการค้าตอบผิดมากกว่าร้อยละ 50 โดยผู้ประกอบการค้าไม่ทราบว่าจะขณะนี้สภาพน้ำใสคลองเน่าเสียแล้ว ไม่รู้สาเหตุของการเน่าเสีย ฯลฯ ส่วนข้อคำถามในการรักษาความสะอาดและกำจัดขยะ พบว่ามีข้อที่ตอบผิดมากกว่าร้อยละ 50 โดยผู้ประกอบการค้าคิดว่าการกำจัดพลาสติกและโฟมควรนำไปเผาไฟ ขยะเปียกควรเปิดฝาไว้เพื่อระบายอากาศ และขวดน้ำพลาสติกที่เต็มหมดแล้วควรนำมาใช้ใหม่ ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้ามีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากขึ้น ควรมีการดำเนินการ ดังนี้

1. จัดหลักสูตรฝึกอบรม เรื่องการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการค้า โดยเน้นเรื่องการให้ความรู้ และกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยที่เนื้อหาควรเน้นในด้านการอนุรักษ์แหล่งน้ำลำคลอง
2. ควรจัดทำบทความเกี่ยวกับแนวทางในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และเปิดโดยหอกระจายข่าวเสียงตามสายที่มีอยู่แล้ว ให้ผู้ประกอบการค้าและประชาชนในบริเวณนี้ได้รับฟัง โดยต้องเปิดให้ฟังอย่างสม่ำเสมอทุกวัน
3. จัดหลักสูตรอบรมในเรื่องการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ให้กับผู้นำชุมชน เพื่อนำไปถ่ายทอดให้กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่อไป

4. จัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ ในเรื่องการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้กับผู้ประกอบการค้า

5. ควรกระตุ้นให้ผู้ประกอบการค้าและประชาชนในบริเวณนี้ มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เช่น การป้องกันและแก้ไขปัญหาหน้าเสาเสีย โดยการรณรงค์ไม่ทิ้งขยะลงคลอง รณรงค์เก็บขยะและผักตบชวาในคลองในช่วงวันสำคัญ ๆ การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น

อภิญา พัดพาดิ (2543: 91-98) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันในระดับต่ำ ซึ่งไม่ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยให้เหตุผลว่าอาจเป็นเพราะรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการส่วนใหญ่นั้นค่อนข้างต่ำ และส่วนใหญ่ไม่ได้ดำรงตำแหน่งทางสังคม คือไม่ได้เป็นกรรมการตลาดน้ำตลิ่งชัน จึงขาดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วม รักษา ดำรงไว้ และพัฒนาตลาดน้ำ เหมือนอย่างคนที่เป็นกรรมการประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้นยังอยู่ในระดับต่ำ จึงมีผลกระทบไปสู่อความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความแตกต่างต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิงมีความคิดเห็นที่ดีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันมากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยเรื่องอายุนั้น ผลการศึกษาปรากฏว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่มีอายุ 41 ปี และสูงกว่ามีความคิดเห็นที่ดีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันมากกว่ากลุ่มอื่น สำหรับปัจจัยเรื่องระดับการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นของผู้ประกอบการแตกต่างกัน เนื่องจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำนั้นเป็นเรื่องทั่วไปไม่ต้องใช้ความรู้เฉพาะด้าน เฉพาะสาขาที่ต้องเรียนการมาพิจารณาตัดสินใจ ผู้ประกอบการจึงใช้ความรู้สึก จิตสำนึกของตนเองเสียเป็นส่วนใหญ่ จึงไม่มีความคิดเห็นต่อตลาดน้ำที่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการแสดงความต้องการให้มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันออกไปตามสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้มีการสร้างห้องน้ำเพิ่มเติมจากเดิม ต้องการให้มีการจัดบริเวณที่จอดรถอยู่ด้านหน้าบริเวณถนนชักรพระ เพื่อให้การเดินทางจับจ่ายซื้อของเป็นไปอย่างทั่วถึง เพิ่มความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวบนโป๊ะแพ ต้องการให้มีการเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร และควรให้มีการปรับปรุงโป๊ะแพ เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชันครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเปรียบเทียบสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำ รวมทั้งเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน

การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาสภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ของตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยการสำรวจภาคสนาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. 2547: เอกสารประกอบการสอน) เป็นเครื่องมือในการสำรวจทรัพยากรดังกล่าว โดยได้นำแบบตรวจสอบทรัพยากรมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ 1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ สภาพพื้นที่บริเวณตลาดน้ำ 2) ทรัพยากรวัฒนธรรม 3) ทรัพยากรมหกรรม เทศกาล และปรากฏการณ์ที่สำคัญของตลาดน้ำตลิ่งชัน 4) ทรัพยากรกิจกรรมทั้งกิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมการบริการ และ 5) ทรัพยากรด้านบริการทั้งด้านการขนส่ง ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงสาธารณูปโภคสาธารณูปการต่าง ๆ โดยทำการสำรวจว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน มีลักษณะอย่างไร ตั้งอยู่ที่ไหน สามารถเข้าถึงได้อย่างไร มีการบริการทางการท่องเที่ยวอย่างไร มีคุณภาพ และมีความโดดเด่นในลักษณะใด

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่วิจัยค้นคว้าครั้งนี้ ประกอบด้วยบุคคล 4 กลุ่ม ได้แก่

1. **ประชาชนในท้องถิ่น** หมายถึง เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และเขตตลิ่งชันที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในทางการค้าขายบริเวณตลาดน้ำ ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 16-70 ปี จำนวนประมาณ 368 คน
2. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวนประมาณ 1,000 คน
3. **ผู้ประกอบการ** หมายถึง ผู้ที่มีอาชีพค้าขายอยู่ในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน พ่อค้า แม่ค้า ที่ขายสินค้าประเภทอาหาร ผัก ผลไม้ สินค้าพื้นบ้าน และของที่ระลึก ที่เป็นสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวนประมาณ 160 ราย
4. **เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้นำชุมชน** หมายถึง เจ้าหน้าที่ในสำนักงานเขตตลิ่งชัน ผู้นำประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน คณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่อยู่ในบริเวณพื้นที่เขตตลิ่งชัน จำนวนประมาณ 70 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น/ผู้ประกอบการ/ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน จากการคำนวณตามสูตรสมการของ เทโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ 2546: 114)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของกลุ่มประชากร
	e	=	ความคลาดเคลื่อน ($\alpha = .05$)

แทนค่า

$$n = \frac{1,598}{1 + (1,598 \times (0.05)^2)}$$

$$n = \frac{1,598}{4.995}$$

$$n = 320$$

ขนาดของตัวอย่าง

จากการคำนวณดังกล่าวผู้วิจัยจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากร โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 ประเภท และกำหนดวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน 1:5 สรุปขนาดตัวอย่างดังปรากฏในตาราง

ตาราง 3 ประเภทกลุ่มตัวอย่าง จำนวนประชากร และจำนวนตัวอย่าง

ประเภทกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่างสัดส่วน 1:5
ประชาชนในท้องถิ่น	368 คน	74
นักท่องเที่ยว	1,000 คน	200
ผู้ประกอบการ	160 ราย	32
ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	70 คน	14
รวม	1,598 คน	320

การเลือกสุ่มตัวอย่าง

1. **ประชาชนในท้องถิ่น** จำนวน 74 ตัวอย่าง เลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเดินสัมภาษณ์ประชาชนในท้องถิ่น ที่อยู่ในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งชาย-หญิง อย่างละเท่า ๆ กัน และผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมอีก จำนวน 100 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน
2. **นักท่องเที่ยว** จำนวน 200 ตัวอย่าง เลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเดินสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน ที่มีอายุระหว่าง 15-70 ปี
3. **ผู้ประกอบการ** จำนวน 32 ตัวอย่าง เลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับสมาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยกระจายสัมภาษณ์ผู้ประกอบการขายสินค้าหลากหลายประเภท ได้แก่ ขายอาหาร ขายพืชผลทางการเกษตร ขายต้นไม้ ดอกไม้ และของที่ระลึก

4. **เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้นำชุมชน** จำนวน 14 ตัวอย่าง เลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยสัมภาษณ์คณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และเจ้าหน้าที่ในสำนักงานเขตตลิ่งชัน รวมถึงเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยวที่ดูแลพื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษานี้ได้ใช้เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. ยกร่างมาตรฐานของตลาดน้ำจากการวิจัยค้นคว้าจากเอกสารตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ โดยละเอียด ตามมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. นำร่างมาตรฐานจัดทำเป็นแบบสอบถามชุดที่ 1 เสนอกรรมการควบคุมปริญญา นิพนธ์พิจารณาก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ
4. ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ซึ่งได้แก่ อาจารย์ ดร.โสมยง โต๊ะทอง อาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง คุณก่อเกียรติ จัตรีศิริวรกุล คุณวรุณกาญจน์ ธิติธรรมภรณ์ และคุณสุสิวรรณ ดีที่สุด พิจารณาคัดเลือกมาตรฐานที่จำเป็นและสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
5. นำผลจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ มาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับใช้ในกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถามชุดที่ 2 โดยให้ ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
6. สร้างแบบสอบถามชุดที่ 3 เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ โดยให้ ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม
7. นำเสนอให้ผู้ควบคุมปริญญา นิพนธ์พิจารณาเพื่อตรวจสอบ และนำมาปรับปรุง
8. นำเครื่องมือทั้งสองแบบเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Face Validity)
9. ปรับปรุงเครื่องมือวิจัยตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ควบคุมปริญญา นิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ
10. นำเครื่องมือวิจัยไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
11. นำผลการทดลองใช้ เครื่องมือวิจัยที่เป็นเครื่องมือไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient)
12. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอคณะกรรมการควบคุมปริญญา นิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจภาคสนาม การสังเกต และการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว และแบบสอบถาม ดังนี้

1. แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

- 1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ สภาพพื้นที่บริเวณตลาดน้ำ
- 2) ทรัพยากรวัฒนธรรม วิถีชีวิต อาหาร และภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3) ทรัพยากรมรดกทางศิลปวัฒนธรรม และปรากฏการณ์ที่สำคัญของตลาดน้ำตลิ่งชัน
- 4) ทรัพยากรกิจกรรมทั้งกิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมการบริการ และ
- 5) ทรัพยากรด้านบริการทั้งด้านการขนส่ง ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว

รวมถึงสาธารณูปโภคสาธารณูปการต่างๆ โดยทำการสำรวจว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน มีลักษณะอย่างไร ตั้งอยู่ที่ไหน สามารถเข้าถึงได้อย่างไร มีการบริการทางการท่องเที่ยวอย่างไร มีคุณภาพ และมีความโดดเด่นในลักษณะใด

2. แบบสอบถามจำนวน 3 ชุด

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาคัดเลือกมาตรฐานที่จำเป็นและสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานที่ควรจะเป็น และมาตรฐานที่เป็นอยู่ และแบบสอบถามชุดนี้ให้ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่ควรพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีมาตรฐาน 4 ด้าน กำหนดเป็นมาตรฐานประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Five Rating Scale) คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความต้องการมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามดังนี้

- 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาตรฐานตลาดน้ำระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาตรฐานตลาดน้ำระดับมาก
- 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาตรฐานตลาดน้ำระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาตรฐานตลาดน้ำระดับน้อย
- 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาตรฐานตลาดน้ำระดับน้อยที่สุด

จากนั้นผู้วิจัยรวบรวมคะแนนทั้งหมดเพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างและหาอันตรายภาคชั้นในการแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลความหมาย (วิเชียร เกตุสิงห์.2536: 148-149)

คะแนนเฉลี่ย (\bar{x})	ความหมาย
1.00 – 1.50	เห็นด้วยหรือยอมรับข้อความนั้นน้อยที่สุด
1.51 – 2.50	เห็นด้วยหรือยอมรับข้อความนั้นน้อย
2.51 – 3.50	เห็นด้วยหรือยอมรับข้อความนั้นปานกลาง
3.51 – 4.50	เห็นด้วยหรือยอมรับข้อความนั้นมาก
4.51 – 5.00	เห็นด้วยหรือยอมรับข้อความนั้นมากที่สุด

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

ชุดที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน และแบบสอบถามชุดนี้ให้ประชาชนในท้องถิ่น และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่ตลาดน้ำมาตรฐาน โดยให้ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และสามารถเติมความคิดเห็นอื่น ๆ ได้ในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ในแต่ละข้อนั้น ๆ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

วิธีการกำหนดแผนกลยุทธ์

- นำค่า t ที่แตกต่างกันมีนัยสำคัญ เพื่อนำมากำหนดเป็นเป้าหมายของแผนกลยุทธ์
- ประมวลความคิดเห็นจากแบบสอบถามชุดที่ 3 เพื่อนำมาประกอบในการกำหนดแผนกลยุทธ์
- วิเคราะห์ SWOT จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
- เสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์พัฒนาไปสู่การปฏิบัติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพื้นที่ และนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอลงชื่อขอความอนุเคราะห์ถึงผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาคัดเลือกมาตรฐานที่จำเป็นและสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิกำหนดเป็นมาตรฐานของตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. ขอลงชื่อแนะนำจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อแสดงต่อประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการ/ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน
4. ขอความร่วมมือโดยผ่านผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ
5. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน
6. รวบรวมข้อมูลและจัดระบบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการสำรวจภาคสนาม สังเกต และสัมภาษณ์ โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว พร้อมทั้งได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับ เพื่อคัดเลือกเอาฉบับที่สมบูรณ์ไว้วิเคราะห์ข้อมูล
2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้
3. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X})
4. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สถานภาพของประชากร ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละแล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง
5. ศึกษามาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
6. การเปรียบเทียบความแตกต่างและใช้เกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐาน ระหว่างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ควรจะเป็นกับมาตรฐานที่มีอยู่ โดยวิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบ t (t-test) เป็นรายชื่อ
7. รวบรวมความถี่ของปัญหาและข้อเสนอแนะ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่าสถิติพื้นฐาน แบ่งออกเป็น

1.1 ค่าร้อยละ (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538 : 182)

$$P = \left(\frac{f}{n} \right) 100$$

เมื่อ	P	คือ	ค่าร้อยละ
	f	คือ	ค่าความถี่ที่ต้องการให้เป็นร้อยละ
	n	คือ	จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{N}$$

เมื่อ	\bar{x}	คือ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
	$\sum x$	คือ	ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล
	N	คือ	จำนวนของข้อมูลทั้งหมด

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 74)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum_{i=1}^n x^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2}{n - (n - 1)}}$$

เมื่อ	SD	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x$	คือ	ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล
	$\sum x^2$	คือ	ผลรวมทั้งหมดของข้อมูลแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	คือ	จำนวนของข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติในการใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach มีสูตรดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2528 : 85-86)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	n	คือ	จำนวนของแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	คือ	ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ
	s^2	คือ	ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งหมด

3. สถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมาตรฐานของตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะของตลาดน้ำที่เป็นอยู่ โดยใช้การทดสอบ ค่าที (t-test) แบบ dependent เป็นรายข้อ มาตรฐาน ระหว่างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ควรจะเป็นกับมาตรฐานที่มีอยู่ โดยวิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบ t (t-test) เป็นรายข้อ (ล้วน สายยศ. 2538: 102-103)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	\bar{x}_1	คือ	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{x}_2	คือ	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	s_1^2	คือ	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	s_2^2	คือ	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง “การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน” ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมทั้งสิ้น 320 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า โดยนำเสนอผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และรายละเอียดของงานวิจัยเป็น 5 ตอน ดังนี้

1. การศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. การเปรียบเทียบสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำ
5. การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน

1.1 การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว จำนวน 5 ประเภทของตลาดน้ำตลิ่งชัน

1.1.1 สภาพทรัพยากรทางธรรมชาติ

ประวัติของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มต้นขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2530 บริเวณท้องน้ำริมคลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ถูกกำหนดขึ้นมาให้เป็นตลาดน้ำแห่งใหม่ในเมืองหลวง ตามความมุ่งหมายของกรุงเทพมหานครที่ต้องการรื้อฟื้นตลาดน้ำขึ้นมาอวดโฉมชาวต่างประเทศ โดยทางกรุงเทพมหานครได้ขอความร่วมมือไปยังชาวบ้านให้ช่วยกันนำผลผลิตใส่เรือมาขาย เหมือนเมื่อครั้งตลิ่งชันยังมีตลาดน้ำอยู่ และจากนั้นก็ได้มีการพัฒนา ในปี พ.ศ.2541 ได้ดำเนินการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำขึ้นใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งอนุรักษ์ให้เป็นของดีของเขตตลิ่งชัน เป็นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ให้มีที่ทำมาหากินและมีรายได้เลี้ยงครอบครัว และได้รับงบประมาณจากกรุงเทพมหานครในการปรับปรุงซ่อมโป๊ะแพ พัฒนาเส้นทางเข้าสู่ตลาดน้ำ ซึ่งมีเส้นทางรถ 2 เส้นทาง คือ ถนนฉิมพลีและถนนชักพระ ปรับปรุงถนนฉิมพลีตั้งแต่การจัดสร้างสวนหย่อมมุมถนนฉิมพลีทั้ง 2 ด้าน เพื่อให้เกิดความสวยงาม ในปี พ.ศ.2542 ได้ปรับปรุงถนนชักพระ ซึ่งเป็นอีกเส้นทางหลัก ปรับปรุงสะพานข้ามคลองตลิ่งชันเพื่อให้เกิดความสวยงาม การปรับปรุงสถานที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยขอใช้ที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อปรับปรุงลานจอดรถเพิ่มเติมบริเวณหน้าวัดตลิ่งชัน เพิ่มส่วนขายตอขนบ และได้จัดตั้ง “ประชาคมตลาดน้ำ” โดยการรวมตัวของร้านค้าทั้งหมดและให้มีการเลือกกรรมการและประธานประชาคม เพื่อให้

เกิดความร่วมมือร่วมใจในการบริหารตลาดน้ำ โดยประชาคมจะรับผิดชอบในการบริหารดูแลผู้ค้าตลาดน้ำ รวมทั้งการเงินของตลาดน้ำ สามารถเลี้ยงดูตนเองได้ และสามารถจัดตั้งเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์ได้ต่อไปในอนาคต ต่อมากลางปีได้จัดตั้งลิ่งชั้นทัวร์ เป็นการท่องเที่ยวทางเรือเพื่อเสริมกิจกรรมของตลาดน้ำ โดยการจัดของประชาคมตลาดน้ำ แต่ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเขต คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักเขตลิ่งชั้นมากขึ้น จัดตั้งเวทีประชาคมบริเวณกลางสวนป่าหน้าสำนักงานเขตลิ่งชั้น เพื่อให้เป็นเวทีกลางในการแสดงออกและการแสดงความสามารถต่าง ๆ และมีการปรับปรุงและสร้างโป๊ะแพเพิ่มเติม จัดสร้างสวนผลไม้เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ไม้เก่าแก่ของเขตลิ่งชั้นและพัฒนาเรื่อยมา

การก่อตั้งประชาคมตลาดน้ำ ตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ 3 ข้อ คือ 1. ให้ชาวเขตรวมตัวกันค้าขายในวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นการฟื้นฟูวัฒนธรรมพื้นบ้านขึ้น 2. ส่งเสริมชาวบ้านให้มีรายได้เสริมตามสภาพเศรษฐกิจ และ 3. เพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันนี้ตลาดน้ำลิ่งชั้น มีจำนวนผู้ค้า 145 ราย ซึ่งแบ่งเป็นผู้ค้าบนโป๊ะแพจำนวน 29 ราย และผู้ค้าบนบกจำนวน 116 ราย ผู้ค้าบนโป๊ะแพต้องเสียค่าใช้จ่ายโป๊ะแพและค่าภาษีเป็นจำนวนเงิน 300 บาทต่อสัปดาห์ และผู้ค้าบนบกต้องเสียค่าเช่าเป็นรายวัน ๆ ละ 70 บาท โดยทางประชาคมจ่ายภาษีรายได้จากการเช่าโป๊ะแพให้กับทางกรุงเทพมหานคร โดยชำระผ่านฝ่ายคลังของสำนักงานเขตลิ่งชั้น รวมทั้งหมด 9 โปะแพ ๆ ละ 1,000 บาทต่อเดือน รวมเป็นเงิน 9,000 บาท ซึ่งทางสำนักงานเขตลิ่งชั้นได้ประโยชน์จากการเปิดตลาดน้ำลิ่งชั้น ดังนี้ 1. สามารถบริหารงานการกระจายอำนาจสู่ชุมชนท้องถิ่น 2. สร้างชื่อเสียงของเขตลิ่งชั้นเพื่อให้ได้รับงบประมาณมาพัฒนาเขตลิ่งชั้น และ 3. ได้รับการสนับสนุนจากการทำกิจกรรมจากประชาคมตลาดน้ำลิ่งชั้น

ตลาดน้ำลิ่งชั้นมีเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เริ่มตั้งแต่วันที่ 07.00-17.00 น. บางครั้งก็เย็นค่ำ

ขนาดและที่ตั้ง

ลักษณะโดยทั่วไปของพื้นที่เขตลิ่งชั้นจัดเป็นเขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานครมีเนื้อที่ประมาณ 32,855 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 2.09 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีแนวกึ่งกลางคลองมหาสวัสดิ์เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตภาษีเจริญและเขตบางแค มีคลองบางเชือกหนังเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอบางกรวย เขตบางพลัด และเขตบางกอกน้อย มีคลองบางกอกน้อยและคลองชักพระเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตทวีวัฒนา มีถนนกาญจนาภิเษกเป็นเส้นแบ่งเขต

ในอดีตลักษณะสภาพโดยทั่วไปของชุมชน เขตตลิ่งชัน เป็นเขตที่มีสภาพพื้นที่คล้ายเกาะ คือ ล้อมรอบด้วยคลองทั้ง 4 ด้าน ปัจจุบันจากการแบ่งพื้นที่ทำให้เขตตลิ่งชันถูกตัดจากการเป็นเกาะ แต่ก็ยังคงมีน้ำล้อมรอบถึง 3 ด้าน

ทิศเหนือ คลองมหาสวัสดิ์

ทิศใต้ คลองบางเชือกหนัง

ทิศตะวันออก คลองชักพระ และคลองบางกอกน้อย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตทวีวัฒนา

นอกจากคลองใหญ่ทั้ง 3 ด้านที่เป็นคลองหลักแล้ว พื้นที่ภายในยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อย ทั้งที่เป็นคูคลองตามธรรมชาติและคูคลองที่ขุดขึ้นมาเพื่อการชลประทาน การเกษตรกรรมและเพื่อการคมนาคม ซึ่งทำให้เป็นเขตที่มีโครงข่ายเส้นทางคมนาคมทางน้ำหนาแน่นมาตั้งแต่อดีต การคมนาคมส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นพาหนะ รวมทั้งบ้านเรือนของประชาชนและวัดต่าง ๆ ก็จะตั้งอยู่ริมน้ำเพราะสะดวกแก่การเดินทาง อีกทั้งใช้พื้นที่การเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ริมคลอง ฉะนั้นริมคลองต่าง ๆ จึงเต็มไปด้วยสวนนานาชนิด ทั้งสวนไม้ยืนต้น สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก

อาชีพและการใช้ที่ดินของพื้นที่บริเวณเขตตลิ่งชัน

เนื่องจากพื้นที่ของเขตตลิ่งชันด้านในยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพเก่าแก่จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ประมาณ 80% ประกอบอาชีพการเกษตร ได้แก่ การทำนา การทำสวนเช่น สวนผัก สวนผลไม้ สวนไม้ดอกต่าง ๆ อาชีพรองลงมา ได้แก่ ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นชุมชนที่เข้ามาอยู่ใหม่ ในเรื่องการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรกรรมนั้น เนื่องจากเขตตลิ่งชันมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มล้อมรอบด้วยคลองทั้ง 3 ด้าน เมื่อถึงฤดูน้ำมีน้ำท่วมขังในพื้นที่ ซึ่งน้ำจะพัดพาเอาตะกอนปุ๋ยต่าง ๆ มาทิ้งไว้ในพื้นที่จึงทำให้พื้นที่เขตตลิ่งชันอุดมไปด้วยปุ๋ยต่าง ๆ เหมาะกับการปลูกพืชผล เขตตลิ่งชันจึงเป็นแหล่งผลการเกษตรแหล่งใหญ่ที่ส่งผลผลิตออกสู่ตลาดในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น

1.) การทำสวนผัก เกษตรกรในเขตตลิ่งชัน ปัจจุบันมีแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากการทำนามาทำสวนพืชผักเพิ่มขึ้น เพราะให้ผลคุ้มค่ากว่าเดิมที่เป็นสวนไม้ยืนต้น ในเขตตลิ่งชันพบว่าครึ่งหนึ่งของพื้นที่เป็นไร่สวนผัก คือ พื้นที่ทุกแขวงเว้นแขวงคลองชักพระ จะมีการปลูกพืชผัก โดยเฉพาะผักจีน เช่น คะน้า กุยช่าย ฯลฯ และสวนพืชผักสวนครัว จำพวก ตะไคร้ โหระพา ขิง ข่า มะกรูดซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสามารถทำรายได้ไม่น้อย

2.) สวนผลไม้และไม้ยืนต้น แต่เดิมเกษตรกรเขตตลิ่งชัน ประกอบอาชีพทำสวนไม้ยืนต้นเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันลดระดับลงเนื่องจากประสบกับภาวะน้ำท่วมอย่างหนัก ปี 2518 และปี 2526 ทำให้การเปลี่ยนแปลงใช้ที่ดินจากการปลูกพืชเพื่อหวังผล เป็นการขยายพันธุ์ไม้ โดยวิธีการตอนและเพาะชำอันได้แก่ มะม่วง กระท้อน กล้วย ทุเรียน มะพร้าว ฯลฯ เพราะให้ผลรวดเร็วคุ้มค่า อย่างไรก็ตามพื้นที่ปลูกไม้ผลก็ยังมีเหลืออยู่บ้างรองลงมาจากการทำสวนผัก คือมีปลูกในทุกแขวงยกเว้นแขวงคลองชักพระ

3.) ไม้ดอกไม้ประดับ มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินจากการทำนา การทำสวนไม้ยืนต้นมาเป็นการปลูกไม้ดอกไม้ประดับ และขยายพันธุ์ไม้ ได้แก่ กล้วยไม้ เยอร์บีร่า กุหลาบ โดยใช้พื้นที่ปลูกเป็นอันดับ 3 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมด



ภาพประกอบ 3 สวนกล้วยไม้ พื้นที่เขตตลิ่งชัน

การคมนาคม

ปัจจุบันในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีทางสายหลักอยู่ 3 สาย คือ ถนนบรมราชชนนี ถนนคูขนานลอยฟ้าบรมราชชนนี และถนนราชพฤกษ์ สำหรับการเดินทางโดยรถโดยสารปรับอากาศ ของขนส่งมวลชนกรุงเทพ ใช้รถปรับอากาศ สาย 79

ศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ซึ่งมีวัดเป็นจุดศูนย์รวมที่สำคัญในการประกอบพิธีทางศาสนา ทำบุญ ส่วนใหญ่วัดจะตั้งอยู่ริมน้ำ ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก พื้นที่เขตตลิ่งชันมีวัดอยู่จำนวนมากและตั้งอยู่ในบริเวณที่ไม่ห่างกัน วัดในเขตพื้นที่ตลิ่งชันมีจำนวน 29 วัด

สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน และบริเวณใกล้เคียง

1.) สวนอนุรักษ์ไม้ผลตลิ่งชัน สวนสาธารณะแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสวนผลไม้ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่อยู่ใกล้กับตลาดน้ำตลิ่งชัน และเป็นแหล่งอนุรักษ์ผลไม้ดั้งเดิมของเขตตลิ่งชันไว้ให้ชนรุ่นหลังได้รู้จัก

2.) ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2534 เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุครบ 36 พรรษา เป็นหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลด้านมานุษยวิทยา และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น สังคมวิทยา โบราณคดี ประวัติศาสตร์ศิลปะ ภาษาและวรรณกรรม เป็นแหล่งค้นคว้าศึกษา วิจัย และให้บริการข้อมูลทางด้านมานุษยวิทยา ข้อเสนอแนะ แลกเปลี่ยนข้อมูลอื่นๆ นอกจากนั้นภายในศูนย์ได้จัดแสดงพระสาทิศลักษณ์เกี่ยวกับพระราชประวัติ ตั้งแต่ทรงพระเยาว์จนถึงพระราชกรณียกิจด้านสังคม วัฒนธรรมในปัจจุบัน รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลอื่น ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ศูนย์แห่งนี้ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 20 ถนนบรมราชชนนี แขวงคลองชักพระ เขตตลิ่งชัน เปิดให้เข้าชมทุกวัน จันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.

