

## บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำวัดไทรให้กลับมาคึกคัก มีชีวิตชีวาอีกครั้ง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช่แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง จำนวน 430 คน การสัมภาษณ์ประกอบไปด้วยกลุ่มหัวหน้า ผู้นำบุคคลสำคัญในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง จำนวน 11 คน กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน กลุ่มพ่อค้า แม่ค้าในตลาดน้ำ จำนวน 11 คน กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 23 คน และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน จำนวน 7 คน การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามนั้น จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเภท คือ บทสัมภาษณ์จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ทฤษฎีที่สำรวจไว้ในเบื้องต้นมาวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมา ในส่วนของแบบสอบถามจะใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ของข้อมูล แล้วนำเสนอเป็นความเรียง

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

วิวัฒนาการความเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำวัดไทรจากอดีตถึงปัจจุบัน

จากอดีตถึงปัจจุบัน ตลาดน้ำวัดไทรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งทางกายภาพ สังคม และวัฒนธรรม เนื่องจากความเจริญต่างๆ ที่เข้ามาในพื้นที่โดยรอบ ทำให้วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วง เนื่องจากแต่ละช่วงเวลานั้นๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของตลาดน้ำวัดไทรได้เป็นอย่างดี จึงนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 วิวัฒนาการของตลาดน้ำวัดไทร

หัวข้อ	ปี พ.ศ.2500-2520	ปี พ.ศ. 2545	ปัจจุบัน
1. สภาพทั่วไป	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตจริง</li> <li>- เรือขายสินค้ามีเป็นร้อยลำ</li> <li>- มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะชาวต่างชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดน้ำถูกสร้างขึ้น</li> <li>- เรือขายสินค้ามีประมาณ 20 ลำ</li> <li>- มีนักท่องเที่ยวแต่จำนวนไม่มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นตลาดสดของชาวบ้าน</li> <li>- เรือขายสินค้าเหลืออยู่ 1 ลำ</li> <li>- เกือบจะไม่มีนักท่องเที่ยวแล้ว</li> </ul>
2. สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำซบเซาลง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการตัดถนน คนหันมาสัญจรทางบก</li> <li>- มีตลาดใหม่เกิดขึ้น</li> <li>- คนมีการศึกษาสูงขึ้น หันไปประกอบอาชีพอื่น</li> <li>- มลพิษทางน้ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสร้างประตูน้ำ</li> <li>- นักท่องเที่ยวมาแล้วผิดหวัง</li> <li>- ความขัดแย้งภายในชุมชน</li> <li>- การดำเนินการไม่ต่อเนื่อง</li> <li>- ความไม่พร้อมของสถานที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไปหมดแล้ว</li> <li>- ขาดการประสานความร่วมมือกัน</li> <li>- ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาสลัดน้ำเหมือนในอดีต</li> <li>- วัตถุประสงค์ของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไป</li> </ul>
3. การบริหารจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีคนกลางคอยจัดการ จะรู้ระบบกันเอง เป็นไปตามธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานเขตจอมทอง เป็นเจ้าภาพในการจัดการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วัดและชุมชนเป็นคนดูแลพื้นที่ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ใดเข้ามาดูแลโดยตรง</li> </ul>
4. แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บอกกันปากต่อปาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดพิธีเปิดงานโดยผู้ว่าฯ</li> <li>- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ</li> <li>- เผยแพร่ลงเว็บไซต์</li> <li>- จัดกิจกรรมที่ตลาดน้ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่วัดไทรโดยตรง แต่เป็นการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวอื่นในพื้นที่</li> </ul>
5. การมีส่วนร่วม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีส่วนร่วมในการดูแลจัดการกันเองตามธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานเขตจอมทอง มีการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แต่เป็นเพียงเฉพาะกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการช่วยกันดูแลรักษาความสะอาด จัดระเบียบให้ดูดี เรียบร้อย ไม่ได้เป็นการฟื้นฟูแต่อย่างใด</li> </ul>

#### สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง

ในช่วงหลังปี พ.ศ. 2520 สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ที่มีการตัดถนนโดยรอบ ทำให้ผู้คนเปลี่ยนการสัญจรมาเป็นทางบกแทน ซึ่งสะดวก รวดเร็ว และประหยัดกว่าการสัญจรทางน้ำ ตลาดน้ำวัดไทรเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจากการสัญจรไปมาทางน้ำเป็นหลักของคนสมัยก่อน โดยมีตลาดน้ำเป็น

ศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า เมื่อคนหันมาใช้การสัญจรทางบกก็ทำให้ผู้ค้าทางน้ำ เรือพาย ต่างๆ ลดลงไปด้วย

2. การมีตลาดใหม่ๆ เกิดขึ้นเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับพ่อค้า แม่ค้าและลูกค้ามากขึ้น สำหรับคนที่อยู่ไกลจากวัดไทรก็ไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่วัดไทรเช่นเดิม

3. จากการที่ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้มีเรือเครื่องเข้ามาในคลองส่งผลให้เกิดคลื่นแรงซัดน้ำกระเด็นโดนสินค้า ทำให้เรือของพ่อค้า แม่ค้าได้รับผลกระทบอย่างมาก บางลำถึงกับคว่ำเลยก็มี แม่ค้าจึงสู้แรงของเรือเครื่องไม่ไหว ก็เลยย้ายขึ้นมาขายกันบนบก พอนานไปก็ไม่แม่ค้าพายเรือขายของในน้ำ

4. คนรุ่นหลังไม่นิยมสืบทอดอาชีพต่อบรรพบุรุษ หันไปรับราชการ ทำงานบริษัท เนื่องจากพ่อค้า แม่ค้าที่พอจะตั้งตัวได้ก็นิยมส่งบุตรหลานให้เรียนหนังสือในระดับสูงๆ ได้ทำงานดี เป็นเจ้าคนนายคน จะได้ไม่ลำบากเหมือนตน จำนวนพ่อค้า แม่ค้าจึงค่อยๆ ลดลงไปด้วย

5. การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ เกิดมลพิษทางน้ำ เน่าเสีย ส่งกลิ่นเหม็น เนื่องจากประชาชนทิ้งน้ำเสีย ขยะลงคลอง โรงงานอุตสาหกรรมปล่อยน้ำเสีย

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2545 ที่สำนักงานเขตจอมทองมีโครงการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทร แต่โครงการดำเนินอยู่ได้ 2-3 ปี ก็ยุติลง เนื่องจากหลายปัจจัย ดังนี้

1. ความไม่พร้อมของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ยังไม่เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น สภาพของน้ำในคลองยังไม่ได้ดีเท่าที่ควร

2. นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวรู้สึกผิดหวัง จึงไม่แนะนำบอกต่อ เพราะจากการประชาสัมพันธ์ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อคาดหวังว่ามาตลาดน้ำวัดไทรจะได้เห็นภาพของตลาดโบราณ มีเรือ มีของขายเต็มไปหมด แต่เมื่อมาเห็นของจริงแล้วไม่ได้เป็นเช่นนั้น มีเรือขายของอยู่ประมาณ 20 ลำ

3. สินค้าที่มาวางขายเป็นสินค้าทั่วไปที่หาซื้อได้จากที่อื่น เพราะสินค้าเกษตรในพื้นที่มีน้อยลง จากจำนวนสวนที่ลดลง สินค้าจึงไม่ได้แสดงถึงเอกลักษณ์ของวัดไทร ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมซื้อสินค้า

4. จำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มลดลงเรื่อยๆ ส่งผลให้พ่อค้า แม่ค้าที่มาขายของเริ่มขาดทุน จึงเริ่มทยอยถอนตัวออกไปทีละราย จนในที่สุดสำนักงานเขตต้องจ้างเจ้าหน้าที่มาพายเรือขายของแทน ยิ่งดูไม่เป็นธรรมชาติ เหมือนเป็นการหลอกหลวง เพราะไม่ใช่พ่อค้า แม่ค้าที่แท้จริง แต่ในทางกลับกัน ณ ช่วงเวลานั้น การจะหาพ่อค้า แม่ค้า ให้มาลงเรือขายของจำนวนมากเหมือนแต่ก่อนเป็นเรื่องที่ยาก

5. วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว จากสมัยก่อนคนประกอบอาชีพเกษตรกร ทำสวนเป็นหลัก การสัญจรใช้ทางน้ำเป็นหลัก เมื่อมีผลผลิตก็นำมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันที่ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำในอดีตจึงเป็นวิถีชีวิตจริงของคนในสมัยนั้น แต่คนในปัจจุบันไม่ได้ประกอบอาชีพเกษตรกร ไม่ได้พายเรือขายของ เปลี่ยนการสัญจรมาเป็นทางบก พ่อค้า แม่ค้า จึงขึ้นมาขายของบนบก ตลาดน้ำในปัจจุบันจึงถูกลดบทบาทความสำคัญลงไป การดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันไม่ได้ขึ้นอยู่กับน้ำเหมือนในอดีต และวิถีชีวิตริมน้ำดั้งเดิมก็ค่อยๆ สูญหายไป

6. การบริหารจัดการของตลาดน้ำวัดไทร เป็นอำนาจจากบนลงล่าง หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ริเริ่มโครงการ ไม่ได้เกิดจากการริเริ่มของชุมชนเอง เนื่องจากคนในชุมชนยังมีความขัดแย้ง ไม่สามัคคีกันอยู่ และการที่ภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการหลักนั้น ทำให้การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากนโยบายต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปตามผู้บริหารในแต่ละสมัย รวมถึงเรื่องงบประมาณด้วย ซึ่งหากการดำเนินการเริ่มมาจากตัวชุมชนเอง จะมีการดำเนินการที่ต่อเนื่องและยั่งยืนกว่า เพราะถึงอย่างไรชุมชนเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่โดยตลอด แต่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะมีการสลับ โยกย้ายกันไปตามวาระอยู่แล้ว

7. การสร้างประตูน้ำ ที่ทำให้เรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางมายังตลาดน้ำวัดไทรได้โดยสะดวก จะต้องเสียเวลาในการรอประตูน้ำเปิด-ปิดอย่างน้อยครึ่งชั่วโมง บริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนจุดมุ่งหมายการเดินทางไปเที่ยวที่อื่นแทน

8. เวลาขายของของพ่อค้า แม่ค้า ไม่สัมพันธ์กับความสะดวกของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นตลาดเช้า กว่านักท่องเที่ยวจะมาตลาดก็วายแล้ว

ในปัจจุบัน จึงยังไม่มีโครงการที่จะฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาอีก เนื่องจากความล้มเหลวที่ผ่านมาในอดีต ประกอบกับปัจจัยต่างๆ ที่เป็นอุปสรรค จึงทำให้ยังไม่มีผู้นำที่กล้าเข้ามาพัฒนาเปลี่ยนแปลง เพราะไม่มั่นใจว่าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่

#### การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้ให้คำจำกัดความของ “การท่องเที่ยว” ไว้ว่าหมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2546 และ ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, ม.ป.ป.)

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว อาจมีระยะเวลาสั้นกว่า 24 ชั่วโมง หรือยาวนานเป็นปีก็ได้ แต่ไม่ว่าจะมีระยะเวลาสั้นหรือยาวนานแค่ไหนก็ตาม ผู้เดินทางจะต้องมีความต้องการที่จะเดินทางกลับภูมิลำเนา

2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางต้องเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งปกติวัตถุประสงค์ของการเดินทางมีอยู่ 4 ประการด้วยกัน คือ

- การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทางกายและทางจิต เช่น ไปรับการรักษาโรค การไปพักผ่อนยังสถานตากอากาศ การไปอาบน้ำแร่ ดื่มน้ำยังบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ ฯลฯ

- การเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อได้รู้เห็นสังคม วัฒนธรรม การเมือง และภูมิประเทศ ที่ต่างไปจากสิ่งแวดล้อมของตน

- การเดินทางเพื่อการเล่นหรือชมการแข่งขันกีฬา

- การเดินทางเพื่อการสันตนาการ เช่น การชมการแสดง การไปดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์ การไปชมศิลปวัตถุ ฯลฯ

