

การพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน¹

The Development of Bang Khla Floating Market

for Sustainable Tourism

นางสาวกัญยรัตน์ พุททมมงคล²

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพิ่มศักดิ์ จะเรียมพันธ์³

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน และรอบด้าน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ตลาดน้ำบางคล้ามีการจัดการโดยเทศบาลตำบลบางคล้า ภายใต้หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา ด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร และด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการตลาดน้ำบางคล้าที่สำคัญ ได้แก่ ต้องปรับปรุงซ่อมแซมแพอย่างเร่งด่วน เนื่องจากแพตลาดน้ำมีการชำรุดเสียหาย ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมทั้งขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการในการรักษาภูมิลักษณ์ของตลาดน้ำ 3) แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำบางคล้า เทศบาลตำบลบางคล้ามีแผนที่จะปรับปรุงพื้นที่ตลาดน้ำบางคล้าใหม่หมด รวมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์ในบริเวณโดยรอบ เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต มีการส่งเสริมการตลาดและมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ทั้งช่องทาง Online และ Offline มีการส่งเสริมโครงการฝึกอบรมต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการ และมีการจัดประชุมคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและผู้ประกอบการมากขึ้น

คำสำคัญ : ตลาดน้ำ , ตลาดน้ำบางคล้า , การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

¹บทความเรียงจากการศึกษา “การพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”

²นักศึกษา ปริญญาโท สาขาสหวิทยาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ABSTRACT

This independent study aims to 1) To study the management of Bang Khla Floating Market, Bang Khla District, Chachoengsao Province 2) To study the problems and obstacles in the management of Bang Khla Floating Market, Bang Khla District, Chachoengsao Province and 3) To propose guidelines for the development of Bang Khla Floating Market for Sustainable Tourism by using qualitative research to obtain clear and comprehensive information.

The research results found that 1) Bang Khla Floating Market is managed by Bang Khla Subdistrict Municipality under the principles of sustainable tourism management in terms of tourist resources and infrastructure, marketing, services, public relations and advertising, education and personnel development, and participation of all stakeholders. 2) The main problems and obstacles in the management of Bang Khla Floating Market include the need to urgently repair the raft because the floating market raft is damaged, promote more marketing activities and public relations, and ask for cooperation from entrepreneurs to maintain the rules and regulations of the floating market. 3) Guidelines for the development of Bang Khla Floating Market Bang Khla Subdistrict Municipality has a plan to completely renovate the Bang Khla Floating Market area, including adjusting the landscape in the surrounding area to make it a sustainable tourist attraction in the future, with more marketing and public relations. Both online and offline channels promote various training programs for entrepreneurs and hold regular board meetings to increase communication between executives and entrepreneurs.

Keyword : Floating market, Bang Khla Floating Market , Sustainable tourism

ที่มาและความสำคัญ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2562 ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยและการท่องเที่ยวโลกอย่างมาก ทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงัก ตั้งแต่ปี 2563 ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565 , หน้า 36) ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของภาครัฐที่ผ่านมา แต่ยังไม่เพียงพอต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวก็ยังคงส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างมาก

จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580) ระบุยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ระบุว่า มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ 1) ต่อยอดอดีต 2) ปรับปัจจุบัน และ 3) สร้างคุณค่าใหม่ให้อนาคต ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2561, หน้า 9) ซึ่งกำหนดแนวทางพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีมิติด้านการท่องเที่ยวเน้น มุ่งเน้นการสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจ และความหลากหลายของการท่องเที่ยว และใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2561 , หน้า 26)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ได้กำหนดจุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง สนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและพัฒนากำลังคนในภาคบริการให้สามารถเรียนรู้และสร้างทักษะใหม่ๆ ใ้จุดเด่นและความสร้างสรรค์เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีมูลค่าสูง มีเอกลักษณ์บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565, หน้า 37)

ตามแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา 20 ปี (พ.ศ. 2566-2585) ได้กำหนดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ผนวกกับความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในทุกมิติ (สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา , 2566, หน้า 220) ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ซึ่งจากการพัฒนาในช่วงที่ผ่านมา ตามแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. 2561-2565) ที่เน้นด้านการท่องเที่ยว ยังคงเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

และบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน และมีอัตลักษณ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน (สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา , 2566, หน้า 253-254)

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผ่อนคลายลง จากสถิติและจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2565 ไตรมาสที่ 1-3 พบว่ามีจำนวนผู้เยี่ยมชม (Visitor) เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ไตรมาสที่ 1-3 ซึ่งผู้เยี่ยมชมที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดฉะเชิงเทรา ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย (สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2566, หน้า 67-68) จึงกล่าวได้ว่าจังหวัดฉะเชิงเทรา ยังคงเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากแรงศรัทธาที่มีต่อองค์หลวงพ่พุทธโสธร จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัด ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งอำเภอบางคล้าเป็นอำเภอหนึ่งที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว อยู่ห่างจากอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ประมาณ 25 กิโลเมตร จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก และสามารถท่องเที่ยวในอำเภอบางคล้าได้ในเวลา 1 วัน ด้วยมีแม่น้ำบางปะกงไหลผ่านอำเภอบางคล้า จึงกลายเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญใกล้เมืองหลวงที่ได้รับความนิยมอีกแห่งหนึ่ง โดยเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากอำเภอใกล้เคียง เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ที่มีอยู่เดิมในอำเภอบางคล้า สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของอำเภอบางคล้า ได้แก่ วัดสาวชะโงก วัดหัวสวน วัดปากน้ำโจโล่ วัดมงคลเทพ วัดแจ้ง วัดโพธิ์บางคล้า อนุสรณ์สถานพระศุภเจติย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ล่องเรือรอบเกาะลัด ตลาดน้ำวัดบางกระเจ็ด และตลาดน้ำบางคล้า ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

ตลาดน้ำบางคล้า เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของอำเภอบางคล้า ตั้งอยู่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอบางคล้า ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง มีลักษณะเป็นแพเหล็กเชื่อมติดต่อกันยาวไปถึงบริเวณวัดแจ้ง โดยเทศบาลตำบลบางคล้า ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและยังคงมีความเป็นธรรมชาติอยู่มาก มาเป็นตลาดน้ำให้ประชาชนในพื้นที่และใกล้เคียง นำสินค้าพื้นถิ่น อาหารพื้นเมือง สินค้าการเกษตรตามฤดูกาล สินค้า OTOP มาจำหน่าย โดยผู้ประกอบการต้องอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบางคล้า พร้อมทั้งมีบริการเรือนำเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวชมธรรมชาติริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง ชมทัศนียภาพที่สวยงามและธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลนที่มีทรัพยากรธรรมชาติอยู่มาก และจากการประสบปัญหาการท่องเที่ยวของเขาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมานั้น ผู้ประกอบการในตลาดน้ำบางคล้าได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก จนหลังสถานการณ์โควิด-19 ผ่านไปหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ได้เข้าส่งเสริมและสนับสนุนให้การท่องเที่ยวในอำเภอบางคล้า ดึงจุดเด่นของตลาดน้ำบางคล้าที่มีบรรยากาศที่น่าประทับใจ อากาศดี มีทัศนียภาพริมฝั่งแม่น้ำบางปะกงที่สวยงาม รวมถึงมีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำ ส่งผลการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้าได้กลับมาคึกคักเหมือนเดิม การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้าให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจของอำเภอบางคล้าโดยรวมดีขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อประชาชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำบางคล้าอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำบางคล้า สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำบางคล้า และศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษานี้ จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1 ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำบางคล้า
- 2.2 ผู้ประกอบการในตลาดน้ำบางคล้า

