



## การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน The Model Development of Floating Market Tourism in Southern Thailand for Sustainable Development

ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ\*

Chonlada Sangmanee Sirisatitdit

ธีรศักดิ์ อุ๋นอารมย์เลิศ\*\*

Thirasak Unaromlert

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการ วิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศ และปัจจัยหรือเงื่อนไขของการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ตลอดจนการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิจัยในลักษณะของพหุเทศกรณี

ผลการวิจัยพบว่า การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่เกิดจากการจัดตั้งขึ้นใหม่ภายใต้การดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและมีการบริหารในรูปแบบของคณะกรรมการ รวมทั้งมีกฎระเบียบสำหรับใช้เป็นแนวปฏิบัติ สำหรับวิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ได้แก่ การบริหารจัดการ และการดึงดูดชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นฐานในการพัฒนาตลาดน้ำ ส่วนปัจจัยหรือเงื่อนไขของการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ได้แก่ 1) การมีสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมและสนับสนุนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) การร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ 4) อัตลักษณ์และความแตกต่าง 5) การมีส่วนร่วม 6) การบริหารจัดการ และ 7) การประชาสัมพันธ์ สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินการ 10 ประการ ได้แก่ 1) กิจกรรม สินค้า บริการ และโครงสร้างพื้นฐาน 2) เครือข่ายการท่องเที่ยว 3) ฐานทรัพยากร 4) อัตลักษณ์ 5) การมีส่วนร่วม 6) การประชาสัมพันธ์ 7) กระบวนการเรียนรู้ 8) การบริหารจัดการ 9) วัฒนธรรมชุมชน และ 10) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยอาจเรียกรูปแบบนี้ว่า “A TRIP PLACE MODEL” ซึ่งเป็นรูปแบบที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้การประเมินและผ่านการรับรองโดยเวทีประชาคมแล้ว

**คำสำคัญ:** รูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน/ ตลาดน้ำ

\* นักศึกษาปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\* อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิษาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



## Abstract

This research aims to explore performance condition, best practices, factors or criterions that effect to the existing of floating market tourism in Southern Thailand as well as to develop the model of floating market tourism for sustainable development. In order to accomplish the objectives of this research, a mixed methodology design is adopt which consists of quantitative and qualitative methodologies (Multisite multi-case technique).

The finding of this research demonstrates that most of new floating markets in Southern Thailand are found and managed by local government in the form of official committee. Besides, the regulations are regarded as an instrumental performance. Accordingly, the best practices of floating market tourism in Southern Thailand are for instance an inclusive community's participation based-development. The factors or criterions that effect to the existing of floating market tourism in Southern Thailand consist of 1) product and service for responding tourists' need, 2) encouragement and supportive assistance for local government performance, 3) cooperation with other organizations, 4) identity and differences, 5) participation, 6) administrative management, and 7) public relation. Furthermore, the model of floating market tourism for sustainable development named "A TRIP PLACE MODEL" which consists of 10 major significant performances; 1) activities, products, services and infrastructure, 2) tourism network, 3) resources based, 4) identity, 5) participation, 6) public relations, 7) learning process, 8) administration management, 9) community culture, and 10) environmental conservation. Additionally, this model evaluation is expertized and certified by public hearing.

**Keywords:** Model of Sustainable Tourism/ Floating Market

## บทนำ

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง จากสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2548-2553 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 11,516,936 คน ในปี พ.ศ. 2548 เป็น 15,841,683 คน ในปี พ.ศ. 2553 โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ปีละ 7.51% ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวโลก และความเข้มแข็ง

ของปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของไทย เช่น การเปิดให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ และการมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2554: 1)

ประเทศไทยให้ความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวมาตลอด โดยเฉพาะภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540 ที่รัฐบาลกำหนดให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของภาคการขับเคลื่อนหลักทางเศรษฐกิจ และได้ประกาศให้ปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



จนกระทั่งถึงปัจจุบัน โดยในปี พ.ศ. 2555 พบว่า มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นถึง 22,353,903 คน และประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 983,928.36 ล้านบาท และในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2556 พบว่า มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 6,828,718 คน และประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ประมาณ 313,315.92 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 19.05 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2555 ที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2556: 4) ซึ่งเป็นรายได้ที่ค่อนข้างสูง

