

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Guidelines for Tourism Potential Development of Floating Markets in the Central Region to Enter The ASEAN Economic Community

วันที่รับบทความ: 28 มีนาคม 2564

พิมพ์กา เพ็งนาเรนทร์¹

วันที่แก้ไขบทความ: 16 เมษายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ: 20 เมษายน 2564

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 2) สภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงผสมวิธี เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้ง 4 พื้นที่ จำนวน 405 คน ใช้การ focus group กลุ่มประชาชน ผู้นำท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านค้าพื้นที่ละ 10 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพนักท่องเที่ยว ผู้นำท้องถิ่นและเจ้าหน้าที่ของรัฐพื้นที่ละ 3 คน ผลการศึกษาพบว่าศักยภาพการท่องเที่ยว และสภาพปัญหาโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก แนวทางการพัฒนาศักยภาพควรพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐและสถานประกอบการให้มีความรู้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงควรจัดทำป้ายภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามสื่อต่าง ๆ ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรพัฒนาด้านทั้ง 4 แห่งด้านสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

คำสำคัญ: ตลาดน้ำภาคกลาง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
e-mail: pimpanga.p@dru.ac.th

Guidelines for Tourism Potential Development of Floating Markets in the Central Region to Enter The ASEAN Economic Community

Received: March 28, 2021

Pimpanga Phengnaren¹

Revised: April 16, 2021

Accepted: April 20, 2021

Abstract

This research article is part of the research paper on Guidelines for Tourism Potential Development of Floating Markets in the Central Region to Enter The ASEAN Economic Community. The objectives of study was to study 1) opinions of tourists 2) Floating market management problems for tourism, and 3) tourism potential development approach of the floating market in the central region to enter the ASEAN Economic Community. The study is a mixed methods research. Questionnaire was used as research tool to collect quantitative data from 405 tourists in the 4 floating markets. The focus group consisted of local people, local leaders and entrepreneurs, 10 people for each group, per area and in-depth interviews to collect qualitative data of tourists from 3 local leader and government officials per area. The findings revealed that the tourism potential and overall problems in all areas are at a high level. The potential development approach should be to develop government officials and establishments to be knowledgeable, as well as, to prepare the signs in Thai and English and to promote tourism in various media. There should also be a network among entrepreneurs, government agencies and private sectors. Research suggestions are to develop the 4 Floating Markets in the aspect the environment and facilities in tourist attractions to meet the standard criteria

Keywords: Floating Markets in the Central Region, Guidelines for Tourism Potential Development, The ASEAN Economic Community

¹ Lecturer in Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University
e-mail: pimpanga.p@dru.ac.th

