

**แนวทางพัฒนาตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ
กรณีศึกษา ตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง
และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี**
**Guidelines for Development Riverfront Market as River Basin
lively Cultural Tourist Attractions, Case Study: Sriprachan Market,
Thachang Market and Samchuk Market, Suphan Buri Province**

ปัททาพร สุขใจ^{1*}, ชัยณรงค์ ศรีรักษ์², เขวีกา สุขเอี่ยม³ และปิยพงษ์ เขตปิยรัตน์⁴
Patthaphon Sukjai^{1*}, Chainarong Srirak², Khewika Sukaieam³ and Piyapong Ketpiyarat⁴

^{1,2,3,4} คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
^{1,2,3,4} Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphangsang Campus

*Corresponding email: Patthaphon.s@gmail.com

Received: 21 May 2020; Revised: 29 June 2021; Accepted: 2 July 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำของตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เสนอแนวทางพัฒนาตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ โดยวิธีภาคสนาม (Field Study) การสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 คน ประกอบไปด้วย ปราชญ์ชุมชน แกนนำชุมชนด้านการท่องเที่ยว ผู้นำและสมาชิกในชุมชนลุ่มน้ำ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ร่วมสำรวจและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำจังหวัดสุพรรณบุรี ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการตีความ (interpretation) โดยเขียนเป็นประโยคหรือข้อความตามกรอบแนวคิดทฤษฎีเรียบเรียงและนำเสนอตามความจริง

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนริมน้ำตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการ เช่น บริการด้านการเดินทาง ที่พักแรมวิถีริมน้ำ 2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ 3) ด้านการจัดการ เช่น การจัดการเส้นทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และ 4) ด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมในแต่ละวันรวมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น พร้อมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตภูมิปัญญาชุมชนวิถีลุ่มน้ำสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ดังนั้น แนวทางพัฒนาตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้างและตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ คือ ยกกระดับศักยภาพและการวางรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านแหล่ง

ท่องเที่ยวและการสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน ในด้านทักษะการนำชมและการบริการโดยผ่านการเรียงร้อยเรื่องราวของสถานที่และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวมุ่งเน้นประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ทรัพยากรพื้นที่ อนุรักษ์และชะลอการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพเชื่อมโยงวิถีชุมชนลุ่มน้ำสู่การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว, แนวทางพัฒนาตลาดริมน้ำ, วิถีลุ่มน้ำ, แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ

ABSTRACT

The objectives of this research aim to survey and evaluate tourism potentiality of Sriprachan Market, Thachang Market and Samchuk Market, Suphan Buri Province to propose guidelines for developing riverfront markets as river basin cultural lively tourist attractions. The data has been compiled from field study, interview with semi-structured interview and participant observation. The 30 key informants comprise of local scholars, tourism community leaders, river basin community leaders and communities and stakeholders and jointly survey and evaluate river basin cultural tourism potentiality in Suphan Buri province. The content analysis and interpretation are applied for data analysis and then arranged and proposed as facts under theory framework.

The results showed that Sriprachan Market, Thachang Market and Samchuk Market possess tourism potentiality in four aspects as follows: 1) services 2) attractions 3) management; and 4) tourist attractions capacity. This includes natural and manmade tourism resources, tourism activities promoting tourists to learn living and wisdom of river basin communities that reflecting identities of riverfront community markets. Thus, guidelines for Sriprachan Market, Thachang Market and Samchuk Market development as river basin cultural tourism are to enhance potentiality and management pattern for tourism management, build body of knowledge for communities, tour and service through place stories and cultural tourism experiences for tourists focusing on utmost efficiency of local resources utilization. Besides, preserve and slow down physical change and connect river basin living to new tourism as sustainable river basin cultural tourism.