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเมื่อพิจารณาถึงกระแสการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเป็นกระแสที่ได้รับความสนใจและนิยมค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนไปตามสภาพการณ์ต่างๆ กระแสการท่องเที่ยวแต่ละกระแสจึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งของประเทศไทย และเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบแรกๆ ที่ใช้วัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว สำหรับวิถีชุมชนตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตที่ค่อนข้างโดดเด่นในพื้นที่ภาคกลาง โดยส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการเป็นตลาดซึ่งเป็นที่ชุมนุมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเอง โดยเฉพาะการตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ ต่อมาจึงมีการพัฒนารูปแบบสินค้าและการบริการให้เป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยว ความสำเร็จทางเศรษฐกิจของตลาดน้ำในภาคกลางได้กลายเป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ในภาคอื่นๆ ให้เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ เน้นการสรรหากิจกรรมมารองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งมีทั้งการปรับปรุงตลาดน้ำท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว การรื้อฟื้นย่านตลาดน้ำเดิมที่มีอยู่แล้วขึ้นมาใหม่ หรือการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งรูปแบบหลังมีแนวโน้มว่าจะเกิดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (มณีวรรณ ผิวนิ่ม และคณะ, 2546: 1)

สำหรับในพื้นที่ภาคใต้ตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาจากการศึกษาพบว่ามีบางชุมชนที่เป็นชุมชน ตลาดน้ำที่มีการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการโดยอาศัยเส้นทางการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก ซึ่งเป็นลักษณะของชุมชนตลาดน้ำที่ตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ มิใช่เพื่อการท่องเที่ยวแต่อย่างใด โดยชุมชนลักษณะนี้เป็นชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่บริเวณริมน้ำ และในช่วงเวลาต่อมาชุมชนตลาดน้ำดังกล่าวก็เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าของการคมนาคมทางบกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

จวบจนกระทั่งประมาณกลางปี พ.ศ. 2551 ตลาดน้ำก็ได้หวนกลับมาามีอิทธิพลและมีบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนภาคใต้ในบางพื้นที่อีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะที่พื้นที่ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากได้มีการนำแนวคิดการท่องเที่ยวตลาดน้ำจากภาคกลางเข้ามาปรับประยุกต์ใช้และจัดตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในนามของ “ตลาดน้ำคลองแห” ซึ่งเป็นการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีตลาดน้ำคลองแดน ซึ่งตั้งอยู่ระหว่างรอยต่อของพื้นที่ตำบลคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา กับตำบลรามแก้ว อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็น การรื้อฟื้นตลาดเดิมที่มีอยู่แล้วขึ้นมาใหม่ภายใต้แนวคิด “ตลาดน้ำชุมชนวิถีพุทธ” หรือแม้แต่ตลาดน้ำจันดี ตำบลจันดี อำเภอนาง จังหวัดนครศรีธรรมราช



และตลาดน้ำบ้านดอน ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่นับรวมแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคใต้อีกบางแห่งที่กำลังอยู่ในช่วงของการดำเนินการก่อสร้าง

อย่างไรก็ตามสำหรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำในภาคใต้ที่เปิดดำเนินการมาแล้วพบว่าสิ่งที่ประสบความสำเร็จในระดับที่แตกต่างกันออกไปและที่ประสบความสำเร็จความล้มเหลว ดังนั้นด้วยกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่กำลังมาแรงและเป็นกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในภาคใต้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้เกิดการนำไปปรับและประยุกต์ใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้
2. เพื่อศึกษาวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้
3. เพื่อศึกษาปัจจัยหรือเงื่อนไขของการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้
4. เพื่อพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิจัยในลักษณะของพหุเทศกรณี (Multisite Multi-Case) ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

## 1. ขอบเขตของการวิจัย

### 1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยประกอบด้วยตลาดน้ำในภาคใต้ จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1) ตลาดน้ำคลองแห ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) ตลาดน้ำคลองแดน (หรือตลาดริมน้ำคลองแดน) ตำบลคลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา และตำบลรามแก้ว อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) ตลาดน้ำบ้านดอน (หรือตลาดนัดตลาดน้ำ บ้านดอน) ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 4) ตลาดน้ำจันดี (หรือตลาดน้ำเทศบาลตำบลจันดี) ตำบลจันดี อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งปัจจุบันได้ปิดดำเนินการไปแล้ว และกำลังอยู่ในช่วงของการพยายามฟื้นฟูขึ้นมาใหม่