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูง ในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับต้น ๆ เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น การท่องเที่ยวที่ถูกกำหนดว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญแหล่งหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบของตลาดน้ำ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำในประเทศไทย ที่เป็นรูปแบบของตลาดน้ำเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตที่ไม่มีอยู่ในวัฒนธรรมของพวกเขา ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักกันดีทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากกว่า 30 ปี คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเริ่มต้นจากตลาดซึ่งเป็นชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเอง แล้วพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการให้เป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยว จากเดิมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อดูวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ตามปกติของชาวบ้านในพื้นที่ ต่อมาได้มีการสร้างกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย เช่น การลงเรือ หรือการเที่ยวชมคลองเพิ่มเติมขึ้น ความสำเร็จของเศรษฐกิจของตลาดน้ำแห่งนี้ได้กลายเป็นต้นแบบให้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในแหล่งอื่น ๆ ให้เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ เน้นการสรรหากิจกรรมต่างๆ มาบริการนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีทั้งการปรับปรุงตลาดน้ำท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว การรื้อฟื้นตลาดน้ำที่สูญหายไปแล้วขึ้นมาใหม่ หรือการจัดตั้งตลาดขึ้นมาใหม่เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งรูปแบบหลังนี้จะมีเกิดขึ้นเรื่อย ๆ ในชุมชนริมน้ำหลายแห่งทั้งในเขตเมืองและในชนบท (มณีวรรณ ผิวนิม และคณะ, 2546, หน้า 1) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปลายปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มว่าจะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะอยู่รอดในภาวะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มว่าจะมีการแข่งขันสูงต่อไป จุดอ่อนของคนไทยที่จะต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ บุคลากรไทยยังต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไทยต้องสร้างความร่วมมือระหว่างกันสร้างพันธมิตรทางการค้า หรือรวมกันโดยควบรวมกิจการกันเพื่อลดการแข่งขันกันเองและเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศได้ตระหนักดีว่าภาคบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งทางด้านยุทธศาสตร์ ต่อการเติบโตด้านเศรษฐกิจของภูมิภาค ซึ่งเป็นการพัฒนาอาเซียนในความหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ อาเซียนจึงได้มีการตั้งเป้าหมายการเจรจาการเปิดเสรีการค้าบริการ และมีการจัดทำแผนงานและข้อตกลงต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการจัดตั้งประชาคมอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558 (กรมการท่องเที่ยว, 2554) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศการสร้างงานและการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปลายปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มว่าจะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะอยู่รอดในภาวะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มว่าจะมีการแข่งขันสูงต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อใช้เป็นแนวทางศึกษาศักยภาพและการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำที่มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้เป็นแนวทางแก้ปัญหาเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง
2. ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาคกลางของประชาชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในตลาดน้ำ และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1.1 ประชากรได้แก่นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 2) ตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดสมุทรปราการ 3) ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม 4) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยในขั้นแรกทำการคัดเลือกตลาดน้ำภาคกลาง 4 แห่ง จากทั้งหมด 15 แห่ง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) จากการจับสลากจากรายชื่อของตลาดน้ำภาคกลาง หลังจากนั้นเมื่อได้รายชื่อตลาดน้ำภาคกลางแล้วจึงดำเนินการเก็บตัวอย่าง โดยใช้การเก็บตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) โดยมีขั้นตอนการเลือกตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้ สุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 พื้นที่ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้สุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (infinite population) โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามบางตัวอย่างอาจเกิดการไม่สมบูรณ์ จึงได้มีการสำรองเผื่อไว้ร้อยละ 5 เท่ากับ 20 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 405 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ

สะดวก (convenience หรือ accidental sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้ศึกษาวิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้ศึกษาวิจัยในการให้ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกยังกลุ่มตัวอย่างและขอรับคืน

1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) วิธีการ focus group ประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงานที่ดูแลตลาดน้ำ และผู้ประกอบการประเภทที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก การขนส่ง/ยานพาหนะ และการบริการนำเที่ยวที่อยู่ในตลาดน้ำภาคกลางพื้นที่ละ 10 คน รวมทั้งหมด 4 พื้นที่ จำนวน 40 คน

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้นำท้องถิ่นและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำภาคกลางผู้ประกอบการร้านค้า โดยสัมภาษณ์ในเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พื้นที่ละ 3 คน รวมทั้งหมด 4 พื้นที่ จำนวน 12 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางและแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสนทนากลุ่ม focus group และการสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

3.1 การตรวจสอบข้อมูลเชิงปริมาณ มีดังนี้ นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปหาความเที่ยงตรง (validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความครอบคลุมของแบบสอบถามในด้านเนื้อหา (content validity) ด้านโครงสร้างและรูปแบบ (structure and format) และด้านการใช้ภาษา (wording) เสร็จแล้วนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไข แล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนอีกครั้งหนึ่งนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try-out) กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970, p. 161) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขจนสมบูรณ์แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างต่อไป

3.2 หลังจากที่ได้เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วขั้นตอนสำคัญในการทำวิจัย คือ การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ คือ การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (credibility)

การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2548; Miles & Huberman, 1994; Graneheim, 2004, pp. 105-112) และการตรวจสอบข้อสรุปด้วยการยืนยันผล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเบื้องต้นทั้งจากการสำรวจภาคสนามและค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยดำเนินการส่งหนังสือไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อขออนุญาตทำเก็บข้อมูลและเดินทางไปติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) สัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง ได้แก่ เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลคลองสวน เทศบาลตำบลบางกระเจิก เทศบาลตำบลอัมพวา สำนักงานเขตตลิ่งชัน และผู้ประกอบการร้านค้า โดยขออนุญาตบันทึกเสียงเพื่อให้การเรียบเรียงข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละส่วนศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเตรียมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนวิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ใช้วิเคราะห์ผลการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาศักยภาพของตลาดน้ำภาคกลางจุดแข็ง จุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของตลาดน้ำโดยการตรวจสอบข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกมาเรียบเรียงให้เป็นไปตามลำดับตามประเด็นที่ทำการสัมภาษณ์นำข้อมูลมาตีความและเรียงข้อมูลตามลำดับความถี่ของคำตอบสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดทำการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้สมบูรณ์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (211 คน) มีระดับอายุ 20-29 ปี (171 คน) มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา (115 คน) ประกอบอาชีพค้าขาย (122 คน) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (172 คน) นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดน้ำแห่งนี้หรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต (146 คน) ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาด้วยเพื่อน (157 คน) ซึ่งมีจุดประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคือ มาไหว้พระทำบุญ (152 คน) ลักษณะสินค้าที่ชื่นชอบและเลือกซื้อมากที่สุด คือ สินค้าของใช้เบ็ดเตล็ด

(117 คน) ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวชมตลาดน้ำส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำเพียงครั้งเดียว (179 คน)

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีดังนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.85) เมื่อพิจารณาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด คือ ด้านพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.10) ด้านสินค้ามีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.04) ด้านผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.02) ด้านกิจกรรมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.80) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.61) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการเผยแพร่ข่าวสารมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.58)

1.3 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เมื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ผลดังต่อไปนี้ วิเคราะห์จุดแข็งอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.94) การวิเคราะห์จุดอ่อนอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 2.84) มีการวิเคราะห์โอกาสอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.80) และวิเคราะห์อุปสรรคอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.93)

1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ดังนี้ แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด คือ ด้านการพัฒนาบุคลากรมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.92) รองลงมาคือ ด้านการประสานงานเครือข่ายมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.70) รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.61) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณามีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.57)

จากการสนทนากลุ่ม (focus group) และสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนประชาชนในชุมชน ตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้า ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ ตัวแทนผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.5 ศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 แห่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยกลุ่มประชากรมีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอยู่ในระดับมาก โดยสามารถสรุปเป็นรายด้านได้ ดังนี้ 1) ด้านพื้นที่ คณะกรรมการตลาด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดูแลบริหารจัดการร้านของผู้ประกอบการให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาดน่าเดินซื้อสินค้า จัดบริเวณทางเดินชมตลาดมีความเหมาะสม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้ความใส่ใจเรื่องความสะดวกสบายกับพื้นที่ภายในและภายนอกตลาดอย่างสม่ำเสมอ 2) ด้านสินค้า คณะกรรมการตลาด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดูแลบริหารจัดการสินค้าในตลาดได้ให้ผู้ประกอบการร้านค้าเข้ามาจำหน่ายสินค้าในตลาด โดยพยายามจะ

ไม่มีสินค้าที่เป็นชนิดเดียวกันขายซ้ำหลายเจ้า เพื่อความหลากหลายของสินค้าในตลาดน้ำ สินค้าที่นำมาขายในตลาดจะต้องมีคุณภาพ สดใหม่มีรสชาติดีและร้านค้าจะต้องติดป้ายเพื่อแสดงราคาของสินค้าให้นักท่องเที่ยวได้ทราบราคาขาย ส่วนใหญ่จำนวนร้านค้าในตลาดน้ำมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว 3) ด้านผู้ประกอบการ ตลาดน้ำภาคกลางส่วนใหญ่ทุกตลาดจะให้ความร่วมมือกับคณะกรรมการดูแลตลาดเป็นอย่างดี ใส่ใจในคุณภาพของสินค้าเพื่อรักษาชื่อเสียงของตลาด มีการจัดวางสินค้าอย่างสวยงามสะดุดตาต่อการหยิบจับสินค้า พ่อค้าแม่ค้าแต่งกายสวยงามสุภาพเรียบร้อยต้อนรับลูกค้าด้วยความเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส 4) ด้านกิจกรรม ตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง จะจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือกหลายประเภท เช่น เดินชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน และล่องเรือชมธรรมชาติริมฝั่งแม่น้ำ ทำบุญให้อาหารปลาที่วัดตลาดน้ำได้จัดให้มีกิจกรรมการสาธิตการประกอบอาหารหรือประดิษฐ์สินค้าศิลปะ สินค้าหัตถกรรมภายในร้านค้าของตนเอง 5) ด้านการเผยแพร่ข่าวสารคณะกรรมการตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบอยู่เสมอ และ 6) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งมีการคมนาคมที่สะดวกต่อการเดินทาง ยกเว้นตลาดคลองสวนที่อาจจะอยู่ลึกและยังไม่มีรถโดยสารผ่านนักท่องเที่ยวจึงสามารถมาได้แค่รถโดยสารส่วนบุคคลหรือทางเรือเท่านั้น