3.) วัดชัยพฤกษ์มาลา เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร เดิมชื่อว่า "วัดชัยพฤกษ์" เป็นวัดโบราณมีมาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี มีพระเจดีย์ สร้างในสมัยรัชกาลที่ 4 ความสูง 10 วา 2 ศอก วัดโดยรอบ 14 วา ได้ทรงทำการบูรณะปฏิสังขรณ์เมื่อ พ.ศ. 2478 โดยหม่อมเจ้าเพิ่ม ลดาวัลย์ เสร็จแล้วให้อัญเชิญพระบรมอัฐิ รัชกาลที่ 3 และอัฐิของเจ้านายอีกหลายพระองค์ มาบรรจุไว้ในพระเจดีย์องค์นี้

4.) วัดจำปา เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ที่มีศิลปกรรมเก่าแก่และถาวรวัตถุที่ยังคงรักษาไว้จนปัจจุบัน เช่น ธรรมาสน์ ตู้พระไตรปิฎก วิหาร รวมถึงที่ดินที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 3 ซึ่งขณะนั้นสร้างเป็นสวนปฏิบัติธรรม

5.) วัดไถ่เตี้ย สร้างขึ้นปลายสมัยกรุงธนบุรี ราว พ.ศ.2320 โดยเจ้าพระยารัตนาพิพิธและเป็นวัดที่มีขบวนแห่พระบรมสารีริกธาตุ จากวัดนางชี เขตภาษีเจริญ มานับร้อยปี เรียกว่าประเพณีชักพระ

6.) วัดรัชฎาธิฐาน เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี เดิมชื่อ "วัดเงิน" เป็นวัดเก่าสร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและมีการบูรณะในสมัยรัชกาลที่ 1 โดยกรมสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินีนาถ และได้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์ โดยพระบรมกษัตริย์เรื่อยมาจนถึงรัชกาลที่ 4 ได้พระราชทานนาม "วัดรัชฎาธิฐาน" เป็นวัดเก่าแก่ที่มีถาวรวัตถุล้ำค่าที่สร้างในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ รวมถึงพระแท่น ศิลาที่ประทับในการโปรยทานของ รัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 เมื่อครั้งเสด็จประพาสต้น

7.) วัดอินทราวาส วัดอินทราวาส เดิมมีนามว่า "วัดอินสรเพชร" ประชาชนนิยมเรียกวัดนี้ว่า "วัดประตู"

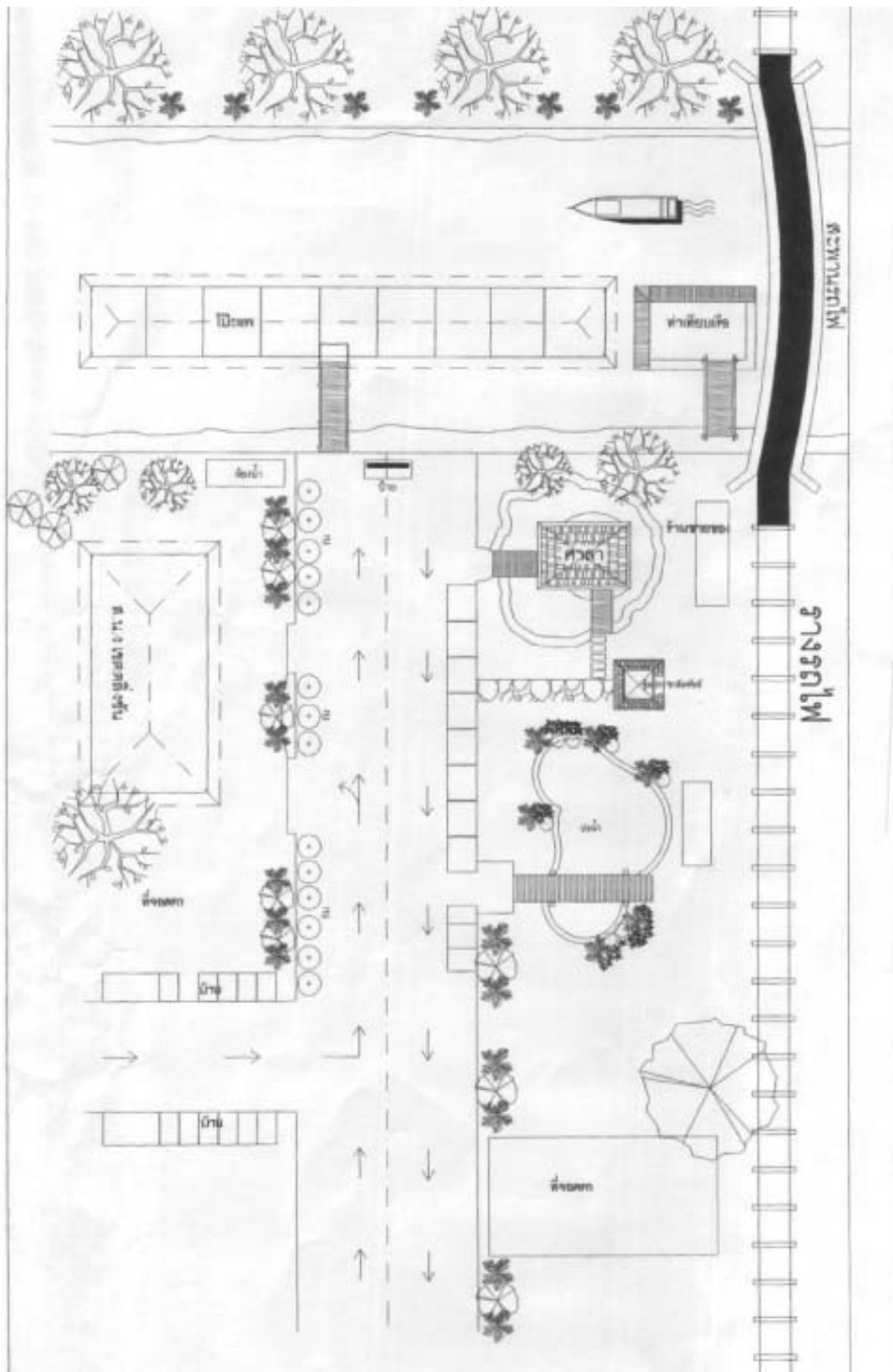
8.) วัดสะพาน สำหรับปุษนียวัตถุที่สำคัญของวัดคือ พระพุทธรูป 3 องค์ ที่รอดจากการถูกทหารพม่าทำลายได้แก่ หลวงพ่อโต หลวงพ่อกลางและหลวงพ่อดำ วัดสะพานเป็นวัดเก่าสร้างประมาณ พ.ศ.2320 การสร้างแต่เดิมนั้นเป็นอาคารไม้เป็นส่วนมาก เมื่อครั้งไทยรบกับพม่าถูกข้าศึกเข้ามาทำลายพระพุทธรูปไปหลายองค์ อาคารเสนาสนะเสียหาย และได้รับการบูรณะปรับปรุงในระยะต่อมา

9.) วัดเกาะ สร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ.2470 เป็นที่ราบมีคลองและลำกระโดงล้อมรอบ ภายในวัดมีอาคารเสนาสนะต่าง ๆ ส่วนมากเป็นอาคารไม้ วิหารเป็นอาคารคอนกรีต ศาลาการเปรียญอาคารไม้ หอระฆังไม้ ศาลาท่าน้ำ สำหรับปุษนียวัตถุมีพระประธานในอุโบสถสร้างด้วยศิลาแลง

10.) วัดตลิ่งชัน หน้าบันประดับด้วยถ้วยชามลายคราม บานประตูหน้าต่างมีลวดลายประดับมุกภาพพระเจ้าสิบชาติ ที่ฝาผนังภายในอุโบสถมีภาพเขียนพระพุทธรูปปางสมาธิมีฐานกลีบบัวรองรับเรียงเป็นแถวทั้งสี่ด้าน วัดตลิ่งชัน สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลาย ประมาณ พ.ศ.2310 ไม่ปรากฏหลักฐานว่าผู้ใดเป็นผู้สร้างขึ้น



ภาพประกอบ 4 บริเวณสวนสาธารณะตลาดน้ำตลิ่งชัน



ภาพประกอบ 5 แผนที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน



ภาพประกอบ 6 บรรยากาศบริเวณริมน้ำ ตลาดน้ำตลิ่งชัน

1.2.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำตลิ่งชัน คือวิถีชีวิตที่สะท้อนผ่านทางการซื้อขายสินค้าโดยพ่อค้าแม่ค้าพายเรือมาขาย ปัจจุบันนี้มีพ่อค้าแม่ค้าจำนวนหนึ่งที่น่าเรือพายมาขายสินค้า พืชผลทางการเกษตร ชา-กาแฟเย็นโบราณ ไอศกรีม แต่เรือส่วนใหญ่เป็นการขายอาหารริมโป๊ะแพ โดยผูกเรือไว้กับโป๊ะแพ เพราะเนื่องจากมีกระแสน้ำ คลื่น เวลาเรือโดยสารแล่นผ่านทำให้ไม่สะดวกหากจะปล่อยให้ลอยลำขายอาหารทั้งวัน และทางตลาดน้ำตลิ่งชันยังมีกิจกรรมการแสดงดนตรีไทย โดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้ขอความร่วมมือจากทางสำนักงานเขตตลิ่งชันให้ช่วยประสานงานกับทางโรงเรียนต่าง ๆ ในเขตตลิ่งชัน เพื่อขอความร่วมมือให้มาแสดงในบริเวณตลาดน้ำ ซึ่งทางศึกษาธิการเขตตลิ่งชันได้ช่วยจัดลำดับของโรงเรียนต่าง ๆ ในเขตตลิ่งชัน ให้มาแสดงดนตรีไทยบรรเลงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินใจ รวมทั้งเป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ชื่นชมด้วย การแสดงดนตรีไทยของนักเรียนนักศึกษา เริ่มตั้งแต่เวลา 11.00-14.00 น. ทุกวันอาทิตย์ แต่ในบางสัปดาห์ก็ไม่

สามารถหานักเรียนนักศึกษาได้ จึงมีการจ้างคณะแสดงดนตรีไทยมาบรรเลงในบางโอกาส โดยการละเล่นดนตรีไทยจัดไว้บริเวณศาลาไทยริมน้ำ



ภาพประกอบ 7 การแสดงดนตรีไทยของนักเรียนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน

1.2.3 ทรัพยากรธรรมชาติ เทศกาล และปรากฏการณ์ที่สำคัญของตลาดน้ำตลิ่งชัน กิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล

กิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลและวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้ร่วมกับผู้ค้า ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ เพื่อจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น ช่วงเทศกาลสงกรานต์ วันเข้าพรรษา วันลอยกระทง ประเพณีชักพระ มีการจัดบวชนาคเพื่ออุปสมบทหมู่ในช่วงวันพ้อ 5 ธันวาคม ทั้งนี้เพื่อเป็นการร่วมสนับสนุน อานุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของไทย



ภาพประกอบ 8 พิธีบวชนาคในวโรกาส 5 ธันวาคม พ.ศ. 2548



ภาพประกอบ 9 พิธีทำบุญตักบาตรในวโรกาส 12 สิงหาคม 2549

1.2.4 ทรัพยากรกิจกรรมทั้งกิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมการบริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วคลอง

กิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วคลอง ได้เริ่มขึ้นเมื่อกลางปี พ.ศ.2542 โดยจัดตั้งลิ่งชันทัวร์ เป็นการท่องเที่ยวทางเรือ เพื่อเสริมกิจกรรมของตลาดน้ำ โดยการจัดของประชามตลาดน้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักเขตลิ่งชันมากขึ้น โดยมีเส้นทางท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

เส้นทางที่ 1 ตลาดน้ำลิ่งชัน-สวนกล้วยไม้ เปิดบริการวันเสาร์ อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 9.00-16.00 น. เรือออกทุก ๆ 1 ชั่วโมง ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 2 ชั่วโมง ค่าบริการ ผู้ใหญ่ราคา 70 บาท เด็กราคา 40 บาท

เส้นทางท่องเที่ยว เริ่มจากตลาดน้ำคลองชักพระ เข้าคลองบางเชือกหนัง ชมสวนกล้วยไม้ ผ่านคลองรัตนิน เข้าคลองบางกอกน้อย ให้อาหารปลาวัดปากน้ำฝั่งใต้ เดินทางกลับตลาดน้ำลิ่งชันโดยสวัสดิภาพ

เส้นทางที่ 2 ตลาดน้ำลิ่งชัน-สวนงู เปิดบริการวันเสาร์ อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 13.00 น. รอบเดียว ใช้ระยะเวลาประมาณ 3 ชั่วโมง ค่าบริการ ผู้ใหญ่ราคา 120 บาท เด็กราคา 60 บาท

เส้นทางท่องเที่ยว เริ่มจากตลาดน้ำลิ่งชัน คลองชักพระ เข้าคลองบางกอกใหญ่ เข้าคลองด่าน ชมสวนงูธนบุรี ย้อนกลับมานมัสการหลวงพ่อดาวัดปากน้ำภาษีเจริญ กลับมาให้อาหารปลาวัดปากน้ำฝั่งใต้ เดินทางกลับตลาดน้ำลิ่งชันโดยสวัสดิภาพ



ภาพประกอบ 10 บรรยากาศการนั่งเรือทัวร์คลองของตลาดน้ำตลิ่งชัน

กิจกรรมการนัดแผนโบราณ

ทางตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้จัดสถานที่ไว้สำหรับบริการนัดแผนโบราณ ตั้งอยู่บริเวณข้าง ๆ เวทีประชาคม ให้บริการนัดตั้งแต่วันที่ 9.00-16.00 น. มีเตียงสำหรับนัด 7 เตียง มีหมอนวดแผนโบราณ ประมาณ 8 คน

กิจกรรมการซื้อขายสินค้า

สินค้าประเภทอาหาร

มีจำหน่ายบริเวณโปะแพ ในเรือ และบนบก โดยสามารถนั่งรับประทานอาหารได้ตามบริเวณโดยรอบที่ทางตลาดน้ำจัดไว้ หรือจะซื้อกลับไปรับประทานที่บ้านก็ได้ เช่น น้ำพริกเมี่ยงคำ ห่อหมก ปลาเผา กุ้งเผา ปลาต้มเค็ม ก๋วยจั๊บ ขนมเบื้องญวน ส้มตำ หอยทอด ผัดไท หมูสะเต๊ะ ลูกชิ้นปิ้ง ขนมจีน ฯลฯ



ภาพประกอบ 11 ขนมและสินค้าพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

สินค้าประเภทผักและผลไม้

เนื่องจากสภาพพื้นที่มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ จึงมีผลผลิตทางการเกษตร อาทิเช่น มะม่วง ขนุน มะไฟ ชมพู่ แก้วมังกร กระท้อน ฯลฯ นอกจากนี้ผลไม้แล้ว พืชผักสวนครัวก็มีการนำมาจำหน่าย โดยมีผักพื้นบ้าน เช่น ตำลึง ผักบุ้งไทย ผักกระถิน ฯลฯ และยังมีการนำผักปลอดสารพิษของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตลิ่งชันมาจำหน่ายด้วย เช่น ผักคะน้า แครอท ผักไฮโดรโปนิก ฯลฯ



ภาพประกอบ 12 ผัก และผลไม้ต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

สินค้าประเภทดอกไม้ ต้นไม้และไม้ประดับ

ต้นไม้ กิ่งพันธุ์ไม้ ไม้ผล ซึ่งตลิ่งชันมีชื่อเสียงมากในด้านการเพาะกิ่งพันธุ์ไม้ เช่น ทุเรียน มะม่วง มะนาว ขนุน ในส่วนของไม้ดอกไม้ประดับ โดยเฉพาะกล้วยไม้ ซึ่งมีการปลูกเป็นสวนกล้วยไม้ในพื้นที่เขตตลิ่งชันที่มีชื่อเสียง และให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมเมื่อร่วมทัวร์คลองกับทางตลาดน้ำ ดอกกล้วยไม้มีหลากหลายพันธุ์ เช่น แคทรียา หวาย รองเท้านารี แวนด้าและพันธุ์ผสม ต้นไม้ในวรรณคดี เช่น โมก ป๊อป พุดซ้อน ลำพู เป็นต้น อีกทั้งยังรวมไปถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการเกษตร เช่น ดิน ปุ๋ย กระจก เป็นต้น

สินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ

มีร้านค้าเสื้อผ้าไม่มากนัก มีเสื้อผ้าแบบไทย เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม มีทั้งแบบเสื้อ กระโปรง ผ้าถุง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เสื้อยืดลายต่าง ๆ เช่น ลายช้าง ลายตลาดน้ำ ลายทะเล เป็นต้น ในส่วนของเครื่องประดับมีการขายสินค้าใช้สำหรับผูกผมสตรี สร้อยคอ แหวน เข็มกลัด และเครื่องประดับที่เป็นหินสีธรรมชาติ เป็นต้น



ภาพประกอบ 13 ดอกไม้และพันธุ์ไม้ต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

สินค้าประเภทของที่ระลึก

สินค้าประเภทของที่ระลึก จากตลาดน้ำจริง ๆ แล้ว มีกรอบรูปไม้พร้อมรูปถ่ายนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมานั่งเรือเพื่อทัวร์คลอง ในราคา 99 บาท ตักตาประดิษฐ์ด้วยมือ โดยใช้วัสดุจากลูกตีนเป็ดน้ำ ซึ่งเป็นสินค้าจากแหล่งชุมชน โดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ รวมไปถึงสินค้าที่ยังคงมีความเป็นไทยผสมผสาน เช่น เครื่องจักรสาร เครื่องปั้นดินเผา เรือพายไม้ ตะเกียงน้ำมัน น้ำมันหอม โมบายไม้ไผ่ สมุนไพรไทย เป็นต้น



ภาพประกอบ 14 ผลิตภัณฑ์จากลูกตีนเป็ดน้ำ ของที่ระลึกจากตลาดน้ำตลิ่งชัน

กิจกรรมดนตรีสากล มีดนตรีสากลและคาราโอเกะสำหรับให้นักท่องเที่ยวขึ้นไปร่วมกิจกรรม ร่วมร้องเพลงและแสดงความสามารถ ซึ่งการแสดงดนตรีสากลจัดขึ้นในบริเวณเวทีประชาคม เริ่มเวลาประมาณ 14.00-16.00 น.

1.2.5 ทรัพยากรด้านบริการทั้งด้านการขนส่ง ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงสาธารณูปโภคสาธารณูปการต่าง ๆ

ตลาดน้ำตลิ่งชันมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตั้งอยู่บริเวณใกล้กับโป๊ะแพ มีการให้บริการเสียงตามสาย ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว แนะนำสินค้าและกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อ

ทิวทัศน์ของตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีแผนพับประชาสัมพันธ์แจกให้แก่นักท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องน้ำใช้ของทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน ตั้งอยู่บริเวณ
ด้านข้างสำนักงานเขต โดยห้องน้ำมีจำนวน 6 ห้อง แบ่งเป็นชาย 3 ห้อง หญิง 3 ห้อง คิดค่าบริการ
ครั้งละ 2 บาท



ภาพประกอบ 15 ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน



ภาพประกอบ 16 บริเวณโป๊ะทำเรือใช้ขึ้นลงเรือโดยสาร

1.2 บริบทของตลาดน้ำตลิ่งชันสรุปโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานตลาดน้ำ

การศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลจากการศึกษาจะขอเสนอตามมาตรฐานตลาดน้ำ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ในบริเวณที่มีอาณาเขตล้อมรอบด้วยแม่น้ำถึง 3 ด้าน และพื้นที่ภายในยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อย จากสภาพดังกล่าวจึงเหมาะแก่การสัญจรและการค้าขายทางน้ำ ซึ่งวิถีชีวิตดังกล่าวได้มีมาตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ตลาดน้ำตลิ่งชันจึงได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำ และเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักของย่านฝั่งธนบุรีในการล่องเรือทัวร์เพื่อศึกษาวิถีชีวิตริมน้ำตามลำคลองต่าง ๆ ซึ่งจะล่องผ่านตลาดน้ำตลิ่งชัน และกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทัวร์คลอง 2 เส้นทาง การซื้อขายสินค้าหลากหลายประเภท อาทิเช่น ผักและผลไม้ อาหารดอกไม้ ต้นไม้ สิ่งประดิษฐ์ ฯลฯ การนวดแผนโบราณ กิจกรรมการแสดงดนตรีไทย ดนตรีสากล คาธาโอเกะ และสวนสาธารณะ

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันบริหารงานโดยประชาคมตลาดน้ำซึ่งประกอบไปด้วยสมาชิกที่เป็นประชาชนในพื้นที่ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ โดยในแง่ของการบริหาร ผู้ประกอบการ ผู้ค้าต่าง ๆ ที่ล้วนเป็นสมาชิกของประชาคมตลาดน้ำ มีการจัดประชุมชี้แจงนโยบายข้อตกลงต่าง ๆ ให้กับสมาชิกของประชาคม ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการบริการแหล่งท่องเที่ยวประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการติดตั้งป้ายต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย การคำนึงถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางเรือ ได้แก่ เสื้อชูชีพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ทั้งนี้ในด้านของการประชาสัมพันธ์มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและมีเอกสาร แผ่นพับ แจกนักท่องเที่ยว รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนหนึ่งยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำในอดีต เช่น การสัญจรทางน้ำ และสิ่งก่อสร้างบางส่วนยังคงสะท้อนให้เห็นถึงสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลาริมน้ำ ทางด้านผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันอนุรักษ์ทางด้านกายภาพด้วยเสื้อผ้าแบบชาวสวน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชุมชนเดิม คือ การเกษตร แต่ในปีที่ผ่านมาได้มีการณรงค์ร่วมกันใส่เสื้อสีเหลือง ทางผู้ประกอบการจึงได้ใส่เสื้อสีเหลืองทำให้ไม่เห็นเด่นชัดในเรื่องการแต่งกายแบบไทย อีกทั้งทางตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับประชาชนในพื้นที่ได้มีการร่วมมือจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมไทย เช่น การจัดงานลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ทำบุญตักบาตร บวชนาค เป็นต้น ทำให้มีการท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศของความเป็นชุมชนสมัยก่อน จึงถือว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบตลาดน้ำช่วย

ส่งเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่า สภาพแม่น้ำลำคลองบริเวณตลาดน้ำมีความสะอาด แต่ในช่วงของการเก็บข้อมูลเป็นช่วงที่เกิดปัญหาน้ำท่วม ทำให้ต้องปิดการระบายน้ำ ทำให้สภาพน้ำในคลองไม่มีการไหลเวียนน้ำเป็นปกติ เป็นผลให้น้ำในคลองดูไม่สะอาดเท่าที่ควร ส่วนบริเวณโดยรอบตลาดน้ำตลิ่งชันมีอากาศถ่ายเทที่ดี ปราศจากฝุ่นควันมลพิษต่าง ๆ ระบบจัดเก็บและกำจัดขยะมูลฝอยยังมีประสิทธิภาพไม่เท่าที่ควร เห็นได้จากปริมาณขยะที่มีมาก ส่วนหนึ่งมาจากผู้ค้าขายอาหารในตลาดน้ำใช้ภาชนะใส่อาหารแบบใช้แล้วทิ้งใช้ได้ครั้งเดียว เช่น โฟม จานกระดาษ ช้อนพลาสติก ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง รวมถึงประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการบริหารชุมชน โดยมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำ บริหารงานโดยประชาชนในชุมชน และสามารถกำหนดควบคุม คุณภาพและราคาสินค้าได้

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ชุดที่ 2 : มาตรฐานตลาดน้ำ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มประชาชนท้องถิ่น ที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่เขตตลิ่งชัน จำนวน 74 คน 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 200 คน 3) ผู้ประกอบการที่ทำการค้าขายในพื้นที่บริเวณตลาดน้ำ จำนวน 32 คน และ 4) ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 14 คน โดยรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

ตาราง 4 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน

คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	144	45
หญิง	176	55
รวม	320	100

ตาราง 4 (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
15-24 ปี	66	20.6
25-34 ปี	117	36.6
35-44 ปี	77	24.1
45 ปีขึ้นไป	60	18.7
รวม	320	100
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	22	6.8
มัธยมศึกษา	72	22.5
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	46	14.4
ปริญญาตรี	154	48.1
ปริญญาโท	21	6.6
อื่น ๆ	5	1.6
รวม	320	100
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	46	14.4
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	51	15.9
พนักงานบริษัทเอกชน	91	28.4
ค้าขาย	55	17.2
เจ้าของกิจการ	30	9.4
รับจ้าง	29	9.1
อื่น ๆ	18	5.6
รวม	320	100
รายได้		
ไม่เกิน 5,000 บาท	42	13.1
5,001-10,000 บาท	93	29.1
10,001-15,000 บาท	86	26.9
15,001-20,000 บาท	34	10.6
20,001-30,000 บาท	32	10.0
มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป	33	10.3
รวม	320	100

จากข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55 และเป็นเพศชายร้อยละ 45

มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.1 และอายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.6 และน้อยที่สุดคืออายุ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.8

มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 14.4 ตามลำดับ ส่วนการศึกษาระดับประถมศึกษา ใกล้เคียงกับการศึกษาระดับปริญญาโท คือ คิดเป็นร้อยละ 6.9 และ 6.6 ตามลำดับ และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 1.6

มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมาอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 17.2 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ใกล้เคียงกับอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15.9 และ 14.4 ตามลำดับ เป็นเจ้าของกิจการ และอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ 9.1 ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน ข้าราชการเกษียณ สถาปนิก ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 5.6

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.9 มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.1 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป และ 20,001-30,000 บาท มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 10.6 10.3 และ 10.0 ตามลำดับ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ชุดที่ 1: มาตรฐานตลาดน้ำ จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มประชาชนท้องถิ่น ที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่เขตตลิ่งชัน จำนวน 74 คน 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 200 คน 3) ผู้ประกอบการที่ทำการค้าขายในพื้นที่บริเวณตลาดน้ำ จำนวน 32 คน และ 4) ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 14 คน โดยรายละเอียดข้อมูลทั่วไปจำแนกตามกลุ่ม ดังนี้

ตาราง 5 จำนวน ร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ประชาชน และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม								รวม
	นักท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการ		ประชาชน		ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพศ									
ชาย	92	46.0	18	56.3	26	35.1	8	57.1	144
หญิง	108	54.0	14	43.8	48	64.9	6	42.9	176
รวม	200	100	32	100	74	100	14	100	320
อายุ									
15-24 ปี	49	24.5	3	9.4	13	17.6	1	7.1	66
25-34 ปี	83	41.5	7	21.9	22	29.7	5	35.7	117
35-44 ปี	39	19.5	11	34.4	23	31.1	4	28.6	77
45 ปีขึ้นไป	29	14.5	11	34.4	16	21.6	4	28.6	60
รวม	200	100	32	100	74	100	14	100	320
ระดับการศึกษา									
ประถมศึกษา	7	3.5	8	25.0	6	8.1	1	7.1	22
มัธยมศึกษา	49	24.5	9	28.1	12	16.2	2	14.3	72
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.)	24	12.0	2	6.3	18	24.3	2	14.3	46
ปริญญาตรี	102	51.0	12	37.5	32	43.2	8	57.1	154
ปริญญาโท	14	7.0	-	-	6	8.1	1	7.1	21
อื่น ๆ	4	2.0	1	3.1	-	-	-	-	5
รวม	200	100	32	100	74	100	14	100	320

