

**แนวทางการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญา: การวิจัย
ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม**

**TOURISM BUSINESS NETWORK DEVELOPMENT OF WATLAMPAYA FLOATING
MARKET: A PARTICIPATION ACTION RESEARCH**

สหัสส์ อภินิหาร⁽¹⁾ นิสาวรรณ ทงมี⁽¹⁾ อมรรรัตน์ อู่แจ้ง⁽¹⁾ กาญจน เย็นสงร⁽¹⁾ วิไล พงษ์เฉลิม⁽¹⁾ สมฤทัย ศรีอนันต์⁽¹⁾
วารารณ งามประเสริฐ⁽¹⁾ ศิริพร แซ่ลิ้ม⁽¹⁾ สายชล แซ่จำว⁽¹⁾ ศิริินภา กลิ่นหอม⁽¹⁾ เบจมาศ อยู่สวัสดิ์⁽¹⁾ วีรกีจ อุฑารสกุล⁽²⁾
⁽¹⁾นักศึกษา ⁽²⁾อาจารย์ โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ(การบัญชี) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 85 หมู่3 ตำบลนครปฐม
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โทร 034-261-068 E-mail: ve_ut@hotmail.com

บทคัดย่อ

การเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน ซึ่งการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจท่องเที่ยวก็ถือเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนา โดยจะเป็นการกระจายความเสี่ยงจากการขาดแคลนทั้งทางด้านปัจจัยในการให้บริการและการขาดแคลนนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ

วิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและแนวทางการสร้างและพัฒนา ระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือประชากรที่มีส่วนร่วมใน ส่วนได้เสียในตลาดน้ำลำพญา และประชากรในหมู่บ้านละแวกเดียวกับที่ตั้งตลาดน้ำลำพญา รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผลการศึกษา พบว่าตลาดน้ำลำพญามีศักยภาพในการสร้างเครือข่ายและได้สร้างเครือข่ายกับตลาดน้ำอื่น ๆ แล้ว

คำสำคัญ เครือข่าย การท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว เครือข่ายการท่องเที่ยว

Abstract

The current situation for develop tourism business is include with many factors. Establishing the tourism business network development is one of the guideline for development by diversify the risk from lacking neither service factor nor number of tourism which are the value added for tourism business.

The objective of this study was to study the tourism business management model and guideline for developing by community participation The research methodology is in Qualitative method with group discussion and in depth interview. The representative were selected by purposive sampling method from total number of stakeholders in Watlampaya floating market. The result of study were founded that Watlampaya floating market has potential in establishing the tourism business network development with another floating market.

Keyword network, tourism, network of tourism

1. คำนำ

องค์การบริหารส่วนตำบลลำพญาเห็นโอกาสในการสร้างความโดดเด่นของท้องถิ่นและความเป็นไปได้ในเชิงเศรษฐกิจการท่องเที่ยว จึงได้จัดตั้งโครงการตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งก่อตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2542 ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ริมแม่น้ำท่าจีนตลาดแห่งนี้เริ่มขึ้นโดยการนำของสภาวัดนรธรรม ตำบลลำพญา ร่วมกับทางวัดลำพญา เป็นแหล่งรวมพืชผัก ผลไม้ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น เครื่องจักรสาน ขนมหวาน ขนมเบี๊ยะและอาหารราคาถูก นอกจากนี้บริเวณหน้าวัดยังมีบริการล่องเรือ แม่น้ำท่าจีนโดยมี เรือบริการหลายประเภท อาทิ เรือแจวโบราณ เรือลาก เรือกระแซง ตลาดแห่งนี้มีเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์ เท่านั้น

จากระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดน้ำวัดลำพญาได้รับความนิยมตามลำดับ จนถึงปัจจุบันมีจำนวนร้านค้ามาถึง 304ร้านและนักท่องเที่ยวต่อสัปดาห์ในบางช่วงเวลามาก 7,000 ถึง 8,000 คนและประกอบกับมีตลาดน้ำอีกหลายที่ได้เปิดตัวและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจึงทำให้อยู่ในภาวะการแข่งขันสูง ทำให้ต้องมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนางานจากการสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารเป็นยุทธศาสตร์ที่ทำให้สมาชิกเกิดขวัญและกำลังใจในการร่วมงานส่งผลให้เกิดความพอใจ และการยอมรับเป้าหมายขององค์การและทำให้เกิดการพัฒนาที่มีประโยชน์สูงสุด