1.6 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเตรียมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 1) จุดแข็ง ตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของการท่องเที่ยว อีกทั้งยังอยู่ในกรุงเทพมหานครทำให้สะดวกในการเดินทาง วิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดน้ำยังคงสภาพวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเน้นการดูแลพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน คนในชุมชนมีอุปนิสัยโอบอ้อมอารี รักความสงบ ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มีถิ่นฐานอยู่ในชุมชนมาอย่างยาวนาน เป็นคนเก่าแก่ที่อยู่กันมาจากรุ่นสู่รุ่นจึงมีความรักและผูกพันกัน สามารถพึ่งพาอาศัยกันได้ มีความหวงถิ่นฐานของตนเอง และตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งมีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นธรรมชาติจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีบรรยากาศที่ดี มีความร่มรื่น สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาไม่แพง เพราะสินค้าส่วนใหญ่มาจากผลผลิตในชุมชน โดยเฉพาะสินค้าตามฤดูกาล 2) จุดอ่อน ตลาดคลองสวนค่อนข้างขาดแคลนพ่อค้าแม่ค้าที่จะเข้ามาขายสินค้าในตลาดเพราะจากสภาพวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่เกิดการเปลี่ยนแปลง เพราะคนรุ่นใหม่ต้องการที่จะไปทำงานในอาชีพอื่นมากกว่าต้องการเป็นพ่อค้าแม่ค้าอยู่ในตลาด ระบบการบริหารจัดการภายในตลาด หรือการบริหารงานของคณะกรรมการพ่อค้าแม่ค้าและหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีการประสานที่ดี ทางเดินที่ให้นักท่องเที่ยวเดินซื้อสินค้าค่อนข้างแคบ ไม่มีศูนย์สำหรับคอยให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีพิพิธภัณฑ์สำหรับจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาด ตลาดน้ำบางแห่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ ทำให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักตลาดน้ำเท่าที่ควร 3) โอกาส พื้นที่ของตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทำให้ตลาดน้ำสามารถเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้อีกแห่งหนึ่งของจังหวัดได้ และตลาดน้ำแต่ละแห่งมีความเป็นเอกลักษณ์ ตลาดน้ำบางที่เปิดให้บริการทุกวัน เช่น ตลาดน้ำดอนหวาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวได้ตามสะดวกและทำให้ผู้ประกอบการร้านค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น สินค้าการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ตามฤดูกาลมีชื่อเสียงในเรื่องคุณภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ คือ วิถีชีวิตของคนในชุมชนจากจุดเด่นนี้จึงสามารถทำให้ตลาดเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และ 4) อุปสรรคตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งยังไม่มีสิ่งดึงดูด (จุดขาย) ที่ทำ

ให้นักท่องเที่ยวประทับใจในความเป็นเอกลักษณ์ของตลาด มีสินค้าที่และบริการที่เหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะกลุ่มเดียวกัน ตลาดคลองสวนไม่มีผู้ประกอบการประเภทที่พักที่คอยให้บริการกับนักท่องเที่ยว และการที่คณะกรรมการจะพัฒนาตลาดเป็นสิ่งที่ค่อนข้างทำได้ยาก เพราะการตัดสินใจจะต้องอยู่ที่เจ้าของตลาดเท่านั้น ภายในตลาดมีผู้ประกอบการที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหลายเจ้าไม่มีความหลากหลาย และอาจทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากันได้