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม								รวม
	นักท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการ		ประชาชน		ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
อาชีพ									
นักเรียน/นักศึกษา	33	16.5	1	3.1	12	16.2	-	-	46
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30	15.0	3	9.4	13	17.6	5	35.7	51
พนักงานบริษัทเอกชน	67	33.5	2	6.3	17	23.0	5	35.7	91
ค้าขาย	16	8.0	19	59.4	18	24.3	2	14.3	55
เจ้าของกิจการ	13	6.5	6	18.8	10	13.5	1	7.1	30
รับจ้าง	24	12.0	1	3.1	3	4.1	1	7.1	29
อื่น ๆ	17	8.5	-	-	1	1.4	-	-	18
รวม	200	100	32	100	74	100	14	100	320
รายได้									
ไม่เกิน 5,000 บาท	24	12.0	8	25.0	9	12.2	1	7.1	42
5,001-10,000 บาท	64	32.0	5	15.6	19	25.7	5	35.7	93
10,001-15,000 บาท	53	26.5	12	37.5	18	24.3	3	21.4	86
15,001-20,000 บาท	18	9.0	4	12.5	10	13.5	2	14.3	34
20,001-30,000 บาท	21	10.5	3	9.4	7	9.5	1	7.1	32
มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป	20	10.5	-	-	11	14.9	2	14.3	33
รวม	200	100	32	100	74	100	14	100	320

จากข้อมูลในตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว และประชาชน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54 และ 64.9 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.3 และ 57.1 ตามลำดับ

อายุของกลุ่มตัวอย่างแยกตามประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.5 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี และ 45 ปีขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ในส่วนของประชาชนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี และ 25-34 ปี ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 31.1 และ 29.7 ตามลำดับ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.7

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 51 ผู้ประกอบการคิดเป็นร้อยละ 37.5 ประชาชนคิดเป็นร้อยละ 43.2 และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ได้แก่

ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 28.1 และนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 24.5

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษาและรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีอัตราส่วนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 16.5 และ 15 ตามลำดับ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาคือเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 18.8 สำหรับประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายและพนักงานบริษัทเอกชนใกล้เคียงกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ 23 ตามลำดับ ในส่วนของผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจเท่ากับพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.7

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25 ประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 25.7 และ 24.3 ตามลำดับ ส่วนผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.4

2.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ชุดที่ 3 : การกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามจากประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่เขตตลิ่งชัน จำนวน 100 คน โดยรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

ตาราง 6 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามการสร้างกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	46	46
หญิง	54	54
อายุ		
15-24 ปี	13	13
25-34 ปี	29	29
35-44 ปี	29	29
45 ปีขึ้นไป	29	29

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	12	12
มัธยมศึกษา	26	26
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	14	14
ปริญญาตรี	38	38
ปริญญาโท	3	3
อื่น ๆ	7	7
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	7	7
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	10	10
พนักงานบริษัทเอกชน	22	22
ค้าขาย	37	37
เจ้าของกิจการ	10	10
รับจ้าง	7	7
อื่น ๆ	7	7
รายได้		
ไม่เกิน 5,000 บาท	14	14
5,001-10,000 บาท	31	31
10,001-15,000 บาท	23	23
15,001-20,000 บาท	8	8
20,001-30,000 บาท	16	16
มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป	8	8
รวม	100	100

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 46

มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45 ปีขึ้นไป เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 29 และรองลงมา มีอายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 13

มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือพนักงาน

บริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 22 และประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รับจ้าง และอาชีพอื่น ๆ เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 7

ตอนที่ 3 การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำ

ผลการศึกษา พบว่า จากเครื่องมือในการวิจัย (ภาคผนวก จ) ที่มอบให้ผู้เชี่ยวชาญ (ภาคผนวก ค) พิจารณาและให้ความคิดเห็นต่อดัชนีที่ควรนำมาชี้วัดเพื่อนำมากำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ด้านลักษณะทางกายภาพและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม 3) ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และ 4) ด้านเศรษฐกิจ และใช้เกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ย (\bar{X}) รายข้อต้องสูงกว่า 4.00 จึงยอมรับเป็นดัชนีชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการประเมิน ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	ระดับความคิดเห็นในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำ ของผู้ทรงคุณวุฒิ		
	\bar{X}	S.D.	ผลการประเมิน
1) ด้านลักษณะทางกายภาพและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว			
1. แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.00	1.6330	✗
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น	4.75	.5000	✓
3. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ	4.60	.8944	✓
4. ความสมบูรณ์สภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ	4.00	1.7321	✓
5. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ	4.60	.5477	✓
6. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	4.60	.5477	✓
7. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม	4.00	.7071	✓
8. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.20	.8367	✓
9. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ	4.20	.8367	✓
10. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง	4.60	.5477	✓
11. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	3.40	1.5166	✗
12. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม	4.00	1.4142	✓
13. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย	4.40	.8944	✓
14. มีความสะดวกในการเดินทาง	4.60	.5477	✓
15. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ และสะดวกในการเข้าออก	3.80	1.6432	✗
16. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ	4.20	.8367	✓

ตาราง 7 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	ระดับความคิดเห็นในการกำหนด มาตรฐานตลาดน้ำ ของผู้ทรงคุณวุฒิ		
	\bar{x}	S.D.	ผลการประเมิน
17. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมีตลอดทั้งปี	2.20	1.7889	✗
18. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่	4.75	.5000	✓
19. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว	4.50	.5774	✓
20. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.75	.5000	✓
21. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง	4.00	1.1547	✓
22. ความเหมาะสมของเวลาการเดินทาง	3.25	1.2583	✗
23. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ	5.00	.0000	✓
24. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางเรือ เพื่อชมวิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	5.00	.0000	✓
2) ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม			
1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นอย่างถาวร	4.40	.8944	✓
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของไทย เช่น การแต่งกาย สิ้นค้า อื่นๆ	4.40	.8944	✓
3. ความกลมกลืนของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภากาบ้านเรือน ศาลา ริมน้ำ รูปแบบของเรือ	4.00	.7071	✓
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม	4.40	.8944	✓
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.20	.8367	✓
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี	4.20	.8367	✓
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรมต่างๆ	4.40	.8944	✓
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี	4.40	.8944	✓
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น	5.00	.0000	✓
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.00	1.0000	✓
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่	4.20	.8367	✓
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้อ่อนระลึกลงได้ดี	4.40	.5477	✓
13. มีกิจกรรม ประเพณี ที่แสดงออกถึงความผูกพันของผู้คนในท้องถิ่น	3.60	1.6733	✗
14. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส	4.60	.8944	✓

ตาราง 7 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	ระดับความคิดเห็นในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำของผู้ทรงคุณวุฒิ		
	\bar{x}	S.D.	ผลการประเมิน
3) ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม			
1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่	4.00	1.0000	✓
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.00	1.2247	✓
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	5.00	.0000	✓
4. มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับธรรมชาติ/และอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.80	1.6432	✗
5. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย	5.00	.0000	✓
6. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี	5.00	.0000	✓
7. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น คิววัน	5.00	.0000	✓
8. บริเวณตลาดน้ำมีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกวิธี และมีประสิทธิภาพ	5.00	.0000	✓
9. มีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	4.80	.4472	✓
10. มีป้ายเตือนให้ทิ้งขยะให้ถูกที่	3.40	1.5166	✗
11. มีการดัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์	4.00	1.7321	✓
4) ด้านเศรษฐกิจ			
1. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภค และแหล่งท่องเที่ยว	2.60	1.5166	✗
2. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม	4.80	.4472	✓
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.60	.8944	✓
4. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำในฐานะองค์กรการจัดการ	4.60	.5477	✓
5. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน	5.00	.0000	✓
6. มีการเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน	3.40	1.8166	✗
7. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่างเหมาะสม	4.20	.8367	✓
8. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม และชัดเจน	4.80	.4472	✓
9. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน	4.40	.8944	✓
10. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ	5.00	.0000	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึง ผ่านเกณฑ์การยอมรับเป็นดัชนีชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ

✗ หมายถึง ไม่ผ่านเกณฑ์การยอมรับเป็นดัชนีชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ

จากตาราง 7 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิตามหลักเกณฑ์ที่ควรกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำ คือ คะแนนค่าเฉลี่ย = 4.00 (ระดับมาก) ขึ้นไป พบว่า ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ผ่านเกณฑ์ 19 ข้อ ไม่ผ่านเกณฑ์ 5 ข้อ ด้านที่ 2 ด้านศิลปวัฒนธรรม ผ่านเกณฑ์ 13 ข้อ ไม่ผ่านเกณฑ์ 1 ข้อ ด้านที่ 3 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ผ่านเกณฑ์ 9 ข้อ ไม่ผ่านเกณฑ์ 2 ข้อ และด้านที่ 4 ด้านเศรษฐกิจ ผ่านเกณฑ์ 8 ข้อ ไม่ผ่านเกณฑ์ 2 ข้อ สรุปรวมมาตรฐานตลาดน้ำทั้ง 5 ด้าน ผ่านเกณฑ์ทั้งสิ้น 50 ข้อ และไม่ผ่านเกณฑ์ 9 ข้อ ผู้วิจัยจึงได้นำดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวไปกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อใช้ในการศึกษาต่อไป

ผู้วิจัยได้สรุปมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และข้อแนะนำต่างๆ จึงนำมาปรับและสรุปผลของมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ดังนี้ มาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 สังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 เศรษฐกิจ โดยในแต่ละด้านประกอบด้วยดัชนีชี้วัดรวมจำนวน 48 ข้อ โดยมีดัชนีชี้วัดในแต่ละด้านไว้ดังนี้

1) มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ
4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง
10. มีความสะดวกในการเดินทาง

2) มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

1. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย
3. มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ
4. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่
5. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว
6. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง
8. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือ
9. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) มาตรฐานตลาดน้ำด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้น
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น การแต่งกายสินค้า ประจำท้องถิ่น
3. มีการสะท้อนถึงของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สถาปัตยกรรม ศาลาริมน้ำรูปแบบของเรือ
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรมต่างๆ
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งานบวชนาคน เป็นต้น
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้ย้อนระลึกถึงอดีตได้
13. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส

4) มาตรฐานตลาดน้ำด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย
5. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี
6. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่นควัน
7. บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
8. มีการตัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์

5) มาตรฐานตลาดน้ำด้านเศรษฐกิจ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อการจัดการ
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม และชัดเจน
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชน ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 320 คน สำหรับความคิดเห็นที่มีต่อมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น และสภาวะที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชัน พร้อมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น

ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ มีดัชนีในแต่ละด้านรวม 48 ข้อ แสดงเปรียบเทียบกันเป็นรายข้อ ตามมาตรฐานตลาดน้ำในแต่ละด้าน ดังนี้

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน กับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

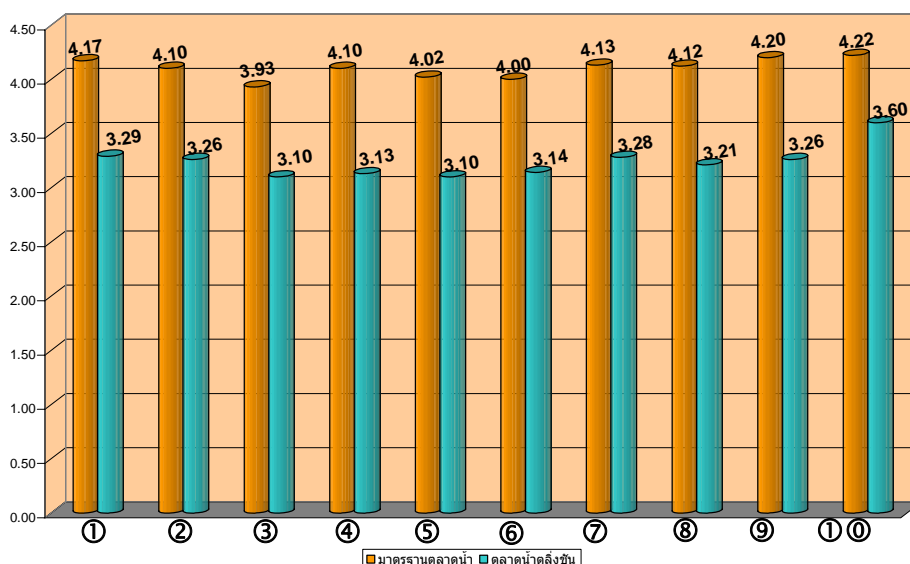
ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐาน ตลาดน้ำที่ควร จะเป็น	สภาวะตลาดน้ำ ตลิ่งชันที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน	Paired Samples Test		
	\bar{x} /(S.D.)	\bar{x} /(S.D.)	\bar{x} /(S.D.)	t	Sig.
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็น เอกลักษณ์ โดดเด่น	4.17 (.792)	3.29 (.899)	.88 (1.019)	15.366**	.000
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติ บริเวณตลาดน้ำ	4.10 (.820)	3.26 (.828)	.84 (1.035)	14.494**	.000
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมใน บริเวณตลาดน้ำ	3.93 (.875)	3.10 (.857)	.82 (1.042)	13.956**	.000
4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของ บริเวณตลาดน้ำ	4.10 (.863)	3.13 (.798)	.97 (1.105)	15.679**	.000
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำ มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	4.02 (.894)	3.10 (.921)	.92 (1.131)	14.456**	.000
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือ ขายอาหารกับสภาพแวดล้อม	4.00 (.807)	3.14 (.916)	.86 (1.100)	14.027**	.000
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้ อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.13 (.777)	3.28 (.889)	.85 (1.060)	14.404**	.000
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมี ความสำคัญและน่าสนใจ	4.12 (.812)	3.21 (.904)	.91 (1.072)	15.140**	.000
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของ สภาพตลิ่ง	4.20 (.885)	3.26 (.916)	.94 (1.025)	16.475**	.000
10. มีความสะดวกในการเดินทาง	4.22 (.781)	3.60 (.938)	.62 (.989)	11.140**	.000

** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 8 พบว่า มาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำในระดับมากขึ้นไปทุกข้อ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การมีความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.20 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีค่าเฉลี่ย 4.17

ในส่วนของสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจาก มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีค่าเฉลี่ย 3.29 และมีเส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.28

ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน และด้านที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัยของสภาพตลิ่ง และลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม



1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ
4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง
10. มีความสะดวกในการเดินทาง

ภาพประกอบ 17 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชัน ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสถานะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน กับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐาน ตลาดน้ำที่ควร จะเป็น	สภาวะตลาดน้ำ ตลิ่งชันที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน	Paired Samples Test		
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	t	Sig.
1. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัย อย่างเหมาะสม	4.07 (.912)	2.95 (.906)	1.13 (1.197)	16.814**	.000
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย	4.07 (.962)	2.89 (.970)	1.18 (1.217)	17.415**	.000
3. มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและ เพียงพอ	4.07 (1.079)	2.55 (1.008)	1.52 (1.442)	18.787**	.000
4. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและ บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสาร เผยแพร่	4.13 (.857)	3.10 (.993)	1.03 (1.169)	15.785**	.000
5. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรใน การดูแลนักท่องเที่ยว	3.97 (.933)	2.99 (1.001)	.98 (1.264)	13.884**	.000
6. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมี ความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.16 (.853)	2.97 (.995)	1.18 (1.179)	17.921**	.000
7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนใน ข้อมูล และเที่ยงตรง	4.07 (.846)	3.11 (.982)	.97 (1.082)	15.931**	.000
8. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณ ตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือ	4.32 (.819)	3.27 (.901)	1.04 (1.119)	16.620**	.000
9. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	3.94 (.951)	2.85 (.937)	1.09 (1.184)	16.414**	.000

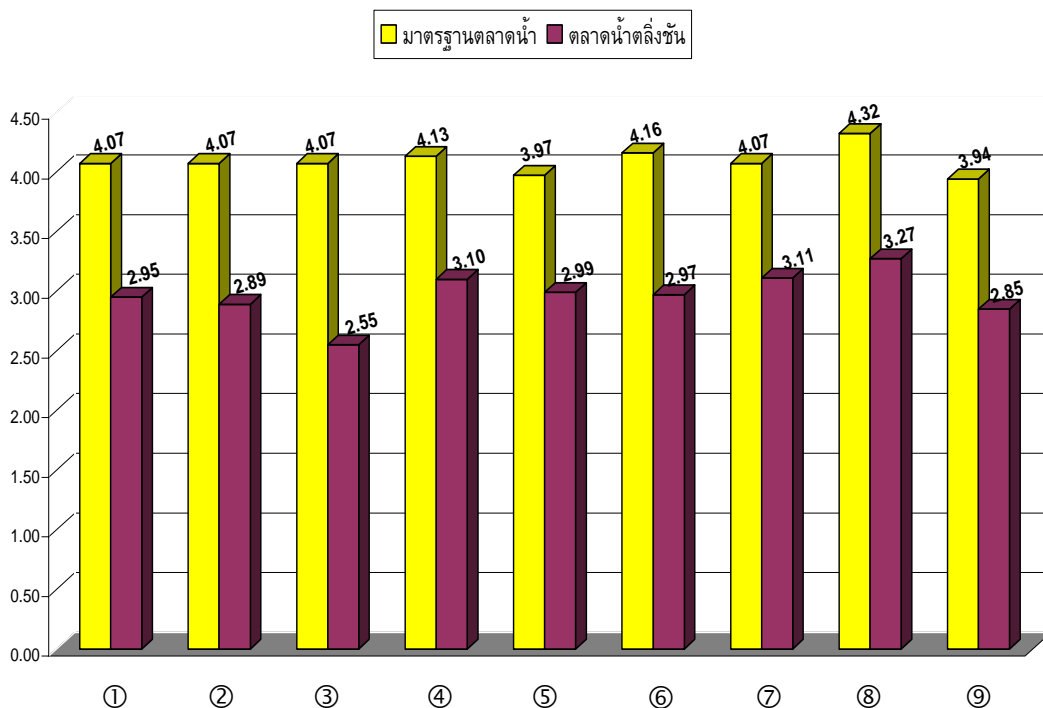
** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 9 มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำในระดับมากขึ้นไปทุกข้อ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือ มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และมีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้

ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว มีเอกสารเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีจำนวน 4 ด้าน ที่มีค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน ได้แก่ มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง

ในส่วนของสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง มีค่าเฉลี่ย 3.11 และมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.10

ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน และด้านที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ การมีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการพัฒนาปรับปรุงด้านเหล่านี้จึงถือเป็นด้านที่สมควรได้รับการพัฒนาตัวนที่สุด



1. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย
3. มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ
4. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่
5. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว
6. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง
8. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือ
9. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ภาพประกอบ 18 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชัน ด้านลักษณะการจัดการและการบริการแหล่งท่องเที่ยว

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน กับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

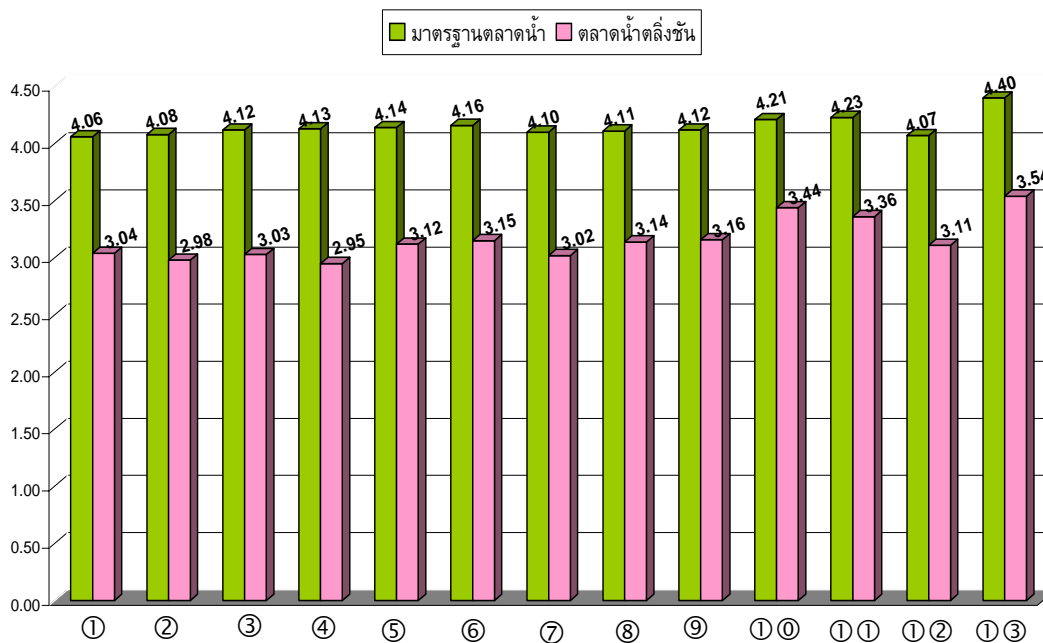
ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐาน ตลาดน้ำที่ควร จะเป็น	สภาวะตลาดน้ำ ตลิ่งชันที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน	Paired Samples Test		
	\bar{x} /(S.D.)	\bar{x} /(S.D.)	\bar{x} /(S.D.)	t	Sig.
1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้น	4.06 (.834)	3.04 (.943)	1.01 (1.112)	16.170**	.000
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมี เอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น การแต่ง กาย สินค้า ประจำท้องถิ่น	4.08 (.819)	2.98 (.955)	1.09 (1.141)	17.061**	.000
3. มีการสะท้อนของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลาริมน้ำ รูปแบบของเรือ	4.12 (.794)	3.03 (.990)	1.09 (1.156)	16.875**	.000
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้าน ศิลปวัฒนธรรม	4.13 (.791)	2.95 (.989)	1.17 (1.148)	18.314**	.000
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.14 (.759)	3.12 (.958)	1.02 (1.046)	17.480**	.000
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี	4.16 (.810)	3.15 (1.021)	1.01 (1.113)	16.147**	.000
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิ ปัญญาท้องถิ่นผ่านสินค้า กิจกรรมต่าง ๆ	4.10 (.833)	3.02 (.990)	1.08 (1.153)	16.802**	.000
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี	4.11 (.836)	3.14 (1.049)	.97 (1.165)	14.849**	.000
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษา ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็น แบบอย่างต่อชุมชนอื่น	4.12 (.800)	3.16 (1.058)	.97 (1.127)	15.355**	.000
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งานบวชนาค เป็นต้น	4.21 (.795)	3.44 (1.049)	.77 (1.048)	13.176**	.000
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริม การฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่	4.23 (.765)	3.36 (.994)	.88 (1.037)	15.095**	.000
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้ออน ระลึกถึงอดีตได้	4.07 (.877)	3.11 (1.097)	.96 (1.199)	14.315**	.000
13. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.40 (.748)	3.54 (.956)	.85 (1.039)	14.694**	.000

** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำในระดับมากขึ้นไปทุกข้อ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มีความคาดหวังในด้านชาวบ้านมีความเป็นมิตรและยิ้มแย้มแจ่มใสสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ย 4.23 และมีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งานบวชขนาด มีค่าเฉลี่ย 4.21

ในส่วนของสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจาก มาตรฐานตลาดน้ำด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นในระดับมากจำนวน 1 ด้าน คือ ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 3.54 และค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางที่มีคะแนนรองลงมา ได้แก่ มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ย 3.44 และการท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 3.36

ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน และด้านที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น การแต่งกาย สินค้าประจำท้องถิ่น และมีการสะท้อนของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลาริมน้ำ รูปแบบของเรือ การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านสินค้า กิจกรรมต่าง ๆ



1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้น
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงควมมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น การแต่งกาย สินค้า ประจำท้องถิ่น
3. มีการสะท้อนของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลาริมน้ำ รูปแบบของเรือ
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรมต่าง ๆ
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งานบวชนาค เป็นต้น
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้อ่อนระลึกถึงอดีตได้
13. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส

ภาพประกอบ 19 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชัน ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน กับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

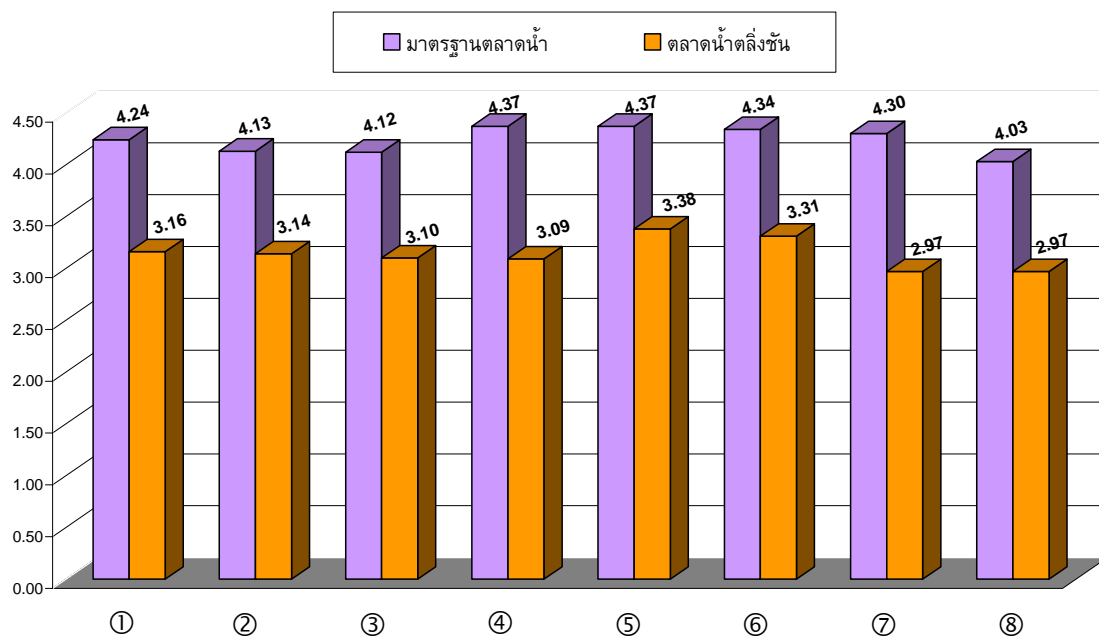
ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐาน ตลาดน้ำที่ควร จะเป็น	สภาวะตลาดน้ำ ตลิ่งชันที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน	Paired Samples Test		
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	t	Sig.
1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริม การฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่	4.24 (.829)	3.16 (.932)	1.09 (1.117)	17.422**	.000
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.13 (.819)	3.14 (.958)	.99 (1.126)	15.440**	.000
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.12 (.858)	3.10 (.956)	1.01 (1.156)	15.211**	.000
4. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย	4.37 (.808)	3.09 (.983)	1.29 (1.176)	19.575**	.000
5. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำ ให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี	4.37 (.747)	3.38 (.930)	.98 (1.083)	16.214**	.000
6. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น ควัน	4.34 (.815)	3.31 (.979)	1.03 (1.140)	16.230**	.000
7. บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและ กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบ กำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกวิธีและมี ประสิทธิภาพ	4.30 (.891)	2.97 (.921)	1.33 (1.139)	20.845**	.000
8. มีการตัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์	4.03 (.895)	2.97 (.899)	1.08 (1.044)	18.306**	.000

** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 พบว่า มาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำในระดับมากขึ้นไปทุกข้อ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาคือบริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น ควัน มีค่าเฉลี่ย 4.34 และบริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.30

ในส่วนของสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจาก มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นว่าการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาบริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่นควัน มีค่าเฉลี่ย 3.31 และมีการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 3.16

ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน และด้านที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่



1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริม การฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย
5. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำ ให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี
6. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น คิววัน
7. บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ
8. มีการดัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์

ภาพประกอบ 20 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชัน ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t และค่า Sig ของผลการเปรียบเทียบระหว่างสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน กับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น ด้านเศรษฐกิจ

