



แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม

Sustainable Tourism Management Guidelines after Thailand Reopening
2022 : Amphawa Floating Market, Samut Songkram

นนท์ณพร กิติศรีปัญญา
อรพร พุทธพงษ์
ภูรี กาญจนากาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม

นนท์ณพร กิติศรีปัญญา
อรพร พุทธพงษ์
ภูรี กาญจนากาศ



งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

| | | |
|------------|--|--------------|
| ชื่อเรื่อง | แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม | |
| ผู้วิจัย | นนท์ณพร | กิติศรีปัญญา |
| | อรพร | พุทธพงษ์ |
| | ภูรี | กาญจนากาศ |
| ปี | 2566 | |

บทคัดย่อ

ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรสงคราม และมีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกันดีสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการบริการอาหารคาว-หวานโบราณของไทยทั้งบนบกและในเรือ เช่น ก๋วยเตี๋ยวโบราณ ผัดไทย หอยทอด ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมสัมปันนี และขนมไทยโบราณที่หลากหลาย นอกจากนี้ตลาดน้ำอัมพวายังมีร่องรอยของสิ่งปลูกสร้างและวิถีชีวิตของประชาชนในอดีตที่มีอายุยาวนานกว่าร้อยปี เพื่อให้มีการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา และเพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยการใช้การรวบรวมข้อมูลจาก แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการและการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวาจากแบบสอบถามจำนวน 200 คน และจากแบบสัมภาษณ์ จำนวน 20 คน

สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีผลกระทบทางบวก หรือมีผลดีต่อการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา ทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของชาวบ้านและไม่ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมากขึ้นและทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการกระจายรายได้ของชาวบ้านและทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมในด้านน้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 และไม่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม

2) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 มีดังนี้ 1) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างชุมชน เอกชน และภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสีย 2) ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์อาจใช้แคมเปญจากภาครัฐและการให้ความรู้ 3) ใช้บทลงโทษทางสังคมหรือกฎระเบียบสังคม 4) บังคับใช้กฎหมายเพื่อปรับ 5) ควรใช้มาตรการป้องกันโรคติดต่อและมาตรฐานความสะอาด

สำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ตลาดน้ำอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม

Title Sustainable Tourism Management Guidelines after Thailand Reopening 2022 : Amphawa Floating Market, Samut Songkram

Researcher Nonnaporn Kittisripanya
Oraporn Puthapong
Puree Karnchanakard

Year 2023

Abstract

Amphawa Floating Market, Samut Songkhram Province, Thailand, is regarded as an important tourist destination to drive Samut Songkhram Province economic system. The market has a reputation among Thai and foreign tourists for rare traditional Thai sweet such as Thong Yib, Thong Yod, Foi Thong, and Sampanni, and savory food which is served both on land and in boats, such as traditional Thai noodles, Pad Thai, and fried oysters. In addition, Amphawa Floating Market also has traces of more than a hundred years old ancient buildings, and has reflected the way of people life in the past. Therefore, the purpose of this research is to study the impact of tourism management and to find ways to manage Amphawa Floating Market sustainably after Thailand's Re-opening 2022 in order to maintain Amphawa Floating Market as sustainable tourist destination. This research was a mixed method design using data collection from questionnaires and interview tests with the sample groups, including representatives from responsible people and stakeholders related to tourism management services in the Amphawa Floating Market area about 200 people from the questionnaires and 20 people from the interview tests.

It was found that:

- 1) Amphawa Floating Market Tourism had a positive impact on sustainable tourism management of Amphawa Floating Market in terms of social, culture, economics, and environment. The tourism of the Amphawa Floating Market contributed to the good quality of villagers' life, and did not cause of social problems such as theft, or drugs to the community. The tourism of the Amphawa Floating Market made more tourists visiting Samut Songkhram Province temples, and helped preserving Thai wisdom such as arts and crafts, natural products, and herbal medicines. Tourism of Amphawa Floating Market also created income distributing to the villagers, and generated more employment. Tourism of Amphawa Floating Market did not cause any negative impacts to environment in terms of wastewater, garbage, or PM 2.5 dust. Moreover, it did not cause spreading of group diseases.

- 2) Guidelines for sustainable tourism management of Amphawa Floating Market after the reopening of Thailand in 2022 are: 1) There should be cooperation between stakeholders, regarding the community, the private sector and the government, or related agencies. 2) Education, media and public relations including government campaigns should be used. 3) Social legislation should be used. 4) Law enforcement and penalties should be imposed. 5) Disease spreading protection policies and cleanliness standards should be applied.

Keywords: Sustainable Tourism Management after Thailand's Reopening 2022, Amphawa Floating Market, Samut Songkhram Province, Thailand



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และการสนับสนุนเป็นอย่างดียิ่งจากประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม รวมถึงคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในการวิจัย จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้คงเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

คณะผู้วิจัย
กันยายน 2566



สารบัญ

| | หน้า |
|--|----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ข |
| กิตติกรรมประกาศ | ง |
| สารบัญ | จ |
| สารบัญตาราง | ช |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 4 |
| 1.3 ขอบเขตของการวิจัย | 4 |
| 1.4 นิยามศัพท์ | 4 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม | 6 |
| 2.1 ตลาดน้ำอัมพวา (Amphawa Floating Market) | 6 |
| 2.2 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) | 9 |
| 2.3 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสังคม (Sustainable Tourism in Social Scheme) | 10 |
| 2.4 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงวัฒนธรรม (Sustainable Tourism in Cultural Scheme) | 11 |
| 2.5 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ (Sustainable Tourism in Economic Scheme) | 13 |
| 2.6 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม (Sustainable Tourism in Environmental Scheme) | 14 |
| 2.7 การให้ความรู้และทฤษฎีการสื่อสาร (Education and Communication Theory) | 15 |
| 2.8 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement) | 16 |
| 2.9 การใช้บทลงโทษโดยการปรับ (Penalty) | 17 |
| 2.10 การใช้เครือข่ายทางสังคม (Social Network) | 18 |
| 2.11 การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Campaign by Tourism Authority of Thailand) | 19 |
| 2.12 การใช้มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal | 20 |

| | |
|--|-----------|
| บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย | 23 |
| 3.1 การศึกษาข้อมูล | 23 |
| 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 23 |
| 3.3 แบบแผนการวิจัย | 24 |
| 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย | 25 |
| 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 31 |
| 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล | 31 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย | 33 |
| 4.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 33 |
| 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย | 33 |
| 4.3 คำถามในการตอบแบบสอบถาม และคำถามในการสัมภาษณ์ | 33 |
| 4.4 ผลการวิจัย | 34 |
| 4.5 สรุปผลการวิจัย | 45 |
| บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล | 47 |
| 5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 47 |
| 5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 47 |
| 5.3 วิธีดำเนินการวิจัย | 47 |
| 5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 49 |
| 5.5 สรุปผลการวิจัย | 49 |
| 5.6 อภิปรายผล | 50 |
| 5.7 ข้อเสนอแนะ | 52 |
| บรรณานุกรม | 53 |
| ภาคผนวก | 57 |
| แบบสอบถาม | 58 |
| ประวัติผู้วิจัย | 63 |
| เอกสารรับรองจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ | 66 |

สารบัญตาราง

| | |
|--|----|
| ตารางที่ 1 ผลการตอบแบบสอบถามผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ด้านข้อมูลส่วนบุคคล | 34 |
| ตารางที่ 2 ผลการตอบแบบสอบถามด้านผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิด ประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 | 36 |
| ตารางที่ 3 สรุปผลการถอดเทปการตอบแบบสัมภาษณ์ด้านแนวทางการจัดการท่องเที่ยว ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 | 42 |



บทที่ 1

บทนำ

งานวิจัยฉบับนี้ “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (Sustainable Tourism Management Guidelines after Thailand’s Reopening 2022: Amphawa Floating Market, Samut Songkram)” จัดทำขึ้นเพื่อเพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยนักวิจัยกำหนดหัวข้อในการศึกษา ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ ประกอบด้วยความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ที่มาของปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย นิยามคำศัพท์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ จากงานวิจัย

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นักวิจัยทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้องานวิจัย เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวยั่งยืน การทบทวนวรรณกรรมเพื่อแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย กล่าวถึงขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย

บทที่ 4 ผลการวิจัย นักวิจัยรายงานผลการวิจัยโดยสรุป จากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการจัดการให้บริการและการจัดการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ นักวิจัยสรุปผลการวิจัย และเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในบทนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาภูมิหลัง และความสำคัญของการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาของตลาดนางเลิ้ง และหากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ทำให้ตลาดนางเลิ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังหัวข้อต่อไปนี้

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

1.4 นิยามคำศัพท์

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จัดเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกันดีสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอันดับสองรองจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นตลาดน้ำที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการจัดให้มีการบริการอาหาร

ควา-หวานโบราณของไทยทั้งบนบกและในเรือ เช่น ก้วยเตี่ยวโบราณ ผัดไทย หอยทอด ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมสัมปันนี และขนมไทยโบราณที่หาทานยาก นอกจากนี้ตลาดน้ำอัมพวายังมี ร่องรอยของสิ่งปลูกสร้างและวิถีชีวิตของประชาชนในอดีตที่มีอายุยาวนานกว่าร้อยปี ตลาดน้ำอัมพวา มีวิถีชีวิตที่มีความผูกพันกับสายน้ำโดยอาศัยคลองอัมพวาเป็นเส้นทางทางน้ำที่เชื่อมการค้าระหว่าง จังหวัดราชบุรีและจังหวัดสมุทรสงคราม และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชนยังมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของประเทศไทยอีกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมพานักท่องเที่ยวไปชมหิ่งห้อยในยามค่ำคืนซึ่งกิจกรรมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของระบบนิเวศวิทยา การเดินทางไปตลาดน้ำอัมพวาสะดวกสบาย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 100 กิโลเมตร ตลาด ฯ เปิดรับนักท่องเที่ยวเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเยี่ยมชมตลาดแห่งนี้ยามบ่าย และนั่งเรือไปชมความงามทางธรรมชาติพร้อม สัมผัสชีวิตชนบทริมน้ำในช่วงเย็น ผนวกกับการพักผ่อนบริเวณรอบ ๆ ตลาดแห่งนี้จนทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นที่เฟื่องฟู

