

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร
Conservation Tourism: A Case Study of Wat Sai Floating Market in Bangkok

ธีราภรณ์ นกแก้ว*

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำวัดไทรพร้อมเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้มีชีวิตอีกครั้ง งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 57 คน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน 2) เจ้าหน้าที่รัฐ 3) พ่อค้า แม่ค้าในตลาด 4) นักท่องเที่ยว 5) ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และเชิงปริมาณโดยแจกแบบสอบถามกลุ่มชาวบ้านในชุมชน จำนวน 430 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง ได้แก่ ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการของตลาดน้ำวัดไทรยังมีความขัดแย้งกันภายใน ประกอบกับความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ทำให้สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ทำให้ตลาดน้ำถูกลดบทบาทลงไปพร้อมกับการสัญจรทางน้ำ โดยหันมาใช้การสัญจรทางบก และย้ายขึ้นมาขายของบนบกแทน ที่ผ่านมามีความพยายามหลายครั้งในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมาแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนลดลงเรื่อยๆ พ่อค้า แม่ค้าก็ขาดทุน จึงทยอยถอนตัวออกไปทีละราย และปัจจุบันก็ยังไม่มีการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาอีก

การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทร ในอดีตกระแสของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างเช่นในปัจจุบัน เนื่องจากยังไม่มีผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่รุนแรงเหมือนในปัจจุบัน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 ที่สำนักงานเขตจอมทองเข้ามาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรนั้น เริ่มมีการนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้ามา จึงเกิดโครงการที่ต้องการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่าของตลาดน้ำให้คงอยู่ต่อไป ต้องการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ จนถึงปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรก็ยังไม่ได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง

* ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
email: teeraporn@oic.or.th

ผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า หากนำหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาช่วยฟื้นฟูตลาดน้ำ วัดไทรคงจะเป็นไปได้ยาก เพราะวิถีชีวิตแบบเดิมได้หมดไปแล้ว ไม่เหลือให้อนุรักษ์ไว้ แต่หากจะฟื้นฟูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวซื้อขายสินค้าธรรมดาทั่วไป ก็พอจะเป็นไปได้มากกว่า เพราะทุกวันนี้ก็มีคนมาเดินจับจ่ายใช้สอยหรือซื้อของที่ตลาดวัดไทรซึ่งเป็นตลาดบกไปแล้วเป็นจำนวนมาก หรือหากต้องการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมชิ้นนี้อาไว้ ก็เสนอให้จัดเป็นงานรำลึกตลาดน้ำวัดไทรเป็นประจำทุกปี

คำสำคัญ: ตลาดน้ำ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การจัดการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Abstract

The purpose of this research was to analyze the reasons why Wat Sai Floating Market has lost popularity, to study conservation tourism administration of the market and to suggest the guidelines for its development and rejuvenation. The qualitative method used in this study was the in-depth interview. Fifty-seven interviews were conducted with five groups of people comprising of community leaders, government officers, market traders, tourists, and private and public entrepreneurs. For the quantitative method, 430 questionnaires were distributed to community members. Collected data were analyzed by using the descriptive analysis method.

It can be seen from the study that there were many problems in the management of Wat Sai Floating Market including an internal conflict, a prosperity flow into the community area, and a change of traditional living. For these reasons, the floating market and water transportation have become less important and have been replaced by land transportation and commerce on land. Though there were many endeavors to improve Wat Sai Floating Market, they failed because many tourists were disappointed with the place they visited. The number of tourists has decreased, and therefore the traders lost their profit and moved to other places. Until now, there have been no plans to redevelop Wat Sai Floating Market.

Previously, the tourism management of Wat Sai Floating Market was not popular in terms of conservation tourism when compared to the present, and the result was that the market became less affected by tourism activities. Until 2002, the Jomthong District Office started recovering Wat Sai Floating Market and accepted the conservation tourism concepts. As a result, many projects were implemented to preserve and recover the traditions and values of the floating market. In addition, the projects aimed to promote careers, to earn incomes in local areas and to support community participation. Although there have been many projects, Wat Sai Floating Market has not met the serious administration of tourism conservation until now.