Keywords: Tourism Potentiality, Guideline for Develop Riverfront Market, River Basin Lifestyle, Cultural Tourism of River Basin

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก และเจริญเติบโตเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ประเทศไทยเร่งยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบและเป็นระบบมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเพิ่ม

รูปแบบและแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2579 ไทยจะมีโอกาสทำรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงถึง 13 ล้านล้านบาทจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 9 ล้านล้านบาทจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (กรมการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาแห่งการท่องเที่ยว, 2560) อันเป็นผลจากการเติบโตของปัจจัยพื้นฐานและการพัฒนาด้านอุปสงค์เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ทั้งนี้รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม หรือ Niche Tourism (กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ที่มีความสนใจเฉพาะบุคคลหรือแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริงตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ (นวพร บุญประสม, 2559) จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงนี้ (Worrakawin, 2020) กิจกรรมท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม (ธีรพร ทองปัญญา, 2561) และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ได้อย่างชัดเจน

นักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิต อัตลักษณ์ชุมชน สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ซึ่งสอดคล้องกับประเทศไทยที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยเรียนรู้และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Experience) ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น (พจนา สวนศรี, 2546) ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรด้านต่างๆ ที่เป็นต้นทุนในการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตอัตลักษณ์ ความเป็นอยู่ (Schianetz, K., Kavanagh, L., & Lockington, D., 2007) ดังนั้นสภาพแวดล้อมและฐานข้อมูลของชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการศึกษาบริบทของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่าทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจจากกิจกรรมท่องเที่ยว (Djukic, A., & Vukmirovic, M., 2012) ที่ได้ทำร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550., Yuling Zhang et al, 2020)

สุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ตั้งอยู่ราบลุ่มน้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ในเขตภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย มีความสำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ทางรถยนต์ 107 กิโลเมตรมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงอัตลักษณ์วิถีชีวิตแบบคนลุ่มน้ำที่สั่งสมและปรากฏในตลาดเก่าริมน้ำทั้ง 15 แห่ง โดยบางแห่งสามารถปรับตัวได้ก็ยังคงดำเนินกิจการการค้าต่อไป บางแห่งที่ซบเซาลงไปซึ่งเกิดจากการคมนาคมที่เปลี่ยนไปและการเกิดตลาดแห่งใหม่ๆ ขึ้นจากระบบถนน จึงใช้การท่องเที่ยวมาเป็นส่วนหนึ่งในการฟื้นฟูวิถีวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Greg Richards, 2001) ซึ่งสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของตลาดและชุมชนริมน้ำโดยรอบได้ ตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกแห่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สะท้อนวิถีชุมชนคนลุ่มน้ำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ การรื้อฟื้นตลาดริมน้ำโบราณ ไม่เพียงช่วยเศรษฐกิจชุมชนเท่านั้น (อาชีวะห์ โต๊ะลู และคณะ, 2562) ยังทำให้อาคารบ้านเรือน กิจกรรมและวิถีชีวิตคนลุ่มน้ำแบบดั้งเดิมได้รับการฟื้นฟูและอนุรักษ์ปรับปรุงภูมิทัศน์สอดคล้องกับบริบทดั้งเดิมของพื้นที่น้ให้กลับมามีชีวิตขึ้นอีกครั้งและเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกแห่งใหม่ในจังหวัดสุพรรณบุรี (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและจำเป็นในการพัฒนาตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำโดยชุมชนภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับศักยภาพชุมชนและเตรียมความพร้อมด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองได้รับการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสมและก้าวเข้าสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตลาดริมแม่น้ำของตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาตลาดริมแม่น้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีโดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้วิจัย หน่วยงานภาครัฐ และชุมชน ข้อมูลที่ศึกษาในการดำเนินการดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

การวิจัยมุ่งเน้นสัมภาษณ์และประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบไปด้วย กลุ่มแกนนำบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้นำชุมชน สมาชิก ผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ และตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 30 คน

2. ขอบเขตเนื้อหา

- 1) การศึกษาเชิงเอกสาร (Document Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัย หนังสือ ตำรา เอกสารโดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 2) การศึกษาในภาคสนาม (Field Study) มีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ การสำรวจบริบทพื้นที่ (field survey) การสัมภาษณ์รายบุคคล การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการจัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ร่วมสำรวจและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำจังหวัดสุพรรณบุรี วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาตลาดริมแม่น้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษาวเคราะห์และกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง การประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ (1) แบบสำรวจศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว (2) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ในการพัฒนาตลาดริมแม่น้ำแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำโดยแบบสัมภาษณ์พัฒนาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (3) ประเด็นการสนทนากลุ่มกำหนดแนวทางพัฒนาตลาดริมแม่น้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ จังหวัดสุพรรณบุรี