จากสถานการณ์ โควิด 2019 ปี พ.ศ. 2562 ตลาดน้ำอัมพวามีมาตรการป้องกันความปลอดภัยด้านโรคติดต่อ ตามนโยบายภาครัฐเพื่อให้ห่างไกลโควิด ฯ โดยนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต้องสวมหน้ากากอนามัย จัดให้มีจุดบริการเจล แอลกอฮอล์ และจุดล้างมือ และมีการ เช็กอินไทยชนะ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. มปป) อย่างไรก็ตามก็ศึกษาและมาตรการรักษาความปลอดภัยของภาครัฐที่เคร่งครัดก็ยังไม่เพียงพอในการสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในประเทศไทย ให้มีการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จึงเป็นเหตุให้มีนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยลดน้อยลง ดังนั้นศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค ติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (ศบค) กำหนดแนวปฏิบัติตามข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่25) ลงวันที่ 29 เมษายน 2565 มีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2565 โดยใช้มาตรการที่ผ่อนคลายนมากขึ้น และมาตรการดังกล่าวส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งมีมาตรการ ดังนี้

- “1. ปรับปรุงเขตพื้นที่จังหวัด ตามพื้นที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 และกำหนดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว เพิ่มเติมถึง 65 จังหวัด
2. ปรับปรุงมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 แบบบูรณาการในพื้นที่ควบคุมสูง และพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว
3. ปรับปรุงการกำหนดผู้เดินทางเข้าในราชอาณาจักร เพื่อประโยชน์ในการคัดกรองบุคคลที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร”

ในหัวข้อที่สามขยายความ ดังนี้ แนวปฏิบัติกำหนดผู้เดินทางเข้าราชอาณาจักรต้องดำเนินการตามมาตรการการป้องกันโรคและหลักเกณฑ์การดำเนินการในสถานที่กักกันที่ทางราชการกำหนด สำหรับผู้ที่สามารถเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรได้แก่ ผู้ที่แสดงหลักฐานการรับรองการได้รับวัคซีน โควิด-19 ครบตามเกณฑ์ที่ผู้ผลิตวัคซีนหรือที่ทางราชการกำหนด ผู้ที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร โดยมีได้แสดงผลหลักฐานการรับรองการได้รับวัคซีนโควิด-19 ครบตามเกณฑ์ที่ผู้ผลิตวัคซีนหรือที่ทางราชการกำหนด ผู้ที่มีเหตุยกเว้นที่นายกรัฐมนตรีหรือหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์

ฉุกเฉินอนุญาต ตามความจำเป็น (ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19, 2565) มาตรการต่าง ๆ ที่กล่าวมา สามารถกระตุ้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างมีความสุขและปลอดภัย

ดังนั้นตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นสถานที่หนึ่งที่ได้รับประโยชน์จากพระราชกำหนดฯ ดังกล่าว เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันดีสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกมีบริการอาหารคาว-หวานโบราณของไทยที่หาทานยาก มีอารยธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนในอดีตที่มีอายุยาวนานกว่าร้อยปี มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, มปป) แต่หลังจากสถานการณ์ โควิด 2019 ตลาดน้ำอัมพวาประสบปัญหาการลดจำนวนลงของนักท่องเที่ยว และอาจก่อให้เกิดความเสื่อมถอยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเพื่อให้สังคมไทยมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีความพร้อมในการรองรับภัยรูปแบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับการจัดการทรัพยากร มีการกระจายความเจริญของเมืองและชนบทมากขึ้น เศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น พื้นที่มีสมรรถนะสามารถแก้ปัญหาท้าทายและปรับตัวได้ทันต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยการประยุกต์ใช้ผลงานวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยี โครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีความจำเป็นที่ต้องศึกษาเพื่อให้ตลาดน้ำแห่งนี้มีรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถแก้ไขปัญหาท้าทายและปรับตัว ได้ทันต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยใช้วิทยาศาสตร์ การวิจัย และนวัตกรรม เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ พร้อมทั้งเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ จึงควรมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566, หน้า 97) โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการฟื้นฟูภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ดังนี้

- “1. ปรับแนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการท่องเที่ยว (Change the Way Tourism Business Work)
2. ท่องเที่ยวมั่นใจ สะดวกกว่าที่เคย (More Confident more Convenient)
3. ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพตลอดทั้งปี (Attract Quality Tourists in All Year-Round)
4. ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้วยข้อมูลและเทคโนโลยีและดิจิทัล (Data and Technology Driven Tourism)
5. ผลักดันธุรกิจท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Tourism Delivers to Society)
6. ส่งเสริมปัจจัยสนับสนุนขีดความสามารถการท่องเที่ยวไทย (Promote Favorable Supporting Conditions)”

งานวิจัยนี้จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 (สำนักงานสภาพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2565, หน้า 25) ตามแผนกลยุทธ์รายหมุดหมายที่ 2 คือ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน สามารถปรับเปลี่ยนการ ท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพ สามารถปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้พึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศ มีการกระจายโอกาสทาง เศรษฐกิจมากขึ้น และการท่องเที่ยวไทยต้องมีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในทุกมิติ คือชุมชนตลาด น้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามให้อึดต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน คนในชุมชน ฯ มีอาชีพสามารถ พึ่งตนเองได้ เสริมสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เพิ่มช่องทางการทำให้ผู้ประกอบการของ ชุมชนแข็งแกร่ง สร้างค่านิยมให้สมาชิกชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรมไทยในด้านศิลปะ ด้าน ทัศนกรรม และด้านอาหารไทย สร้างความเป็นเอกภาพในสังคม สร้างเสริมเครือข่ายความร่วมมือทาง วัฒนธรรมให้กับชุมชนกับนักท่องเที่ยว และพัฒนาสภาพแวดล้อม การป้องกัน การรักษามาตรฐาน ความปลอดภัย และพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม

1.2.2 เพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเกี่ยวข้อง กับการจัดการ การให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว

1.4 นิยามคำศัพท์

1.4.1 ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หมายถึงตลาดน้ำแห่งหนึ่งของจังหวัด สมุทรสงคราม ตั้งอยู่ที่ ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา เป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกันดีสำหรับ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอันดับสองรองจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

1.4.2 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม สามารถดำรง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้ความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย โดยมีการปรับปรุงคุณภาพการจัดการ

ท่องเที่ยวให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอแต่ไม่มีผลกระทบทางลบต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

1.4.3 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสังคม หมายถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยมที่สามารถดำรงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนหรือสังคมให้คงอยู่สืบไปเพื่ออนุชนรุ่นหลังจะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกัน

1.4.4 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างดีเยี่ยม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับขนบธรรมเนียมประเพณี องค์กรความรู้ และการให้คุณค่าทางสังคม โดยมีสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า

1.4.5 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวที่ดีเยี่ยมในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาสภาพเศรษฐกิจที่ดีของชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยมีการปรับปรุงคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม และต่อเนื่อง

1.4.6 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางสิ่งแวดล้อมที่ดีเยี่ยม ในลักษณะสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติซึ่งสามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ ให้คงอยู่สืบไปเพื่ออนุชนรุ่นหลังจะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกัน

1.4.7 แนวทาง หมายถึง หนทาง วิธีทางการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ หรือการวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ เพื่อประกอบการวางแผนการในการใช้วิธีการและทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565

1.5.2 เป็นแนวทางให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งทางด้านทฤษฎี และงานวิจัยที่ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้องานวิจัย เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การทบทวนวรรณกรรมเพื่อแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย การออกแบบข้อคำถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 ตลาดน้ำอัมพวา (Amphawa Floating Market)

2.2 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism)

2.3 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสังคม (Sustainable Tourism in Social Scheme)

2.4 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงวัฒนธรรม (Sustainable Tourism in Cultural Scheme)

2.5 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ (Sustainable Tourism in Economic Scheme)

2.6 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม (Sustainable Tourism in Environmental Scheme)

2.7 การให้ความรู้และทฤษฎีการสื่อสาร (Education and Communication Theory)

2.8 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement)

2.9 การใช้บทลงโทษโดยการปรับ (Penalty)

2.10 การใช้เครือข่ายทางสังคม (Social Network)

2.11 การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Campaign by Tourism Authority of Thailand)

2.12 การใช้มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal
ตลาดน้ำอัมพวา (Amphawa Floating Market)

ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จัดเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกันดีสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอันดับสองรองจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นตลาดน้ำที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการจัดให้มีการบริการอาหารคาว-หวานโบราณของไทยทั้งบนบกและในเรือ เช่น ก๋วยเตี๋ยวโบราณ ผัดไทย หอยทอด ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมลัมป็นี่ และขนมไทยโบราณที่หลากหลาย นอกจากนี้ตลาดน้ำอัมพวายังมีร่องรอยของสิ่งปลูกสร้างและวิถีชีวิตของประชาชนในอดีตที่มีอายุยาวนานกว่าร้อยปี ตลาดน้ำอัมพวาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันเกิดขึ้นโดยความร่วมมือและร่วมระหว่างคนในชุมชน และองค์กรท้องถิ่นของภาครัฐที่พยายามพลิกฟื้นตลาดน้ำอัมพวาในอดีตให้กลับมา เพื่ออนุรักษ์ความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำโดยปรับเวลาการเข้าเยี่ยมชมให้เป็นตลาดเย็นที่เหมาะสมแก่การเดินเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ที่พ่อค้า แม่ค้า นำมาขายทั้งทางเรือ และบนบก โดยร้านต่าง ๆ จะเริ่มขายของกันประมาณสี่โมงเย็นไปจนถึงสี่ทุ่ม ตลาดน้ำอัมพวามีวิถีชีวิตที่มีความผูกพันกับสายน้ำโดยอาศัยคลองอัมพวาเป็นเส้นทางทางน้ำที่เชื่อมการค้าระหว่างจังหวัดราชบุรีและจังหวัดสมุทรสงคราม และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชนยังมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของประเทศไทยอีกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมพานักท่องเที่ยวไปชมหิ่งห้อยในยามค่ำคืนซึ่งกิจกรรมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของระบบนิเวศวิทยา หรือกิจกรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการนำนักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวบ้านริมฝั่งคลอง นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือท่องเที่ยวตามแม่น้ำแม่กลอง และยังมีกิจกรรม “ล่องเรือไหว้พระ” มีโปรแกรมการล่องเรือที่น่าเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยส่วนมากเป็นการไหว้พระ 5 วัด ริมคลองอัมพวา ราคาเหมาลำประมาณ 500 บาท การเดินทางไปตลาดน้ำอัมพวาสะดวกสบาย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 100 กิโลเมตร ตลาด ฯ เปิดรับนักท่องเที่ยวเฉพาะวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเยี่ยมชมตลาดแห่งนี้ยามบ่าย และนั่งเรือไปชมความงามทางธรรมชาติพร้อมสัมผัสชีวิตชนบทริมน้ำในช่วงเย็น ผนวกกับการพักผ่อนบริเวณรอบ ๆ ตลาดแห่งนี้จนทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นที่เฟื่องฟู