1.7 แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหรือเจ้าของตลาด ควรมีแนวทางดังนี้ 1) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรจัดอบรมเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการร้านค้าให้มีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จัดเจ้าหน้าที่คอยบริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำให้กับนักท่องเที่ยว จัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อคอยให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น สร้างทัศนคติการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีต่อนักท่องเที่ยว 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ควรสร้างห้องน้ำเพิ่มให้มีเพียงพอ สะดวกและปลอดภัย ตลาดควรมีป้ายบอกทางที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คู่มือหรือมีมาตรการดูแลเรื่องสุขอนามัยของร้านอาหารควรมีผู้ประกอบการที่พักอาศัยให้กับนักท่องเที่ยวที่อยากพักค้างแรม และควรจัดให้มีบริการการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้กับนักท่องเที่ยว 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ และสถานีรถไฟ เป็นต้น และควรทำความร่วมมือกับจังหวัดให้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ และ 4) ด้านการประสานงานเครือข่ายควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ผู้ประกอบการร้านค้า โรงแรม ที่พักโฮมสเตย์ โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกันเพื่อระดมความคิดในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 จากการพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ด้านพื้นที่ พื้นที่ขายสินค้าของตลาดน้ำมีความเหมาะสมแต่ควรปรับปรุงทางเดินภายในตลาดที่มีความคับแคบ ควรมีระบบการกำจัดขยะที่ดีเพียงพอต่อจำนวนขยะของตลาดน้ำที่มีจำนวนมาก ชุมชนควรรักษาสภาพน้ำในบริเวณตลาดน้ำมีความสะอาดมีสภาพสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ปรับปรุงลานจอดรถให้มีเพียงพอกับจำนวนรถของนักท่องเที่ยว 2) ด้านสินค้า สินค้าที่นำมาขายในตลาดน้ำจะต้องมีความหลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์ รสชาติดีสินค้าประเภทผักและผลไม้ที่นำมาขายในตลาดน้ำเป็นสินค้าพื้นบ้านมีให้เลือกหลายชนิดสดและสะอาด การจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบมองเห็นชัดเจน สวยงามมีการติดป้ายราคา และมีราคาสินค้าที่เหมาะสม 3) ด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการควรมีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองพูดจาสุภาพ ไพเราะ อ่อนหวาน 4) ด้านกิจกรรม ตลาดน้ำควรจัดให้มีกิจกรรมการทำบุญไหว้พระในพื้นที่ของตลาดน้ำหรือบริเวณใกล้เคียง กิจกรรมในตลาดน้ำควรมีความหลากหลาย เช่น ล่องเรือชมธรรมชาติ และชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน ควรจัดให้มีกิจกรรมการสาธิตการประกอบอาหารหรือประดิษฐ์สินค้าศิลปะ สินค้าหัตถกรรมของชุมชน 5) ด้าน

การเผยแพร่ข่าวสาร หน่วยงานภาครัฐควรจัดให้มีจุดบริการข้อมูลและข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการตลาดน้ำควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่ตักกับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และ 6) ด้านการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทางเข้ามาที่ตลาดน้ำควรมีความสะดวก ตลาดน้ำควรมีการจัดการด้านความสะอาดของห้องสุขา และมีจำนวนที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว การเดินทางเข้ามาที่ตลาดน้ำควรมีป้ายบอกทางชัดเจนตลาดน้ำควรมีระยะทางในการเดินทางที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Mowfort (2003, p. 107) ที่ได้กล่าวว่า ก่อนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ ในพื้นที่ท่องเที่ยวควรศึกษาความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity: CC) รวมถึงการประเมินระดับของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limits of Acceptable Change: LAC) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน เพื่อป้องกันการทำลายคุณค่าของระบบนิเวศในธรรมชาติ และให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถคงอยู่สืบต่อไปได้ในอนาคตแนวทางปรับปรุงคุณภาพที่พักร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก ตลอดจนบริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวหากนักท่องเที่ยวพึงพอใจ จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และมีการบอกต่อและสอดคล้องกับ ศุภรัตน์ รัตนมุขย์ (2541, หน้า 51-52) ได้กล่าวว่าการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่จะต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมเดิมสภาพความเป็นอยู่ดั้งเดิม จะต้องได้รับการเคารพรวมทั้งผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบอย่างเป็นธรรมในการดูแลประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน แนวทางจัดงานประเพณีประจำปี ควรจัดเป็นประจำทุกปี และให้คงอยู่สืบไป ทรัพยากรเหล่านี้มีความสำคัญในการแสดงออกถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิต และเอกลักษณ์ที่เป็นอยู่ของชุมชนซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พิมพ์ชนก มูลมิตร (2551, หน้า 196) ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและให้ผลตอบแทนเป็นรายได้สู่ชุมชน และสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในคุณค่าของวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังช่วยฟื้นฟูอนุรักษ์ วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชนเพราะเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่จะเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนฟื้นฟูวัฒนธรรมที่เสื่อมถอยกลับมา และพัฒนาให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นอีกทั้งสร้างให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นการส่งเสริมให้เกิดการผลิตการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชน และการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปพร้อมกัน