The research concluded that applying the conservation tourism theory could not revive Wat Sai Floating Market since the traditional life style has completely gone and therefore there is nothing to conserve. In contrast if a restoration was made for selling general products, it could be possible to revitalize the market.

Today many people visit Wat Sai Land Market for shopping. If conservation of this heritage site is important, a memorial party of Wat Sai Floating Market should be organized on a yearly basis.

Keywords: Floating Market, Conservation Tourism, Tourism Management, Cultural Attraction

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย จึงทำให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่การขยายตัวนั้นกลับส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) จึงเกิดแนวคิดใหม่ของการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งคือแนวคิด เรื่อง การพัฒนาอย่างยั่งยืน ประเทศไทยได้นำแนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้กับ การท่องเที่ยว และแนวทางหนึ่งที่เป็นที่นิยมคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539) ซึ่งการท่องเที่ยวตลาดน้ำนั้น เป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากตลาดน้ำเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมของสังคมไทยในอดีตที่มีชีวิตผูกพันอยู่กับสายน้ำเป็นหลักได้เป็นอย่างดี ตลาดน้ำจึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าของสังคมไทย

ในอดีตนั้น ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตที่แท้จริงของชาวบ้าน เป็นสถานที่พบปะกันระหว่างชุมชน เป็นศูนย์กลางการค้าขาย แต่ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาประเทศสร้างถนนหนทาง พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ก็ส่งผลกระทบต่อแม่น้ำลำคลองถูกลดความสำคัญลงไป ผู้คนหันไปใช้การสัญจรทางบก (ราตรี โตพงษ์พัฒน์, 2543) ตลาดน้ำจึงต้องทยอยปิดตัวลงไปด้วย แต่ในปัจจุบันตลาดน้ำได้กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งตลาดน้ำในปัจจุบันกับตลาดน้ำในอดีตนั้นทำคนละหน้าที่กัน มีบทบาท วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ตลาดน้ำที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันบางแห่งเป็นตลาดดั้งเดิมที่มีอยู่แล้ว แต่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงปรับสภาพให้เข้ากับสมัยปัจจุบันเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำอัมพวา เป็นต้น ส่วนตลาดที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ก็ต้องปิดตัวลงไปในที่สุด แต่ก็มีตลาดน้ำบางแห่งที่สร้างขึ้นใหม่ให้เป็นตลาดน้ำโดยเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างรายได้และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชม เช่น ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดน้ำสีภาค พัทยา ตลาดน้ำคลองสระบัว และตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

จึงเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้มีตลาดน้ำเกิดขึ้นใหม่มากมายและกำลังได้รับความนิยม แต่เรากลับหลงลืมตลาดน้ำเก่าแก่ที่เคยโด่งดังมากในอดีต อย่างตลาดน้ำวัดไทร ที่ปัจจุบันซบเซาลงไปมาก จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง สินค้าต่างๆ ขึ้นมาขายกันบนบกแทน ซึ่งหากยังไม่มีใครเข้ามาจัดการดูแล ในไม่ช้าตลาดน้ำวัดไทรก็คงเหลือแต่ชื่อให้คนรุ่นหลังได้ระลึกถึงเท่านั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดไทรเพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำเสื่อมโทรมลงไปพร้อมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำให้กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง โดยใช้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาเป็นหลักในการศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำวัดไทร
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอีกครั้ง

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมซึ่งจะสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของพ่อค้า แม่ค้า และคนในชุมชน สภาพวิถีชีวิตในปัจจุบันและที่อยู่อาศัย รวมถึงสภาพแวดล้อมบริเวณชุมชน ชุมชนใกล้เคียง และสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง ส่วนเชิงปริมาณจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า สืบค้น และรวบรวมข้อมูลตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง และเสนอแนะแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อพัฒนาพื้นที่ฟูตลาดน้ำวัดไทรให้กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง โดยใช้วิธีและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และออกแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง รวมทั้งออกแบบสอบถาม มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกในการซักถามและเครื่องบันทึกเสียงเพื่อความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูล โดยจะนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม ดังนี้