จากเงื่อนไขของการเดินทางทั้ง 3 ประการดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การเดินทางมายังตลาดน้ำวัดไทรนั้นถือเป็นการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ซึ่งผู้ที่เดินทางไปนั้นเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อได้รู้เห็นสังคม วัฒนธรรม การเมือง และภูมิประเทศ ที่ต่างไปจากสิ่งแวดล้อมของตน

การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทรนั้น ในอดีตสมัยยุคที่ตลาดน้ำวัดไทรเฟื่องฟูนั้น การบริหารจัดการตลาดน้ำเป็นไปตามกลไกธรรมชาติ ไม่มีกฎเกณฑ์ แนวทางปฏิบัติที่แน่นอน การจัดการเป็นไปตามสภาพที่เกิดขึ้นจริงของท้องถิ่น เป็นรูปแบบของชุมชนเอง และในขณะนั้น กระแสของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างเช่นในปัจจุบัน เนื่องจากยังไม่มีผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่รุนแรงเหมือนในปัจจุบัน

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

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และคิดว่าตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ควรนำเอาหลักของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาบริหารจัดการ เนื่องจาก ตลาดน้ำเป็นสิ่งที่สื่อถึงวัฒนธรรมในอดีตของสังคมไทย ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ให้คนรุ่นหลังได้มีโอกาสชื่นชม อีกทั้งตลาดน้ำมีความใกล้ชิดกับคนในชุมชนการจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน จะได้ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนมากนัก ไม่ทำให้คนในชุมชนเดือดร้อน ให้มีการกระจายรายได้ที่เท่าเทียมกันคืนผลประโยชน์กลับสู่ท้องถิ่น นำรายได้กลับไปพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงได้มีการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในปี พ.ศ. 2538-2539 ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณา 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539ก) ซึ่งหากพิจารณาจากองค์ประกอบเหล่านี้ จะเห็นได้ว่าตลาดน้ำวัดไทรไม่สามารถสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่ได้ ส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีผู้ที่ย้ายเข้ามาอยู่ใหม่จึงยังไม่มีความรู้สึกหวงแหนหรือรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมในทรัพยากรเหล่านั้น การจัดการท่องเที่ยวไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจึงผิดหวังกลับไป ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้โครงการฟื้นฟูล้มเหลว นอกจากนี้การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมก็จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่ม ไม่ได้เป็นความคิดเห็นของชุมชนทั้งหมด ซึ่งรวมถึงปัญหาของการกระจายรายได้ไม่เท่าเทียม ผลประโยชน์ไม่ทั่วถึงชาวบ้าน มีการกระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่ม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545, น. 49-54) กล่าวถึง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ดังนี้

#### 1. การจัดการทรัพยากรและกิจกรรมท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

- การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผน กำหนดนโยบาย แผนปฏิบัติการ และวิธีการจัดสรรงบประมาณ พัฒนากฎระเบียบระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐ เอกชน กับประชาชนในท้องถิ่น สนับสนุนให้ชุมชนมีโอกาสในการจัดการทรัพยากร ให้เกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อจะได้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน ให้มีการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ในแผนทุกระดับ ซึ่งการจัดการตลาดน้ำวัดไทรในปี พ.ศ. 2545 นั้น สำนักงานเขตจอมทองได้มีการกำหนดนโยบาย วางแผนการปฏิบัติการ แต่ไม่ได้สนับสนุนให้ชุมชนมีโอกาสในการจัดการทรัพยากรด้วย

ตนเอง จึงเกิดความเข้าใจไม่ตรงกันนำไปสู่ปัญหาที่ตามมา และในปัจจุบันยังไม่มีกรวางแผน กำหนดนโยบายในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำแต่อย่างใด

- เตรียมความพร้อมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยให้การศึกษาเรื่องการจัดการ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับยังไม่สามารถดำเนินการได้เต็มที่ เนื่องจากในปัจจุบันยังมีความขัดแย้งกันอยู่ภายในชุมชน

- กำหนดมาตรการการใช้ทรัพยากร โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม เช่น การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร การกำหนดเขตการใช้พื้นที่ การกำหนดช่วงเวลาการทำกิจกรรม แต่ยังไม่มีความชัดเจนที่เป็นตัวกลางในการดำเนินการใดๆ

- ศึกษาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม รักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งในปัจจุบันสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำวัดไทร ได้เปลี่ยนแปลงไปมากแล้ว จากความเจริญต่างๆ ที่เข้ามาในพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนที่เคยต้องพึ่งพาอาศัยแม่น้ำลำคลองเป็นหลักได้สูญหายไปแล้ว เมื่อการสัญจรทางบกได้เข้ามาแทนที่ สภาพแวดล้อมริมสองฝั่งคลองจากที่เคยเป็นสวนได้กลับกลายเป็นตึก อาคาร หมู่บ้าน โรงงานซึ่งได้ปล่อยน้ำเสียลงคลอง ทำให้เกิดมลพิษทางน้ำตามมา

- ทำให้ชุมชนมีรายได้ โดยผู้ประกอบการไม่แสวงหาประโยชน์จากชุมชนแล้วกระจายรายได้ให้กับชุมชน อาจในรูปของการบริจาค เช่น ควรลดหย่อนภาษีให้กับผู้ประกอบการที่ช่วยเหลือ (บริจาค) ให้กับชุมชน ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาอันผลประโยชน์ได้ตกอยู่เฉพาะกลุ่มกระจายไม่ถึงชาวบ้าน เป็นเหตุผลหนึ่งที่มีชาวบ้านบางส่วนไม่สนใจที่จะให้ความร่วมมือในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรอีกครั้ง

- ตรวจสอบผลกระทบ การประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว หาความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนา ที่ผ่านมายังไม่พบว่ามีการประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวมาแล้วผิดหวังเป็นการเสียโอกาสอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามได้มีการศึกษา รวบรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การดำเนินการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรไม่ประสบความสำเร็จ

