

## รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของเทศบาลไทรน้อย: กรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย<sup>1</sup>

นางลำไย เพ็ญกลิ่น<sup>2</sup>

รองศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ จุลपालานนท์<sup>3</sup>

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะนุช เงินคล้าย

อาจารย์ ดร.วีระยุทธ พรพจน์ธนาภาค

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการจัดการตลาดน้ำไทรน้อย และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการจัดการตลาดน้ำไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้วิธีการวิจัย 2 แบบ คือ 1) การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้เอกสารที่เกี่ยวข้อง และ 2) วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่เกี่ยวข้องกับที่เกี่ยวกับตลาดน้ำไทรน้อย โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 2 คน 2) กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า จำนวน 4 คน 3) กลุ่มนักท่องเที่ยว 4 คน และ 4) กลุ่มประชาชนทั่วไป 4 คน

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการแก้ไขการจัดการตลาดน้ำไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรประกอบด้วย 10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาส และความเสี่ยง ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน ขั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการ ขั้นที่ 7 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ขั้นที่ 9 ประเมินผล ในขั้นตอนประเมินผล และขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร

<sup>1</sup> บทความเรียงจากการศึกษาอิสระเรื่อง “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของเทศบาลไทรน้อย: กรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย” ซึ่งได้ผ่านการสอบเรียบร้อยแล้ว

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท, โครงการหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>3</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ, รองศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ จุลपालานนท์

## บทนำ

### 1. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการจัดการตลาดน้ำไทรน้อย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการจัดการตลาดน้ำไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### 2. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

#### 1) ขอบเขตพื้นที่การศึกษา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย และสำรวจสถานที่สำคัญต่างๆ ในพื้นที่ความรับผิดชอบของอำเภอไทรน้อย เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำไทรน้อย

#### 2) ขอบเขตด้านประชากรศึกษา

ประชากรท้องถิ่น คือพ่อค้าแม่ค้า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำไทรน้อย นักท่องเที่ยว หรือ ผู้คนที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย

#### 3) ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

ศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี และสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอไทรน้อย การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี ปัญหาอุปสรรคของการจัดการตลาดน้ำไทรน้อย แนวทางการแก้ไขการจัดการตลาดน้ำไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### 3. วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพจะเป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ ประชาคมตลาดน้ำไทรน้อย โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) เป็นการสัมภาษณ์โดยทางผู้วิจัยจะมีการกำหนดหัวข้อที่ต้องการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างหลวม ๆ DPU โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเป็นการสอบถามการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนดังกล่าวที่มีต่อตลาดน้ำไทรน้อย โดยเป็นการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก

### 1) ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยจะดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลเจาะลึก โดยจะทำการสัมภาษณ์ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย ผู้บริหารหรือประชาคมตลาดน้ำและใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

### 2) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

(1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตการสัมภาษณ์ และแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้น

(2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางในการศึกษาเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจ และนำไปสู่แนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลต่อไป

### 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ทางผู้วิจัยจะเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตัวเองโดยมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างมีการกำหนดประเด็นคำถามไว้อย่างหลวม ๆ การสัมภาษณ์เป็นในลักษณะการพูดคุย หรือการซักถามระหว่างบุคคล โดยมีการกำหนดประเด็นที่จะพูดไว้ล่วงหน้า เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการมีส่วนร่วมของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวหรือ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในชุมชนการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือเชิงอนุรักษ์อย่างไร เป็นต้น โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรท้องถิ่นประกอบไปด้วยพ่อค้า แม่ค้า ประชาคมตลาดน้ำ ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่รัฐบาลให้มีความละเอียดลึกซึ้งในการหาข้อมูลทางการวิจัยและสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปสนับสนุนในการตอบแบบ

(1) สัมภาษณ์ได้อุปกรณ์ที่ช่วยในการรวบรวมข้อมูล

(2) สมุดจดบันทึก ข้อมูลที่สำคัญในการสัมภาษณ์

(3) เทปบันทึกเสียง ใช้ในการอัดเสียงสัมภาษณ์เพื่อให้ได้รับข้อมูลครบถ้วนไม่ตกหล่น  
กล้องถ่ายรูป ใช้บันทึกภาพและข้อมูลที่ใช้ในการสังเกต

#### 4) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบด้านเนื้อหา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดที่วางไว้รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญชี้แนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไข ให้ถูกต้องเหมาะสม