ตลาดน้ำอัมพวามีศักยภาพสามารถพัฒนา รูปแบบการดำเนินการการท่องเที่ยวในขอบเขตที่ความสามารถรองรับได้เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม (Community Based Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-Tourism) และการจัดการการท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจะทำให้ตลาดน้ำอัมพวามีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประชาชนท้องถิ่นในตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งสามารถเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ และ นำไปสู่การสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณวิมล ภู่านาค (2558) ทำการศึกษาศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเพื่อเสนอแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำ อัมพวา ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ด้านการเมือง พบว่า ไม่สามารถดำเนินการจัดการอย่างเป็นระบบและไม่สามารถแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนได้ ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเพื่อตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ พบว่า ชุมชนขาดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการได้รับประโยชน์ พบว่า ชุมชนไม่มีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจร่วมกัน และส่วนใหญ่ชุมชนจะมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว และจากการศึกษาทำให้พบผลการวิจัยที่เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำอัมพวา ได้แก่ การรักษาอัตลักษณ์ชุมชน การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม การเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะยาว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชน

ธนชชา ฤทธิเดช (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 มีความคิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมในระดับดี มีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมในเรื่องของร้านอาหารริมคลอง ร้านขายของที่ระลึก วัด โบสถ์คริสต์และโบราณสถาน อยู่ในระดับดี มีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับต้องการ มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมในระดับพอใช้ มีแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำตลาดน้ำอัมพวาในอนาคต

ในระดับดีมาก มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมที่ใช้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับดี สำหรับผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า เทศบาลตำบลอัมพวาได้กำหนดนโยบายแบบแผนเพื่อการพัฒนาไว้เรียบร้อย โดยดำเนินการไปอย่างช้า ๆ พัฒนาแบบทีละขั้นและต่อเนื่อง เพื่อการบริหารและการจัดการง่ายขึ้นและสามารถควบคุมได้ เนื่องจากที่ผ่านมตลาดน้ำอัมพวาเติบโตเร็วจนไร้ทิศทางและไม่มีมาตรการที่สามารถจะควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทศบาลอัมพวามีข้อเสนอแนะให้เพิ่มงบประมาณที่จะนำมาพัฒนาตลาดน้ำเนื่องจากรายได้ส่วนมากมาจากนักท่องเที่ยว และในอนาคตอาจจะขยายทางเดินริมคลองให้กว้างขึ้นโดยให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการน้อยที่สุด และมีแผนการพัฒนาให้มีตลาดน้ำทุกวันไม่ใช่เฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เพียงอย่างเดียว แต่อาจจะต้องพัฒนาไปอย่างเป็นระบบ มีการควบคุมราคาสินค้าและคุณภาพให้เหมาะสม เพื่อเป็นการพัฒนาให้ตลาดน้ำอัมพวาดีขึ้นและอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป ในส่วนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวานั้นชุมชนจะมีนโยบายให้มีการรวมกลุ่มกันโดยการให้ชมรมแม่ค้าแผงลอย ประธานชุมชน ชุมชนคนรักอัมพวา มาปรึกษารับฟังปัญหาของแต่ละฝ่ายในแต่ละด้านเพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำอย่างเป็นรูปธรรม

ปัทมา โกเมนทร์จรัส (2562) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจคือกิจกรรมชมวิถีตลาดน้ำอัมพวา และช่องทางการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสารจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ 2) ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพบว่า ทุกด้านมีระดับศักยภาพในเกณฑ์ระดับมาก ได้แก่ การเข้าถึงและการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก กิจกรรมการนำเที่ยวที่ให้บริการ และการให้บริการอื่น ๆ 3) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา พบว่า 1) ควรเพิ่มการเดินทางมายังตลาดน้ำอัมพวาโดยทางรถไฟ ควรมีการจัดทำแผนพื้นที่เป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน 2) ควรมีการจัดการระบบประปาที่ดีกว่านี้ เพื่อให้น้ำไหลเป็นปกติ เพิ่มห้องสุขา ถึงขยะ และจัดการระบบ Wi-Fi ให้ดีขึ้น 3) ควรมีคุณภาพและความเหมาะสมของที่พักและมาตรฐานอาหารที่เหมาะสมกับราคา และเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว 4) ควรมีการเพิ่มกิจกรรมการปั่นจักรยานเส้นทางริมคลอง เพื่อชมธรรมชาติตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ควรมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยว 5) ควรมีความเหมาะสมในด้านรูปแบบและราคาของกิจกรรมการให้บริการนำเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา 6) ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอเพียงแก่นักท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร หรือตู้เอทีเอ็ม 7) ควรมีการประชาสัมพันธ์ ด้านคุณภาพและราคาของอาหาร ห้องสุขาสาธารณะ และควรมีถังขยะเพิ่มขึ้น

งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำอัมพวา ได้แสดงเชิงประจักษ์แล้วว่าตลาดน้ำอัมพวามีความสำคัญต่อการพัฒนาสภาพสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคงอยู่ของวัฒนธรรมไทย โดยคนในชุมชนแห่งนี้มีความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของตนเองในด้านชื่อเสียงของอาหารคาว หวาน ที่ชุมชนนี้อนุรักษ์ไว้ชื่อเสียงนี้ทำให้ตลาดน้ำอัมพวาสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ยั่งยืนได้ หากแต่จะต้องพัฒนาในด้านรูปแบบการจัดการในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน สุขอนามัยของสภาพแวดล้อม การประชาสัมพันธ์ทั้งทางระบบสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเพิ่มมากขึ้นนำรายได้แก่คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถมีส่วนช่วยพัฒนาให้รูปแบบการจัดการตลาดน้ำอัมพวาสามารถเป็นไปในทิศทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดี มีความผาสุกอย่างยั่งยืนได้

2.2 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism)

บรันด์ทแลนด์รีพอร์ต (The Brundtland Report, the World Commission on Environment and Development) จากคณะกรรมการสภาพแวดล้อมและการพัฒนา (WCED. 1987) ได้ให้คำจำกัดความ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” หมายถึงการพัฒนาที่คำนึงถึงความต้องการของคนในยุคอนาคตโดยปราศจากความปรานีประนอมกับความสามารถของผู้คนในปัจจุบัน โดยการจัดการนั้นสามารถดำรงทรัพยากรนั้นไว้อย่างไม่เสื่อมคลาย การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องเป็นไปตามพื้นฐานความต้องการของทุกคนและขยายโอกาสทั้งหมดเพื่อตอบสนองความปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีการปรับปรุงคุณภาพการจัดการให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรมและชอบด้วยกฎหมายเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยปราศจากผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม และอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในด้านการจัดการเป็นพิเศษและผู้มีส่วนร่วมที่กระตือรือร้น และอาจจะต้องมีการฝึกอบรมเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มโดยได้รับความช่วยเหลือชี้แนะจากองค์กรระหว่างประเทศเช่น องค์การอาหารและการเกษตรโลก (FAO) และองค์การอนามัยโลก (WHO)

วลาดบิจิและโกบาดี (Valadbigi and Ghobadi. 2010) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความสมดุลของสภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในระยะยาวต่อผู้ประกอบการและการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ” ทั้งนี้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนด้าน สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น (WTO. 2004)

ดริมและคอมมอน (Driml and Common. 1996: 4) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนคล้ายคลึงกันกับผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนท่านอื่น โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 2 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องอยู่ร่วมกันได้กับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีอยู่
2. การจัดการท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดการตกต่ำของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยววนั้น”

เราอาจกล่าวได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมอย่างรุนแรง และในขณะเดียวกันเจ้าของชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยววนั้น อย่างไรก็ตามรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องการกลยุทธ์ที่หลากหลายมาช่วยให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด เช่นเดียวกับตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ควรมีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อผลประโยชน์ของบุคลากรในชุมชนให้มีการพัฒนาสภาพทางเศรษฐกิจที่คล่องตัวมากขึ้นหลังการเปิดประเทศไทย พ.ศ. 2565

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “โครงการหมู่บ้านสีเขียว” (A Green Village Project) โดยเทรียร์และไมโบโรดา (Trier and Maiboroda, 2009) ได้นำเสนอการจัดการยั่งยืนด้วยวิธีการร่วมมือของชุมชนและผู้ประกอบการ ในการศึกษาในกลุ่มนำร่อง (Steering Group) ปฏิบัติตนเป็นแหล่งข้อมูลที่เต็มไปด้วยพลังและความคิดสร้างสรรค์ในการที่จะส่งเสริมและแนะนำให้ชุมชนมีส่วนร่วมในเมืองเบลสโตน (Belstone) ประเทศอังกฤษ เพื่อทำให้การทำงานเกิดรูปแบบแนวคิดยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนเกิดบรรทัดฐานทางสังคมที่ดี ซึ่งกระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอันนำไปสู่การปฏิบัติที่ดีอย่างต่อเนื่อง

โอเคลโลและเยเรียน (Okello and Yerian, 2009) พบว่าการทำงานของชุมชนร่วมกับองค์กรนักท่องเที่ยวท้องถิ่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการคุ้มครองในพื้นที่จำกัดเขตทางเหนือ ในแทนซาเนีย

นำไปสู่ความพึงพอใจที่เพิ่มมากขึ้นของนักท่องเที่ยวและความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเอาใจใส่สภาพแวดล้อมในขณะที่ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวในหลากหลายกิจกรรม แม้กระนั้นการทำงานของชุมชนยังส่งประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านสภาพแวดล้อมที่ได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริมให้เกิดความอยู่ดีกินดีต่อชุมชน

การศึกษาโดยวูดแลนด์และเอคอต (Woodland and Acott, 2007) ได้สำรวจแนวคิดของผู้ประกอบการในเขตคุ้มครองเขาคอร์นส์ ในภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย โดยคำนึงถึงการสร้างชื่อเสียงจากการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นและการสร้างชื่อเสียงการท่องเที่ยวผ่านกลยุทธ์ทางการสื่อสาร การศึกษานี้ได้รายงานผลว่ามีความสัมพันธ์ด้านบวกระหว่างการสร้างชื่อเสียงในการท่องเที่ยวท้องถิ่นและประสบผลสำเร็จทางธุรกิจ มีการตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและชี้ให้เห็นว่าการสร้างชื่อเสียงของการท่องเที่ยวผ่านทักษะการสื่อสารนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้