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

#### 1.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1.2.1.1 ผู้ประกอบการในตลาดน้ำภาคใต้ จำนวน 424 คน ซึ่งมาจากจำนวนผู้ประกอบการในตลาดน้ำภาคใต้ทั้งหมด (ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2555) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแห จำนวน 301 คน ผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแดน จำนวน 23 คน และผู้ประกอบการในตลาดน้ำบ้านดอน จำนวน 100 คน

1.2.1.2 นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมาจากการคาดคะเนจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำแต่ละแห่งในแต่ละวันที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห จำนวน 140 คน นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแดน จำนวน 130 คน และนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำบ้านดอน จำนวน 130 คน

1.2.1.3 ประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำภาคใต้ จำนวน 400 คน ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ



ยามาเน่ (Yamane, 1973: 727-729) ประกอบด้วย ประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำคลองแห จำนวน 100 คน ประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำคลองแดน จำนวน 100 คน ประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำบ้านดอน จำนวน 100 คน และประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำจันดี จำนวน 100 คน

### 1.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพจะทำการศึกษา

ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ประชาชน ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งมีด้วยกัน 3 ชุด ได้แก่ แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการในตลาดน้ำภาคใต้ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว และแบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่ และ 2) แบบประเมินรูปแบบ

สำหรับแบบสอบถามที่เป็นลักษณะคำถามแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970: 161) มีจำนวน 3 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละชุดดังต่อไปนี้

- แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการในตลาดน้ำได้ค่าความเชื่อมั่น = .9454

- แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวตลาดน้ำได้ค่าความเชื่อมั่น = .9583

- แบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำได้ค่าความเชื่อมั่น = .8616

ส่วนแบบสอบถามที่เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ 2 ตัวเลือก ได้แก่ ใช่ และไม่ใช่ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับการวัดความรู้ความเข้าใจวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยวิธีของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน

(Kuder-Richardson: KR-20) (Kuder and Richardson, 1937: 151-160) ซึ่งคำนวณจากสัดส่วนของการตอบถูกหรือผิดเท่านั้น มีจำนวน 2 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละชุดดังต่อไปนี้

- แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการในตลาดน้ำได้ค่าความเชื่อมั่น = .8516

- แบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำได้ค่าความเชื่อมั่น = .8562

## 2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์ (Interview) การสังเกต (Observation) การสนทนาพูดคุย การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

## 3. การจัดกระทำข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล

### 3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว โดยเลือกแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์มาจัดระเบียบข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์ โดยข้อมูลเชิงปริมาณจะใช้เทคนิคทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพจะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

3.1.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

3.1.3 นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสรุปและอภิปรายผล เพื่อนำเสนอแนวทาง “การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”



### 3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนาพูดคุย การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการจัดเวทีประชาคม ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Pattern Matching) กับแนวความคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พร้อมทั้งใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation)

#### 4. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการดำเนินการของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ สำหรับขั้นตอนนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนาพูดคุย การสนทนากลุ่ม และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเน้นผู้ที่มีประสบการณ์และมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ทราบถึงสภาพการดำเนินการของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ สำหรับขั้นตอนนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ พร้อมทั้งนำข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 มาประกอบการวิเคราะห์ด้วย ซึ่งทำให้ทราบถึงวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาปัจจัยหรือเงื่อนไขของการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ สำหรับขั้นตอนนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ พร้อมทั้งนำข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 มาประกอบการวิเคราะห์ด้วย ซึ่งทำให้ทราบถึงปัจจัยหรือเงื่อนไขของการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยว

ตลาดน้ำภาคใต้ สำหรับการวิจัยในขั้นตอนนี้คล้ายกับการวิจัยในขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับขั้นตอนนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ พร้อมทั้งนำข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 มาประกอบการวิเคราะห์ด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและมีความเที่ยงตรง ซึ่งนำไปสู่การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เมื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมินรูปแบบด้วย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 3 ท่าน ให้คะแนนเพื่อตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากนั้นนำรูปแบบและแบบประเมินที่ได้เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน เพื่อทำการประเมินรูปแบบและให้ข้อเสนอแนะรูปแบบ จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปปรับประยุกต์ใช้ได้จริง

