

การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน

ศศิภาณ พลายุภูมิพล¹

อธิษฐ์ สิริวิศรา²

จิตติมา ให้อย่าง³

อำนาจ บุญรัตน์ไผตรี⁴

บทคัดย่อ

ตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางมีอยู่มากมายซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง อาทิเช่น ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำ อโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ฯลฯ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและประเทศ เพราะก่อให้เกิดกิจกรรมการค้าขายและการจ้างงาน อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมสองฝั่งแม่น้ำในอดีต บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน ผ่านการศึกษาทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องทั้งจากแนวคิด ทฤษฎีและการเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ผลการศึกษาสามารถนำเสนอได้ ดังนี้ การท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่ได้รับ ความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ตลาดน้ำในภาคกลางมีจำนวนหลายแห่ง แต่ละแห่งจะมีปัญหาที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้แล้ว ในการสังเคราะห์องค์ความรู้ในการจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ผ่านงานวิจัยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดน้ำในภาคกลาง และพื้นที่อื่น รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะมุ่งเน้นไปที่ 1) การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 2) การบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง 3) การจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ทุนมนุษย์ ทุนสิ่งแวดล้อม ทุนทางสังคม ทุนทางกายภาพ ทุนการเงิน และ 4) การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: การจัดการอย่างยั่งยืน การพัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยว ตลาดน้ำ

¹ นักศึกษา หลักสูตรการจัดการชุมชนบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

³ อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

⁴ อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



Sustainable Tourism Management Floating Market of Central region

Sasikan Phlykhumphol¹

Athithat Sirawaritsara²

Thitima Holomyong³

Amnuay Boonratmaitree⁴

Abstract

The floating market of Central region, e.g. Dumneon Sadaug floating market or Aumpawa floating market or Ayothaya floating market, etc. Those are a tourist attraction that important to the economy of both the community and the country. Because it has been created trade and employment activities and it has been also a tourist destination that reflected the cultural identity and lifestyle of the communities that lived on both banks of the river in the past. The objectives of this article were to present the guideline of the sustainable development of floating market through the knowledge reviews both concepts, theories, and the research paper that related to floating market tourism.

The results showed that; a floating market is a new pattern of tourism and it was favorite by the tourist who liked the cultural attraction. A floating market was continuously developed and it is a tourist attraction that reflects the unique, way of life, and culture of each community. There are many floating markets in the central region and each place has been had a different problem. In addition, the synthesis of knowledge in management for sustainable development of the floating market through the research papers whereas it was a research that related to management of famous floating market on the central region and others place and the research that related to tourism management. The results found, the management was focus on. 1) To establish on participation of stakeholder. 2) Change management. 3) To manage on factors that related, e.g. human capital, environmental capital, social capital, physical capital, financial capital. 4) Public relation management.

Keyword; Sustainable management, Sustainable development, Tourism, Floating market

¹ Doctoral Candidate, Doctoral of Management Program, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

² Faculty of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

³ Faculty of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

⁴ Faculty of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

บทนำ

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งมีจุดประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อน เพื่อสร้างความสนุกสนาน เพื่อหาความรู้ รวมไปถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ เป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรงานประจำ (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ และ ภาคภูมิ ภัควิภาส, 2557: น. 45) และการท่องเที่ยวยังเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมภาคบริการ (Service Industry) โดยแบ่งออกเป็น 1. แบบมีองค์ประกอบที่สามารถจับต้องได้ (Tangible Elements) เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการบริการต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ธุรกิจให้บริการด้านการพักผ่อนหย่อนใจและการขนส่ง 2. แบบองค์ประกอบซึ่งจับต้องไม่ได้ (Intangible Elements) เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรม การผจญภัย (อันยวัฒน์ จิตตะยโสธร, 2558: น. 3) ดังนั้นจึงได้มีการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างระบบบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (วิกิเนียร์ มายอร์, 2555) การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นนโยบายหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และท้องถิ่น (เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต, 2560)

นอกจากนี้แล้วอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) สอดคล้องกับนรชาติ บัวขวัญ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยในระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับที่ 4 ของโลก ไม่ว่าจะเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Education Attraction Standard) แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attraction) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (Recreation Attraction) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction) และในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ด้วยมุมมองที่เน้นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายผ่านการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีไทย เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทำให้มีการกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวสู่ชุมชนอำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดี และสืบเนื่องมาจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งสามารถดึงดูดใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาที่ได้รับความนิยมอีกรูปแบบหนึ่ง คือ “ตลาดน้ำ” (Floating market) และจากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า ตลาดน้ำแห่งแรกในประเทศไทยคือ “ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก” หรือที่นักท่องเที่ยวรู้จักในชื่อ “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก” นั้นเอง และเมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ ปรากฏการณ์นี้ส่งผลให้ตลาดน้ำเกิดขึ้นมากมายหลายแห่งทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ (ณภัทร ขุนทรง, 2558) อาทิ เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน

(กรุงเทพมหานคร) ตลาดน้ำอโยธยา (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) ตลาดน้ำอัมพวา (จังหวัดสมุทรสงคราม) ตลาดมหาชัย (จังหวัดสมุทรสาคร) และ ตลาดน้ำหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) เป็นต้น