## 2. การจัดการด้านการตลาดและการบริการ

- การจัดการตลาดน้ำวัดไทร ไม่ได้ดำเนินการตามแผนทางการตลาดอย่างชัดเจน ไม่ได้วิเคราะห์ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด (4 P's) ประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการทำตามแนวทางของภาครัฐมากกว่า

- การจัดการ การบริการ ควรมีมาตรฐาน คำนึงถึงระดับมาตรฐานสากลปัจจุบัน เช่น ISO ซึ่งการดำเนินการของตลาดน้ำวัดไทรยังไม่มีกำหนดมาตรฐานที่เป็นสากล

## 3. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่น

- สร้างจิตสำนึกร่วมกันของคนในชุมชนให้ตระหนักถึงทรัพยากรและวัฒนธรรมที่มีในชุมชน เนื่องจากมีการย้ายถิ่นฐานเข้ามาใหม่จำนวนมาก จึงทำให้ประชาชนกลุ่มนี้ยังไม่รู้สึกหวงแหน หรือรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ ซึ่งไม่ได้สัมผัสในยุคที่ตลาดน้ำเฟื่องฟู จึงไม่ได้เห็นถึงความสำคัญของตลาดน้ำ

- กระตุ้นความคิดของคนในชุมชนโดยอาศัยความร่วมมือและสนับสนุนของสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น รวมถึงองค์การบริหารส่วนตำบล วัด องค์กรเอกชน และปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งองค์กรหรือบุคคลในชุมชนที่สามารถเป็นผู้นำได้ยังไม่มีการริเริ่มเป็นแนวทางหรือกระตุ้นให้คนในชุมชนมาร่วมดำเนินการแต่อย่างใด

- ฝึกอบรมวิทยากรด้านการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชน ซึ่งจะต้องหาตัวแทนคนในชุมชนที่ยินดีให้ความร่วมมือก่อน

- จัดให้มีแผนแม่บทการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีสถาบันการศึกษาเป็นที่ปรึกษา บนพื้นฐานความต้องการของชุมชน จัดตั้งกองทุนเพื่อการท่องเที่ยวให้องค์กรชุมชนได้นำเสนอโครงการ มีการจัดการที่มีความโปร่งใสในการดำเนินการ สามารถตรวจสอบได้ มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ป้องกันการเกิดความแตกแยกหรือความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นภายหลังมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การดำเนินการเหล่านี้จะสามารถทำได้ จำเป็นต้องมีคณะทำงานที่เป็นแกนนำ เป็นศูนย์กลางในการประสานงานต่างๆ แต่ ณ ปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรยังไม่สามารถหาคณะทำงานที่ยินดีและพร้อมที่จะเป็นผู้นำในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่อีกครั้ง

## 4. แนวทางการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว

ที่ผ่านมาตลาดน้ำวัดไทรได้มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัท นำเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจทางเรือ ให้เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว แต่ยังไม่พบการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนกับชุมชนใกล้เคียง ในส่วนของการปรับปรุงข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์พบว่าข้อมูลที่



แจ้งไปไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง ทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลเข้าใจผิด และไม่ได้มีการประสานงานกับหน่วยงานที่ส่งข้อมูลไปให้เผยแพร่เพื่อปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

Harris และ Leiper ได้กล่าวถึงปัญหาในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2540 และ ยศ สันตสมบัติ, 2544) ไว้ดังนี้

1. ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนมาก มักจะเน้นการหาผลกำไรจากกิจการการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะสนใจอนุรักษ์สภาพแวดล้อม จึงเป็นเหตุให้สภาพแวดล้อมมักถูกทำลายลง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ภาครัฐต้องมีการสอดส่องดูแลไม่ให้เกิดการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับที่เกินกว่าแหล่งท่องเที่ยวจะรองรับได้

2. ความขัดแย้งระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับการประกอบกิจการอื่นๆ เช่น การทำไม้ การทำเหมืองแร่ หรืออุตสาหกรรมต่างๆ เพราะกิจกรรมทั้งหลายต่างต้องอาศัยพื้นที่เดียวกัน จึงจำเป็นต้องมีการจัดหากลไกป้องกัน

3. สถานที่ท่องเที่ยวส่วนมาก มิได้มีการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมหรือเก็บในอัตราที่ต่ำ การอนุญาตให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่มีการเก็บค่าเข้าชม อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวจนเกิดความเสียหาย เกินความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตัวของมันเอง อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมได้ ภาครัฐจึงควรจัดให้มีระเบียบปฏิบัติในการดำเนินกิจการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

5. ปัญหาและข้อจำกัดในระดับพื้นที่ การขาดความเชื่อมั่นของชาวบ้าน ความแตกแยกขัดแย้งของชุมชน ความด้อยประสิทธิภาพของผู้นำ และองค์กรชุมชนในการบริหารจัดการ ไปจนถึงการขาดเครือข่ายของชุมชน ในการบริหารจัดการทรัพยากรและการท่องเที่ยวร่วมกัน

6. การประสานงานจากภาครัฐ ขาดนโยบายส่งเสริมอย่างชัดเจน การที่ประชาชนขาดการมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยว ทั้งๆ ที่เป็นผู้ถูกคาดหวังให้ดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ เป็นอุปสรรคสำคัญทำให้ชุมชนต่างๆ ไม่สามารถพัฒนาศักยภาพในการจัดการทรัพยากรและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. การประสานงานจากผู้ประกอบการภาคเอกชน ขาดการประสานงานกับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ผู้ประกอบการหลายส่วนยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลาดเคลื่อน ไม่ถูกต้อง และมีทัศนคติไม่ดีนักกับการจัดการท่องเที่ยวของชาวบ้าน