ดังนั้นแนวทาง และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในแต่ละพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องศึกษางานวิจัยที่นักวิจัยได้ทำการศึกษาไว้เพื่อได้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติทั้งด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ จึงอาจกล่าวได้ว่าการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นหัวใจสำคัญในการนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปแก้ไขปัญหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ได้ ทำให้ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตามแนวทางและวิธีการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาและปรับให้เข้ากับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

ตลาดนำอัมพวาซึ่งมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสามารถพัฒนาตนเองได้ จำเป็นต้องการอาศัยแนวทางและวิธีการต่าง ๆ ที่สามารถนำมาช่วยสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทย พศ.2565 ประกอบกับต้องอาศัยกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในด้านการจัดการเป็นพิเศษและผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน และอาจจะต้องมีการฝึกอบรมเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มโดยได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐและเอกชนเพื่อให้เข้าใจถึงการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.3 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสังคม (Sustainable Tourism in Social Scheme)

การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสังคม หมายถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยมที่สามารถดำรงทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน หรือสังคมให้คงอยู่สืบไปเพื่ออนุชนรุ่นหลังจะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกัน ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงสังคมที่ยั่งยืนจำเป็นต้องพัฒนาคนให้มีคุณภาพ ขยัน อดทน รับผิดชอบ มีฝีมือ มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญ พร้อมทั้งจะเป็นกำลังสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีการจัดการท่องเที่ยวที่นั่นได้ โดยมีการให้การศึกษาและจัดสรรปัจจัยเกื้อหนุนจัดระบบสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผสมกลมกลืน สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนพื้นฐานแห่งความรู้ความเป็นจริง สร้างบรรยากาศแห่งความไม่เบียดเบียน บรรยากาศแห่งความช่วยเหลือเกื้อกูล พิทักษ์ปกป้องคนที่อยู่ในสถานะต่าง ๆ ซึ่งมีโอกาสและมีความสามารถที่แตกต่างกันได้ อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวอาจก่อให้เกิดความเสื่อมถอยของโครงสร้างทางสังคมได้ ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, มปป. หน้า 13)

“1. เอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่หายไป เนื่องจากการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาอย่าง

รวดเร็ว

2. ค่านิยมของคนในท้องถิ่นที่เกิดจากการหลงใหลมัวเมาต่อทรัพย์สินเงินทองที่เลียนแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวซึ่งมีกำลังการจับจ่ายสูงกว่าคนในท้องถิ่น อาจทำให้เกิดปัญหาสังคมตามมา เช่น การขายบริการทางเพศหรือ การค้ายาเสพติด”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ สโตน (Stone W, 2010) ศึกษาการประเมินผลด้านต้นทุนทางสังคม (Social Capital) โดยการให้ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism) แก่ชุมชน ผลการศึกษาพบว่า การให้ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การให้ความรู้ด้านสิทธิและกฎหมาย ทำให้ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในบอตสวานา (Botswana) แอฟริกา สามารถกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของชุมชนและทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวยั่งยืนได้

เลี้ยว และคณะ (Liu et al, 2012) ศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวในวนอุทยานวูลอง (Wolong National Nature Reserve) ประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่าจัดการท่องเที่ยวในวนอุทยานวูลอง ก่อให้เกิดผลดีในด้านเศรษฐกิจเชิงสังคมในด้านของการมีส่วนร่วมของชุมชนรอบ ๆ วนอุทยาน โดยชุมชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการนำเที่ยว และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ทางวนอุทยานจัด และยังมีรายได้จากกิจกรรมเหล่านั้น เช่น การเป็นผู้นำเที่ยว การเป็นลูกจ้างในวนอุทยาน รวมถึงการขายสินค้าและของที่ระลึก ตลอดจนการจัดการท่องเที่ยวในวนอุทยานวูลองยังสามารถกระตุ้นให้เกิดความเท่าเทียมกันในด้านของเพศอีกด้วย

ในการหาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสามารถพัฒนาตนเองได้ จำเป็นต้องศึกษางานวิจัยก่อนหน้า เพื่อนำมาช่วยสนับสนุนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ประกอบกับต้องอาศัยความเข้าใจโครงสร้างทางสังคมของท้องถิ่นด้วย

2.4 การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงวัฒนธรรม (Sustainable Tourism in Cultural Scheme)

การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการท่องเที่ยวที่ดีเยี่ยมในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับขนบธรรมเนียมประเพณี มีองค์ความรู้ และการให้คุณค่าทางสังคม โดยมีสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติเดิม ๆ สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากสิ่งนั้นได้ สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจหรือสังคมโดยเน้นการจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมา และสะท้อนการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ทำให้ได้ทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธาความนิยมของบุคคลในแต่ละยุคสมัยต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน (กรมการท่องเที่ยว. 2557)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. 2556 ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ การเยี่ยมชมงานศิลปะ สถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น การ

ห้องเที่ยวประเภทนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยการจำหน่ายของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในถิ่นนั้น อย่างไรก็ตามการจัดการห้องเที่ยวอาจก่อให้เกิดความเสื่อมถอยของโครงสร้างทางวัฒนธรรม ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อคนในท้องถิ่นได้ เช่น การละทิ้งคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่นำไปสู่ความล่มสลายของโครงสร้างทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวว่าเป็นตัวการทำให้สังคมเสื่อม บางครั้งอาจสะท้อนในรูปของการกระทำที่รุนแรงต่อนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, มปป. หน้า 13)

“การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยยกระดับศักยภาพของทรัพยากร ที่มีอยู่ในชุมชนให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น โดยการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ประชาชนใน ชุมชนเข้ามามีบทบาท ในการแสดงออกถึงความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา รวมถึงประเพณีวัฒนธรรมให้คงอยู่ คู่กับ ประชาชนและชุมชนสืบไป” (เสกสรรค์ และคณะ 2563, 259)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยการจัดการที่ดีเยี่ยมในพื้นที่ หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมซึ่งเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ที่มีอยู่ในชุมชนอันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับขนบธรรมเนียม ประเพณีให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นโดยการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีบทบาท ในการแสดงออกถึงความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกัน มีองค์ความรู้ และการให้คุณค่าทางสังคม โดยยังคงสภาพสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า หรือสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติเดิม ๆ เมื่อพิจารณาแล้วตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถพัฒนาองค์ประกอบด้านวัฒนธรรมมาจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้ในบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ปัจจุบันหลังการเปิดประเทศ พ.ศ. 2565 แต่อาจต้องศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงวัฒนธรรมจากการศึกษาในครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นนท์ณพร และคณะ (2561) ศึกษาเพื่อหากลยุทธ์ในการยกระดับตลาดนางเลิ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเพื่อพัฒนาตลาดนางเลิ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีข้อคำถามชี้แนะ (Indicative Question) กับกลุ่มตัวอย่าง 7 กลุ่ม จำนวน 28 คน ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์เชิงผสมผสาน ได้แก่ ทฤษฎีการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน พลังประชารัฐ Facebook ห้องเที่ยววิถีไทยเก๋ไก๋สไตล์ลึกลับ และมาตรฐานความสะอาด เป็นกลยุทธ์ในการยกระดับตลาดนางเลิ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ คิดเป็นร้อยละ 60.71 ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

สุเทพ และคณะ (2565) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการเสนอเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการเสนอเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ 1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว 2. วางแผนการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว 3. สำรวจเส้นทาง การท่องเที่ยว และศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยว 4. ร่างเส้นทาง การท่องเที่ยว 5. การยืนยันเส้นทาง การท่องเที่ยว และ 6 ปรับปรุงแก้ไขเส้นทาง การท่องเที่ยว และผลจากการนำเสนอเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้

เส้นทางการท่องเที่ยว 4 เส้นทาง คือ เส้นทางนวัตวิถีของตีรอบอ่าว บ้านดอน เส้นทางขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เส้นทางคืนชีพอาณาจักรศรีวิชัย และเส้นทาง สายหลุดพ้น ในแต่ละเส้นทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยแผนที่ท่องเที่ยว และรายละเอียดของเส้นทางท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว จุดพัก รับประทานอาหาร และจุดพักแรม

จิระนันท์ และพัทธ์สรณ์ (2564) ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า 1. จังหวัดน่านมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบของการมีส่วนร่วมของชุมชน มีเครือข่ายการท่องเที่ยว และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อาศัยการพัฒนาชุดความรู้และภูมิปัญญาในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมสำหรับบริบทสังคมในปัจจุบัน 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่าน ได้แก่ การยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ซึ่งส่งผลเด่นชัดในเรื่องประโยชน์ในการรักษาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวการบริการและการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมถึงงบประมาณสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และ 3. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน คือ การให้ประชาชนภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน

จากความหมาย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา สามารถทำให้ตลาดน้ำอัมพวาสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงวัฒนธรรมได้ เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเป็นชุมชนเก่าแก่ดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนแบบโบราณ คนในชุมชนมีความผูกพันกับสถานที่ มีความภาคภูมิใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในรูปแบบเรียบง่ายโดยอนุรักษ์ไว้ซึ่งขนบและประเพณีโบราณ และมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ของชุมชนที่สามารถพัฒนาให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนได้ และอาจกล่าวได้ว่าตลาดน้ำอัมพวา สามารถมีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้สามารถทำให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้

2.5 การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ (Sustainable Tourism in Economic Scheme)

การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวที่ดีเยี่ยมในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาสภาพเศรษฐกิจที่ดีของชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยมีการปรับปรุงคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม และต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การเติบโตทางเศรษฐกิจต้องอาศัยการบริหารจัดการที่ดี หากมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเกินไป จะทำให้เกิดปัญหาต่อการจัดการท่องเที่ยวได้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (มทป. หน้า 13) แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการขยายที่เร็วเกินไป อาจก่อให้เกิดความไม่สมดุลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- “1. โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และศักยภาพของแรงงานที่ด้อยคุณภาพอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจ ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวและอาจทำให้เศรษฐกิจตกต่ำ
2. การเติบโตของการท่องเที่ยวในปัจจุบันทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาคอื่น ๆ เช่น ภาคกสิกรรม และการอุตสาหกรรม ซึ่งการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทำให้คนหันมาประกอบอาชีพทางด้านการท่องเที่ยวและบริการที่สามารถทำเงินได้มากกว่าธุรกิจภาคส่วนอื่น

3. การเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวทำให้เกิดการรั่วไหลของอัตราแรงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศได้”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กวิณพัฒน์ (2565) ศึกษาปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และศึกษาแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.97) แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.84) ปัจจัย การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ผลการทดสอบ ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดด้วยเทคนิคการวิเคราะห์แบบ Multiple Regressions พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ สามารถพยากรณ์การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชานนท์ (2561) ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่บางกะเจ้า และศึกษาแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยว การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่บางกะเจ้า มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บรวบรวม ผลการศึกษาพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่บางกะเจ้ามีความสอดคล้องต่อการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในพื้นที่เป็นองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ประชาชน และเครือข่ายภาคีต่าง ๆ เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนและประสานงาน การวางแผน ประชุมหารือ ร่วมกัน โดยเน้นการพัฒนา 3 ด้าน คือด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีการพัฒนาไปรอบด้าน แต่ก็เกิดช่องว่างในการจัดการ ซึ่งเป็นผลกระทบจากอิทธิพลการขยายตัวของเมืองและคนรุ่นใหม่ที่ออกไปใช้ชีวิตนอกพื้นที่ ทำให้การจัดการทางด้านวัฒนธรรมมีช่องว่าง หากไม่มีการดำเนินการใด ๆ รุ่นลูกหลานจะมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาน้อยลง

2.6 การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม (Sustainable Tourism in Environmental Scheme)

การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม หมายถึงการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางสิ่งแวดล้อมที่ดีเยี่ยม ในลักษณะสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติซึ่งสามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ ให้คงอยู่สืบไปเพื่ออนุชนรุ่นหลังจะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกัน และองค์กรเพื่อนชุมชน (มปป.) กล่าวว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม อาจหมายถึง “การท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประไพ และคณะ (2564) ศึกษาสภาพบริบทการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านสวนกล้วย ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านสวนกล้วย ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ศึกษาข้อมูลจากเอกสารสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 16 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและสรุปภาพรวม ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพบริบท

การจัดการ ได้แก่ 1.1) พื้นที่ ใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุดและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 1.2) ฐานทรัพยากร ใช้กระบวนการสิทธิชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ บำรุงรักษา และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน 1.3) การจัดการ นำกฎ ระเบียบ และข้อบังคับการใช้ฐานทรัพยากรร่วมกันในชุมชน 1.4) กระบวนการ และกิจกรรม บูรณาการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ท้องถิ่น สร้างเศรษฐกิจฐานรากให้ชุมชนเข้มแข็ง และ 1.5) องค์กรชุมชน การกระจายบทบาทการทำงานในรูปแบบคณะกรรมการชุมชน และ 2) การจัดการอย่างยั่งยืน ได้แก่ 2.1) ศักยภาพการท่องเที่ยว รองรับนักท่องเที่ยวและการจัดการมุ่งเน้นการรักษา ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมากกว่ามุ่งผลประโยชน์เศรษฐกิจ 2.2) กระบวนการคิดแบบยั่งยืน รูปแบบและ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นสะพานเชื่อมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและ วัฒนธรรม 2.3) เครือข่ายการมีส่วนร่วมส่งเสริม สนับสนุน และพี่เลี้ยงจัดการท่องเที่ยวใช้กลไกการสื่อสาร แลกเปลี่ยนและประสบการณ์ และ 2.4) ผู้นำชุมชนเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตามบรรลุถึงสิ่งที่ปรารถนา

พรุ่งทิพย์ กิติศรีปัญญา (Kitisripanya, 2014) ศึกษากลยุทธ์ในการแก้ปัญหาการความเสื่อมโทรม ทางด้านสภาพแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติตะรุเตา ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจง โดยมีข้อคำถามแบบชี้แนะ (Indicative Questions) จำนวน 33 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และสรุปภาพรวม ผลการวิจัยพบว่าผลการวิจัยพบว่าการใช้กลยุทธ์เชิงผสมผสาน (Integrated Strategies) ได้แก่ การให้ ความรู้และทฤษฎีการสื่อสาร (Education and Communication Theory) การจ่ายค่าทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อม (Payment for Ecosystem Service) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียของชุมชน (Stakeholders' Involvement) และมาตรการเพิ่มค่าปรับในการทำผิดกฎหมายต่อสิ่งแวดล้อม (Increasing Penalty) เป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของ อุทยานแห่งชาติตะรุเตาได้ คิดเป็นร้อยละ 83% ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากความหมาย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม เห็นได้ว่าเป็นการจัดการที่บูรณาการกันทุกส่วนบางครั้งไม่อาจแยกจากกันได้ และการที่จะศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา ก็มีความจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่มีหลายรูปแบบผสมผสาน แบบบูรณาการ เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นมีการจัดการที่ดีเยี่ยมในทุกแง่มุม ทำให้เกิดการให้บริการซ้ำ และอาจกล่าวได้ว่าตลาดน้ำอัมพวาสามารถจัดการการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกมิติทั้ง ด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวามีต้นทุนด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่ ดีเยี่ยม ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในทุกบริบทหลังการเปิดประเทศ พ.ศ. 2565 จึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษา

2.7 การให้ความรู้และทฤษฎีการสื่อสาร (Education and Communication Theory)

โลซานโน และ วิเซนเต้ (Lozano and Vicente, 2010, p 226) กล่าวว่า “ความรู้ด้านการสื่อสารเป็น ความรู้ในด้านกระบวนการคิดที่บุคคลทั่วไปพึงมีไม่ว่าบุคคลผู้นั้นจะศึกษาในด้านศาสตร์ หรือศิลป์ก็ตาม และการ สื่อสารเป็นกุญแจสำคัญให้บุคคลเหล่านั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ” ซึ่ง กล่าวนี้สอดคล้องกับบราวน์ แฮมและฮักส์ (Brown, Ham & Hughes. 2010) ว่า “ทฤษฎีการสื่อสารมีความสำคัญ ต่อทุกศาสตร์โดยเฉพาะด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเนื่องจากในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้อง อาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจอยากติดตามข้อมูล ในรูปแบบของภาพ สิ่งพิมพ์

หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในวิธีต่าง ๆ” และงานวิจัยหลายฉบับกล่าวว่า ทฤษฎีการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติสิ่งใด และกระตุ้นในการปลูกจิตสำนึกให้บุคคลมีพฤติกรรมอนุรักษ์และห่วงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และชนบประเพณีท้องถิ่นของตน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ พาวเวล และแฮม (Powell & Ham, 2008) ศึกษาว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ณ เกาะ กาลาปากอส (Galapagos Island) ประเทศเอกวาดอร์ สามารถเป็นวิธีการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถให้ความรู้ ให้ผลตอบแทนที่ดีต่อชุมชน และสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนต้องประกอบด้วยการบริหารจัดการที่ดีและผู้นำที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้ความสามารถด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างแท้จริง

งานวิจัยของ มาริออนและเรดด์ (Marion & Reid 2007) ศึกษาวิธีการลดปริมาณขยะในเขตอุทยานแห่งชาติในประเทศอเมริกา โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อความว่า “จากไปโดยไม่ทิ้งร่องรอยไว้ข้างหลัง (Leave No Trace)” สรุปว่าทฤษฎีการสื่อสารเป็นวิธีที่สามารถปลูกจิตสำนึกของคนในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประกาศ จุลสาร แผ่นพับ และวิดีโอ โดยทำให้จำนวนขยะลดลงและสามารถลดความยากลำบากในการดูแลอุทยานแห่งชาติในการที่จะจัดการปัญหาขยะ

บราวน์ และคณะ (Brown and Friends. 2010) ศึกษาการใช้ทฤษฎีการสื่อสารโดยใช้ Theory of Planned Behaviour โดยจำลองสถานการณ์การทิ้งขยะตามทางเดินเข้าเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ ผลปรากฏว่า ทฤษฎีดังกล่าวสามารถช่วยในการกระตุ้นจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวไม่ทิ้งขยะในเขตอุทยานแห่งชาติเมาท์ฟิล (Mount Field National Park) ในแทซมาเนีย ประเทศออสเตรเลีย (Tasmania, Australia)

การให้ความรู้ประกอบกับวิธีการ หรือทฤษฎีการสื่อสารจัดได้ว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งที่สามารถให้ความรู้ และช่วยในการจูงใจให้บุคคลกระทำหรือไม่กระทำการใดที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศ ดังนั้น การให้ความรู้และการใช้ทฤษฎีการสื่อสารอาจเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นที่รู้จักในบรรดานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อให้ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนซึ่งจะทำให้ตลาดน้ำอัมพวามีผู้คนเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้า รับประทานอาหารที่รสชาติอร่อยมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน เช่นเดียวกับในอดีตก่อนการระบาดโรคโควิด 2019

2.8 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement)

ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement) หมายถึงผู้ที่มีบทบาท มีส่วนร่วม ในองค์กรใดองค์กรหนึ่งไม่ว่าจะเป็นนายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ใช้บริการ ทุกคนที่ได้รับผลดีหรือผลเสียจากส่วนงานนั้น (Freeman 1984, Clarkson 1998) เกรย์ Gray (1989) กล่าวเสริมว่าผู้มีส่วนได้เสียหมายถึงผู้ที่แบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน หรือกลุ่มบุคคลผู้แบ่งปันประเด็นหรือหัวข้อทางความคิดร่วมกันเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือร่วมกันตัดสินใจและพัฒนาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของตน ดังนั้น การเข้าใจถึงทฤษฎีการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนที่มีส่วนร่วมในชุมชนหรือองค์กรจึงมีความสำคัญในการที่จะร่วมมือกันพัฒนา หรือร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาขององค์กร ชุมชน หรือประเทศชาติ

ในภาคธุรกิจการการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสียหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ กลุ่มบุคคลเหล่านี้รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เอกชน ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า และนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว พวกเขาเหล่านั้นมีส่วนร่วมในการวางแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด และแผนต่างๆ เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง (Sheehan, Brent & Hudson. 2007)

ในบริบทของตลาดน้ำอัมพวาผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง กลุ่มผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำอัมพวา ทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ มอสเวเต้ และคณะ (Moswete and Friends 2008) ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองโบทวานา ประเทศแอฟริกาใต้ (Botswana, Mexico) ผลการวิจัยสรุปว่าการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และพลังขับเคลื่อนของชุมชนโดยที่ชุมชนมีต้นทุนทางสังคมที่ดี และมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ส่งผลสูงสุดต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริเวณนั้นได้

การศึกษาเฉพาะกรณี ของ ซอว์นีย์ (Sawhney and Friends, 2007) ศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับพลังความร่วมมือของชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อการนำไปสู่การจัดการทรัพยากรธรรมชาติของประเทศญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย ไทย และบังคลาเทศ ผลการศึกษาพบว่า พลังความร่วมมือของชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถนำไปสู่การจัดการที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากร รวมถึงการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการวางแผนงานจากภาครัฐ ช่วยส่งผลดีต่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติได้ด้วย