อย่างไรก็ดีเมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง จนทำให้เกิดการพัฒนาและเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุให้สภาพเดิมของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไป และหากการพัฒนาตลาดน้ำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยขาดการดูแลและการบริหารจัดการที่ดี ก็สามารถทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมาได้เช่นกัน อาทิเช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม ผลกระทบทางวัฒนธรรมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพ ดังเช่น ผลการวิจัยของ อีราภรณ์ นกแก้ว (2554) พบว่า ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง อันเนื่องมาจากปัญหาเรื่องการบริหารจัดการที่ขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนประกอบกับความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ ทำให้สภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ที่ผ่านมาได้มีความพยายามในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จและปัจจุบันก็ยังไม่มีการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาอีก ขณะที่ผลการศึกษาของ มนัสนันท์ จันทรเพ็ง (2558) พบว่า ปัญหาสำคัญอันดับแรกซึ่งเกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่ ปัญหาด้านสังคมที่ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนเชียงคานกำลังเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการประกอบอาชีพดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป

จากความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างตลาดน้ำซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนไทยในอดีต การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในทุกมิติทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมนั้น จำเป็นต้องศึกษาให้เข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยว รวมถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นแล้วเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการทบทวนองค์ความรู้ แนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำไปสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน โดยนำเสนอเป็นลำดับขั้นตอน ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

วรรณ วรชวาณิช (2546) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ หรือต่างประเทศ เป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และมีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลินร่วมกัน ส่วน ประภาศรี เทิกขุนทด (2551) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยที่เป็นการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งเพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการท่องเที่ยวยังทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่าง ๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ให้ความหมายคำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำของมนุษย์ ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ 3 ประการดังนี้

- (1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว
- (2) เป็นการเดินทางที่ต้องเป็นไปโดยความสมัครใจ
- (3) เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่มีใช้การประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ เช่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อการศึกษา เพื่องานอดิเรก หรือเพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เป็นต้น

ในขณะที่ วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2552) อธิบายว่า องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจเป็นพิเศษ (Special interest tourism) โดยแต่ละรูปแบบจะมีรายละเอียด ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวชมวิถีในชนบท เป็นต้น
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจเป็นพิเศษ (Special interest tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา เป็นต้น

นิศา ชัชกุล (2550) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร ทะเล ชายหาด ป่าชายเลน ทะเลสาบ ฯลฯ
2. แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือของท้องถิ่น อาจมีลักษณะเป็นโบราณสถาน หรืออุทยานประวัติศาสตร์ หรือพิพิธภัณฑ์
3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ หมายถึง สถานที่ที่มนุษย์จัดสร้างขึ้นเพื่อจัดให้บริการเพื่อความเพลิดเพลิน เสริมสร้างความรู้กับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก เป็นต้น
4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติ เป็นเอกลักษณ์ของเฉพาะถิ่น มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน
5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเกษตรเป็นหลัก แต่ได้มีการจัดบริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าเยี่ยมชมได้ เช่น สวนดอกไม้ สวนสมุนไพร ไร่ องุ่น เป็นต้น

ส่วนในด้านวิธีการท่องเที่ยวนั้นมีหลายรูปแบบ สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ (1) แบบเดินทางไปกับบริษัทจัดนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์ (2) แบบอิสระ (Independent Travel: IT) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้วางแผนเอง (Lang and Frost, 2014: p.14) ได้ตัดสินใจและเลือกการเดินทางลำพังหรือเป็นกลุ่ม มีแหล่งข้อมูล

จากเว็บไซต์และหนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนท่องเที่ยวด้วยตัวเอง (Benken and Hay, 2007: p.87) ซึ่งโดยทั่วไปนิยมเรียกว่านักท่องเที่ยวอิสระ Free Independent Travel (FIT) ซึ่งโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก มีความชื่นชอบในการศึกษาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและสภาพที่เป็นตามธรรมชาติ สำหรับประเทศไทยนั้นก็มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นอยู่เป็นจำนวนมากและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยที่อาศัยกายภาพของพื้นที่ สังคม และวัฒนธรรม ของประเทศเป็นพื้นฐานก็คือ “ตลาดน้ำ” (นราวดี บัวขวัญ, 2556)

ตลาดน้ำ: ความหมาย บทบาทหน้าที่และความสำคัญ

จากการที่พื้นที่ภาคกลางนั้นโดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่มที่อุดมสมบูรณ์เพราะมีแม่น้ำลำคลองหลายสาย แม่น้ำจึงมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนไทยในสมัยอดีต เนื่องจากการเดินทางในสมัยก่อนโดยเฉพาะผู้คนที่อาศัยอยู่ตามที่ราบลุ่มริมแม่น้ำจะใช้ลำน้ำเป็นเส้นทางสัญจร ซึ่งวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม และเมื่อต้องการนำผลผลิตทางการเกษตรออกไปจำหน่าย การคมนาคมทางน้ำจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตผู้คนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำโดยใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้าหรือผลผลิตทางการเกษตร ทั้งสินค้าที่เป็นวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตที่นำมาขายในราคาเป็นกันเองโดยบรรทุกสินค้าลงเรือมาขาย และกลายมาเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและภายนอกท้องถิ่นสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งแต่เดิมเรียกว่าตลาดเรือหรือตลาดท่องเที่ยวและในที่สุดก็กลายเป็น “ตลาดน้ำ” (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552) สำหรับตลาดน้ำนั้นเริ่มมีขึ้นในสมัยอยุธยาเนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์ของกรุงศรีอยุธยา เป็นลักษณะเป็นเกาะล้อมรอบด้วยแม่น้ำ การคมนาคมจึงต้องอาศัยทางน้ำเป็นสำคัญ และตลาดน้ำในสมัยอยุธยาที่ปรากฏในพงศาวดาร ได้แก่ ตลาดบางกะจะหน้าป้อมเพชร ตลาดปากคลองคูจามใกล้วัดพุทไธสวรรย์ ตลาดคูไม้เรียงริมคลองเมืองฝางเหนือ และตลาดคลองวังเดิม ส่วนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นนั้น จากการทบทวนเอกสารพบว่า มีตลาดน้ำเกิดขึ้นมากมาย เช่น ตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม (กลัยกร แสงผล, 2559) ปัจจุบันตลาดน้ำในภาคกลางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนี้