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ดำเนินการวิจัย ในพื้นที่ตลาดน้ำบางคล้า ตำบลบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการระหว่างเดือน กันยายน – พฤศจิกายน 2567

ประโยชน์ของการศึกษา

1. แนวทางการจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการจัดการตลาดน้ำบางคล้า
3. แนวทางในการนำไปพัฒนาตลาดน้ำบางคล้า สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ
4. ตลาดน้ำบางคล้า ตำบลบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ ที่ได้รับการยอมรับจากนักวิชาการในแต่ละยุคสมัยนั้น มีจำนวนมาก มีวิวัฒนาการมาจากอดีตถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาพร้อมกับความก้าวหน้าของมนุษย์ซึ่งเป็นไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง มีแนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลายและมีจุดเด่น

นักวิชาการด้านการจัดการหลายท่านได้นิยามความหมายของคำว่า “การจัดการ” ไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายลักษณะของการจัดการเพื่อให้เกิดความชัดเจน ดังนี้

Harold Koontz (1968, อ้างถึงใน จันทนา อินทนิม, 2561, หน้า 10) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของเป็นอุปกรณ์การจัดการ

Rue and Byars (2002, อ้างถึงใน จันทนา อินทนิม, 2561, หน้า 10) กล่าวไว้ว่า การจัดการ คือ รูปแบบของงานซึ่งเกี่ยวข้อง กับการประสานทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

สมคิด บางโม (2558, อ้างถึงใน อมราพร พรพงษ์, 2560, หน้า 5) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ขององค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคน และการใช้ทฤษฎีในเรื่องความรู้ต่าง ๆ มาบริหารงานโดยใช้ความสามารถที่จะนำความรู้ไปใช้อย่างมีเหตุผล และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดการหรือการบริหารจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ คือ การจัดการมีลักษณะ เป็นศาสตร์ เพราะมีองค์แห่งความรู้ มีหลักเกณฑ์ และทฤษฎีที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าเชิงวิทยาศาสตร์อย่างต่อเนื่องจนมีลักษณะเป็นระบบและหลักการต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันที่ยอมรับทั่วไปว่าการจัดการเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่น่า มาศึกษาเล่าเรียนกันจนถึงระดับปริญญาเอก และที่กล่าวว่าการจัดการมีลักษณะเป็นศิลป์นั้น เนื่องจากผู้บริหารหรือนักจัดการสามารถนำเอาความรู้ หลักการ และทฤษฎีทางด้านการบริหารจัดการมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมจนสามารถนำองค์กรสู่ความสำเร็จ (อมราพร พรพงษ์, 2560, หน้า 8)

Frederic W. Taylor (อ้างถึงใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 46) ได้กำหนดหลักในการจัดการ 4 ประการ ได้แก่ 1) ในการทำงานแต่ละงาน ให้ใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในการคิดค้นและกำหนดวิธีที่ดีที่สุด สำหรับงานนั้น 2) ให้จัดหมวดหมู่ในการทำงานให้เหมาะสม พร้อมแบ่งงาน และความรับผิดชอบระหว่างฝ่ายบริหาร และคนงานอย่างเหมาะสม 3) คัดเลือกคนงานที่เหมาะสมแล้วฝึกอบรม และพัฒนาตามวิธีการที่กำหนด และ 4) ให้ฝ่ายบริหารประสานงาน และทำความเข้าใจกับคนงานในเรื่องต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด

ทฤษฎีการจัดการของ Henri Fayol (อ้างถึงใน สุนีย์ กาศจำรุญ, 2545, หน้า 16) หรือ POCCC ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และ การควบคุม (Controlling)

Gulick and Urwick (1973, อ้างถึงใน อิทธิพล โพธิ์ทองคำ, 2554, หน้า 13) เสนอ กระบวนการจัดการ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน 7 ประการ หรือ POSDCoRB ดังนี้ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Co-Ordinating) การรายงาน (Reporting) และ งบประมาณ (Budgeting)

การทอ่งเทียวแห่งประเทศไทย (2545, อ้างถึงใน อิศรากร พัลวัลย์, 2564, หน้า 15) ได้กล่าวถึง การจัดการการทอ่งเทียวที่ควรจะดำเนินการในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่ดูแลสถานที่ทอ่งเทียวนั้น มีอยู่ 5 ภารกิจหลัก ดังนี้ 1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการจัดการ แหล่งทอ่งเทียว ควรมีบทบาทในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งทอ่งเทียวให้สาธารณชนได้รับรู้ และทราบให้มากที่สุด 2) การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการทอ่งเทียว เป็นการสำรวจหาข้อมูลใน แหล่งทอ่งเทียวที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งทอ่งเทียวในพื้นที่ 3) การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งทอ่งเทียว เป็นการ จัดทำแผนงาน โครงการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแหล่งทอ่งเทียวให้เป็นที่ประทับใจของนักทอ่งเทียว 4) การบริหารแหล่งทอ่งเทียว เป็นการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ แหล่งทอ่งเทียวในพื้นที่อย่าง เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด และ5) การรักษาความปลอดภัยในแหล่งทอ่งเทียว เป็นการวางระบบในการ ดูแลรักษา ระบบความปลอดภัยให้แก่ักทอ่งเทียวที่เข้ามาในพื้นที่รับผิดชอบ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการทอ่งเทียวอย่างยั่งยืน

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559) จำกัดความไว้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) คือ แนวทางการพัฒนาที่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน โดยไม่ ลิดรอนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นหลัง โดยการบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืนมี องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ (economic growth) ความครอบคลุมทางสังคม (social inclusion) และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (environmental protection)

ธีราภรณ์ นกแก้ว (2554, หน้า 20) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง รูปแบบของการพัฒนา ในทุกมิติที่เป็นองค์รวมสอดคล้องประสานกันอย่างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เป็นการจัดการทรัพยากรให้มีการใช้อย่างชาญฉลาด คุ่มค่า ไม่สิ้นเปลือง มีการวางแผนเพื่อให้เกิดประโยชน์ สูงสุดและยาวนาน เกิดผลกระทบน้อยที่สุดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบันโดย คำนึงถึงคนในอนาคตให้สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นได้ด้วย นอกจากนี้ยังต้องเน้น การให้ชุมชน มีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อให้ผลประโยชน์กระจายสู่ชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้เป็นการช่วยยกระดับ คุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อการพัฒนา นั้นจะต้องดำเนินไป ด้วยกันอย่างสอดคล้องกับ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม โดยให้ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม

สวาร์บรูค (Swarbrook, 1998, อ้างถึงใน บุษราคม กลั่นน้ำทิพย์, 2565, หน้า 13) กล่าวว่า การ ทอ่งเทียวอย่างยั่งยืน หมายถึง การทอ่งเทียวที่มุ่งจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ชุมชน เพื่อกระตุ้นสภาพ คล่องทางเศรษฐกิจ ความเจริญรุ่งเรือง แต่การทอ่งเทียวจะต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และกระทบเชิงต่อ ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวิถีชีวิตของชุมชน

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2542, อ้างถึงใน ปองทิพย์ นาคินทร์, 2556, หน้า 37) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีความเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด หรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) มีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ซึ่งเป็นกระแสความคิดหลักของโลกในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา และได้รับความสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งหลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ ต้องมีการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ในระยะเวลายาวนาน และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งมีการร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อนำหลักการนี้มาปรับใช้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, 2567)

ภกร รงค์นพรัตน์ (2551) ได้กล่าวถึง แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย ต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน 2) การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์ และโฆษณา 3) การจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร และ 4) การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น เป็นการสร้างและปรับปรุงระบบการท่องเที่ยวให้สามารถดำรงอยู่ในระยะยาว โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ประสบความสำเร็จ ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ประกอบกัน ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยว การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ สิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ ความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวอย่างไร

3. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ

อุดม เขยกิจวงศ์ (2552, อ้างถึงใน ปัญญา คล้ายเดช และคณะ, 2561, หน้า 32) กล่าวว่า ตลาดน้ำ เป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเมืองไทย ตลาดน้ำหลายแห่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยและต่างชาติเป็นจำนวนมาก ในอดีตตลาดน้ำเป็นสังคมของคนส่วนใหญ่ในชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำแถบภาคกลาง คูคลองสายต่างๆ ที่ขุดเป็นทางยาวพร้อมด้วยบ้านเรือนเรียงรายทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ตลอดจนศาสนสถานได้ถูกเชื่อมโยงให้ไปมาหาสู่กัน การอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำให้คงสภาพแบบดั้งเดิมจะสะท้อนถึงชีวิตความเป็นอยู่และบรรยากาศในอดีต ปัจจุบันตลาดน้ำจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน และสร้างธุรกิจหลายอาชีพ ที่คนในปัจจุบันเข้าไปแสวงหาทั้งความสุขตามธรรมชาติ และอาชีพของแต่ละท้องถิ่นที่ทำให้สังคม ชุมชน ครอบครัวนั้นๆ แลกเปลี่ยนความรู้ วิถีชีวิตแบบธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมต่างๆ ซึ่งกันและกันหลังจากที่ผู้คนในเมืองเครียดจากการ

ทำงานในแต่ละวัน ตลาดน้ำเป็นสถานที่พักผ่อนทำให้เกิดความสุขได้มากของสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาสัมพันธ์ชักชวนให้คนไทยหันมาเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น ตลาดน้ำจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง สินค้าเกษตรพื้นบ้าน วัฒนธรรมต่างๆ และความรู้แต่ละท้องถิ่น รวมทั้งยังสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นอีกด้วย

กรณีการ์ ตันตวนิช (2550, อ้างถึงใน สาลินี ทิพย์เพ็ช, 2554, หน้า 40) กล่าวว่า ตลาดน้ำ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนใน ท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปตามลักษณะท้องถิ่นนั้นๆ สามารถเพื่อให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตของคนไทยที่มีความผูกพันกับแม่น้ำลำคลอง ตลาดน้ำจึงเปรียบเสมือนแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของ คนไทยที่สืบเนื่องมาจากอดีต จากแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจธรรมชาติและวัฒนธรรมมากขึ้น

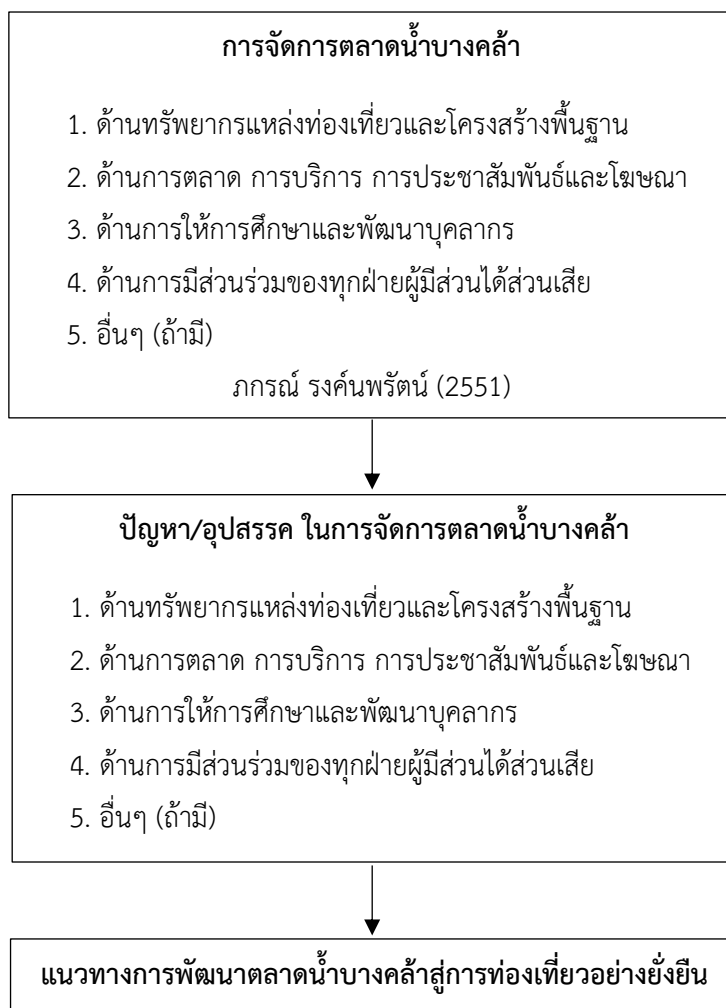
ปัญญา คล้ายเดช และคณะ (2561) ได้อธิบาย รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำไว้ดังนี้ 1) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะของการเที่ยวตลาดน้ำ มีความ เป็นธรรมชาติ คงความดั้งเดิมและการเที่ยวชมบริเวณตลาดน้ำ (ตลาดน้ำที่สร้างขึ้นใหม่) 2) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวตามเทศกาล ประเพณี และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา (เชิงวัฒนธรรม) 3) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ (เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ) และ 4) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติในเชิงลึก