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐาน ตลาดน้ำที่ควร จะเป็น	สภาวะตลาดน้ำ ตลิ่งชันที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน	Paired Samples Test		
	\bar{x} /(S.D.)	\bar{x} /(S.D.)	\bar{x} /(S.D.)	t	Sig.
1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมี รายได้เพิ่ม	4.36 (.747)	3.58 (.895)	.78 (.955)	14.388**	.000
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนา สินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.27 (.791)	3.29 (.927)	1.00 (1.049)	16.642**	.000
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำ เพื่อการจัดการ	4.24 (.776)	3.38 (.994)	.87 (1.081)	13.995**	.000
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการทรัพยากรของชุมชน	4.18 (.815)	3.25 (.950)	.95 (1.068)	15.414**	.000
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่าง เหมาะสม	4.03 (.849)	3.30 (.929)	.73 (.963)	13.146**	.000
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่ เป็นธรรม และชัดเจน	4.32 (.767)	3.32 (.955)	1.00 (1.052)	17.058**	.000
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่ นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน	4.28 (.812)	3.09 (1.088)	1.19 (1.149)	18.532**	.000
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ	4.40 (.757)	3.41 (.884)	.99 (1.029)	17.163**	.000

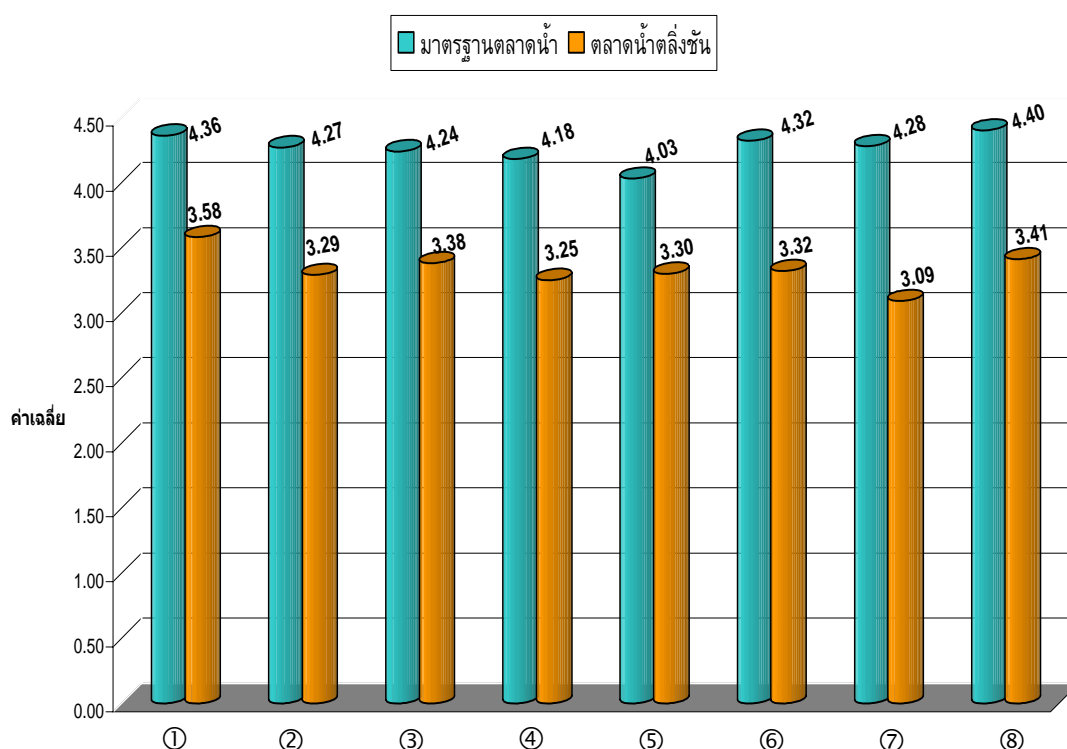
** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำในระดับมากขึ้นไปทุกข้อ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม มีค่าเฉลี่ย 4.36 และมีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรมและชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.32

ในส่วนของสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจาก มาตรฐานตลาดน้ำด้านเศรษฐกิจ พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นในด้านส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่มมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาด้านอาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย

3.41 และมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อการจัดการ มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน และด้านที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรมและชัดเจน และมีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น



1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อการจัดการ
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่างเหมาะสม
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม และชัดเจน
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ

ภาพประกอบ 21 การเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นกับสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำท้องถิ่น ด้านเศรษฐกิจ

จากการศึกษาพบว่า มาตรฐานตลาดน้ำที่สร้างขึ้นเมื่อมาสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ พบว่า จากมาตรฐาน 48 ข้อ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นอยู่ในระดับมากถึง 48 ข้อ

จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 47 ข้อ และอยู่ในระดับมากถึง 1 ข้อ คือ มีความสะดวกในการเดินทาง

จากผลการเปรียบเทียบคะแนนค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกี่ยวกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น กับสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชันมีความแตกต่างกันในทุกด้าน และทุกดัชนีของมาตรฐานตลาดน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมาตรฐานตลาดน้ำส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาวะที่เป็นอยู่จริงของตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 4 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ โดยวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาไปสู่ตลาดน้ำมาตรฐาน

4.2.1 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำตามหลักเกณฑ์มาตรฐานที่สร้างขึ้น จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ โดยแสดงตามตาราง 6-9 ดังนี้

ตาราง 13 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านลักษณะทาง

กายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. การจราจร การจอดรถบริเวณตลาดน้ำทำให้สถานที่คับแคบ ทำให้ขาดความสะดวกในการซื้อของ ขาดความโดดเด่น	12
2. สถานที่คับแคบ พื้นที่มีขนาดเล็ก	12
3. ขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลรอบ ๆ เวที	7
4. แพสำหรับนั่งรับประทานอาหาร คับแคบเกินไป	7
5. การเดินทางไม่สะดวก	5
6. แพไม่มีมาตรฐาน ความปลอดภัย	3
7. สภาพแวดล้อม รกชยะ	3
8. ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การจัดระเบียบร้านค้า	3
9. ไม่มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ความเป็นธรรมชาติ	2
10. จัดสถานที่ให้สวยงาม	1

จากตาราง 13 พบว่า ปัญหาเรื่องการจราจร การจอดรถบริเวณตลาดน้ำทำให้สถานที่คับแคบ ขาดความสะดวกในการซื้อของ ขาดความโดดเด่น ปัญหาด้านสถานที่คับแคบและมีขนาดเล็ก ปัญหาด้านขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลรอบ ๆ เวที แพสำหรับนั่งรับประทานอาหารมีน้อย ขาดมาตรฐาน ความปลอดภัย ปัญหาความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความกลมกลืนกับธรรมชาติ

ตาราง 14 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว

ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ และไม่มีความสะดวก	76
2. ที่จอดรถไม่เพียงพอ	54
3. ความสะดวกของสถานที่ต่าง ๆ	13
4. ขาดการประชาสัมพันธ์ ชี้แนะนักท่องเที่ยว โฆษณา	7
5. ถังขยะยังไม่เพียงพอ	6
6. ป้าย เครื่องหมายต่าง ๆ ด้านความปลอดภัย ติดเครื่องหมายจราจร	5
7. เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ	4
8. ด้านงบประมาณสนับสนุน กองทุนส่งเสริม	4

ตาราง 14 (ต่อ)

ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
9. ความร่วมมือระหว่างผู้คน คนในชุมชน คนในท้องถิ่น	3
10. เพิ่มปรับปรุงสถานที่ทานอาหารบนแพ	3
11. การให้ความร่วมมือของพ่อค้าแม่ค้าอาจทำได้ไม่เต็มที่	2
12. เพิ่มโต๊ะนั่งให้มากกว่าเดิม	1
13. เพิ่มร้านค้าในน้ำ	1
14. เรื่องความปลอดภัยในการเดินทางทางน้ำ มากกว่านี้	1
15. มีร้านค้าน้อยเกินไป ขาดการแข่งขัน ผู้บริโภคเสียประโยชน์	1
16. ผู้มีส่วนรับผิดชอบไม่เห็นความสำคัญอย่างจริงจัง	1
17. การปฏิบัติตามกฎระเบียบแม่ค้าในแพ	1

จากตาราง 14 พบว่า มีความไม่เพียงพอในด้านห้องน้ำ ที่จอดรถ ความสะอาด ถึงขยะ การประชาสัมพันธ์ โต๊ะนั่ง ร้านค้า ที่นั่งในแพ ป้ายบอกทาง เครื่องหมายจราจร และเจ้าหน้าที่ รวมถึงการขาดงบประมาณสนับสนุน ขาดความร่วมมือระหว่างผู้คนในชุมชน ปัญหาความปลอดภัยทางน้ำ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบแม่ค้าในแพ

ตาราง 15 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม	จำนวนความคิดเห็น
1. สินค้าที่เป็นของท้องถิ่น หรือสินค้าพื้นเมืองมีน้อย	9
2. ไม่ควรขายเครื่องดื่มมีนเมาที่ผสมแอลกอฮอล์	1
3. เรื่องของวัฒนธรรม ควรที่จะสืบทอดต่อไป	1
4. จิตสำนึกในความเป็นเจ้าของของคนในชุมชนน่าจะยังต้องปลูกฝัง	1
5. การให้ความเข้าใจกับประชาชนท้องถิ่น	1
6. ผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน	1

จากตาราง 15 พบว่า ปัญหาด้านสินค้าของท้องถิ่น/สินค้าพื้นเมืองมีน้อย ไม่ควรขายเครื่องดื่มมีนเมาที่ผสมแอลกอฮอล์ ปัญหาเรื่องของวัฒนธรรม ควรที่จะสืบทอดต่อไป ปัญหาจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของของคนในชุมชนยังต้องปลูกฝัง และปัญหาการให้ความเข้าใจกับประชาชน และผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน

ตาราง 16 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	จำนวนความคิดเห็น
1. สภาพน้ำในแม่น้ำลำคลองไม่ค่อยสะอาด และส่งกลิ่น	7
2. ความสะอาดของสภาพแวดล้อม	2
3. ขาดการควบคุมมาตรฐานอย่างจริงจัง	1
4. กิจกรรมให้ความรู้	1
5. ทำลายสภาพแวดล้อม	1
6. สิ่งแวดล้อมทางน้ำ	1
7. อากาศถ่ายเทได้ไม่สะดวก	1
8. ต้นไม้ในสวนน้อย	1

จากตาราง 16 พบว่า ปัญหาสภาพน้ำในแม่น้ำลำคลองไม่ค่อยสะอาด และส่งกลิ่น ปัญหาด้านความสะอาดของสภาพแวดล้อม การขาดการควบคุมมาตรฐานอย่างจริงจัง และกิจกรรมการให้ความรู้ การทำลายสภาพแวดล้อม ปัญหาสิ่งแวดล้อมทางน้ำ

ตาราง 17 ปัญหาในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	จำนวนความคิดเห็น
1. ราคาอาหารแพง	7
2. ป้ายราคาสินค้าควรติดให้เห็นเด่นชัด	4
3. ความสะอาดของอาหาร และคุณภาพ ความอร่อย	3
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำน้อย	2
5. นำสินค้าของท้องถิ่นมาจำหน่าย	1
6. มีการแสวงหาประโยชน์ของคนบางกลุ่ม	

จากตาราง 17 พบว่า ปัญหาด้านราคาอาหารแพง ป้ายราคาสินค้าควรติดให้เห็นเด่นชัด ความสะอาดของอาหาร และคุณภาพความอร่อย และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำน้อย

4.2.2 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่ตลาดน้ำมาตรฐาน

ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดน้ำที่สร้างขึ้น 5

ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและ
บริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพ
สิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ โดยแสดงในตารางที่ 14-18 ดังนี้

ตาราง 18 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน
ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. ควรจะขยายสถานที่ให้กว้างกว่านี้ จัดบริเวณที่นั่งพักให้เพิ่มขึ้น	10
2. แพไม่ควรแออัด สามารถรองรับคนเป็นจำนวนมาก	5
3. ปรับพื้นที่ให้เป็นธรรมชาติมากขึ้น เช่น เพิ่มต้นไม้	3
4. ควรมีนโยบายการพัฒนาที่ชัดเจน ทั้งด้านการปรับปรุงสถานที่	1
5. เพิ่มความเป็นระเบียบเรียบร้อย	1
6. คุณภาพของสินค้าและราคามีมาตรฐาน มีสินค้าหลากหลาย	1
7. ลักษณะของตลาดน้ำควรเป็นตลาดที่ทอดยาวไปตามริมฝั่งน้ำ	1
8. พัฒนาแม่น้ำลำคลอง	1

จากตาราง 18 พบว่า ควรจะขยายสถานที่ให้กว้างกว่านี้ จัดบริเวณที่นั่งพักให้เพิ่มขึ้น แพไม่
ควรแออัด สามารถรองรับคนเป็นจำนวนมาก ปรับพื้นที่ให้เป็นธรรมชาติมากขึ้น เช่น เพิ่มต้นไม้
เพิ่มความเป็นระเบียบเรียบร้อย คุณภาพของสินค้าและราคาควรมีมาตรฐาน มีสินค้าหลากหลาย
และลักษณะของตลาดน้ำควรเป็นตลาดที่ทอดยาวไปตามริมฝั่งน้ำ

ตาราง 19 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน
ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว

ด้านลักษณะการจัดการและการบริการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. ควรเพิ่มห้องน้ำ และปรับปรุงด้านความสะอาด	42
2. จัดเตรียมพื้นที่จอดรถไว้เพียงพอ ควรมีคนอำนวยความสะดวก หรือ เก็บค่าบริการจอดจะได้มีงบประมาณมาสนับสนุนทางด้านนี้	37
3. ดูแลเรื่องความสะอาดให้ทั่วบริเวณตลาดน้ำ และเพิ่มเติมถังขยะ	13
4. การจัดระเบียบในแพให้มีมาตรฐาน เพิ่มขนาดของแพ และความ ปลอดภัย	6

ตาราง 19 (ต่อ)

ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
5. มีการประชาสัมพันธ์ คอยแนะนำเกี่ยวกับตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	5
6. ควบคุมคุณภาพและราคาอาหารทุก ๆ ร้าน โดยเท่าเทียมกัน และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค	4
7. ควรเพิ่มความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทางเรือ และบริเวณทางรถไฟ	4
8. จัดระเบียบร้านค้า การวางของของผู้ขาย การวางสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย	4
9. จัดการสัญจรทางเข้า-ออกรถให้เป็นระเบียบไม่ให้เป็นอันตรายกับคนเดินเที่ยว	3
10. ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เดินตรวจอย่างต่อเนื่อง	2
11. จัดทำป้ายบอกให้รู้ถึงสถานที่ตลาดน้ำ	2
12. ควรจัดเรือนำเที่ยวให้มีรอบมากขึ้นและเก็บค่าโดยสารลดลง	1
13. ควรจัดให้มีการประชุมสัมมนาผู้ค้าและกรรมการดูแลเป็นประจำ	1
14. ควรอนุรักษ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติมากยิ่งขึ้น	1
15. จัดตั้งอบรมให้ความรู้แก่เยาวชน	1
16. ติดป้ายประกาศรณรงค์การทิ้งขยะ เศษอาหารให้เป็นที่เป็นทาง	1
17. ควรจะช่วยนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไกด์น่าจะบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ	1
18. น่าจะเปิดทุกวัน	1

จากตาราง 19 พบว่า ควรเพิ่มห้องน้ำ และปรับปรุงด้านความสะอาด จัดเตรียมพื้นที่จอดรถไว้เพียงพอ มีคนอำนวยความสะดวก หรือเก็บค่าบริการจอดจะได้มีงบประมาณมาสนับสนุนทางด้านนี้ ดูแลเรื่องความสะอาดให้ทั่วบริเวณตลาดน้ำ และเพิ่มเติมถึงขยะ การจัดระเบียบในแพให้มีมาตรฐาน เพิ่มขนาดของแพ และความปลอดภัย มีการประชาสัมพันธ์ คอยแนะนำเกี่ยวกับตลาดน้ำ และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควบคุมคุณภาพและราคาอาหารทุก ๆ ร้าน โดยเท่าเทียมกัน และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ควรเพิ่มความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทางเรือ และบริเวณทางรถไฟ จัดระเบียบร้านค้า การวางของของผู้ขาย การวางสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย จัดการสัญจรทางเข้า-ออกรถให้เป็นระเบียบไม่ให้เป็นอันตรายกับคนเดินเที่ยว ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเดินตรวจอย่างต่อเนื่อง จัดทำป้ายบอกทางการมาถึงตลาดน้ำ อบรมความรู้ให้แก่เยาวชน และอนุรักษ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติให้มากยิ่งขึ้น

ตาราง 20 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม	จำนวนความคิดเห็น
1. ควรมีอาหารพื้นบ้าน และของโบราณและของท้องถิ่นมาขายมากกว่านี้	7
2. ควรอนุรักษ์ความเป็นไทยและให้เป็นท้องถิ่นแบบเดิม ๆ	4
3. การแสดงดนตรีในสวน ควรจัดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายนักแสดงให้มีความเหมาะสม เน้นการแต่งกายที่รักษาวัฒนธรรมไทย รวมไปถึงควมคุมให้มีการแสดงออกให้สมวัย	2
4. มีความเป็นมิตร	1
5. ต้องส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด	1
6. การพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพชีวิตของชุมชน	1
7. ปฏิบัติดีสำนึกในความเป็นเจ้าของคนในชุมชน	1
8. พ่อค้า แม่ค้า ควรแต่งตัวเหมือนกัน	1
9. ให้บุคลากรเปลี่ยนบุคลิกภาพใหม่	1
10. ให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมให้มากขึ้น	1
11. อนุรักษ์อาคารบ้านเรือน วิถีชุมชนแบบดั้งเดิม	1

จากตาราง 20 พบว่า ควรมีอาหารพื้นบ้านและของโบราณและของท้องถิ่นมาขายมากกว่านี้ ควรอนุรักษ์ความเป็นไทยและให้เป็นท้องถิ่นแบบเดิม ๆ การแสดงดนตรีในสวน ควรจัดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายนักแสดงให้มีความเหมาะสม เน้นการแต่งกายที่รักษาวัฒนธรรมไทย รวมไปถึงควมคุมให้มีการแสดงออกให้สมวัย มีความเป็นมิตร มีการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด

ตาราง 21 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	จำนวนความคิดเห็น
1. จัดการกับขยะอย่างมีประสิทธิภาพ	6
2. รักษาแม่น้ำให้มีคุณภาพดี ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ	5
3. ไม่ควรใช้กล่องโฟม กระจาด	4

ตาราง 21 (ต่อ)

ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	จำนวนความคิดเห็น
4. การจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้มีสภาพที่ดีกว่านี้	3
5. การอบรมให้ความรู้ด้านอนุรักษ์ให้มากขึ้น	2
6. บริเวณตลาดให้เป็นรูปแบบชาวบ้าน และเข้ากับสิ่งแวดล้อม	1

จากตาราง 21 พบว่า ควรมีการจัดการกับขยะอย่างมีประสิทธิภาพ รักษาแม่น้ำให้มีคุณภาพดี ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ ไม่ควรใช้กล่องโฟม กระดาษ ควรเปลี่ยนมาเป็นภาชนะที่ใช้ได้ถาวรเพื่อเป็นการลดขยะรักษาสิ่งแวดล้อม และควรมีการจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้มีสภาพที่ดีกว่านี้ มีการอบรมให้ความรู้ด้านอนุรักษ์ให้มากขึ้น

ตาราง 22 ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐานด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	จำนวนความคิดเห็น
1. การกำหนดมาตรฐานราคาสินค้า ราคาอาหารและสินค้าบางอย่างไม่เหมาะสม (ควบคุม)	3
2. เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สถานที่ควรเน้นความเป็นธรรมชาติ	2
3. การขายของท้องถิ่นที่เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	1
4. อาหารน่าจะมีหลากหลายและเพิ่มอาหารแบบใหม่ให้เป็นจุดสนใจ	1
5. เน้นสินค้า OTOP หรือเฉพาะมากกว่าตลาดทั่วไป	1
6. พัฒนาสินค้าในชุมชนให้เป็นมาตรฐานและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	1
7. คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ	1
8. จัดสรรงบประมาณลงมาพัฒนาตลาดน้ำให้ชัดเจนและต่อเนื่อง	1
9. ประชาชนมีส่วนร่วม ร่วมกับภาครัฐให้มากที่สุด	1
10. ไม่ค้ากำไรเกินควร	1

จากตาราง 22 พบว่า ควรมีการกำหนดมาตรฐานราคาสินค้า ราคาอาหารและสินค้าบางอย่างไม่เหมาะสม ควรขายของท้องถิ่นและเน้นสถานที่ให้เป็นธรรมชาติเพื่อเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เน้นสินค้า OTOP หรือสินค้าท้องถิ่นมากกว่าสินค้าทั่วไป พัฒนาสินค้าในชุมชนให้เป็นมาตรฐานและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ มีการจัดสรรงบประมาณพัฒนาตลาดน้ำที่ชัดเจนและต่อเนื่อง ให้ประชาชนมีส่วนร่วม และไม่ค้ากำไรเกินควร

ตอนที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลการวิเคราะห์ จากแบบสอบถามการสร้างกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในท้องถิ่น จำนวน 100 คน พบว่า ผลการวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน และปัญหา ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน ดังนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ทางด้าน จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ปัญหา เป้าหมาย ทิศทาง และวิธีการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน มีดังนี้

ตาราง 23 จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ปัญหา ของตลาดน้ำตลิ่งชัน

การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลิ่งชันมีจุดเด่น/ข้อได้เปรียบในด้านใด		
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ	65	65
2. ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร	72	72
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	26	26
4. มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น	25	25
5. ความเข้มแข็งของชุมชนในท้องถิ่น	38	38
6. เป็นแหล่งขายผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ	27	27
7. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี)	43	43
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	4	4
ตลาดน้ำตลิ่งชันมีจุดอ่อนในด้านใด		
1. ความสะอาดของน้ำ	39	39
2. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง	27	27
3. ขาดการส่งเสริมบริการด้านการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	32	32
4. การจัดการกับขยะ	38	38
5. ความสะอาดของโต๊ะแพขายอาหาร	44	44

ตาราง 23 (ต่อ)

การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน	ความคิดเห็นของผู้ตอบ	
	แบบสอบถาม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. มีจำนวนเรือขายอาหารยังไม่มากพอ	50	50
7. มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	64	64
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	9	9
ตลาดน้ำตลิ่งชันมีโอกาพัฒนาไปอย่างไร		
1. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	70	70
2. พัฒนาเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียง	58	58
3. เพิ่มพื้นที่ในการขายอาหาร แปะ เรือ และที่นั่งเพื่อการพักผ่อนให้มากขึ้น	50	50
4. พัฒนาคักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันให้มีมาตรฐาน	60	60
5. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ (ของย่านฝั่งธนบุรี)	49	49
6. พัฒนาเป็นจุดแวะพักนักท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง	32	32
7. พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปราศจากมลภาวะ	44	44
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	3	3
ปัญหาข้อใดที่จะทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่พัฒนาไปสู่จุดหมาย		
1. ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเพียงพอ	53	53
2. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	40	40
3. มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากตลาดน้ำอื่น ๆ	22	22
4. ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ	46	46
5. ขาดเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง	26	26
6. ขาดการร่วมมือระหว่างประชาชนในชุมชน	49	49
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	10	10
ในอีก 5 ปี ตลาดน้ำตลิ่งชันควรจะพัฒนาไปในทิศทางใด		
1. พัฒนาเป็นตลาดน้ำตัวอย่างที่มีมาตรฐาน	67	67
2. ประชาชนในท้องถิ่นสามารถพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวตลาดน้ำ	55	55
3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และสุขภาพ	56	56
4. พัฒนาเป็นสถานที่จัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ	26	26
5. เป็นแหล่งขายสินค้าทางการเกษตรที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี)	33	33
6. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี)	55	55
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	5	5

การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน	ความคิดเห็นของผู้ตอบ	
	แบบสอบถาม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดน้ำตลิ่งชันมีเป้าหมายในการพัฒนาเพื่อเหตุผลใด		
1. เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	71	71
2. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน	59	59
3. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน	40	40
4. เพื่อแสวงหาตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร	19	19
5. เพื่อพัฒนาให้ตลาดน้ำตลิ่งชันมีมาตรฐานสู่สากล	48	48
6. เพื่อพัฒนาให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้	55	55
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	6	6
ควรทำอย่างไรถึงจะทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันพัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการ		
1. ปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการจัดการให้มีมาตรฐาน	67	67
2. สร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในตลาดน้ำ	44	44
3. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	42	42
4. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีมาตรฐาน	52	52
5. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น	36	36
6. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม	58	58
7. มีระบบรักษาความปลอดภัย และมาตรฐานการให้บริการ	45	45
8. ส่งเสริมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำในบริเวณใกล้เคียง	51	51
9. อื่น ๆ (โปรดระบุ)	5	5
รวม	100	100

จากตาราง 23 พบว่า จุดเด่น/ข้อได้เปรียบของตลาดน้ำตลิ่งชันมี ได้แก่ ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวนร้อยละ 72 รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ จำนวนร้อยละ 65 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี) จำนวนร้อยละ 43

จุดอ่อน พบว่า มีในด้านมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ จำนวนร้อยละ 64 รองลงมามีจำนวนเรือขายอาหารยังไม่มากพอ จำนวนร้อยละ 50

โอกาสการพัฒนาของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีไปในด้านพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวนร้อยละ 70 รองลงมาด้านพัฒนาศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันให้มีมาตรฐาน จำนวนร้อยละ 60 พัฒนาเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียง จำนวนร้อยละ 58 และเพิ่มพื้นที่ในการขายอาหาร แพน เรือ และที่นั่งเพื่อการพักผ่อนให้มากขึ้น จำนวนร้อยละ 50

ปัญหาที่จะทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่พัฒนาไปสู่จุดหมาย พบว่า ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเพียงพอ จำนวนร้อยละ 53 รองลงมาขาดการร่วมมือระหว่างประชาชนใน

ชุมชน จำนวนร้อยละ 49 และขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวนร้อยละ 46

ในอีก 5 ปี ตลาดน้ำตลิ่งชันควรจะพัฒนาไปอย่างไร พบว่า พัฒนาเป็นตลาดน้ำตัวอย่างที่มีมาตรฐาน จำนวนร้อยละ 67 รองลงมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวและสุขภาพ จำนวนร้อยละ 56 ประชาชนในท้องถิ่นสามารถพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี) เท่ากันจำนวนร้อยละ 55

เป้าหมายในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันว่า พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ จำนวนร้อยละ 71 รองลงมาเพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน จำนวนร้อยละ 59 และเพื่อพัฒนาให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้ จำนวนร้อยละ 55

ควรทำอย่างไรถึงจะทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันพัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการ พบว่า ควรปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการจัดการให้มีมาตรฐาน จำนวนร้อยละ 67 รองลงมาส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 58 และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีมาตรฐาน จำนวนร้อยละ 52

5.2 ปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ผู้วิจัยได้จำแนกปัญหาในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดน้ำ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ ดังตาราง 24-28 ดังนี้

ตาราง 24 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. ที่จอดรถไม่เพียงพอ	39
2. สถานที่นั่ง และที่พักทานอาหารน้อย	5
3. ตลาดคับแคบ การจราจร ความสะดวกในการซื้อของ	4
4. สวนหย่อมและต้นไม้มีน้อย	4
5. ความปลอดภัยของโป๊ะแพ	3
6. ต้องกระจายแหล่งท่องเที่ยวออกไปอีก	1
7. ทางเดินริมน้ำไม่สะดวก	1
8. สิ่งแวดล้อมไม่เป็นธรรมชาติ	1

จากตาราง 24 พบว่า มีปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ สถานที่นั่งและที่พักทานอาหารน้อย