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้ (1) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวม ค้นคว้า ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีกลุ่มน้ำ จังหวัดสุพรรณบุรี (2) ลงพื้นที่ชุมชนเพื่อสำรวจเก็บข้อมูลบริบทชุมชนศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีกลุ่มน้ำ จังหวัดสุพรรณบุรี (3) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ซึ่งเป็นคณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 3 ชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของชุมชนตลาดริมน้ำ (4) จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับแกนนำกลุ่มบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก เพื่อประเมินประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในด้านศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยว และด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีกลุ่มน้ำ (5) จัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน แกนนำกลุ่มบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน คณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อมูลมาศึกษาและจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีกลุ่มน้ำ จังหวัดสุพรรณบุรี (6) การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสำรวจการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 4 ด้าน และประเด็นจากการประชุมมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) คัดกรองข้อมูลและจัดแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามประเด็นที่ค้นพบ

ผลการวิจัย

1. ผลการสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีกลุ่มน้ำ กรณีศึกษา ตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ตลาดเก่าริมน้ำทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่บริเวณลุ่มน้ำท่าจีนอยู่ระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยาทางฝั่งตะวันออกและแม่น้ำแม่กลองทางฝั่งตะวันตก ปรากฏการตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยโบราณสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เป็นศูนย์กลางทางการค้าขายมาตั้งแต่ในอดีตด้วยสภาพภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวย มีความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรมที่อพยพเข้ามาอยู่อาศัยร่วมกันซึ่งยังคงไว้ในอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของตน ต่อมาชุมชนถูกพัฒนากลายเป็นศูนย์กลางทางคมนาคมและการแลกเปลี่ยนสินค้าที่เรียกว่า “ตลาดชุมชนริมน้ำ” ซึ่งแต่ละแห่งจะปรากฏร่องรอยทางประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ความเป็นมาเฉพาะวิถีกลุ่มน้ำ มีศักยภาพในการพัฒนาเชิงบูรณาการพื้นที่ร้อยเรียงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์วันขึ้นคืนสุขเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ Retro Market หรือกลุ่ม Nostalgia ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุอีกต่อไป



ภาพที่ 1 บรรยากาตลาดเก่าชุมชนริมน้ำ จังหวัดสุพรรณบุรี
ที่มา: ผู้วิจัย (2563)

และจากประเมินศักยภาพแบบมีส่วนร่วม พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าคะแนน 61.66 คะแนน โดยศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำมีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีคะแนน 15.43 คะแนน จากคะแนนรวม 20 คะแนน รองลงมาเป็นศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ซึ่งมีคะแนนรวม 7.19 จากคะแนนรวม 10 คะแนน อันดับสาม คือ ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ซึ่งมีคะแนนรวม 24.46 จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน และสุดท้ายศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ซึ่งมีคะแนนรวม 13.07 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน โดยอยู่ในระดับที่ควรปรับปรุงมากที่สุดเมื่อแยกพิจารณาด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นรายด้านโดยเรียงลำดับ พบว่า 1) ศักยภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับสูง เนื่องจากผู้นำชุมชน แกนนำ และสมาชิกในชุมชนที่อาศัยในพื้นที่มีจิตบริการเต็มທີ່ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเสมือนญาติพี่น้องและบริการด้วยความเต็มใจ พร้อมกับความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของคนในชุมชนเองก็ถือเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ รวมถึงการต้อนรับและความเป็นกันเองของคนในชุมชนพื้นที่ตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุก มีโอกาสสัมผัสและเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชุมชนริมน้ำสร้างความประทับใจเกิดการบอกต่อและการกลับมาเที่ยวซ้ำในพื้นที่เพิ่มขึ้น 2) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากทั้ง 3 พื้นที่มีความหลากหลายทั้งวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมริมน้ำของกลุ่มชาติพันธุ์แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ชุมชนลุ่มน้ำควรนำความเป็นอัตลักษณ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์หรือนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