#### 5) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (ปฐมภูมิ) และข้อมูลเอกสาร (ทุติยภูมิ) แล้ว จึงนำมาสรุปประเด็น นำข้อมูลจากการสังเกต และสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค การนำแนวทางการจัดการเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำของไทยอย่างยั่งยืนที่ใช้รูปแบบการจัดการเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุป หาข้อเสนอแนะนำมาสร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและประชากรท้องถิ่นนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยอย่างยั่งยืนซึ่งกล่าวโดยละเอียดอีกครั้งในบทที่ 4 และบทที่ 5 ระยะเวลาในการศึกษาระยะเวลาที่ใช้ในการทำการศึกษาวิจัย ประมาณ 6 เดือน โดยแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ค้นคว้าอิสระโดยเริ่มตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม 2563 ถึงเดือนกรกฎาคม 2563 โดยการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎีรวมถึงผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ระยะที่ 2 เสนอการค้นคว้าอิสระในเดือนมิถุนายน 2563 และทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริงโดยการแบบสัมภาษณ์ จำนวน 14 คน รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในเดือนสิงหาคม 2563 ถึงเดือนตุลาคม 2563 และทำการประมวลผลเพื่อสรุปในงานวิจัย

### 4. ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม สามารถสรุปประเด็นได้ดังต่อไปนี้

#### 1. ตลาดน้ำไทรน้อยมีความเป็นมาอย่างไร

ตลาดน้ำไทรน้อยเริ่มเปิดดำเนินกิจกรรมที่บริเวณริมเขื่อนหน้าเทศบาลตำบลไทรน้อย โดยกรกฎาคม 2545 โดยวัดไทรใหญ่ สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2410 มีอาณาเขตจำนวน 20 ไร่ เดิมชื่อวัดมหานิกโรธาราม ซึ่งแปลว่า “ไทร” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดไทรใหญ่” เมื่อ พ.ศ.2498 ภายในอุโบสถมีภาพจิตรกรรมเรื่องพระเจ้าสิบชาติ ปุชนิยวัตถุที่สำคัญของวัดคือ “หลวงพ่อทองคำ” ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านและประชาชนทั่วไป อาชีพหลักของชาวตลาด

น้ำไทรน้อยถือการทำนา ทำสวน ปลูกผัก ผลไม้ โดยเกษตรกรไทรน้อยได้มีการรวมกลุ่มเพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายที่ตลาดน้ำไทรน้อยแห่งนี้ และสถานที่ใกล้เคียงที่น่าสนใจ มีกิจกรรมที่น่าสนใจ มีการบริการคั้นการท่องเที่ยวของชุมชน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน

2. การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี ควรเป็นอย่างไร

การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วม ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวต้องมีส่วนไปสนับสนุนในการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม และองค์กรชุมชนต้องมีความเข้มแข็งพอ

3. ปัญหาอุปสรรคของการจัดการตลาดน้ำไทรน้อยมีอะไรบ้าง

ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน ไม่สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และสภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหาได้แบบชัดเจน การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมดมีน้อยมาก ส่วนใหญ่จะกระจุกตัวเฉพาะผู้ที่มีอำนาจ ชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรม ความพร้อมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำภายในชุมชนเท่านั้น ยังไม่มีระบบกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

ขาดการเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ขาดประสบการณ์และทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการความเพลิดเพลิน ขาดความตื่นตัวและการเรียนรู้