ปัญหาที่มีความสอดคล้องกับการจัดการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดไทร คือ เมื่อเกิดเป็นธุรกิจท่องเที่ยวอ้อมหวังผลกำไรจนลืมนึกถึงการรักษาสภาพแวดล้อม ที่เห็นได้ชัดเจนคือ กรณีที่มีเรือเครื่องของนักท่องเที่ยวเข้ามาส่งผลกระทบต่อเรือพายของพ่อค้า แม่ค้า ทำให้สู้แรงไม่ไหว ต้องย้ายขึ้นมาขายกันบนบก ปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน ชาวผู้นำที่มีประสิทธิภาพ และหน่วยงานในการบริหารจัดการ รวมถึงขาดเครือข่ายของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากรและการท่องเที่ยวร่วมกัน การประสานงานจากภาครัฐ ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดนโยบายในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ และการดำเนินงานที่ผ่านมาขาดการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยว ให้มีส่วนในการปฏิบัติเท่านั้น สุดท้ายคือ ขาดการประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เห็นได้จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว แจ้งว่าตอนที่มิโครงการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรเมื่อปี พ.ศ. 2545 นั้น มารู้อีกในตอนที่แล้วว่ามีโครงการฟื้นฟูตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ จึงไม่ได้มีการจัดทัวร์เข้าไปเที่ยว

นอกจากนี้ การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ อติภา ตริยดลานนท์ (2548) ซึ่งได้ทำการวิจัยในพื้นที่ของตลาดน้ำวัดไทรเช่นเดียวกัน แต่ได้เน้นการศึกษาเฉพาะแนวทางเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยฉบับนี้ สรุปได้ว่า การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่าง ประชาชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ในการร่วมกันดำเนินการในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินผล และรับผลประโยชน์ที่เป็นธรรม โดยมุ่งพัฒนาสภาพแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมร่วมกันในชุมชน ซึ่งตลาดน้ำวัดไทรยังคงมีปัญหาในเรื่องของระบบนิเวศ สภาพแวดล้อมเสีย คนในชุมชนขาดจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรของชุมชน มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วิถีชีวิต และการมีส่วนร่วมที่จำกัดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน

งานวิจัยของอติภา ตริยดลานนท์ ยังได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่าต้องมุ่งเน้นการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรให้คงไว้ยาวนานที่สุด ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดร่วมมือกันเป็นภาคีเครือข่ายและรัฐให้การสนับสนุน เน้นการพัฒนาที่ต่อเนื่อง มุ่งการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาในแหล่งธรรมชาติและอนุรักษ์วัฒนธรรม มีการปรึกษาหารือร่วมกัน มีการฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ใช้หลักการบริหารจัดการทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์จุดเด่น และมีการติดตามประเมินผล ซึ่งแนวทางที่เสนอมานี้สอดคล้องกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่งานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษา ซึ่งหากนำมาใช้กับการจัดการตลาดน้ำวัดไทรในปัจจุบัน ผู้วิจัยมองว่าเป็นไปได้ยาก เนื่องจากปัญหาสำคัญคือ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ธรรมชาติที่ต้องการอนุรักษ์ไว้นั้นได้เปลี่ยนแปลงไป

แล้ว ประกอบกับตลาดน้ำวัดไทรยังไม่มีคณะทำงานที่เป็นหลัก เป็นผู้ริเริ่มในการดำเนินการ และ ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่พร้อมให้การสนับสนุน

ทั้งนี้ งานวิจัยของอติภาฯ ยังได้สรุปปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร ซึ่ง ตรงกันกับงานวิจัยฉบับนี้ คือ ตลาดน้ำวัดไทรมีปัญหาเรื่องการเปิด-ปิดประตูน้ำ มีการย้ายเข้ามา ของคนต่างถิ่นมากขึ้นทำให้ความผูกพันของคนในชุมชนน้อยลง จึงเป็นเหตุให้ขาดความจริงจังใน การแก้ปัญหาต่างๆ ขาดจิตสำนึกในการร่วมกันรักษาทรัพยากรของชุมชน พบปัญหามลพิษทางน้ำ รวมถึงขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากผู้เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นที่ได้ทำการศึกษาด้านที่อื่นๆ นั้น สามารถนำมาสรุป เปรียบเทียบกับตลาดน้ำวัดไทรได้ ดังนี้

พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2548) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งสามารถ ดำรงอยู่ได้ และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดน้ำตลิ่งชันมีการจัดตั้งประชาคม ตลาดน้ำ ซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อดูแลการบริหารจัดการตลาดน้ำ นอกจากนี้ ยังได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานจากสำนักงานเขตตลิ่งชันเป็นอย่างดี ประกอบกับมีการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว จัดบริการการท่องเที่ยวทั่วคลอง จึงได้รับผลตอบแทนที่ดี จากนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อเทียบกับตลาดน้ำวัดไทรแล้ว ยังไม่มีแกนนำในการดำเนินการ ขาดความ ร่วมมือกันของคนในชุมชน และสำนักงานเขตยังไม่มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาในปัจจุบัน

ยุคลธร เตชะวนากร (2545) ศึกษาเรื่อง แม่ค้าตลาดน้ำ วิถีชีวิตและการดำรงเอกลักษณ์ ของชุมชน ในพื้นที่ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าการท่องเที่ยวที่เข้ามาได้ทำให้วิถี ชีวิตของพ่อค้า แม่ค้าตลาดน้ำ และคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปแต่อย่างไร เนื่องจากชุมชนมีวัฒนธรรมที่ เข้มแข็ง ซึ่งทุกวันนี้ตลาดน้ำท่าคายังคงเป็นวิถีชีวิตจริงของคนในชุมชน ที่ทำสวนและนำผลผลิตมา ขายที่ตลาดน้ำ ยังคงสามารถดำรงเอกลักษณ์ของความเป็นตลาดน้ำเอาไว้ได้ ซึ่งแตกต่างจาก ตลาดน้ำวัดไทรที่ปัจจุบันไม่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเหลืออยู่แล้ว

นวล สารสอน (2533) ศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคม เศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่าการขยายตัวของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้ามาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพสังคม เศรษฐกิจของตลาดน้ำ รวมถึงสภาพวิถีชีวิตของชาวบ้าน เปลี่ยนแปลงไป แต่อย่างไรก็ตามตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็ยังสามารถดำรงอยู่ได้ เนื่องจากยังมี นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำอยู่ ผิดกับที่ตลาดน้ำวัดไทรที่แทบจะไม่มี นักท่องเที่ยวแล้ว