แบบที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 กลุ่มหัวหน้า ผู้นำ บุคคลสำคัญในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง จำนวน 5 ชุมชน รวมทั้งสิ้น 11 คน จากชุมชนตลาดน้ำวัดไทร ชุมชนหลังตลาดวัดไทร ชุมชนบ้านสวน ชุมชนเรือนไทยพัฒนา และชุมชนร่วมพัฒนาเอกชัย 31 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ มีความเข้าใจในสภาพแวดล้อมของชุมชนเป็นอย่างดี ทราบถึงความเป็นมาและการบริหารจัดการภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้าใจปัญหาและผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นอย่างดี

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน จากสำนักงานเขตจอมทอง จำนวน 3 คน และกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คน เนื่องจากเป็นผู้ที่รับนโยบายมาปฏิบัติโดยตรง เป็นผู้ที่วางแผน กำหนดแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทร มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาตลาด เป็นผู้กำกับและส่งเสริมการดำเนินงานของชุมชนในตลาดน้ำ เป็นผู้ประสานงานความร่วมมือระหว่างคนภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง และเป็นตัวแทนของประชาชนในการประสานงานขอการสนับสนุนจากภาครัฐ

กลุ่มตัวอย่างที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยวทางน้ำ คนขับเรือ โกต์นำเที่ยว และเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงตลาดน้ำ วัดไทร จำนวน 7 คน เนื่องจากเป็นกลุ่ม

ที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับ การดำเนินกิจกรรมทางน้ำ เข้าใจและรับรู้ถึงปัญหา ผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวตลาดน้ำ หากมีการพัฒนาตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำได้

แบบที่ 2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ 4 กลุ่มพ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำ จำนวน 11 คน โดยได้รับการแนะนำจากหัวหน้าชุมชน ซึ่งจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ไปจนได้คำตอบที่ซ้ำและไม่มีความแตกต่างแล้วจึงหยุด การเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ เนื่องจาก พ่อค้า แม่ค้า เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบมากที่สุดในการจัดการการท่องเที่ยว จึงต้องการทราบถึงความคิดเห็นทัศนคติ ต่อการจัดการในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ความต้องการของพ่อค้า แม่ค้าที่อยากจะให้ผลของการจัดการเป็นอย่างไร และเป็นผู้ที่ทราบถึงวิวัฒนาการความเป็นมาของตลาด หากเป็นพ่อค้า แม่ค้าที่ขายของประจำอยู่ที่นี่นานแล้ว สามารถสะท้อนปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการจัดการได้อย่างดี

แบบที่ 3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ 5 กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 23 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตจอมทอง คือ วัดราชโอรสารามราชวรวิหาร และวัดหนึ่งราชวรวิหาร กับนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอื่น คือ ตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำคลองลัดมะยม สาเหตุที่ต้องสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เนื่องจากตลาดน้ำวัดไทรไม่มีนักท่องเที่ยวมาแล้ว ผู้ที่มาซื้อของส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงแทบทั้งสิ้น การเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ เนื่องจากเป็นผู้ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดว่าตลาดน้ำสามารถอยู่รอดได้หรือไม่จากการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มประชาชนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจำนวน 430 ชุด ซึ่งมีกรอบประชากร จากจำนวนประชากรของชุมชนตลาดน้ำ วัดไทร และชุมชนใกล้เคียงอีก 5 ชุมชนภายในรัศมีไม่เกิน 2 กิโลเมตรจากตลาดน้ำวัดไทร แขวง บางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพฯ ทั้งหมด 4,032 คน ชุมชนตลาดน้ำวัดไทร 1,260 คน ชุมชนหลังตลาดวัดไทร 603 คน ชุมชนบ้านสวน 762 คน ชุมชนเรือนไทยพัฒนา 260 คน ชุมชนสุขสันต์พัฒนา เอกชัย 26 500 คน และชุมชนร่วมพัฒนาเอกชัย 31 647 คน (ข้อมูลจากสำนักงานเขตจอมทอง ณ ปี พ.ศ. 2551) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ สามารถสะท้อนความคิดเห็นของการจัดการการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร และต้องการให้มีแนวโน้มเป็นอย่างไรในอนาคต และสามารถให้ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการเพื่อให้ตรงตามความต้องการเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง เป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการจัดการท่องเที่ยวจึงให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงได้อย่างดี

2. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูล ทติยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้น

2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้แก่ข้อมูลจากเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางในการศึกษา เป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจ และนำไปสู่แนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (ปฐมภูมิ) และข้อมูลเอกสาร (ทุติยภูมิ) แล้ว จึงนำมาสรุปประเด็นนำข้อมูลจากการสังเกตและสัมภาษณ์วิเคราะห์ตามแนวคิด ทฤษฎีที่ได้ศึกษา และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และนำไปสรุปผลของการวิจัย

ผลการวิจัย

ตลาดน้ำวัดไทรเป็นตลาดน้ำในคลองสนามชัย (คลองด่าน) บริเวณหน้าวัดไทร ถนนเอกชัย 23 แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ตลาดน้ำแห่งนี้มีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นตลาดน้ำที่ใหญ่ที่สุดในย่านนี้ ผู้คนในคลองต่างๆ ทั้งใกล้และไกลต่างเอาของใส่เรือมาขายกันอย่างคับคั่ง และในปี พ.ศ. 2503 ประเทศไทยเริ่มมีการส่งเสริม การท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น ส่งผลให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยกันมากขึ้นกว่าเดิม และจุดขายที่สำคัญในช่วงแรกนี้คือ ตลาดน้ำวัดไทร อย่างไรก็ตามผลของการที่มือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวจำนวนมาก ทำให้สภาพของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไป การขายของที่เป็นไปตามครรลองของชาวบ้านเปลี่ยนเป็น การขายสินค้าให้นักท่องเที่ยวจึงทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น เรือที่เข้ามาเป็นเรือเครื่องทำให้เรือพายของพ่อค้า แม่ค้าสู้แรงไม่ไหว ในที่สุดก็ต้องย้ายหนีขึ้นไปขายบนบกแทน ประกอบกับมีการตัดถนนหลายสายเกิดขึ้นในพื้นที่ คนจึงหันมาสัญจรค้าขายกันทางบกซึ่งสะดวกมากกว่า ทางน้ำเช่นในอดีต นับแต่นั้นมา ตลาดน้ำวัดไทรก็เงียบเหงา ชบเซา และสลายไปในที่สุด จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 สำนักงานเขตจอมทองได้ดำเนินการจัดทำโครงการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทร แต่โครงการก็ดำเนินไปได้ประมาณ 3 ปีก็ล้มเลิกไป จนถึงปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรได้กลายเป็นตลาดบกไปแล้ว ไม่มีพ่อค้า แม่ค้าพายเรือขายของ ไม่มีนักท่องเที่ยว มีเพียงชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงที่มาจับจ่ายซื้อของในตลาดเท่านั้น ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง สรุปได้ดังนี้

- 1.1 มีการตัดถนนโดยรอบพื้นที่ ทำให้คนหันมาสัญจรทางบกแทนการสัญจรทางน้ำ
- 1.2 มีตลาดใหม่เกิดขึ้นมากมายในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ประชาชนมีทางเลือกมากขึ้น
- 1.3 ประชาชนมีการศึกษาสูงขึ้น หันไปประกอบอาชีพอื่นแทนการเป็นพ่อค้า แม่ค้า ชาวสวน
- 1.4 การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ปัญหามลพิษทางน้ำ
- 1.5 วิถีชีวิตคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ไม่ต้องพึ่งพาทางน้ำเป็นหลักอีกต่อไป