ในอนาคตทาง อบต.ลำพญา ต้องการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้เกิดความคุ้มค่าของนักท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดทำรายการท่องเที่ยว เช่น ช่วงเช้าเที่ยวที่ตลาดน้ำและช่วงบ่ายไปเที่ยวตลาดบางหลวง หรือ ตลาดเก่าบาง

หลวง รศ. 122 อ.บางเลน จ.นครปฐม ดังนั้นจึงเป็นประเด็นสำคัญในการวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อที่จะทราบข้อมูลต่างๆ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นต้นแบบในการที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับตลาดบางหลวงหรือตลาดน้ำอื่น ๆ ที่จะมีในอนาคต อย่างมีประสิทธิภาพ

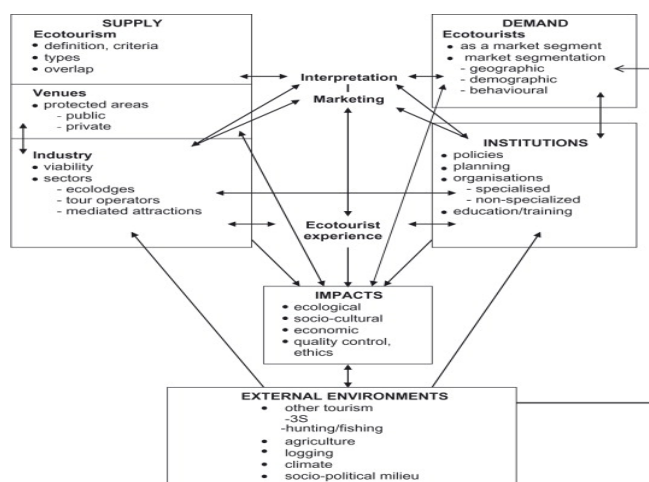
จึงทำให้งานวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างและพัฒนาระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและเป็นต้นแบบในการที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น ๆ ได้



รูปที่ 1 สภาพทั่วไปของตลาดน้ำลำพญา

2. วิธีดำเนินการ

งานวิจัยนี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยในรูปแบบการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มีการนำนักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการจะเริ่มตั้งแต่การประชุมกลุ่มนักวิจัยเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินงานและร่างแผนงานวิจัย โดยเริ่มจากการค้นหาผลงานวิจัยรวมถึงข้อมูลเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากนั้นจึงได้มีการนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์และปรับแก้ให้เหมาะสมกับงานวิจัยที่จะลงพื้นที่ เมื่อมีการสังเคราะห์และปรับแก้เรียบร้อยแล้วจึงได้มีการนำผลการสังเคราะห์และเพื่อให้การสัมภาษณ์เชิงลึกออกมาภายใต้ขอบเขตการวิจัยเดียวกันจึงได้มีการประชุมกลุ่มเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์และทำการอบรมกลุ่มนักวิจัยก่อนที่จะมีการลงพื้นที่สัมภาษณ์และแบ่งพื้นที่เป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างไว้อย่างชัดเจนและนำมาวางแผนกลยุทธ์ในการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยทางกลุ่มวิจัยจะใช้แนวทางการสัมภาษณ์โดยมุ่งเน้นที่การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างซึ่งจะออกมาในข้อมูลเชิงคุณภาพเมื่อได้ผลการวิเคราะห์ในขั้นต้นก็จะนำผลที่ได้มาสังเคราะห์เพื่อแบ่งกลุ่มย่อยต่อไป โดยกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ส่วนใหญ่จะมาได้มาจาก คำนิยามของคำว่า Ecotourism ที่มีผู้รวบรวมไว้อย่างต่ำ 85 คำนิยาม (Fennell 2001) ซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสนสำหรับการพัฒนาทั้งในแง่วิชาการและปฏิบัติทางกลุ่มวิจัยจึงได้มีการประชุมกลุ่มเพื่อลดขนาดของคำจำกัดความและปรับปรุงในบางประเด็นให้เหมาะสม รวมทั้งแนวคิดของโครงสร้างของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ David B. Weaver และ Laura J. Lawton (2007) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยจะลดขนาดของกลุ่มเป้าหมายและประเด็นต่างๆลงพร้อมกับทั้งคันทางานวิจัยและรูปแบบของการพัฒนาระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาดน้ำลำพญาดังแสดงด้วยแผนภาพที่ 1 Ecotourism sector schemata