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่า การบริหารจัดการมีผู้นำซึ่งเป็นผู้ที่เป็นคนรวบรวมคนในพื้นที่ให้มารวมตัวกันจัดตั้งเป็นตลาดน้ำขึ้นมา และพื้นที่บริเวณโดยรอบยังคงเป็นธรรมชาติ เป็นสวนอยู่ ประกอบกับมีการบริการจัดทัวร์คลอง ชมสวนกล้วยไม้มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำ และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับตลาดน้ำตลิ่งชัน จึงทำให้การดำเนินงานของตลาดน้ำคลองลัดมะยมประสบความสำเร็จ ซึ่งตลาดน้ำวัดไทรยังไม่มี การดำเนินการดังกล่าว และมีข้อเสียเปรียบตรงที่ไม่มีผู้นำที่ชัดเจน และพื้นที่บริเวณโดยรอบได้ กลายเป็นตึก อาคาร หมู่บ้านจัดสรรเข้ามาแทนที่สวนตามธรรมชาติซึ่งเหลืออยู่ไม่มากแล้ว

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงเห็นได้ว่า ตลาดน้ำวัดไทรนั้น ยังไม่มีการจัดการที่เป็นไปตามแนวทางของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ทั้งด้านสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ผู้คนในชุมชน หน่วยงานที่รับผิดชอบ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว จึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้น ไม่ใช่แนวทางที่เหมาะสมในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรได้ เนื่องจากทรัพยากรที่ต้องการอนุรักษ์เอาไว้แล้ว แทบจะไม่หลงเหลืออยู่อีกแล้ว สภาพวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง มีปัญหาเรื่องมลพิษ ยิ่งไปกว่านั้นคนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องยังขาดความร่วมมือในการช่วยกันอนุรักษ์ ตลาดน้ำวัดไทรอย่างจริงจัง ไม่มีแรงกระตุ้นจากชุมชนที่จะเริ่มพัฒนาด้วยตนเอง ทำให้การดำเนินการไม่ต่อเนื่อง

#### เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำวัดไทรให้กลับมาคึกคัก มีชีวิตชีวาอีกครั้ง

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์ว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการเสนอแนะ ปรับปรุง พัฒนา และฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง

##### จุดแข็ง (Strengths)

- ความมีชื่อเสียงในอดีต ทำให้ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว
- ใกล้เมือง เดินทางสะดวก มีทางเลือกในการเดินทางหลายช่องทางทั้งรถยนต์ เรือ รถไฟ
- แหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง มีวัดอารามหลวงที่มีชื่อเสียงเป็นที่นับถือของพุทธศาสนิกชนมากมาย รวมถึงสวนงูที่มีการจัดแสดงโชว์งู เส้นทางทางน้ำสามารถเชื่อมต่อออกไปถึงสมุทรสาครได้ สามารถจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้

##### จุดอ่อน (Weaknesses)

- ความไม่สามัคคีของคนในชุมชน ไม่มีผู้พร้อมจะเสียสละในการเป็นผู้นำริเริ่มการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทร

- การดำเนินงานที่ผ่านมาไม่ประสบความสำเร็จ จึงทำให้ขาดความเชื่อมั่น และแรงจูงใจในการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรมน้ำวัดไทรขึ้นมาอีกครั้ง

- การดำเนินงานส่วนมากจะเริ่มที่ภาครัฐ ซึ่งทำให้ไม่มีความยั่งยืน เมื่องบประมาณหมดหรือนโยบายผู้บริหารเปลี่ยนไป ก็ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาพื้นที่ แต่หากมีความร่วมมือจากชุมชนที่พร้อมจะดำเนินการต่อไป ก็จะทำให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่องและยั่งยืน

- พ่อค้า แม่ค้ารุ่นใหม่พ่ายเรือกันไม่เป็น ส่วนคนรุ่นเก่าก็ไม่มีกำลังแล้ว นอกจากนี้เรือที่เคยใช้ขายของส่วนมากก็ขายกันไปหมดแล้ว

#### โอกาส (Opportunities)

- หน่วยงานภาครัฐพร้อมที่จะให้การสนับสนุนเต็มที่ หากคนในชุมชนพร้อมให้ความร่วมมือ

- กระแสความนิยมของตลาดน้ำในปัจจุบัน ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการหวนย้อนระลึกถึงอดีต (Nostalgia)

- นโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

#### อุปสรรค (Threats)

- เรื่องการเปิด-ปิดประตูน้ำบริเวณปากคลองบางกอกใหญ่และปากคลองดาวคะนอง ซึ่งเป็นเส้นทางหลักที่เรือนักท่องเที่ยวใช้เป็นทางผ่าน

- สภาพน้ำในลำคลอง เวลา น้ำลดลงจะทำให้น้ำเน่าเสีย ส่งกลิ่นเหม็น

จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดน้ำวัดไทร เห็นได้ว่าตลาดน้ำวัดไทรยังมีโอกาสในการที่จะพัฒนา พื้นที่ขึ้นมาได้อีก แต่ต้องเปลี่ยนวัตถุประสงค์ของตลาดใหม่ โดยเปลี่ยนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ไม่ใช่ตลาดที่เป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านอีกต่อไป เพราะวิถีชีวิตแบบเดิมนั้นได้หมดไปแล้ว

การพัฒนาตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาไม่ได้เป็นการช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบเดิมของชาวบ้าน เพราะปัจจุบันไม่มีวิถีชีวิตแบบนั้นแล้ว เพียงแต่เป็นการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าแก่ที่มีคุณค่าต่อสังคมและประเทศชาติ จำลองสภาพวิถีชีวิตในอดีตให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาและเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น อย่างเช่นตลาดน้ำที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นการจำลองสภาพวิถีชีวิตริมน้ำในอดีตขึ้นมา บางแห่งถูกสร้างขึ้นใหม่ในพื้นที่ใหม่ บางแห่งก็อยู่ในสถานที่เดิมแต่ปรับบทบาทหน้าที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามตลาดน้ำบางแห่งในปัจจุบันก็ยังมีวิถีชีวิตของชาวสวนจริงๆ อยู่ ยังมีผลผลิตจากสวนที่นำมาวางขายในตลาดน้ำ เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำอัมพวา เป็นต้น แต่น้อยนักที่แม่ค้าจะพายเรือจากบ้านเพื่อมาขายของที่ตลาดน้ำเช่นในอดีต ส่วนใหญ่จะมาทางบกและขนของลงไปขายในเรือมากกว่า