ดังนั้น การที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนหลังการเปิดประเทศ ปี 2565 จึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยวิธีการและแนวทางหลากหลายมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้าน สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการจัดการให้ตลาดน้ำอัมพวามีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หลังการเปิดประเทศ ปี 2565 โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement) ซึ่งอาจเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวา ให้มีรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสามารถพึ่งพาตนเองได้ เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวามีต้นทุนทางสังคมที่สูง มีชุมชนที่รักและหวงแหนในความเป็นอยู่ดั้งเดิมของตนเอง มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่เหมาะสมต่อการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.9 การใช้บทลงโทษโดยการปรับ (Penalty)

การใช้บทลงโทษโดยการปรับ เป็นแนวทางหนึ่งที่จะป้องปรามให้คนในสังคมไม่กระทำในสิ่งที่ขัดต่อกฎหมาย หรือเป็นบทลงโทษให้คนไม่กระทำความผิด ในสังคมไทยการเสียค่าปรับอาจมองว่าเป็นเรื่องไม่ใหญ่นัก เช่น การปรับในกรณีฝ่าฝืนกฎจราจร เนื่องจากค่าปรับมีราคาไม่แพงและบางครั้งอาจตกลงกันได้ การทิ้งขยะไม่ถูกที่ หรือการก่อกองขยะทางน้ำ ทางเสียง ทางอากาศ ค่าปรับมีราคาไม่มาก จึงทำให้ประชาชนไม่กลัวการทำผิดกฎหมายและผู้บังคับใช้กฎหมายละเลยไม่จริงจังต่อการบังคับใช้ เช่นเดียวกับกับ ธอร์นตัน และคณะ (Thornton

and Friend, 2005) แม็คไบร์ (McBride, 2012) ที่กล่าวว่า การจ่ายค่าปรับต่อการกระทำผิดด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การทำให้เกิดการสูญเสียของความหลากหลายทางชีวภาพ ค่าปรับมีราคาถูกกว่าการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมเสียอีก อย่างไรก็ตามถ้าภาครัฐหรือผู้บังคับใช้กฎหมาย เอาจริงจังกกับการจับกุมเพื่อดำเนินคดีต่อผู้กระทำผิด ความเสื่อมโทรมต่าง ๆ ก็อาจลดลง

ดังนั้น ในบริบทของตลาดน้ำอัมพวาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม ภาครัฐมีความจำเป็นต้องนำแนวทางนี้มาบังคับใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องปรามผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร ที่พักโฮมสเตย์ รีสอร์ท หรือโรงแรม คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว ไม่ให้ก่อปัญหาต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหลังการเปิดประเทศ ปี 2565

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธอร์นตัน และคณะ (Thornton and Friends, 2005) ทำการสำรวจบริษัทต่าง ๆ จำนวน 233 บริษัทของประเทศสหรัฐอเมริกา ในหลายภาคส่วน เกี่ยวกับการจ่ายค่าปรับในการกระทำการผิดกฎหมายต่อสิ่งแวดล้อม การสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ทำการเสียค่าปรับมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหลังจากการเสียค่าปรับ และเพิ่มเติมว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตระหนักถึงการเสียค่าปรับของบริษัทอื่นที่กระทำผิดและมีแนวโน้มจะไม่กระทำผิด โดยมีการจัดอบรมให้กับพนักงานในบริษัทเพื่อไม่ให้กระทำผิด และมีการเปลี่ยนเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต เพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาการปฏิบัติงาน

แม็คไบร์ (McBride, 2012) ศึกษากรณีบริษัทเทคคอมมิโก้ (Teck Cominco's) ที่ขยะมีพิษในชุมชนประเทศสหรัฐอเมริกา สรุปว่า การเพิ่มค่าปรับให้มากขึ้นกว่าเดิมเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม และบริษัทที่กระทำการผิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมสมควรต้องเข้าโปรแกรมการรับความรู้ และรับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่โดยไม่กระทบต่อการปฏิบัติงาน

2.10 การใช้เครือข่ายทางสังคม (Social Network)

เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ในงานวิจัยฉบับนี้หมายถึง เฟซบุ๊ก (Facebook) ตี๊กต็อก (Tik Tok) และอินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายในสังคมยุคปัจจุบัน เครือข่ายเหล่านี้อนุญาตให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการสมัครเพื่อลงทะเบียนใช้ ผู้ลงทะเบียนสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวสำหรับแนะนำตนเอง และสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ ผู้ลงทะเบียนใช้บริการ โดยเฟซบุ๊ก ตี๊กต็อก และอินสตาแกรม มีช่องทางให้ผู้ให้บริการสามารถสร้างข้อความ ภาพ เสียง หรือ วิดีโอ เพื่อเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของตนเองให้กับบุคคลอื่นที่เป็นเพื่อนกันบนสื่อออนไลน์ ประเภทดังกล่าว ดังนั้น การที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมาคึกคักหลังการเปิดประเทศจากสถานการณ์โควิด 2019 และจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนเชิงสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ที่เป็นที่นิยมแพร่หลายในสังคมยุคปัจจุบัน อาจเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวา มีผู้คนจำนวนมากเข้ามาใช้บริการเลือกซื้ออาหารคาว-หวาน ของใช้แบบโบราณ ของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น มีวิถีชีวิตที่ย้อนยุค เป็นกันเอง ใกล้ชิดกับธรรมชาติและสายน้ำ มีวัฒนธรรมที่ความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ หรือแม้แต่มีสถาปัตยกรรมที่งดงามของที่พักอาศัยในชุมชน และวัดโบราณ กลุ่มคนเหล่านั้นอาจ โฟส แชร์ หรือวิพากษ์วิจารณ์

กลุ่มเพื่อน จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง และจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งโดยที่ไม่มีใครคาดคิดถึงการแพร่ของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งวิธีนี้อาจมีส่วนช่วยให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาคึกคักเช่นเดิมก่อนการเกิดโรคระบาดได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ ดิปีเพ็ตโตร และเพื่อน (Dipietro and Friends, 2012) สรุปว่า การใช้เครือข่ายทางสังคม หรือ เฟซบุ๊ก ในการแชร์สถานที่ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในธุรกิจการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ และโปรโมทร้านอาหารบนสื่อออนไลน์ประเภทนี้ประหยัดงบประมาณรายจ่ายด้านการตลาด

บัวผิน และคณะ (2562) ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนพุมเรียงในสื่อสังคมออนไลน์ สร้างสื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ และศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ที่สร้างขึ้น การวิจัยเป็นแบบผสมผสานข้อมูล (Mixed Method) ผลการวิจัยพบว่า 1. ได้รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook Page โดยใช้ชื่อว่า “พุมเรียงบ้านเรา” 2. มีการสร้าง Facebook Page “พุมเรียงบ้านเรา” ที่นำเสนอเนื้อหาสถานที่ท่องเที่ยววนาร่อง จำนวน 9 แห่ง โดยมีการเข้าถึงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด นักวิจัยได้จัดอบรมและมอบสิทธิ์ให้ตัวแทนชุมชนเป็นผู้ร่วมดูแลเพจ (Co-Administrator) และรับผิดชอบเนื้อหาารวมกันเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและสร้างความยั่งยืนให้กับ Facebook Page “พุมเรียงบ้านเรา” 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ Facebook Page “พุมเรียงบ้านเรา” ในระดับมากและเข้าใช้งานเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนมากที่สุด

2.11 การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (A Campaign by Tourism Authority of Thailand)

นโยบายขับเคลื่อนแผนการส่งเสริมตลาด เพื่อพัฒนาและผลักดันให้ประเทศไทยสู่เป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเม็ดเงิน 2.38 ล้านล้านบาทต่อปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) เพื่อนำเงินตราเข้าประเทศเป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศไทยโดยแนวทางและกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มุ่งเป้าเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวตลาดระยะใกล้ อันได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศ จีน มาเลเซีย อินเดีย และสิงคโปร์ ผ่าน 5 กิจกรรมส่งเสริมตลาดหลัก ได้แก่

- “1. China is back โดยททท. มุ่งเจาะกลุ่มตลาดใหม่ในจีนและพร้อมเพิ่มเที่ยวบินเพื่อรองรับความต้องการ การเดินทางของนักท่องเที่ยวจีน ผนวกกับการส่งเสริมการเดินทางทางบก (Digit Target) เน้นกลุ่มตลาดศักยภาพในประเทศที่นักท่องเที่ยวเกิน 1 ล้านคน
2. Color your life by Amazing Thailand โดยจัด Consumer Fair นำ Soft Power (Food, Film, Fashion, Fighting, and Festival) ไทยเข้าไปอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. Responsible Tourism มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
4. Second Tier, Second to None มุ่งเจาะกลุ่มเมืองรองในตลาดระยะใกล้และสำหรับตลาดระยะไกล เน้นการเพิ่มความถี่และที่นั่งสายการบินสู่เมืองหลักและเมืองรองในประเทศไทย

5. Luxury Experience โดยททท. มุ่งนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบ ในจังหวัดกรุงเทพฯ พังงาและภูเก็ต รวมถึงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควบคู่กับการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบสโลว์ไลฟ์ (กรมประชาสัมพันธ์, 2566)”

ดังนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง แนวทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภายใต้ 5 กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ China is back, Color your life by Amazing Thailand, Responsible Tourism, Second Tier, Second to None, และ Luxury Experience เป็นแนวคิดหนึ่งที่อาจพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนได้ในทุก ๆ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวหลังการเปิดประเทศปี พ.ศ. 2565 เพื่อสร้างเสริมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย พัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งด้านสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ มีความน่ารับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน

2.12 การใช้มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal

หลังจากพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เริ่มมีผลบังคับใช้ทำให้ระบบเฝ้าระวังด้านโรคติดต่อมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นเนื่องจาก พรบ. โรคติดต่อ พ.ศ. 2558 กำหนดให้การรายงานโรคเป็นหน้าที่ของสถานบริการทางสาธารณสุขห้องปฏิบัติการทางสาธารณสุขและเจ้าของสถานประกอบการหรือสถานที่อื่นใดที่พบโรคระบาด กรณีเกิดการเกิดโรคระบาดไวรัส COVID-19 พ.ศ. 2562 ทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจหลายภาคส่วน รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับผลกระทบจากการปิดสถานที่บางแห่งตามประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2563 โดยการปิดสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ ตลาด สถานที่ประกอบหรือจำหน่ายอาหาร สถานที่ผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่ม โรงงาน สถานที่ชุมนุมชน โรงแรมสรรพ สถานศึกษา หรือสถานที่อื่นที่เกิดการแพร่ระบาดของโรค อาศัยพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 มาตรา 35 ดังนี้

