



แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

โดย

นางสาวสิริวิมล มรกฏจินดา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

โดย

นางสาวสิริวิมล มรกตจินดา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

A GUIDELINE IN IMPROVING KLONG CHINDA FLOATING MARKET

By

Siriwimon Morakotjinda

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF ARTS

Program of Public and Private Management

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ” เสนอโดย นางสาวสิริวิมล มรกฏจินดา เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ)

...../...../.....

50601373 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำ

ศิริวิมล มรกตจินดา : แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา. อาจารย์ที่ปรึกษา
การค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.สุธรรม รัตนโชติ. 62 หน้า.

การค้นคว้าอิสระนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา 2. เพื่อวางแนวทางในการพัฒนา ตลาดน้ำคลองจินดา ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผ่านกลุ่มประชากรตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ ผู้บริหารชุมชน กลุ่มที่ 2 คือ พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน และกลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยว โดยนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตลาดน้ำคลองจินดา

จากผลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ดังนี้
1. ตลาดน้ำควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากผลไม้สด โดยแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรักษา และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ 2. ราคาของสินค้าควรเป็นราคาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นราคาที่ชาวสวนตั้งขึ้น และควรสร้างกลยุทธ์ด้านราคา โดยมีการ ลด แลก แจก แถมสินค้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. ด้านสถานที่ ควรจัดหาป้ายบอกทาง, ป้ายระยะทาง และระยะเวลาเปิด-ปิด ตลาดน้ำ อย่างชัดเจน 4. การประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 5. ด้านคน ผู้มีความรับผิดชอบในการบริหาร ควรปรับปรุงและพัฒนาตลาดน้ำ ด้วยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ 6. การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ ควรมีการปรับปรุงและจัดการสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 7. ด้านกระบวนการ ควรมีการวางแผนจัดองค์การ การบังคับบัญชา การดำเนินงาน และการควบคุม ติดตามผล จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา อย่างมีประสิทธิภาพ

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552
ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

50601373 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD : A GUIDELINE IN IMPROVING KLONG CHINDA FLOATING MARKET

SIRIWIMON MORAKOTJINDA : A GUIDELINE IN IMPROVING KLONG CHINDA
FLOATING MARKET. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF.SUDHAM
RATTACHOT,Ph.D. 62 pp.

This independent study was qualitative research that there were 2 objectives. These were 1) to study historical background of Klong Chinda Floating Market 2) to recommend the guideline for improving and developing Klong Chinda Floating Market. The empirical data had been collected through in-depth interview instruction of informant group.

The Klong Chinda Floating Market should be improved and developed through 7 guidelines as following. Firstly, should develop the product that fresh fruits by change to preserve fruits for further the period of time to reserve the products and further the kind of products. Secondly, the prices of products should be appropriate with the price of fruits from fruit gardeners and should be reduce, change, distribute and give some giveaway to customer. Thirdly, it should be sign post about the direction or distance to the market and the period of time to open and close the market by clearly. Fourthly, should be further advertising public relations by give the information to the costumers for attract the tourists. Fifth there are responsible people in management, improvement and development of the market with fully participation. Sixth, the environment including facilities should be well improved and managed to attract the tourists. Seventh, the floating market should well managed the related factions should well planning, organizing, influencing and controlling for making the efficiency of floating market management.

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา และการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ ประธานพิจารณาหัวข้อ และดร. สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ ซึ่งให้คำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นของการค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอบพระคุณหน่วยงานต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อข้อมูล ได้แก่ องค์กรบริหารส่วน ตำบลคลองจินดา ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้า และคณะกรรมการตลาดน้ำคลองจินดา ซึ่งกรุณาให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่ง ขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ซึ่งเป็นทั้งกำลังกาย กำลังใจในการทำ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ รวมถึงพี่สาวและเพื่อนๆ ผู้ซึ่งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือมาโดยตลอด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์.....	7
ขอบเขตการศึกษา.....	7
ขั้นตอนและวิธีการศึกษา	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
กรอบแนวคิด.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว.....	10
แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	17
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	20
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	20
แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
การออกแบบงานวิจัย.....	29
ประชากร	29
ขั้นตอนการศึกษา	29
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	30
ระยะเวลาในการศึกษา.....	32
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ประวัติความเป็นมา	33
รูปแบบการจัดการตลาดน้ำคลองจินดา	38

บทที่	หน้า
การดำเนินงานดูแลพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา.....	38
วิเคราะห์ทรัพยากรสภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค.....	39
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	41
5 สรุป ข้อเสนอแนะแนวทาง.....	44
สรุปผลการศึกษา.....	44
ข้อเสนอแนะแนวทางส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	44
รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำคลองจินดา.....	49
แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา.....	51
 บรรณานุกรม	 54
 ภาคผนวก	 56
 ประวัติผู้วิจัย	 62

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว	15
2	แสดงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน	25
3	ภาพถ่ายวัดปรีดารามทางอากาศ.....	34
4	ภาพถ่ายบริเวณวัดปรีดาราม	35
5	ภาพถ่ายบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา โครงสร้างแบบเดิม	36
6	ภาพถ่ายบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา โครงสร้างแบบใหม่.....	37
7	แสดงโครงสร้างการบริหารจัดการของหน่วยงานกลาง.....	50
8	โครงสร้างการดำเนินงาน.....	52

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้ามาช่วยแก้ไขสภาวะการขาดดุลชำระหนี้เงินของประเทศที่สืบเนื่องมาจากการขาดดุลการค้า ส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศก็จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เป็นการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ทุกระดับอาชีพ นอกจากนี้คุณค่าทางการศึกษา และสุขภาพจิตที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยว ยังเป็นประโยชน์อย่างมหาศาลต่อการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ยากจะหาได้จากกิจกรรมอื่น จึงต้องให้ความสนใจพัฒนาและส่งเสริมเพื่อให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของเรามากที่สุด และนำรายได้จากการท่องเที่ยวไปพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization - WTO) ได้พยากรณ์ไว้ว่าในปีค.ศ. 2010 (พ.ศ. 2553) จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,000 ล้านคน และก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 60 ล้านล้านบาท พร้อมทั้งคาดการณ์ต่อไปอีกว่าในปีค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,600 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100 ล้านล้านบาท (World Tourism Organization 1993, อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 1)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจภัตตาคาร และร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจด้านการก่อสร้าง ร้านบริการ ซักรีด ร้านเสริมสวย ธุรกิจโฆษณา เป็นที่ยอมรับกันว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม (Industry) ที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุด ยิ่งวิทยาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่มีมากเท่าใดก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทมากเท่านั้น เพราะมนุษย์เราต้องการพบ

เห็นสิ่งใหม่ ๆ และต้องการศึกษาหาความรู้ ประสบการณ์ และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตการทำงาน รวมทั้งมีความจำเป็นด้านอื่น ๆ เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมเพื่อน ญาติ หรือการเดินทางเพื่อร่วมประชุมสัมมนา เป็นต้น(นิตยา ชัชกุล 2550 : 1)

อย่างไรก็ตามการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ก็ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นซึ่งส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่นเดียวกับการพัฒนาในด้านต่างๆของประเทศ ดังนั้นเราควรจะต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะตามมาในอนาคตซึ่งเป็นผลต่อการพัฒนาในปัจจุบัน การท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนและจัดการบริหารที่ดี สามารถใช้ทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น สิ่งที่สำคัญคือต้องคำนึงถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการบริหารจัดการทรัพยากรในพื้นที่เพื่อผลประโยชน์ของชุมชนโดยนำชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และวางแผนบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดประสิทธิผลทางการท่องเที่ยว

ในอดีตเราใช้เส้นทางน้ำในการติดต่อคมนาคมขนส่ง เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันโดยการใช้เส้นทางทางน้ำเป็นหลัก ทำให้สมัยก่อนการจับจ่ายซื้อสินค้าจึงเป็นการซื้อขายกันที่ตลาดน้ำ แต่ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งที่สะดวกคือทางบกคนนิยมเดินทางโดยทางบกที่มีถนนหนทางที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้คนเปลี่ยนการดำเนินชีวิตไปจากการที่เคยเดินทางทางน้ำ ก็เปลี่ยนมาเดินทางโดยทางบก มีถนนหนทางที่สะดวก จากที่เคยจับจ่ายซื้อของที่ตลาดน้ำ ก็เปลี่ยนมาซื้อของที่ตลาดสดหรือห้างสรรพสินค้าที่สะดวก และสามารถหาซื้อสินค้าได้หลายอย่างในที่เดียวกันไม่ต้องใช้เวลาในการหาซื้อสินค้า อีกทั้งได้สินค้าที่มีคุณภาพมากกว่า ตลาดจึงย้ายไปอยู่บนบก ทำให้ตลาดน้ำไม่ได้รับความนิยมของผู้บริโภค ทำให้พ่อค้า แม่ค้าที่ขายของที่ตลาดน้ำต้องละทิ้งร้านค้าของตนไป เพราะวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในปัจจุบัน ทำให้เกิดแนวคิดในเรื่องของการท่องเที่ยวขึ้นมา โดยการดึงตลาดน้ำขึ้นมาเป็นจุดขายในเรื่องของการท่องเที่ยว เพราะผู้คนส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่ตลาดสด ไม่ได้ใช้ชีวิตติดริมน้ำ และพฤติกรรมการบริโภคก็เปลี่ยนไปเพื่อสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดแนวความคิดที่ว่า ตลาดน้ำเป็นตลาดชุมชนเพื่อให้คนในบริเวณนั้นสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าได้และเน้นในเรื่องของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กับคนในบริเวณนั้นและพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้ชาวบ้านมีรายได้และมีงานทำ

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำในประเทศไทย ในรูปแบบของตลาดน้ำ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมรูปแบบแรกๆ ที่ใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่เป็นที่รู้จักกันดีทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากกว่า 30 ปี คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเริ่มต้นจากตลาดซึ่งเป็นที่ยุมนุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเอง แล้วพัฒนารูปแบบสินค้า

และบริการให้เป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยว จากเดิมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อดูวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ตามปกติของชาวบ้านในพื้นที่ ต่อมาได้มีการสร้างกิจกรรมเสริมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย เช่น การลงเรือพายหรือการเที่ยวชมคลองเพิ่มเติมขึ้น ความสำเร็จทางเศรษฐกิจของตลาดน้ำแห่งนี้ได้กลายเป็นต้นแบบให้กับการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในแหล่งอื่นๆ ให้เป็นไปในลักษณะเดียวกันคือ เน้นการสรรหากิจกรรมต่างๆ มารองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งมีทั้งการปรับปรุงตลาดน้ำท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว การรื้อฟื้นย่านตลาดน้ำเดิมที่สูญหายไปแล้วขึ้นมาใหม่หรือการจัดตั้งตลาดขึ้นมาใหม่ เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งรูปแบบหลังนี้มีแนวโน้มว่าจะเกิดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในชุมชนริมน้ำหลายแหล่งทั้งในเขตเมือง (เช่น โครงการท่องเที่ยวคลองในเขตธนบุรีของกรุงเทพมหานคร) และในเขตชนบท (มณีวรรณ ผิวนิม, ใน ปรารณา จันทรุพันธ์ และ ทวีป ศิริรัศมี, บรรณาธิการ 2547 : 13)

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้ตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นไปจากเดิม แต่ก็ยังเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้ตลาดน้ำสามารถคงอยู่ในสังคมต่อไปได้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้ตลาดกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งรายได้ใหม่ๆ ให้กับชุมชน แต่ในขณะเดียวกันก็มีส่วนผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงกับวิถีชีวิตของผู้คนที่มาแต่ดั้งเดิม ตลาดน้ำที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของชุมชนริมน้ำในย่านนั้นก่อน แล้วจึงพัฒนารูปแบบใหม่ขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากนอกชุมชน กลายเป็นตลาดที่สนองตอบธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหลักและตลาดน้ำตลิ่งชัน อำเภอตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่โดยเฉพาะจากความร่วมมือของประชามในชุมชน กับหน่วยงานของรัฐเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างอาชีพ และหารายได้ให้กับสมาชิกของชุมชน (มณีวรรณ ผิวนิม, ใน ปรารณา จันทรุพันธ์ และ ทวีป ศิริรัศมี, บรรณาธิการ 2547 : 13)

การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำมีศักยภาพสูง ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ดี เพราะมีเอกลักษณ์ในความใกล้ชิดกับธรรมชาติ และบรรยากาศ ชีวิตริมคลองที่หาได้ยากในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่อยู่ในกระแสความนิยมการร่วมงานหรือกิจกรรมย้อนยุค ที่เน้นการแสวงหาภูมิปัญญาไทยหรือการกลับไปสัมผัสบรรยากาศในอดีตที่ปรากฏในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็น ภาพการณ์โหยหาอดีต (nostalgia) ของคนไทยในสังคมสมัยใหม่ที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากภาวะของการเร่งรีบแข่งขันของความเป็นเมืองกลับสู่ธรรมชาติชั่วคราวหรือต้องการหาความหมายให้แก่ตัวตนจากบรรยากาศของอดีต สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การมาเที่ยวตลาดน้ำเป็นการโหยหาวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ใกล้ธรรมชาติและแตกต่างจากที่ประสบอยู่ในประเทศของตน จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในชุมชนที่มีความเหมาะสม การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำเป็นเรื่องที่ต้องมี

การวางแผนและทำความเข้าใจเงื่อนไขต่างๆอย่างดี ตั้งแต่เรื่องของรูปแบบกิจกรรม การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ การตลาด ธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประสานงานและการได้รับความร่วมมือจากชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน เพราะทุกคนมีส่วนในการสร้างวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจขึ้นมา ดังนั้นคนในชุมชนย่อมมีความรู้ความเข้าใจมิติทางสังคม และวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน ได้ลึกซึ้งกว่าเจ้าหน้าที่รัฐ หรือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่มาจากภายนอก สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเป็นไปได้และสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนได้ดีกว่า สามารถประสานงานและดึงกลุ่มคนที่เหมาะสมเข้ามาทำงานได้ดีกว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวจะช่วยแก้ปัญหาการผูกขาดทางธุรกิจของผู้ประกอบการ การวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดทิศทาง รูปแบบ และกิจกรรมในตลาดน้ำ ไม่ใช่ปล่อยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดรูปแบบเพื่อประโยชน์ของตนเพียงฝ่ายเดียว ทำให้รูปแบบตลาดน้ำขาดความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตที่เป็นอยู่จริง ทำลายวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคมภายในชุมชน ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายนอกกับชุมชนควรเป็นความร่วมมือแบบเสมอภาค ไม่ใช่รับฟังคำสั่งหรือหวังพึ่งพาหน่วยงานภายนอกตลอดไป เมื่อชุมชนเข้มแข็งขึ้นและมีประสบการณ์มากพอ ก็ต้องพึ่งตนเองในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน รัฐบาลควรสร้างความเข้าใจกับคนท้องถิ่นให้ชัดเจน ในเรื่องของปรัชญาที่แท้จริงของการท่องเที่ยว ว่าเป็นกิจกรรมที่มุ่งประโยชน์ระยะยาวในด้านการสร้างความเข้มแข็งให้สามารถพึ่งตนเองได้ แต่เน้นการให้คนท้องถิ่นมีงานทำ มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ แบ่งผลประโยชน์กันอย่างเป็นธรรม โปร่งใส ไม่ถูกผูกขาดโดยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างงานและกิจกรรมที่ต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวด้วย เช่น ส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์พื้นเมืองมาขายในตลาดน้ำเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอีกวิธีหนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องอยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมที่มีอยู่ของชุมชน ต้องทำความเข้าใจกับคนในชุมชนว่าหากชุมชนช่วยกันสร้างความประทับใจ ให้นักท่องเที่ยวทั้งในด้านสินค้าและบริการ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนยั่งยืนต่อไป รัฐบาลไม่ควรให้ความสำคัญกับผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ของการท่องเที่ยว โดยดูที่ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวมากเกินไป มิเช่นนั้นจะทำให้เกิดความโลภและความขัดแย้งตามมา ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรัฐบาลควรเน้นประโยชน์ระยะยาว และมาตรการที่จะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชนยั่งยืนต่อไป

รูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสมส่งเสริมให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ใช่เลียนแบบเหมือนกันไปหมด หากเอกลักษณ์ของตลาดน้ำแต่ละแห่งที่มีความสมจริง สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ในชุมชน ทั้งนี้จะต้องมีการศึกษาข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนมาก่อนเป็นอย่างดีต้องตระหนักถึงความสำคัญของมิติทางวัฒนธรรมในการจัดการการท่องเที่ยว ต้องศึกษาความต้องการ จุดแข็ง จุดอ่อน และศักยภาพของคนในชุมชนที่จะจัดทำกิจกรรมนั้นๆ เน้นการระดมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการสร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ให้ความรู้นักท่องเที่ยวมากกว่าการขายสินค้าอย่างเดียว ควรรักษาเอกลักษณ์ของความเรียบง่ายสงบ ใกล้เคียงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติประทับใจ รูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม ต้องสร้างให้เป็นตลาดของชุมชน หรือตลาดของคนไทยไม่ใช่ตลาดชาวต่างชาติ จึงจะเป็นตลาดน้ำที่ยั่งยืนได้ เพราะตลาดจะต้องมีทั้งคนซื้อ ดังนั้นถ้าจะจูงใจให้พ่อค้าแม่ค้าท้องถิ่นมาขายสินค้าเกษตรของท้องถิ่นก็ต้องมีลูกค้าคนไทยมาอุดหนุนด้วย มิฉะนั้นก็จะกลายเป็นตลาดขายของที่ระลึกเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ที่ตั้งของตลาดไม่จำเป็นต้องลงไปค้าขายกันในน้ำเพียงอย่างเดียว ตามนิยามเดิมของ ตลาดน้ำ แต่อาจเป็นตลาดกึ่งบกกึ่งน้ำเพื่อรองรับคนที่มาโดยรถยนต์ด้วย ควรพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในชุมชนให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ตลาดคอนหวาย อาจเป็นตลาดอาหาร ตลาดคลังชันเป็นสวนกล้วยไม้ สวนผลไม้ สวนผัก ตลาดดำเนินสะดวกเพิ่มกิจกรรมการนั่งเรือพายเที่ยวคลอง สวนผลไม้ สวนผัก (ชนิดที่มีอยู่แล้วในชุมชน) ส่งเสริมให้กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม ไม่ใช่กิจกรรมหลักสำหรับคนในชุมชน เพื่อหลีกเลี่ยงรูปแบบที่เป็นธุรกิจมากเกินไปจนไม่เป็นธรรมชาติ การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน หากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไปจะสร้างมลภาวะให้สภาพแวดล้อม ทำลายบรรยากาศความสงบ ร่มรื่นของตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ในการจัดการการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ควรมีการศึกษาถึงขีดความสามารถของชุมชน ในการรับนักท่องเที่ยวของกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ควรมุ่งเน้นส่งเสริมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากๆ เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าไปสัมผัสกับวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งจะมีผลกระทบด้านลบมากกว่าด้านบวก จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากเกินไปมีส่วนในการทำลายบรรยากาศ ความเป็นธรรมชาติของตลาดน้ำ เพราะมองไปทางไหนก็เห็นแต่นักท่องเที่ยว วิธีควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยววิธีหนึ่งได้แก่ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องหลายๆ รูปแบบเพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวออกไปยังจุดอื่นในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียง ไม่ให้มารวมตัวกันอยู่ในจุดเดียว นอกจากนี้การส่งเสริมให้มีรูปแบบตลาดน้ำที่หลากหลายในแหล่งต่างๆ ไม่ไปรวมตัวกันในแหล่งใดแหล่งเดียวดังเช่นที่เป็นอยู่ในตลาดน้ำดำเนินสะดวก สำหรับตลาดน้ำคลังชันที่มีพื้นที่จำกัด หากส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมากันมากๆ จะมีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ

ความแออัดซึ่งจะทำลายทัศนียภาพและบรรยากาศความสงบที่นักท่องเที่ยวประทับใจ และอาจมีผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระยะยาว (มณีวรรณ ศิวินิม, ใน ประารณา จันทรพันธุ์ และ ทวีป ศิริรัศมี, บรรณาธิการ 2547 : 24-26)

ประวัติความเป็นมาอำเภอสามพราน มีตำนานเล่ากันต่อมาว่าเดิมพื้นที่นี้เป็นป่าดงพงชุก เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด รวมทั้งเป็นที่ชุมนุมของช้างโขลงใหญ่ ช้างโขลงนี้ชอบลงมาหากินและเหยียบย่ำจนเส้นทางกลายเป็นทางน้ำ และล่าคลองจนในที่สุดชาวบ้านในสมัยนั้นได้เรียกกันว่า “คลองบางช้าง” และในบริเวณนั้นได้กลายเป็นชื่อเรียกตำบลมาจนถึงปัจจุบันนี้ คือตำบล “บางช้าง” เมื่อโขลงช้างที่หากินในบริเวณเขตบางช้างเกิดตกมัน คุร้ายมากและได้สร้างความเสียหาย โดยออกอาละวาดทำลายพืชผลของชาวบ้าน จนชาวบ้านทนไม่ไหวได้ร่วมมือกันปราบเจ้าช้างตกมันเชือกนั้น แต่ช้างตกมันมีกำลังมาก ชาวบ้านไม่สามารถปราบได้ถึงแม้จะพยายามเพียงใด ขณะนั้นได้มีนายพราน 3 คนเดินทางมายังคลองปากลัด(ปัจจุบันเรียกว่า วัดท่าข้าม) ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากเขตตำบลบางช้างมากนักนายพราน 3 คน ได้เดินทางลัดคลองท่านาไปยังบริเวณที่โขลงช้างนั้นอาศัยอยู่ นายพรานทั้ง 3 เปรียบเสมือนอัศวินม้าขาวของชาวบ้านคลองบางช้าง ได้ปราบช้างตกมันเชือกนั้นโดยใช้ความเชี่ยวชาญและความสามัคคีจนสามารถปราบช้างที่ตกมันได้สำเร็จ ชาวบ้านจึงเรียกบริเวณที่นายพรานทั้ง 3 ปราบช้างได้สำเร็จว่า “สามพราน” ซึ่งในปัจจุบันเรียกว่า “ตำบลสามพราน” (ชนิด บุญเจริญ 2547 : 1)

ในอดีตอำเภอสามพรานนั้นมีชื่อเรียกว่า อำเภอตลาดใหม่ ตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2439 สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยสร้างขึ้นในที่ดินของพระยาสุนทรบุรีศรีพิชัยสงครามภักดีสุริยะพาหะ(อี วรรณสูต) ซึ่งพื้นที่บริเวณนั้นเรียกว่า ตลาดใหม่ ปี พ.ศ. 2458 ได้ย้ายที่ทำการไปสร้างใหม่ในตำบลสามพราน เนื่องจากที่ทำการเดิมคับแคบให้บริการประชาชนไม่สะดวกและพร้อมกับเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอสามพราน ตามชื่อสถานที่ตั้งที่ว่าการอำเภอซึ่งอยู่ภายใต้การปกครองของมณฑลนครชัยศรี ต่อมาปีพ.ศ. 2474 ทางราชการยุบมณฑลนครชัยศรีลง อำเภอสามพรานจึงขึ้นอยู่กับเมืองราชบุรีอยู่ระยะหนึ่ง จนกระทั่งปีพ.ศ. 2476 ได้ยุบมณฑลทั้งหมดตั้งวราชอาณาจักร อำเภอสามพราน จึงได้ขึ้นอยู่กับจังหวัดนครปฐมตามพระราชบัญญัติระเบียบการบริหารราชการของอาณาจักรไทย พ.ศ. 2476 (ชนิด บุญเจริญ 2547 : 1)

ตำบลคลองจินดาเป็นตำบลหนึ่งที่ตั้งอยู่ในอำเภอสามพราน มีประวัติความเป็นมาคือในอดีต ตำบลคลองจินดามีลำน้ำลักษณะคดเคี้ยว ซึ่งชาวจีนมาทำการค้าขายกับชาวบ้านตามลำน้ำนี้มาโดยตลอด เมื่อชาวจีนเดินทางมาซื้อขายของ ก็ชอบบ่นชอบด่าว่าลักษณะของคลองคดเคี้ยวไม่สะดวกในการสัญจร ชาวบ้านตามลำน้ำได้ฟังเข้าก็ขนานนามคลองดังกล่าวว่า “คลองจินดา” และ

เรียกกันต่อมาเพี้ยนไปเป็นชื่อว่า “คลองจินดา” ซึ่งตำบลได้ใช้ชื่อของคลองเป็นชื่อของตำบลมาจนถึงปัจจุบันนี้ (ธนิต บุญเจริญ 2547 : 23)

จุดเด่นในพื้นที่ ในเรื่องของอาชีพ ในการประกอบอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม พืชเศรษฐกิจ ได้แก่ ทุเรียน ลำไย ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม มะม่วง ฝรั่ง ชมพู่ และพันธุ์ไม้ผล พันธุ์มะพร้าว น้ำหอม เนื่องจากสภาพของภูมิอากาศ และภูมิประเทศที่เอื้อต่อการปลูกผลไม้เมืองร้อนชื้น มีสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มเอื้อต่อการปลูกพืชผลไม้ อาชีพหลักของชาวบ้าน คือ ค้าขายและรับจ้างทำงานด้านการเกษตร ประชาชนส่วนใหญ่สามารถประกอบอาชีพ ในการเลี้ยงชีพตนเองได้และมีรายได้ที่แน่นอนอยู่ในระดับที่ดี ในเรื่องของการศึกษาประชาชนในตำบลคลองจินดา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาและมีฐานะปานกลางสามารถส่งบุตรหลานศึกษาต่อในระดับมัธยม อาชีวศึกษาและอุดมศึกษาได้ พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา มีความสามารถรองรับการพัฒนาจากองค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและด้านอื่น ๆ ได้ดีพอสมควร (ธนิต บุญเจริญ 2547 : 23)

ปัจจุบันตลาดน้ำคลองจินดาเริ่มเสื่อมโทรม และมีนักท่องเที่ยวน้อยลงมาก ไม่เป็นที่นิยมและนักท่องเที่ยวเข้าใจว่าตลาดน้ำคลองจินดาได้เลิกไปแล้ว ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดาต้องวางแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา เพื่อให้ตลาดน้ำคลองจินดาเป็นที่รู้จักของผู้คน และเมื่อพูดถึงตลาดน้ำแล้วก็จะนึกถึงตลาดน้ำคลองจินดา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่เป็นที่รู้จัก โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis ร่วมกับการนำส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา
2. เพื่อวางแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตพื้นที่การศึกษา
ใช้พื้นที่ตลาดน้ำคลองจินดา ตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
2. ขอบเขตด้านประชากร
 - 2.1 กลุ่มผู้บริหารชุมชน ได้แก่ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา คณะกรรมการตลาดน้ำคลองจินดา กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

2.2 ชาวบ้าน ได้แก่ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ที่ บริเวณตลาดน้ำคลองจินดา รวมถึง พ่อค้า แม่ค้า ที่ขายของอยู่ที่ตลาดน้ำคลองจินดา

2.3 นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา ทั้งที่เป็นคนไทย และชาวต่างประเทศ

3. ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา ต.คลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา วิเคราะห์ SWOT Analysis โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดของบริการ (The Services Marketing Mix) เพื่อทราบถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่ทางคณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำ แล้วสามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

ขั้นตอนและวิธีการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลแนวคิด เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps) แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีวัตถุประสงค์เพื่อ เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นในพื้นที่ ต.คลองจินดา เพื่อวิเคราะห์

2.1 ข้อมูลเบื้องต้น ประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น โดยการเก็บข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์บุคคลในต.คลองจินดา

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ในด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมและประชาชนในพื้นที่ตำบลคลองจินดา

2.3 ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร คณะกรรมการ ของตลาดน้ำคลองจินดา

3. วิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis โดยนำเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของบริการ (The Services Marketing Mix) เข้ามาประยุกต์ใช้ ในวางแผนทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

4. สามารถสรุปผลทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา และสามารถนำส่วนประสมทางการตลาดของบริการ (The Services Marketing Mix) เข้ามาช่วยทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดาได้

5. หาข้อเสนอแนะทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา
2. ทราบถึงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองจินดา
3. สามารถหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม

กรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา จะศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา และวิเคราะห์สภาพทั่วไปของตลาดน้ำ รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา โดยใช้ SWOT Analysis มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตลาดน้ำคลองจินดา โดยนำเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของบริการ (The Services Marketing Mix) เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อทราบถึงการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองจินดา แล้วสามารถหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการวางแผนทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ซึ่งผู้ศึกษาเสนอแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว
2. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps)

4. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือนันทนาการอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งมีผู้ให้ความหมายดังนี้

นิตา ชัชกุล (2550 : 2) ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการกินอาหารนอกบ้าน

องค์การสหประชาชาติ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 5-9) กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1. ต้องมีการเดินทาง 2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม และ 3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆอย่างต่อไปนี้ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมชมญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2544 : 1) การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการใช้เวลาว่าง (Leisure Time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึง ที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ระบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ระบบการท่องเที่ยว (The Tourism System) (นิศา ชัชกุล 2550 : 76) ให้ความหมายว่า สิ่งต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กัน และมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีระเบียบขั้นตอน การจัดระบบการท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการศึกษาหาแนวทางและพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการศึกษามีหลักการและสะดวกเพราะการท่องเที่ยวมีลักษณะซับซ้อนตั้งแต่พฤติกรรมของการเลือกซื้อ กระบวนการรับรู้ของมนุษย์ การตัดสินใจซื้อตลอดจนระดับการวิเคราะห์ วิจัยปัจจัยองค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคม ดังนั้นจึงต้องมีการจัดระบบการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการจัดระบบของสิ่งอื่นๆ เช่น ระบบขนส่งมวลชนของรัฐบาล ระบบการคลังสินค้า และระบบอื่นๆ ระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 4 ส่วนใหญ่ๆ คือตลาด (Market) การท่องเที่ยว (Travel) จุดหมายปลายทาง (Destination) และการตลาด (Marketing)

สถาบันดำรงราชานุภาพ (2541 : 6) ได้สรุปสาระสำคัญของระบบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อย ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความ สัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

1.1 ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่ง ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม (cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other Attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

1.2 บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยว เป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รับรองให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

1.3 ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการในการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อย มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคมและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศ ป่าไม้ แหล่งน้ำ และอากาศ ตลอดจนการบริหารและจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม

สถาบันดำรงราชานุภาพ (2541 : 2-5) ได้สรุปรวมว่า การท่องเที่ยวประกอบกันขึ้นจากองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ซึ่งต่างก็มีความสัมพันธ์กัน ดังแสดงได้ตามภาพที่ 1. และมีรายละเอียดดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1.1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พัก นกถาวรในราชอาณาจักรไทย

1.1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมิใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

1.1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักปัจจุบัน

1.2 การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายาม ที่จะทำให้นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วให้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธีคือ การให้บริการข้อมูลข่าวสารการตลาดท่องเที่ยว การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การตลาดท่องเที่ยว การให้บริการข้อมูลข่าวสารการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการตลาดท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการตลาดท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่ม เป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

1.3 การขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้าย นักท่องเที่ยว ด้วยยานพาหนะ ประเภทต่าง ๆ จากภูมิภานา โดยการขนส่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ การขนส่งทางเครื่องบิน

1.4 ทรัพยากรการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ทรัพยากรประเภทธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน และ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมทรัพยากรท่องเที่ยว

1.4.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง เป็นต้น

1.4.2 ทรัพยากรท่องเที่ยว ประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์ หรือประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑน์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

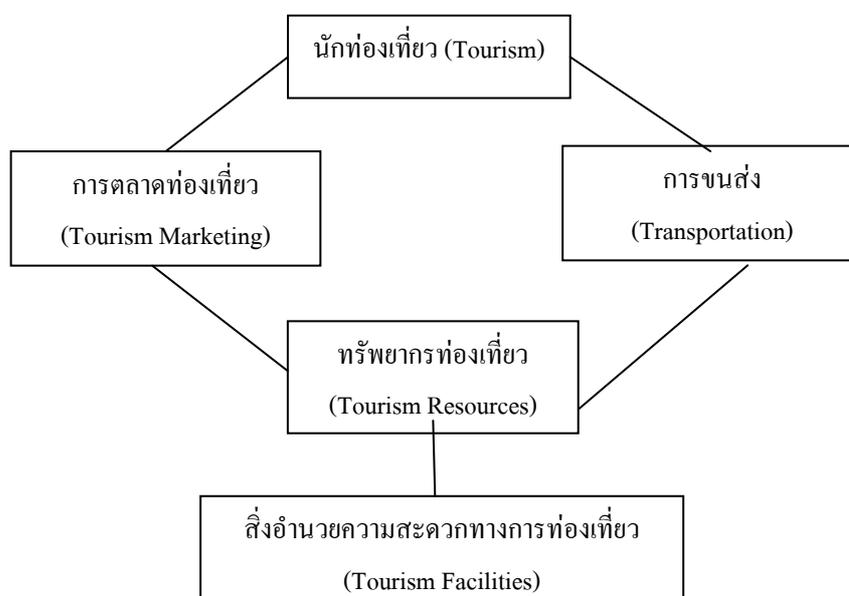
1.4.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่างๆที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

1.5 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งทีรองรับ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย และปลอดภัยโดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.5.1 สิ่งอำนวยความสะดวก ทางกรท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะประกอบด้วย 2 อย่าง คือ 1. การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น 2. การให้บริการท่องเที่ยวเป็นการให้ความสะดวก ในระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่การให้บริการ 5 ประเภทคือ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

1.5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ทางกรท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีกรท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ถือเป็นผลพลอยได้ประกอบด้วย 3 อย่างคือ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อประชาชนได้รับความสะดวกสบายใน

ความเป็นอยู่ และส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การศึกษา และการสาธารณสุข เป็นต้น 2. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน และการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่างๆที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น 3. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริมหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่นการบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศการบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น



ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ที่มา : สถาบันดำรงราชานุภาพ, โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาตำบล, (กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2541), 2.