“ตลาดน้ำทุ่งบัวชม” จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างสมัยเก่าย้อนยุคกับแนวคิดร่วมสมัย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งทางด้านวิถีชีวิตศิลปะและวัฒนธรรมที่เน้นความงดงามด้านสถาปัตยกรรมการตกแต่งร้านค้าและการแต่งกายส่วนของฝากที่ได้รับความนิยมคือสินค้า Handmade อย่างปลาตะเพียนใบลาน ตุ๊กตาชาววัง จอบ บ้านเรือนไทยจำลอง มีดอรัญญิก หม้อดินเผา หินแกะสลักผลิตภัณฑ์จากศูนย์ศิลปาชีพบางไทร สินค้า OTOP เครื่องประดับ เครื่องจักสาน สินค้าหัตถกรรม เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ทั้งยังมีการแสดงและการละเล่นพื้นบ้านที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน

“ตลาดน้ำอโยธยา” จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายในตลาดน้ำอโยธยาพ่อค้าแม่ขายแต่งกายย้อนยุคคอยต้อนรับ จุดเด่นของ ตลาดน้ำอโยธยา ก็คือการแสดงที่ลานการแสดงกรุงศรีอยุธยาซึ่งอยู่ตรงกลางตลาด โดยทำ

การแสดงเวลาประมาณ 11.00 น. และ 13.00 น. และมีให้ชมกันทุกวัน สามารถใช้บริการนั่งช้างลุยน้ำ เข้าป่า ชมนก ชมทัศนียภาพ ชมโบราณสถาน หรือไปไหว้พระวัดมเหยงคณ์และวัดช้างตลาดน้ำอโยธยา มีบริการนั่ง เเกวียนเทียมวัวชมโบราณสถานที่อยู่รอบ ๆ รวมถึงการแสดงโขน

“ตลาดน้ำดำเนินสะดวก” จังหวัดราชบุรีเชื่อมไปถึงจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดสมุทรสงครามเข้าด้วยกัน คลองดำเนินสะดวก เป็นนามพระราชทานจากรัชกาลที่ 5 เป็นคลองที่ขุดด้วยแรงงานคนซึ่งขุดได้ตรง และยาวที่สุดในประเทศ จากพระราชดำริของรัชกาลที่ 4 ที่ทรงพระประสงค์ให้ขุดคลองเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำแม่กลองและแม่น้ำท่าจีน เพื่อประโยชน์ในการคมนาคมและการค้าขาย คลองดำเนินสะดวก ใช้เวลาขุด 2 ปีเศษ จากปลายรัชสมัยรัชกาลที่ 4 แล้วเสร็จต้นรัชกาลที่ 5 มีความยาวประมาณ 32 กิโลเมตร มีขोनน้อยแยกออกไปอีกประมาณ 200 คลอง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หรือที่ชาวบ้านเรียกว่าตลาดน้ำคลองต้นเค็ม ประมาณ 30 ปีที่แล้ว ตลาดน้ำดำเนินสะดวกอยู่ที่คลองลัดพลี หนาแน่นช่วงปากคลองต่อกับคลองดำเนินสะดวก ซึ่งอยู่ตรงข้ามตลาดน้ำปัจจุบัน (ฝั่งตรงตลาดน้ำดำเนินสะดวก) มีเรือพายแพะ ๆ จากชาวสวน

“ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม” จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นตลาดน้ำที่เน้นบรรยากาศรัตนโกสินทร์ย้อนยุคสมัยรัชกาลที่ 6 ตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมสไตล์หัวหิน ที่เน้นโทนสีขาวและแดง คล้ายๆ สถานีรถไฟหัวหิน ตั้งอยู่บนเนื้อที่กว่า 100 ไร่ มีร้านค้าทั้งหมด 193 ร้าน และเรือขายสินค้า 40 ลำ อีกทั้งตลาดยังถูกโอบล้อมไปด้วยขุนเขาและติดแหล่งน้ำธรรมชาติอย่าง “ลำห้วยสามพันนาม” จึงทำให้มีบรรยากาศเย็นสบาย ร่มรื่น เป็นธรรมชาติในแบบที่ไม่ต้องปรุงแต่งมากนัก และยังมีการแสดง โขน แสง สี เสียง ทุกวัน

“ตลาดน้ำลำพญา” จังหวัดนครปฐม เป็นตลาดน้ำที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตแบบสงบ มีการดำรงชีวิตเรียบง่าย นิยมทำธุรกิจบริการหรือธุรกิจท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชนอันเนื่องมาจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว แต่กลุ่มการท่องเที่ยวชมชนตลาดน้ำลำพญา จะเน้นการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรธรรมชาติ และการท่องเที่ยววิถีพุทธ โดยที่บริเวณใกล้เคียงเป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อมงคลมาลา นิमित พระพุทธรูปปางมารวิชัยสร้างด้วยศิลาแลงพอกปูนและปิดทองทับ มีงานนมัสการในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 4 ถึงวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 รวม 3 วันตลาดน้ำวัดลำพญาแห่งนี้ ริเริ่มโดย สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา ร่วมกับวัดลำพญา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