แผนภาพที่ 1: Ecotourism sector schemata

(David B. Weaver และ Laura J. Lawton 2007)
โครงสร้างดังกล่าวแบ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำลำพญา: การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและเป็นเครือข่ายสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วนที่มีความเชื่อมโยงกัน ได้แก่ 1. อุปทาน (Supply) 2. อุปสงค์ (Demand) 3. สถาบัน (Institutions) 4. ผลกระทบ (Impacts) และ 5. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environments) ในการประเมินองค์ประกอบทั้ง 5 ส่วนนี้ทางกลุ่มวิจัยได้พัฒนาและปรับใช้แนวคิดดังกล่าวให้เหมาะสมกับลักษณะของตลาดน้ำลำพญาเพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้จริงโดยในที่สุดจึงได้ออกมาเป็น 1 รูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยในจุดนี้จะดูในเรื่องของจุดแข็งของตลาดน้ำลำพญาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์เปรียบเทียบกับอุปทาน) 2 แนวทางการสร้างและพัฒนาระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยในส่วนนี้จะพิจารณาถึงลักษณะความสัมพันธ์ของตลาดน้ำลำพญากับองค์ประกอบอื่นๆ อาทิเช่น ความสัมพันธ์กับหน่วยงานราชการอื่นๆ ความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการจากแหล่งการค้าอื่น ความสัมพันธ์ภายในชุมชน

ความสัมพันธ์กับตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวอื่น โดยผลที่ได้จะนำมาใช้เป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนของตลาดน้ำลำพญาที่เป็นต้นแบบในการที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นๆ

3. ผลการดำเนินงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีแบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีจำนวนแบบสัมภาษณ์ที่นำมาวิเคราะห์ทั้งสิ้นจำนวน 336 ชุด โดยในบทนี้จะนำเสนอข้อมูลทั้งเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน โดยได้แบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป ผลความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจในตลาดน้ำลำพญาที่ตอบสนองกับความต้องการของทางนักท่องเที่ยว และรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายตลาดน้ำลำพญากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น โดยข้อมูลทั่วไปจะอธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับความคิดเห็นจะแสดงแยกตามลักษณะของความเกี่ยวข้อง

3.1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน และ ผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงจำนวนประชากรทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง โดยได้รับการยืนยันจากองค์การบริหารส่วนตำบล ชาวบ้าน และผู้บริหารในตลาดน้ำลำพญาจำแนกได้เป็น 11 หมู่บ้าน 709 ครัวเรือน คิดกลุ่มตัวอย่างตามYAMANE 256 ชุด นักท่องเที่ยว เจลีย์เข้าใช้บริการ 100 คนต่อชั่วโมง คิดกลุ่มตัวอย่างตามYAMANE 80 ชุด หลังจากนั้น ได้ทำการส่งนักศึกษาที่ได้รับการฝึกการทำการวิจัยลงไปสัมภาษณ์เชิงลึกตามจำนวนดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยได้ติดตามและสรุปแบบสัมภาษณ์ โดยได้รับการตอบกลับเต็มจำนวนดังที่ได้ตั้งเป้าไว้ ของจำนวนประชากรทั้งหมด จากนั้นจึงทำการคัดเลือกแบบสัมภาษณ์ ที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำมาศึกษาจริงคงเหลือ 312 ชุด คิดเป็น มีผู้ให้ความคิดเห็นจำนวนร้อยละ 92 ของ