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึง กรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและ ประสบความสำเร็จ (สถาบันดำรงราชานุภาพ 2541 : 6) เพื่อให้การบริการจัดการการท่องเที่ยว

เป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพคือสร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมประเภทต่างๆ อย่างน้อยที่สุด แต่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มากที่สุด จึงควรมีการวางแผนก่อน เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ดีต่างๆ ทำให้เราทราบถึงทิศทางการพัฒนา การท่องเที่ยว และความเป็นไปได้ของการพัฒนา เป็นแนวทางในการคงสภาพอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้ถึงอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางสร้างความเชื่อมโยงกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เนื่องจากมีความต่อเนื่องกับแผนพัฒนาในระดับต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสำหรับการตัดสินใจของภาครัฐและเอกชน ประสานผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างธุรกิจประเภทต่างๆ ที่เป็นหน่วยบริการการท่องเที่ยว ช่วยสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และสร้างโครงสร้างทางกายภาพ ที่เป็นระเบียบ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ดี เป็นแนวทางมาตรฐานการวางแผนเฉพาะจุด สร้างกรอบการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐและเอกชน ในการลงทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและเป็นพื้นฐานการติดตามความก้าวหน้าได้อย่างต่อเนื่อง (Edward 1994 : 3-4)

การจัดการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Management) การจัดการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ การจัดการกับตัวแปร ทางการตลาดสำคัญที่องค์กรต้องควบคุม และใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีวิธีจัดการดังนี้ (นิตยา ชัชกุล 2550 : 345-353)

1.1 การจัดการสินค้า (Product Management) การจัดการสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ทำให้สามารถผลิตสินค้าให้สอดคล้อง หรือตรงตามความต้องการของผู้ซื้อได้มากที่สุด

1.2 การจัดการด้านราคา (Price Management) ราคาหมายถึง มูลค่าของเงินที่ถูกค้าแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือแลกเปลี่ยนกับมูลค่าที่เพิ่มขึ้นที่ถูกค้าพึงพอใจ

1.3 การจัดการช่องทางการจำหน่าย (Distribution Channel Management) คือการบริหารจัดการจุดที่องค์กรจะส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจำเป็นต้องเดินทางไปใช้บริการยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ผลิต ดังนั้น ผู้ผลิตต้องพิจารณาเฉพาะเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต คนกลาง หรือผู้จัดจำหน่ายและผู้ซื้อเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องพิจารณาในเรื่องของการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้าต่างๆ เหมือนกับระบบการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วไปๆ

1.4 การจัดการส่งเสริมการตลาด (Promotion Management) หรือการจัดการสื่อสารทางการตลาด เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค โดยผู้ผลิตแจ้งข่าวสาร เกี่ยวกับสินค้า ราคา สถานที่จัดจำหน่าย ฯลฯ ถ้าผู้บริโภครับรู้ให้ความสนใจและเชื่อถือข่าวสารนั้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เช่น ข้อมูลประเทศไทยอะไรบ้างที่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จัก นักท่องเที่ยวระดับสูงเข้าถึงสื่อชนิดใดเป็นประจำ เป็นต้น

1.5 การจัดการคน (People Management) คนเป็นปัจจัยทางการตลาด ที่ควบคุมได้ยาก คนไม่ใช่เครื่องจักร คนมีชีวิตจิตใจ สภาพของจิตใจผันแปรตามสภาพแวดล้อม มาตรฐานของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับมาตรฐานของคนที่เป็นผู้ให้บริการ และผู้รับบริการในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว จำเป็นต้องพึ่งพาคนเป็นส่วนใหญ่ ใช้เครื่องจักรประกอบเพียงเล็กน้อย สินค้าและบริการมีมาตรฐานที่ดี เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

1.6 การจัดการหีบห่อหรือรายการสำเร็จรูป (Packaging Management) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและตัดสินใจท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว เป็นการจัดรายการสินค้าและบริการหลายอย่างผสมผสานกัน มีหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือก

1.7 การจัดโปรแกรม (Programming Management) เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายและจัดสรรเวลาสำหรับการท่องเที่ยวแต่ละครั้งได้แน่นอน เช่น โปรแกรมล่องเรือสำราญ นอกจากผู้บริโภคจะได้รับการบริการที่คล่องตัว สะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพแล้ว สามารถจัดการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามกำหนดการหรือโปรแกรมที่เสนอขายด้วย

1.8 การจัดการหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership Management) คือ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อการบริหารครบวงจร เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและการติดต่อประสานงานกันให้เป็นไปด้วยความราบรื่น ทั้งนี้ นักการตลาดควรทำความเข้าใจกระบวนการของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และสุดท้ายของกระบวนการ คือ ปลายน้ำ เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างงานอาชีพเกิดประโยชน์มากมายต่อสังคม ท้องถิ่น ในทุกด้าน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตลาดท่องเที่ยวเจริญเติบโตเร็วมาก ปริมาณการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น จึงมีการแข่งขันกันสูง นักการตลาดยุคใหม่ต้องเข้าใจการตลาดรูปแบบใหม่ๆ และสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม เช่น การจัดการส่วนประสมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการขาย ฯลฯ และมีความเข้าใจในเรื่องระบบการท่องเที่ยว ลักษณะธรรมชาติของสินค้าและบริการ และสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

2. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (สถาบันดำรงราชานุภาพ 2541 : 108-109) แบ่งเป็น 1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2. การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย 3. การจัดมหกรรม กล่าวคือ

2.1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

2.1.1 ระบบการคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคม ทางถนน ทางรถไฟ และทางน้ำ เส้นทางเหล่านี้ช่วยให้การเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น จะมีผู้ไปเที่ยวชมมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวใดก็ตามหากไม่มีเส้นทางเข้าไปถึง หรือห่างไกลเส้นทางคมนาคม การจะมีผู้ไปท่องเที่ยวน้อย

2.1.2 ระบบไฟฟ้า หากมีระบบไฟฟ้าเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นสามารถใช้แสงสว่างในเวลากลางคืนได้ สถานที่ท่องเที่ยวบางประเภท เช่น ถ้า ถ้าหากมีระบบไฟฟ้าเข้าถึง ก็จะอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในถ้าได้สะดวก นอกจากนี้ระบบไฟฟ้าจะช่วยให้การบริหารงานของแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.1.3 ระบบโทรคมนาคม การติดต่อสื่อสารจากภายนอก ไปยังแหล่งท่องเที่ยว และจากแหล่งท่องเที่ยว ไปยังภายนอก เป็นสิ่งจำเป็นในการจัดสร้างโครงข่าย ระบบโทรคมนาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบโทรศัพท์ผ่านดาวเทียม เหมาะสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล ชุมสาย โทรศัพท์ ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีระบบโครงข่ายโทรศัพท์ไร้สาย แต่ปัญหาการรับสัญญาณในบริเวณห่างไกลโครงข่ายมากเกินไปไม่สามารถติดต่อสื่อสารได้ ดังนั้นระบบโครงข่ายสื่อสารสัญญาณผ่านดาวเทียมของโทรศัพท์สาธารณะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล

2.1.4 ระบบประปา การจัดหาสำหรับแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งจำเป็นเช่นเดียวกัน อาจมีการจัดสร้างระบบประปาขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้น้ำของนักท่องเที่ยว ในการดำเนินการจัดสร้างระบบประปาจะต้องพิจารณาถึงแหล่งน้ำดิบที่จะนำมา ใช้ บางพื้นที่อาจขาดแคลนแหล่งน้ำธรรมชาติ เช่นแม่น้ำลำคลอง หนอง บึง จำเป็นต้องศึกษา สำรวจแหล่งน้ำดิบ หรืออาจสร้างอ่างเก็บน้ำ หรือ ขุดเจาะบ่อบาดาล เพื่อนำน้ำดิบมาใช้ในระบบการประปาสำหรับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

2.1.5 ระบบการระบายน้ำและการกำจัดน้ำเสีย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวการจัดสร้างระบบการระบายน้ำ และการกำจัดน้ำเสียที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยว หรือเกิดจากชุมชนข้างเคียงเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อกิจการการท่องเที่ยว

2.1.6 ระบบกำจัดขยะ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประการหนึ่ง คือการกำจัดขยะ ทั้งที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเอง และเกิดจากผู้ประกอบการธุรกิจในบริเวณนั้น สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งเสื่อมโทรมขาดการดูแลพัฒนา และปรับปรุงปัญหาเรื่องขยะมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมไปท่องเที่ยวก็ได้

2.2 การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย เมื่อจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาแล้ว

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการต่างๆ เช่นการจัดทำแผ่นป้ายโฆษณา จัดทำแผนที่แหล่งที่ตั้ง เส้นทางคมนาคม การจัดทำแผ่นปลิว และแผ่นพับมีรายละเอียดแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จัดว่ามีความสำคัญมาก การโฆษณาเผยแพร่สามารถทำได้โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บางครั้งอาจใช้องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนสนับสนุนในการจัดทำข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่ เพื่อช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กระทำได้รวดเร็ว และกว้างขวางมากขึ้น

2.3 การจัดมหกรรม วิธีหนึ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมมากๆ คือการจัดงานมหกรรมแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีการจัดมหกรรมยิ่งใหญ่ เช่น มหกรรมแสง สี เสียง สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี มหกรรมงานวันกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร และมหกรรมแสง สี เสียง เมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พิจารณาได้จากองค์ประกอบหลัก 4 ประการ คือ

2.1 การดำเนินกิจการการท่องเที่ยว ในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2 การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

2.3 การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

2.4 การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่ยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้ จะต้องจัดหารูปแบบของกิจกรรมชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเพื่อการวางแผนและดำเนินการ ควหามาตรการที่จะกระจายรายได้ และผลประโยชน์ให้ออกสู่ชุมชนมากที่สุด เช่น อาจมีการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งจัดเป็นกองทุนส่วนกลางเพื่อพัฒนาชุมชน เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือมากขึ้น (มณีวรรณ พิวนิม, ใน ปราบธนา จันทรุพันธุ์ และ ทวีป ศิริรัศมิ, บรรณาธิการ 2547 : 26)

3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis และ ส่วน ประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis

สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เพื่อหาช่องทางที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรดังกล่าว โดยมีการวิเคราะห์ 4 ชั้น (สุธรรม รัตน์โชติ 2548 : 6) คือ

3.1 S-Strength หมายถึง การวิเคราะห์จุดแข็งขององค์กรว่ามีอะไรเป็นจุดแข็งหรือได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่น หรือคู่แข่งโดยพิจารณาเรื่อง ทรัพยากร ทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิต เทคโนโลยีและอื่นๆ

3.2 W-Weakness หมายถึง การวิเคราะห์จุดอ่อน หรือจุดด้อยขององค์กร เช่น คนมีความสามารถไม่เพียงพอ มีเงินทุนน้อย อยู่ในทำเลไม่เหมาะสม เหล่านี้เป็นต้น

3.3 O-Opportunity หมายถึง โอกาสที่จะทำให้สำเร็จได้โดยพิจารณาว่ามีโอกาสที่ทำให้สำเร็จตามเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน และจะเพิ่มโอกาสได้อย่างไร เช่น พบว่า โอกาสที่จะได้งานเพียงร้อยละ 50 หากเพิ่มแบบให้ง่ายขึ้นจะมีโอกาสเพิ่มงานขึ้นเป็นร้อยละ 80

3.4 T-Threat หมายถึง อุปสรรคจะทำงานได้ไม่สำเร็จ เช่น มีเวลาน้อย มีทุนน้อย มีกำลังคนน้อย ตลอดจนอุปสรรคที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติอื่น ซึ่งแก้ไขได้โดยการกำจัดหรือทำให้อุปสรรคลดลงเสียก่อน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps) ในปัจจุบัน นักวิชาการด้านการตลาดหลายท่านได้วิจารณ์ “ส่วนประสมทางการตลาด” ที่รู้จักกันในชื่อ 4Ps ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นมาในช่วงทศวรรษ 1960 ว่าเป็นมุมมองที่แคบเกินไป และไม่เหมาะสมที่จะใช้กับการบริการที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป (Zeithaml and Bitner 2000 : 3, อ้างถึงใน ชีรภิกขิ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549 : 28) ได้เสนอแนวคิดใหม่ในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ โดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการดังกล่าวประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม หรือ 4Ps (ได้แก่ Product Price Place และ Promotion) รวมกับองค์ประกอบอีก 3 ส่วน คือ People Physical Process (ชีรภิกขิ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549 : 28-29)

3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้

ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมี ธรรมชาติประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถ ขายได้

3.2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับ ราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ราคามีความสำคัญ เป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบริการ ในการตั้งราคาต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่นๆ และการตัดสินใจในด้านราคา มีผลกระทบต่อทุกๆ ส่วนของส่วน ประสมการตลาดบริการ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และ พนักงานผู้ให้บริการ เป็นต้น

3.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่ง ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการ กระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ในการ ตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการ ผู้บริหารกิจการบริการ โดยทั่วไปต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 2 ประการ คือ การเข้าถึงได้ และความพร้อมที่จะให้บริการได้

3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความ ต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความ เชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้าง ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช่คน (Nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลาย ประการ องค์กรอาจเลือกใช้หนึ่ง หรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการ สื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication - IMC) โดย พิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

3.5 บุคคล (People) หมายถึง บุคคลทุกๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่ง รวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการด้วย ลักษณะเฉพาะ ของบริการที่เรียกว่า “Insurability” พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิต บริการ และการให้บริการในปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้น พนักงานยัง

เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้พนักงานของกิจการดังกล่าวแล้วตัวลูกค้าเอง รวมถึงลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการ ก็จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ในเรื่องการบริหารของผู้ให้บริการด้วย

3.6 หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น

3.7 กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน หรือกระบวนการ ในการให้บริการ ระเบียบ รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับลูกค้า และบุคลากรขององค์กร กระบวนการเป็นส่วนประสมตลาดบริการหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความอยู่รอด และความสำเร็จของกิจการบริการโดยทั่วไป เนื่องจากการผลิต และการนำเสนอบริการจะต้องอาศัยกระบวนการในการให้บริการเสมอ ดังนั้น ลูกค้าจึงมักจะรับรู้หรือเข้าใจว่ากระบวนการในการให้บริการก็คือส่วนหนึ่งของการบริการนั่นเอง ในปัจจุบันซึ่งเป็นยุคที่การแข่งขันทางธุรกิจของกิจการบริการรุนแรงขึ้น กระบวนการจึงถูกนำไปใช้ในกิจการต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการ

ในการบริหารการตลาดนั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนประสมการตลาด ซึ่งมักจะรู้จักกันโดยทั่วไปว่า “7Ps”

4. แนวความคิดเกี่ยวกับชุมชน

ความหมายของชุมชนและองค์กรชุมชน

ทะเนงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำและคณะ (2534 : 1) ให้ความหมายว่า ชุมชนเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ร่วมกันในทีใดทีหนึ่ง โดยมีความรู้สึกผูกพันเป็นอันเดียวกัน มีความรู้สึกนึกคิดและสนใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายๆ สิ่งคล้ายกัน มีการปฏิบัติต่อกันด้วยความรู้สึกที่ว่าแต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้น ดังนั้นชุมชนจึงประกอบด้วย คน (People) อาณาบริเวณ (Area) ความสนใจร่วมกัน (Common Interest) การปฏิบัติต่อกัน (Interaction) ความสัมพันธ์ของสมาชิก (Relationship)

ประเวศ วะสี (2540 : 33) ได้ให้ความหมายว่า ความเป็นชุมชน หมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งเท่าใดก็ได้ มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสารหรือรวมกลุ่มกัน มีความเอื้อ

อาหารต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำมีการจัดการ เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 14) ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอาณาเขตบริเวณเดียวกัน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด มีฐานะและอาชีพที่คล้ายคลึงกัน มีลักษณะของการใช้ชีวิตร่วมกัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตั้งแต่ระดับครอบครัวไปสู่ระดับเครือข่าย จนถึงระดับหมู่บ้านและระดับเกินหมู่บ้าน และผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน มีความรู้สึกว่าเป็นคนชุมชนเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมี การดำรงรักษาคุณค่าและมรดกทางวัฒนธรรมและศาสนาถ่ายทอดไปยังลูกหลานอีกด้วย

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2536 : 10-13) แบ่งชุมชนออกเป็น 3 ลักษณะคือ

4.1 ลักษณะของชุมชนแบ่งตามการบริหารการปกครอง ซึ่งแบ่งโดยการพิจารณาจากลักษณะการปกครองของไทย ได้แก่ ชุมชนหมู่บ้าน ชุมชนเขตสุขาภิบาล ชุมชนเขตเทศบาลตำบล เทศบาลเมือง เทศบาลนคร และกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

4.2 ลักษณะของชุมชนแบ่งตามกิจกรรมทางสังคม ได้แก่ ชุมชนเกษตรกรรม ชุมชน ศูนย์การค้า ศูนย์กลางขนส่ง เขตอุตสาหกรรม ชุมชนศูนย์กลางของการบริการ