“ตลาดน้ำอัมพวา” เป็นตลาดเก่าแก่ที่ใหญ่ที่สุดในสมุทรสงคราม แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนไว้อย่างสมบูรณ์ โดยทำการอนุรักษ์อาคารเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าและมีความงดงามด้านสถาปัตยกรรมซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของท้องถิ่นได้

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า “ตลาดน้ำ” (Floating market) หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือที่ชุมนุมที่มีมาแต่โบราณเป็นที่ซื้อและขายสินค้า โดยอาศัยแม่น้ำลำคลอง อาศัยเรือ แพ เป็นพาหนะบรรทุกสินค้า บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของตลาดน้ำนั้น ประกอบด้วย การเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตชาวชนบทที่อาศัยอยู่ริมสองฝั่งแม่น้ำ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่มีความสัมพันธ์ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมชุมชน แสดงให้เห็นถึงความ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร ประการต่อมา ตลาดน้ำยังมีบทบาทหน้าที่และความสำคัญในด้านการเป็น พื้นที่ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชน ดังเช่น ผลการวิจัยของ รัศมี อุตเสนา (2557) พบว่า หน้าที่ของตลาดน้ำ คลองลัดมะยม คือ การเป็นตลาดชุมชนและยังเป็น “แหล่งเรียนรู้ชุมชน” ในรูปแบบ “ตัวกลางในการอนุรักษ์

ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม” และ “ตัวกลางในการดำรงรักษาศิลปวัฒนธรรมชุมชน” อีกด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) กล่าวไว้ว่า ตลาดน้ำอัมพวาเป็นสื่อที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี โดยในปัจจุบันตลาดน้ำนอกจากเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าแล้วนั้น ยังก่อให้เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับตลาดน้ำโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาวัฒนธรรม วิถีชุมชนริมน้ำของผู้คนในอดีต เช่น ธุรกิจการให้บริการสถานที่พักผ่อนในลักษณะโฮมสเตย์ริมน้ำ หรือ การให้บริการด้านสินค้าพื้นบ้านและอาหารท้องถิ่น ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วยเช่นกัน

ปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

อย่างไรก็ตาม เมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้รับความนิยมอย่างสูง จึงทำให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็ว และกรณีดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุให้สภาพเดิมของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไป และหากการพัฒนาตลาดน้ำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยขาดการดูแลและการบริหารจัดการที่ดี ก็อาจเป็นปัญหาที่ทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมา เช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม ผลกระทบทางวัฒนธรรมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพ ดังเช่น ผลการวิจัยของ อธิราภรณ์ นกแก้ว (2554) พบว่า ตลาดน้ำไทรน้อยได้รับความนิยมน้อยลง อันเนื่องมาจากปัญหาเรื่องการบริหารจัดการที่ขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนประกอบกับความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ ทำให้สภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ที่ผ่านมาได้มีความพยายามในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จและปัจจุบันก็ยังไม่มีการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาอีก ในขณะที่ผลการวิจัยของ ไพรินทร์ เล็กพูนเกิด (2559) พบว่า ถึงแม้ปัจจุบันตลาดน้ำจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตลาด สินค้า ให้ทันสมัยขึ้นตามสังคมนิยม ตามยุคปัจจุบัน ตลาดน้ำก็ยังคงเป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ดังนั้น เมื่อชุมชนมีความเจริญเข้ามาทำให้มีประชากรหนาแน่น ปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามมา ก็คือ ปัญหาจากขยะมูลฝอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อชุมชนและสภาพแวดล้อมเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ ณภัทร ขุนทรง (2558) พบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างของตลาดน้ำขวัญเรียมนั้นเกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะคลองแสนแสบ และยังตรงกับผลการวิจัยของ อธิราพร ทองปัญญา (2561) พบว่า ปัญหาของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ส่วนหนึ่งคือปัญหาน้ำในคลองเน่าเสีย นอกจากนี้ชุมชนยังไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควรส่วนผลการวิจัยของ พิมพ์า เพ็ญนาเรนทร์ (2561) พบว่า ระบบการบริหารจัดการภายในตลาดหรือการบริหารงานของคณะกรรมการพ่อค้าแม่ค้าและหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีการประสานที่ดี ทางเดินที่ให้นักท่องเที่ยวเดินซื้อสินค้าค่อนข้างแคบไม่มีศูนย์สำหรับคอยให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีพิพิธภัณฑ์ สำหรับจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาด และตลาดน้ำบางแห่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอทำให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักตลาดน้ำเท่าที่ควร

นอกจากนี้แล้วยังมีผลการวิจัยของ กัลยากร แสงผล (2559) พบว่า ปัญหาของตลาดน้ำไทรน้อย คือยังขาดการบริหารจัดการที่ครบวงจร รวมถึงทางด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เหมือนกับ

ตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ ทั้งยังขาดการผสมผสานกิจกรรม ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นต่าง ๆ หรือการสร้าง ความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตลาดน้ำไทรน้อยเข้าด้วยกัน และผลการวิจัยของ มนัสนันท์ จันทรเพ็ง (2558) พบว่า ปัญหาสำคัญอันดับแรกของชุมชนริมน้ำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่ปัญหาด้านสังคมที่ กำลังส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนเชียงคานกำลังเปลี่ยนแปลงไป และการประกอบอาชีพดั้งเดิมที่ เปลี่ยนแปลงไป เนื่องมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะที่ โกเมน กันตวธีระ (2556) พบว่า ปัญหาเชิง นโยบายด้านการท่องเที่ยว ความไม่สอดคล้องตลอดจนความขัดแย้งเชิงนโยบายระหว่างรัฐบาลท้องถิ่นกับ นโยบายส่วนกลางอาจส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยวได้เช่นกัน

จากผลการวิจัยที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ได้แก่ ปัญหา ด้านการจัดการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกับภาครัฐ ปัญหาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ มูลฝอย ปัญหาการจัดการด้านความสะอาดของพื้นที่ตลาดน้ำ ปัญหาการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหา ด้านการจัดการกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและจากการทบทวนเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องยังพบว่า มีปัญหา ด้านการจราจร ปัญหาด้านสาธารณูปโภค – สุขภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ปัญหาด้านบุคลากรซึ่ง หมายถึงพ่อค้า – แม่ค้าในตลาดน้ำรวมถึงปัญหาด้านความปลอดภัย

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวในระดับประเทศโดยเฉพาะตลาดน้ำ จำเป็นที่จะต้องนำแนวคิดการ จัดการอย่างยั่งยืนเข้ามาบริหารจัดการ และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) จะ เป็นการจัดการอันเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้พร้อมกับสอดคล้องกับ หลักการทฤษฎี ได้แก่ การวางแผน การจัดทำแผนงาน การบริหาร การจัดการผู้รับผิดชอบ การควบคุม การ จัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์ การประเมินผล เน้นการมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง สามารถ จัดการเรื่องทรัพยากรธรรมชาติได้ดีเยี่ยม เกิดผลกระทบน้อยที่สุด ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป สร้างแรงดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ผลประกอบการสร้างรายได้ให้ชุมชนและท้องถิ่น ประชาชนทุกคนใน ท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวด้วยความเสมอภาคกัน ตลอดจนสามารถต่อยอดธุรกิจเป็นการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตอบสนองความต้องการของประชาชน สอดคล้องและรักษาสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็น การดำเนินการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อปกป้องเอาไว้ให้คนรุ่นหลัง

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความแตกต่าง และมีความหลากหลายเป็นแนวคิดที่ยังไม่ สามารถชี้วัดได้อย่างแน่นอน สาเหตุมาจากเพราะเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นในอนาคต ไม่อาจเห็นผลได้ในปัจจุบัน จึงมีแนวคิดและความคิดเห็นในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับทฤษฎีและประสบการณ์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยังหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการพัฒนา การบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมภายใต้บริบท ของชุมชน ไม่ทำให้สภาพทางกายภาพและการดำรงชีวิตของมนุษย์เสื่อมเสียทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ในขณะที่ World Tourism Organization (1997, p. 36) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่

มีเสน่ห์ สร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือน เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบรับนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากสร้างความประทับใจแล้วยังสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนด้วยเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความสมดุลของสภาพแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการสนองตอบนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวโดยการพัฒนาที่มีการรักษาและปกป้องทรัพยากรให้สามารถสืบทอดไปสู่รุ่นหลังได้ เป็นการจัดการทรัพยากรเพื่อให้สามารถตอบสนองด้านเศรษฐกิจ สังคม ไปพร้อมๆกับการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ

การจัดการการท่องเที่ยวมีหลักการที่สำคัญที่หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องนำไปพิจารณา เพื่อลดผลกระทบต่างที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ได้รับผลตามที่ได้คาดหวังและวางแผนไว้ (ศราวุธ ผิวแดง, 2559) เช่น การวางแผนยุทธศาสตร์และการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ได้กำหนดหลักการซึ่งเป็นพื้นฐานของการจัดการท่องเที่ยวให้เป็นไปในลักษณะยั่งยืน แต่อย่างไรก็ดีการให้คำจำกัดความ เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอาจเป็นเรื่องยาก ตลอดจนการจะให้คำอธิบายลักษณะการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีรูปแบบอย่างไรก็ทำได้ยาก แต่สิ่งที่จะทำได้คือการกำหนดหลักการต่าง ๆ ที่ช่วยสนับสนุนวิธีการ ซึ่งเป็นกระบวนการมากกว่าผลลัพธ์ ซึ่งหลักการนี้เป็นเพียงหนทางที่จะทำให้รู้ว่าหลักการนั้นบรรลุถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือไม่ ประกอบด้วย