- 1.6 การสร้างประตูน้ำ เป็นอุปสรรคในการเดินเรือของเรือนักท่องเที่ยว
- 1.7 ปัญหาความขัดแย้งภายในพื้นที่
- 1.8 การดำเนินการในการฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำไม่ต่อเนื่อง

2. การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทรนั้น ในอดีตสมัยยุคที่ตลาดน้ำวัดไทร เพียงพูนั้น การบริหารจัดการตลาดน้ำเป็นไปตามกลไกธรรมชาติ ไม่มีกฎเกณฑ์ แนวทางปฏิบัติที่แน่นอน การจัดการเป็นไปตามสภาพที่เกิดขึ้นจริงของท้องถิ่น เป็นรูปแบบของชุมชนเอง และในขณะนั้นกระแสของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างเช่นในปัจจุบัน เนื่องจากยังไม่มีผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่รุนแรงเหมือนในปัจจุบัน

ในช่วงที่สำนักงานเขตจอมทองเข้ามาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรนั้น การบริหารจัดการไม่ใช่หลักของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งหมด มีเพียงบางส่วนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น เช่น วัตถุประสงค์ของโครงการที่ต้องการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่าของตลาดน้ำให้คงอยู่ต่อไป ต้องการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม แต่อย่างไรก็ตามยังมีส่วนที่ไม่สอดคล้องตามหลักของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นไม่ใช่ การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ประชาชนในชุมชนมีส่วนในการปฏิบัติ แต่ไม่ได้มีส่วนในการวางแผน กำหนดนโยบาย ข้อเสนอแนะบางอย่างไม่ได้นำมาปรับใช้จริง และประชาชนที่เข้าไปมีส่วนร่วมเป็นกลุ่มเฉพาะเพียงบางส่วน ไม่ใช่ประชาชนโดยรวมทั้งหมดของชุมชน นอกจากนี้การกระจายรายได้ยังกระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มไม่ถึงประชาชนทั้งหมด มีเพียงบางกลุ่มที่ได้ประโยชน์เท่านั้น

ในปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรก็ยังไม่ได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง เพราะไม่มีหน่วยงานใดเข้าไปดูแลจัดการโดยตรง จะเป็นวัดและชุมชนที่ดูแลพื้นที่ พ่อค้า แม่ค้าต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ให้กับทางวัด กรรมการชุมชนก็ปล่อยเป็นไปตามธรรมชาติ และยังไม่มีความมั่นใจว่าจะมีการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำขึ้นมาอีกครั้ง เนื่องจากยังไม่มีแกนนำในการริเริ่ม ประกอบกับความล้มเหลวในอดีตที่ผ่านมาจึงทำให้ขาดความเชื่อมั่นในการดำเนินการ

3. การฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาไม่ได้เป็นการช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบเดิมของชาวบ้าน เพราะปัจจุบันไม่มีวิถีชีวิตแบบนั้นแล้ว เพียงแต่เป็นการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าแก่ที่มีคุณค่าต่อสังคมและประเทศชาติ จำลองสภาพวิถีชีวิตในอดีตให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาและเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น อย่างเช่นตลาดน้ำที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นการจำลองสภาพวิถีชีวิตริมน้ำในอดีตขึ้นมา บางแห่งถูกสร้างขึ้นใหม่ในพื้นที่ใหม่ บางแห่งก็อยู่ในสถานที่เดิมแต่ปรับบทบาทหน้าที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น

การที่จะพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่นั้น จะต้องดูปัจจัยที่ทำให้ตลาดน้ำไม่ประสบความสำเร็จ และหาแนวทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้นให้ได้ก่อน ดังนี้

3.1 ความสามัคคีของคนในชุมชน หากกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกันของคนภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง ให้มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน สร้างความเข้าใจให้ตรงกัน เมื่อชุมชนเข้มแข็ง พร้อมทั้งจะร่วมกันพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร การดำเนินงานทุกอย่างจะสะดวกขึ้น มีความต่อเนื่องและเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3.2 การที่มีพ่อค้า แม่ค้ามาขายเรือขายของน้อยเพราะขาดทุน ก็จะต้องมีแนวทางใน การประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและมาซื้อสินค้า ซึ่งสินค้าก็ต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวหรือการที่พ่อค้า แม่ค้าสมัยใหม่ขายเรือไม่เป็น ก็อาจจะมีการฝึกอบรมให้