การที่จะพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่นั้น จะต้องดูปัจจัยที่ทำให้ตลาดน้ำไม่ประสบความสำเร็จ และหาแนวทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้นให้ได้ก่อน ดังนี้

- ความสามัคคีของคนในชุมชน หากกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกันของคนภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง ให้มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน สร้างความเข้าใจให้ตรงกัน เมื่อชุมชนเข้มแข็ง พร้อมทั้งจะร่วมกันพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร การดำเนินงานทุกอย่างจะสะดวกขึ้น มีความต่อเนื่องและเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- การที่มีพ่อค้า แม่ค้ามาพายเรือขายของน้อยเพราะขาดทุน ก็จะต้องมีแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและมาซื้อสินค้า ซึ่งสินค้าก็ต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวด้วย หรือการที่พ่อค้า แม่ค้าสมัยใหม่พายเรือไม่เป็น ก็อาจจะมีการฝึกอบรมให้

- การมีตลาดใหม่เกิดขึ้นมากมายในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ต้องหาจุดเด่นของตลาดน้ำวัดไทรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งตลาดน้ำวัดไทรมีความได้เปรียบตรงชื่อเสียงที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อยู่แล้ว เพียงแต่ต้องเพิ่มการสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

- ปัจจุบันสภาพวิถีชีวิตเปลี่ยนไป ตลาดน้ำในปัจจุบันมีบทบาทเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงควรปรับตัวให้เข้ากับการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยว โดยปรับช่วงเวลาของการติดตลาดให้เลยมายังช่วงเย็น อาจจะเป็นเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์ก็ได้ น่าจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

- ควรมีการรณรงค์เรื่องการช่วยกันรักษาความสะอาดของน้ำในลำคลอง ไม่ทิ้งขยะ ไม่ปล่อยน้ำเสียลงคลอง

- เรื่อง ประตูนํ้า ควรประสานงานกับสำนักการระบายน้ำว่าจะทำการเปิด-ปิดเมื่อไหร่ แต่ด้วยการคมนาคมที่เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มาเที่ยวตลาดน้ำส่วนใหญ่จะเดินทางมาทางบก จึงมีทางเลือกอื่นในการเดินทางหากเป็นช่วงที่ประตูนํ้าปิด

- สื่อต่างๆ ที่ประชาสัมพันธ์ออกไป ต้องเป็นไปตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวได้เห็นภาพการประชาสัมพันธ์จะเกิดความคาดหวัง แต่เมื่อมาเห็นของจริงแล้วไม่เป็นไปตามนั้น จะก่อให้เกิดความรู้สึกผิดหวัง และยากที่แก้กลับคืนมาได้ ดังนั้นจึงควรมั่นใจในความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวก่อนที่จะประชาสัมพันธ์ออกไปภายนอก

## เสนอแนะแนวทางและขั้นตอนในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทร

จากการศึกษา รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงสรุปข้อเสนอแนะแนวทางในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรตามขั้นตอน ดังนี้

1. ระดมสมาชิกในชุมชน จัดตั้งเป็นประชาคมร่วมกันอนุรักษ์พัฒนาตลาดน้ำวัดไทร เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินงาน วางแผน กำหนดนโยบาย แนวทางการปฏิบัติงาน โดยมีการประชุมปรึกษาหารือ รับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐในการขอการสนับสนุน

2. สร้างความรู้ ความเข้าใจกับคนในชุมชน ให้มีจิตสำนึกในการช่วยกันรักษาทรัพยากรท้องถิ่น ให้เห็นความสำคัญของการมีทรัพยากรนั้นๆ อยู่ในชุมชน และให้ความรู้เรื่องการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถปฏิบัติตนได้ถูกต้อง และช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากร

3. ปรับปรุงสภาพทางกายภาพของตลาดให้เป็นระเบียบ สะอาด น่าเดิน ปรับปรุงสภาพของน้ำในลำคลองให้สะอาด จัดพื้นที่บริเวณริมตลิ่งให้สามารถนั่งพักผ่อนได้ จัดระเบียบของพ่อค้าแม่ค้าที่เข้ามาขายเรือขายของ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยด้วย สินค้าที่นำมาขายต้องมีความแตกต่าง แปลกใหม่ สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ เช่น สินค้า OTOP ของเขต อาหารสูตรพิเศษรสชาติที่ไม่มีที่อื่น ผลไม้ขึ้นชื่อในพื้นที่ (ส้มบางมด ลิ้นจี่) เป็นต้น จัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เพียงพอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ ใต้ถุน แก้วน้ำสำหรับพักผ่อน

4. การบริหารจัดการต้องมีหลักการ มีขั้นตอนชัดเจน เพื่อให้สามารถหาข้อบกพร่องได้ตรงจุด และเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการในอนาคต การบริหารจะต้องมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ต้องมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง เมื่อคนในชุมชนได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงก็จะเห็นความสำคัญของการพัฒนาตลาดน้ำขึ้นมา จะให้ความร่วมมือที่ดีขึ้น

5. การดำเนินการต่างๆ นั้น จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อชุมชนด้วย จึงจำเป็นต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อร่วมมือหาแนวทางป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่างๆ

6. แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของสื่อต่างๆ หรือหาเครือข่ายชุมชนใกล้เคียงที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อติดป้ายประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำวัดไทร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังบริษัท ทัวร์ต่างๆ ที่สำคัญสภาพที่เป็นจริงต้องตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ออกไป เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วเกิดความประทับใจกลับไปบอกผู้อื่นต่อ ก็ถือเป็นอีกช่องทางในการช่วยประชาสัมพันธ์