4.3 ลักษณะของชุมชนแบ่งตามความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคม เป็นการแบ่งชุมชน ในแง่ของความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ชุมชนชนบท ชุมชนเมือง

ในแง่ของหน่วยงานท้องถิ่นที่มีอยู่โดยทั่วไปแล้ว มักเกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติและมีเส้นทางคมนาคมผ่าน ในขณะที่ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ มีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คนในชุมชน มนุษย์ก็จะปรับและดัดแปลงสภาพทางกายภาพของชุมชนตามความต้องการของตนตามกฎหมาย ค่านิยม และกิจกรรมของคนในชุมชน

ในแง่ของหน่วยงานการจัดองค์การทางสังคม ชุมชนถูกมองว่าเป็นระบบสังคมอันหนึ่งซึ่งประกอบด้วยระบบย่อยๆ ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น อันได้แก่ การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมให้แก่สมาชิกของสังคม การควบคุมทางสังคม การมีส่วนร่วมในสังคม การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ตลอดจนการผลิต การบริโภค และการกระจายสินค้าและบริการภายในชุมชน

ในแง่ของหน่วยทางจิตใจและวัฒนธรรม ความรู้สึกที่ว่าคนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เป็นความผูกพันร่วมกันของคนที่อยู่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นการที่คนมีความรู้สึกว่าเขาเป็นคนถิ่นนี้ทำให้เขาเกิดความรู้สึกมั่นคงเพราะมีที่ยึดเหนี่ยว ความรู้สึกนี้ เรียกว่า Community sentiment มีอยู่เพราะสมาชิกของชุมชนมีค่านิยมกฎเกณฑ์ของสังคม เช่น อาชญากรรม โรคจิต ความไม่สงบทางสังคม ซึ่งทำให้การควบคุมทางสังคมทำได้ลำบาก

การมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ความหมายต่างๆ ดังนี้

อภิชัย พันธเสน (2539 : 3) ให้ความหมายว่า แท้จริงแล้วการมีส่วนร่วมกันของประชาชนได้แก่ อำนาจการตัดสินใจที่เน้นในเรื่องอำนาจและการควบคุม โดยการมีกิจกรรมร่วมกันของประชาชนที่ไม่เคยมีส่วนเกี่ยวข้องในทางปฏิบัติ คำว่า การมีส่วนร่วมนั้นเป็นผลมาจากการต่อสู้ในทางรูปธรรมและการขัดแย้งทางสังคม

สุวัฒนา ธาดานิติ (2543 : 34) กระบวนการการมีส่วนร่วมสามารถแบ่งได้ดังนี้ 1. การมีส่วนร่วมในการวางแผน (Participation in Planning) คือ การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมายกำหนดแนวทางดำเนินการ ติดตามประเมินผลและตัดสินใจ 2. การร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Participation in Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร และการประสานความร่วมมือ 3. การร่วมในการใช้ประโยชน์ (Participation in Utilization) คือการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับของการพึ่งตนเองและควบคุมทางสังคม 4. การร่วมในการได้รับประโยชน์ (Participation in Benefits Evaluation) คือ การแจกจ่ายผลประโยชน์การพัฒนาย่างยุติธรรม 5. การร่วมในการประเมินผล (Participation in Evaluation) เพื่อประชาชนในชุมชนจะได้ทราบถึงปัญหา อุปสรรคต่างๆ เพื่อร่วมกันดำเนินการหาทางแก้ไขต่อไป

สุวัฒนา ธาดานิติ (2543 : 35) ประชาชนอาจเข้าร่วมในขั้นตอนต่างๆ ของการพัฒนา 4 ขั้นตอน คือ 1. ขั้นตอนการค้นหาปัญหา กำหนดสาเหตุของปัญหา จัดลำดับความสำคัญของปัญหา และหาแนวทางแก้ไขปัญหา 2. ขั้นตอนการตัดสินใจ และวางแผนแก้ไขปัญหา 3. ขั้นตอนการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาดำเนินการ 4. ขั้นตอนการประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา เพื่อค้นคว้าหาข้อดีและข้อบกพร่องซึ่งจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานต่อไป

สุวัฒนา ธาดานิติ (2543 : 94) กล่าวถึงลักษณะรูปแบบการมีส่วนร่วม คือ การรับรู้ข่าวสาร (Public information) การปรึกษาหารือ (Public Consultation) การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) แบ่งออกเป็น การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) การประชุมประชาพิจารณ์ (Public Hearing) มีการร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) การใช้กลไกทางกฎหมาย

Arnstein (1995) ระดับของการมีส่วนร่วม แบ่งลำดับขั้นตอน ของการมีส่วนร่วม ออกเป็น 3 ลำดับขั้น คือ ขั้นพื้นฐาน วัตถุประสงค์ของการจัดการให้มีส่วนร่วมเป็นเพียงการให้ความรู้แก่ประชาชนเท่านั้น ขั้นกลาง กลุ่มคนจะมีส่วนร่วมมากขึ้นในการให้ข้อมูลและคำปรึกษา แต่ยังไม่มียอำนาจในการตัดสินใจ ขั้นสุดท้าย เป็นการมีส่วนร่วมที่ประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจและดำเนินการ (Arnstein 1995, อ้างถึงใน สุวัฒนา ธาดานิติ 2543 : 43)

ระดับของการมีส่วนร่วมจึงอาจเริ่มจากระดับล่างสุด คือ การให้ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับรู้ ซึ่งกล่าวได้ว่าประชาชนไม่มีส่วนร่วมเลย ขึ้นต่อมา คือ การมีส่วนร่วมโดยการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความคิดการให้คำปรึกษา ขึ้นต่อจากนั้น คือ การที่รัฐและประชาชนร่วมมือกันเปรียบเสมือนเป็นหุ้นส่วนกัน และในระดับสูงสุดซึ่งเป็นที่ใฝ่ใฝ่ที่สุด คือ การกระจายอำนาจอย่างอิ่ง การไม่ควบคุมประชาชนซึ่งถือว่าการมีส่วนร่วมที่จริง

8	ประชาชนมีอำนาจตัดสินใจ (Citizen Control)	มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
7	ตัวแทนเข้าร่วมตัดสินใจ (Delegated Power)	
6	เข้าร่วมเป็นที่ปรึกษา/เจรจาต่อรอง (Partnership)	
5	ร่วมแสดงความคิดเห็น (Placation)	มีส่วนร่วมบางส่วน
4	ร่วมให้คำปรึกษา (Consultation)	
3	ร่วมรู้ข้อมูล (Informing)	
2	เข้าร่วมแต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ แต่เป็นการลดแรงกดดัน (Therapy)	ไม่มีส่วนร่วม
1	รัฐเข้าควบคุมแรงกดดัน (Manipulation)	

ภาพที่ 2 แสดงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ที่มา : สุวัฒน์ ชาติานิติ, การประชุมวิชาการสาขาการออกแบบและวางผังชุมชนเมืองและผังเมือง,(
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), 43.

5. งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันดำรงราชานุภาพ (2541 : 1-5) ได้ศึกษา “โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล(อบต.) และสภาตำบล(สต.)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวพร้อมเสนอแนวทางการบริหารและจัดการท่องเที่ยว ทั้งแนวทางของชุมชนเองและแนวทางสำหรับหน่วยงาน/องค์กร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยมีกรณีตัวอย่าง 9 แห่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าทั้ง อบต. และสต. มีปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดหลายประการที่ยังไม่สามารถทำให้การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพได้ ได้แก่ ความจำกัดด้านงบประมาณ ปัญหาด้านบุคลากร อุปสรรคด้านการประสานงานระหว่าง อบต. หรือ สต. กับหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวอยู่ก่อน ขอบเขตอำนาจ และภาระหน้าที่อุปสรรคด้านการออกกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ ปัญหาความขัดแย้งทั้งภายในและภายนอก อบต. และสต. พร้อมนี้การศึกษาได้นำเสนอรูปแบบการบริหารและจัดการท่องเที่ยวที่น่าจะเป็น กำหนดไว้ 5 ประเด็น คือ

1. การประชาสัมพันธ์และการตลาด
2. การสำรวจและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว
3. การบริหารและจัดการ
4. การวางแผนปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
5. การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว

โดยกำหนดจำนวน 6 รูปแบบ คือ

1. อบต.และสต.ดำเนินการเองทั้งหมด
2. อบต.และสต.ดำเนินการเอง โดยมีที่ปรึกษาจากภายนอก
3. ดำเนินการโดยมีคณะกรรมการร่วมจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
4. ดำเนินการในรูปแบบสหกรณ์
5. ให้องค์กรประชาชนภายในหมู่บ้านดำเนินการเอง
6. จ้างหรือให้สัมปทานกับบริษัทเอกชนจากภายนอก

ผลสรุปโดยรวมได้ว่าการบริหาร และจัดการท่องเที่ยว ในพื้นที่ความรับผิดชอบของ อบต. และสต. ควรดำเนินการโดยคณะกรรมการร่วมจากหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะเหมาะสมที่สุด และในส่วนของความช่วยเหลือที่อบต. และ สต. ต้องการได้รับ เพื่อการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ในกรณีที่ต้องรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมายภาระหน้าที่ พบว่า งบประมาณสนับสนุนต้องการมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความร่วมมือ และประสานงานจาก

หน่วยงานอื่น การอบรม และให้ความรู้กับบุคลากรของอบต. และสต. ความช่วยเหลือในด้านการจัดทำแผนงาน และความร่วมมือจากประชาชนในการบริหารและจัดการตามลำดับ

พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณี ศึกษาชุมชนตลาดน้ำ ใน รวมนบทความวิจัยการท่องเที่ยว (มณีวรรณ ผิวนิ่ม, ใน ประรณนา จันทุพันธ์ และ ทวีป ศิริรัศมี, บรรณาธิการ 2547 : 13-29) วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ

1. เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำตลิ่งชัน

2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของท้องถิ่นที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง

3. เพื่อศึกษาความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากร เพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบตลาดน้ำ

4. เพื่อศึกษาปัญหาและหาแนวทางในการพัฒนาไกลและรูปแบบการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม

ผลการศึกษาทำให้ทราบ

1. ผลกระทบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อวิถีชีวิตชุมชน
2. ความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

3. ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

3.1 ปัญหาในการบริหารและการจัดการ

3.2 ปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์และรูปแบบของตลาดน้ำ

3.3 ปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

3.4 ปัญหาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างไม่เป็นธรรม

3.5 ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาไกลและรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม

1. เสนอแนะระดับนโยบาย

1.1 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

1.2 ส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม

1.4 การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders)

2.1 ชุมชน

2.2 กลุ่มผู้ประกอบการ

2.3 หน่วยงานของรัฐ

ธีระนุช มีอยู่เต็ม “การปรับปรุงฟื้นฟูตลาดริมน้ำเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดริมน้ำลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา การวางแผนผังเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547 :1-9)

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมา รูปแบบกิจกรรมการบริหารจัดการ สภาพปัญหาและศักยภาพของชุมชนตลาดริมน้ำลำพญา รวมถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของตลาดริมน้ำลำพญาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีชื่อเสียง เพื่อนำไปสู่แนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูชุมชนตลาดริมน้ำลำพญาเพื่อการท่องเที่ยวต่อไป

จากการศึกษาพบว่าในอดีตชุมชนตลาดริมน้ำลำพญาเป็นชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองอย่างมาก เนื่องจากเป็นศูนย์กลางด้านการค้าและการคมนาคมขนส่งแต่เมื่อกาลเวลาผ่านไปสภาพแวดล้อมและความต้องการของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญก้าวหน้าที่แพร่ขยายเข้ามาแต่ชุมชนไม่สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองไปตามความเจริญต่างๆได้ จึงทำให้บทบาทการเป็นศูนย์กลางลดลงเรื่อยๆ และประสบกับปัญหาความเสื่อมโทรมทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรมดังเช่นในปัจจุบัน ดังนั้นในการจะทำให้ชุมชนที่มีคุณค่าสามารถคงอยู่ต่อไปได้จึงต้องกำหนดแนวทางในการปรับปรุงฟื้นฟูชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเข้ามาเป็นเครื่องมือ ในการปรับปรุงฟื้นฟู และอาศัยความเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีชื่อเสียงคือ ตลาดริมน้ำลำพญา

โดยแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูชุมชนตลาดริมน้ำลำพญา เพื่อการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยแนวทาง 3 ด้าน คือแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูด้านกายภาพ แนวทางปรับปรุงฟื้นฟูด้านเศรษฐกิจ และแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูด้านสังคมวัฒนธรรม โดยผลที่ได้รับจะสามารถทำให้ชุมชนตลาดริมน้ำลำพญาคงอยู่ต่อไปได้และพัฒนาให้ชุมชนตลาดริมน้ำลำพญาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบงานวิจัย

ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากร

ประชาชนชาวบ้านที่อาศัยอยู่ใน ต.คลองจินดา กลุ่มพ่อค้า แม่ค้าที่ทำการขายสินค้าที่ตลาดน้ำคลองจินดา ทั้งที่มาทำการค้าขายเป็นอาชีพหลัก และผู้ที่มาขายเป็นอาชีพเสริม ตลอดจนบุคคลที่สามารถให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ในการทำการวิจัย และเป็นบุคคลที่เชื่อถือได้ เช่น คณะผู้บริหารองค์กรบริหารส่วนตำบลคลองจินดา คณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำคลองจินดา ญาติหรือคนรู้จักที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา

ขั้นตอนการศึกษา

แหล่งข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ
1. ข้อมูลปฐมภูมิ

1.1 ข้อมูลหลักมาจาก การเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งจะใช้วิธีการศึกษาหลัก คือ ศึกษาโดยการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล เรื่องราว ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา สถานภาพปัจจุบันของตลาดน้ำคลองจินดา ว่าเป็นอย่างไร มีการบริหารจัดการตลาดน้ำคลองจินดาแบบไหน มีการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้างหรือไม่ วิธีการสัมภาษณ์ทำโดยการพูดคุย อัดเสียงการสัมภาษณ์ ร่วมกับการจดบันทึก และมีการถ่ายรูปประกอบรายงานการค้นคว้าอิสระ เพื่อให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ลักษณะการสัมภาษณ์ที่ใช้ศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งเป็น 2 แบบดังนี้

1.1.1 สัมภาษณ์โดยไม่จำกัดคำตอบ เป็นวิธีการสัมภาษณ์ ในคำตอบโดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นของตนไปเรื่อยๆ เช่นถามเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำ จนได้ คำตอบที่ออกมาใกล้เคียงกันหรือเหมือนกัน

1.1.2 สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อหาเหตุผลจากผู้ให้สัมภาษณ์ในคำตอบประเด็นนั้นๆ เช่น คิดอย่างไรกับสถานภาพปัจจุบันของตลาดน้ำ แล้วผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบพร้อมทั้งให้เหตุผล ทำให้สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า สถานภาพปัจจุบันของตลาดน้ำคลองจินดาเป็นอย่างไร

1.2 การสังเกตการณ์โดยการเข้าไปมีส่วนร่วม เนื่องจากผู้ศึกษามีญาติที่อาศัยอยู่ที่ตำบลคลองจินดา และบริเวณตลาดน้ำ ประกอบอาชีพ เป็นชาวนวน และเป็นผู้บริหารในองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ผู้ศึกษาจึงใช้ช่วงเวลาวางมาพูดคุย และเยี่ยมชม มีโอกาสได้คลุกคลีกับชาวบ้านในบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา เป็นการพูดคุยพบปะในช่วงระหว่างวันหยุด ทำให้เกิดความคุ้นเคยและได้เห็นแง่มุมต่างๆ ของชาวบ้านในตำบลคลองจินดา เช่น ทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา สถานภาพปัจจุบันของตลาดน้ำคลองจินดา การบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา

2. ข้อมูลทฤษฎี

การศึกษานี้เป็นการศึกษาค้นคว้าจาก หนังสือ เอกสาร งานวิจัย บทความ ตำราที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว SWOT Analysis และ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ยิ่งขึ้น ในการเตรียมข้อมูลก่อนลงภาคสนาม แล้วสามารถนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) วิเคราะห์ในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps) และเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาได้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 3 ประเภท

1. ประเภทบุคคล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยเอง ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพราะการวิจัยที่ใช้วิธีการเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนโดยตรง ดังนั้นการได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นความจริงมากที่สุดนั้น ขึ้นอยู่กับการวางตัว การสร้างความไว้วางใจการสร้าง ความคุ้นเคย เพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

2. ประเภทเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสร้างแบบสอบถามขึ้นเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 คือ ผู้บริหาร ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มที่ 2 คือ พ่อค้าแม่ค้า ชาวบ้านบริเวณตลาดน้ำ กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา

ตัวอย่างแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

2.1 ทราบประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดาหรือไม่

2.2 เริ่มสร้างตลาดน้ำคลองจินดาตั้งแต่เมื่อใด สถานที่ตั้งของตลาดน้ำคลองจินดาในอดีตจนถึงปัจจุบันอยู่ที่ใด