3.3 การมีตลาดใหม่เกิดขึ้นมากมายในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ต้องหาจุดเด่นของตลาดน้ำวัดไทรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งตลาดน้ำวัดไทรมีความได้เปรียบตรงชื่อเสียงที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อยู่แล้ว เพียงแต่ต้องเพิ่มการสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

3.4 ปัจจุบันสภาพวิถีชีวิตเปลี่ยนไป ตลาดน้ำในปัจจุบันมีบทบาทเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงควรปรับตัวให้เข้ากับการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยว โดยปรับช่วงเวลาของการติดตลาดให้เลยมายังช่วงเย็น อาจจะเป็นเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์ ก็ได้ น่าจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

3.5 ควรมีการรณรงค์เรื่องการช่วยกันรักษาความสะอาดของน้ำในลำคลอง ไม่ทิ้งขยะ ไม่ปล่อยน้ำเสียลงคลอง

3.6 เรื่อง ประตูน้ำ ควรประสานงานกับสำนักการระบายน้ำว่าจะทำการเปิด-ปิดเมื่อไหร่ แต่ด้วยการคมนาคมที่เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มาเที่ยวตลาดน้ำส่วนใหญ่จะเดินทางมา ทางบก จึงมีทางเลือกอื่นในการเดินทางหากเป็นช่วงที่ประตูน้ำปิด

3.7 สื่อต่างๆ ที่ประชาสัมพันธ์ออกไป ต้องเป็นไปตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวได้เห็นภาพการประชาสัมพันธ์จะเกิดความคาดหวัง แต่เมื่อมาเห็นของจริงแล้วไม่เป็นไปตามนั้น จะก่อให้เกิดความรู้สึกผิดหวังและยากที่แก้กลับคืนมาได้ ดังนั้นจึงควรมั่นใจในความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนที่จะประชาสัมพันธ์ออกไปภายนอก

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ สามารถสรุปผลได้ดังนี้ จากข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนในเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการของหน่วยงานที่รับผิดชอบ (คะแนนเฉลี่ย 1.99) เห็นว่ามีเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลจัดการอย่างเพียงพอ (คะแนนเฉลี่ย 2.41) หน่วยงานที่รับผิดชอบมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ (คะแนนเฉลี่ย 2.34) หน่วยงานที่รับผิดชอบให้การสนับสนุนในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี (คะแนนเฉลี่ย 2.47) การพัฒนาตลาดน้ำส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน (คะแนนเฉลี่ย 2.48) หน่วยงานที่รับผิดชอบมีการประสานความร่วมมือกันในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นอย่างดี (คะแนนเฉลี่ย 2.45) ทั้งหมดนี้อยู่ในระดับน้อย ในส่วนของ การดำเนินการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ (คะแนนเฉลี่ย 2.63) มีแนวทางการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอย่างดี (คะแนนเฉลี่ย 2.69) มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (คะแนนเฉลี่ย 2.76) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในปัจจุบันมีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 2.67) ปัญหาที่พบมีการนำมาพิจารณาหาแนวทางแก้ไข (คะแนนเฉลี่ย 3.36) การบริหารจัดการสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ (คะแนนเฉลี่ย 3.2) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสามารถช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำเอาไว้ได้ (คะแนนเฉลี่ย 3.12) ประชาชนในชุมชนเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง และส่วนที่ประชาชนในชุมชนเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก มีดังนี้ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นการช่วยเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น (คะแนนเฉลี่ย 3.5) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นการช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ชุมชน (คะแนนเฉลี่ย 3.6) ตลาดน้ำวัดไทรมีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (คะแนนเฉลี่ย 3.96) การจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำช่วยพัฒนาชุมชนในด้านสาธารณสุข ปลอดภัย ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการสื่อสาร การศึกษา (คะแนนเฉลี่ย 3.79) มีปัญหาที่พบในการบริหารจัดการ (คะแนนเฉลี่ย 3.73)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลมีหลายปัจจัยที่เป็นผลให้ตลาดน้ำวัดโตนงาช้างไป ซึ่งปัจจัยที่สำคัญอันดับต้นๆ คือ สภาพวิถีชีวิตโดยรวมของคนในชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ในอดีตวิถีชีวิตของคนไทยผูกพันกับสายน้ำเป็นหลัก มีตลาดน้ำเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า แต่ในปัจจุบันการสัญจรทางน้ำถูกแทนที่ด้วยการสัญจรทางบก ซึ่งสะดวกและรวดเร็วกว่า คนจึงเปลี่ยนมาค้าขายกันทางบกแทน รวมถึงเมื่อคนมีการศึกษาสูงขึ้น ก็หันไปประกอบอาชีพอื่นที่มีความมั่นคงกว่าการเป็นพ่อค้า แม่ค้า หรือชาวสวน จึงไม่มีคนสืบทอดอาชีพต่อกันจากบรรพบุรุษ ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความนิยมของตลาดน้ำวัดโตนงาช้าง อาทิเช่น การเกิดขึ้นของตลาดใหม่ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนมากขึ้น ปัญหามลพิษทางน้ำ การสร้างประตูน้ำทำให้เดินเรือไม่สะดวก ปัญหาความขัดแย้งภายในพื้นที่ ทำให้พัฒนาได้ไม่เต็มที่ และการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง

การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าให้คงอยู่ต่อไป ลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ต้องรับฟังความคิดเห็นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ช่วยส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และต้องมีการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยนำรายได้นั้นกลับไปพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำ ควรเริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย แผนปฏิบัติการในการดำเนินการให้ชัดเจน รวมถึงการจัดสรรงบประมาณ กำหนดกลุ่มคนที่จะรับผิดชอบโครงการเป็นหลัก โดยควรเป็นความคิดริเริ่มของชุมชนเอง ซึ่งมีหน่วยงานภาครัฐคอยให้การสนับสนุน ต้องเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน จึงจะทำให้ดำเนินการประสบความสำเร็จ

กรณีของตลาดน้ำวัดโตนงาช้าง หากจะมีการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดโตนงาช้างขึ้นมาใหม่ตามหลักการ แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คงจะเป็นไปได้ยาก เนื่องจากทรัพยากรที่ต้องการอนุรักษ์เอาไว้แล้ว แทบจะไม่หลงเหลืออยู่อีกแล้ว สภาพวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ยิ่งไปกว่านั้นคนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องยังขาดความร่วมมือในการช่วยกันอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดโตนงาช้างอย่างจริงจัง ไม่มีแรงกระตุ้นจากชุมชนที่จะเริ่มพัฒนาด้วยตนเอง ที่ผ่านมาเป็นกรณีริเริ่มของภาครัฐ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารแต่ละสมัย เมื่อเปลี่ยนผู้บริหาร นโยบายเปลี่ยนทำให้ การพัฒนาหยุดชะงัก เพราะไม่มีคนในพื้นที่คอยสานต่อ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การดำเนินการ ไม่ประสบความสำเร็จ แต่ถึงแม้ว่าจะไม่สามารถฟื้นฟูตลาดน้ำวัดโตนงาช้างได้ตามแนวทางของ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แต่ก็ยังสามารถฟื้นฟูตลาดน้ำวัดโตนงาช้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ผู้คนมาเลือกซื้อสินค้าได้ เพราะทุกวันนี้ก็มีคนมาเดินซื้อของที่ตลาดวัดโตนงาช้างซึ่งเป็นตลาดบกไปแล้วเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนมากจะเป็นชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียง แต่ถ้าหากมีการจัดการที่ดีก็สามารถพัฒนาตลาดน้ำวัดโตนงาช้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งไม่ได้เน้นเรื่องการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบตลาดน้ำอีกต่อไป