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยจะพบว่า แบบสัมภาษณ์ ที่ทำการเก็บรวบรวมส่วนใหญ่เป็นชาวบ้าน และผู้บริหารในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 256 ชุด ซึ่งได้รับการตอบกลับจำนวน 240 ชุด (93%) และได้คัดเลือก เพื่อนำมาทำการศึกษา ในจำนวนนี้ เมื่อจำแนกตามลักษณะงานพบว่า เป็นผู้บริหารจำนวน 12 คน และเป็นลูกบ้านจำนวน 228 คน ซึ่งประกอบการค้าอยู่ในตลาดน้ำลำพญาจำนวน 35 คน และแบบสอบถามจำนวนที่เหลือจำนวน 72 ชุด เป็นของนักท่องเที่ยว



รูปที่ 2 แสดงตัวอย่างส่วนหนึ่งของการลงพื้นที่สัมภาษณ์ ณ ตลาดน้ำลำพญา

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ให้บริการ (รูปแบบการจัดการธุรกิจ) ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสามารถสรุปเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

3.2.1 การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ควรได้รับความร่วมมือจากทุกๆ ส่วน ทั้งคนในชุมชน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีการประชุมแนวทางการจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ขอความร่วมมือในการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาดน้ำ

3.2.2 การศึกษาเรียนรู้และการชื่นชมทัศนียภาพ สัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนร่วมกันเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ร่วมกันอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ เช่น วิถีชาวบ้าน มีการจัดการชุมชนให้มีสภาพที่ถูกหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ และมีการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกิจกรรมการประชาสัมพันธ์

3.2.3 การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ สามารถทำได้โดยมีระบบการจัดการในสถานที่ค้าขายที่เหมาะสมถูกต้องตามหลักการเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การจัดการกิจกรรม เก็บขยะในแม่น้ำ การรณรงค์รักษาความสะอาดในแม่น้ำท่าจีน

3.2.4 การศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติและการสร้างจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการที่ชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเปิดให้มีการประชุมในการจัดแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมีการจัดกิจกรรมในการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น คนในชุมชนร่วมกันทำความสะอาดบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำ รวมทั้งในบริเวณแม่น้ำ ก็จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

3.2.5 การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์สามารถเริ่มจากคนในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ต้องมีความรักในภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์ให้คนรุ่นหลังได้รับรู้และสืบทอด เช่น วิถีชาวบ้าน และจัดสถานที่ให้ถูกหลักของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ

3.2.6 การท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยที่ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องมีบทบาทในการชี้แนะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและจัดสถานที่ของตลาดน้ำลำพญาให้ถูกต้องตามหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โดยมีการวางแผนการออกกฎระเบียบเพื่อความเรียบร้อยของตลาดน้ำ

3.2.7 การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา และการรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนคนในชุมชนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว ช่วยทำงานเกี่ยวกับหน้าที่ของตนให้ดีเพื่อจะได้พอดี และจัดให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.2.8 การช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เริ่มต้นได้จากการที่ทางตลาดน้ำจัดระบบในการจัดสถานที่ค้าขายที่เหมาะสมและถูกต้องตามหลักสุขลักษณะ ซึ่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ต้องมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และเป็นสินค้าที่กลุ่มผู้บริโภคต้องการ

3.2.9 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ต่างจากการท่องเที่ยวแบบปกติ เริ่มจากการประชุมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการบอกต่อนักท่องเที่ยวท่านอื่นที่ยังไม่ได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.2.10 การท่องเที่ยวโดยเน้นการส่งเสริมรายได้ทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าตลาดน้ำลำพญามุ่งเน้นความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลักโดยมีการจัดระเบียบและรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ อีกทั้งจัดหาพ่อค้าแม่ค้าที่มีความสนใจร่วมค้าขายในตลาดน้ำลำพญา เพื่อให้ตลาดน้ำมีสินค้ามากมายหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรมากยิ่งขึ้น โดยสินค้าในตลาดน้ำลำพญามีราคาที่ถูกและคุณภาพที่ดี อีกทั้งคนในชุมชนร่วมกันดูแลลำน้ำ เก็บขยะให้สะอาด ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ โดยเชื่อว่าในอนาคตตลาดน้ำลำพญาจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