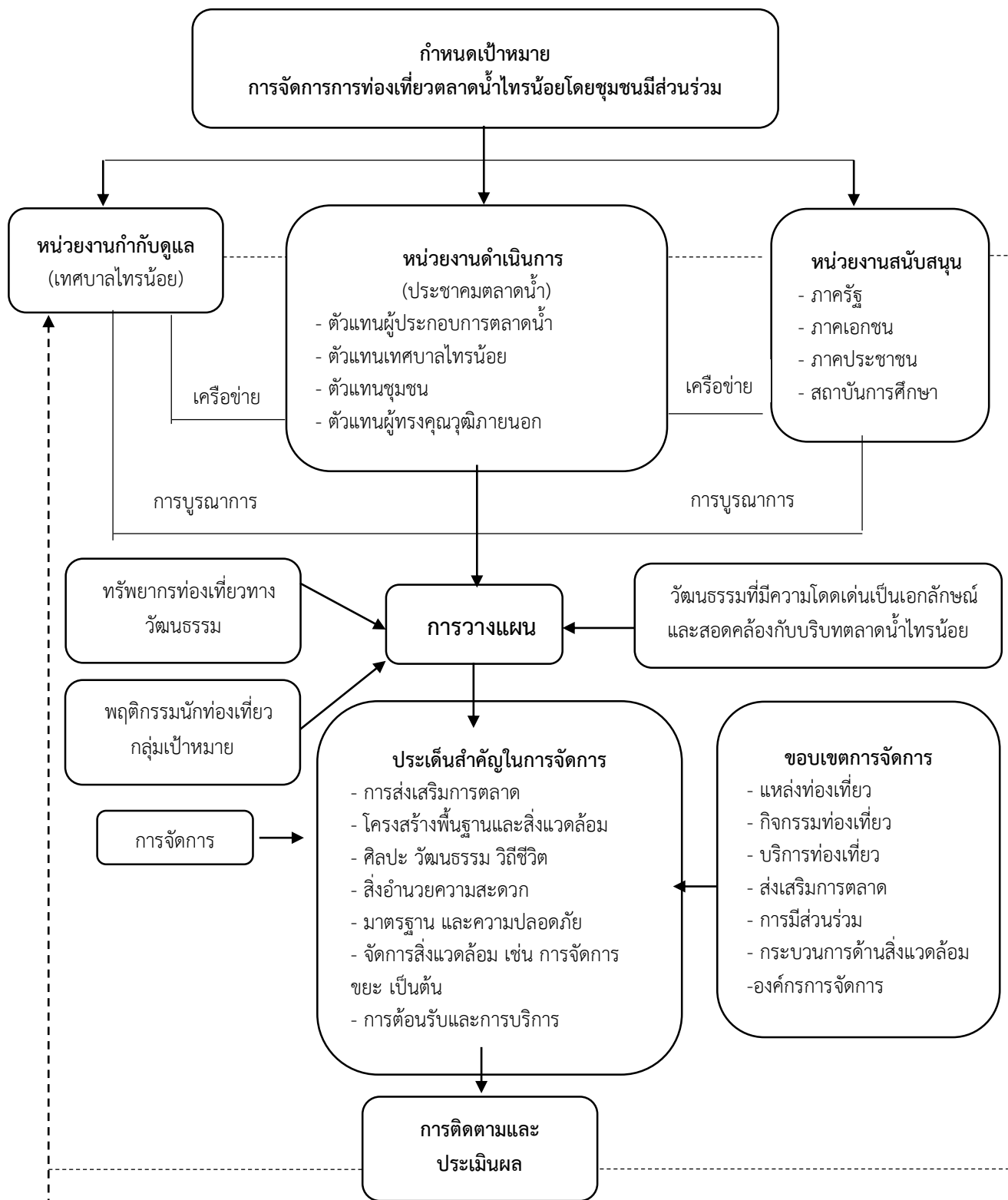
4. แนวทางการแก้ไขการจัดการตลาดน้ำไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเป็นอย่างไร

ผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน ขั้นที่ 4

วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ-ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ชั้นที่ 5 ร่วมกัน  
พัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน ชั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการ ชั้นที่ 7 ประสานงาน  
กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ชั้นที่ 9 ประเมินผล ใน  
ขั้นตอนประเมินผล และชั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร

## รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของเทศบาลไทรน้อย: กรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย



## 5. อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอการอภิปรายผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้

การมีส่วนร่วมของพ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำไทรน้อยในด้านต่างๆ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การสรรหาบุคลากร การนำหรือการสั่งการ และการควบคุมองค์กร การพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อยอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยพระมหาทองมา ใบทับทิม (2550) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในการรับทราบปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางโดยในด้านการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง และด้านร่วมประชุมปรึกษาปัญหาการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของธิดารัตน์ ตันนิรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว (ตลาดคลองสวน 100 ปี)

ทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติโดยรวมในอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ทัศนคติต่อการจัดสถานที่วางขายสวยงามน่าเดินท่องเที่ยว ทัศนคติต่อขนาดของแพริมน้ำเหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยว ทัศนคติต่อความน่าสนใจของตลาดน้ำไทรน้อย ทัศนคติต่อสินค้าที่มาจำหน่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทัศนคติต่อทัศนียภาพและการตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามและทัศนคติต่อบรรยากาศและความร่มรื่นของสถานที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลินอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของดวงสุดา พิสิฐฐาพิบูล และคณะ (2550) เรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย



## บทสรุป ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม

#### 1) หน่วยงานภาครัฐ

(1) เทศบาลตำบลไทรน้อยควรมีการกำหนดแนวนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่

ชัดเจน โดยมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และแผนงาน โครงการที่ชัดเจนในการพัฒนาการตลาดน้ำไทรน้อยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อการพัฒนาภายใต้ความเป็นไปได้ที่สอดคล้องกับศักยภาพและบริบทของพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย

(2) ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้อง

กับบริบทของพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย เช่น ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมายการบริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

(3) ควรมีการส่งเสริมด้านการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำ

ไทรน้อยและส่งเสริมกิจกรรมที่ความโดดเด่นทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ประเพณีไหว้หลวงพ่อทองคำ

(4) ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาบุคคลด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อยอย่าง

ต่อเนื่อง เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การอบรมยุวมัคคุเทศก์ เป็นต้น