1. นโยบายการวางแผนและการจัดการใช้นามาแก้ไขปัญหาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและบุคคลให้เหมาะสม
2. หลักการเป็นการสร้างการเติบโตให้กับการท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด
3. เป็นการวางแผนในระยะยาว
4. การจัดการนี้เป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งการจัดการที่ดีต้องมีการจัดการในเรื่องของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง ควบคู่ไปด้วย
5. หลักการจะเน้นที่ความสำคัญของการตอบสนองต่อความจำเป็นมนุษย์ และเกี่ยวข้องกับความเสมอภาค ความเท่าเทียม และความเป็นธรรม
6. มีการปรึกษาและรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทุกคนภายในกลุ่ม มีการแจ้งให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับทราบและตัดสินใจร่วมกัน
7. การดำเนินการต่าง ๆ ต้องเป็นไปตามเป้าหมายและนโยบาย การนำความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติต้องเข้าใจว่าการบรรลุผลนั้นมีขีดจำกัดเสมอทั้งระยะสั้นและในระยะยาว
8. ผู้ปฏิบัติต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของเศรษฐศาสตร์ การตลาด กระบวนการจัดการ ทั้งภาครัฐและเอกชน เข้าใจถึงบทบาทของกลุ่มองค์กร รวมไปถึงการรับรู้ทัศนคติและค่านิยมของกลุ่ม เพื่อให้การปฏิบัติได้ผล
9. ต้องเข้าใจว่าเมื่อมีการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ย่อมมีความขัดแย้งกันในเรื่องของผลประโยชน์ ต้องอาศัยหลักการประนีประนอมเข้ามาจัดการ

จากการสังเคราะห์นโยบายหรือหลักการความยั่งยืนของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ทั้งจากต่างประเทศ และในประเทศไทย พบว่าความยั่งยืนเกิดจากการรักษาสมดุลของ ปัจจัยหลัก 3 ประการเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนทางด้านสังคม และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

การจัดการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดน้ำในภาคกลาง

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากผลการวิจัยของผู้ที่ทำการศึกษารายงานไว้ พบว่า ตลาดน้ำในภาคกลางหลายแห่งมีวิธีการบริหารจัดการที่มีทั้งความเหมือนและความแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับ บริบทและความพร้อมของตลาดน้ำนั้น ๆ สามารถนำสรุปผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำได้ ดังนี้

พระมหาเกรียงศักดิ์ ภูริวฑฒโกและคณะ (2560) วิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวกแบบมีส่วนร่วมของชุมชนดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี” พบว่า ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยการเปิดเวทีประชาคมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชนรวมทั้งมีการวางแผนด้านการจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกัน ส่วนธีรพร ทองปัญญา (2561) วิจัยเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก” ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการอย่างยั่งยืนนั้น คือการสร้างความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่รัฐและนักท่องเที่ยว และในการพัฒนานั้นจะเน้นการรักษาอัตลักษณ์เดิมที่เป็นเสน่ห์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกไว้ถึงแม้ยุคสมัยจะมีการเปลี่ยนแปลง และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นสามารถดำเนินการได้ทั้งในแนวทางระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ส่วนรัชมี อุตเสนา (2557) วิจัยเรื่อง “หน้าที่ของตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ คลองลัดมะยม แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการอย่างยั่งยืนนั้น จะเน้นการบริหารจัดการในด้านทุนมนุษย์ (วิถีการดำเนินชีวิตและการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากชุมชนอื่น) ทุนสิ่งแวดล้อม (เป็นชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการจัดการน้ำและขยะ) ทุนทางสังคม (การดำรงอยู่ของศิลปวัฒนธรรมและการส่งเสริมการเรียนรู้) ทุนกายภาพ (ภูมิศาสตร์และช่องทางการเข้าถึงทั้งทางบกและทางน้ำ) และทุนทางการเงิน (เงินทุนสะสม เงินทุนสำรอง เงินทุนหมุนเวียนภายใต้การทำงานของสถาบันการเงินชุมชน) ทั้งนี้ ทุนของชุมชนจะผันแปรได้ตามโครงสร้างและความเป็นชุมชน ซึ่งช่วยลดภาวะความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างภูมิคุ้มกันด้านการดำรงชีพของชุมชน ตลอดจนเพิ่มกระบวนการหรือกลไกในการพัฒนาภายใต้ข้อจำกัด เพื่อนำชุมชนไปสู่ความยั่งยืน ในขณะทีนิตินันท์ ศรีสุวรรณ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ควรจัดเป็นลักษณะโครงการอบรม โดยชุมชนมีความต้องการอบรมเพื่อพัฒนาในด้านภาษาอังกฤษเพื่อการต้อนรับ นักท่องเที่ยว เทคนิคการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และองค์ความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนผลการวิจัยของ กัลยกร แสงผล (2559) ซึ่งทำการศึกษารายงานเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาด

น้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม” พบว่า การจัดการจะเน้นการมีส่วนร่วมในแต่ละด้าน ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรับทราบปัญหา 2) การมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการวางแผน 3) การมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติงาน 4) การมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการติดตามและประเมินผล ส่วน กุลธิดา สิริยะวรรณากุล (2557) วิจัยเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะของตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่า แนวทางการบริหารจัดการคือ 1) ทำการจัดระเบียบทางเดินริมน้ำแบ่งพื้นที่ทางเดินสำหรับนักท่องเที่ยวและพื้นที่ขายสินค้าหน้าบ้าน 2) ทำการจัดทำเส้นทางเดินท่องเที่ยวภายในชุมชน เพื่อบริหารจัดการเส้นทางการเดินและเวลาของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 2 เส้นทาง คือ (1) เส้นทางท่องเที่ยวชมการค้าเก่าแก่ และ (2) เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน และ 3) จัดหาพื้นที่และออกแบบพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว สร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวและจุดพักผ่อนเพิ่มเติม ส่วนผลการวิจัยของ ปัทมา โกเมนทร์จรัส (2562) ในเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่า การบริหารจัดการนั้น ควรดำเนินการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักกิจกรรมการดำเนินงาน และแพ็คเกจที่มีให้บริการ และการให้บริการอื่น ๆ เช่น การจัดการระบบน้ำประปาเพื่อให้ น้ำไหลเป็นปกติ เพิ่มห้องสุขา ถังขยะ และจัดการระบบ Wi-Fi ให้ดีขึ้น รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพและความเหมาะสมของที่พักร้านอาหารควรมีมาตรฐานที่เหมาะสมกับราคา และเพียงพอแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์