ขั้นตอนที่ 6 การรับรองรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เมื่อทำการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำรูปแบบเข้าสู่เวทีประชาคม โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวหรือผู้มีบทบาทด้านการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาร่วมเวทีประชาคมเพื่อระดมความคิดเห็นและให้การรับรองรูปแบบ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อให้ได้รูปแบบที่สามารถนำไปเป็นต้นแบบหรือปรับประยุกต์ใช้ได้จริง



## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยภาพรวมจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำภาคใต้สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการในตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมต่อสภาพที่เป็นอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ระดับมาก ระดับมากที่สุด ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ ส่วนระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในอยู่ในระดับต่ำ รองลงมา คือ ระดับปานกลาง และระดับสูง ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการในตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแตกต่างกัน สำหรับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ด้านพฤติกรรม โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านกฎระเบียบ ด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการในตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ด้านต่างๆ แตกต่างกันไป

2. นักท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้มีระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ด้านปัจจัยจูงใจ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดกิจกรรม ด้านความต้องการในการพัฒนา ด้านภาพรวม และด้านพฤติกรรม โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ด้านต่างๆ แตกต่างกันไป

3. ประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ระดับมาก ระดับมากที่สุด ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ ส่วนระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พบว่า ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอยู่ในระดับต่ำ รองลงมา คือ ระดับปานกลาง และระดับสูง ตามลำดับ โดยประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแตกต่างกัน สำหรับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ด้านการพัฒนาศักยภาพของชุมชน โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลกระทบเชิงลบ ด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และด้านพฤติกรรม โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชาชนในพื้นที่ตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ด้านต่างๆ แตกต่างกันไป

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตลาดน้ำภาคใต้ในภาพรวม พบว่า การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่เกิดจากการจัดตั้งขึ้นใหม่ภายใต้การดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณริมคลองหรือริมน้ำเพื่อให้สามารถเปิดเป็นตลาดน้ำได้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักๆ เพื่อต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างอาชีพ และเศรษฐกิจในชุมชน สำหรับการเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้จะเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกัน โดยแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ ได้แก่ ตลาดน้ำคลองแห เปิดดำเนินการเมื่อปี 2551 ต่อมาในปี 2552 จึงมีแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอื่นๆ เกิดขึ้นตามมา ได้แก่ ตลาดน้ำจันดี ตลาดน้ำบ้านดอน



และตลาดน้ำคลองแดน ตามลำดับ โดยตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสัปดาห์ละ 1 วัน ซึ่งจะเป็นช่วงบ่ายของวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ยกเว้น ตลาดน้ำคลองแหที่เปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสัปดาห์ละ 3 วัน คือ ช่วงบ่ายวันศุกร์เสาร์ และอาทิตย์ แต่อย่างไรก็ตามในปี 2553 จนกระทั่งถึงปัจจุบันปี 2555 ยังคงเหลือตลาดน้ำภาคใต้ที่เปิดดำเนินการเป็นแหล่งท่องเที่ยวไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพียง 3 แห่ง เท่านั้น ได้แก่ ตลาดน้ำคลองแห ตลาดน้ำคลองแดน และตลาดน้ำบ้านดอน ส่วนตลาดน้ำจันดีได้ปิดดำเนินการไปเมื่อปี 2553 และอยู่ในช่วงของการพยายามฟื้นฟูขึ้นมาใหม่อีกครั้ง สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้มีศักยภาพของการท่องเที่ยวครบทั้ง 4 องค์ประกอบ ซึ่งได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ 2) องค์ประกอบด้านการจัดการ 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ และ 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม (จารุจน์ กลิ่นดีป्ली, 2541: 32-33) โดยในแต่ละองค์ประกอบจะมีศักยภาพมากน้อยแตกต่างกันออกไป ซึ่งในบางองค์ประกอบจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ และจากการวิเคราะห์การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พบว่า ตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่จะมีการดำเนินการเกือบครบในทุกองค์ประกอบของการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การดำเนินการในแต่ละองค์ประกอบยังมีการดำเนินการค่อนข้างน้อยและยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ดังนั้นการที่จะพัฒนาตลาดน้ำภาคใต้สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงควรที่จะพัฒนาทั้ง 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว 4) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการ

ตลาดท่องเที่ยว 5) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น และ 6) องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 20-22) โดยองค์ประกอบใดที่มีการดำเนินการอยู่แล้วก็ควรที่จะมีการพัฒนาและปรับปรุงให้ได้มาตรฐานและดียิ่งๆ ขึ้น ส่วนองค์ประกอบใดที่ยังไม่ได้ดำเนินการหรือมีการดำเนินการเพียงเล็กน้อยก็ควรที่จะมีการส่งเสริมและดำเนินการอย่างจริงจัง สำหรับวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ และ 2) การดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นฐานในการพัฒนาตลาดน้ำ ส่วนปัจจัยหรือเงื่อนไขของการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ได้แก่ 1) การมีสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมและสนับสนุนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) 3) การร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ 4) อัตลักษณ์และความแตกต่าง 5) การมีส่วนร่วม 6) การบริหารจัดการ และ 7) การประชาสัมพันธ์ และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ พบว่า ตลาดน้ำภาคใต้มีจุดแข็ง (Strength) ได้แก่ 1) การจัดตลาดน้ำในรูปแบบย้อนยุค 2) การใช้วัสดุจากธรรมชาติ 3) การแต่งกายของผู้ประกอบการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ 4) ผลิตภัณฑ์และอาหารพื้นบ้าน จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และ 2) แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้มีปัญหาด้านความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โอกาส (Opportunity) ได้แก่ 1) นโยบายรัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว 2) มีหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ให้การส่งเสริมและสนับสนุน 3) มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีชื่อเสียงตั้งอยู่ในพื้นที่ 4) มีแหล่งที่พักจำนวนมากในพื้นที่ และ 5) ในช่วงเทศกาลต่างๆ จะมี