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรเริ่มที่การสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง เพราะจะทำให้การดำเนินงานทุกอย่างประสบความสำเร็จ ฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ไปได้ด้วยดี

2. ควรไปศึกษาดูงานการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความคล้ายคลึงกันที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแบบอย่างในการปรับปรุงตลาดน้ำวัดไทรต่อไป

3. เสนอตัวอย่างแนวทางในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทร ดังนี้

3.1 เริ่มฟื้นฟูจากตลาดบกให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาชม โดยอาจปรับปรุงพื้นที่ให้เป็นแบบตลาดโบราณ ตลาดร้อยปี ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ เมื่อผลตอบรับดีอาจขยายลงไปขายในน้ำภายหลัง และควรมีกิจกรรมที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

3.2 จัดโปรแกรมทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ริมคลองในพื้นที่เขตจอมทอง ซึ่งมีวัดสำคัญหลายวัด และอยู่ในเส้นทางเดียวกัน สามารถเดินทางโดยเรือได้ หากประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวได้ดี ก็เป็นการนำนักท่องเที่ยวมาได้มากขึ้น

3.3 หากไม่สามารถฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้ขายเป็นประจำได้ มีข้อเสนอแนะให้เป็นการจัดงานย้อนรำลึกเป็นประจำทุกปี ในงานอาจจัดให้มีการลงไปพายเรือขายของในน้ำ มีการแข่งเรือ การแสดงดนตรีลูกทุ่ง การประกวดต่างๆ เพื่อไม่ให้วัฒนธรรมประเพณีสูญหายไป หรือจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ รวบรวมประวัติ รูปภาพต่างๆ ของตลาดน้ำวัดไทรให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539ก). *นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism)*

ปี พ.ศ. 2538-2539. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองอนุรักษ์. (2544). *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: อัสชา.

ชนัญ วงษ์วิภาค. (2548). *การจัดโครงการ: การให้ความรู้เชิงปฏิบัติการในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะโบราณคดี.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (ม.ป.ป.). *ปศุสัตว์และความวิชาการด้านการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะมนุษยศาสตร์, ภาควิชามนุษยสัมพันธ์.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โครงการวิถีทรรศน์.

ดร.ชนันท์ เอมพันธ์, เรณูภา รัชโน และสุทัศน์ วรรณเลิศ. (2547). *คู่มือการจำแนกเขตท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะวนศาสตร์, ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา.

ดุษฎี ชุมสาย และณิพัทธ์ พรหมโยธี. (2527). *ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นภาพค์ คงเศรษฐกุล. (2549). แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน รากฐานความเป็นมาและการนำมาใช้ในสังคมไทย. *วารสารวิชาการราชภัฏกรุงเทพฯ*, 13 (22), 49-62.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ข). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ประชิด สกฤษณ์พัฒน์, วิมล จิโรจน์พันธุ์ และอุดม เขยกิจวงศ์. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

พงษ์ศักดิ์ พันธุ์สวัสดิ์. (2549). *วัฒนธรรมบางขุนเทียนจากอดีตสู่ปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: ไอเดีย สแควร์.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2539). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. *อนุสาร อสท*, 37(3).

- ยศ สันตสมบัติ. (2544). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากร*. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.
- ราตรี โตเพ่งพัฒนา. (2543). *ตลาดน้ำ: วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง*. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- วรรณพร วณิชชานุกร. (2540). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองวิชาการและฝึกอบรม.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2532). *นิเวศวิทยาวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สกุณี ญัฐพูลวัฒน์. (2541). *ตลาดน้ำ วิถีชีวิตพ่อค้า-แม่ขายไทย*. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.
- โสวัตตรี ณ ถกลาง. (2549). *นิเวศวัฒนธรรมในมิติของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 32, 50-65.

ผู้เขียน

นางสาวธีราภรณ์ นกแก้ว

สาขาการบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

email: teerapornn@oic.or.th