พิมพภา เพ็งนาเรนทร์ (2561) วิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาตลาดน้ำ ต้องดำเนินการใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐและสถานประกอบการให้มีความรู้สามารถเพิ่มมากขึ้น ควรจัดทำคู่มือที่มีข้อมูลของตลาดน้ำเป็นภาษาอังกฤษ ควรเพิ่มพูนความรู้ด้านการให้บริการของสถานประกอบการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยควรจัดทำป้ายต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกหรือสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ และควรมีหน่วยรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด การใช้แผ่นพับหรือแผ่นโปสเตอร์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น 4) ด้านการประสานงานเครือข่าย ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ มีตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดในพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ ควรมีเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พัก ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. เทศบาล และควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วผลการวิจัยของ ณรงค์ โพธิ์พฤกษา

นันท์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดน้ำลำพญาจังหวัดนครปฐมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยผลการวิจัย พบว่า เป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยเฉพาะในด้านการจัดการด้านสถานที่ ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในด้านวางแผน การประชุมนโยบายหรือแสดงความเห็นต่าง ๆ ด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ชุมชนจะมีส่วนแค่การแสดงความคิดเห็นว่าดีหรือไม่ต้องการหรือไม่ต้องการ แต่ไม่ได้เข้ามามีส่วนในการวางแผนคิดนโยบาย หรือการจัดการมากแต่อย่างใด และด้านบุคลากร ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมมากแต่ในส่วนของการจัดการด้านกฎเกณฑ์ทางการท่องเที่ยวในตลาดน้ำลำพญานั้น คนในชุมชนมีส่วนร่วมลดลงหากเทียบกับด้านอื่น ๆ เนื่องจากปัจจุบันกฎเกณฑ์ต่าง ๆ คือกฎที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมา ไม่ได้มีการวางกฎเกณฑ์ที่ตายตัวส่วนการมีส่วนร่วมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมมาก

วิธีการศึกษา

บทความนี้ดำเนินการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับตลาดน้ำในภาคกลาง โดยคัดเลือกจากวิจัยเกี่ยวกับตลาดน้ำที่มีความเก่าแก่ หรือ ตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 2 งานวิจัย ตลาดน้ำอัมพวาจำนวน 2 งานวิจัย ตลาดน้ำไทรน้อย จำนวน 2 งานวิจัย ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จำนวน 2 งานวิจัย ตลาดน้ำลำพญา จำนวน 2 งานวิจัย ตลาดน้ำขวัญเรียม จำนวน 1 งานวิจัย และงานวิจัยเกี่ยวกับตลาดน้ำในภาคกลางในภาพรวมจำนวน 1 งานวิจัย จากชื่อเสียงและความเก่าแก่ เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หรือ ตลาดน้ำอัมพวา หรือตลาดน้ำลำพญา ฯลฯ สามารถนำเสนอเป็นภาพตัวแทนของตลาดน้ำในภาคกลางได้ เนื่องจากตลาดน้ำดังที่กล่าวนั้นมักจะมีผู้สนใจทำการวิจัยมาโดยตลอด นอกจากนี้แล้วผู้เขียนยังทำการศึกษางานวิจัยตลาดน้ำในพื้นที่อื่นรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อนำมาเปรียบเทียบวิธีบริหารจัดการด้วยเช่นกัน

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของแต่ละงานวิจัยแล้วนำมาสังเคราะห์เนื้อหาเหล่านั้นในทุกมิติ ดังนี้

- 1) ขั้นตอนที่ 1 เริ่มจากการนิยามหรือกำหนดประชากรที่จะนำมาศึกษาวิเคราะห์ซึ่งในบทความนี้ คือ ตลาดน้ำในภาคกลาง
- 2) ขั้นตอนที่ 2 กำหนดหน่วยในการวิเคราะห์ โดยในบทความนี้คือประเด็นหรือถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำ
- 3) ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการวัดคุณลักษณะของข้อมูล โดยกำหนดคำนิยามให้กับหน่วยในการวิเคราะห์ แล้วจึงทำการจัดกลุ่มถ้อยคำหรือประโยคเหล่านั้น เช่น การจัดการหมายถึงอะไรบ้างแล้วทำการแจกแจง
- 4) ขั้นตอนที่ 4 นำมาตีความหมายเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีเพื่อสร้างข้อสรุป เช่น การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำ ในบางงานวิจัยกล่าวถึงปัญหาของตลาดน้ำ และเสนอแนวทางการแก้ไขเพื่อให้เกิดการพัฒนา ก็สามารถอนุมานได้ว่า กระบวนการแก้ปัญหาในแต่ละประเด็นนั้นเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการจัดการเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บทสรุป

“ตลาดน้ำ” เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชน สังคมและประเทศชาติ ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป และแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนจากการศึกษา มีดังนี้