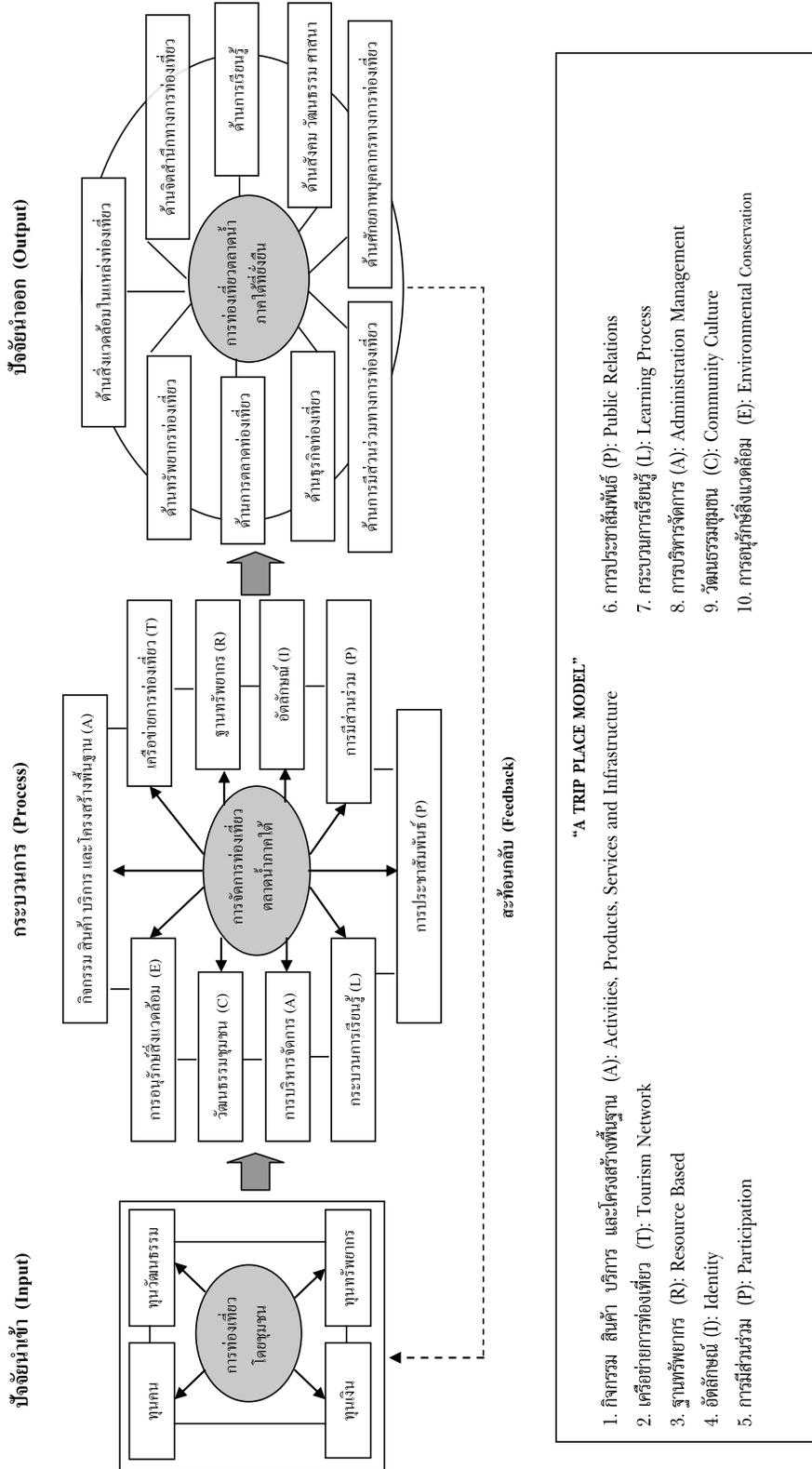


นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ และอุปสรรค (Threat) ได้แก่ 1) เหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ 2) ภัยธรรมชาติ โดยเฉพาะน้ำท่วม และ 3) มีแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกันกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้หลายแห่ง

นอกจากนี้ในส่วนของแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ 1) การพัฒนาและปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ (Logistics) 2) การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ 3) การสร้างและ

เผยแพร่ภาพลักษณ์ (Image) การท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ 4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 5) การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ และ 6) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

โดยสรุปจากที่กล่าวมาเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพสามารถนำมาสู่การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยใช้แนวคิดของคีฟส์ (Keeves, 1988: 561-565) ในการสร้างรูปแบบได้ดังแผนภาพ



แผนภาพ รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดนำภาคใต้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (A TRIP PLACE MODEL)



รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ “A TRIP PLACE MODEL” เป็นรูปแบบที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผ่านการรับรองโดยเวทีประชาคม สำหรับชื่อรูปแบบมาจากตัวอักษรย่อตัวแรกในภาษาอังกฤษของกระบวนการดำเนินการทั้ง 10 ประการ เป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนและเป็นระบบ กล่าวคือ การท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้จะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องมีต้นทุนในการดำเนินการ ซึ่งได้แก่ ทุนคน ทุนวัฒนธรรม ทุนทรัพยากร และทุนเงิน และในการดำเนินการเพื่อไปสู่การท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ที่ยั่งยืนนั้น ก็จะต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินการ 10 ประการ ได้แก่ 1) กิจกรรม สินค้า บริการ และโครงสร้างพื้นฐาน 2) เครือข่ายการท่องเที่ยว 3) ฐานทรัพยากร 4) อัตลักษณ์ 5) การมีส่วนร่วม 6) การประชาสัมพันธ์ 7) กระบวนการเรียนรู้ 8) การบริหารจัดการ 9) วัฒนธรรมชุมชน และ 10) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินการต่างๆ ดังกล่าวจะต้องมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันในลักษณะของการบูรณาการและเป็นองค์รวม ซึ่งหากแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้สามารถดำเนินการได้ครบทั้ง 10 ประการแล้ว ก็จะส่งผลให้การท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ก้าวไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนใน 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบด้านจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบด้านการเรียนรู้ 4) องค์ประกอบด้านสังคม วัฒนธรรม ศาสนา 5) องค์ประกอบด้านศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยว 6) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว 7) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว 8) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว และ 9) องค์ประกอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งท้ายที่สุดก็จะส่งผลต่อเนื่องไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนบนฐานทรัพยากรชุมชนได้อย่างแท้จริง

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### - สรุปผลการวิจัย

รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนควรเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จึงจะเหมาะสมกับสภาพการณ์ที่ปรากฏอยู่จริงของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ “A TRIP PLACE MODEL” เป็นเพียงส่วนหนึ่งของทางเลือกที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้นในการนำรูปแบบ (Model) ดังกล่าวไปปรับประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาเงื่อนไของค์ประกอบ หรือศักยภาพด้านต่างๆ ของพื้นที่นั้นๆ อย่างรอบคอบ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพบริบทของพื้นที่แต่ละพื้นที่ย่อมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันออกไป

### - อภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบด้านจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบด้านการเรียนรู้ 4) องค์ประกอบด้านสังคม วัฒนธรรม ศาสนา 5) องค์ประกอบด้านศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยว 6) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว 7) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว 8) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว และ 9) องค์ประกอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 20-22) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องพัฒนาการท่องเที่ยวใน 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่ง