อย่างสร้างสรรค์ โดยต้องคำนึงถึงความยั่งยืนที่เป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว 3) ศักยภาพด้านการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากทั้ง 3 ตลาดยังไม่มีภาพชัดเจนในการแบ่งฝ่ายรับผิดชอบในการจัดการเรื่องต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และคนในชุมชนบางกลุ่มยังไม่เข้าใจในการเปิดชุมชนตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนควรทำความเข้าใจกับกลุ่มสมาชิกในชุมชนและควรวางแผนการจัดการด้วยการแบ่งฝ่ายในการรับผิดชอบให้ชัดเจน และมีการแต่งตั้งแกนนำ ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวหรือผู้บริหารสูงสุดเพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งการจัดการประกอบด้วยการวางแผน การจัดการงบประมาณ การจัดการองค์กร การสรรหา และการตลาดหรือทำการประชาสัมพันธ์โดยการประชุมหารือและตกลงกันในเรื่องต่าง ๆ แล้วร่วมกันตัดสินใจวางแผน ซึ่งแกนนำ ผู้นำและสมาชิกในชุมชนควรได้รับรู้กันอย่างทั่วถึง เข้าใจในหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบ เพื่อสามารถทำให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ได้วางไว้และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนหรือได้ประสิทธิผลมากที่สุด 4) ศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ไฟฟ้า ประปา โคมสแตย์ (ที่พัก) ร้านอาหาร ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทางยังไม่เพียงพอ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าควรพัฒนาและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีที่พักในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจำนวนมากหรือเป็นหมู่คณะ บริเวณที่จอดรถตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีการจัดตั้งให้มีขนาดที่เหมาะสมและพอดีที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะควรแบ่งห้องน้ำชายหญิงให้ชัดเจนและเป็นสัดส่วน มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและในส่วนสุดท้ายคือป้ายบอกทางภายในตลาดควรมีการจัดตั้งป้ายบอกทางให้ชัดเจนและสามารถมองเห็นได้ง่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกอย่างไรก็ตามในส่วนของการรองรับนักท่องเที่ยวควรขยายและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้พร้อมสำหรับการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสมบูรณ์ ซึ่งศักยภาพการรองรับนั้นเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงและให้ความสำคัญในการประกอบการตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และเป็นตัวบ่งบอกศักยภาพหรือประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้เป็นอย่างดีทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ มีส่วนสำคัญในการกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดลุ่มน้ำเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ซึ่งทำให้ทราบถึงความพร้อมและศักยภาพที่แท้จริงของชุมชนในการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งที่ควรปรับปรุงหรือแก้ไขเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ไปในทิศทางที่ดี อีกทั้งพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืนจนกลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในที่สุด

2. แนวทางที่สามารถนำไปพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรมคือ 1) ด้านการพัฒนาศักยภาพและการวางรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แก้ไขจุดอ่อนของชุมชน โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ให้ความรู้ ร่วมคิด ร่วมสร้างร่วมวางแผน โดยต้องยึดหลักว่าทุกกระบวนการของการพัฒนาต้องให้ชาวบ้านเป็นผู้ร่วมลงมือปฏิบัติเองทุกขั้นตอน เพื่อสร้างและปลูกฝังความภาคภูมิใจและความเป็นเจ้าของร่วมกันของชาวบ้าน ให้ความรักและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและมรดกในท้องถิ่นของตน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในด้านวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้าน 2) ด้านแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ควรสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติให้แก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านและเยาวชนในพื้นที่ โดยการให้ความรู้ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการถ่ายทอดความรู้ผ่านทางเว็บไซต์

ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การรณรงค์ไม่ให้ชาวบ้านทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลอง เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการปรับปรุงความสะอาดและปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม และสร้างจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว 3) ให้สร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน ในด้านทักษะการนำชมหรือการเป็นมัคคุเทศน์ท้องถิ่นและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการและกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีรายรับเพียงพอต่อความเป็นอยู่ พร้อมทั้งปลูกฝังความเข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เพื่อให้เกิดความรักความหวงแหนสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างรายได้ของชุมชนและมีผลประโยชน์ร่วมกัน