2.3 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าที่จำหน่ายในตลาดน้ำคลองจินดามีอะไรบ้าง

2.4 ด้านราคา (Price) ราคาที่ตั้งของสินค้าในตลาดน้ำคลองจินดา ตั้งอย่างไร ถูก-แพงไปหรือไม่

2.5 การจัดจำหน่าย หรือสถานที่ (Place) ในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดาสะดวกหรือไม่ ที่ตั้งของตลาดน้ำเหมาะสมหรือไม่

2.6 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์ ตลาดน้ำคลองจินดาหรือไม่ มีกิจกรรมอะไรบ้างที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา

2.7 บุคคล (People) พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน มีส่วนร่วมในการจัดการตลาดน้ำคลองจินดาบ้างหรือไม่

2.8 กระบวนการ (Process) มีการจัดการตลาดน้ำคลองจินดาอย่างไรบ้าง มีคณะกรรมการบริหารตลาดน้ำหรือไม่

โดยนำคำตอบที่ได้มาสรุป และวิเคราะห์สามารถเขียนอธิบาย บรรยายและพรรณนา ทำให้ทราบข้อมูลที่จริงและถูกต้องได้

3. ประเภทอุปกรณ์ช่วยรวบรวมข้อมูล ได้แก่

3.1 สมุดบันทึก เพื่อบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม และการสังเกต

3.2 เทปบันทึกเสียง เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครอบคลุมและเนื้อหาครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลที่ผู้วิจัยไม่สามารถบันทึกได้ทันทั้งหมดในขณะที่ยังสัมภาษณ์หรือสนทนา

3.3 กล้องถ่ายรูป เพื่อบันทึกภาพสถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของตลาดน้ำคลองจินดา

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ ประมาณ 8 เดือน โดยแบ่งเป็น 2 ระยะคือ

ระยะที่ 1 เริ่มการค้นคว้าอิสระ ตั้งแต่วันเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ศึกษาค้นคว้า เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลพื้นฐานของตลาดน้ำคลองจินดา เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น

ระยะที่ 2 เสนอการค้นคว้าอิสระภายในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 และเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการลงพื้นที่ไปที่ตลาดน้ำคลองจินดา ไปสังเกต และสัมภาษณ์ และ ตลาดน้ำที่ต่างๆ เพื่อศึกษาการจัดการของตลาดน้ำแต่ละแห่ง ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุง เสนอแนะให้กับตลาดน้ำคลองจินดาได้ เดือน มกราคม พ.ศ. 2553 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล เพื่อสรุปการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบถึง ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา และแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาได้

ตารางที่ 1 ระยะเวลาในการศึกษา

การดำเนินงาน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
	52	52	52	52	52	52	53	53
ศึกษาค้นคว้า เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	←————→							
เสนอการค้นคว้าอิสระ					←→			
เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการลงพื้นที่					←————→			
นำข้อมูลที่ได้มาสรุป และข้อเสนอแนะ							←————→	

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดาและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองจินดา รวมถึงสามารถวิเคราะห์หาข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม ทำให้ตลาดน้ำคลองจินดาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา

ประวัติความเป็นมา

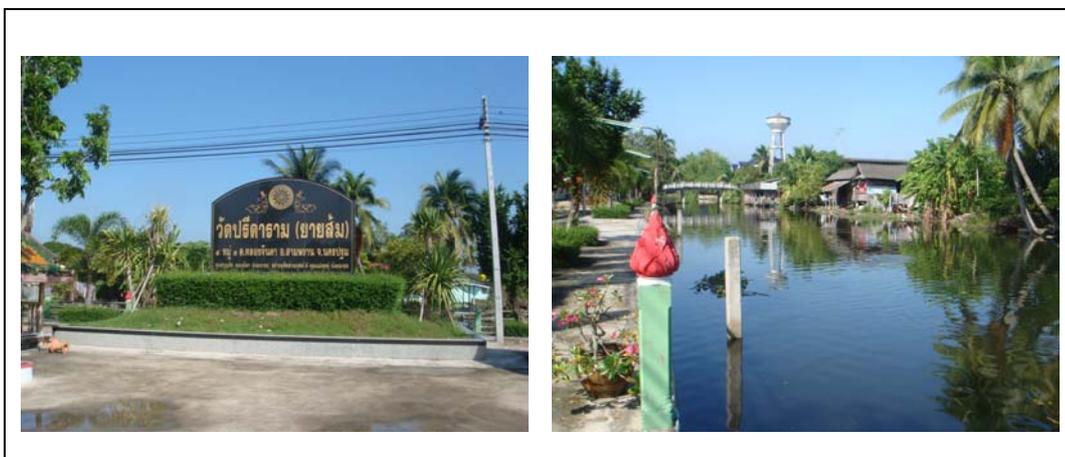
ตลาดน้ำคลองจินดาได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2544 โดยผู้ก่อตั้งคือ กำนันศรี และผู้ช่วยประสบ อยู่ที่บริเวณวัดปรีดาราม ต.คลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม โดยมีชาวบ้านนำสินค้าที่ตนเองมีอยู่ จากในสวนของตนเองมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากบริเวณคลองจินดามีลักษณะภูมิประเทศ และลักษณะทางกายภาพที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำการเกษตร ชาวบ้านจึงมีอาชีพเป็นเกษตรกร ปลูกพืชผลทางการเกษตรมากมาย เช่น มะม่วง ฝรั่ง ชมพู มะพร้าว น้ำหอม มะเฟือง กัลยไม้ กิ่งพันธุ์ผลไม้ชนิดต่างๆมากมาย จึงทำให้ผู้ก่อตั้งเล็งเห็นสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตน จึงทำให้เกิดแนวความคิดที่จะก่อตั้งตลาดน้ำคลองจินดาขึ้นมา เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและสร้างชื่อเสียงให้กับคลองจินดา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในตำบลคลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม



ภาพที่ 3 ภาพถ่ายวัดปริคารามทางอากาศ

ที่มา : วัดปริคาราม, “ภาพถ่ายวัดปริคารามทางอากาศ,” เอกสารเผยแพร่. (อัครสำเนา)

ในอดีตกำนันศรี สามพรานไพบูลย์ และศึกษานิเทศน์ประสพ ได้มีแนวคิดเดียวกันที่จะก่อตั้งตลาดน้ำคลองจินดาที่บริเวณ คลองจินดาวัดปริคาราม อ.สามพราน เนื่องจากประเทศไทยเราเป็นเมืองพุทธศาสนา พุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่จึงมีความเลื่อมใสศรัทธา นับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และในขณะนั้นวัดปริคาราม มีเจ้าอาวาสที่ผู้คนส่วนใหญ่เลื่อมใสศรัทธา คือหลวงพ่อไสว โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เพราะว่ามีพระที่มีชื่อเสียงคือหลวงพ่อไสว ซึ่งเป็นพระที่ผู้คนส่วนใหญ่กราบไหว้และเลื่อมใสศรัทธา ทำให้มีผู้คนมากราบไหว้เป็นจำนวนมาก จึงทำให้กำนันศรีและผู้ช่วยประสพ เล็งเห็นว่าน่าจะพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและสามารถสร้างอาชีพ ที่ทำรายได้ให้กับชาวบ้านในท้องถิ่น จึงได้ก่อตั้งตลาดน้ำคลองจินดาขึ้น โดยตั้งอยู่บริเวณริมน้ำคลองจินดา ในอาณาเขตของวัดปริคาราม ลักษณะของการตั้งร้านค้ามีทั้งที่เป็นชาวสวนพายเรือมาขายอยู่ริมตลิ่ง และที่ตั้งอยู่บนฝั่งเพื่อสะดวกต่อการซื้อขาย มีสินค้าพืชผลทางการเกษตรมากมาย ซึ่งชาวบ้านนำพืชผลที่มีอยู่ในสวนของตนเองมาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวที่มาสักการะบูชาหลวงพ่อไสว และเลือกซื้อสินค้าทางการเกษตรในราคาชาวสวน มีทั้งนักท่องเที่ยว ดารา ตลก นักร้องมาท่องเที่ยว แต่เส้นทางการเดินทางยังไม่สะดวกเนื่องจากมีเส้นทางที่คดเคี้ยว และถนนเป็นหลุมเป็นบ่อจึงเป็นอุปสรรคมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมา



ภาพที่ 4 ภาพถ่ายบริเวณวัดปรีดารา

จึงทำให้ทั้ง 2 คน เกิดความคิดที่จะต้องเพิ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวที่ตำบลคลองจินดา ทำให้เขาเห็นว่าวิถีชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น คือ การเป็นเกษตรกร เป็นชาวนาน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นคนกรุงเทพฯ หรือเป็นคนในจังหวัดนครปฐม ซึ่งพวกเขาเหล่านั้นไม่เคยสัมผัสวิถีชีวิตของชาวนาน จึงทำให้เกิดแนวความคิด ล่องเรือชมสวนขึ้น เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองจินดาได้

แต่เมื่อเวลาผ่านไปนักท่องเที่ยวเริ่มน้อยลงเนื่องจากอุปสรรคคือ เรื่องของการเดินทาง เพราะถนนเป็นหลุมขรุขระ ทำให้การเดินทางไม่สะดวก และมีตลาดน้ำที่เกิดขึ้นมาใหม่เป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวจึงไม่นิยมมาที่ตลาดน้ำคลองจินดา และ เนื่องจากทั้ง 2 คน ได้เสียชีวิตไปแล้ว จึงทำให้ต้องเปลี่ยนผู้นำชาวบ้าน เป็นนายสมผล เกียรติธรรม ดำรงตำแหน่งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ประมาณ พ.ศ. 2548 ได้ย้ายตลาดน้ำคลองจินดา จากที่เคยอยู่บริเวณริมคลองจินดา ในอาณาเขตของวัดปรีดารา มาอยู่ที่บริเวณริมบึงคลองบางช้าง หมู่ 10 ต.คลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม เนื่องจากมีลักษณะทิวทัศน์ บรรยากาศและธรรมชาติที่สวยงาม ได้ก่อสร้างอาคารไว้ให้สำหรับพ่อค้าแม่ค้า ชาวนานที่มาขายสินค้าทางการเกษตรที่มีอยู่ในสวนของตนเอง โดยใช้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนานเป็นต้นแบบ มีโครงสร้างเป็นไม้ไผ่ ตั้งอยู่บริเวณริมคลอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ตลาดน้ำก็ชื่นชอบ เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติที่นี้ร่มรื่น เหมาะแก่การมาพักผ่อน จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งจากเมืองไทยและต่างชาตินิยมมาท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีแผ่นพับแจกนักท่องเที่ยว มีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเว็บไซต์

ของตำบลคลองจินดา ทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น แต่อุปสรรคของนักท่องเที่ยวก็คือ เรื่องของถนนที่มีเส้นทางคดเคี้ยว ขรุขระ และยังไม่ค่อยมีสถานที่ หรือกิจกรรมอื่นๆ เพื่อรองรับการ ท่องเที่ยว อีกทั้งสินค้าที่ขายอยู่ในตลาดน้ำมีตัวเลือกไม่มากนัก เพราะชาวบ้านในท้องถิ่น ส่วนใหญ่ มีอาชีพเกษตรกรรม ปลูกพืชไร่ พืชสวน ลักษณะของสินค้าจึงมีไม่ค่อยแตกต่างกันก็มีแต่พืชผลทาง การเกษตร เช่น มะม่วง มะพร้าว น้ำหอม ฝรั่ง ชมพู่ มะเฟือง แก้วมังกร กัญชง กล้วยไม้ กิ่งพันธุ์ผลไม้ชนิด ต่างๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วอาจรู้สึกผิดหวังกับตลาดน้ำที่นี่ เพราะมีสินค้าให้เลือกไม่ มากนัก และไม่ค่อยมีกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 5 ภาพถ่ายบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา โครงสร้างแบบเดิม

ในปัจจุบันได้เปลี่ยนผู้นำชุมชนใหม่ คือ นายมนัส มรกตจินดา ดำรงตำแหน่ง นายกองกำกับการบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ประมาณ พ.ศ. 2552 ได้ย้ายตลาดน้ำคลองจินดา จากที่ เคยอยู่บริเวณริมน้ำมาอยู่บนฝั่งเนื่องจากโครงสร้างที่ใช้วัสดุดิบจากธรรมชาติคือไม้ไผ่ผุพังหลังจาก มีอายุการใช้งานสั้น ทำให้โครงเดิมชำรุด ผุพัง ไปตามกาลเวลา ทำให้ผู้นำและคณะผู้บริหารตลาด น้ำคลองจินดาเห็นว่าต้องมีการปรับปรุงและรื้อโครงสร้างใหม่ จึงของบประมาณจากรัฐบาลมาเป็น จำนวนเงิน 200,000 บาท เพื่อสร้างอาคารที่มีความมั่นคงมากขึ้น และสามารถใช้งานได้ถาวร โดยมี โครงสร้างเป็นเหล็กและเสาคอนกรีต มุงหลังคาโดยกระเบื้อง และปรับปรุงทิวทัศน์บริเวณริมตลิ่ง โดยสร้างเป็นเขื่อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนี้คือ ชาวบ้านไม่ ค่อยให้ความร่วมมือ จึงทำให้มีร้านค้าที่ขายอยู่ในปัจจุบันนี้น้อยลงมาก และไม่ค่อยมีความ หลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์ อาจเป็นเพราะชาวบ้านยังไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาตลาดน้ำ

คลองจินดาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้หันหลังให้กับตลาดน้ำคลองจินดา แล้วกลับไปเป็นเกษตรกรทำไร่ ทำสวนผลไม้ ที่เป็นอาชีพหลักของตน



ภาพที่ 6 ภาพถ่ายบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา โครงสร้างแบบใหม่

รูปแบบการจัดการตลาดน้ำคลองจินดา

การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา คุณแลรับผิดชอบโดยองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดน้ำคลองจินดา ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการ คุณแล วางแนวทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวก คุณแล แก่พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้านที่มาขายของที่ตลาดน้ำคลองจินดา ทางคณะกรรมการจะมีการจัดประชุมถึงการดำเนินงาน และวางแผนพัฒนาของตลาดน้ำคลองจินดาที่ องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ซึ่งพ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้านในตลาดน้ำคลองจินดาไม่ได้เข้าร่วมประชุมด้วย จึงทำให้เห็นได้ว่า ขาดการมีส่วนร่วมของพ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน จึงอาจทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา เพราะผู้บริหารเป็นผู้วางแผนทางในการดำเนินงานของตลาดน้ำคลองจินดาเพียงฝ่ายเดียว ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน พ่อค้าแม่ค้า จึงทำให้เป็นปัญหาในการดำเนินงาน เพื่อวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา เนื่องจากการพัฒนาเริ่มจากแนวคิดของผู้บริหารที่วางแผนทางให้แก่พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้านในชุมชน การดำเนินงานพัฒนาบางเรื่องอาจเกิดปัญหาได้ เนื่องจากไม่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้าน พ่อค้าแม่ค้า ซึ่งบางส่วนอาจไม่เห็นด้วยต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำ ดังนั้นในการจัดประชุมเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการวางแผนพัฒนาตลาดน้ำ หน่วยงานของรัฐบาลควรให้ความสนใจ

การดำเนินงานคุณแลพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

1.1 ระบบการคมนาคมขนส่ง เส้นทางคมนาคมทางน้ำ มีการขุดลอกคลองอยู่ เสมอเส้นทางถนน เนื่องจากที่ตั้งของตลาดน้ำอยู่ห่างไกลจากเส้นทางหลักของการเดินทาง คณะกรรมการตลาดน้ำและผู้บริหารจึงพัฒนาถนนหนทางให้สะดวกขึ้นโดยการลาดยาง และตัดถนนผ่านหลายเส้นทาง ทำให้สามารถเดินทางมาตลาดน้ำคลองจินดาได้หลายเส้นทาง

1.2 ระบบไฟฟ้า ทางหน่วยงานองค์การบริหาร ส่วนตำบลได้มีการจ่ายกระแสไฟฟ้าไปยังตลาดน้ำคลองจินดา เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว

1.3 ระบบโทรคมนาคม การติดต่อสื่อสารจากภายนอกไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีตู้โทรศัพท์สาธารณะบริการนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดาอยู่ 1 เครื่องซึ่งอาจยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีเครือข่ายระบบโทรศัพท์ไร้สาย สามารถเข้าถึงทุกเครือข่าย

1.4 ระบบประปา มีระบบประปาเพื่อจ่ายน้ำให้กับพ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำสาธารณะบริการแก่นักท่องเที่ยว

1.5 ระบบการระบายน้ำและการกำจัดน้ำเสีย ทางคณะกรรมการตลาดน้ำคลองจินดา ยังขาดการวางแผนเกี่ยวกับการระบายน้ำและกำจัดน้ำเสีย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังมีน้อย ยังไม่ได้วางระบบระบายน้ำ และกำจัดน้ำเสีย เพราะยังไม่เกิดปัญหานี้ขึ้นมา

1.6 ระบบจำกัดขยะ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลการกำจัดขยะของตลาดน้ำคลองจินดา เนื่องจากนักท่องเที่ยวน้อยปริมาณขยะจึงมีไม่มาก จึงง่ายต่อการควบคุมดูแล

2. การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย ทางองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการต่างๆ เช่นการจัดทำแผ่นป้ายโฆษณา การจัดทำแผ่นปลิว และแผ่นพับ ไว้แจกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดนครปฐม เช่นที่พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย และมีการลงเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต

3. การจัดมหกรรม ทางตลาดน้ำคลองจินดา ยังไม่มีการจัดมหกรรม ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา ทางคณะกรรมการตลาดน้ำคลองจินดาควรจัดกิจกรรม หรือมหกรรม ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

วิเคราะห์ทรัพยากรสภาพแวดล้อมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค SWOT Analysis

นอกจากนี้เรายังสามารถวิเคราะห์ในเรื่องของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค SWOT Analysis เพื่อใช้วางแผนทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาได้ คือ

1. S-Strength เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งภายใน ซึ่งวิเคราะห์จุดแข็งที่มีภายในตลาดน้ำคลองจินดาได้ คือในเรื่องของทรัพยากรที่มีภายในคลองจินดา สภาพของภูมิประเทศและอากาศที่เอื้อต่อการทำการเกษตร ทำให้สามารถผลิตพืชผลทางการเกษตรได้จำนวนมากและพืชผลทางการเกษตรที่ออกมาสู่ตลาดของผู้บริโภคก็มีคุณภาพมากเช่น มะพร้าว น้ำหอม มะม่วง ฝรั่ง ชมพู แก้วมังกร กล้วยไม้ มะเฟือง กิ่งพันธุ์ไม้ ซึ่งเป็นจุดเด่นหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำได้โดยการสร้างเป็นตลาดน้ำที่มีผลไม้สดใหม่ และราคาถูก ออกมาขายให้กับนักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับไปเป็นของฝากได้ นอกจากนี้ตัวที่ตั้งของตลาดน้ำยังมีทิวทัศน์ที่สวยงามมีอากาศและธรรมชาติที่บริสุทธิ์มีลำคลองที่ใสสะอาด เนื่องจากตำบลคลองจินดาเป็นพื้นที่สีเขียวของจังหวัดนครปฐม ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ปล่อยของเสียปนูกูลออกมาทำลายธรรมชาติ จึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนได้สัมผัสกับธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชาวบ้านชาวสวนคลองจินดา ดังนั้นจึงเป็นจุดแข็งที่ดีที่สามารถพัฒนาตัวตลาดน้ำให้ได้รับความนิยมได้ดังเช่นตลาดน้ำที่ต่างๆ เช่น ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดอนหวาย

2. W-Weakness เป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนภายใน ซึ่งวิเคราะห์จุดอ่อนที่มีภายในตลาดน้ำคลองจินดาได้ คือในเรื่องของการบริหารจัดการที่ยังไม่เป็นรูปธรรม ยังขาดคนที่มีความรู้ในเรื่องของการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การดำเนินงานของตลาดน้ำ ในด้านต่างๆ เกิดปัญหา ดังที่เห็นได้ว่า มีร้านค้าที่น้อยลงเนื่องจากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย ร้านค้าบางร้านก็เลิกขายไป เมื่อร้านค้ามีน้อยลง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแล้วเห็นว่ามีร้านค้าน้อย ไม่เหมือนกับตลาดน้ำทั่วไป จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผิดหวัง และอาจจะไม่เข้ามาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดาอีก และอาจบอกต่อกันว่าไม่มีอะไรที่น่าเที่ยว อาจทำให้ตลาดน้ำคลองจินดาต้องปิดตัวลงได้

3. O-Opportunity เป็นการวิเคราะห์โอกาสภายนอก ซึ่งวิเคราะห์โอกาสที่มีของตลาดน้ำคลองจินดาได้ คือพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา มีความสามารถรองรับการพัฒนาจากองค์การบริหารส่วนตำบลและหน่วยงานของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและด้านอื่นๆ ได้ อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นเมืองท่องเที่ยวของชาวโลก และนักท่องเที่ยวชาวไทยก็ชื่นชอบท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ดังนั้นตลาดน้ำคลองจินดาจึงมีโอกาที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้

4. T-Threat เป็นการวิเคราะห์อุปสรรคภายนอก ซึ่งวิเคราะห์อุปสรรคของตลาดน้ำคลองจินดาได้คือ การที่ตลาดน้ำคลองจินดาจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวได้ จะต้องมีการร่วมมือกันของทั้งภาครัฐ และเอกชน ชาวบ้านต้องให้ความร่วมมือกันกับองค์การบริหารส่วนตำบลที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้ที่ตลาดน้ำมีร้านค้าที่ชาวบ้าน ชาวสวน นำผลิตภัณฑ์ที่ตนเองมีในบ้าน ในสวนของตน นำออกมาขายในตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดน้ำด้วยกัน อีกทั้งตำบลคลองจินดาตั้งอยู่ที่อำเภอสามพราน ต้องใช้เวลาเดินทางนานเนื่องจากมีระยะทางที่ยาวและมีเส้นทางที่คดเคี้ยว ในการเข้าไปถึงตลาดน้ำคลองจินดา เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าไปเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้น้อยไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง ขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานรัฐบาลดังนั้น รัฐบาลควรช่วยในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองจินดา

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The services marketing mix 7Ps)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เนื่องจากตำบลคลองจินดาเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งดินและน้ำสะอาดเหมาะแก่การทำเกษตรกรรม ทำให้ชาวบ้านในท้องถิ่นประกอบอาชีพทางการเกษตรปลูกพืชไร่ พืชสวนออกมาขายตามท้องตลาดในปัจจุบัน เช่น มะม่วง มะพร้าว น้ำหอม มะเฟือง ฝรั่ง ชมพู แก้วมังกร กิ่งพันธุ์พืชผลชนิดต่างๆ กล้วยไม้ ซึ่งนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาด ทำให้เห็นว่าสินค้าที่ตลาดน้ำคลองจินดาไม่มีความหลากหลาย ถ้าเป็นสินค้าทางการเกษตร ก็จะมีแต่พวกพืชผล ชนิดเหมือนกัน ไม่มีความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ที่คลองจินดายังมีบริการล่องเรือชมสวนให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำ สามารถหาซื้อพืชผลทางการเกษตรของชาวสวนที่สดใหม่จากสวน เพราะไม่ต้องใช้เวลาในการขนส่งและสามารถสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านคลองจินดาได้ นอกจากนี้ที่ตลาดน้ำคลองจินดาก็มีร้านอาหารที่ชาวบ้านมาเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่มีปริมาณร้านค้าน้อย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีตัวเลือกที่จะเลือกรับประทานได้มากนัก

2. ด้านราคา (Price) เนื่องจากสินค้า ที่มีจำหน่ายในตลาดน้ำคลองจินดา เป็นจำพวกพืชผลทางการเกษตร การตั้งราคาจึงอ้างอิงจากราคาตลาด ณ ปัจจุบัน กล่าวคือ ชาวสวนปลูกพืชผลจำนวนมากทำให้ต้องส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง ทำให้พวกเขาไม่สามารถกำหนดราคาเองเนื่องจากมีสินค้าจำนวนมากและอายุในการเก็บรักษาสั้น ถ้าหากมีปริมาณสินค้ามากแต่ไม่สามารถขายได้ผลไม้อาจจะเน่าเสีย ทำให้ต้องส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง ชาวสวนจึงต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก ราคาของผลไม้ที่ชาวสวนส่งขายนั้นก็จะขึ้นลงตามราคาท้องตลาด หากในช่วงฤดูกาลผลไม้ชนิดนั้นๆ ออกมามาก ผลไม้ล้นตลาด จะทำให้ราคาของผลไม้ช่วงนั้นต่ำมาก ชาวสวนอาจประสบกับภาวะขาดทุนจากการทำสวน แต่หากว่าได้ผลผลิตที่ไม่ตรงตามฤดูกาลก็จะได้ราคาสูง แต่เนื่องด้วยชาวสวนขาดความรู้ในด้านการเกษตรทำให้ต้องพึ่งพาดีน ฟ้า อากาศ โดยพวกเขาไม่สามารถคาดเดาปริมาณของผลไม้ในสวนตนได้ ทำให้ชาวสวนที่ขายผลไม้ที่ตลาดน้ำต้องขายราคาที่อิงกับตลาดกลาง ถ้าพวกเขาขายแพง นักท่องเที่ยวก็จะไม่ซื้อได้

3. การจัดจำหน่าย หรือสถานที่ (Place) ตลาดน้ำคลองจินดา ตั้งอยู่ที่ ต.คลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม สามารถใช้เส้นทางได้หลายเส้นทาง แต่มีลักษณะเส้นทางที่คดเคี้ยวและห่างจากตัวเมืองประมาณ 25 กิโลเมตร การเดินทางไปทั่วตลาดน้ำค่อนข้างลำบากและไม่ค่อยมีป้ายบอกทาง อาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนกับการเดินทางไปทั่วตลาดน้ำได้ เพราะสองข้างทางเป็นสวนผลไม้ ไม่มีป้ายที่มีลักษณะเด่นในการบอกทางให้กับนักท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวที่ไม่รู้จักอาจจะเปลี่ยนใจได้เพราะกลัวว่าจะไปไม่ถูก แต่หากว่าคนพื้นที่จะทราบว่าจะต้องไปทางเดียวกับทางที่จะไปวัดปริคาราม หรือวัดวังน้ำขาว ต.คลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม แล้วจึงจะไปถึงตลาด

น้ำคลองจินดาได้ เมื่อไปถึงที่ตลาดน้ำก็จะไม่มีป้ายที่ชัดเจนที่แสดงว่าตรงนี้คือตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้นักท่องเที่ยวไปแล้วไม่เจอตลาดน้ำคลองจินดา เพราะตัวตลาดมีพื้นที่ที่ไม่กว้างมาก และไม่คึกคักเหมือนกับตลาดน้ำที่อื่นๆ เช่นตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำท่าคา อาจทำให้นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดาผิดหวังได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด ได้มีเอกสารแผ่นพับ แจกนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง จ.นครปฐม และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดอีกทางคือ การกระจายข่าว โดยการบอกต่อกัน ปากต่อปาก จากคนที่เคยมาเที่ยวและชื่นชอบธรรมชาติที่นี่ จากลูกหลานของชาวบ้านคลองจินดา ที่ทำงานอยู่ต่างๆทั่วประเทศไทย และจากต่างประเทศ

5. บุคคล (People) เนื่องจากตลาดน้ำคลองจินดามีพ่อค้า แม่ค้าที่เป็นชาวบ้านบริเวณนั้น ลักษณะวิถีชีวิตเป็นแบบเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง มีน้ำใจไมตรีต่อกัน อยู่กันเหมือนญาติพี่น้อง ไม่ได้มองถึงผลกำไรที่จะเกิดขึ้น เราสามารถสัมผัสไมตรีจิตจากพ่อค้า แม่ค้าได้ว่ามีความเป็นกันเอง ไม่ได้หวังถึงตัวเงิน สิ่งที่ทำและให้บริการออกมาจากใจพวกเขาจริงๆ อาจเป็นเพราะว่า สถานที่นี้มีธรรมชาติที่งดงาม นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยรู้จักมากนัก ยังไม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ถึง ธุรกิจเอกชนที่เข้ามาทำกิจการยังไม่มี กิจกรรมการท่องเที่ยวยังไม่หลากหลาย ทำให้คนที่ให้บริการทั้งที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว เนื่องจากตลาดน้ำนี้ก่อตั้งมาจากชุมชนในท้องถิ่นซึ่งของงบประมาณมาจากรัฐบาล ดำเนินและบริหารงานจากองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากชาวบ้านในตำบลคลองจินดา ร่วมแรงร่วมใจในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) ลักษณะทางกายภาพของบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา พบได้ว่ามีลักษณะที่งดงาม เป็นธรรมชาติในจังหวัดนครปฐม กล่าวได้ว่า ต.คลองจินดาเป็นพื้นที่สีเขียว เพราะไม่มีโรงงานอุตสาหกรรม ชาวบ้านทำอาชีพเกษตรกรรม ปลูกพืชไร่ พืชสวน แสดงให้เห็นว่า มีดินที่มีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์ ให้ผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพ มีน้ำที่ใสสะอาด มีอากาศที่บริสุทธิ์ เหมาะแก่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชาวสวนที่เป็นกันเอง ที่ตั้งของตลาดน้ำอยู่บริเวณริมฝั่งคลอง มีโครงสร้างเป็นเสาคอนกรีต มุงหลังคากระเบื้อง มีร้านค้าจำนวน ประมาณ 10 ร้าน แต่ ณ ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่น้อยลงมาก ทำให้เหลือร้านค้าอยู่ไม่มากนัก เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าที่ตลาดน้ำมีอาชีพเป็นเกษตรกร เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ่อย พวกพ่อค้าแม่ค้าจึงกลับไปทำสวนเพียงอย่างเดียว ในเรื่องของที่จอดรถ มีที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไม่มากนัก เพราะลักษณะของที่ตั้งอยู่บริเวณริมน้ำ จึงมีพื้นที่จอด

รถในปริมาณที่จำกัด และด้านสถานที่อำนวยความสะดวกในเรื่องของห้องน้ำยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดาฯ ยังไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะดวกโดยตรง อย่างที่กล่าวข้างต้นว่าเป็นความร่วมมือกันเองในท้องถิ่น จึงไม่มีการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน

7. กระบวนการ (Process) ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าตลาดน้ำ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลในเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา มีการมอบหน้าที่โดยการจัดตั้งคณะกรรมการดูแลตลาดน้ำคลองจินดา และมีการประชุมกันของคณะกรรมการตลาดน้ำ แต่พ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดน้ำไม่ค่อยได้มีส่วนร่วมในการเข้าประชุมเกี่ยวกับการจัดการวางแผนการดำเนินงานของตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้พ่อค้า แม่ค้าที่ขายสินค้าที่ตลาดน้ำคลองจินดา ไม่ทราบเรื่องของแนวทาง การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อาจทำให้การดำเนินงานการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดาไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดความล่าช้าที่จะพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ และวิถีชีวิตชาวบ้านและชาวสวนได้

บทที่ 5

สรุป ข้อเสนอแนะแนวทาง

จากการศึกษาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้เราสามารถสรุปได้ว่า ตลาดน้ำคลองจินดา ยังสามารถปรับปรุงและพัฒนาได้ โดยการนำเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค SWOT Analysis ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix : 7Ps) มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา โดยสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดาได้ คือการมีส่วนร่วมของชุมชน ทุกคนในชุมชนควรมีส่วนร่วมวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา โดยที่องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา เป็นหน่วยงานรัฐที่ช่วยในการดูแลรับผิดชอบในเรื่องของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว และวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

ข้อเสนอแนะแนวทางส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The services marketing mix 7Ps)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการสำรวจศึกษา ทำให้พบว่า สินค้าในตลาดน้ำคลองจินดาอยู่ไม่กี่ประเภท สามารถแบ่งออกเป็นผลไม้ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะเด่นที่นี้ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งดินที่มีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์ น้ำที่ใสสะอาด และสภาพอากาศที่บริสุทธิ์ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อพืชผลการเกษตรได้สดใหม่จากสวนซึ่งเป็นจุดแข็งของที่คลองจินดา แต่ผลไม้สดมีอายุการเก็บรักษาสั้น ผลไม้อาจเน่าได้ ดังนั้นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้อายุการเก็บรักษาได้นานคือวิธีถนอมอาหาร โดยการแช่แข็ง การดอง การกวน การตากแห้ง การทำไวน์ผลไม้สด วิธีการถนอมผลไม้สดพวกนี้ ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้า อีกทั้งสามารถเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มีวางขายในตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้มีสินค้าให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อได้มากขึ้น และสนับสนุนทำให้เกิดเป็นศูนย์กลางตลาดผลไม้สดที่มีชื่อเสียง และมีความหลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบสัมผัสกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นจุดเด่นของที่ตำบลคลองจินดาได้

ร้านอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีจำนวนร้านค้าที่ขายอาหาร ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน อยู่เพียง 3 ร้าน ทำให้มีตัวเลือกน้อย นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอาจผิดหวังได้ เพราะไม่สามารถหาซื้ออาหารที่มีความหลากหลายเหมือนกับตลาดน้ำที่อื่นๆ ร้านอาหารที่ขายที่ตลาดน้ำจึงอาศัยชาวบ้าน