ตลาดคับแคบจากการจราจรไม่มีความสะดวกในการซื้อของ สวนหย่อมและต้นไม้มีน้อย ความปลอดภัยของโป๊ะแพ ทางเดินริมน้ำไม่สะดวก และสิ่งแวดล้อมไม่เป็นธรรมชาติ

ตาราง 25 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว

ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. ห้องน้ำไม่เพียงพอ	26
2. การประชาสัมพันธ์ไม่ดีเท่าที่ควร	2
3. ถังขยะไม่พอให้บริการ	2
4. ป้ายบอกร่องเส้นทางการเดินทางไปตลาดน้ำไม่เพียงพอ	2
5. การบริหารจัดการ	1
6. เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ และดูแลความปลอดภัยน้อย	1
7. ป้ายบอกทาง มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ	1
8. ป้ายบอกทางไปห้องสุขาไม่มี	1
9. หน้าฝนไม่มีที่หลบฝน	1

จากตาราง 25 พบว่า ปัญหาทางด้านห้องน้ำไม่เพียงพอ การประชาสัมพันธ์ไม่ดีเท่าที่ควร ถังขยะไม่พอให้บริการ ป้ายบอกร่องเส้นทางการเดินทางไปตลาดน้ำไม่เพียงพอ เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ และดูแลความปลอดภัยน้อย รวมถึงป้ายบอกทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ และป้ายบอกทางไปห้องสุขาไม่มี

ตาราง 26 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม	จำนวนความคิดเห็น
1. สินค้าการเกษตรบางชนิดไม่ใช่ผลผลิตในพื้นที่	1
2. การแต่งกาย	1
3. มารยาทของพ่อค้าแม่ค้า	1

จากตาราง 26 พบว่า สินค้าการเกษตรบางชนิดไม่ใช่ผลผลิตในพื้นที่ การแต่งกายและมารยาทของพ่อค้าแม่ค้า

ตาราง 27 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม	จำนวนความคิดเห็น
1. สาธารณสุข ความสะอาดของพื้นที่	2
2. แม่น้ำลำคลองไม่สะอาด	1
3. การใช้ภาชนะจากโฟม พลาสติก และกระดาษ	1

จากตาราง 27 พบว่า มีปัญหาในด้านสาธารณสุข ด้านความสะอาดของพื้นที่ ความสะอาดในแม่น้ำลำคลอง และการใช้ภาชนะจากโฟม พลาสติก และกระดาษ

ตาราง 28 ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	จำนวนความคิดเห็น
1. ราคาสินค้าไม่มีมาตรฐาน ในชนิดเดียวกัน	3
2. สินค้าประเภทอาหารมีไม่หลากหลาย	1
3. สินค้าจำพวกผักผลไม้ ดอกไม้ ในวันเสาร์จะสดกว่าวันอาทิตย์	1

จากตาราง 28 พบว่า ราคาสินค้าไม่มีมาตรฐาน สินค้าประเภทอาหารไม่มีความหลากหลาย และสินค้าจำพวกผัก ผลไม้ ดอกไม้ ในวันเสาร์จะสดกว่าวันอาทิตย์

5.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำให้ดีขึ้น

ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำให้ดีขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดน้ำที่สร้างขึ้น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ โดยแสดงในตารางที่ 29-33 ดังนี้

ตาราง 29 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น

ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. พัฒนาที่จอดรถ	8
2. เพิ่มห้องน้ำ	6
3. จัดหาที่นั่งพักผ่อนให้มากกว่านี้	3
4. ขยายพื้นที่สำหรับกิจกรรม	2
5. ควรให้เป็นถนนคนเดิน	2
6. การกระจายแหล่งท่องเที่ยวออกไป	1
7. มีต้นไม้เยอะๆ	1

จากตาราง 29 พบว่า ควรมีการพัฒนาที่จอดรถ เพิ่มเติมห้องน้ำ จัดหาที่นั่งพักผ่อนให้มากกว่านี้ ควรขยายพื้นที่สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ควรให้เป็นถนนคนเดิน และมีการกระจายแหล่งท่องเที่ยวออกไป

ตาราง 30 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว

ลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนความคิดเห็น
1. ควรพัฒนาความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ	11
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มขึ้น	11
3. ให้หน่วยงานรัฐเข้ามาดูแล และจัดสรรงบประมาณในด้านต่าง ๆ	3
4. ควรมีการประชาสัมพันธ์เส้นทางมาตลาดน้ำ	1
5. ควรมีของที่ระลึกแจกลูก ๆ น้อย ๆ เพื่อเป็นการโฆษณาไปในตัว	1
6. ควรมีสถานที่หลบฝนหลบแดดให้มากขึ้น	1
7. มีอาสาสมัคร คอยดูแลพื้นที่ ทั้งเรื่องความสะอาดและความเรียบร้อยต่าง ๆ	1
8. ให้มีการจัดการปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐาน	1
9. ให้หน่วยงานรัฐจัดการระบบรักษาความสะอาดในแม่น้ำลำคลอง	1

จากตาราง 30 พบว่า ควรพัฒนาความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ให้หน่วยงานรัฐเข้ามาดูแลและจัดสรรงบประมาณในด้านต่าง ๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์เส้นทางมาตลาดน้ำ ควรมีสถานที่หลบฝนหลบแดดให้มากขึ้น จัดให้มี

อาสาสมัคร คอยดูแลพื้นที่ ทั้งเรื่องความสะอาดและความเรียบร้อยต่าง ๆ ควรมีการจัดการปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐานตามที่ตั้งขึ้นจริง และให้หน่วยงานรัฐบาลจัดการระบบรักษาความสะอาดในแม่น้ำลำคลอง

ตาราง 31 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม	จำนวนความคิดเห็น
1. จัดอบรมบุคลากร โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านอื่น ๆ	2
2. ควรเน้นให้มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์	1
3. พัฒนามารยาทของพ่อค้าแม่ค้า	1
4. พัฒนาบุคลากร ผู้ขาย ให้มีความรู้ด้านบุคลิกภาพ และความร่วมมือเพื่อประโยชน์ส่วนรวม	1
5. ฝึกลูกหลานให้เป็นผู้แนะนำตลาดน้ำได้	1

จากตาราง 31 พบว่า ควรมีการจัดอบรมบุคลากร โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและความรู้ด้านอื่น ๆ ควรเน้นให้มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ พัฒนามารยาทของพ่อค้าแม่ค้า พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ด้านบุคลิกภาพ และความร่วมมือเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และฝึกลูกหลานให้เป็นผู้แนะนำตลาดน้ำได้

ตาราง 32 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	จำนวนความคิดเห็น
1. ควรมีการจำกัดกลิ่นควัน ปิ้งย่าง แยกไว้เฉพาะส่วน	1
2. จัดสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้ดีขึ้น	1
3. ช่วยกันรักษาความสะอาด	1
4. ติดปรังเกอร์น้ำให้เป็นละออง กำจัดฝุ่น	1
5. เปลี่ยนภาชนะใส่อาหารจากโฟม พลาสติก กระดาษ มาเป็นจานที่ใช้ซ้ำได้	2
6. อยากให้แม่ค้าช่วยกันดูแลธรรมชาติมากกว่านี้	1

จากตาราง 32 พบว่า ควรมีการจำกัดกลิ่นควัน ปิ้งย่าง แยกไว้เฉพาะส่วน จัดสภาพ-

แวดล้อมต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ช่วยกันรักษาความสะอาด เปลี่ยนภาชนะใส่อาหารจากโฟม พลาสติก กระดาษ มาเป็นจานที่ซ้ำได้ และแม่ค้าช่วยกันดูแลธรรมชาติมากกว่านี้

ตาราง 33 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดีขึ้น
ด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	จำนวนความคิดเห็น
1. ปรับปรุงคุณภาพสินค้า และมีราคามาตรฐานเดียวกัน	4
2. ส่งเสริมให้มีการค้าขายทุกวัน	2
3. ขายสินค้าเกษตรให้มากขึ้น และเพิ่มชนิดอาหาร	2
4. ควรมีการแข่งขันในด้านอาหารให้มากขึ้นกว่าเดิม	1
5. จัดระเบียบร้านค้าให้มีมาตรฐานเดียวกัน	1
6. ชุมชนควรมีส่วนร่วมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน	1
7. ในโປះแพให้มีของขายมากขึ้น	1
8. ผู้ค้าให้มีศักยภาพมากกว่าเดิม	1
9. พัฒนาชุมชนมีรายได้	1
10. ราคาท่องเที่ยวแพงเกินไปสำหรับคนไทย	1

จากตาราง 33 พบว่า ควรปรับปรุงคุณภาพสินค้า ส่งเสริมให้มีการค้าขายทุกวัน ขายสินค้าเกษตรให้มากขึ้น และเพิ่มชนิดอาหาร ควรมีการแข่งขันในด้านอาหารให้มากขึ้นกว่าเดิม จัดระเบียบร้านค้าให้มีมาตรฐานเดียวกัน ชุมชนควรมีส่วนร่วมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ในโປះแพให้มีของขายมากขึ้น พัฒนาให้ชุมชนมีรายได้ และราคาท่องเที่ยวแพงเกินไปสำหรับคนไทย

5.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากผลการศึกษาแบบสอบถามฉบับที่ 1 การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำ และแบบสอบถามฉบับที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน นั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยได้จัดทำเป็น SWOT Analysis และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ ดังได้แสดงไว้ดังนี้

ตาราง 34 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของตลาดน้ำตลิ่งชัน

จุดแข็ง S	จุดอ่อน W
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญติดอันดับ 1 ใน 10 ของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ 2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางตลาดน้ำที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีความสะดวกในการเดินทาง 3. มีความเป็นธรรมชาติ และมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น อีกทั้งปัจจุบันมีจำนวนไม่ก็แห่ง 4. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญย่านฝั่งธนบุรี 5. มีความเข้มแข็งของชุมชนในท้องถิ่น จากการมีส่วนร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมตลาดน้ำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีปัญหาทางด้านสาธารณูปโภคไม่เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ที่สำหรับนั่งพักผ่อน 2. มีจำนวนเรือขายอาหารยังไม่มากพอ ขนาดของโป๊ะแพยังรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่มาก รวมไปถึงความสะดวกบริเวณโดยรอบ 3. ขาดการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแต่งกาย ผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าต่าง ๆ 4. ความสามารถในการจัดการกับขยะ ยังไม่เพียงพอ 5. ขาดการส่งเสริมบริการด้านการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 6. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง
โอกาส O	อุปสรรค T
<ol style="list-style-type: none"> 1. การตื่นตัวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนในสมัยก่อน ผ่านทางตลาดน้ำซึ่งมีความโดดเด่น 2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเส้นทางสัญจรของเรือท่องเที่ยวจากแม่น้ำเจ้าพระยาผ่านตลอดวัน 3. มีหน่วยงานทางด้านสื่อต่าง ๆ เช่น รายการทีวีประเภทท่องเที่ยว เข้าไปใช้พื้นที่ ทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันได้รับการโฆษณาไปด้วย 4. ในอนาคตมีโครงการรถไฟฟ้าผ่านบริเวณเขตตลิ่งชันเพิ่มความสะดวกในการเดินทางและสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเพียงพอต่อความต้องการขยายพื้นที่และปรับปรุงสาธารณูปโภค 2. ขาดการร่วมมือระหว่างประชาชนบริเวณรอบชุมชนเรื่องการรักษาความสะดวกของแม่น้ำลำคลอง 3. ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ 4. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 5. ขาดเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง 6. มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากตลาดน้ำอื่นๆ

จากตาราง 34 พบว่า จุดแข็งของตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใน

กรุงเทพฯ การเดินทางสะดวกสามารถมาได้หลายเส้นทาง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น และมีชื่อเสียง อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หาได้ยากในเขตกรุงเทพฯ มีความเข้มแข็งของคนในชุมชน โดยมีการจัดตั้งเป็นประชาคมตลาดน้ำ ในส่วนของจุดอ่อนนั้นทางตลาดน้ำตลิ่งชันยังขาดพื้นที่ในการให้บริการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ สถานที่นั่งพักผ่อนและรับประทานอาหาร จำนวนเรือขายอาหารและขนาดของโป๊ะแพยังมีน้อยเกินไป ขาดการแสดงออกถึงวัฒนธรรมในท้องถิ่น ผ่านทางการแต่งกาย ผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าต่าง ๆ ความสามารถในการจัดการกับขยะยังมีน้อย ขาดการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ยังมีไม่มากเท่าที่ควร

ทางด้านโอกาสของตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น มีการตื่นตัวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม ประเพณีของคนสมัยก่อน ซึ่งสอดคล้องกับตลาดน้ำที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนสมัยก่อนได้เด่นชัด และตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ในบริเวณที่มีการสัญจรทางน้ำอยู่ตลอดทั้งวัน เพราะเส้นทางล่องเรือทัวร์จากแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกน้อยนั้น ผ่านบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันทำให้ได้นักท่องเที่ยวทางเรือเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีหน่วยงานภายนอก เช่น รายการทีวีประเภทท่องเที่ยวต่าง ๆ มาถ่ายทำบริเวณตลาดน้ำอยู่เป็นประจำ ถือได้ว่าเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง ในส่วนของอุปสรรคของตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น ยังขาดงบประมาณสนับสนุนทางด้านสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ขนาดของโป๊ะแพ การขยายพื้นที่สวนหย่อมข้างทางรถไฟ และสร้างที่จอดรถ จึงทำให้การพัฒนาเป็นไปด้วยความล่าช้า ขาดความร่วมมือของประชาชนโดยรอบให้ช่วยกันรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง และจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ยังขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีการแข่งขันทางการท่องเที่ยวจากตลาดน้ำอื่น ๆ

5.5 แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

การพัฒนากลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ สามารถสรุปแนวทางโดยนำความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสถานะตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงผลการวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน และการวิเคราะห์ SWOT Analysis ร่วมกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนา โดยผู้วิจัยสรุปแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพตามมาตรฐานตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งควรได้รับการพัฒนา ดังนี้

แนวทางที่ 1 พัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า สามอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตลาดน้ำตลิ่งชันต่ำที่สุด ได้แก่ ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับ

สภาพแวดล้อม จึงควรต้องรีบดำเนินการปรับปรุง และเนื่องจากตลาดน้ำตลิ่งชันถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ ของชุมชนริมน้ำในอดีต ซึ่งปัจจุบันเป็นสิ่งที่หาชมได้ยากยิ่ง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเมื่อพิจารณาร่วมกับปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ พบว่าทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงเรื่องสิ่งที่จะพัฒนา ดังนี้

1.1 ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ โดยทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน และกรรมการประชาคมตลาดน้ำ ควรดูแลพื้นที่ให้เป็นธรรมชาติโดยให้มีสภาพที่สมบูรณ์ใกล้เคียงกับความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้มากที่สุด มีบรรยากาศทำให้สามารถนึกถึงวัฒนธรรมไทยมากกว่านี้ โดยให้ความสำคัญกับสิ่งที่เป็นธรรมชาติและทำมาจากธรรมชาติ เช่น ดูแลรักษาแม่น้ำลำคลอง ต้นไม้ต่าง ๆ สิ่งปลูกสร้างที่มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำให้มีความเป็นระเบียบยิ่งขึ้น

1.2 กรรมการประชาคมตลาดน้ำและผู้ประกอบการในตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรให้ความสำคัญกับสินค้าท้องถิ่น ที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ เช่น สินค้าพื้นบ้าน และผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นของท้องถิ่น เพื่อให้เข้ากับความเป็นตลาดน้ำ และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

1.3 กรรมการประชาคมตลาดน้ำ และผู้ประกอบการบนบก ควรมีการจัดสภาพการจราจรบริเวณหน้าร้านค้า บนถนนหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ให้ทางรถยนต์เข้า-ออกควรแบ่งอย่างชัดเจนเพื่อความเป็นระเบียบและความปลอดภัย ไม่ควรให้มีรถผ่านเข้าออกตรงบริเวณถนนหน้าร้านค้า เพื่อความปลอดภัยและสะดวกต่อผู้มาท่องเที่ยวจับจ่ายซื้อของ

1.4 ทางประชาคมตลาดน้ำ และผู้ประกอบการในตลาดน้ำ ควรมีการดูแลที่นั่งรับประทานอาหาร ให้ได้รับการปรับปรุงให้มีความสะอาด และไม่แออัดจนเกินไป และควรเพิ่มพื้นที่ในการนั่งพักผ่อน พื้นที่บริเวณโปะแพะสำหรับนั่งรับประทานอาหาร และการขายอาหารควรแยกออกจากทางเดินให้เด่นชัด เพื่อความสะอาด ถูกสุขลักษณะ และความเป็นระเบียบ

1.5 ทางสำนักงานเขต และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรเพิ่มเติมไม้ดอกไม้ประดับ พันธุ์ไม้ต่าง ๆ บริเวณสวนหย่อม โดยเน้นพันธุ์ไม้ของท้องถิ่น และที่หาชมได้ยาก มีการติดป้ายชื่อพันธุ์ไม้เหล่านั้นเพื่อเป็นการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ และเส้นทางเดินในบริเวณสวนหย่อมควรมีการปรับปรุงให้เดินได้สะดวกกว่านี้ การเดินผ่านสระบัวควรมีทางเดินที่มั่นคงกว่าปัจจุบัน และควรเพิ่มความมั่นคง แข็งแรง ปลอดภัยของสภาพตลิ่ง ให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

1.6 ทางประชาคมตลาดน้ำ ควรมีการเพิ่มระยะเวลาการล่องเรือทัวร์ และแวะพักตามสถานที่ธรรมชาติให้มากขึ้นเพื่อชมวิถีชีวิตริมน้ำ และสภาพธรรมชาติของสองฝั่งคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติ และหากได้ร่วมศึกษาเรียนรู้ไปกับวิถีชีวิตถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

1.7 ทางประชาคมตลาดน้ำ ควรสนับสนุนเพิ่มเติมกิจกรรมการเล่นดนตรีไทย ซึ่งปัจจุบันมีอยู่แล้ว แต่ควรจัดเพิ่มให้มีทุกสัปดาห์ เพราะเป็นสิ่งที่เหมาะสมกับสภาพบรรยากาศ และเป็น การนำเสนอเอกลักษณ์ของไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างดียิ่ง และกิจกรรมการร่วมร้อง เพลงคาราโอเกะดนตรีสากลที่ทางตลาดน้ำจัดไว้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม นั้น ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ประชาชน ได้แสดงออกและสร้างความสนุกสนาน อย่างไรก็ตาม ทางคณะกรรมการบริหารประชาคมควรดูแลเรื่องการแต่งกายของทางเครื่องที่เป็นเด็ก ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมสะท้อนความเป็นไทยผสมผสานไปบ้างตามสมควร

แนวทางที่ 2 ปรับปรุงด้านลักษณะทางการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า สามอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตลาดน้ำตลิ่งชัน ต่ำที่สุด ได้แก่ การมีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ การมีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีการติดตั้งป้าย/สัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม ดังนั้น ตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งมีการจัดการโดยประชาคมตลาดน้ำ อันประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้บริหาร ผู้ประกอบการ ผู้ค้าต่าง ๆ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการภายในชุมชน ดังนั้นแนวทางพัฒนาตลาดน้ำ เมื่อพิจารณาร่วมกับปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ พบว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรคำนึงถึงเรื่อง สิ่งที่ต้องพัฒนา ดังนี้

2.1 สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรเพิ่มเติมจำนวนห้องน้ำให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันห้องน้ำสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวนั้นมีห้องน้ำชายและหญิงอย่างละสามห้อง จึงทำให้มีปริมาณไม่เพียงพอในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลอดทั้งวัน และควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ หรือจัดหาห้องน้ำประเภทเคลื่อนที่ไว้คอยให้บริการแต่ต้องระวังและคำนึงถึงสภาพแวดล้อม มลพิษต่าง ๆ ที่จะตามมาด้วย

2.2 ทางประชาคมตลาดน้ำ ควรขอความร่วมมือในการขยายที่จอดรถเพิ่มเติม จากสถานีราชการใกล้เคียง และเนื่องจากมีพื้นที่ขนาดเล็กจึงมีที่จอดรถน้อยและคับแคบไม่เพียงพอกับการให้บริการนักท่องเที่ยว จึงควรบริหารจัดการที่จอดรถให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยอาจมีการจัดการที่จอดรถให้เป็นระเบียบ ประสานงานกับหน่วยงานราชการเรื่องการเก็บรถที่จอดทิ้งไว้ของทางราชการในวันหยุด เช่น รถดับเพลิง หรือขยายพื้นที่จอดรถไปในบริเวณรอบนอกจัดที่จอดรถไว้อาจจะใกล้ก็ใช้การประชาสัมพันธ์ให้ทราบ และมีรถรับส่งระหว่างตลาดน้ำ

2.3 ความสะอาดถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างแรก ๆ ที่ทุกพื้นที่ควรจะมี ตลาดน้ำตลิ่งชันมีพื้นที่ในการให้บริการหลากหลาย ทั้งตลาดบนบก ทำน้ำ โปะแพ สวนหย่อม ที่นั่งรับประทานอาหารและนั่งพักผ่อน จึงควรมีการดูแลรักษาความสะอาดในทุก ๆ พื้นที่ให้ทั่วถึง

2.4 ทางประชาคมควรจัดเตรียม อุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง ที่ดับเพลิง ให้พร้อมในบริเวณที่คาดว่าจะเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น ท่าเรือและโป๊ะแพ ควรมีอุปกรณ์ชูชีพให้เพียงพอ และจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อเน้นให้นักท่องเที่ยว อุณหภูมิสบายใจเวลาอยู่ในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน มีกรณีที่นักท่องเที่ยวได้ลิ้มของมีค่า เช่น กระจ่าง เป็ด ต่าง ๆ ส่วนใหญ่แล้วได้คืนเพราะตลาดน้ำได้มีการคุยและตกลงกันในกลุ่มสมาชิกผู้ค้าถึงความร่วมมือในเรื่องนี้ จึงถือเป็นเรื่องที่ควรได้รับการชื่นชม และเกิดความประทับใจของนักท่องเที่ยว

2.5 ทางประชาคม ควรจัดให้มีการอบรมภาษาอังกฤษให้กับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ในด้านภาษาให้กับผู้ค้า ใช้ติดต่อสื่อสารซื้อ-ขายสินค้า เนื่องจากมีนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำเป็นประจำ หรืออาจขอความร่วมมือจากโรงเรียนในพื้นที่ หรือ เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขต ให้จัดครูมาอบรมภาษาอังกฤษที่จำเป็นในการสนทนาซื้อขายสินค้า ให้กับผู้ประกอบการ

2.6 ทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการตรวจสอบคุณภาพอาหาร ความสะอาด และมีการควบคุมราคา ควรมีการกำหนดราคาสินค้า อาหาร ให้เห็นเด่นชัดและเป็นธรรมกับผู้บริโภค และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ

2.7 กรรมการประชาคมตลาดน้ำ ควรดูแลและมีมาตรการไม่ควรให้มีผู้ค้า ภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของประชาคม เข้ามาค้าขายในตลาดน้ำเนื่องจากอาจมีการตัดราคากับผู้ค้า ภายในตลาดน้ำ และควบคุมได้ลำบาก

2.8 ทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน กรรมการประชาคมตลาดน้ำ ควรขอใช้พื้นที่ และ ของบประมาณสนับสนุนจากกรุงเทพมหานคร ในการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ สวนสาธารณะริมทางรถไฟ ที่นั่งรับประทานอาหาร ศาลา อเนกประสงค์ โป๊ะแพ และเรือขายสินค้า

แนวทางที่ 3 ปรับปรุงด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

จากการศึกษา พบว่า สามอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตลาดน้ำตลิ่งชัน ต่ำที่สุด ได้แก่ ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านการสืบทอดภูมิปัญญาและแสดง ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านสินค้า กิจกรรมต่าง ๆ การจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่น ดังนั้น แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเมื่อพิจารณาร่วมกับปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ พบว่าควรคำนึงถึงเรื่องสิ่งที่ควรพัฒนา ดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ควรแต่งกายให้มี เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และวิถีชีวิตแบบคนไทยในสมัยก่อน ในส่วนนี้ทางตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการ กำหนดให้ผู้ประกอบการใส่เสื้อหม้อฮ่อม เพื่อแสดงออกถึงวิถีชีวิตของชาวเกษตรบริเวณเขตตลิ่งชัน เพราะในอดีตเคยเป็นพื้นที่สำคัญทางการเกษตรที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร แต่ปัจจุบันพ่อค้า แม่ค้าหันมาใส่เสื้อสีเหลืองแทน เพราะร่วมกันเฉลิมฉลอง 60 ปีของการครองราชย์ จึงทำให้ไม่มี เอกลักษณ์เท่าที่ควร

3.2 ทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จัดให้มีมักคุเทศน์ประจำท้องถิ่น โดยขอความร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน เพื่อส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญ สามารถเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน สถานที่ที่มีความสำคัญ ประวัติต่างๆ และสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ เพื่อเป็นการฝึกทักษะของเด็กให้กล้าแสดงออก และระลึกถึงความมีคุณค่าของชุมชนท้องถิ่นเดิม

3.3 ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ทางกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการแนะนำ จัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความเข้าใจ และวิธีปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้า (นักท่องเที่ยว) การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติได้ถูกวิธี เช่น การแต่งกาย การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตแบบเดิมไว้ให้มากที่สุด เป็นต้น

3.4 สำนักงานเขตควรมีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริม พี่นฟู สนับสนุนให้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นยังคงอยู่ต่อไป

3.5 ในการก่อสร้าง ปรับปรุง พัฒนาหรือบูรณะสิ่งต่าง ๆ ทางผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรคำนึงถึงความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม และการแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น ศาลาเรือนไทย แผงขายของที่เป็นรูปแบบเรียบง่าย การก่อสร้างหรือปรับปรุงพื้นที่ควรใช้ของพื้นบ้าน ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย เป็นต้น

แนวทางที่ 4 ปรับปรุงด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษา พบว่า สามอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตลาดน้ำตลิ่งชันต่ำที่สุด ได้แก่ การมีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การมีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ การตัดแปลงสีจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์ แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย และการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้น แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเมื่อพิจารณาร่วมกับปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ พบว่าควรคำนึงถึงเรื่องสิ่งที่จะพัฒนา ดังนี้

4.1 ประชาคมตลาดน้ำ และผู้ประกอบการ ควรจัดระเบียบการค้าขายให้เรียบร้อย เพิ่มเติมจุดทิ้งขยะให้ครอบคลุมและมีรูปแบบถังขยะที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และควรมีฝาปิด เพื่อความสะอาดและปลอดภัยป้องกันกลิ่นและเชื้อโรค มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลจัดเก็บเมื่อถึงขยะเต็ม อย่าปล่อยให้ล้น ทำให้สกปรก ส่งกลิ่นเหม็นและไม่น่ามอง เป็นการทำลายบรรยากาศของการท่องเที่ยวและพักผ่อน และหากมีผู้ค้ารายใดทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ลงในแม่น้ำลำคลอง ควรมีมาตรการในการจัดการและมีบทลงโทษที่ชัดเจน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ควรให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงถังให้ถูกที่ และร่วมกันรักษาความสะอาด

4.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตตลิ่งชัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาคมตลาดน้ำ ควรมีการจัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเข้าใจที่ดี

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อที่จะได้ช่วยกันดูแลรักษาให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมกันปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรของท้องถิ่นและภูมิปัญญา ให้คงอยู่กับลูกหลานต่อไป

4.3 ผู้ประกอบการ ควรเปลี่ยนภาชนะสำหรับใส่อาหารจำพวก โฟม กระดาษพลาสติก เพราะเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำลายภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเพิ่มขยะให้มากขึ้น จึงควรเปลี่ยนมาใช้ภาชนะใส่อาหารที่สามารถใช้ซ้ำได้ โดยอาจร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง และการบริหารจัดการของประชาคมตลาดน้ำ ตั้งส่วนกลางในการดูแลอุปกรณ์ภาชนะใส่อาหารขึ้น