(5) เทศบาลตำบลไทรน้อย ควรมีวางแผนเพื่อการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ระหว่างพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย และพื้นที่ใกล้เคียง โดยใช้ตลาดน้ำไทรน้อยเป็นกลยุทธ์หลักในการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อการสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเพื่อเป็นการกระจายโอกาสแก่นักท่องเที่ยวให้กับพื้นที่เชื่อมโยงอื่น ๆ

6) เทศบาลตำบลไทรน้อย ควรมีการใช้เพิ่มรูปแบบการตลาด และการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย เช่น การใช้การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ และสังคมออนไลน์ (Social network) เป็นต้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายน้อย เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และมีความทันสมัยในยุคปัจจุบัน) เทศบาลตำบลไทรน้อย ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการจัดการภายในตลาดน้ำไทรน้อย เป็นรายไตรมาสอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ตัวชี้วัดทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างมีหลักเกณฑ์ในการประเมินที่ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

7) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการเชื่อมโยงความร่วมมือและการดำเนินงานแบบบูรณา

การเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

2) ภาคประชาชน

(1) ชุมชนควรมีการรวมตัวเพื่อจัดองค์กรในการจัดการท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของ

ชุมชน และเปิดโอกาสให้ทุกภาคีที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย เข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทในการจัดการอย่างเสมอภาค เพื่อลดปัญหาช่องว่างในการประสานงานภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อย

(2) ชุมชนควรมีการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพื่อเชื่อมโยงความร่วมมือกับตลาดน้ำ

ทั้งในและนอกพื้นที่ อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ องค์ความรู้และแนวทางในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อย ให้มีความหลากหลายและครอบคลุมได้มากยิ่งขึ้น

(3) ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

ตลาดน้ำไทรน้อย และพื้นที่เชื่อมโยง โดยการเข้าร่วม หรือจัดกิจกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

(4) ชุมชนควรให้ส่งเสริม และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน

เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำไทรน้อยอย่างต่อเนื่อง

## 2. ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1) การศึกษาเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรในการจัดการตลาดน้ำไทรน้อย เพื่อการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากองค์กรในการจัดการมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาตลาดน้ำไทรน้อยให้เกิดความยั่งยืน รวมทั้งเพื่อเป็นการยกระดับประสิทธิภาพในการจัดการให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2) การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำไทรน้อย เนื่องจาก

ปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังนั้น หากมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านนี้ จะทำให้พื้นที่จะสามารถเตรียมมาตรการในการดำเนินงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) การศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับตลาดน้ำไทรน้อย

เพื่อสร้างความหลากหลาย และสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

## บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรมการท่องเที่ยว. (2552). คู่มือท่องเที่ยว 15 ตลาดบก 16 ตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ:

ผู้แต่ง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). ปี ท่องเที่ยววิถีไทย 2558. สืบค้นจาก

<http://thai.tourismthailand.org/>

จรรูวรรณ อุชาติ. (2554). ทักษะคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นจาก

<http://esanwisdom.kku.ac.th/khonkaen/?View=entry&EntryID=93>.

จริยาวัฒน์ โลหะพุนตระกูล. (2553). การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

โดยชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหัวเฉียว

เฉลิมพระเกียรติ.

ดวงสุดา พิสิฐฐาพิบูล และคณะ. (2550). ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวตลาด

น้ำดอนหวาย (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). นครนายก. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิตารัตน์ ต้นนิรัตน์. (2557). (ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดคลอง

สวน 100 ปี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ธีราภรณ์ นกแก้ว. (2555). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร:

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรียาภรณ์ เนียมนง และวศิน เหลี่ยมปรีชา. 2554. (ตุลาคม- 2555, มีนาคม). การรวมกลุ่มของชุมชนนัก

ปฏิบัติเพื่อสร้างรูปแบบทางการตลาดที่ยั่งยืนผ่านทฤษฎีกิจกรรม: กรณีศึกษาตลาดน้ำ. วารสารวิทยาการ

จัดการและสารสนเทศศาสตร์: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พระมงคลนันทเขต. (2555). ประวัติพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช “หลวงพ่อดอกคำ วัดไทรใหญ่” มุลินีวัดไทรใหญ่. นนทบุรี.

ภูวนาท คุณผลิน. (2556). แนวทางการจัดการเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำของไทยอย่างยั่งยืน.

(ดุชนิพนธ์). รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริกาญจน์ ตติชยานนท์. (2550). การสร้างมาตรฐานตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาตลาด

น้ำตลิ่งชัน (ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ. (เล่มที่ 28 เรื่องที่ 3 ความเป็นมาและความสำคัญของตลาดในอดีต).

หทัยรัตน์ เดชศักดิ์. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัด ชลบุรี.

ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.