4. ตลาดน้ำบางคล้า ตำบลบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตลาดน้ำบางคล้า เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของอำเภอบางคล้า ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดว่าการอำเภอบางคล้า ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง มีลักษณะเป็นแพเหล็กเชื่อมติดต่อกันยาวไปถึงบริเวณวัดแจ้ง จัดตั้งขึ้นภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น และเป็นการสร้างทางเลือกให้กับประชาชนในการประกอบอาชีพเสริม โดยการบริหารจัดการของเทศบาลตำบลบางคล้า เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2550 ตามแนวคิดและนโยบายของคณะผู้บริหารเทศบาลตำบลบางคล้า ภายใต้การนำของนายศุภชัย วีระสมบัติ นายกเทศมนตรีตำบลบางคล้า เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและยังคงมีความเป็นธรรมชาติอยู่มาก มาเป็นตลาดน้ำให้ประชาชนในพื้นที่และใกล้เคียงนำสินค้าสินค้ามาจำหน่าย

ตลาดน้ำบางคล้า ตั้งอยู่ที่เทศบาลตำบลบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา บริเวณหน้าว่าการอำเภอบางคล้า ยาวไปจนถึงบริเวณวัดแจ้ง อยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง มีลักษณะเป็นโป๊ะเทียบเรือและแพเหล็กปรับระดับ ขนาด 6 x 30 เมตร รวม 9 แพ เชื่อมติดต่อกันสำหรับผู้ประกอบการ และเกษตรกรนำสินค้ามาขาย โดยภายในแพโป๊ะต่างๆ จะมีโต๊ะให้นั่งรับประทานอาหารจำนวนมาก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เปิดให้บริการเฉพาะวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 08.00 - 16.00 น. สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 92 กิโลเมตร (กรมการค้าภายใน, 2559)

กรอบแนวคิด



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้รู้ข้อมูล ผู้เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ที่ยินดีให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหาร และ เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง กับตลาดน้ำบางคล้า จำนวน 4 คน และ ผู้ประกอบการ ตลาดน้ำบางคล้า จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน โดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview)

2. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น เอกสารการวิจัย บทความออนไลน์ ข้อมูลจากหน่วยงานราชการ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ศึกษา จำแนกได้เป็น 2 ประเภท เนื่องจากใช้การวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ใช้การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง มีเกณฑ์ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ได้แก่ ผู้บริหาร และ

เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำบางคล้า จำนวน 4 คน และผู้ประกอบการและคณะกรรมการตลาดน้ำบางคล้า จำนวน 6 คน

วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักล่วงหน้า และส่งหนังสือแจ้งล่วงหน้า สัมภาษณ์และบันทึกลงในแบบบันทึก ถอดความจากเครื่องบันทึกเสียง จากนั้นเรียบเรียงข้อมูลทั้งหมดจากการสัมภาษณ์ และใช้การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น เอกสาร การวิจัย บทความออนไลน์ ข้อมูลจากหน่วยงานราชการ จากนั้น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytics) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมาวิเคราะห์ สรุปผลการสัมภาษณ์เป็นข้อมูลเชิงพรรณนา เชื่อมโยงประเด็น และเรียบเรียงเพื่อตอบคำถามการวิจัยให้ครบถ้วนและสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำข้อมูลจากการวิจัย เรื่อง ความสำเร็จในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้างสนามมาแล้วจะนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นให้มีความชัดเจน โดยเริ่มจากการจัดระเบียบข้อมูล (Data organizing) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน ได้แก่ ข้าราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประธานและคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้างสนาม ทั้งข้อมูลเชิงเนื้อหา มาจัดทำเรียบเรียง หาความสัมพันธ์ความเชื่อมโยงของข้อมูลมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยการอธิบาย การบรรยายด้วยการพรรณนาโวหาร โดยผู้วิจัยได้ถอดถอดความคิดเห็นส่วนตนเพิ่มเติมลงไปในการวิจัยครั้งนี้ด้วย โดยจะเป็นการทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น โดยทำการพรรณนาเรียงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการจัดการความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้างสนามตำบลท่าช้าง และการหาข้อสรุป ตีความ (Conclusion, Interpretation) ผู้วิจัยจะดำเนินการหาข้อสรุป ตีความของข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ทั้ง 10 คน มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจะใช้การบรรยายตามกรอบแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามที่ได้ระบุในข้อคำถามและให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อสร้างข้อสรุปข้อมูลที่เชื่อถือได้

การวิเคราะห์ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ตลาดน้ำบางคล้ามีทำเลที่ตั้งที่ดี จุดเด่นคือ มีแม่น้ำบางปะกงไหลผ่าน มีทัศนียภาพที่สวยงาม สามารถชมความเป็นธรรมชาติของเกาะลัดได้ และมีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ บริเวณตลาดน้ำบางคล้ามีลักษณะเป็นแพ จำนวน 9 แพที่จำหน่ายสินค้าหลากหลาย รวมถึงอาหารขึ้นชื่อและมีคุณภาพ รสชาติอร่อย พร้อมทั้งมีโต๊ะเพื่อเป็นพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งรับประทานอาหารริมน้ำ และยังอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอบางคล้าและอำเภอใกล้เคียงอีกด้วย การเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้าเดินทางได้สะดวก สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบก และทางน้ำ มีสถานที่จอดรถที่สะดวก ห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลทำความสะอาด เก็บขยะบนแพ นักท่องเที่ยวไม่ต้องนำขยะไปทิ้งเอง จะมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกให้ทุกจุดในแพ มีเจ้าหน้าที่คอย

โบกรถในลานจอดรถ มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดห้องน้ำ และยังมีจุดบริการอ่างล้างมือบนแพซึ่งมีการต่อท่อ น้ำทิ้งไปลงในจุดน้ำทิ้ง ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศในแม่น้ำบางปะกง รวมถึงเทศบาลตำบลบางคล้าได้ จัดเจ้าหน้าที่กองสาธารณสุขเข้าเก็บขยะและผักตบชวาทุกวันศุกร์ด้วย

การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้จำหน่ายสินค้าและบริการของตลาดน้ำบางคล้า ซึ่งควบคุมโดยเทศบาลตำบลบางคล้า โดยมีการ กำหนดระเบียบเทศบาลตำบลบางคล้า ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการในการจำหน่ายสินค้าและอาหารใน ตลาดน้ำบางคล้าขึ้น เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ถูกสุขลักษณะ มีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีการกำหนดให้มีสินค้า 1 ประเภท ได้เพียง 2 ร้านค้าเท่านั้น ใน 1 แพ โดยในแต่ละแพจะมีการตั้ง คณะกรรมการแพ เพื่อคอยดูแลร้านค้าในแพนั้นเบื้องต้น ผู้ประกอบการในตลาดน้ำบาง คล้าต้องเป็นคนที่ มีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบางคล้า ซึ่งมีการทำสัญญาเป็นรายปีกับเทศบาล โดยจะมีเจ้าหน้าที่ กองคลังมาเก็บค่าเช่าในแต่ละเดือน โดยคิดค่าเช่าเฉลี่ยตามพื้นที่ และจำนวนวันที่เปิดตลาดน้ำ และในส่วน ของการบริการเรือท่องเที่ยว เป็นการให้เช่าทำเที่ยวเรือ โดยบริการโดยเรือของเอกชน แต่อยู่ภายใต้การดูแล ของกรมเจ้าท่า ในส่วนของส่งเสริมการตลาดนั้น มีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐ และเอกชน เข้ามาส่งเสริม การตลาดให้กับตลาดน้ำบางคล้า แต่มีไม่มาก และไม่บ่อย ใน 1 ปี อาจมีประมาณ 2-3 ครั้งเท่านั้น ส่วนการ ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำบางคล้า ปัจจุบันมีหลายช่องทาง แต่ในช่องทางหลักๆ คือ เฟสบุ๊ก ตลาดน้ำบางคล้า ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลบางคล้าเป็นผู้บริหารจัดการ และยังมีช่องทางอื่นๆ เช่น มีสื่อต่างๆเข้ามา ถ่ายทำและนำไปประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์ของตน หรือป้ายบอกทาง โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นว่า ตลาดน้ำบางคล้ามีการประชาสัมพันธ์น้อยมาก และมีข้อผิดพลาดจากข้อมูลที่ เผยแพร่ออกไป เช่น วันเวลาที่เปิดทำการของตลาดน้ำบางคล้า ป้ายบอกทางมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับสมัย ช่วงก่อนสถานการณ์โควิด ทำให้นักท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ยังไม่รู้จักตลาดน้ำบางคล้า เกิดการสับสนกับข้อมูล แต่ ทางผู้บริหารตลาดน้ำบางคล้าก็ได้มีแนวทางในการพยายามเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดน้ำบางคล้า ทั้งเจ้าหน้าที่ ของเทศบาลตำบลบางคล้า และผู้ประกอบการ มีโครงการฝึกอบรมจากหน่วยงานรัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ราชนครินทร์ เป็นต้น เข้ามาให้ความรู้ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การขายสินค้าให้ถูกลักษณะ ผู้บริหารตลาดน้ำบางคล้าได้ให้การสนับสนุนการฝึกอบรมต่างๆ จากหน่วยงานที่จัดกิจกรรม โดยเปิดโอกาส ให้ผู้ประกอบการได้เข้าร่วมอย่างสมัครใจ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในมุมมองของผู้บริหารตลาดน้ำ บางคล้ามองว่า หน่วยงานต่างๆที่เข้ามาจัดการอบรมเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้เข้าร่วม แต่ไม่ได้รับความ ร่วมมือจากผู้ประกอบการ แต่กลับกันมุมมองของผู้ประกอบการมองว่า โครงการอบรมต่างๆ มีไม่มาก และไม่สม่ำเสมอ อยากให้มีการพาไปศึกษาดูงานในพื้นที่อื่นๆบ้าง

การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการมีส่วนร่วมในส่วนของผู้บริหารที่ ภาครัฐ อาจแบ่งเป็น 2 มุมมอง ได้แก่ มุมมองของผู้บริหารในฐานะผู้ควบคุมดูแล ผู้จัดการให้ตลาดน้ำเป็นไป อย่างมีระเบียบเรียบร้อย แต่กลับกันมุมมองของผู้ประกอบการ อาจมองว่า ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญกับการ บริหารจัดการตลาดน้ำเท่าที่ควร การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ ของตลาดน้ำบางคล้า มีการ

ให้ความร่วมมือดีในระดับหนึ่ง แต่ก็ถือว่าไม่ดีที่สุด และผู้ประกอบการด้วยกันเองมีการช่วยเหลือกัน ช่วยกัน สอดส่องเป็นหูเป็นตากันในแพที่ตนจำหน่ายสินค้า และร่วมกันแก้ปัญหาในเบื้องต้น การมีส่วนร่วมของ ชุมชน/ประชาชน/เจ้าของพื้นที่ มีความร่วมมือกันดี โดยตลาดน้ำบางคล้ามีส่วน กระตุ้นเศรษฐกิจ กระจาย รายได้ให้แก่ชุมชนโดยรอบและบริเวณใกล้เคียง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำบางคล้าอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ตลาดน้ำบางคล้าเปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลากว่า 17 ปี ทำให้โครงสร้างของตลาดน้ำบางคล้าทั้งส่วนแพ ข้อต่อ ทางเดินเกิดความเสียหาย และอาจมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้ประกอบการเองและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า ซึ่งต้องการการปรับปรุงซ่อมแซมอย่างเร่งด่วน ผู้ประกอบการในแพตลาดน้ำยังมองว่าผู้บริหารขาดการ บำรุงรักษาเท่าที่ควร รวมถึงมีปัญหาที่เกิดจากผักตบชวาในแม่น้ำบางปะกงจำนวนมากซึ่งเป็นปัญหาระดับ จังหวัด เกิดจากธรรมชาติไม่สามารถแก้ไขได้อย่างยั่งยืน โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ในด้าน การคมนาคมขนส่ง ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบกำจัดขยะและของเสียน้ำเสีย สถานที่จอดรถ และ ห้องน้ำ จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลักมีปัญหา คือ สถานที่จอดรถ ไม่เพียงพอหากมี ปริมาณนักท่องเที่ยวในปริมาณมากขึ้น และห้องน้ำที่อยู่ไกลจากทางขึ้น-ลง ตลาดน้ำบางคล้า และมีการ ขำรดขาดการบำรุงรักษา อ่างล้างมือบนแพยังไม่มีครบทุกแพ การกำจัดขยะบนแพยังไม่มีคัดแยกขยะ

การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา สินค้าที่จำหน่ายบนแพตลาด น้ำบางคล้า ยังไม่มีความหลากหลาย สินค้าหรืออาหารบางประเภทที่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นยังไม่มีใครนำมา จำหน่าย จำหน่ายซ้ำกันจนมากเกินไป สินค้าบางอย่างขาดการพัฒนาให้มีคุณภาพ ขาดการพัฒนาทั้ง คุณภาพและบรรจุภัณฑ์ อาหารมีราคาแพงเมื่อเทียบกับปริมาณและคุณภาพ นักท่องเที่ยวคิดว่าไม่คุ้มค่ากับ การซื้อ สินค้าประเภทอาหารไม่มีการตรวจสอบความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ ปัญหาของการส่งเสริมการตลาด/ ส่งเสริมการขาย มีหน่วยงานที่เข้าร่วมกิจกรรมน้อย หรือหากมีกิจกรรมที่ทางหน่วยงานจัดให้แต่ไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการทั้งหมด ผู้ประกอบการไม่ค่อยเข้าร่วมกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ บางคล้า ทุกช่องทางยังถือว่าน้อย ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ผิดพลาด ข้อจำกัดของการประชาสัมพันธ์ในบาง ช่องทาง เช่น ป้ายขนาดใหญ่ที่อยู่นอกพื้นที่เขตเทศบาล เพจเฟซบุ๊กที่มีซ้ำจำนวนมากทำให้นักท่องเที่ยวเกิด การสับสนในการสื่อสาร เป็นต้น การประชาสัมพันธ์บนแพตลาดน้ำยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากข้อจำกัดด้าน อุปกรณ์

การจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร ปัญหาของการพัฒนาและให้ความรู้แก่ บุคลากรของตลาดน้ำ ทั้งในส่วนเจ้าหน้าที่ หรือ ผู้ประกอบการ คือ มีโครงการน้อย และจัดไม่สม่ำเสมอ เทศบาลตำบลบางคล้ายังไม่มียกประมาณสนับสนุนอย่างเต็มที่ หน่วยงานที่จัดอบรมยังมีน้อย รวมถึงขาด ความร่วมมือในการเข้าร่วมอบรมของผู้ประกอบการ

การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมของภาครัฐ/เจ้าหน้าที่ ของรัฐ มีปัญหาในด้านการเข้ามามีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการทั้งในด้านการแก้ปัญหาที่ล่าช้า ขาดการสื่อสาร กันระหว่างผู้บริหารกับผู้ประกอบการ ไม่มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารไม่เข้มงวดกับกฎระเบียบ ที่ตั้งไว้ การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ มีปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรม

ต่างๆ ของผู้ประกอบการ ทั้งเรื่องของการฝึกอบรมโครงการต่างๆ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความร่วมมือ หรือการไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตนให้อยู่ในภาวะเปียกของตลาดน้ำ มีการฝ่าฝืนระเบียบการจำหน่ายสินค้า และการมีส่วนร่วมของชุมชน/ประชาชน/เจ้าของพื้นที่ แทบจะไม่มีปัญหาหรือมีผลกระทบต่อกันเลย มีประเด็นในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเทศกาลต่างๆ เนื่องจากบางคล้าเป็นเมืองแคบเวลานักท่องเที่ยวจำนวนมาก การบริหารจัดการด้านจราจรมีเจ้าหน้าที่จัดระเบียบจราจรไม่เพียงพอ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำบางคล้า ผู้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน แนวทางการพัฒนาในเรื่องการเร่งปรับปรุงซ่อมแซมโครงสร้างแพตลาดน้ำที่ทรุดโทรมอย่างเร่งด่วน โดยในปีงบประมาณ 2569 เทศบาลตำบลบางคล้ามีแผนในการปรับปรุงโครงสร้างแพตลาดน้ำ ให้มีจำนวนแพมากขึ้น แต่ขนาดแพอาจลดลง เนื่องจากเงื่อนไขตามกฎหมายของกรมเจ้าท่าที่มีข้อจำกัด มีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบทั้งทางเดินชายน้ำ อาคารเทศบาลหลังเก่าจัดทำเป็นอาคารหอประวัติศาสตร์พิพิธภัณฑ์ของชุมชน บริเวณพื้นที่หน้าที่ว่าการอำเภอบางคล้า ร้านค้าทุกร้านจะอยู่บนแพ การปรับปรุงห้องน้ำ และลานจอดรถ โดยได้กรมโยธาธิการและผังเมืองมาเขียนแบบให้เสร็จเรียบร้อยแล้ว และสิ่งที่ต่อเนื่องคือการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของตลาดน้ำบางคล้าที่เชื่อมโยงไปยังชุมชนตลาดเก่าบางคล้า ที่ให้เป็นเส้นทางถนนคนเดิน เป็นการพัฒนาใหม่อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นแนวทางในอนาคตที่จะเกิดขึ้นในการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้าอย่างยั่งยืน และในส่วนของภาคตัดแยกขยะบนแพตลาดน้ำ ผู้บริหารก็มีแนวคิดที่กำจัดขยะเพื่อคัดแยกขยะบนแพ

การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา แนวทางในการพัฒนาสินค้าที่จำหน่ายในแพตลาดน้ำบางคล้า ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้ดูมีมาตรฐาน น่าเชื่อถือ โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เข้ามาช่วยในการส่งเสริมและพัฒนาในด้านนี้ ทั้งยังมีการส่งเสริมมีการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย นำสินค้าที่มีอัตลักษณ์ของอำเภอบางคล้าที่ยังไม่มีจำหน่ายบนแพ มาจำหน่าย เช่น อาหารพื้นถิ่น ขนมโบราณ อาหารแปรรูปจากผลไม้พื้นถิ่น เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารตลาดน้ำบางคล้าโดยประสานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้ามาจัดกิจกรรมทุกเดือน เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการ และทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น และประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่เป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ลำดับแรกต้องประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดน้ำบางคล้าเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปมากยิ่งขึ้น โดยมีแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์ (Facebook) การแชร์คลิปต่างๆ จากสื่ออื่นๆ ที่เข้ามาทำ content การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำบางคล้า และสื่อออฟไลน์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายประชาสัมพันธ์ ให้มีมากยิ่งขึ้น การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบบริเวณอำเภอบางคล้า และอำเภอใกล้เคียง ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่อำเภอบางคล้า รวมถึงการปรับปรุงจุดถ่ายรูป จุดเช็คอินบริเวณตลาดน้ำบางคล้าด้วย

การจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร ผู้บริหารมีการประสานหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เพื่อเข้ามาฝึกอบรมให้กับบุคลากรให้มากขึ้น และมีกรฝึกอบรมที่หลากหลาย สม่่าเสมอ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรมในโครงการต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น

การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมของภาครัฐ/เจ้าหน้าที่รัฐ มีหน้าที่บริหารจัดการ กำหนดแนวทาง แผนงานเพื่อบริหารจัดการและพัฒนาตลาดน้ำบางคล้า ให้เกิดความ เป็นระเบียบ โดยให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำบางคล้า จัดประชุมคณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการตลาดน้ำบางคล้า และประชุมผู้ประกอบการเป็นประจำ สม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการสื่อสารกันระหว่างผู้บริหารและผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น มีแนวทางการพัฒนา ผู้ประกอบการควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดน้ำเพื่อให้การบริหารจัดการตลาด น้ำเป็นระเบียบ และมีมาตรฐาน ผู้ประกอบการมีความสามัคคี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจเอื้ออารีต่อกัน ช่วยกัน เป็นหูเป็นตา คอยดูแลผู้ประกอบการด้วยกัน และรักษาสีห์ของตน หากมีโครงการฝึกอบรมควรให้ความ ร่วมมือไปอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ นำไปเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการร่วมกันของผู้บริหาร และ ผู้ประกอบการ และเริ่มจากการมีแนวทางในการพัฒนาโดยแผนการพัฒนาของเทศบาลตำบลบางคล้าตาม แผนปีงบประมาณ 2569 ที่จะพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลบางคล้าให้เป็นระบบอย่าง ครบวงจร เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับบริเวณโดยรอบ ซึ่งมีผลดีกับ ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบางคล้าเพิ่มขึ้น