ท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจ  
 ท่องเที่ยว 4) องค์ประกอบด้านการพัฒนา การตลาด  
 ท่องเที่ยว 5) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมี  
 ส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว และ 6) องค์ประกอบด้าน  
 การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว และสอดคล้อง  
 กับมโนส สุวรรณ และคณะ (2543: 9) ที่กล่าวว่า  
 การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ  
 ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับการพัฒนาการ  
 ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะพิจารณาจากองค์ประกอบหลัก  
 4 ประการ ได้แก่ 1) การดำเนินกิจกรรมในขอบเขต  
 ความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม  
 ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของ  
 ชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การตระหนักใน  
 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม  
 ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของ  
 ชุมชน 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรม  
 การท่องเที่ยว และ 4) การประสานเข้าด้วยกันของ  
 ความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และ  
 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน อีกทั้งยังสอดคล้อง  
 กับวรวิญญู เวียงอำพล (2546: 45-47) ที่กล่าวว่า  
 การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะต้องมีการพัฒนา  
 องค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการ  
 ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน  
 2) การจัดการทางด้านการตลาด การบริการ การ  
 ประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา 3) การจัดการด้าน  
 การให้การศึกษาและพัฒนาบุคลากร และ 4) การ  
 จัดการด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

#### - ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน  
 ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการตลาดน้ำภาคใต้โดย  
 เฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

2. ควรมีการส่งเสริมและจัดกิจกรรม  
 ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำภาคใต้อย่างต่อเนื่อง เพื่อ  
 ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักอย่างแพร่หลายใน  
 หมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3. ควรส่งเสริมให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องยึดถือ  
 และปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว  
 ตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งอย่างเคร่งครัด

4. ควรพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและ  
 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว  
 ตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งให้ได้มาตรฐานและมี  
 ปริมาณเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. ควรส่งเสริมการจัดรูปแบบกิจกรรม  
 ภายในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ที่เน้นให้  
 นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกระบวนการและมีโอกาส  
 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

6. ควรสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่าง  
 ของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ให้มีเอกลักษณ์  
 เฉพาะและมีความแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยว  
 ตลาดน้ำภาคอื่นๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ รวมถึง  
 การสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้า  
 และบริการที่น่าเสนอด้วย

7. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและ  
 สร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ โดยอาจจะสอดแทรก  
 ไว้ในกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ ทั้งนี้  
 เพื่อเป็นการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถ  
 ให้กับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง

8. ควรมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว  
 ตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ  
 อย่างเป็นรูปธรรม

9. ควรมีระบบการติดตามประเมินผล  
 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้  
 ในด้านต่างๆ และนำผลที่ได้ไปปรับใช้ในการพัฒนา  
 และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

10. ควรส่งเสริมและสร้างศักยภาพชุมชน  
 ให้เกิดความเข้มแข็ง โดยการดำเนินการต่างๆ อย่าง  
 บูรณาการ ผ่านกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาแหล่ง  
 ท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้



### - ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research: AR) เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ในลักษณะของการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่งกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2. ควรศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เกี่ยวกับผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้แต่ละแห่ง โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษา

3. ควรศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับศักยภาพและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ โดยให้ชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษา

4. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนนำไปสู่การปรับปรุงประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

5. ควรวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

6. ควรวิจัยเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้เกิดการบูรณาการและเกิดการขยายเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว

(ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำหรับทุนสนับสนุนการศึกษา)

### เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2554). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2548-2553**. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- \_\_\_\_\_. (2556). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มกราคม-มิถุนายน ปี 2556**. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จารุจน์ กลิ่นดีปลี. (2541). **การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี**. ภาคนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- มณีวรรณ ผิวนิ่ม และคณะ. (2546). **ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2543). **คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วรัญญู เวียงอำพล. (2546). **การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย**. ภาคนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.



- Cronbach, Lee Joseph. (1970). **Essentials of psychological testing**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: Harper and Row.
- Kuder, G. F., and M. W. Richardson. (1937). “The theory of the estimation of test reliability.” **Psychometrika** 2 (3): 151-160.
- Keeves, John P. (1988). **Educational research, and methodology, and measurement : An International handbook**. Oxford: Pergamon Press.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics-an introductory analysis**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: Harper and Row Publication.