4.4 ประชาคมตลาดน้ำ และผู้ประกอบการ ควรจัดร้านค้า สวนหย่อม ให้มีลักษณะเป็นแบบธรรมชาติ เรียบง่าย และเข้ากับสิ่งแวดล้อม เช่น แผงร้านค้ารูปแบบเรียบง่ายอย่างท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้มาจากธรรมชาติ และเพิ่มการปลูกต้นไม้ เป็นต้น

แนวทางที่ 5 ปรับปรุงด้านเศรษฐกิจ

จากการศึกษา พบว่า สามอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตลาดน้ำตลิ่งชันต่ำที่สุด ได้แก่ การติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน และการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้น แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเมื่อพิจารณาร่วมกับปัญหาและข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ พบว่าควรคำนึงถึงเรื่องสิ่งที่ควรพัฒนา ดังนี้

5.1 ผู้ประกอบการควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้นักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจน กำหนดราคาสินค้าต่าง ๆ ให้เป็นธรรม

5.2 กรุงเทพมหานครและสำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรดูแลตรวจสอบสินค้าทุกชนิดที่ขายให้มีคุณภาพ

5.3 สำนักงานเขตตลิ่งชันควรส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น

5.4 การบริหารจัดการต่าง ๆ ของประชาคมตลาดน้ำ ควรให้ประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีส่วนร่วมและมีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนให้คนท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้เพิ่ม

5.5 ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ ควรมีการเพิ่มเติมและเน้นการขายของท้องถิ่น อาหารแบบท้องถิ่นหายาก เน้นวิถีชีวิตแบบท้องถิ่น จะทำให้มีเอกลักษณ์น่าสนใจ และสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้

5.6 กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการจัดสรรงบประมาณพัฒนาอย่างชัดเจนเพื่อให้การพัฒนาต่าง ๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่องการสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนไทยในสมัยก่อนได้ โดยมีการสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. สร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. เปรียบเทียบสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับมาตรฐานตลาดน้ำ
4. กำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน จากจำนวนประชากร 1,598 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามหลักการคำนวณตามสูตรสมการของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ 2546: 114) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับแหล่งพื้นที่ศึกษา จำนวน 74 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการที่ค้าขายอยู่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 32 ตัวอย่าง ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 14 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 200 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย
2. ยกร่างมาตรฐานของตลาดน้ำจากการวิจัยค้นคว้าจากเอกสารตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ โดยละเอียด ตามมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3. นำร่างมาตรฐานจัดทำเป็นแบบสอบถามชุดที่ 1 เสนอกรรมการควบคุมปริญญา นิพนธ์พิจารณาก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ

4. ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ซึ่งได้แก่ อาจารย์ ดร.โณมยง โต๊ะทอง อาจารย์ ดร. เท็ดชาย ช่วยบำรุง คุณก่อเกียรติ จัตรีศิริวรกุล คุณวรุณกาญจน์ ธิตีธรรมาภรณ์ และคุณสุสัีวรรณ ดีที่สุด พิจารณาคัดเลือกร่างมาตรฐานที่จำเป็นและสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. นำผลจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ มาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับใช้ในกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถามชุดที่ 2 โดยให้ ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ

6. สร้างแบบสอบถามชุดที่ 3 เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ โดยให้ ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

7. นำเสนอให้ผู้ควบคุมปริญญา นิพนธ์พิจารณาเพื่อตรวจสอบ และนำมาปรับปรุง

8. นำเครื่องมือทั้งสองแบบเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Face Validity)

9. ปรับปรุงเครื่องมือวิจัยตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ควบคุมปริญญา นิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ

10. นำเครื่องมือวิจัยไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

11. นำผลการทดลองใช้ เครื่องมือวิจัยที่เป็นเครื่องมือไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient)

12. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอคณะกรรมการควบคุมปริญญา นิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอลงชื่อขอความอนุเคราะห์ถึงผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาคัดเลือกร่างมาตรฐานที่จำเป็นและสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดระบบข้อมูลชุดที่ 1

3. ขอลงชื่อแนะนำจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อแสดงต่อประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการ/ผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

4. ขอความร่วมมือโดยผ่านผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

5. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน
6. รวบรวมข้อมูลและจัดระบบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และเรียงเรียงข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการสำรวจภาคสนาม สังเกต และสัมภาษณ์ โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว พร้อมทั้งได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับ เพื่อคัดเลือกรายฉบับที่สมบูรณ์ไว้วิเคราะห์ข้อมูล
2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้
3. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X})
4. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สถานภาพของประชากร ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงาน โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละแล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง
5. ศึกษามาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
6. การเปรียบเทียบความแตกต่างและใช้เกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐาน ระหว่างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ควรจะเป็นกับมาตรฐานที่มีอยู่ โดยวิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบ t (t-test) เป็นรายชื่อ
7. รวบรวมความถี่ของปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเปรียบเทียบความแตกต่างและใช้เกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐาน ระหว่างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ควรจะเป็นกับสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยวิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบ t (t-test) เป็นรายชื่อ

สรุปผลการวิจัย

1. บริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน

การศึกษาบริบทของตลาดน้ำตลิ่งชัน สามารถอภิปรายผลตามมาตรฐานตลาดน้ำ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ในบริเวณที่มีอาณาเขตล้อมรอบด้วยแม่น้ำถึง 3 ด้าน และพื้นที่ภายในยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อย จากสภาพดังกล่าวจึงเหมาะแก่การสัญจรและการค้าขายทางน้ำ ซึ่งวิถีชีวิตดังกล่าวได้มีมาตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ตลาดน้ำตลิ่งชันจึงได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำ และเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักของย่านฝั่งธนบุรีในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตริมน้ำตามลำคลองต่าง ๆ ซึ่งจะส่องผ่านตลาดน้ำตลิ่งชัน และกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทัวร์คลอง 2 เส้นทาง การซื้อขายสินค้าหลากหลายประเภท อาทิเช่น ผักและผลไม้ อาหาร ดอกไม้ ต้นไม้ สิ่งประดิษฐ์ ฯลฯ การนัดพบโบราณ กิจกรรมการแสดงดนตรีไทย ดนตรีสากล คาโรโอเกะ และสวนสาธารณะ

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันบริหารงานโดยประชาคมตลาดน้ำซึ่งประกอบไปด้วยสมาชิกที่เป็นประชาชนในพื้นที่ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ โดยในแง่ของการบริหาร ผู้ประกอบการ ผู้ค้าต่าง ๆ ที่ล้วนเป็นสมาชิกของประชาคมตลาดน้ำ มีการจัดประชุมชี้แจงนโยบายข้อตกลงต่าง ๆ ให้กับสมาชิกของประชาคม ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการบริการแหล่งท่องเที่ยวทางประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการติดตั้งป้ายต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย การคำนึงถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางเรือ ได้แก่ เสื้อชูชีพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำที่จอดรถ ทั้งนี้ในด้านของการประชาสัมพันธ์มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและมีเอกสาร แผ่นพับ แจกนักท่องเที่ยว รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนหนึ่งยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำในอดีต เช่น การสัญจรทางน้ำ และสิ่งก่อสร้างบางส่วนยังคงสะท้อนให้เห็นถึงสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลาริมน้ำ ทางด้านผู้ประกอบการมีการร่วมมือกันอนุรักษ์ทางด้านกายภาพด้วยเสื้อผ้าแบบชาวสวน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชุมชนเดิม คือ การเกษตร แต่ในปีที่ผ่านมามีการณรงค์ร่วมกันใส่เสื้อสีเหลือง ทางผู้ประกอบการจึงได้ใส่เสื้อสีเหลืองทำให้ไม่เห็นเด่นชัดในเรื่องการแต่งกายแบบไทย อีกทั้งทางตลาดน้ำตลิ่งชันร่วมกับประชาชนในพื้นที่ได้มีการร่วมมือจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมไทย เช่น การจัดงานลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ทำบุญตักบาตร บวชนาค เป็นต้น ทำให้มีการท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศของความเป็นชุมชนสมัยก่อน จึงถือว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบตลาดน้ำช่วยส่งเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่า สภาพแม่น้ำลำคลองบริเวณตลาดน้ำมีความสะอาด แต่ในช่วงของการเก็บข้อมูลเป็นช่วงที่เกิดปัญหาน้ำท่วม ทำให้ต้องปิดการระบายน้ำ ทำสภาพน้ำในคลองไม่มีการไหลเวียนน้ำเป็นปกติ เป็นผลให้น้ำในคลองดูไม่สะอาดเท่าที่ควร ส่วนบริเวณโดยรอบตลาดน้ำตลิ่งชันมีอากาศถ่ายเทที่ดี ปราศจากฝุ่นควัน มลพิษต่าง ๆ ระบบจัดเก็บและกำจัดขยะมูลฝอยยังมีประสิทธิภาพไม่เท่าที่ควร เห็นได้จากปริมาณขยะที่มีมาก

ส่วนหนึ่งมาจากผู้ค้าขายอาหารในตลาดน้ำใช้ภาชนะใส่อาหารแบบใช้แล้วทิ้งใช้ได้ครั้งเดียว เช่น โฟม จานกระดาษ ช้อนพลาสติก ซึ่งถือว่าไม่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อถือว่ารักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

มาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างแท้จริง รวมถึงประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการบริหารชุมชน โดยมีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำ บริหารงานโดยประชาชนในชุมชน และสามารถกำหนดควบคุม คุณภาพและราคาสินค้าได้

2. การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนครั้งหนึ่ง (4 คน) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดหมวดหมู่ของดัชนี โดยให้มีการปรับแยกด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนของด้านที่ 3-5 ยังคงเหมือนเดิม ได้แก่ ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงได้นำข้อมาตรฐานตลาดน้ำดังกล่าวไปใช้กับการสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น และผู้นำชุมชน/เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำตลิ่งชันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็นจำนวน 48 นั้น ซึ่งมีจำนวน 3 ข้อ ที่ความคาดหวังต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ข้อ ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว มี 2 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 4 คือ ข้อ ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่บุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.94 โดยผู้วิจัยได้แสดงมาตรฐานตลาด ผู้วิจัยได้สรุปมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สรุปผลได้ดังนี้

มาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 สังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 เศรษฐกิจ โดยในแต่ละด้านประกอบด้วยดัชนีชี้วัดรวมจำนวน 48 ข้อ โดยดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การกำหนดขึ้นเพื่อยอมรับเป็นมาตรฐาน คือ เป็นดัชนีที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ขึ้นไป โดยมีดัชนีชี้วัดในแต่ละด้านไว้ดังนี้

1) มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ

4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง
10. มีความสะดวกในการเดินทาง

2) มาตรฐานตลาดน้ำด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

1. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย
3. มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ
4. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่
5. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว
6. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง
8. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือ
9. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) มาตรฐานตลาดน้ำด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้น
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นพื้นที่ เช่น การแต่งกายสินค้า ประจำท้องถิ่น
3. มีการสะท้อนถึงของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลาริมน้ำรูปแบบของเรือ
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรมต่าง ๆ
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น

10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งานบวชนาคน เป็นต้น

11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้ย้อนระลึกถึงอดีตได้
13. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส

4) มาตรฐานตลาดน้ำด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย
5. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี
6. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น คิว้น
7. บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

8. มีการตัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์

5) มาตรฐานตลาดน้ำด้านเศรษฐกิจ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อการจัดการ
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม และชัดเจน
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ

3. การศึกษาผลการเปรียบเทียบสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชันกับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น

ผลการเปรียบเทียบสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชัน กับมาตรฐานตลาดน้ำที่ควรจะเป็น จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน พบว่า มีความแตกต่างในทุกด้านและทุกดัชนีของมาตรฐานตลาดน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมาตรฐานตลาดน้ำส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสภาวะที่เป็นอยู่จริงของตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าคะแนนต่ำสุดนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในมาตรฐานตลาดน้ำด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว โดยด้านที่

ควรต้องปรับปรุงเร่งด่วน คือ ควรมีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ และผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4. การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ในส่วนกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐานนั้น ควรมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติ ตามมาตรฐานตลาดน้ำ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ มีดังนี้

แนวทางที่ 1 พัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1.1 ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ ทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรดูแลพื้นที่ให้เป็นธรรมชาติโดยให้มีสภาพที่สมบูรณ์ใกล้เคียงกับความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้มากที่สุด มีบรรยากาศทำให้สามารถนึกถึงวัฒนธรรมไทยมากกว่านี้ โดยให้ความสำคัญกับสิ่งที่เป็นธรรมชาติและทำมาจากธรรมชาติ

1.2 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันและผู้ประกอบการในตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรให้ความสำคัญกับสินค้าท้องถิ่น ที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ เช่น สินค้าพื้นบ้าน และผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นของท้องถิ่น เพื่อให้เข้ากับความเป็นตลาดน้ำ และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

1.3 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และผู้ประกอบการบนบก ควรมีการจัดสภาพการจราจรบริเวณหน้าร้านค้า บนถนนหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ไม่ควรให้มีรถผ่านเข้าออกตรงบริเวณถนนหน้าร้านค้า เพื่อความปลอดภัยและสะดวกต่อผู้มาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อของ

1.4 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และผู้ประกอบการในตลาดน้ำ ควรมีการดูแลที่นั่งรับประทานอาหาร ให้ได้รับการปรับปรุงให้มีความสะอาดและไม่แออัดจนเกินไป ควรเพิ่มพื้นที่ในการนั่งพักผ่อน พื้นที่บริเวณโปะแพะสำหรับนั่งรับประทานอาหาร และการขายอาหารควรแยกออกจากทางเดินให้เด่นชัด เพื่อความสะอาด ถูกสุขลักษณะ และความเป็นระเบียบ

1.5 สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรเพิ่มเติมไม้ดอกไม้ประดับ พันธุ์ไม้ต่าง ๆ บริเวณสวนหย่อม เพิ่มเติมพันธุ์ไม้ของท้องถิ่น และที่หาชมได้ยาก มีการติดป้ายชื่อพันธุ์ไม้เหล่านั้นเพื่อเป็นการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ และเส้นทางเดินในบริเวณสวนหย่อมควรมีการปรับปรุงให้เดินได้สะดวกกว่านี้ การเดินผ่านสระบัวควรมีทางเดินที่มั่นคงกว่าปัจจุบัน

1.6 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรมีการเพิ่มระยะเวลาการล่องเรือทัวร์ และแวะพักตามสถานที่ธรรมชาติให้มากขึ้นเพื่อชมวิถีชีวิตริมน้ำ และสภาพธรรมชาติของสองฝั่งคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

1.7 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรสนับสนุนเพิ่มเติมกิจกรรมการเล่นดนตรีไทยซึ่งปัจจุบันมีอยู่แล้ว แต่ควรจัดเพิ่มให้มีทุกสัปดาห์ และกิจกรรมการร่วมร้องเพลงคาราโอเกะ ดนตรีสากลที่ทางตลาดน้ำจัดไว้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมนั้น ควรดูแลเรื่องการแต่งกายของทางเครื่องที่เป็นเด็ก ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมสะท้อนความเป็นไทยผสมผสานไปบ้างตามสมควร

แนวทางที่ 2 ปรับปรุงด้านลักษณะทางการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

2.1 สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรเพิ่มเติมจำนวนห้องน้ำให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีปริมาณไม่เพียงพอในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลอดทั้งวัน และควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ หรือจัดหาห้องน้ำประเภทเคลื่อนที่ไว้คอยให้บริการแต่ต้องระวังและคำนึงถึงสภาพแวดล้อม มลพิษต่าง ๆ ที่จะตามมา

2.2 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรขอความร่วมมือในการขยายที่จอดรถเพิ่มเติม จากสถานที่ราชการใกล้เคียง และเนื่องจากมีพื้นที่ขนาดเล็กจึงมีที่จอดรถน้อยและคับแคบไม่เพียงพอกับการให้บริการนักท่องเที่ยว จึงควรบริหารจัดการที่จอดรถให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยอาจมีการจัดการที่จอดรถให้เป็นระเบียบ ประสานงานกับหน่วยงานราชการเรื่องการเก็บรถที่จอดทิ้งไว้ของทางราชการในวันหยุด หรือขยายพื้นที่จอดรถไปในบริเวณรอบนอก จัดที่จอดรถไว้ อาจจะไกลก็ใช้การประชาสัมพันธ์ให้ทราบ และมีรถรับส่งระหว่างตลาดน้ำ

2.3 ควรมีการดูแลรักษาความสะอาดในทุก ๆ พื้นที่ให้ทั่วถึง ทั้งตลาดบนบก ทำน้ำ โป๊ะแพ สวนหย่อม ที่นั่งรับประทานอาหารและนั่งพักผ่อน โดยความร่วมมือของทุกฝ่าย

2.4 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันควรจัดเตรียม อุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง ที่ดับเพลิง ให้พร้อมในบริเวณที่คาดว่าจะเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น ท่าเรือและโป๊ะแพ ควรมีอุปกรณ์ชูชีพให้เพียงพอ และจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อเน้นให้นักท่องเที่ยวอุ่นใจ สบายใจเวลาอยู่ในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

2.5 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันควรจัดให้มีการอบรมภาษาอังกฤษให้กับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ในด้านภาษาให้กับผู้ค้า ใช้ติดต่อสื่อสารซื้อขายสินค้า เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำเป็นประจำ หรืออาจขอความร่วมมือจากโรงเรียนในพื้นที่ หรือเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขต ให้จัดครูมาอบรมภาษาอังกฤษที่จำเป็นในการสนทนาซื้อขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ

2.6 สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการตรวจสอบคุณภาพอาหาร ความสะอาด และมีการควบคุมราคา ควรมีการกำหนดราคาสินค้า อาหาร ให้เห็นเด่นชัดและเป็นธรรมกับผู้บริโภค และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ

2.7 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรดูแลและมีมาตรการไม่ควรให้มีผู้ค้าภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของประชาคม เข้ามาค้าขายในตลาดน้ำเนื่องจากอาจมีการตัดราคากับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ และควบคุมได้ลำบาก

2.8 สำนักงานเขตตลิ่งชัน ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรขอใช้พื้นที่และขอบประมาณสนับสนุนจากกรุงเทพมหานคร ในการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ สวนสาธารณะริมทางรถไฟ ที่นั่งรับประทานอาหาร ศาลาอเนกประสงค์ โป๊ะแพ และเรือขายสินค้า

แนวทางที่ 3 ปรับปรุงด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

3.1 ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ควรแต่งกายให้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และวิถีชีวิตแบบคนไทยในสมัยก่อน

3.2 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ร่วมกับโรงเรียนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน เพื่อส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญ สามารถเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน สถานที่ที่มีความสำคัญ ประวัติต่างๆ และสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ เพื่อเป็นการฝึกทักษะของเด็กให้กล้าแสดงออก และระลึกถึงคุณค่าของชุมชนท้องถิ่นเดิม

3.3 ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ทางกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการแนะนำ จัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความเข้าใจ และวิธีปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้า (นักท่องเที่ยว) การให้บริการมีประสิทธิภาพ ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.4 สำนักงานเขตควรมีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริม ฟื้นฟู สนับสนุนให้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นยังคงอยู่สืบต่อไป

3.5 ในการก่อสร้าง ปรับปรุง พัฒนาหรือบูรณะสิ่งต่าง ๆ ผู้สร้างควรคำนึงถึงความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม และการแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น ศาลาเรือนไทย แผงขายของที่เป็นรูปแบบเรียบง่าย การก่อสร้างหรือปรับปรุงพื้นที่ควรใช้ของพื้นบ้าน ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย เป็นต้น

แนวทางที่ 4 ปรับปรุงด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

4.1 ประชาคมตลาดน้ำ และผู้ประกอบการ ควรจัดระเบียบการค้าขายให้เรียบร้อย เพิ่มเติมจุดทิ้งขยะให้ครอบคลุมและมีรูปแบบถังขยะที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และควรมีฝาปิด เพื่อความสะอาดและปลอดภัยป้องกันกลิ่นและเชื้อโรค มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลจัดเก็บเมื่อถึงขยะเต็ม และหากมีผู้ค้ารายใดทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ลงในแม่น้ำลำคลอง ควรมี

มาตรการในการจัดการและมีบทบาทที่ชัดเจน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ควรให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงถังขยะ และร่วมกันรักษาความสะอาด

4.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตตลิ่งชัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาคมตลาดน้ำ ควรมีการจัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อที่จะได้ช่วยกันดูแลรักษาให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมกันปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรของท้องถิ่น ภูมิปัญญา ให้คงอยู่กับลูกหลานต่อไป

4.3 ผู้ประกอบการ ควรเปลี่ยนภาชนะสำหรับใส่อาหารจำพวก โฟม กระดาษพลาสติก เพราะเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำลายภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเพิ่มขยะให้มากขึ้น จึงควรเปลี่ยนมาใช้ภาชนะใส่อาหารที่สามารถใช้ซ้ำได้ โดยอาจร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง และการบริหารจัดการของประชาคมตลาดน้ำ ตั้งส่วนกลางในการดูแลอุปกรณ์ภาชนะใส่อาหารขึ้น

4.4 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และผู้ประกอบการ ควรจัดร้านค้า สวนหย่อม ให้มีลักษณะเป็นแบบธรรมชาติ เรียบง่าย และเข้ากับสิ่งแวดล้อม เช่น แผงร้านค้ารูปแบบเรียบง่ายอย่างท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้มาจากธรรมชาติ และเพิ่มการปลูกต้นไม้ เป็นต้น

แนวทางที่ 5 ปรับปรุงด้านเศรษฐกิจ

5.1 ผู้ประกอบการควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้นักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจน กำหนดราคาสินค้าต่าง ๆ ให้เป็นธรรม

5.2 กรุงเทพมหานครและสำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรดูแลตรวจสอบสินค้าทุกชนิดที่ขายให้มีคุณภาพ

5.3 สำนักงานเขตตลิ่งชันควรส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น

5.4 การบริหารจัดการต่าง ๆ ของประชาคมตลาดน้ำ ควรให้ประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีส่วนร่วมและมีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนให้คนท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้เพิ่ม

5.5 ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ ควรมีการเพิ่มเติมและเน้นการขายของท้องถิ่น อาหารแบบท้องถิ่นหายาก เน้นวิถีชีวิตแบบท้องถิ่น จะทำให้มีเอกลักษณ์น่าสนใจ และสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้

5.6 กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการจัดสรรงบประมาณพัฒนาอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลตามความมุ่งหมาย ดังนี้

1. การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการวิจัยการสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำ พบว่า ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำตลิ่งชัน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ

มาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สร้างขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาควบคุม ดูแลตลาดน้ำที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีมาตรฐาน อันเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชนนักท่องเที่ยว และที่สำคัญเพื่อคงไว้วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำให้ยังคงอยู่ ซึ่งปัจจุบันนั้นได้เลือนหายไป เนื่องจากความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม สังคม ชุมชน โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นีออน ศรีสมยง (2548: 30-31) กล่าวว่า มาตรฐานสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่จะช่วยปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในชุมชน ช่วยกระตุ้นผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชนให้ตระหนักถึงผลกระทบของพฤติกรรมการท่องเที่ยวอาจมีผลต่อสิ่งแวดล้อม และใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมาตรฐานตลาดน้ำที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของมนัส สุวรรณ (2545: 411-413) ที่ได้มีการศึกษาและกำหนดกรอบการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวไว้ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ด้านคุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา และด้านบริหารและการจัดการ

2. การเปรียบเทียบสภาวะของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันกับตลาดน้ำมาตรฐาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการกำหนดดัชนีชี้วัดของตลาดน้ำมาตรฐานจากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยแบ่งมาตรฐานตลาดน้ำออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ จากดัชนีดังกล่าวนำไปเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตลาดน้ำมาตรฐาน และ

สภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานตลาดน้ำและสภาวะที่เป็นอยู่ของตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ในด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ ความมั่นคงปลอดภัยของสภาพตลิ่ง และลักษณะสิ่งปลูกสร้าง ในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ทั้งนี้ จากสภาพตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบันคับแคบ ทำให้เกิดปัญหาการจัดวางขายสินค้ายังดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเท่าที่ควร การกำหนดเขตการวางขายสินค้าของแต่ละร้านไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้าที่นำมาขาย ทำให้มีการวางขายสินค้ารูกล้ำเขตทำให้ดูไม่เป็นระเบียบ กอปรกับความแคบของลำคลองที่มีการสัญจรไปมาทางน้ำอยู่ตลอดเวลา โปะแพจึงไม่สามารถขยายกว้างได้อีก ทำให้เกิดความขุขมในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อีกทั้งทางเดินบริเวณโปะแพและท่าเรือยังมีความลำบากอยู่บ้างอาจจะทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกลดภัยและลักษณะสิ่งปลูกสร้างที่ถูกสร้างมาแบบสมัยใหม่ ทำให้ดูไม่กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติที่ยังคงความเป็นธรรมชาติอยู่ และในส่วนของบริการห้องสุขา ยังมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดปัญหาการเสียเวลารอและปัญหาความไม่สะอาดตามมา โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน (อภิญา พัดพาศิ. 2543: 91-98) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้มีการสร้างห้องน้ำเพิ่มเติมจากเดิม ต้องการให้มีการจัดบริเวณที่จอดรถอยู่ด้านหน้าบริเวณถนนชักรพระ เพื่อให้การเดินทางจับจ่ายซื้อของเป็นไปอย่างทั่วถึง เพิ่มความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวบนโปะแพ ต้องการให้มีการเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร และควรให้มีการปรับปรุงโปะแพ เป็นต้น

3. การกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐานสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 พัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงพัฒนาในรายละเอียด ดังนี้

สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำ ควรดูแลพื้นที่ให้เป็นมีความเป็นธรรมชาติและมีสภาพที่สมบูรณ์ใกล้เคียงกับความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้มากที่สุด สามารถสร้างบรรยากาศทำให้นักถึงวัฒนธรรมไทยได้เพิ่มขึ้น โดยให้ความสำคัญกับสิ่งที่ทำมาจากธรรมชาติ ความเรียบง่าย และสินค้าท้องถิ่น ที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เข้ากับความเป็นตลาดน้ำ และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น สินค้าพื้นบ้าน และผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นของท้องถิ่น มีการสนับสนุนเพิ่มเติมกิจกรรมการเล่นดนตรีไทยซึ่งปัจจุบันมีอยู่แล้ว แต่ควรจัดเพิ่มให้มีทุกสัปดาห์ และกิจกรรมการร่วมร้องเพลงคาราโอเกะดนตรีสากลที่ทางตลาดน้ำจัดไว้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมนั้น ควรดูแลเรื่องการแต่งกายของทางเครื่องที่เป็นเด็ก ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมสะท้อนความเป็นไทยผสมผสานไปบ้างตามสมควร มีการเพิ่มเติมไม้ดอกไม้ประดับ พันธุ์ไม้

โดยเฉพาะพันธุ์ไม้ของท้องถิ่นที่หาชมได้ยากบริเวณสวนหย่อม มีการตัดป้ายชื่อพันธุ์ไม้เหล่านั้นเพื่อเป็นการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ ปรับปรุงเส้นทางเดินในบริเวณสวนหย่อมให้เดินได้สะดวกกว่านี้ และมีการจัดการจราจรบริเวณหน้าร้านค้า บนถนนหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ไม่ควรให้มีรถผ่านเข้าออก เพื่อความปลอดภัยและสะดวกต่อผู้มาท่องเที่ยว รวมถึงมีการดูแลที่นั่งรับประทานอาหาร ให้ได้รับการปรับปรุงให้มีความสะอาด และไม่แออัดจนเกินไป และควรเพิ่มพื้นที่ในการนั่งพักผ่อน พื้นที่บริเวณโปะแพะสำหรับนั่งรับประทานอาหาร และการขายอาหารควรแยกออกจากทางเดินให้เด่นชัด เพื่อความสะดวก ถูกสุขลักษณะ และความเป็นระเบียบ รวมไปถึงเพิ่มระยะเวลาการล่องเรือทัวร์ และแวะพักตามสถานที่ธรรมชาติให้มากขึ้นเพื่อชมวิถีชีวิตริมน้ำ และสภาพธรรมชาติของสองฝั่งคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทัวร์คลองของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร (ศิริวรรณ ปานปรีดา, 2549 : 86) พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเสนอแนะว่าอยากให้มีสินค้ามากกว่านี้ สภาพแวดล้อมส่วนใหญ่มีบรรยากาศดี แต่น้ำในคลองยังมีขยะอยู่มากต้องปรับปรุง ส่วนด้านโปะแพะแออัดคับแคบ อาหารไม่ค่อยสะอาด