อภิปรายผล

จากการสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ ภูมิศึกษา ตลาดเก่าศรีประจันต์ ตลาดเก่าท่าช้าง และตลาดเก่าสามชุกจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า ตลาดริมน้ำทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่บริเวณลุ่มน้ำท่าจีนอยู่ระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยาทางฝั่งตะวันออกและแม่น้ำแม่กลองทางฝั่งตะวันตก ปรากฏการตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยโบราณสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เป็นศูนย์กลางทางการค้าขายมาตั้งแต่ในอดีตด้วยสภาพภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวย (เสาวภาพรสิริพงษ์ และคณะ, 2551) มีความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรมที่อพยพเข้ามาอยู่อาศัยร่วมกัน (ทวิศิลป์ สืบวัฒนะ, 2554) ซึ่งยังคงไว้ในอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของตน ต่อมาชุมชนถูกพัฒนากลายเป็นศูนย์กลางทางคมนาคมและการแลกเปลี่ยนสินค้า (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2000) ที่เรียกว่า “ตลาดชุมชนริมน้ำ” ซึ่งแต่ละแห่งจะปรากฏร่องรอยทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมา อัตลักษณ์เฉพาะวิถีชุมชนริมน้ำ กล่าวว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดจำเป็นต้องมีการวางแผนโดยเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ของชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์พัฒนาให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร บุญปก (2551) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมนันทนาการ บริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ บริการด้วยความสุภาพ และมีความเป็นกันเองยิ้มแย้มเป็นมิตร

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเต็มรูปแบบโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการหวงแหน ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน สอดคล้องกับ Du Cros, H., & McKercher, B. (2014) ที่เกิดความเป็นเจ้าของร่วมกันเป็นสำคัญจนเกิดเป็นความร่วมมือในการหาหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนวิถีอัตลักษณ์ชุมชนริมน้ำของตน โดยมีหน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่สนับสนุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชายชาญ ปฐมกาญจนา (2558) โดยที่ชุมชนจะร่วมกำหนดทิศทางและวางแผน ซึ่งทำให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจและเกิดแรงจูงใจในความเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับ สมเกียรติ สัจจารักษ์ และศิริบุญ จงวุฒิเวศย์ (2556) กล่าวว่า แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อรักษาอัตลักษณ์เป็นแนวทางและวิธีการทำงานในลักษณะการบูรณาการร่วมกัน (Integrated Management) ระหว่างชุมชน หน่วยงานรัฐ และหน่วยงานเอกชน เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องโดยมีแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ และยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิวรรณ บุญอนันต์ (2560) ที่กล่าวว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม ทั้งนี้จากกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ส่งผลให้ชุมชนมีการร่วมกำหนดอัตลักษณ์วิถีชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดเป็นรูปธรรมได้ ผู้นำและแกนนำชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและทำให้รู้จักอัตลักษณ์ชุมชนของตนเองได้ดีขึ้นและเกิดความภาคภูมิใจ ซึ่งอัตลักษณ์เหล่านี้ยังคงดำรงอยู่ในชุมชนและสามารถนำมาพัฒนาชุมชนใน

ด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะ การนำเสนอผ่านบริบทของการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจิราพร ขุนศรี (2549) ที่ถือเป็นทางเลือกเหมาะสมยิ่งสำหรับบริบทชุมชนใน ลักษณะ “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมเรียนรู้” เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนที่ประกอบด้วย กระบวนการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อนำมาพัฒนาอาชีพและ เศรษฐกิจชุมชน สอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2557) อีกทั้งอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะ สามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของชุมชนที่ส่งผลให้ชุมชนได้เรียนรู้ถึงปัจจัยปัจจัยข้อดีและยังสามารถนำไปต่อยอดสู่การประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพที่เกิดขึ้นอัน เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากนี้การพัฒนาย่อมควบคู่กับการประเมินศักยภาพของชุมชน เพื่อนำมาใช้พัฒนาในแง่ของโอกาส ภัยคุกคาม จุดแข็งและข้อจำกัดที่จะนำไปสู่การกำหนดปัญหาชุมชน ทางเลือก การพัฒนาของชุมชนรวมทั้งทางสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของ ชุมชน ซึ่งกระบวนการเรียนรู้เป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วยการศึกษาบริบทชุมชน การสังเกต ทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชน การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การทำวิเคราะห์ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ ความคิดเห็นของ นำขวัญ วงศ์ประทุม (2561) กล่าวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำในครั้งนี้ควรร่วมกันวางแผนและพัฒนาก การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนให้ ครบทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านคุณภาพ ประกอบด้วยคุณภาพ ทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการ คุณภาพ ของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ และคุณภาพชีวิตของ ชุมชนท้องถิ่น 2) ด้านการรักษาความยั่งยืน และความต่อเนื่องของทรัพยากรท่องเที่ยว 3) การรักษาความ สมดุลในการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการ กระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต อีกทั้งการประเมินศักยภาพถือว่าการเตรียมพร้อมเกี่ยวกับ ศักยภาพด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวให้ สามารถเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเต็มตัวและให้เกิดความยั่งยืนในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐและส่วนท้องถิ่นควรเข้ามาพัฒนาตลาดเก่าชุมชนริมน้ำโดยยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของวิถี สร้างการรับรู้และทัศนคติความเป็นเจ้าบ้านให้กับสมาชิกในชุมชน อนุรักษ์และปรับปรุงกายภาพของตลาดรวมถึงประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำให้ตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.2 หน่วยงานภาครัฐและส่วนท้องถิ่นควรมีนโยบายช่วยเหลือชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำโดยเป็นศูนย์กลางการประสานงานระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงควรนำผลวิจัยที่ได้ขยายผลเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