(1) การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่รัฐและนักท่องเที่ยว โดยสร้างการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การมีส่วนร่วมในการรับฟังปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ฯลฯ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วม ซึ่ง Cohen & Uphoff (1981) อธิบายไว้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ และยังคงตรงกับแนวคิดของ จิราภรณ์ ศรีคำ (2547) ที่เคยอธิบายไว้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลที่มีความสนใจหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องเดียวกันเข้ามาร่วมกัน เพื่อปฏิบัติการกิจ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การดำเนินงาน การรับทราบผลการดำเนินงาน การติดตามประเมินผล หรือร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตกลงกันไว้

(2) การบริหารจัดการด้านความเปลี่ยนแปลง โดยการสร้างความสมดุลระหว่างบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปกับการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิม เพราะการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมมักมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมเสมอ ซึ่งเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวคิดของ อรวรรณ น้อยวัฒน์ (2556) ซึ่งอธิบายไว้ว่า การบริหารการเปลี่ยนแปลง หมายถึง การวางแผนการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงและสนับสนุนให้เกิดการปรับตัวและการยอมรับ พร้อมทั้งสร้างศักยภาพใหม่ ๆ เพื่อรองรับให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างเป็นผลตามเป้าหมายที่วางไว้

(3) การจัดการปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทุนมนุษย์รวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องบุคลากร ทุนสิ่งแวดล้อมโดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการจัดการน้ำและขยะ ทุนทางสังคมเพื่อการดำรงอยู่ของศิลปวัฒนธรรมและการส่งเสริมการเรียนรู้ ทุนกายภาพ ได้แก่ ช่องทางการเข้าถึงทั้งทางบกและทางน้ำซึ่งหมายถึงการคมนาคม การจราจร และทุนทางการเงินหรืองบประมาณในการสนับสนุน

(4) การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนแก่นักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). รายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยปี 2542. (ออนไลน์). 1 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://www.siamarchives.com>
- _____. (2558). ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558. (ออนไลน์). 1 กุมภาพันธ์ 2564. <http://thai.tourismthailand.org/>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว. รายงานฉบับสมบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2562. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัลยกร แสงผล. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กุลธิดา สุริยะวรรณกุล (2557). แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะของตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกเมน กันตวธีระ. (2556). ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเมืองขอนแก่น. 10 พฤษภาคม 2556. การประชุมมหาดไทยวิชาการ ครั้งที่ 4. สงขลา: สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- จิราภรณ์ ศรีคำ. (2547). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการพัฒนาการจัดการศึกษาของโรงเรียนวชิรวิทย์ ระดับประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณรงค์ โพธิ์พูกษานันท์. (2561). การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดน้ำลำพญาจังหวัดนครปฐมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. งานวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ณภัทร ขุนทรง. (2558). ตลาดน้ำขวัญเรียมกับการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรพร ทองปัญญา. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก. วารสารสังคมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 48(2), 181-201.
- ธีราภรณ์ นกแก้ว. (2554). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. 8(1), 49 – 59.
- ธันยวัฒน์ จิตตะยโสธร. (2558). โครงการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในกลุ่มประเทศแหลมมลายู. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, น. 3.
- พระมหาเกรียงศักดิ์ ฐิวิธมโกและคณะ (2560). ยุทธศาสตร์การจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวกแบบมีส่วนร่วมของชุมชนดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วารสาร มจร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 6(2), ฉบับพิเศษ. 465-466.
- พิมพ์ภา เพ็ญนาเรนทร์. (2561). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. งานวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.



- ไพรินทร์ เล็กพูนเกิด. (2559). กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารและการจัดการขยะมูลฝอย ของตลาดน้ำวัดลำพญา. การศึกษาอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. นครปฐม: วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประภาศรี เทิกขุนทด. (2551). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนมิ่ง คลาราม (วัดโพธิ์). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปัทมา โกเมนทร์จรัส. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารช่อพะยอม. 30(2), 249-250
- เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลนางพญา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. งานวิจัย. อดิเรก: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- มนัส จันทรเพ็ง. (2558). แนวทางการลดผลกระทบด้านลบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีอันชุมชนเก่า กรณีศึกษา ชุมชนริมแม่น้ำ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 8(2). พฤษภาคม – สิงหาคม 2558.
- รัศมี อุตเสนา. (2557). หน้าที่ของตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ คลองลัดมะยม แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาชนบทศึกษาและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ และ ภาคภูมิ ภาควิภาส. (2557). แนวทางในการพัฒนากิจกรรมที่เหมาะสมเพื่อการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร. 7(1), 45.
- นราวดี บัวขวัญ. (2556). รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นิตินันท์ ศรีสุวรรณ. (2560). แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จังหวัดกรุงเทพมหานคร. งานวิจัย คณะศิลปศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณ วังษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วราชัย มัชฌิมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรมบริการ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.



- วิคเนียร์ มายอร์. (2555). *การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้งจังหวัดระนอง*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศราวุธ ผิวแดง. (2559). *การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. อุตรธานี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.
- อรรณณ น้อยวัฒน์. (2556). กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงกับการจัดการความรู้. 15
กุมภาพันธ์ 2564. https://www.stou.ac.th/schools/shs/booklet/book56_4/km.html .
- อุดม เขยกิจวงศ์. (2552) *วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ*. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.
- Becken, S., & Hay, J. E. (2007). *Tourism and climate change: risks and opportunities*. Clevedon, U.K. : Channel View Publications, p.87
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure For Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.
- Laing, J., & Frost, W. (2014). *Explorer travellers and adventure tourism*. Bristol, UK. ; New York : Channel View Publications.
- World Tourism Organization. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid, Spain: WTO