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

การจัดการตลาดน้ำบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีการบริหารจัดการตลาดน้ำ สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (ภกร รงค์นพรัตน์, 2551, หน้า 39-53) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย มีการพัฒนาองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน 2) การจัดการด้าน การตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์ และโฆษณา 3) การจัดการด้านการให้การศึกษาและพัฒนา บุคลากร และ 4) การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการท่องเที่ยวตลาดน้ำ บางคล้าสามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างสมบูรณ์แบบ เป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายผู้มีส่วน เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการร่วมรับความพอใจ สามารถยกระดับคุณภาพชีวิต ได้รับผลประโยชน์อย่าง เท่าเทียมและเป็นธรรม โดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติที่ยังคงสภาพเดิมอยู่เท่าที่คงอยู่ ไม่กระทบต่อระบบนิเวศ มีมลพิษน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย เพื่อให้มีทรัพยากรธรรมชาติให้กับคนรุ่นหลังได้ใช้ อย่างสมบูรณ์ คนในชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานของตลาดน้ำบางคล้า มีความ สอดคล้องกับ แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542, อ้างถึงใน ปองทิพย์ นาคินทร์, 2556, หน้า 37) มีการจัดการอย่างเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่ เสื่อมคลาย และมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบ ต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด หรือไม่มีเลยอย่างยืนยาว ตลาดน้ำบางคล้า มีทำเลที่ตั้งที่ดี มีแม่น้ำบางปะกงไหล ผ่าน มีทัศนียภาพที่สวยงาม สามารถชมความเป็นธรรมชาติของเกาะลัดได้ และมีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ บริเวณตลาดน้ำบางคล้ามีลักษณะเป็นแพที่จำหน่ายสินค้าหลากหลาย และยังอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

ในอำเภอบางคล้าและอำเภอใกล้เคียงอีกด้วย มีการบริหารจัดการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และให้ผู้ประกอบที่เป็นคนในชุมชนนั้นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในเบื้องต้น และมีการกระจายรายได้ภายในชุมชนอย่างเป็นธรรม

การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา ของตลาดน้ำบางคล้า มีความสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, อ้างถึงใน อิศรากร พัลวัลย์, 2564, หน้า 15) โดยมีการบริหารแหล่งท่องเที่ยว กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการจัดทำแผนงานโครงการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวควรมีบทบาทในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้สาธารณชนได้รับรู้ และทราบให้มากที่สุด

การจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร ของตลาดน้ำบางคล้า สอดคล้องกับหลักการจัดการ 4 ประการ ของ Taylor (อ้างถึงใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 46) ประการหนึ่งว่า ต้องมีการคัดเลือกคนงานที่เหมาะสมแล้วฝึกอบรม เพื่อพัฒนาตามวิธีการที่กำหนดมีการจัดการด้านการให้ความรู้ หรือการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำบางคล้า ทั้งเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลบางคล้า และผู้ประกอบการ

การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับแนวคิด การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (รุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2547, อ้างถึงใน ปองทิพย์ นาคินทร์, 2556, หน้า 48-49) กล่าวว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวนั้น หากชุมชนไม่ได้มีส่วนร่วม อาจทำให้ชุมชนไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ยิ่งไปกว่านั้นยังอาจทำให้ชุมชนได้รับความเสียหายจากการท่องเที่ยวได้อีกด้วย การที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว เนื่องจากคนในท้องถิ่นย่อมทราบภาวะการณ์ต่างๆ ลักษณะของทรัพยากรธรรมชาติและปัญหา ที่สำคัญคือ มีความรักและผูกพันกับสิ่งต่าง ๆ ในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของตนเองเมื่อชุมชน มีส่วนร่วม ความรู้สึกรัก ผูกพัน และหวงแหนทรัพยากรในฐานะที่เป็นเจ้าของ ด้วยการจัดการในที่นี่จำเป็นต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยในการบริหารจัดการตลาดน้ำบางคล้า การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตลาดน้ำบางคล้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดน้ำบางคล้าอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

การจัดการด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ของตลาดน้ำบางคล้า นั้น มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 19) ในด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม

การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (ภกร รงค์นพรัตน์, 2551) การจัดการด้านการตลาดและการบริการ ต้องคำนึงถึงประเด็นของสิ่งแวดล้อมด้วย ไม่คำนึงถึงแต่กำไรหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับเท่านั้น ซึ่งการ

จัดการด้านการตลาดและบริการ ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์และโฆษณาประกอบด้วย เพื่อให้การจัดการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว สะดวก และรับข่าวสารอย่างถูกต้อง

การจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (วรรณภา วงษ์วานิช, 2546, อ้างถึงใน บุขราคม กลั่นน้ำทิพย์, 2565, หน้า 17) ร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาบุคลากร การจัดฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็น เพื่อให้ชุมชนได้รับองค์ความรู้พื้นฐานอย่างครบถ้วน

การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544, อ้างถึงใน ปองทิพย์ นาคินทร์, 2556, หน้า 53) การสร้างความสัมพันธ์ของชุมชนในการมีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึกของการพัฒนาอย่างเป็นระบบต้องแก้ในคุณค่าของทรัพยากรกับกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยตระหนักถึงความพึงพอใจและความต้องการของชุมชนด้วย การสร้างเสริมและเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจจิตสำนึกและความเป็นเจ้าของท้องถิ่น รับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวรวมถึงการพึ่งพากันในความต้องการและตอบสนองอย่างรู้คุณค่าของการใช้ไปและการฟื้นฟูรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนนั้น ประชาชนในท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องร่วมกันคิดร่วมทำกับทุกภาค โดยคำนึงถึงเป้าหมายการพัฒนา การใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด เกิดประโยชน์สูงสุดใช้ได้นานที่สุด มีปัญหาหรือผลกระทบน้อยที่สุด นั่นคือการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำบางคล้า สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ของตลาดน้ำบางคล้า สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการจัดการ (POSDCoRB) ของ Gulick and Urwick (1973, อ้างถึงใน อิทธิพล โพธิ์ทองคำ, 2554, หน้า 13) การวางแผนหรือการกำหนดการไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร การวางแผนในการบริหาร เป็นแผนระยะยาวประกอบด้วยวัตถุประสงค์ นโยบาย แนวปฏิบัติและมาตรฐานของงาน และจะต้องคำนึงถึงสภาพภูมิศาสตร์ สภาพแวดล้อม ดินฟ้าอากาศ ระบบของสังคม พฤติกรรมของบุคคลตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นที่ยึดถือของบุคคลในกลุ่มนั้น ๆ ด้วยมีการวางแผนในการจัดการเพื่อไม่ให้กระทบต่อชุมชนในเชิงลบ โดยคำนึงถึงการพัฒนา สร้างเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพชีวิต และประโยชน์ต่อท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์และโฆษณา ของตลาดน้ำบางคล้า สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (วรรณภา วงษ์วานิช, 2546, อ้างถึงใน บุขราคม กลั่นน้ำทิพย์, 2565, หน้า 17) การวางแผนในการจัดการเพื่อไม่ให้กระทบต่อชุมชนในเชิงลบ โดยคำนึงถึงการพัฒนา สร้างเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพชีวิต และประโยชน์ต่อท้องถิ่น ร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น การให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมมูลค่าในภาพรวมของท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการจัดการด้านการให้การศึกษา และพัฒนาบุคลากรตลาดน้ำบางคล้า ทั้งเจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (วรรณภา วงษ์วานิช, 2546, อ้างถึงใน บุขราคม กลั่นน้ำทิพย์, 2565, หน้า 17-18) มีการวางแผนในการจัดการเพื่อไม่ให้กระทบต่อชุมชนในเชิงลบ โดยคำนึงถึงการพัฒนา สร้างเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพชีวิต และประโยชน์ต่อท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากร การจัดฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็น เพื่อให้ชุมชนได้รับองค์ความรู้พื้นฐานอย่างครบถ้วน ร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ การประสานงานกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อลิสสา ฤทธิชัยฤกษ์, 2564) มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพและเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

แนวทางการพัฒนาการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของตลาดน้ำบางคล้า มีความสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ไอยเรศ ลิบลับ, 2555, อ้างถึงใน ปองทิพย์ นาคินทร์, 2556, หน้า 51) ประชาชนท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ตั้งแต่ร่วมคิดร่วมทำและร่วม ประเมินติดตามผล ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนร่วมกันบริหารจัดการ พัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำบางคล้าสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้บริหารตลาดน้ำบางคล้า ควรมีการบำรุงรักษาโครงสร้างแพตลาดน้ำ อย่างสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเป็นสำคัญ
2. ควรจัดประชุมคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการตลาดน้ำบางคล้า เป็นประจำทุกเดือน หรือจัดให้สม่ำเสมอ เพื่อให้มีการสะท้อนปัญหาในการบริหารจัดการตลาดน้ำ หรือ แจ้งความต้องการของผู้ประกอบการในแพตลาดน้ำ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการบริหารจัดการตลาดน้ำบางคล้าในอีก 2 ปีข้างหน้า เพื่อติดตามการดำเนินงานของตลาดน้ำบางคล้า รูปแบบใหม่ตามแนวทางการพัฒนาของเทศบาลตำบลบางคล้าที่จะมีการปรับปรุงตลาดน้ำบางคล้าทั้งหมดใหม่ ในปีงบประมาณ 2569

บรรณานุกรม

กรมการค้าภายใน. (2559). ตลาดน้ำบางคล้า. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567, จาก

<https://mwsc.dit.go.th/viewFreshMarket.php?id=14661&page=1%20%20%20%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). ตลาดน้ำบางคล้า. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567,

จาก <https://www.thailandtourismdirectory.go.th/attraction/626>

- คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2566). Sustainable Development Goals (SDGs) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. ค้นหาค้นเมื่อ 25 กันยายน 2567.
จาก <https://soc.swu.ac.th/news/sustainable-development-goals-sdgs>
- คุ้มครองบางคล้า. (2567). บางคล้า 100 ปี. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567,
จาก <https://savebangkhla.wordpress.com/100years/>
- จันทนา อินทนิม. (2561). การจัดการชุมชนเข้มแข็ง ตามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา ศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- เทศบาลตำบลบางคล้า. (2559). แผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปี (พ.ศ. 2561-2564) เทศบาลตำบลบางคล้า. ฉะเชิงเทรา.
- เทศบาลตำบลบางคล้า. (2564). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566-2570) เทศบาลตำบลบางคล้า. ฉะเชิงเทรา
- ธีราภรณ์ นกแก้ว. (2554). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญนิชา เกียรติทับทิว เลิศนรเศรษฐ์.(2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ณ บางเลน จังหวัดนครปฐม. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2563, หน้า 54-67.
- นราวดี บัวขวัญ. (2556). รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- บุญเลิศ ตังจิตวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ ตังจิตวัฒนา. (2548). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุษราคม กลั่นน้ำทิพย์. (2565). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดวิถีชุมชนไธ้ะป้อย จังหวัดราชบุรี. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ปองทิพย์ นาคินทร์. (2556). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดเก่าอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต แขนงวิชาการบริหารรัฐกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปัญญา คล้ายเดช และคณะ. (2561). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในประเทศไทย. การวิจัยมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

- ภกร รงค์นพรัตน์. (2551). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย. รายงานวิชาการส่วนบุคคล
ประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 6
สถาบันพระปกเกล้า.
- มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ. (2567). หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สารานุกรมไทย
สำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 27 เรื่องที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. ค้นหาค้นเมื่อ 25 กันยายน 2567. จาก
<https://www.saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=27&chap=3&page=t27-3-infodetail02.html>
- ศศิกัญญา พลายนุกุมพล. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน.
วารสารสหศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ปีที่ 21 ฉบับที่ 2
(กรกฎาคม - ธันวาคม 2564), หน้า 177-193
- ศิริลักษณ์ นาโม. (2566). วิกีชุมชน บางคล้า. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567,
จาก <https://wikicomunity.sac.or.th/community/1073>
- ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม, กระทรวงวัฒนธรรม. (2556). ประวัติอำเภอบางคล้า.
สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567, จาก <https://shorturl.asia/0FNBI>
- ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move). (2564). SDG Vocab | 41 –
Sustainable Tourism – การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ค้นหาค้นเมื่อ 25 กันยายน 2567. จาก
<https://www.sdgmovement.com/2021/07/31/sdg-vocab-41-sustainable-tourism/>
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). การจัดการ : จากมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ : จี.พี. ไชเบอร์พริ้นท์.
- สาลินี ทิพย์เพ็ง. (2554). การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางใหญ่
จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการโรงแรมและการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรัตนนคร.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580).
กรุงเทพฯ
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่สิบสาม (พ.ศ. 2566-2570). กรุงเทพฯ
- สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2566). แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. 2566-2570) ฉบับทบทวน
ปี 2568. ฉะเชิงเทรา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). เกี่ยวกับ SDGs. ค้นหาค้นเมื่อ 25 กันยายน 2567. จาก
<https://sdgs.nesdc.go.th/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A-sdgs/>
- สุนีย์ กาศจำรูญ. (2545). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการหน่วยงานบริการสารสนเทศ. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2567). ระบบค้นหาคำศัพท์. ค้นหาเมื่อ 13 ตุลาคม 2567. จาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2567). ข้อปของดี เทียววัดตั้ง บางคล้า ฉะเชิงเทรา. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567, จาก <https://eeco.or.th/th/news/1835>
- อมราพร พรพงษ์. (2560). หลักการจัดการ. หมวดวิชาชีพเฉพาะ กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ. ระนอง : วิทยาลัย ชุมชนระนอง.
- อลิสา ฤทธิชัยฤกษ์. (2564). การจัดการที่พักอย่างยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2567, จาก https://elchm.ssru.ac.th/alisa_ri/enrol/index.php?id=6
- อำพัน เอมบัณฑิต. (2558). การจัดตั้งตลาดน้ำบางคล้า. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการ จัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อิทธิพล โพธิ์ทองคำ. (2554). ระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการจัดการของคณะ แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อิศรากร พัลวัลย์. (2564). พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์อย่าง ยั่งยืน. รายงานวิจัย ฉบับสมบูรณ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.