1.3 สมาชิกในชุมชน ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำ และควรมีการศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนอื่น เพื่อใช้ปรับปรุงพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรพัฒนาต่อยอดจากโครงการเดิมเพื่อยกระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำโดยชุมชนได้รับประโยชน์สูงสุดและสนับสนุนการท่องเที่ยวยั่งยืนต่อไป

2.2 เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีลุ่มน้ำด้วยนวัตกรรม

2.3 ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2563

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมมพ์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). *ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ.2560-2564 (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: พิมพ์บลิว ปรินทร์.

กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). “ทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2557”. *TAT Review Magazine* 3/2557

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจิราพร ชุนศรี. (2549). *อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย*. เชียงราย :สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ชายชาญ ปฐมกาญจนา และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *Academic Services Journal Prince of Songkla University*, 26(1), 118-129

ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-46.

ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ. (2554). *แนวคิดและแนวทางการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี การวิจัยฐานทรัพยากรการเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 54(3), 202-220.

ธีราพร ทองปัญญา. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. 48(2), 181-201.

นวพร บุญประสม. (2559). มิติใหม่แห่งการท่องเที่ยว เพื่อบรรลุกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิงไฮโซ. *SOUTHEAST BANGKOK Journal*, 2(2), 124-132.

นำขวัญ วงศ์ประทุม. (2561). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านวาวี จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2), 132-150.

- พจนานุกรม. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community based tourism handbook*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- ยานุมาศ สร้อยเสื่อ. (2551). *ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2543). *สังคม – วัฒนธรรม ในวิถีการอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ : ด้านสหวิชาการพิมพ์.
- สมเกียรติ สัจจารักษ์ และศิริบุณ จงวุฒิเวศย์. (2556). แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อรักษาอัตลักษณ์ชาวเลมอแกน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5(1), 192-201
- รัชนิวรรณ บุญอนันต์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมตำบลไทรตรังเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารการวิจัยกาสะลองคำ*, 11(3), 267-278.
- สุพร บุญปก. (2551). *การศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวภา พรศิริพงษ์ และคณะ. (2551). *วิถีชุมชนลุ่มน้ำนครชัยศรี* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Djukic, A., & Vukmirovic, M. (2012). Creative cultural tourism as a function of competitiveness of cities. *TTEM- Technics Technologies Education Management*, 7(1), 404-410.
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2014). *Cultural tourism*. Routledge.
- Greg Richards. (2001). *Creating a New Tourism? In tourism I culture: Debats del Congresde Turisme Cultural, Interarts Foundation*. Barcelona.
- Leslie, D., & Sigala, M. (2005). *International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- McKercher, B. and Hilary du Cros. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Schianetz, K., Kavanagh, L., & Lockington, D. (2007). The Learning Tourism Destination: The potential of a learning organization approach for improving the sustainability of tourism destinations. *Tourism Management*, 28(6), 1485-1496. doi: 10.1016/j.tourman.2007.01.012
- Worrakawin, K. (2020). Creativity for Perceptual Tourism in Sandstone Geomorphology of Pa-Tam and Sam-Pan-Bok Geologic Park, Ubon Ratchathani Province. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*. 3(2), 156-169.
- Yuling Zhang, Xiao Xiao, Chunhui Zheng, Lan Xue, Yongrui Guo & Qitao Wu. (2020) Is tourism participation in protected areas the best livelihood strategy from the perspective of community development and environmental protection?. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(4), 587-605. DOI: 10.1080/09669582.2019.1691566