2.2 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง มีดังนี้ 1) จุดแข็ง ตลาดน้ำตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและมีเส้นทางคมนาคมรองรับหลายสาย จึงสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมการพายเรือขายของและการนั่งเรือของนักท่องเที่ยว เพื่อชื่นชมธรรมชาติสองฝั่งคลองถือเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของตลาดน้ำตลาดน้ำมีการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายโดยเป็นศูนย์รวมในการค้าขายพืชผักและผลไม้ตามฤดูกาลจากสวนของเกษตรกรในย่านนั้น นอกจากนั้นยังมีการจำหน่ายอาหารสินค้าหัตถกรรมของท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น และความน่าสนใจเชิงประวัติศาสตร์ที่มีศักยภาพสูงเพียงพอสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตและบรรยากาศของตลาดน้ำได้ 2) จุดอ่อน ตลาดน้ำขาดการวางแผนบริหารจัดการในระดับชุมชน เนื่องจากมีการบริหารผูกขาดโดย

เจ้าของตลาดทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชน สิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำมีความเสื่อมโทรม ทั้งปัญหา ทั้งขยะมูลฝอยลงลำคลอง มีวัชพืชในลำคลอง ลำคลองสกปรก/น้ำเน่าเสีย ตลาดน้ำขาดความพร้อมด้านงบประมาณและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้ต้องรอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไม่เพียงพอ เช่น ลานจอดรถ ห้องน้ำ การขาดความร่วมมือระหว่างองค์กร ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทำให้ตลาดน้ำพัฒนาไปได้ไม่ดีเท่าที่ควรและไม่มีความยั่งยืน วิถีชุมชนแบบดั้งเดิมของตลาดน้ำได้เปลี่ยนแปลงไปหมดแล้ว แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้พยายามสร้างภาพลักษณ์และรูปแบบเดิมขึ้นมาเพื่อประโยชน์ทางการค้า ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสงสัยและมองว่าเป็นการหลอกลวง 3) โอกาส กระแสแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ช่วยทำให้ผู้ประกอบการของตลาดน้ำภาคกลางมีทางเลือกในการพัฒนาและแปรรูปสินค้า ให้มีความหลากหลายรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้กระแสนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ให้ความสนใจกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีมากขึ้นซึ่งเป็นโอกาสของตลาดน้ำภาคกลางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน (AEC: ASEAN Community) ในปี พ.ศ. 2558 เป็นโอกาสของตลาดน้ำภาคกลางที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน ระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยในปัจจุบันเป็นทางเลือกของตลาดน้ำภาคกลางที่จะนำมาใช้ในการบริหารจัดการตลาดน้ำได้ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลของตลาดน้ำจังหวัด ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเชิงธรรมชาติ และประวัติศาสตร์เป็นจำนวนมากเอื้อต่อตลาดน้ำภาคกลาง ในการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวร่วมกัน นโยบายของรัฐบาลมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง และ 4) อุปสรรค ในปัจจุบันมีตลาดน้ำหลายแห่งเกิดขึ้นในเมืองไทยทำให้ตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง ต้องแก้ไขปัญหาและพัฒนาตลาดน้ำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดน้ำแห่งอื่นตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง มีปัญหาด้านความสะอาดของพื้นที่และสาธารณูปโภคในตลาดตลาดน้ำภาคกลางมีปัญหาด้านการจัดการพื้นที่ของตลาดและปัญหาด้านการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมของตลาดน้ำซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐภูมิ คำห้วน (2545) ที่ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาเมืองสุโขทัย-โก-ลก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชายแดน โดยศึกษาบทบาทของการท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองสุโขทัย-โก-ลก รวมทั้งปัญหาและผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองสุโขทัย-โก-ลก เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวและนำไปสู่การเสนอแนวทางในการพัฒนาเมืองสุโขทัย-โก-ลก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชายแดนและเพื่อให้เกิดการพัฒนาได้เต็มตามศักยภาพ และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของเมืองผลการศึกษาพบว่าจุดเด่นของเมืองคือมีโครงสร้างของเส้นทางที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวและเมืองต่าง ๆ ในภูมิภาคได้ ทุกทิศทางรวมถึงประเทศมาเลเซียมีความพร้อมด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการการท่องเที่ยว เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าชายแดน และมีสถานบันเทิงจำนวนมาก รวมทั้งเป็นประตูการท่องเที่ยวในพื้นที่ตอนในของจังหวัดนราธิวาส ส่วนจุดด้อย คือ ปัญหาความแออัดของการคมนาคม และย่านการค้าปัญหาความเสื่อมโทรมของด่านและสถานีรถไฟสุโขทัย-โก-ลก ภาพลักษณ์ของเมืองที่ไม่ปลอดภัย อีกทั้งปัญหาน้ำท่วมขัง ปัญหาขยะจากชุมชน ขณะที่โอกาสของพื้นที่ ได้แก่ การพัฒนาเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวชายแดน การได้รับการสนับสนุนแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ได้แก่ โครงการพัฒนารายได้ความร่วมมือ

ทางเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณด้านสุโข-ลก และแผนพัฒนาของเทศบาลสุโข-ลก ด้านอุปสรรคของพื้นที่ คือ ขาดการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการแข่งขันกับเมืองชายแดนเบตงและสะเตราวมทั้งการพึ่งพานักท่องเที่ยวจากมาเลเซียมากเกินไป ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่มี คือ การใช้ที่ดินประเภทต่าง ๆ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีอำนาจในการดึงดูด และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา แสนวงศ์ (2542) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตทหารกรณีศึกษากองพลรบพิเศษที่ 2 เพื่อศึกษาสภาพการณ์การดำเนินงาน และผลการดำเนินงานตลอดจนปัญหา และอุปสรรคของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของทหารที่ผ่านมา ศึกษาความสอดคล้องระหว่างแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทหารกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเพื่อเสนอแนวทางการจัดการเปิดพื้นที่ทหารเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการควบคุมการใช้พื้นที่ทหาร เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมพบว่าการท่องเที่ยวในกองพลรบพิเศษที่ 2 มีลักษณะของการจัดการตามแนวทางของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลักในการดำเนินงานโดยเน้นคุณภาพซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นสินค้าหลัก และมีกิจกรรมเสริมต่าง ๆ เป็นสินค้ารองแต่การท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่ใช่ที่แพร่หลาย เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดป้ายสื่อความหมาย และความปลอดภัยในการเดินป่า แต่การสอบถามจากนักท่องเที่ยวพบว่า มีความพึงพอใจ และต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง นอกจากนี้ยังมีแนวทางการจัดการเปิดพื้นที่ทหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ 6 แนวทาง คือ การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน และบริการการท่องเที่ยวการจัดการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก การจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น การจัดการส่งเสริมการตลาดและการจัดการด้านการลงทุน

2.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 1) ด้านการพัฒนาบุคลากรควรพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐและสถานประกอบการ ด้านการสื่อสาร ภาษาอังกฤษและควรให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ให้ความรู้ นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผูกอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ ให้กับผู้ประกอบการส่งเสริมการประสานงานกับองค์กรท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยควรมีการอำนวยความสะดวกด้านป้ายต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกทาง และความปลอดภัยของห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว ดูแลร้านอาหารให้ถูกสุขอนามัย ความสะดวกด้านที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวแบบค้างคืนและจัดให้มีสถานที่แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ และสถานีรถไฟการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง โดยองค์กรภาครัฐและองค์กรต่างประเทศ และ 4) ด้านการประสานงานเครือข่ายเป็นรายกิจกรรม คือ ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ และสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน หรือสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพันธุ์ วณิชชาภิวงศ์ (2543) ที่ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูกระดึงเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติ

ถูกระดิ่งเพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่พบว่า อุทยานแห่งชาติภูกระดึงยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้พื้นที่ได้รับผลกระทบ ทั้งที่เกิดจากนักท่องเที่ยวและเกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูกระดึงแบ่งได้ดังนี้ คือด้านพื้นที่แบ่งเป็นเขตบริการเขตท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเขตสงวนสภาพธรรมชาติด้านการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ มาตรการควบคุมนักท่องเที่ยว และมาตรการป้องกัน และแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมด้านกิจกรรม และกระบวนการด้านการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคมสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นส่วนข้อจำกัดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้แก่การขาดงบประมาณการขาดความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการขาดจิตสำนึกที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิรมย์ พรหมจรรยา, ชูติมา ต่อเจริญ และคมสัน รัชตพันธ์ (2547) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นตัวอย่างในการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อเตรียมความพร้อมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวชนบทเพื่อฝึกให้ประชาชนสามารถพัฒนาและวางแผนการท่องเที่ยวชนบทและเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแลกเปลี่ยนประสบการณ์และผลประโยชน์ร่วมกัน โดยเป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นสำคัญผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวชนบทในจังหวัดภูเก็ตสามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วในอนาคตเนื่องจากการรวมตัวของชุมชนที่เข้มแข็งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นโดยมีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ เศรษฐกิจ ระบบนิเวศ และสังคมวัฒนธรรม เป็นตัวชี้วัดที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทอย่างยั่งยืน แต่ทั้งนี้ต้องมีแนวร่วมในการดำเนินงานในระดับชาติระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. พัฒนาตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง โดยปรับปรุงสภาพแวดล้อมระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานปรับปรุงคุณภาพที่พักร้านอาหารร้านของฝากของที่ระลึกตลอดจนบริการต่างๆจัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ชัดเจน และดูแลบริการสาธารณสุขในพื้นที่ต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ
2. อนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น โดยอนุรักษ์และคงสภาพความดั้งเดิมของโบราณสถานในท้องถิ่น
3. เผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่เยาวชนในท้องถิ่น จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นจัดทำระบบฐานข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและบุคคลระหว่างหน่วยงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

4. แบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในบริเวณที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจนและจัดระบบข้อมูลในการเดินทางเพื่อควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่
5. สนับสนุนเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมถึงจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในจังหวัดและระหว่างกลุ่มจังหวัด
6. ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีมาตรฐานมากขึ้น และใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตลาดน้ำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกันโดยอาจศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เช่น แนวทางพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา แนวทางพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแนวทางพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น เนื่องจากแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีข้อจำกัดที่ต่างกันออกไปทำให้แนวทางพัฒนา มีความแตกต่างกัน
2. ควรศึกษาการพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน และในการศึกษารั้วนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ใน 4 ตลาดน้ำ ดังนั้น ผู้ที่สนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ควรทำการศึกษาเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนยุทธศาสตร์การตลาดด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2555-2558 (ASEAN Tourism Marketing Strategy 2012-2015). สืบค้นจาก <http://www.tourismkm-asean.org/wp-content/pdf/Plan-ASEAN-Tourism/ASEAN-Tourism-Marketing-Strategy-ATMS-2012-2015.pdf>
- จินตนา แสงวงศ์. (2542). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตทหาร: กรณีศึกษา กองพลรบพิเศษที่ 2. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .
- ณัฐวุฒิ คำห้วน. (2545). แนวทางการพัฒนาเมืองสู่ไท-โกลกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวชายแดน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ชนก มูลมิตร. (2551). การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มนีวรรณ ผิวนิม และคณะ. (2546). โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิชญ์พันธ์ วณิชชาภิวงศ์. (2543). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูกระดึง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศุภรัตน์ รัตนมุขย์. (2541). อิโคทัวร์: การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์และการศึกษา. จุลสารวิชาการสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร, 6, หน้า 46-53.
- สุภางค์ จันทรวานิช. (2548). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิรมย์ พรหมจรรยา, ชุติมา ต่อเจริญ, และคมสัน รัชตพันธ์. (2547). โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทจังหวัดภูเก็ต. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Cronbach, L.J. (1970). *Essentials of Psychological Test* (5th Ed.). New York: Harper Collins.
- Graneheim, B.L. (2004). Qualitative Content Analysis in Nursing Research: Concepts, Procedures and Measures to Achieve Trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24, pp. 105-112.
- Martin, Mowforth & Ian, Munt. (2003). *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. (2nd Ed). London: Routledge.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. (2nd Ed). Thousand Oaks: SAGE.