3.2.11 การท่องเที่ยวโดยเน้นการส่งเสริมรายได้ทางเศรษฐกิจ ตลาดน้ำลำพญามีการจัดระบบสถานที่ขายให้เหมาะสม ถูกต้องตามสุขลักษณะ มีการรับพ่อค้าแม่ค้าที่สนใจร่วมค้าขายให้เข้ามาขายสินค้าในตลาดน้ำมากยิ่งขึ้น

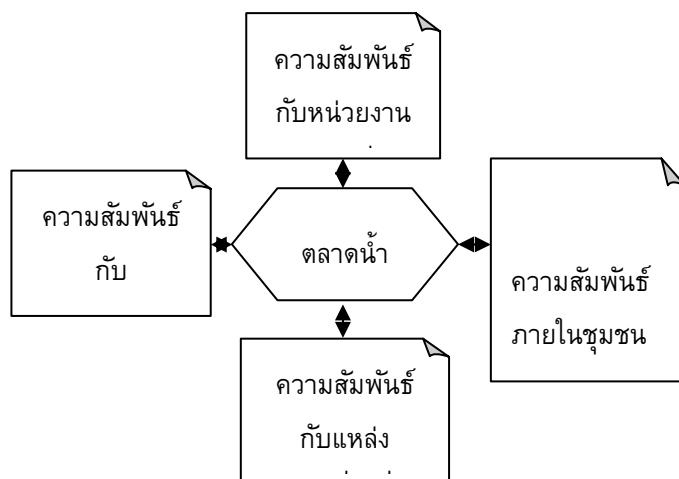
3.2.12 การท่องเที่ยวที่จำกัดรูปแบบของกิจกรรมและขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ภายใต้รูปแบบ Mass ecotourism สามารถจัดทำได้โดยประชุมจัดแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดแนวทางการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีอยู่ให้เกิดการสามัคคีกันมากยิ่งขึ้น

3.2.13 การท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ดี มีการรักษาสีงแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพแสดงให้เห็นว่าตลาดน้ำลำพญา มีการจัดระบบสถานที่ขายให้เหมาะสมและถูกต้องตามสุขลักษณะ คนในชุมชนร่วมกันรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญา โดยเก็บขยะให้สะอาด ไม่ทิ้งขยะลงแม่น้ำ ปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนห่วงแหนในท้องถิ่นของตนเอง จะทำให้ตลาดน้ำลำพญาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกหลักการอนุรักษ์ธรรมชาติ และจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะเวียนมาที่ตลาดน้ำลำพญามากยิ่งขึ้น

3.2.14 การประสานความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวและให้ประโยชน์ที่เหมาะสมแสดงถึงการที่คนในชุมชนควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน รับฟังข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการทำงานร่วมกันก่อให้เกิดความสามัคคี มีการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์เพื่อนำผู้มาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำลำพญา

3.5 รูปแบบและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายตลาดน้ำลำพญา กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น

จากแนวคิดสู่การพัฒนากระบวนเครือข่ายระหว่างตลาดน้ำลำพญา กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้(แผนภาพที่ 2)



แผนภาพที่ 2: รูปแบบเครือข่ายทางธุรกิจที่ตลาดน้ำลำพญาได้มีกระบวนการจัดการและกำลังพัฒนาสร้างเป็นเครือข่ายขนาดเล็กในพื้นที่