7. ศึกษาดูงานการบริหารจัดการของตลาดน้ำอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ และนำมาเป็นแบบอย่างในการปรับปรุงการจัดการของตลาดน้ำวัดไทรให้ประสบความสำเร็จ

ซึ่งข้อเสนอแนะของผู้วิจัยสอดคล้องกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศ สันตสมบัติ (2544, น. 209-210) ดังนี้

- ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยว และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

- ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยเน้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ มีระบบการสื่อสารที่ดี และให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

- สร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวโดยมุ่งให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม แม้ว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะไม่ใช่วิธีที่เหมาะสมในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรได้ แต่ถ้าหากมีการจัดการที่ดี ร่วมมือกันระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็สามารถพัฒนาตลาดน้ำวัดไทรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ผู้คนมาเลือกซื้อสินค้าได้ เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการซื้อสินค้า (Shopping Tourism) แทน เพราะทุกวันนี้ ตลาดวัดไทรซึ่งแปรสภาพเป็นตลาดบกไปแล้ว ก็ยังมีคนมาเดินซื้อของอยู่เป็นจำนวนมาก ปรับแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำใหม่จากที่มุ่งเน้นเรื่องการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบเดิมให้กลับมาเป็นการยอมรับสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันแต่พัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมโดยทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งในชุมชนที่มีชีวิตอีกครั้ง

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทร

1. ปัจจุบันตลาดวัดไทรเป็นตลาดบกที่มีผู้คนในพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากันเป็นประจำ ดังนั้นทุกวันนี้ตลาดวัดไทรมีคนมาเดินจำนวนมาก แต่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว จึงควรเริ่มฟื้นฟูจากตลาดบกให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาชม โดยอาจปรับปรุงพื้นที่ให้เป็นแบบตลาดโบราณ ตลาดร้อยปี ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ และจากสภาพของเรือนไม้ตึกแถวสมัยก่อนที่ยังมีอยู่ ก็ไม่ยากนักที่จะดำเนินการได้ เมื่อปรับปรุงพื้นที่แล้ว สินค้าที่มาจากก็ต้องเป็นสินค้าที่ดึงดูดใจด้วยเช่นกัน อาจเป็นของโบราณให้เข้ากับสถานที่ ผสมกับสินค้าเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเมื่อตลาดบกประสบความสำเร็จมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมจำนวนมากแล้ว จึงขยายลงไปขายในน้ำ จะยิ่งเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว เพราะมา



ที่เดียวได้เที่ยวทั้ง 2 บรรยากาศ นอกจากนี้ควรเพิ่มกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เช่น การสาธิตการทำขนมโบราณ การละเล่นโบราณ การฉายหนังโบราณ การทำมูมให้ถ่ายภาพเป็นที่ระลึก เป็นต้น

2. สำนักงานเขตจอมทองเคยมีโครงการจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ตามวัดที่อยู่ริมคลองในพื้นที่เขตจอมทอง ซึ่งวัดไทรเป็นหนึ่งในแก่วัดในโปรแกรม เป็นเส้นทางที่ต้องผ่านอยู่แล้ว จึงเห็นว่าหากมีการจัดทัวร์นี้อยู่เป็นประจำ ก็เป็นหนทางและโอกาสในการพานักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำวัดไทรได้อีกทางหนึ่ง โดยต้องมีการประสานงานกับบริษัททัวร์ต่างๆ เพื่อกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวทางน้ำใหม่ๆ ขึ้นมาเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

3. หากไม่สามารถฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้ขายเป็นประจำได้ มีข้อเสนอแนะให้เป็นการจัดงานย้อนรำลึกเป็นประจำทุกปี ในงานอาจจัดให้มีการลงไปพายเรือขายของในน้ำ มีการแข่งเรือ การแสดงดนตรีลูกทุ่ง การประกวดต่างๆ เพื่อไม่ให้วัฒนธรรมประเพณีสูญหายไป หรือจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ รวบรวมประวัติ รูปภาพต่างๆ ของตลาดน้ำวัดไทรให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้

4. จัดทำประชาพิจารณ์ในกลุ่มของคนในชุมชนว่าต้องการให้มีตลาดน้ำวัดไทรต่อไปหรือไม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินการต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นรายละเอียดในมุมกว้าง ไม่ได้เจาะลึกลงไปรายละเอียดปลีกย่อยของการท่องเที่ยวอีกหลายประเภท ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทรได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เจาะจงในเรื่องของการตลาด และการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเพื่อหาสาเหตุที่ไม่ประสบความสำเร็จในอดีต เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขไม่ให้ปัจจัยเหล่านั้นเกิดขึ้นในอนาคต และเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ตลาดน้ำวัดไทรคงอยู่ต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการจัดการของตลาดน้ำวัดไทรกับตลาดน้ำอื่น โดยเฉพาะตลาดน้ำที่มีลักษณะสภาพแวดล้อมต่างๆ ใกล้เคียงกันและประสบความสำเร็จ

4. ควรมีการศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทรให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

### ข้อจำกัดและอุปสรรคในการวิจัย

1. อุปสรรคในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดไทร เนื่องจากเมื่อลงพื้นที่จริง ไม่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้ว จึงต้องเปลี่ยนไปสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงแทนซึ่งทำให้ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ต้องเสียเวลากว่าที่จะเจอกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
2. อุปสรรคในเรื่องของเวลา การไปเก็บข้อมูลจากพ่อค้า แม่ค้า ที่ตลาดวัดไทรนั้น ต้องไปให้ถูกที่ ถูกเวลาพอดี จึงจะสัมภาษณ์ได้ หากไปบ่ายพ่อค้า แม่ค้าก็เก็บแผงกลับหมดแล้ว ไปเช้าก็กำลังยุ่งกับการตั้งแผง เป็นช่วงที่มีลูกค้ามากจะไม่สนใจเรา ต้องไปช่วงสายจึงเหมาะสม เป็นช่วงที่ขายของเกือบหมดแล้ว กำลังจะเก็บแผงกลับจะพอมีเวลาให้สัมภาษณ์ได้อยู่บ้าง หรือบางคนรอรถมารับก็จะมีเวลาให้เราเต็มที่

สำนักหอสมุด