แนวทางที่ 2 พัฒนาด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรเพิ่มเติมจำนวนห้องน้ำให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีปริมาณไม่เพียงพอในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลอดทั้งวัน และควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะดวกของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และมีการขยายที่จอดรถเพิ่มเติม จากสถานที่ราชการใกล้เคียง และเนื่องจากมีพื้นที่ขนาดเล็กจึงมีที่จอดรถน้อยและคับแคบ ไม่เพียงพอกับการให้บริการนักท่องเที่ยว จึงควรบริหารจัดการที่จอดรถให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยอาจมีการจัดการที่จอดรถให้เป็นระเบียบ ประสานงานกับหน่วยงานราชการเรื่องการเก็บรถที่จอดทิ้งไว้ของทางราชการในวันหยุด และควรมีการดูแลรักษาความสะอาดในทุก ๆ พื้นที่ให้ทั่วถึง ทั้งตลาดบนบก ท่าน้ำ โปะแพะ สวนหย่อม ที่นั่งรับประทานอาหารและนั่งพักผ่อน โดยความร่วมมือของทุกฝ่าย ควรจัดเตรียม อุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง ที่ดับเพลิง ให้พร้อมในบริเวณที่คาดว่าอาจจะเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น ท่าเรือและโปะแพะ ควรมีอุปกรณ์ชูชีพให้เพียงพอ และจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และควรจัดให้มีการอบรมภาษาอังกฤษให้กับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ โดยอาจขอความร่วมมือจากโรงเรียนในพื้นที่ หรือเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขต ให้จัดครูมาอบรมภาษาอังกฤษที่จำเป็นในการสนทนาซื้อขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ในด้านภาษาให้กับผู้ค้า เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำเป็นประจำ และทางสำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการตรวจสอบคุณภาพอาหาร ความสะอาด และมีการควบคุมราคาให้เป็นธรรมกับผู้บริโภค โดยให้ผู้ประกอบการติดป้ายราคาให้เห็นเด่นชัด และมีการจัดวางสินค้า

อย่างเป็นระเบียบ ดูแลและมีมาตรการไม่ควรให้มีผู้ค้าภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของประชาคม เข้ามาค้าขายในตลาดน้ำเนื่องจากอาจมีการตัดราคากับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ และควบคุมได้ลำบาก ขอใช้พื้นที่และของบประมาณสนับสนุนจากกรุงเทพมหานคร ในการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ สวนสาธารณะริมทางรถไฟ ที่นั่งรับประทานอาหาร ศาลาอเนกประสงค์ โป๊ะแพ และเรือขายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาบท่องเที่ยวทัวร์คลองของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร (ศิริวรรณ ปานปรีดา. 2549 : 86) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการล่องเรือทัวร์คลองควรมีชูชีพให้นักท่องเที่ยวใส่ทุกคน และควรมีห่วงยางช่วยชีวิตไว้ในเรือด้วย การบริการห้องน้ำนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าห้องน้ำมีน้อยไม่เพียงพอและควรเพิ่ม ด้านที่จอดรถนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการสถานที่จอดรถมีน้อย และเห็นควรให้มีสถานที่จอดรถทัวร์ หรือรถบัสขนาดใหญ่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคณะด้วย

แนวทางที่ 3 พัฒนาด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ควรแต่งกายให้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และวิถีชีวิตแบบคนไทยในสมัยก่อน ในส่วนนี้ทางตลาดน้ำตลิ่งชันได้มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการใส่เสื้อหม้อฮ่อม แต่ปัจจุบันพ่อค้าแม่ค้าหันมาใส่เสื้อสีเหลืองแทน เพราะร่วมกันเฉลิมฉลอง 60 ปีของการครองราชย์ จึงทำให้ไม่มีการแสดงออกถึงความมีเอกลักษณ์เท่าที่ควร และจัดให้มีมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น โดยขอความร่วมมือระหว่างโรงเรียนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน เพื่อส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญ สามารถเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน สถานที่ที่มีความสำคัญ ประวัติต่างๆ และสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ เพื่อเป็นการฝึกทักษะของเด็กให้กล้าแสดงออก และระลึกถึงความมีคุณค่าของชุมชนท้องถิ่นเดิม อีกทั้งทางกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการแนะนำ จัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความเข้าใจ และวิธีปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้า การให้บริการมีประสิทธิภาพ ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำนักงานเขตควรมีการจัดตั้งจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริม ฟื้นฟู สนับสนุนให้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้ยังคงอยู่ต่อไป รวมถึงการก่อสร้าง ปรับปรุงพัฒนาหรือบูรณะสิ่งต่าง ๆ ผู้สร้างควรคำนึงถึงความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม และการแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น ศาลาเรือนไทย แผงขายของที่เป็นรูปแบบเรียบง่าย การก่อสร้างหรือปรับปรุงพื้นที่ควรใช้วัสดุที่มีรูปแบบไทยๆ เป็นต้น

แนวทางที่ 4 พัฒนาด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และผู้ประกอบการ ควรจัดระเบียบการค้าขายให้เรียบร้อย เพิ่มเติมจุดทิ้งขยะให้ครอบคลุมและมีรูปแบบถังขยะที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และควรมีฝาปิด เพื่อความสะอาดและปลอดภัยจากป้องกันกลิ่นและเชื้อโรค มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแล

จัดเก็บเมื่อถึงขยะใกล้เต็ม และหากมีผู้ค้ารายใดทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ลงในแม่น้ำลำคลอง ควร
มีมาตรการในการจัดการและมีบทลงโทษที่ชัดเจน รวมถึงการณรงค์ให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
ตลาดน้ำ ควรให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงถัง และร่วมกันรักษาความสะอาด และทางหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตตลิ่งชัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควร
มีการจัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น จัด
หลักสูตรอบรมเรื่องการอนุรักษ์ตลาดน้ำ จัดทำแนวทางในการอนุรักษ์และมีการกระจายโดยเสียง
ตามสายที่มีอยู่แล้ว รวมถึงจัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ เพื่อที่จะได้ช่วยกันดูแล
รักษาให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมกันปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรและภูมิ
ปัญญาของท้องถิ่น ให้คงอยู่กับลูกหลานต่อ ๆ ไป การจัดร้านค้า สวนหย่อม ควรให้มีลักษณะเป็น
แบบธรรมชาติ เรียบง่าย และเข้ากับสิ่งแวดล้อม เช่น แผงร้านค้ารูปแบบเรียบง่ายอย่างท้องถิ่น
ภาษาที่ใช้มาจากธรรมชาติ และเพิ่มการปลูกต้นไม้ เป็นต้น ที่สำคัญควรเปลี่ยนภาษาสำหรับใส่
อาหารจากจำพวก โฟม กระดาษ พลาสติก เพราะเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำลายภาพลักษณ์ของ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเพิ่มขยะให้มากขึ้น โดยเปลี่ยนมาใช้ภาษาใส่อาหารที่สามารถใช้ซ้ำได้
โดยอาจร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง และการบริหารจัดการของประชาคมตลาดน้ำ ตั้ง
ส่วนกลางในการดูแลอุปกรณ์ภาษาใส่อาหารขึ้น

แนวทางที่ 5 พัฒนาด้านเศรษฐกิจ

กรุงเทพมหานครและสำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรดูแลตรวจสอบสินค้าทุก
ชนิดที่ขายให้มีคุณภาพ มีการติดป้ายราคาสินค้าให้นักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจน กำหนดราคาสินค้า
ต่าง ๆ ให้เป็นธรรม มีการเพิ่มเติมและเน้นการขายของท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นที่หายาก เน้นวิถีชีวิต
แบบท้องถิ่น จะทำให้มีเอกลักษณ์น่าสนใจ และสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาด
น้ำตลิ่งชันได้มากขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการต่าง ๆ ของประชาคมตลาดน้ำ ควรให้ประชาชนใน
พื้นที่เขตตลิ่งชันมีส่วนร่วมและมีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนให้คน
ท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้เพิ่ม และควรส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้า
ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ให้มีการศึกษาอย่างจริงจังถึงศักยภาพของชุมชน ภูมิปัญญา
ทางด้านต่าง ๆ เช่น ยา อาหาร ผลผลิตทางการเกษตร สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ทางกรุงเทพมหานคร
ควรมีการจัดสรรงบประมาณพัฒนาอย่างชัดเจนเพื่อให้การพัฒนาในด้านต่าง ๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา
ตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะตามมาตรฐานตลาดน้ำ 5 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ด้านลักษณะทาง
กายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่ 3

ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ มีดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปฏิบัติ

1.1 ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1.1.1 สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรดูแลพื้นที่ให้มีความเป็นธรรมชาติและมีสภาพที่สมบูรณ์ใกล้เคียงกับความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้มากที่สุด สามารถสร้างบรรยากาศทำให้นักถึงวัฒนธรรมไทยได้เพิ่มขึ้น โดยให้ความสำคัญกับวัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติ หรือมีลักษณะเหมือนธรรมชาติมากที่สุด รวมไปถึงการแต่งกาย การจัดร้าน เป็นต้น

1.1.2 ผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชน ควรให้ความร่วมมือโดยการนำสินค้าของท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในตลาดน้ำ เช่น สินค้าพื้นบ้าน อาหาร และผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นของท้องถิ่น และหากชาวบ้านในพื้นที่มีเรือพายเป็นของตัวเอง ควรร่วมกันปรับปรุงซ่อมแซมแล้วนำออกมาใส่สินค้า พืชผลต่าง ๆ แล้วพายเรือมาขายสินค้ากันให้มากขึ้น จะทำให้ได้รับความสนใจ แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เข้ากับความเป็นตลาดน้ำ และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

1.1.3 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมกิจกรรมการแสดงดนตรีไทย ซึ่งปัจจุบันทางตลาดน้ำตลิ่งชันได้จัดให้มีอยู่แล้ว แต่ควรจัดเพิ่มให้มีทุกสัปดาห์ และกิจกรรมการร่วมร้องเพลงคาราโอเกะดนตรีสากลที่ทางตลาดน้ำจัดไว้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม นั้น ควรดูแลเรื่องการแต่งกายของทางเครื่องที่เป็นเด็ก ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมสะท้อนความเป็นไทย ผสมผสานไปบ้างตามสมควร

1.1.4 สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรมีการเพิ่มเติมไม้ดอกไม้ประดับ พันธุ์ไม้ต่าง ๆ บริเวณสวนหย่อม เพิ่มพันธุ์ไม้ของท้องถิ่นที่หาชมได้ยาก มีการติดป้ายชื่อพันธุ์ไม้เหล่านั้นเพื่อเป็นการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ ปรับปรุงเส้นทางเดินในบริเวณสวนหย่อมให้เดินได้สะดวกกว่านี้ รวมถึงมีการดูแลที่นั่งรับประทานอาหาร ให้ได้รับการปรับปรุงให้มีความสะอาด และไม่แออัดจนเกินไป และเพิ่มเติมโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งรับประทานอาหาร นั่งพักผ่อน ตามสวนหย่อมบริเวณทางรถไฟ เพื่อเป็นการกระจายความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว

1.1.5 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันควรมีการจัดการจราจรบริเวณหน้าร้านค้า บนถนนหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ไม่ควรให้มีรถผ่านเข้าออก เพื่อความปลอดภัยและสะดวกต่อผู้มาท่องเที่ยว

1.1.6 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำ ควรมีการปรับปรุงขยายโป๊ะแพให้กว้างขึ้น หรือจัดให้มีความเป็นระเบียบ เพื่อลดความ

แออัดและเพิ่มความปลอดภัย และการขายอาหารควรแยกออกจากทางเดินให้เด่นชัด เพื่อความสะดวกถูกสุขลักษณะ รวมไปถึงความคุ้มค่าความสะดวกสะอาดของอาหาร

1.1.7 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันควรเพิ่มระยะเวลาการล่องเรือทัวร์ และแวะพักตามสถานที่ธรรมชาติให้มากขึ้นเพื่อชมวิถีชีวิตริมน้ำ และสภาพธรรมชาติของสองฝั่งคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติเพิ่มขึ้น

1.2 ด้านลักษณะการจัดการและบริการแหล่งท่องเที่ยว

1.2.1 สำนักงานเขตตลิ่งชัน และประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรเพิ่มเติมจำนวนห้องน้ำให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีปริมาณไม่เพียงพอในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลอดทั้งวัน และควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ หรือจัดหาห้องน้ำประเภทเคลื่อนที่ไว้คอยให้บริการแต่ต้องระวังและคำนึงถึงสภาพ แวดล้อม มลพิษต่าง ๆ ที่จะตาม

1.2.2 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรขอความร่วมมือในการขยายที่จอดรถเพิ่มเติม จากสถานที่ราชการใกล้เคียง และเนื่องจากมีพื้นที่ขนาดเล็กจึงมีที่จอดรถน้อยและคับแคบไม่เพียงพอกับการให้บริการนักท่องเที่ยว จึงควรบริหารจัดการที่จอดรถให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยอาจมีการจัดการที่จอดรถให้เป็นระเบียบ ประสานงานกับหน่วยงานราชการเรื่องการเก็บรถที่จอดทิ้งไว้ของทางราชการในวันหยุด หรือขยายพื้นที่จอดรถไปในบริเวณรอบนอก จัดที่จอดรถไว้ อาจจะไกลก็ใช้การประชาสัมพันธ์ให้ทราบ และมีรถรับส่งระหว่างตลาดน้ำ

1.2.3 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้ประกอบการทั้งบนบก และโป๊ะแพ ควรมีการดูแลรักษาความสะอาดในทุก ๆ พื้นที่ให้ทั่วถึง ทั้งตลาดบนบก ท่าน้ำ โป๊ะแพ สวนหย่อม ที่นั่งรับประทานอาหารและนั่งพักผ่อน

1.2.4 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรจัดเตรียม อุปกรณ์บรรเทาสาธารณภัย เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง ที่ดับเพลิง ให้พร้อมในบริเวณที่คาดว่าจะเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น ท่าเรือ และโป๊ะแพ ควรมีอุปกรณ์ชูชีพให้เพียงพอ โดยเฉพาะการล่องเรือทัวร์

1.2.5 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรจัดให้มีการอบรมภาษาอังกฤษให้กับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ในด้านภาษาให้กับผู้ค้า ใช้ติดต่อสื่อสารซื้อ-ขายสินค้า เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำเป็นประจำ หรืออาจขอความร่วมมือจากโรงเรียนในพื้นที่ หรือเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขต ให้จัดครูมาอบรมภาษาอังกฤษที่จำเป็นในการสนทนาซื้อขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ

1.2.6 สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการตรวจสอบคุณภาพอาหาร ความสะอาด และมีการควบคุมราคา ควรมีการกำหนดราคาสินค้า อาหาร ให้เห็นเด่นชัดและเป็นธรรมกับผู้บริโภค และมีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ

1.2.7 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรดูแลและมีมาตรการไม่ควรให้มีผู้ค้าภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของประชาคม เข้ามาค้าขายในตลาดน้ำเนื่องจากอาจมีการตัดราคากับผู้ค้าภายในตลาดน้ำ และควบคุมได้ลำบาก

1.2.8 สำนักงานเขตตลิ่งชัน ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรขอใช้พื้นที่ และของบประมาณสนับสนุนจากกรุงเทพมหานคร ในการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ สวนสาธารณะริมทางรถไฟ ที่นั่งรับประทานอาหาร ศาลาอเนกประสงค์ โป๊ะแพ และเรือขายสินค้า

1.3 ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม

1.3.1 ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ควรแต่งกายให้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และวิถีชีวิตแบบคนไทยในสมัยก่อน เช่น เสื้อผ้าหม้อต้มที่มีอยู่เดิม หรือเสื้อผ้าแบบไทย ให้เห็นเด่นชัด และควรใส่เป็นประจำทุก ๆ สัปดาห์

1.3.2 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น โดยขอความร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน ส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญ สามารถเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน สถานที่ที่มีความสำคัญ ประวัติต่างๆ และสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ เพื่อเป็นการฝึกทักษะของเด็กให้กล้าแสดงออก และระลึกถึงความมีคุณค่าของชุมชนท้องถิ่นเดิม

1.3.3 กรุงเทพมหานครและสำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการให้คำแนะนำ จัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้ความเข้าใจ และวิธีการปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้า การให้บริการมีประสิทธิภาพ และให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.3.4 สำนักงานเขตและประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรมีการจัดตั้งจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริม ฟื้นฟูสนับสนุนให้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นยังคงอยู่ต่อไป

1.3.5 ในการก่อสร้าง ปรับปรุง พัฒนาหรือบูรณะสิ่งต่าง ๆ ผู้สร้างควรคำนึงถึงความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม และการแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น ศาลาเรือนไทย แผงขายของที่เป็นรูปแบบเรียบง่าย การก่อสร้างหรือปรับปรุงพื้นที่ควรใช้ของพื้นบ้าน ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย เป็นต้น

1.4 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

1.4.1 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และผู้ประกอบการ ควรจัดระเบียบการค้าขายให้เรียบร้อย เพิ่มเติมจุดทิ้งขยะให้ครอบคลุมและมีรูปแบบถังขยะที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และควรมีฝาปิด เพื่อความสะอาดปราศจากกลิ่นและเชื้อโรค มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลจัดเก็บเมื่อถึงขยะเต็ม และหากมีผู้ค้ารายใดทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ลงในแม่น้ำลำคลอง ควรมีมาตรการในการ

จัดการและมีบทลงโทษที่ชัดเจน รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ควรให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงถังให้ถูกที่ และร่วมกันรักษาความสะอาด

1.4.2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเขตตลิ่งชัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาคมตลาดน้ำ ควรมีการจัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะได้ช่วยกันดูแลรักษาให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมกันปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรของท้องถิ่น ภูมิปัญญา ให้คงอยู่กับลูกหลานต่อไป

1.4.3 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้ประกอบการ ควรเปลี่ยนภาชนะสำหรับใส่อาหารจากจำพวก โฟม กระดาษ พลาสติก มาใช้ภาชนะใส่อาหารที่สามารถใช้ซ้ำได้ โดยอาจร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง และการบริหารจัดการของประชาคมตลาดน้ำ ตั้งส่วนกลางในการดูแลอุปกรณ์ภาชนะใส่อาหารขึ้น เพื่อลดการทำลายสิ่งแวดล้อม และเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.4.4 ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และผู้ประกอบการ ควรจัดร้านค้า สวนหย่อม ให้มีลักษณะเป็นแบบธรรมชาติ เรียบง่าย และเข้ากับสิ่งแวดล้อม เช่น แผงร้านค้ารูปแบบอย่างท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้มาจากธรรมชาติ และเพิ่มการปลูกต้นไม้ เป็นต้น

1.5 ด้านเศรษฐกิจ

1.5.1 ผู้ประกอบการควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้นักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจน กำหนดราคาสินค้าต่าง ๆ ให้เป็นธรรมควรมีการควบคุมราคาและคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐาน

1.5.2 สำนักงานเขตตลิ่งชันควรส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น

1.5.3 ผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ ควรมีการเพิ่มเติมและเน้นการขายของท้องถิ่น อาหารแบบท้องถิ่นหายาก เน้นวิถีชีวิตแบบท้องถิ่น จะทำให้มีเอกลักษณ์น่าสนใจ และสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้

1.5.4 การบริหารจัดการต่าง ๆ ของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ควรให้สมาชิกผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีส่วนร่วมและมีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนให้คนท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้เพิ่ม

1.5.5 กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตตลิ่งชัน ควรมีการจัดสรรงบประมาณพัฒนาอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดการพัฒนาต่าง ๆ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เช่น ปรับปรุงสถานที่ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ เพิ่มความปลอดภัยและสะดวกบริเวณท่าเรือ และเพิ่มขยายโป๊ะแพเพื่อลดความแออัด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ หรือวิจัยเชิงพัฒนา เพื่อจัดทำโครงการ และศึกษาผลที่เกิดขึ้น

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงขอบเขตของลักษณะดัชนีในแต่ละด้าน และน้ำหนักของค่าคะแนนในดัชนีนั้น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการประเมินการให้คะแนนมาตรฐานตลาดน้ำต่อไป

2.3 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงผลกระทบต่อชุมชนและปัญหาในการท่องเที่ยวบริเวณริมคลองที่มีการสัญจรของการท่องเที่ยวของเรือทัวร์ บริเวณคลองฝั่งธนบุรี เช่น คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย คลองมหาสวัสดิ์ ฯลฯ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกพร สว่างแจ้ง (2542). การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. การดำเนินงานเพื่อให้ได้มาตรฐาน **Clean Food Good Taste**. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2549 จาก <http://www.anamai.moph.go.th/DOC/cfgt.doc>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2547?). ร่าง กรอบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย (พ.ศ.2547-2551)..
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที). มาตรฐาน ISO 14000 คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2548 จาก <http://www.ecitizen.go.th/view.php?SystemModuleKey=buss&id=489>
- กวี วรกวิน ; พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงศ์ (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย. กรุงเทพฯ : พัฒนาคุณภาพวิชาการ (พว.).
- กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน (มปป). มาตรฐาน : ข้อมูลทั่วไป. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2548. จาก <http://www.tisi.go.th/standardization/definition.html>.
- กองทุนรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545). เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545. กรุงเทพฯ:
- กุลวรา สุวรรณพิมล (2548). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว.
- เกษม จันท์แก้ว (2545). การจัดการสิ่งแวดล้อมแบบผสมผสาน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- दनัย เทียนพุ่ม (2546). ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ (KPIs) และการประเมินองค์กรแบบสมดุล (BSC: The Balanced Scorecard). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ดี เอ็น ที่คอนซัลแตนท์.
- ดรธรณี เอ็มพันธ์ สุทัศน์ วรรณะเลิศ และเรณูภา รัชโน (2547). คู่มือการจำแนกเขตการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยหลักการช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (Recreation Opportunity Spectrum, ROS). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : เท็กซ์แอนด์เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.

- ดุษฎี ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์ (2528). **การวางแผน**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- (2532). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธิดิพนธ์ โตวิจิตร (2546). **ผลกระทบของการท่องเที่ยวด้านการกระจายรายได้ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบ้านผานกกกและบ้านบวกเตี้ย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ สม. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรศักดิ์ ลอยศักดิ์ (2546). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและชุมชนคลองบางเชือกหนัง กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ (การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระ อินทรเรือง (2546). **ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภดล ปราศราคี (2547). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาประชาชนในเขตเทศบาลนครนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- นันทิยา หุตานุกัฏ และณรงค์ หุตานุกัฏ (2542). **SWOT : การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน**. อุบลราชธานี : ฝ่ายผลิตและบริการเอกสาร สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- นิคม จารุมณี (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นืออน ศรีสมยง (มกราคม-เมษายน 2548). **ตรารับรองสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การรับรองและส่งเสริมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปีที่ 25(1): 30-31.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2546). **คู่มือการวิจัย การเขียนรายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์
- ประชุม รอดประเสริฐ (2533). **นโยบายการวางแผน : หลักการและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์.
- ปรีชา แดงโรจน์ (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ไพร์ แอนด์ ไพร์ พรินติ้ง.

- พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2547). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำตลิ่งชัน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชริน ดำรงกิตติกุล (2543, กันยายน). การวิจัยระบบการจัดการ Ecotourism: สร้างเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล. **ประชาคมวิจัย**. (ฉบับที่ 33): 17-19.
- ฟ้าสาธ กกลางกรู (2546, มิถุนายน-กรกฎาคม). เวนิสตะวันออก. **Focus Bangkok**. ปีที่ 1 (ฉบับที่ 4): 23.
- มิตรรา สามารถ (2543). รายงานผลการศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สำนักนโยบายและแผนสำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย : กรมพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ.
- มณีวรรณ ผิวนิม และปรารธนา จันทรุพันธ์ (2545). โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. ภาควิชามนุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มนัส สุวรรณ (2545, เมษายน-มิถุนายน). การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย : วารสารราชบัณฑิตยสถาน. ปีที่ 27(2). หน้า 409-414
- มนัส สุวรรณ และคณะ (2544). "โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว รายงานฉบับสมบูรณ์เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.
- ยศ สันติสมบัติ และคณะ (2547). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากร. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่. วิทอินดีไซน์.
- ยุพดี เสตพรพรรณ (2543). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : พิธีกรรมการพิมพ์.
- ราตรี โตเฟ่งพัฒน์ (2543). ตลาดน้ำ : วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- รุ่งโรจน์ เกสพานิช. (มปป). ข้อมูลตลาดน้ำตลิ่งชัน. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2548. จาก <http://203.155.220.217/office/talingchan/taladnum.htm>.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545). เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2535. กรุงเทพฯ : กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2528). สถิติวิทยาทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- (2538). เทคนิควิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิชัย เทียนน้อย (2528). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2536). **หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ศิริวรรณ ปานปรีดา. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทัวร์คลองของนักท่องเที่ยว ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร**. ศศม. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) (ธุรกิจการเกษตร). กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. (2547). **เอกสารประกอบการสอนกลยุทธ์การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมบัติ จังเสริญกุล (เมษายน 2542). **มาตรฐาน Green Globe สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม**. **จุลสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. ฉบับที่ 18 (เล่มที่ 2): 54-56.
- สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม (2535). **พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง**. กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเขตตลิ่งชัน ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม (มปป). **ข้อมูลชุมชนและกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน 2546**. ม.ป.พ.
- สำนักงานปลัด กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) ศูนย์กลางบริการภาครัฐ. **มาตรฐาน ISO 14000 คืออะไร**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2548
<http://www.ecitizen.go.th/view.php?SystemModuleKey=buss&id=489>
- สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. **แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)**. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2548 จาก http://www.homestaythailand.org/b1_029.php
- . **รายงานสรุปการเข้าร่วม ประชาพิจารณ์มาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทย** เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2548 ณ โรงแรม ริเจ็ส ท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2548 จาก http://cbt.vijai.org/Report/report_seminar%20standard%20tat.doc
- . **หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์**. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2548 จาก http://www.homestaythai.org/curriculum/b1_054.php
- สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล (2545). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ (การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนันทา หลบภัย (2543). **จิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้าบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

- อนันต์ เกตุวงศ์. (2543). **หลักและเทคนิคการวางแผน**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา พัดพาดิ (2543). **ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดนักท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ สค.ม. (สังคมศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อภิพันธ์ จันทะนี (2526). **วิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ วี. เจ. พรินติ้ง.
- อุดม เขยแก้วศ์ วิมล สีโรจพันธุ์ และประชิด สกฤษณ์พัฒน์ (2538). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- อุทิศ ชาวเธียร (2546). **การวางแผนกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Blank, U., (1989). **The Community Tourism Industry Imperative: The Necessity, the Opportunities, Its Potential**. New York: Venture Publishing.
- McIntosh, R.W. and Goeldner, C.R., (1986). **Tourism: Principles, Practice, Philosophies**. New York: John Wiley.
- McIntosh, Robert W.; et al. (1995). **Tourism : Principles, Practices, Philosophies**. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Murphy, P. (1985). **Tourism: A Community Approach**. New York: Methuen.
- Nash, D., (1977). "Tourism as a Form of Imperialism," in V.L. Smith, ed., **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Richardson, Janet. (1993). **Ecotourism & Nature based Holidays**. Sydney: Australian Print Group.
- Pond, Kathleen Lingle. (1993). **The Professional Guild : Dynamics of Tour Guiding**. New York: Nostrand Reinhold.
- Simmons. W.W., (1980). **So You Want To Have A Long-Range Plan**. Oxford. Ohio: Planning Executive Institute.