พบว่าในกระบวนการสร้างเครือข่ายของตลาดน้ำลำพญานั้นทางตลาดน้ำได้เริ่มต้นในการพัฒนาจากกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจภายในโดยเน้นความเข้มแข็งของชุมชนและการสื่อสารโดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งจะเห็นได้ในผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 ส่วนที่ 2 เช่น การจัดระบบในการจัดสถานที่ค้าขายที่เหมาะสมและเป็นธรรม ถูกต้องตามหลักสุขลักษณะโดยจะอาศัยทั้งผู้ค้าภายในและแหล่งสาธารณะสุขภายนอกหรือแม้แต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้ให้ทางการท่องเที่ยวและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อาทิเช่น มหาวิทยาลัยมหิดลเข้ามามีบทบาทในการชี้แนะในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามัคคีเพิ่มมากขึ้น โดยจะพบว่าในปัจจุบันตลาดน้ำลำพญามีร้านค้ามากกว่า 300 ร้านค้า จึงทำให้ทางคณะกรรมการตลาดน้ำลำพญาต้องเน้นการประชุมและออกความเห็นในการพัฒนาเพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของตลาดน้ำ โดยทางตลาดน้ำลำพญาจะเน้นบริบทในการพัฒนาจะต้องไปในทิศทางเดียวกันภายใต้การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยจะ

เห็นได้ว่าทางผู้บริหารและผู้มีส่วนได้เสียในตลาดน้ำลำพญาให้ความสำคัญในทุกประเด็นไม่ว่าจะเป็นชุมชนเข้มแข็ง พัฒนาตลาดน้ำ สร้างเครือข่าย เผยแพร่ข่าวสาร ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่วนทางด้านความสัมพันธ์กับหน่วยงานราชการอื่นๆ หรือหน่วยงานภายนอกเราพบว่าได้มีการให้ทางหน่วยงานสาธารณสุขเข้ามาให้ความรู้ในการสร้างสุขอนามัยในการประกอบอาหารและทางด้านการท่องเที่ยวก็มีการเข้ามาให้ความรู้แก่คนในชุมชนในการที่จะให้การบริการนักท่องเที่ยว หรือแม้แต่ทางมหาวิทยาลัยต่างๆ ก็เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำลำพญาอย่างต่อเนื่อง ส่วนทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างตลาดน้ำลำพญากับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ โดยได้เน้นการท่องเที่ยวภายในลุ่มน้ำทำจีนโดยแบ่งเป็น 2 สาย คือ สายแรก ล่องจากตลาดน้ำขึ้นทางด้านทิศเหนือ ผ่านวัดบางพระ วัดสุขวัฒนาราม เป็นต้น สายที่สอง คือ ล่องจากตลาดน้ำลงทางด้านทิศใต้ ผ่านวัดบางปลา วัดบางภาษี และผ่านคุ่มแม่น้ำทำจีนของหม่อมไฉไล เป็นต้น นอกจากการล่องเรือลำใหญ่แล้วยังมีพิพิธภัณฑ์เครื่องมือทำมาหากินแบบโบราณของชาวตำบลลำพญา มีนวดแผนโบราณ สปา บางอาทิตย์ทางคณะกรรมการยังจัดกิจกรรมมาเสริมจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น หุ่นละครโจหลุยส์ การสอนสานเครื่องใช้จากผักตบชวา และการวาดภาพระบายสี เป็นต้น และนอกจากนี้ทางตลาดน้ำลำพญาได้เคยสร้างความสัมพันธ์ของตลาดน้ำลำพญากับตลาดน้ำดอนหวาย ทางคณะกรรมการได้มีการเจรจากับทางตลาดน้ำดอนหวายแต่ไม่เป็นผลสำเร็จ เพราะทัศนคติในการดำเนินงานไม่ตรงกัน ส่วนในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการอื่นๆ นอกพื้นที่ทางคณะกรรมการตลาดน้ำลำพญาได้มีการผูกทัวร์ จะมีบริษัททัวร์เข้ามาติดต่อทำทัวร์กับตลาดน้ำลำพญาในการนำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำลำพญา โดยทางคณะกรรมการของตลาดน้ำจะลดราคาเรือท่องเที่ยวให้ เช่น มาเที่ยว 20 คน คิดราคา 15 คน และเจ้าของทัวร์ยังผูกทัวร์กับกลุ่มแม่บ้านจักรสานพาลูกทัวร์ไปเลือกซื้อและชมเครื่องจักรสาน ชมสวนผลไม้ ไร่อ้อย ไร่มันสำปะหลังและจากการที่ในปัจจุบันทางตลาดน้ำลำพญา