บริเวณนั้นเป็นหลัก ที่มานั่งรับประทานข้าว หรือเป็นการเดินทางที่ต้องผ่านเส้นทางตลาดน้ำ จึงแวะรับประทานอาหารเช้า เนื่องจากตลาดน้ำคลองจินดาแม่น้ำ ลำคลองไหลผ่าน คณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำควรสนับสนุนให้ชาวบ้าน ชาวสวนตำบลคลองจินดา นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในครัวเรือนมาประกอบอาหาร และภาชนะที่ใส่อาหารควรเป็นวัสดุที่ทำจากธรรมชาติ เช่น ใบบัว ใบตอง กะลามะพร้าว เป็นต้น สามารถสร้างเป็นจุดเด่นของตลาดน้ำคลองจินดาได้ นอกจากนี้วิถีชีวิตของชาวบ้านคลองจินดาเดินทางโดยใช้เรืออยู่บ้าง สามารถทำเป็นจุดขายได้อีกอย่างหนึ่ง คือ ให้ชาวบ้านพายเรือเพื่อนำสินค้าที่ตนเองมีในบ้าน ในสวน ในไร่ นำมาจัดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการเสริมบรรยากาศของตลาดน้ำ ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกได้ว่ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำ เนื่องจากตลาดน้ำคลองจินดา ในตอนนี้ไม่มีชาวบ้านที่พายเรือมาขายอาหาร สินค้า มาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเลย จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าที่นี่ไม่ใช่บรรยากาศของตลาดน้ำ เพราะไม่เห็นเรือเลยแม้แต่ลำเดียว

ล่องเรือชมสวนนักท่องเที่ยว ที่ต้องการล่องเรือชมสวนผลไม้ของชาวสวนคลองจินดา สามารถล่องเรือชมสวนได้ แต่จะไม่มีเรือไว้คอยบริการเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยจึงทำให้ชาวสวนต้องหันกลับไปทำอาชีพหลัก คือ การทำสวนไม่มีเวลาที่จะคอยนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะท่องเที่ยวล่องเรือชมสวนไม่ทราบว่าต้องทำอะไร และผิดหวังที่ไม่มีเรือมาให้บริการ เพราะว่าถ้านักท่องเที่ยวต้องการล่องเรือชมสวนต้องโทรศัพท์ตามผู้ให้บริการผู้ล่องเรือ อาจทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาในการรอคอยเรือที่จะมารับ ดังนั้นควรมีบริษัทของเอกชนมีส่วนร่วมในการให้บริการ หรือจัดตั้งกลุ่มเกษตรกร ชาวสวนที่มีเรืออยู่แล้ว ออกให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่ต้องให้นักท่องเที่ยวต้องรอ

2. ด้านราคา (Price) การกำหนดราคา (Pricing) เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมบริการทุกแห่ง การกำหนดราคาที่เหมาะสมสำหรับกิจการบริการนั้นเป็นเรื่องที่ซับซ้อน นักการตลาดบริการต้องเริ่มต้นจากวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา หลังจากนั้นทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่สำคัญต่างๆ ที่มีผลต่อการกำหนดราคา แล้วจึงพิจารณาการกำหนดราคาที่เหมาะสม(ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549 : 99) ผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของตลาดน้ำคลองจินดา เห็นได้ว่าเราควรนำจุดแข็งที่มีคือในเรื่องผลไม้สด บรรยากาศที่บริสุทธิ์ และเป็นธรรมชาติมาสร้างเป็นจุดขาย โดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยที่มีผลไม้สดจากสวนออกมาวางจำหน่ายโดยราคาชาวสวนเสนอขาย โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และราคาต้องถูกกว่าราคาท้องตลาดทั่วไป เพราะหากนักท่องเที่ยวมาแล้วต้องซื้อผลไม้เท่ากับราคาที่ตลาดที่อื่นก็ได้ ไม่มีความแตกต่างด้านราคาและผลไม้ก็ไม่ต่างกัน นักท่องเที่ยวอาจจะไม่กลับมาซื้ออีกได้เพราะอาจไม่เกิดความประทับใจในเรื่องของราคาสินค้าที่เรา

สร้างเป็นจุดเด่นของตัวตลาดน้ำ และเมื่อถึงฤดูผลไม้ จะมีผลไม้ออกสู่ตลาดมาก ดังนั้นเราควรสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดโดยการจัด การลด แลก แจก แถม เมื่อซื้อผลไม้ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากๆ และมีการจับจ่ายซื้อผลไม้จากชาวสวนโดยตรง

3. การจัดจำหน่าย หรือสถานที่ (Place) การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 2 ประการ คือ การเข้าถึงได้ (Accessibility) และความพร้อมที่จะให้บริการได้ (Availability) (ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2549 : 108) ตลาดน้ำคลองจินดา ตั้งอยู่ที่ต.คลองจินดา อ.สามพราน จ.นครปฐม สามารถใช้เส้นทางได้หลายเส้นทาง ห่างจากตัวเมืองนครปฐมประมาณ 25 กิโลเมตร การเดินทางไปในตัวตลาดน้ำค่อนข้างลำบาก เนื่องจากเส้นทางมีลักษณะคดเคี้ยว ถนนบางช่วงอาจแคบไป มีพื้นผิวถนนที่ขรุขระเป็นบางช่วง และไม่ค่อยมีป้ายบอกทาง เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมของตลาดน้ำ อาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสนกับการเดินทางไปตลาดน้ำได้ เพราะสองข้างทางเป็นสวนผลไม้ ไม่มีป้ายที่มีลักษณะเด่นในการบอกทางให้นักท่องเที่ยว ดังนั้นควรทำป้ายบอกทางเป็นระยะๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปสามารถไปได้โดยไม่หลงทาง และตัวตลาดน้ำควรทำป้ายที่มีลักษณะเด่นแสดงให้เห็นว่าที่นี่คือตลาดน้ำคลองจินดา และทางหน่วยงานควรร่วมมือกับชาวบ้าน ชาวสวนที่มีผลไม้ในสวนตัวเองนำมาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวได้จับจ่ายเลือกซื้อสินค้าที่มีความหลากหลายมากกว่าตอนนี้ ซึ่งมีจำนวนร้านค้าที่น้อยมาก จนทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวผิดหวังและอาจเข้าใจว่าตลาดน้ำคลองจินดาได้ปิดตลาดไปแล้ว นอกจากนี้ควรกำหนดวันเวลาที่แน่นอนเช่น ตลาดน้ำเริ่มเปิดตอน 7.00 น. ถึง 14.00 น. ในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อให้มีพ่อค้า แม่ค้า ชาวสวนนำของมาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น และเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวพักผ่อนสัมผัสกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมาก ไม่รู้จักหรือขาดข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองจินดา ดังนั้นจึงควรเพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยเสนอให้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่างๆเช่น การจัดทำแผ่นปลิว และแผ่นพับมีรายละเอียดแนะนำแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมีแผนที่ และรูปประกอบ การจัดทำแผนที่แสดงเส้นทาง พร้อมทั้งป้ายแสดงเส้นทางการเดินทาง ซึ่งแหล่งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลัก คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา เพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังสามารถทำการโฆษณาเผยแพร่ โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และทางอินเทอร์เน็ต การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบางครั้งอาจใช้หน่วยงานจากภาครัฐ คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ก.ท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และภาคเอกชนสนับสนุนใน

การจัดทำ เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองจินดา สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยจะดำเนินการโดยแยกเป็นระดับต่างๆ ได้แก่

4.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับพื้นที่

เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับพื้นที่ เป็นการเผยแพร่โดยคนและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เอง โดยเริ่มจากการรณรงค์ผ่านทางโรงเรียน ศาสนสถาน ผู้นำชุมชน ให้มีการจัดนิทรรศการ หรือจัดทำเอกสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย โดยขอความร่วมมือด้านเงินทุนจากประชาชนในชุมชนหรือหน่วยงานท้องถิ่น

4.2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด เป็นการเผยแพร่ในระดับที่กว้างขึ้นจึงต้องขอความร่วมมือกับหน่วยงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวภาคกลาง เขต1 หรือ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดนครปฐม เป็นต้น เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้รับทราบและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา

4.3 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับประเทศ

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนโดยทั่วไปได้รับทราบ โดยอาศัยความร่วมมือและสนับสนุนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการเผยแพร่ระดับประเทศ นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการเผยแพร่ผ่านทางระบบสื่อสารด้านอื่นๆด้วย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ควรจัดมหกรรมหรือกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา

5. บุคคล (People) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการตลาดน้ำคลองจินดา เพื่อวางแผนทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ต้องอาศัยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำคลองจินดา และคนในท้องถิ่น ซึ่งแต่ละส่วนจะมีบทบาทในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องต่างกันไป โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่

5.1 ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในท้องถิ่น

ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในท้องถิ่นเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเนื่องจากเป็นผู้ใกล้ชิดกับตลาดน้ำคลองจินดามากที่สุดถ้าชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้ามีความตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว จะทำให้ตลาดน้ำคลองจินดาสามารถดำเนินการปรับปรุงได้อย่างเหมาะสม จะทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดน้ำมากขึ้น

5.2 คณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำคลองจินดา

คณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำคลองจินดา ถือเป็นตัวแทนของชาวบ้าน พ่อค้าแม่ค้าในท้องถิ่นที่จะแสดงความคิดเห็น คณะกรรมการต้องเป็นองค์กรที่ประสานความร่วมมือกันระหว่างชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในท้องถิ่นกับหน่วยงานท้องถิ่น และบุคคลอื่นๆ ภายนอก คณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำคลองจินดา เป็นคณะทำงานที่ดูแลและบริหารงานด้านการท่องเที่ยว มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการประสานงานและสนับสนุนการท่องเที่ยวกับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นผู้ใกล้ชิดและรู้ถึงความต้องการของชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในท้องถิ่นมากที่สุด คือ องค์กรบริหารตำบลคลองจินดา เป็นหน่วยงานที่ประสานงานกับภาครัฐบาลในเรื่องของการจัดสรรงบประมาณช่วยเหลือ

6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ ที่สามารถมองเห็น หรือรับรู้ได้ และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ แบ่งเป็น 2 ประเภทที่สำคัญ คือ ภูมิทัศน์บริการ (Services cape) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการลูกค้าและสิ่งที่จะต้องได้ประเภทอื่นๆ ลักษณะทางกายภาพของบริเวณตลาดน้ำคลองจินดา พูดได้ว่ามีลักษณะธรรมชาติที่งดงาม กล่าวได้ว่า ต.คลองจินดาเป็นพื้นที่สีเขียว เพราะไม่มีโรงงานอุตสาหกรรม ชาวบ้านทำอาชีพเกษตรกรรม ปลูกพืชไร่ พืชสวน สองข้างทางตลอดเส้นทางก็จะเห็นแต่สวนพืชผัก ผลไม้ชนิดต่างๆ แสดงให้เห็นว่า มีดินที่มีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์ ให้ผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพ มีน้ำที่ใสสะอาด มีอากาศที่บริสุทธิ์ เหมาะแก่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชาวสวนที่เป็นกันเอง ที่ตั้งตลาดน้ำอยู่บริเวณริมฝั่งคลอง ลักษณะโครงสร้างเป็นเสาคอนกรีต มุงหลังคากระเบื้อง รองรับร้านค้าจำนวน 10 ร้าน มีสนามเด็กเล่นให้กับนักท่องเที่ยวที่พาบุตรหลานไปเที่ยวกันเป็นครอบครัว มีห้องน้ำชาย หญิง อยู่ทั้งหมด 12 ห้อง มีบ้านพัก แบบ Home Stay อยู่ 1 ที่ สถานที่จอดรถยังไม่เป็นสัดส่วนที่เป็นระเบียบ เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่มากนัก เลยไม่ได้จัดสัดส่วนของสถานที่จอดรถ ดังนั้นควรจัดสถานที่จอดรถที่เป็นสัดส่วนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอนาคต มีศาลาริมน้ำเพื่อให้นักท่องเที่ยวนั่งพักผ่อนน้ำอยู่ 2 ฝั่งคลอง ดังนั้นหากเราต้องการวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา เราควรกระตุ้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยว อาจจะทำให้ชาวบ้านที่ต้องการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพักผ่อนสามารถพักอยู่ที่บ้านตนเองได้ หรือ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ที่ต้องการมาเที่ยวและสัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตแบบชาวสวนคลองจินดาได้ นอกจากนี้อาจจะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวร่วมกันกับสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณอำเภอสามพราน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทาง

หนึ่ง เช่น พิพิธภัณฑน์หินขี้ผึ้ง ตลาดน้ำดอนหวาย วัดไร่จิง วัดสว่างอารมณ์ วัดปริคาราม ฟาร์มจระเข้ สวนสามพราน โรงแรม โรสการ์เดนท์

7. กระบวนการ (Process) เป็นการบริหารจัดการ ต้องพิจารณาถึงบทบาท ของภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในการเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงฟื้นฟูเพื่อการท่องเที่ยว

7.1 บทบาทหน้าที่ของภาครัฐบาล

ภาครัฐบาลต้องให้การสนับสนุนแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้วยการกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการลงทุนสาธารณูปโภค ต้องดำเนินการภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ขณะเดียวกันรัฐบาลต้องส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยวให้กับประชาชน โดยรัฐบาลจะต้องมีบทบาทในการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว สนับสนุนการจัดตั้งองค์กรท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้กับประชาชน พัฒนาเศรษฐกิจ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างถูกต้องเหมาะสม และสร้างรายได้ให้กับชุมชน

7.2 บทบาทของภาคเอกชน

ภาคเอกชนจะเข้ามามีบทบาทในการให้คำปรึกษาแนะนำ ให้ความช่วยเหลือจากองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงให้การสนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อพัฒนาชุมชน เพื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการดำเนินงานของภาคเอกชน จะต้องดำเนินงานร่วมมือกับฝ่ายต่างๆ ในการพัฒนาหรือลงทุน เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และต้องสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของท้องถิ่น รวมทั้งต้องส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับท้องถิ่น

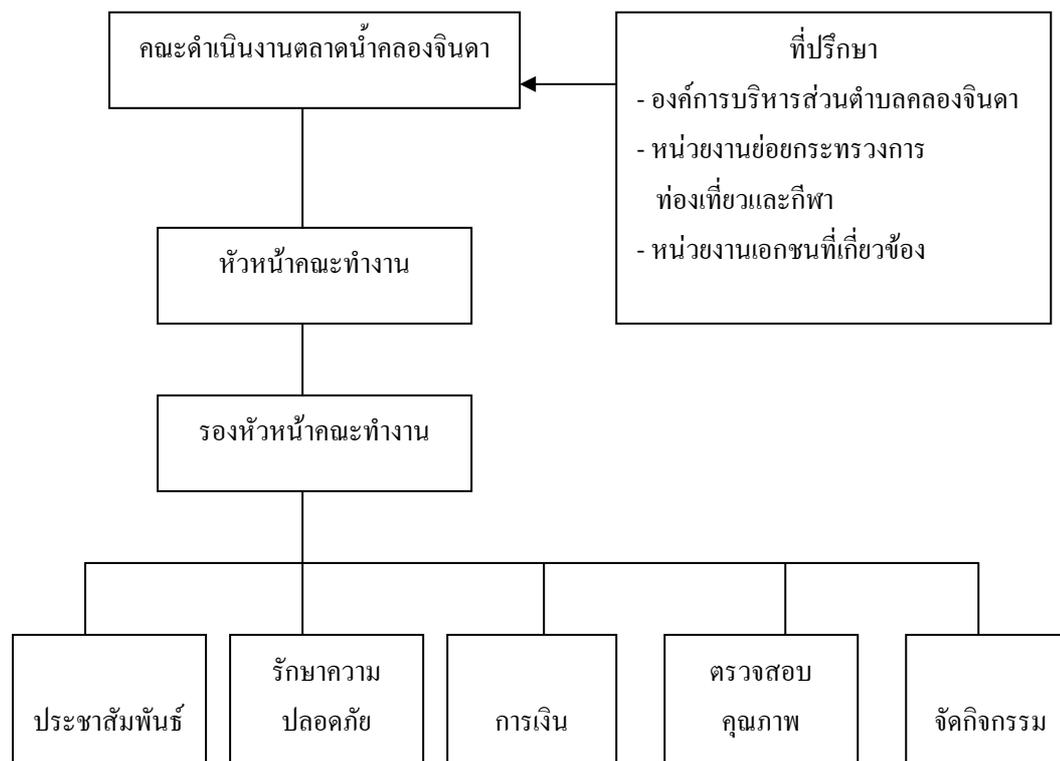
7.3 บทบาทของชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้า

ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในท้องถิ่น จะเข้ามามีบทบาทเมื่อได้รับความรู้ความเข้าใจ ความสำคัญของการวางแผนทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา โดยชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้ามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทาง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในท้องถิ่น รวมถึงการแสดงความคิดเห็นต่อการตัดสินใจดำเนินโครงการพัฒนาของรัฐที่จะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำคลองจินดา

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา จะต้องมีการจัดตั้งผู้ประสานงานดูแลรับผิดชอบตลาดน้ำคลองจินดา ซึ่งจะอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของ องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา หน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน โดยจัดแบ่งออกเป็นภาระหน้าที่ในการ

รับผิดชอบออกเป็น 7 ฝ่าย คือ หัวหน้าคณะทำงาน รองหัวหน้าคณะทำงาน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ และฝ่ายจัดกิจกรรม (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 แสดงโครงสร้างการบริหารจัดการของหน่วยงานกลาง

หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ

1. หัวหน้าคณะทำงาน หัวหน้าคณะทำงานมีหน้าที่ ในการดูแลจัดการวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา เป็นตัวแทนของหน่วยงานในการติดต่อประสานงานกับตลาดน้ำคลองจินดา องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
2. รองหัวหน้าคณะทำงาน ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือ แบ่งเบาภาระหน้าที่ของหัวหน้าในกรณีที่หัวหน้าคณะทำงานไม่อยู่รองหัวหน้าจะต้องปฏิบัติกรแทน
3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ในการดูแล ด้านจัดทำสื่อโฆษณาการตลาด เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ให้บริการด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แก่ นักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกอื่นๆแก่นักท่องเที่ยวตามความเหมาะสม

4. ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่ในการดูแลรักษาความปลอดภัยชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด
5. ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการเงินมีหน้าที่ในการจัดเก็บผลประโยชน์ด้านการเงินและการบัญชีดูแลผลประโยชน์ของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
6. ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าและราคา ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าและราคามีหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบด้านสินค้าและการบริการที่นำมาบริการแก่นักท่องเที่ยวให้มีราคาที่เหมาะสมและมีคุณภาพดีเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
7. ฝ่ายจัดกิจกรรม ฝ่ายจัดกิจกรรมมีหน้าที่ในการดูแลกิจกรรมทั้งหมด จัดกิจกรรมที่มีความเหมาะสมกับตลาด ปรับปรุงกิจกรรมให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น

แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

การวางแผนทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา เป็นโครงการที่เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา ดังนั้นการดำเนินงาน ควรเริ่มจากการทำความเข้าใจกับชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้า เพื่อปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการประสานงาน และหน่วยงานภาครัฐบาล ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

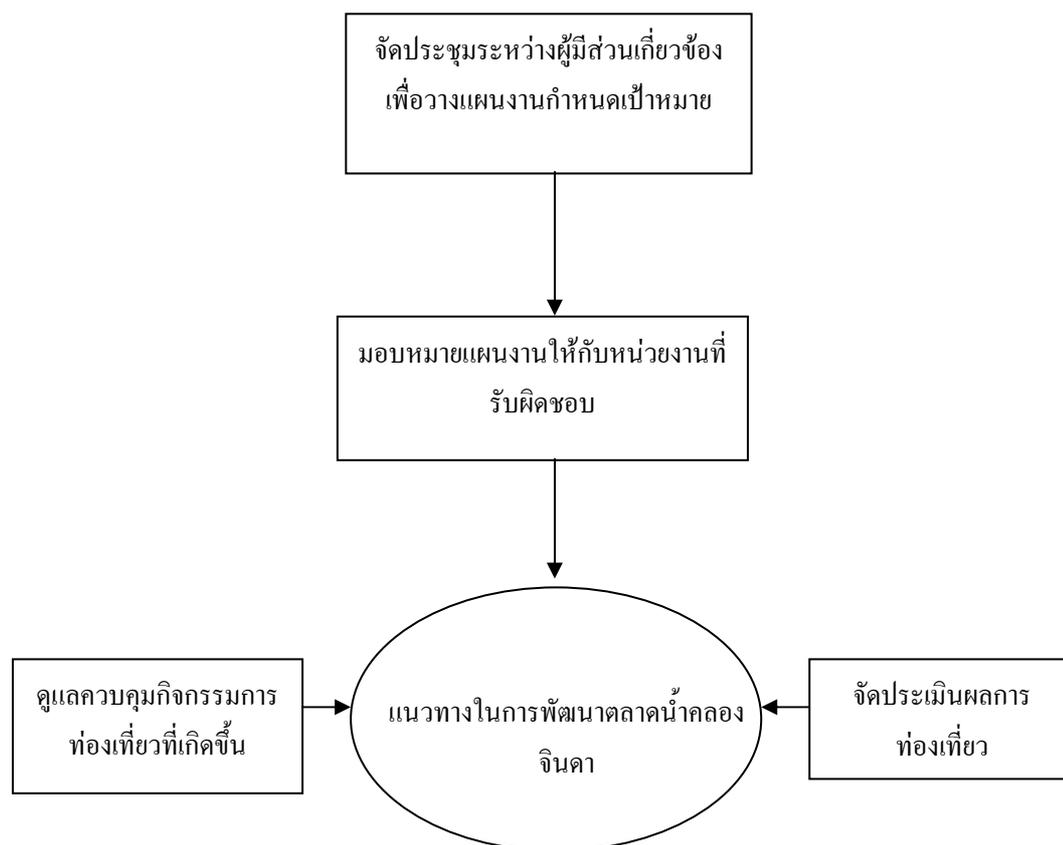
การจัดประชุมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้า คณะกรรมการผู้บริหารตลาดน้ำคลองจินดา ผู้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงานกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน และพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นหน่วยงานดูแลรับผิดชอบ และประสานงานโดยตรง ซึ่งจะต้องอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐบาล และเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

การนำรายละเอียดของโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อของบประมาณในการดำเนินโครงการและขอความช่วยเหลือต่างๆ และนำรายละเอียดของโครงการมอบให้ส่วนที่รับผิดชอบ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา หอการค้าจังหวัดนครปฐม หน่วยงานย่อยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

จัดการควบคุมดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เพื่อทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปในรูปแบบของการวางแผนทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา

การตรวจสอบประเมินผลจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดาจะเกิดประสิทธิผลจากการท่องเที่ยว การควบคุม ดูแลและต้องจัดประเมินผลการท่องเที่ยวหลังจากได้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวไปแล้ว เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมิน มา

ปรับปรุง แก้ไขให้เกิดการวางแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดา ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยว ที่ตลาดน้ำคลองจินดา



ภาพที่ 8 โครงสร้างการดำเนินงาน

ทั้งหมดเป็นข้อเสนอแนะโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในเรื่องของการวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา โดยสรุปเป็นด้านๆ ตามหลักการเรื่องส่วนประสมการตลาดของบริการ The Services Marketing Mix 7Ps แต่ข้อเสนอแนะแนวทางดังกล่าวนี้จะประสบความสำเร็จไปไม่ได้หากขาดความร่วมมือของประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนใจ ดูแลรับผิดชอบ ดังนั้นชาวบ้าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่รับผิดชอบ ควรเห็นความสำคัญของการวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา และสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วม สามารถวางแผนพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาได้ และสามารถพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองจินดาที่ยั่งยืน ไม่เสื่อมสลายไปตามกาลเวลา ซึ่งเป็นผลดีของการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้กับคนใน

ชุมชน และไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อการพัฒนาของท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดาควรให้ความสำคัญในเรื่องของการวางแผนทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาอย่างจริงจัง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจและกลับมาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดาอยู่ตลอดไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน. กรุงเทพมหานคร : สภาคาทอริกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, 2538.

ทะนงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำและคณะ. การพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2534.

ชนิด บุญเจริญ. ประวัติอำเภอสามพราน. ม.ป.ท., 2547.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ธีระนุช มีอยู่เต็ม. “การปรับปรุงฟื้นฟูตลาดริมน้ำเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดริมน้ำลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

นิตา ชัชกุล. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2548.

ประเวศ วะสี. ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นคน ศักยภาพแห่งการสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน, 2540.

มณีวรรณ ผิวฉิม และ ปราบธนา จันทุพันธ์. “พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ.” ใน รวมบทความวิจัยการท่องเที่ยว, 13-29. มณีวรรณ ผิวฉิม, ปราบธนา จันทุพันธ์ และ ทวีป ศิริศรีสมิ, บรรณาธิการ. นนทบุรี : โรงพิมพ์พี.เอส.พรินท์, 2547.

วัดปริไตราม. “ภาพถ่ายวัดปริไตรามทางอากาศ.” เอกสารเผยแพร่. (อัดสำเนา)

สถาบันดำรงราชานุภาพ. โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาตำบล. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2541.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2544.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. สังคมวิทยา หลักการศึกษา วิเคราะห์และปฏิบัติงานชุมชน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2536.

สุธรรม รัตน์ โชติ. เอกสารประกอบการสอนการบริหารเชิงกลยุทธ์. เพชรบุรี : มหาวิทยาลัย
ศิลปากร, 2548.

สุวัฒนา ธาดานิติ. เอกสารบทความวิชาการประกอบการประชุมวิชาการสาขาการออกแบบและวาง
ผังชุมชนเมืองและผังเมือง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2543.

องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา. “เอกสารประกอบการสัมมนาตำบลคลองจินดา.” นครปฐม :
ม.ป.ท., 2551. (อัดสำเนา)

อภิชัย พันธเสน. การเปลี่ยนแปลง และการบริหารการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิภูมิปัญญา,
2539.

ภาษาต่างประเทศ

Inskeep, Edward. Nationnal and Regional Tourism Planning. New York : Routledge, 1994.

ภาคผนวก

ข้อมูลทั่วไปตำบลคลองจินดา

1. อาณาเขต องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา ตั้งอยู่ห่างจากที่ทำการอำเภอสามพรานประมาณ 7 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อดำบลโคกพระเจดีย์	อำเภอนครชัยศรี	จังหวัดนครปฐม
ทิศใต้	ติดต่อดำบลเกษตรพัฒนา	อำเภอบ้านแพ้ว	จังหวัดสมุทรสาคร
ทิศตะวันออก	ติดต่อดำบลบางช้าง	อำเภอสามพราน	จังหวัดนครปฐม
	ติดต่อดำบลคลองใหม่	อำเภอสามพราน	จังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันตก	ติดต่อดำบลตลาดจินดา	อำเภอสามพราน	จังหวัดนครปฐม

2. เนื้อที่ พื้นที่ 26.2048 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 16,378 ไร่ พื้นที่การเกษตร 14,561 ไร่

3. เขตการปกครอง องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา แบ่งเขตการปกครอง ออกเป็น 14 หมู่บ้าน ดังนี้ หมู่ที่ 1 บ้านคลองจินดา หมู่ที่ 2 บ้านบึงบางช้าง หมู่ที่ 3 บ้านวัดปริคาราม หมู่ที่ 4 บ้านคลองจินดา หมู่ที่ 5 บ้านวังน้ำขาว หมู่ที่ 6 บ้านพาดหมอน หมู่ที่ 7 บ้านสี่แยก หมู่ที่ 8 บ้านคลองจินดา หมู่ที่ 9 บ้านพาดหมอน หมู่ที่ 10 บ้านคลองผู้ใหญ่โต๊ะ หมู่ที่ 11 บ้านรางสังกะสี หมู่ที่ 12 บ้านวังน้ำขาว หมู่ที่ 13 บ้านแหลมอาจารย์เผือก หมู่ที่ 14 บ้านคลองจินดาพัฒนา

4. ประชากร มีประชากรทั้งสิ้น 11,554 คน แยกเป็นชาย 5,485 คน หญิง 6,069 คน ข้อมูลประชากรตำบลคลองจินดา (ณ. เดือน มีนาคม 2551)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนประชากร ตำบลคลองจินดา

หมู่ที่	ครัวเรือน	ชาย	หญิง	รวม
1	220	416	443	859
2	209	381	399	780
3	406	732	831	1,563
4	216	344	387	731
5	304	601	658	1,259
6	210	365	389	754

ตารางที่ 2 (ต่อ)

หมู่ที่	ครัวเรือน	ชาย	หญิง	รวม
7	213	362	417	779
8	132	225	272	497
9	102	194	223	417
10	164	350	360	710
11	207	453	485	938
12	171	355	428	783
13	129	234	258	492
14	210	473	519	992
รวม	2,893	5,485	6,069	11,554

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา, “เอกสารประกอบการสัมมนาตำบลคลองจินดา,” (นครปฐม : ม.ป.ท., 2551), 2. (อัคราเนนา)

5. ผลิตภัณฑ์มวลรวมรายได้ ประชาชนในตำบลคลองจินดา ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรทำสวนผลไม้ ซึ่งมีรายได้รวมทั้งตำบลปีละประมาณ 137,871,784 บาท รายได้เฉลี่ยของประชาชน 69,580 บาท/คน/ปี

6. การศึกษา สถานศึกษาในตำบลคลองจินดาสังกัดเขตพื้นที่การศึกษานครปฐมเขต 2 ประกอบด้วย

โรงเรียนประถมศึกษา	จำนวน 5 แห่ง
โรงเรียนมัธยมศึกษา	จำนวน 2 แห่ง
โรงเรียนอาชีวศึกษา	จำนวน - แห่ง
โรงเรียน/สถาบันชั้นสูงสุด	จำนวน - แห่ง
ศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียน	จำนวน 2 แห่ง
ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	จำนวน 4 แห่ง
ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน	จำนวน 2 แห่ง

7. การสาธารณสุข ประกอบด้วย สถานีอนามัยประจำตำบล 2 แห่งและสถานพยาบาลเอกชนจำนวน 3 แห่ง อัตราการมีและใช้ส้วมราดน้ำ ร้อยละ 100
8. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สถานีตำรวจชุมชน 2 แห่ง
9. สถาบันและองค์กรทางศาสนา มีวัด 2 แห่ง คือ วัดปริคาราม และวัดวังน้ำขาว
10. การโทรคมนาคม มีโทรศัพท์สาธารณะ จำนวน 14 แห่ง
11. การไฟฟ้า อัตราการใช้ไฟฟ้าของหมู่บ้าน คิดเป็นอัตรา ร้อยละ 100
12. แหล่งน้ำธรรมชาติ ประกอบด้วยแม่น้ำ 1 สาย และลำคลอง 27 สาย
13. แหล่งน้ำที่สร้างขึ้นบ่อน้ำบาดาล จำนวน 26 แห่ง และหอดักน้ำประปา คสล.จำนวน 27 แห่ง
14. มวลชนจัดตั้ง ลูกเสือชาวบ้าน 5 รุ่น 1,500 คน ไทยอาสาป้องกันชาติ 1 รุ่น 50 คน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน 2 รุ่น รุ่นละ 80 คน กลุ่มสตรี 2 กลุ่ม 150 คน

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศักยภาพขององค์การบริหารส่วนตำบล

โครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลองค์การบริหารส่วนตำบลคลองจินดา จัดเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก มีสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวนทั้งสิ้น 28 คน แบ่งโครงสร้างการบริหาร ดังนี้

1. สภาองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบไปด้วย

ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน 1 คน
รองประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน 1 คน
เลขานุการสภาองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน 1 คน
สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน 22 คน
2. คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย

นายกองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน 1 คน
รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล	จำนวน 2 คน
เลขานุการคณะผู้บริหาร	จำนวน 1 คน
3. บุคลากรทั้งสิ้น 36 คน แบ่งเป็น

พนักงานส่วนตำบล	จำนวน 13 อัตรา
ลูกจ้างประจำ	จำนวน 3 อัตรา
พนักงานจ้างตามภารกิจ	จำนวน 8 อัตรา
พนักงานจ้างทั่วไป	จำนวน 12 อัตรา

4. แบ่งส่วนราชการภายในออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

สำนักงานปลัด อบต.	จำนวน 21 คน
ส่วนการคลัง	จำนวน 7 คน
ส่วนโยธา	จำนวน 8 คน

5. ระดับการศึกษาของบุคลากร (พนักงานส่วนตำบล/ลูกจ้างประจำ/พนักงานจ้าง)

จำนวน 36 คน

ประถมศึกษา	จำนวน 4 คน
มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	จำนวน 19 คน
ปริญญาตรี	จำนวน 13 คน
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน - คน

6. เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ

รถยนต์ส่วนกลาง	จำนวน 2 คัน
รถจักรยานยนต์ส่วนกลาง	จำนวน 3 คัน
รถดับเพลิง	จำนวน - คัน
รถบรรทุกขยะ	จำนวน 1 คัน
เครื่องคอมพิวเตอร์	จำนวน 6 เครื่อง
เครื่องถ่ายเอกสาร	จำนวน 2 เครื่อง

การบริหารจัดการตลาดน้ำคลองจินดา มีคณะกรรมการดังนี้

1. นายทองชูป	พงษ์ไพโร
2. นายนิมิตร	พงษ์ไพโร
3. ผู้ใหญ่มงคล	กวยรักษา
4. อบต.สุกัญญา	ตั้งสุขฤทัย
5. นางกรรณิกา	ทองสิมา
6. นายสมชาย	สร้อยมณี
7. ผ.ช.นิคม	เชยสงวน
8. ผู้ใหญ่ประสงค์	ปานเย็นสงวน
9. ผ.ช.บุญญา	สุจิตจรูถ
10. อบต.สมเกียรติ	ภิรมนิล
11. อบต.วินิจ	เส็งสมาน

- | | |
|--------------------|------------|
| 12. ผู้ใหญ่กำธร | เนียมแสง |
| 13. อบต.วิรัตน์ | โบราณานนท์ |
| 14. ผู้ใหญ่ณรงค์ | มกรเสน |
| 15. ผู้ใหญ่สิริวัช | ชูสุวรรณ |
| 16. นายสุพจน์ | น้อยนารถ |

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวศิริวิมล มรกฏจินดา
ที่อยู่	182/1 ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
ที่ทำงาน	ธนาคารกรุงเทพ สาขานครปฐม ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000 โทรศัพท์ (034) 251994-6
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 วิชาเอก การจัดการธุรกิจทั่วไป จากมหาวิทยาลัยศิลปากร สารสนเทศเพชบุรี
พ.ศ. 2550	ศึกษาต่อระดับปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและ ภาคเอกชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2550	พนักงานเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ธนาคารกรุงเทพ สาขานครปฐม