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพของแบบสอบถาม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม

1. ว่าที่ร้อยตรี ดร.มนัส บุญประกอบ รองผู้อำนวยการฝ่ายสื่อการศึกษาและสังคมสัมพันธ์
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร อาจารย์สังกัดภาควิชาเศรษฐศาสตร์
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล อาจารย์สังกัดภาควิชาเศรษฐศาสตร์
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจที่พิจารณาคำความสำคัญของดัชนีที่ควรกำหนดเป็นมาตรฐาน- ตลาดน้ำ

1. อาจารย์ ดร.โนมยง โต๊ะทอง หัวหน้าชุดระดับประเทศโครงการวิจัยเพื่อ
พัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน
2. อาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้จัดการการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
3. คุณก่อกเกียรติ จัตราศิริวรกุล หัวหน้างานส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. คุณวรุณกาญจน์ ธิติธรรมภรณ์ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
5. คุณสุลีวรรณ ดีที่สุด สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความคิดเห็นและ
ค่าความสำคัญในการกำหนดเป็นดัชนีชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ

แบบสอบถาม ชุดที่ 1

ดัชนีข้อใดที่ควรได้รับการพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชัน

คำชี้แจง : ขอความอนุเคราะห์ให้ท่านพิจารณาดัชนีข้อถัดต่อไปนี้ว่าในแต่ละข้อควรกำหนดเป็นมาตรฐานหรือไม่ และอยู่ในระดับใด

โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	ระดับความสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐาน			
	5	3	2	1
1) ด้านลักษณะทางกายภาพและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว				
1. แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป				
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น				
3. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ				
4. ความสมบูรณ์สภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ				
5. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ				
6. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม				
7. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม				
8. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย				
9. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ				
10. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง				
11. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว				
12. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม				
13. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย				
14. มีความสะดวกในการเดินทาง				
15. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ และสะดวกในการการเข้าออก				
16. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ				
17. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมีตลอดทั้งปี				
18. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่				
19. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว				
20. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				
21. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง				
22. ความเหมาะสมของเวลาการเดินทางเรือ				
23. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ				
24. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทางเรือ เพื่อชมวิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ				

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	ระดับความสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐาน			
	5	3	2	1
2) ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม				
1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นอย่างถาวร				
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทย เช่น การแต่งกาย สินค้า อื่นๆ				
3. ความกลมกลืนของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สถาปัตยกรรม ศาลาริมน้ำ รูปแบบของเรือ				
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม				
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น				
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี				
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรมต่างๆ				
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมด้วยความยินดี				
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น				
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่				
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้อ่อนระลึกถึงอดีตได้				
13. มีกิจกรรม ประเพณี ที่แสดงออกถึงความผูกพันของคนในท้องถิ่น				
14. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส				
3) ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม				
1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่				
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น				
4. มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับธรรมชาติ/และอนุรักษ์ธรรมชาติ				
5. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่เน่าเสีย				
6. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี				
7. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น ควัน				
8. บริเวณตลาดน้ำมีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ				
9. มีถังขยะเพียงพอและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม				
10. มีป้ายเตือนให้ทิ้งขยะให้ถูกที่				
11. มีการดัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์				

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	ระดับความสำคัญในการกำหนดเป็นมาตรฐาน				
	5		3	2	1
4) ด้านเศรษฐกิจ					
1. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภค และแหล่งท่องเที่ยว					
2. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม					
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น					
4. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำในฐานะองค์กรการจัดการ					
5. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน					
6. มีการเปิดโอกาสให้องค์กรภายนอกเข้ามามีบทบาทสนับสนุน					
7. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่างเหมาะสม					
8. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม และชัดเจน					
9. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน					
10. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ					

**ตอนที่ 3 : ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน**

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาด้วยประสบการณ์ของท่าน แล้วกรูณาระบุปัญหาและข้อเสนอแนะ
เกี่ยวกับการ กำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน

1. การกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน น่าจะมีปัญหา
เกี่ยวกับอะไรบ้าง?

- 1.) _____
- 2.) _____
- 3.) _____

2. ข้อเสนอแนะในการกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน

- 1.) _____
- 2.) _____
- 3.) _____

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
ผู้วิจัย

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม ชุดที่ 2 : การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน

แบบสอบถาม ฉบับที่ 2

เรื่อง การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ตอน มีจำนวน 4 หน้า

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามต่อไปนี้โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษา
3. ปวส. 4.ปริญญาตรี
- 5.ปริญญาโท 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

4. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ค้าขาย
5. เจ้าของกิจการ 6. รับจ้าง
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 5,000 บาท 2. 5,001-10,000 บาท
3. 10,001 – 15,000 บาท 4. 15,001-20,000
5. 20,001 – 30,000 บาท 6. มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชัน

คำชี้แจง : ให้อ่านพิจารณาตัวชี้วัดต่อไปนี้ว่าควรกำหนดเป็นมาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชัน
 มากน้อยเพียงไร และตลาดน้ำตลิ่งชันมีความเป็นมาตรฐานในแต่ละตัวชี้วัดมาก
 น้อยเพียงไร โดยขอให้ท่านพิจารณา ทีละประเด็น โดยเริ่มจากมาตรฐานตลาดน้ำที่
 ควรจะเป็น เมื่อทำเสร็จทุกข้อแล้วจึงเริ่มพิจารณามาตรฐานของตลาดน้ำที่เป็นอยู่

โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐานของตลาดน้ำที่ควรจะเป็น					มาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว										
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น										
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ										
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ										
4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ										
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม										
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม										
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย										
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ										
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง										
10. มีความสะดวกในการเดินทาง										

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานตลาดน้ำ	มาตรฐานของตลาดน้ำที่ควรจะเป็น					มาตรฐานของตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5) ด้านเศรษฐกิจ										
1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้เพิ่ม										
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น										
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อการจัดการ										
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน										
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม										
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่เป็นธรรม และชัดเจน										
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน										
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ										

ตอนที่ 3 : ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาด้วยประสบการณ์ของท่าน แล้วกรอกรับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการ กำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน

1. การกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน น่าจะมีปัญหาเกี่ยวกับอะไรบ้าง?

- 1.) _____
- 2.) _____
- 3.) _____

2. ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การพัฒนาตลาดน้ำไปสู่การกำหนดมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศของตลาดน้ำตลิ่งชัน

- 1.) _____
- 2.) _____
- 3.) _____

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ผู้วิจัย

ภาคผนวก ง

แบบสอบถาม ชุดที่ 3 : การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนา
ตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

แบบสอบถาม ฉบับที่ 3

เรื่อง การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงโดยใช้เครื่องหมาย ✓
ลงใน หรือเติมคำลงในช่องว่าง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะปกปิดเป็นความลับ แต่จะนำมา
วิเคราะห์ทางวิชาการ เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ตอน มีจำนวน 3 หน้า

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แนวทางการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่ตลาดน้ำมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็น
ตลาดน้ำมาตรฐาน

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามต่อไปนี้ โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความ
ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. ปวส. | <input type="checkbox"/> 4.ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 5.ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ |

4. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. ค้าขาย |
| <input type="checkbox"/> 5. เจ้าของกิจการ | <input type="checkbox"/> 6. รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ | |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,001-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 15,001-20,000 |
| <input type="checkbox"/> 5. 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป |

ตอนที่ 2 : แนวทางการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่ตลาดน้ำมาตรฐาน
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และสามารถเติมความคิดเห็นอื่น ๆ ได้ในช่องว่างที่เว้นไว้ให้)

1. ท่านคิดว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีจุดเด่น/ข้อได้เปรียบในด้านใดบ้าง

- 1. ความเป็นทางธรรมชาติ
- 2. ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร
- 3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง
- 4. ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น
- 5. ความเข้มแข็งของชุมชนในท้องถิ่น
- 6. เป็นแหล่งขายผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ
- 7. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี)
- 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

2. ท่านคิดว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีจุดอ่อนในด้านใด

- 1. ความสะอาดของน้ำ
- 2. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง
- 3. ขาดการส่งเสริมบริการด้านการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- 4. การจัดการกับขยะ
- 5. ความสะอาดของโป๊ะแพขายอาหาร
- 6. มีจำนวนเรือขายอาหารยังไม่มากพอ
- 7. มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
- 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

3. ท่านคิดว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีโอกาสพัฒนาไปอย่างไร

- 1. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2. พัฒนาเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียง
- 3. เพิ่มพื้นที่ในการขายอาหาร แพ เรือ และที่นั่งเพื่อการพักผ่อนให้มากขึ้น
- 4. พัฒนาศักยภาพของตลาดน้ำของตลิ่งชันให้มีมาตรฐาน
- 5. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ (ของย่านฝั่งธนบุรี)
- 6. พัฒนาเป็นจุดแวะพักนักท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง
- 7. พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปราศจากมลภาวะ
- 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

4. ท่านคิดว่าปัญหาข้อใดที่จะทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่พัฒนาไปสู่จุดหมาย

- 1. ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเพียงพอ
- 2. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3. มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากตลาดน้ำอื่นๆ
- 4. ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ
- 5. ขาดเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึง
- 6. ขาดการร่วมมือระหว่างประชาชนในชุมชน
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. ในอีก 5 ปี ท่านคิดว่าตลาดน้ำตลิ่งชันควรจะพัฒนาไปในทิศทางใด

- 1. พัฒนาเป็นตลาดน้ำตัวอย่างที่มีมาตรฐาน
- 2. ประชาชนในท้องถิ่นสามารถพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
- 3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และสุขภาพ
- 4. พัฒนาเป็นสถานที่จัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ
- 5. เป็นแหล่งขายสินค้าทางการเกษตรที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี)
- 6. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญ (ย่านฝั่งธนบุรี)
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

6. ท่านคิดว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีเป้าหมายในการพัฒนาเพื่อเหตุผลใด

- 1. เพื่อพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ
- 2. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน
- 3. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน
- 4. เพื่อแสวงหาตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร
- 5. เพื่อพัฒนาให้ตลาดน้ำตลิ่งชันมีมาตรฐานสู่สากล
- 6. เพื่อพัฒนาให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

7. ท่านคิดว่าควรทำอะไรถึงจะทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันพัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการ

- 1. ปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการจัดการให้มีมาตรฐาน
- 2. สร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในตลาดน้ำ
- 3. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
- 4. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีมาตรฐาน
- 5. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น
- 6. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม
- 7. มีระบบรักษาความปลอดภัย และมาตรฐานการให้บริการ
- 8. ส่งเสริมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำในบริเวณใกล้เคียง
- 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

ตอนที่ 3 : ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การเป็นตลาดน้ำมาตรฐาน

3. ท่านประสบปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อย่างไรบ้าง

- 4.) _____
- 5.) _____
- 6.) _____

4. ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือคำแนะนำในการที่จะพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณตลาดน้ำให้ดีขึ้นได้อย่างไร

- 4.) _____
- 5.) _____
- 6.) _____

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ผู้วิจัย

ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ที่มีต่อความคาดหวังใหม่มาตรฐานตลาดน้ำ และสถานะที่เป็นอยู่ของ
ตลาดน้ำตลิ่งชันปัจจุบัน แยกตามกลุ่มประเภทกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการประเมินระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ต่ระดับความคาดหวังของมาตรฐานตลาดน้ำ

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$
1) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น	4.12 (.812)	4.38 (.739)	4.22 (.745)	4.07 (.730)	4.17 (.792)
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำ	4.13 (.837)	4.19 (.738)	3.99 (.836)	4.14 (.663)	4.10 (.820)
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมในบริเวณตลาดน้ำ	3.91 (.872)	4.19 (.931)	3.90 (.8852)	3.79 (.699)	3.93 (.875)
4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบริเวณตลาดน้ำ	4.06 (.837)	4.41 (.798)	4.05 (.964)	4.29 (.726)	4.10 (.863)
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาดน้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	4.01 (.964)	4.28 (.729)	3.97 (.781)	3.86 (.663)	4.02 (.894)
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือขายอาหารกับสภาพแวดล้อม	3.96 (.823)	4.22 (.706)	4.03 (.827)	3.86 (.663)	4.00 (.807)
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัดไว้ อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.13 (.750)	4.38 (.833)	4.05 (.809)	4.07 (.829)	4.13 (.777)
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือมีความสำคัญและน่าสนใจ	4.06 (.824)	4.44 (.716)	4.18 (.765)	4.00 (.961)	4.12 (.812)
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของสภาพตลิ่ง	4.19 (.899)	4.47 (.915)	4.18 (.834)	3.93 (.829)	4.20 (.885)
10. มีความสะดวกในการเดินทาง	4.19 (.804)	4.56 (.564)	4.19 (.788)	4.00 (.679)	4.22 (.781)
2) ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว					
1. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือนภัยอย่างเหมาะสม	4.07 (.883)	4.38 (.833)	3.97 (1.006)	3.93 (.917)	4.07 (.912)
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย	4.09 (.955)	4.41 (.798)	3.97 (1.020)	3.64 (.929)	4.07 (.962)
3. มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาดและเพียงพอ	4.06 (1.069)	4.16 (1.194)	4.04 (1.103)	4.07 (.917)	4.07 (1.079)

ตาราง 31 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$
4. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและ บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสาร เผยแพร่	4.12 (.875)	4.34 (.787)	4.08 (.872)	4.14 (.663)	4.13 (.857)
5. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และ บุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว	3.93 (.922)	4.34 (.971)	3.93 (.912)	3.86 (1.02729)	3.97 (.933)
6. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมี ความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.19 (.876)	4.25 (.803)	4.01 (.819)	4.21 (.802)	4.16 (.853)
7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความ ชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง	4.03 (.876)	4.16 (.8.8)	4.12 (.810)	4.21 (.699)	4.07 (.846)
8. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวใน บริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทาง เรือ	4.34 (.817)	4.41 (.756)	4.23 (.869)	4.36 (.745)	4.32 (.819)
9. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว	3.94 (.930)	4.13 (1.040)	3.89 (.987)	3.79 (.893)	3.94 (.951)
3) ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม					
1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้น	4.11 (.779)	4.06 (1.014)	3.88 (.875)	4.36 (.842)	4.06 (.834)
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมี เอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น การ แต่งกาย สินค้า ประจำท้องถิ่น	4.08 (.817)	4.28 (.683)	4.03 (.827)	3.93 (1.072)	4.08 (.819)
3. มีการสะท้อนถึงของสถาปัตยกรรมแบบ ไทย เช่น สถาปัตยกรรม ศาลาริมน้ำ รูปแบบของเรือ	4.10 (.802)	4.28 (.813)	4.08 (.754)	4.36 (.842)	4.12 (.794)
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้าน ศิลปวัฒนธรรม	4.14 (.790)	4.25 (.718)	4.01 (.836)	4.29 (.726)	4.13 (.791)
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญา ท้องถิ่น	4.14 (.730)	4.31 (.693)	4.04 (.835)	4.21 (.893)	4.14 (.759)
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี	4.18 (.794)	4.38 (.833)	4.00 (.828)	4.29 (.825)	4.16 (.833)

ตาราง 31 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรม ต่างๆ	4.13 (.804)	4.19 (.859)	3.99 (.868)	4.14 (1.027)	4.10 (.833)
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี	4.13 (.816)	4.28 (.851)	4.00 (.844)	4.00 (1.038)	4.11 (.836)
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรงรักษา ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อัน เป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น	4.11 (.792)	4.19 (1.030)	4.14 (.728)	4.14 (.770)	4.12 (.800)
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ประเพณี สงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งาน บวชนาค เป็นต้น	4.22 (.782)	4.38 (1.040)	4.11 (.732)	4.36 (.633)	4.21 (.795)
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วย เสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่	4.22 (.733)	4.41 (.979)	4.22 (.727)	4.00 (.877)	4.23 (.765)
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้ ย้อนระลึกถึงอดีตได้	4.02 (.874)	4.41 (.911)	4.11 (.837)	3.86 (.949)	4.07 (.877)
13. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.40 (.717)	4.53 (.842)	4.36 (.769)	4.14 (.864)	4.40 (.748)
4) ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม					
1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วยเสริม การฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่	4.28 (.790)	4.19 (.965)	4.15 (.871)	4.36 (.842)	4.24 (.829)
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.14 (.819)	4.19 (.859)	4.04 (.818)	4.36 (.754)	4.13 (.819)
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.16 (.815)	4.22 (.832)	3.97 (.936)	4.07 (1.072)	4.12 (.858)
4. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่งกลิ่น และไม่น่าเสีย	4.41 (.791)	4.19 (.896)	4.35 (.835)	4.29 (.726)	4.37 (.808)
5. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำ ให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี	4.39 (.692)	4.38 (.907)	4.30 (.840)	4.43 (.646)	4.37 (.747)

ตาราง 31 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$
6. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น ควัน	4.37 (.739)	4.31 (.965)	4.28 (.914)	4.29 (.994)	4.34 (.815)
7. บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและ กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบ กำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้องและมี ประสิทธิภาพ	4.30 (.893)	4.28 (.1.054)	4.30 (.961)	4.36 (.929)	4.30 (891)
8. มีการตัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์	4.05 (.887)	4.00 (.842)	4.00 (.965)	4.07 (.829)	4.03 (895)
5) ด้านเศรษฐกิจ					
1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมี รายได้เพิ่ม	4.36 (.745)	4.28 (.924)	4.39 (.679)	4.36 (.745)	4.36 (.747)
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาสินค้า ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.26 (.758)	4.44 (.619)	4.28 (.868)	4.00 (1.109)	4.27 (.791)
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเพื่อ การจัดการ	4.19 (.755)	4.59 (.560)	4.20 (.860)	4.21 (.893)	4.24 (.776)
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการทรัพยากรของชุมชน	4.18 (.811)	4.34 (.701)	4.18 (.817)	4.00 (1.109)	4.18 (.815)
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่าง เหมาะสม	3.95 (.864)	4.25 (.952)	4.11 (.732)	4.21 (.893)	4.03 (.849)
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่ เป็นธรรม และชัดเจน	4.32 (.743)	4.50 (.718)	4.24 (.773)	4.21 (1.122)	4.32 (.767)
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยว มองเห็นได้ชัดเจน	4.25 (.831)	4.53 (.671)	4.28 (.712)	4.07 (1.207)	4.28 (.812)
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ	4.41 (.759)	4.59 (.615)	4.30 (.735)	4.29 (1.069)	4.40 (.757)

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการประเมินระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ที่มีความคิดเห็นต่อสภาวะตลาดน้ำตลิ่งชันที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				\bar{x}
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	
1) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็น เอกลักษณ์โดดเด่น	3.18 (.815)	3.94 (1.076)	3.27 (.911)	3.43 (1.016)	3.29
2. ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติ บริเวณตลาดน้ำ	3.20 (.783)	3.69 (.998)	3.24 (.824)	3.36 (.842)	3.26
3. ความสมบูรณ์ของสภาพดั้งเดิมใน บริเวณตลาดน้ำ	3.04 (.819)	3.72 (.851)	3.08 (.862)	2.71 (.825)	3.10
4. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของ บริเวณตลาดน้ำ	3.02 (.743)	3.53 (.803)	3.23 (.837)	3.36 (1.008)	3.13
5. ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในบริเวณตลาด น้ำมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	3.00 (.916)	3.44 (.948)	3.23 (.906)	3.07 (.829)	3.10
6. ความกลมกลืนของเรือโดยสารและเรือ ขายอาหารกับสภาพแวดล้อม	3.04 (.904)	3.59 (.946)	3.18 (.912)	3.21 (.802)	3.14
7. เส้นทางเดินในบริเวณตลาดน้ำถูกจัด ไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.17 (.899)	3.69 (.896)	3.36 (.804)	3.36 (.929)	3.28
8. เส้นทางสองฝั่งของการสัญจรทางเรือ มีความสำคัญและน่าสนใจ	3.08 (.867)	3.78 (.832)	3.28 (.914)	3.43 (1.016)	3.21
9. ความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ของ สภาพตลิ่ง	3.15 (.867)	3.69 (.998)	3.38 (.932)	3.21 (1.051)	3.26
10. มีความสะดวกในการเดินทาง	3.50 (.897)	4.13 (.942)	3.68 (1.008)	3.57 (.756)	3.60
2) ด้านลักษณะการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว					
1. มีการติดตั้งป้าย และสัญญาณเตือน ภัยอย่างเหมาะสม	2.86 (.817)	3.38 (1.157)	3.04 (.971)	2.79 (.893)	2.95
2. มีอุปกรณ์เครื่องมือบรรเทาสาธารณ ภัย	2.76 (.935)	3.38 (1.129)	3.00 (.936)	2.93 (.917)	2.89
3. มีห้องน้ำสาธารณะที่มีความสะอาด และเพียงพอ	2.48 (.994)	2.53 (1.135)	2.66 (1.011)	2.86 (.864)	2.55

ตาราง 32 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				\bar{x}
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	
4. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีเอกสารเผยแพร่	2.96 (.929)	3.62 (1.040)	3.19 (1.043)	3.43 (1.089)	3.10
5. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่และบุคลากรในการดูแลนักท่องเที่ยว	2.83 (.943)	3.37 (1.008)	3.19 (1.081)	3.36 (.929)	2.99
6. ผู้ประกอบการในบริเวณตลาดน้ำควรมีความรู้ และความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	2.88 (1.002)	3.41 (.979)	3.03 (.950)	3.14 (.949)	2.97
7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความชัดเจนในข้อมูล และเที่ยงตรง	2.93 (.964)	3.53 (.983)	3.31 (.935)	3.50 (.941)	3.11
8. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวทางเรือ	3.13 (.829)	3.84 (.920)	3.39 (.977)	3.29 (.914)	3.27
9. มีการจัดทำป้ายประกาศระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	2.73 (.891)	3.31 (.965)	2.93 (.998)	3.00 (.877)	2.85
3) ด้านสังคมและศิลปวัฒนธรรม					
1. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้น	2.98 (.955)	3.26 (.999)	3.05 (.874)	3.43 (.938)	3.04
2. การแสดงออกที่บ่งบอกถึงความมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น/พื้นที่ เช่น การแต่งกาย สินค้า ประจำท้องถิ่น	2.91 (.976)	3.53 (.803)	2.89 (.915)	3.21 (.802)	2.98
3. มีการสะท้อนถึงของสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น สภาพบ้านเรือน ศาลา ริมน้ำ รูปแบบของเรือ	2.95 (.958)	3.41 (1.103)	3.11 (1.028)	2.93 (.829)	3.03
4. ความงดงามของเอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม	2.82 (.981)	3.44 (1.076)	3.07 (.926)	3.14 (.864)	2.95
5. ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.04 (.926)	3.69 (.931)	3.09 (.995)	2.93 (.917)	3.12
6. ความต่อเนื่องในการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี	2.99 (.980)	3.94 (.982)	3.22 (1.024)	3.36 (.842)	3.15

ตาราง 32 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				\bar{x}
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	
7. การสืบทอดภูมิปัญญา และแสดงถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านสินค้า กิจกรรมต่างๆ	2.86 (.955)	3.56 (.982)	3.18 (1.032)	3.14 (.770)	3.02
8. การเปิดโอกาสของคนในท้องถิ่นให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี	2.97 (.982)	3.97 (.933)	3.24 (1.132)	3.08 (.862)	3.14
9. ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำรง รักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ไว้อันเป็นแบบอย่างต่อชุมชนอื่น	2.99 (.997)	3.66 (1.181)	3.36 (1.105)	3.21 (.893)	3.16
10. มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ประเพณี สงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง งาน บวชนาค เป็นต้น	3.29 (1.024)	4.19 (1.203)	3.50 (.925)	3.64 (.959)	3.44
11. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วย เสริมการฟื้นฟูวัฒนธรรมของพื้นที่	3.20 (.956)	4.09 (1.088)	3.47 (.925)	3.29 (.914)	3.36
12. บรรยากาศของสถานที่สามารถทำให้ ย้อนระลึกถึงอดีตได้	2.98 (1.112)	3.63 (1.157)	3.26 (.980)	3.07 (.997)	3.11
13. ชาวบ้านมีความเป็นมิตร และยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.41 (.925)	4.16 (1.110)	3.64 (.885)	3.57 (.852)	3.54
4) ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม					
1. การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถช่วย เสริมการฟื้นฟูธรรมชาติในพื้นที่	3.10 (.883)	3.66 (1.004)	3.08 (.962)	3.14 (1.027)	3.16
2. มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	3.07 (.941)	3.38 (.903)	3.26 (.966)	3.07 (1.207)	3.14
3. มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.01 (.894)	3.61 (.916)	3.12 (1.072)	3.31 (.947)	3.10
4. แม่น้ำลำคลองมีความสะอาด ไม่ส่ง กลิ่น และไม่เน่าเสีย	3.05 (.923)	3.39 (1.230)	3.08 (1.017)	3.00 (1.038)	3.09
5. มีการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำ ให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี	3.32 (.878)	3.81 (.998)	3.38 (.975)	3.36 (1.082)	3.38

ตาราง 32 (ต่อ)

ดัชนีที่ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด มาตรฐานตลาดน้ำ	ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม				\bar{x}
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการ	ประชาชน	ผู้นำชุมชน/ เจ้าหน้าที่	
	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	$\bar{x}/(S.D.)$	
6. บริเวณโดยรอบตลาดน้ำมีอากาศ บริสุทธิ์ สดชื่น ปราศจากฝุ่น ควัน	3.24 (.967)	3.63 (1.100)	3.35 (.928)	3.36 (1.082)	3.31
7. บริเวณตลาดน้ำมีถังขยะเพียงพอและ กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีระบบ กำจัดขยะมูลฝอยที่ถูกต้องและมี ประสิทธิภาพ	2.92 (.893)	3.16 (.969)	3.00 (.965)	3.07 (.997)	2.97
8. มีการตัดแปลงสื่อจากธรรมชาติแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์	2.90 (.914)	3.13 (.991)	3.10 (.825)	2.93 (.829)	2.97
5) ด้านเศรษฐกิจ					
1. ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสให้ ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำ และมี รายได้เพิ่ม	3.50 (.836)	3.94 (1.134)	3.70 (.856)	3.29 (1.069)	3.58
2. มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนา สินค้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.21 (.898)	3.87 (.907)	3.25 (.925)	3.21 (.975)	3.29
3. มีการจัดตั้งกลุ่มประชาคมตลาดน้ำ เพื่อการจัดการ	3.19 (.937)	4.16 (.860)	3.53 (1.010)	3.43 (1.016)	3.38
4. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการทรัพยากรของชุมชน	3.11 (.916)	3.90 (.790)	3.35 (.943)	3.14 (1.167)	3.25
5. มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่างเหมาะสม	3.12 (.836)	3.94 (1.063)	3.49 (.949)	3.43 (.938)	3.30
6. มีการกำหนดและควบคุมราคาสินค้าที่ เป็นธรรม และชัดเจน	3.15 (.899)	4.09 (.893)	3.43 (.938)	3.36 (1.082)	3.32
7. มีการติดป้ายราคาสินค้าที่ นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจน	2.93 (1.039)	3.91 (.963)	3.22 (1.089)	2.79 (1.188)	3.09
8. อาหาร สินค้าต่าง ๆ ที่ขายมีคุณภาพ	3.24 (.840)	4.19 (.780)	3.50 (.880)	3.64 (.745)	3.41

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวศิริกาญจน์ กิตติชยานนท์
วันเดือนปีเกิด	2 พฤษภาคม
สถานที่เกิด	ตำบลสุโขทัย-ลก อำเภอสว่าง-ลก จังหวัดนราธิวาส
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	7/65 ถนนรามคำแหง 107 หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	นักวิชาการศึกษา ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2542	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2547	ประกาศนียบัตรบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2550	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการ การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