มีขนาดใหญ่เกินกว่าพื้นที่ที่จะรับได้จึงได้มีการวางแผนร่วมกับทางเทศบาลในการจัดตลาดน้ำในละแวกใกล้เคียงซึ่งเป็นการเปิดโครงการใหม่ คือ เปิดเป็นตลาดน้ำยามเย็น ซึ่งจะเปิดต่อจากตลาดน้ำลำพญา โดยเริ่มตั้งแต่เวลา 16.00 – 20.00 น. บริเวณปากคลองทวีวัฒนาซึ่งเป็นบริเวณปากน้ำของตลาดน้ำลำพญา ซึ่งในการจัดตั้งตลาดน้ำยามเย็นจะต้องวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ดีเนื่องจากทางตลาดน้ำลำพญาได้เคยดำเนินการจัดสร้างเครือข่ายอยู่ 4 เครือข่าย แต่สำเร็จเพียง 3 เครือข่ายคือ ตลาดน้ำวัดบางพระ ตลาดน้ำวัดบางปลา ตลาดน้ำวัดบางปะศรี ซึ่งอีกหนึ่งเครือข่ายที่ยังส่งผลขาดทุนอยู่คือ เครือข่ายกับวัดบางหลวงและยังไม่ได้รับทุนคืนจนปัจจุบันจึงทำให้ต้องมีการสร้างเครือข่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น

4. แนวทางการนำผลงานไปใช้ประโยชน์

ผลงานวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้กับตลาดน้ำลำพญาและใกล้เคียงโดยในปัจจุบันผลงานวิจัยฉบับนี้ได้มีการนำเสนอให้แก่คณะกรรมการบริหารตลาดน้ำลำพญาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำลำพญาและพัฒนาเครือข่ายของตลาดน้ำต่อไปโดยทางกลุ่มวิจัยเชื่อว่าผลการดำเนินการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเครือข่ายของตลาดน้ำยามเย็นที่กำลังจะสร้างใหม่รวมถึงพัฒนาปรับปรุงเครือข่ายตลาดน้ำในลุ่มน้ำทำจีนที่แบ่งเป็น 2 สาย คือ สายแรก ล่องจากตลาดน้ำขึ้นทางด้านทิศเหนือ ผ่านวัดบางพระ วัดสุขวัฒนาราม เป็นต้น สายที่สอง คือ ล่องจากตลาดน้ำลงทางด้านทิศใต้ ผ่านวัดบางปลา วัดบางภาษี และผ่านคุ่มแม่น้ำทำจีนของหม่อมไฉไล



รูปที่ 3 แสดงนำเสนอผลงานวิจัยให้แก่คณะกรรมการบริหารตลาดน้ำลำพญาหลังจัดเวทีประชาคมแล้ว

Fennell 2001 อ้างถึงใน D.B. Weaver and Laura J. Lawton (2007) Twenty

5. อภิปรายผล

ผลจากการศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ พบว่ารูปแบบของการจัดการภายในตลาดน้ำลำพญามีองค์ประกอบที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในครบทุกประเด็นโดยเฉพาะในเรื่องของการให้ความใส่ใจในการให้บริการและยังมีจุดเด่นในการที่สามารถรักษาซึ่งขนมธรรมเนียมประเพณีและธรรมชาติในท้องถิ่นไว้ได้ส่วนในประเด็นของแนวทางการสร้างเครือข่ายพบว่าในปัจจุบันตลาดน้ำลำพญาได้มีการสร้างเครือข่ายในการท่องเที่ยวไปยังตลาดน้ำอื่นและกำลังพัฒนาไปยังโครงการใหม่คือตลาดน้ำยามเย็น ถึงอย่างไรก็ตามการพัฒนาในเรื่องของเครือข่ายการท่องเที่ยวยังคงมีความเสี่ยงในการลงทุนจากหลายประเด็นโดยเฉพาะเรื่องของสภาพเศรษฐกิจและการร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ระหว่างชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- D.B. Weaver and Laura J. Lawton Twenty Tourism Management: paper book 2007
- Butler, R.W. (1990) Alternative tourism: pious hope or Trojan horse? Journal of Travel Research