“มาตรา 35 ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วน เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ของโรคติดต่ออันตราย หรือโรคระบาด ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด หรือผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อกรุงเทพมหานคร มีอำนาจในพื้นที่ความรับผิดชอบของตน ดังต่อไปนี้

1. สั่งปิดตลาด สถานที่ประกอบหรือจำหน่ายอาหาร สถานที่ผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่ม โรงงาน สถานที่ชุมนุมชน โรงแรมสรรพ สถานศึกษา หรือสถานที่อื่นใดไว้เป็นการชั่วคราว
2. สั่งให้ผู้ที่เป็นหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าเป็นโรคติดต่ออันตรายหรือโรคระบาดหยุดการประกอบอาชีพเป็นการชั่วคราว
3. สั่งห้ามผู้ที่เป็นหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าเป็นโรคติดต่ออันตรายหรือโรคระบาดเข้าไปในสถานที่ชุมนุมชน โรงแรมสรรพ สถานศึกษา หรือสถานที่อื่นใด เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อ (ราชกิจจานุเบกษา, 2558 หน้า 38)”

ในกรณี การปิดสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ตามประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินโดยอาศัยพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 และการเปิดประเทศ พ.ศ. 2565 ทำให้สถานประกอบการ สถานที่จำหน่ายอาหาร สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม โรงงาน สถานที่ชุมนุมชน โรงแรมสรรพ

สถานศึกษา หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ถูกกำหนดให้มีมาตรการการป้องกันการเกิดการระบาดของโรคติดต่อเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการและนักท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ร่วมกันจัดให้มีโครงการความร่วมมือ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้รับประสบการณ์ที่ดี และมีความสุขขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกัน และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย และสุ่มตรวจสถานประกอบการโดยคณะกรรมการตรวจประเมิน โดยมีมาตรฐานความปลอดภัยดังนี้

- “1. มีจุดวัดอุณหภูมิทางเข้า-ออก
2. ทำความสะอาดสถานที่ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ
3. ให้บริการสำหรับผู้สวมหน้ากากอนามัยเท่านั้น
4. มีระบบระบายอากาศที่เพียงพอ
5. เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร
6. มีถังขยะที่มีฝาปิดมิดชิดและคัดแยกประเภทขยะ
7. มีระบบไทยชนะหรือลงทะเบียนเข้าสถานประกอบการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565)”

ดังนั้น การที่จะพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีผู้คนเดินทางเข้ามาใช้

บริการมากขึ้นดังก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal อาจเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาของผู้ใช้บริการ และเป็นส่วนที่จะช่วยพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้มีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเคยมีผู้คนจำนวนมากเข้ามาใช้บริการเลือกซื้อสินค้า อาหารคาว ขนมหวาน หรือแม้แต่มาเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ที่งดงามทั้งในด้านวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม หรือบ้านเรือนที่พิกาศัยในชุมชน ผู้คนเหล่านั้นอาจพบหรือเห็นสิ่งใดที่ไม่ได้มาตรฐาน คนเหล่านั้นอาจวิพากษ์วิจารณ์จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง และจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งโดยที่ไม่มีใครคาดคิดถึงการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งแนวทางการรักษามาตรฐานของตลาดน้ำอัมพวา โดยอาศัยมาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal อาจมีส่วนช่วยให้ตลาดน้ำอัมพวา มีมาตรฐานที่ดีในการให้บริการแก่ลูกค้า และทำให้ผู้คนที่มาเยือนเกิดความประทับใจทำให้ต้องการที่จะมาใช้บริการซ้ำในโอกาสต่อไป

ในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งทางด้านทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยศึกษาวิธีต่าง ๆ ที่อาจทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุก ๆ รูปแบบ เป็นที่รู้จักแพร่หลายต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และอาจทำให้ตลาดน้ำอัมพวากลับมาคึกคักเช่นดังก่อนการเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 เพื่อนำมาใช้ทำการออกแบบข้อความคำถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในบทต่อไป



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (Sustainable Tourism Management Guidelines after Thailand Reopening 2022: Amphawa Floating Market, Samut Songkram)” มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ตามลำดับดังนี้

- 3.1 การศึกษาข้อมูล
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 แบบแผนการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การศึกษาข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลและทฤษฎีต่าง ๆ ในบทที่ 2 เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ เพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 และนำข้อมูลและทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้ทำการออกแบบข้อคำถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังหัวข้อต่อไปนี้

- 3.1.1 ตลาดน้ำอัมพวา (Amphawa Floating Market)
- 3.1.2 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism)
- 3.1.3 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสังคม (Sustainable Tourism in Social Scheme)
- 3.1.4 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงวัฒนธรรม (Sustainable Tourism in Cultural Scheme)
- 3.1.5 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ (Sustainable Tourism in Economic Scheme)
- 3.1.6 การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม (Sustainable Tourism in Environmental Scheme)
- 3.1.7 การให้ความรู้และทฤษฎีการสื่อสาร (Education and Communication Theory)
- 3.1.8 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement)
- 3.1.9 การใช้บทลงโทษโดยการปรับ (Penalty)
- 3.1.10 การใช้เครือข่ายทางสังคม (Social Network)
- 3.1.11 การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Campaign by Tourism Authority of Thailand)
- 3.1.12 การใช้มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำอัมพวา และทราบความว่าตลาดน้ำอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัดสมุทรสงคราม ตั้งอยู่ ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา มีชื่อเสียงด้านอาหารคาว และอาหารหวาน ทั้งบนบกและในเรือที่อร่อยและมีความเป็นเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เช่น ก๋วยเตี๋ยวโบราณ

ผัดไทย หอยทอด ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมสัมปันนี และขนมไทยโบราณที่หาทานยากอื่น ๆ นอกจากนี้ตลาดน้ำอัมพวายังมีร่องรอยของสิ่งปลูกสร้างและวิถีชีวิตของประชาชนในอดีตที่มีความผูกพันกับสายน้ำ โดยอาศัยคลองอัมพวาเป็นเส้นทางทางน้ำที่เชื่อมการค้าระหว่างจังหวัดราชบุรีและจังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีอายุยาวนานกว่าร้อยปี และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของชุมชนยังมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยและคณะนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.2.1 ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว

3.3 แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม กับกลุ่มตัวอย่าง ดังเหตุผลต่อไปนี้

3.3.1 ในการศึกษาผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำเป็นที่ต้องใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อสำรวจผลกระทบเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม และสำรวจแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจ จึงเหมาะสมที่จะใช้ศึกษาผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา ของกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 ในการหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยเชิงคุณภาพจึงเหมาะสมที่จะใช้ศึกษาเพื่อหาความเหมาะสมในการหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อยืนยันความถูกต้องและทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าผลการหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับการหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในบทที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับ มาเรียม และซิมสัน (Mariam & Simpson, 1995) และ เครสเวลล์ (Creswell, 2009) ที่กล่าวว่าการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพถูก

ออกแบบมาเพื่อใช้ศึกษาความสอดคล้องกับการหาแนวทางร่วมกันระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และเป็นการยืนยันผลของการวิจัยเชิงปริมาณ

3.3.3 ผลงานวิจัยเชิงคุณภาพต้องอาศัยการวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยทฤษฎีและประสบการณ์ของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยเป็นอาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชาการท่องเที่ยว มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและการทำวิจัยด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสามารถและเหมาะสมในการทำการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพได้ ดังคำกล่าวของเครสเวลล์ (Creswell, 2009) ว่างานวิจัยเชิงคุณภาพจำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีและศาสตร์หลายด้าน ผสมกับประสบการณ์ของนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์นั้นมาทำการตีความจากข้อมูลที่เก็บจากภาคสนาม

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ดังต่อไปนี้

3.4.1 การกำหนดปัญหา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้เข้าใจแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้มุ่งเน้นการฟื้นฟูภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ดังนี้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566, หน้า 97)

- “1. ปรับแนวทางการทำธุรกิจของผู้ประกอบการท่องเที่ยว (Change the Way Tourism Business Work)
2. ท่องเที่ยวมั่นใจ สะดวกกว่าที่เคย (More Confident more Convenient)
3. ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพตลอดทั้งปี (Attract Quality Tourists in All Year-Round)
4. ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้วยข้อมูลและเทคโนโลยีและดิจิทัล (Data and Technology Driven Tourism)
5. ผลักดันธุรกิจท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Tourism Delivers to Society)
6. ส่งเสริมปัจจัยสนับสนุนขีดความสามารถการท่องเที่ยวไทย (Promote Favorable Supporting Conditions)”

ดังนั้น “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” จัดทำขึ้นเพื่อให้บรรลุตามเจตนารมณ์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 เพื่อให้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565

3.4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ หลังจากศึกษาสภาพปัญหาและความจำเป็นแล้ว ผู้วิจัยทำการรวบรวมและสรุปประเด็นต่าง ๆ ที่อาจเป็นผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยศึกษาความสำคัญของตลาดน้ำอัมพวา รูปแบบการท่องเที่ยวยั่งยืน เช่น การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงสังคม เชิงวัฒนธรรม เชิงเศรษฐกิจ และเชิงสิ่งแวดล้อม และผู้วิจัยเสนอตัวอย่างแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์แล้วว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนควรมีวิธีการตามหัวข้อต่อไปนี้

1. การให้ความรู้และทฤษฎีการสื่อสาร (Education and Communication Theory)
 2. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Involvement)
 3. การใช้บทลงโทษโดยการปรับ (Penalty)
 4. การใช้เครือข่ายทางสังคม (Social Network)
 5. การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Campaign by Tourism Authority of Thailand)
 6. การใช้มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal
- หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

แบบสอบถาม:



แบบสอบถามเรื่อง: แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ชื่อผู้วิจัย: อาจารย์ ดร.นันทพร กิติศรีปัญญา อาจารย์อรพร พุทธพงษ์ และอาจารย์ภูรี กาญจนากาศ

คำอธิบาย: แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็นสองส่วน **ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และ **ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาผลกระทบ และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขอความอนุเคราะห์ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษา และข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยให้แก่บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้ทำการวิจัย

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล

เพศ: ชาย หญิง

สถานภาพ: โสด แต่งงานแล้ว หย่าร้าง

อายุ: 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี มากกว่า 50 ปี

ระดับการศึกษา: ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ: รับราชการ พนักงานเอกชน อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ

รายได้ (บาท)/เดือน: ต่ำกว่า10,000 10,000-20,000 21,000-30,000

31,000-40,000 มากกว่า 40,000

ภูมิลำเนา: กรุงเทพฯ/ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคอีสาน ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเพื่อศึกษาผลกระทบ และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทย

พ.ศ. 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

| ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | หมายเหตุ |
|--|---------------------|--------------|---------------------|---------------|----------|
| | ไม่ เห็น ด้วย | เห็น ด้วย | เห็น ด้วย มาก | มาก ที่สุด | |
| 1.ผลกระทบด้านสังคม | | | | | |
| 1.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้วิถีชีวิตของชาวบ้านเปลี่ยนไป | | | | | |
| 1.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น | | | | | |
| 1.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้ชาวบ้านตื่นตัวด้านการศึกษา | | | | | |
| 1.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้ชาวบ้านมีความสุขมากขึ้น | | | | | |
| 1.5 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด น้อยลง | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 2.ผลกระทบด้านวัฒนธรรม 2.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมากขึ้น | | | | | |
| 2.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณี และการละเล่นของท้องถิ่น | | | | | |
| 2.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์อาหารไทย ทั้งคาวและหวาน | | | | | |
| 2.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร | | | | | |
| 3.ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ 3.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน | | | | | |
| 3.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น | | | | | |
| 3.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการขยายตัวของสินค้าท้องถิ่น | | | | | |
| 3.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการกระจายรายได้ของชาวบ้าน | | | | | |
| 4.ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 4.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 | | | | | |
| 4.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) เช่น เชื้อ COVID19 เชื้อไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ต่างๆ หรือเชื้อฟิลาเรีย | | | | | |
| 4.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ทำให้เกิดสภาวะโลกร้อน | | | | | |
| 4.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ให้เกิดปัญหาต่อการจัดวางภูมิทัศน์ | | | | | |
| 5. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสังคม 5.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| 5.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการ ท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 5.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 6. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านวัฒนธรรม | | | | |
| 6.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 6.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 6.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน วัด และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 7. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ | | | | |
| 7.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯในชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการในการกำหนดราคาสินค้าให้เป็น ธรรมต่อผู้บริโภค เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของ ตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 7.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ในด้านการ บริหารจัดการธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของ ตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 7.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 8. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม | | | | |
| 8.1ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯในชุมชนด้านการรักษา สิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มรักษ์อัมพวา หรือชมรมป้องกัน โรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |
| 8.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการ ในด้าน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดูแลสุขภาพอนามัย และการ ป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของ ตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 8.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวาให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | | | | | |
| 8.4 ควรมีบทลงโทษที่ชัดเจนในกรณีที่มีการกระทำที่ก่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM | | | | | |

แบบสัมภาษณ์:



แบบสัมภาษณ์เรื่อง: แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม

ชื่อผู้วิจัย: อาจารย์ ดร.นนท์นพพร กิตติศรีปัญญา อาจารย์อรรถพร พุทธิพงษ์ และอาจารย์ภูรี กาญจนากาศ

คำอธิบาย: แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หลังการ

เปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขอความอนุเคราะห์ท่านกรุณา

ตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษา และข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยให้แก่บุคคล

อื่นที่ไม่ใช่ผู้ทำการวิจัย

1. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนทางด้านสังคม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการชุมชน และชาวบ้าน)
2. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร)
3. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน หรือ กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่)

4. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการกรณีที่มีการกระทำที่ก่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM หรือกรณีเกิดโรคติดต่อแบบกลุ่ม Cluster ในพื้นที่)

3.4.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 มาตรวจหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อหวัข้องานวิจัย วัตถุประสงค์ของงานวิจัย ข้อคำถามในแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ ดร. นิตินันท์ ศรีสุวรรณ อาจารย์พัศยศ เพ็ชรรวงศ์ และอาจารย์สิริพร ป่องกงลาด ตรวจค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ได้ค่าเฉลี่ยในการหาความสอดคล้องเท่ากับ 1.0 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปหาค่าความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ .95 และ .90

3.4.4 การพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในการหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี เข้ารับการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เครือข่าย มหาวิทยาลัยนเรศวร และได้รับการรับรอง ณ วันที่ 8 มิถุนายน 2566

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากหาคุณภาพของแบบสอบถาม และสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ลงภาคสนาม เก็บข้อมูลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามต่อผู้มีส่วนได้-เสีย ในการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวนทั้งสิ้น 200 ฉบับ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้วันที่ลงพื้นที่เป็นตัวกำหนดการสุ่มตัวอย่าง และสัมภาษณ์เดียวกับผู้มีส่วนได้-เสียในการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 20 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างผู้ตอบสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้วันที่ลงพื้นที่เป็นตัวกำหนดการสุ่มตัวอย่าง

3.5.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อแปลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS เพื่อหาค่ามัธมิมมัธยฐาน (XBar) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3.5.3 นำผลจากการสัมภาษณ์มาถอดเทปเพื่อสรุปและแปลผลวิจัย ผู้วิจัยทำการถอดบทสัมภาษณ์ โดยใส่หมายเลขผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แทนการใส่ชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ถือเป็นความลับ

3.5.3 สรุปข้อมูล และสรุปข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลของแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยจัดผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็นหมวดหมู่ตามกลุ่มสาขาวิชาชีพของผู้ตอบ แล้วนำมาสรุปเป็นภาพรวม

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการ

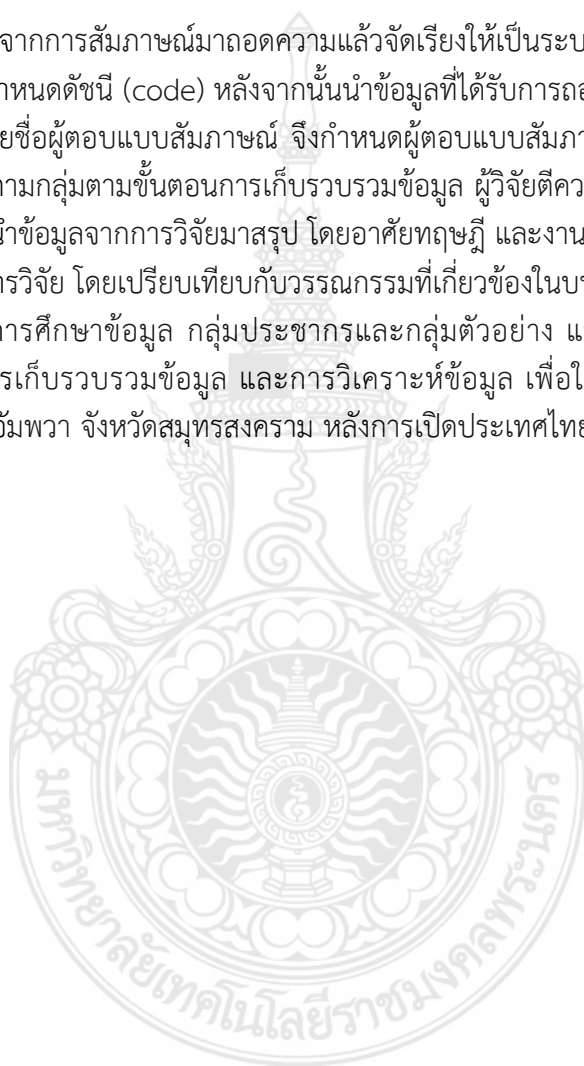
ท่องเที่ยว และเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ประกอบไปด้วยการแจกแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงเดี่ยว ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS เพื่อแจกแจงความถี่ และหาค่าเฉลี่ย หรือค่ามัธยฐาน (XBar) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการถอดเทปสัมภาษณ์เชิงคุณภาพแบบกึ่งสาระ หรือวิธีการ Thematic Analysis มีขั้นตอนดังนี้

3.6.1. นำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยหรือค่ามัธยฐาน (XBar) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3.6.2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดความแล้วจัดเรียงให้เป็นระบบ และเป็นหมวดหมู่ เพื่อนำบทสัมภาษณ์มาตีความ โดยกำหนดดัชนี (code) หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับการถอดความ (Decode) มากำหนดดัชนี เนื่องจากผู้วิจัยไม่เปิดเผยชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จึงกำหนดผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็นหมายเลขและกำหนดข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เรียงตามกลุ่มตามขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยตีความข้อมูลโดยอาศัยความรู้ และประสบการณ์ของผู้วิจัย และนำข้อมูลจากการวิจัยมาสรุป โดยอาศัยทฤษฎี และงานวิจัยในบทที่ 2

3.6.3. อภิปรายผลการวิจัย โดยเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2

ในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบบแผนการวิจัย วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ในบทต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิจัย

บทนี้ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการการวิจัย เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ เพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ตามหัวข้อต่อไปนี้

- 4.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 4.3 คำถามในการตอบแบบสอบถาม และคำถามในการสัมภาษณ์
- 4.4 ผลการวิจัย
- 4.5 สรุปผลการวิจัย

4.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565

4.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้-ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยวโดยจำแนกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 20 คน

4.3. คำถามในการตอบแบบสอบถาม และคำถามในการสัมภาษณ์

คำถามในการศึกษาข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ มีหัวข้อดังนี้

4.3.1 คำถามในการตอบแบบสอบถามครอบคลุมหัวข้อ ดังนี้

- 1) ด้านข้อมูลส่วนตัว
- 2) ผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสังคมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 3) ผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยว และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 4) ผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 5) ผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4.3.2 คำถามในการสัมภาษณ์มี ดังนี้

คำถาม:

- 1) ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสังคม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการชุมชน และชาวบ้าน)
- 2) ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร)
- 3) ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่)
- 4) ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการกรณีที่มีการกระทำที่ก่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM หรือกรณีเกิดโรคติดต่อแบบกลุ่ม Cluster ในพื้นที่)

4.4 ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแสดงผลการเก็บรวบรวมข้อมูล หรือผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามและผลการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ดังตารางที่ 1-3 แสดงผลการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ของตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้-ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการตอบแบบสอบถามผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ด้านข้อมูลส่วนบุคคล

| คุณลักษณะทั่วไป | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) | หมายเหตุ |
|-----------------|------------|------------|----------|
| เพศ: ชาย | 70 | 35 | |
| หญิง | 130 | 65 | *** |
| สถานภาพ: โสด | 109 | 54.5 | *** |
| แต่งงานแล้ว | 83 | 41.5 | |
| หย่าร้าง | 8 | 4 | |
| อายุ: 21-25 | 43 | 21.5 | |
| 26-30 | 18 | 9 | |

| | | | |
|---------------------------|-----|------|-----|
| 31-35 | 18 | 9 | |
| 36-40 | 21 | 10.5 | |
| 41-45 | 17 | 8.5 | |
| 46-50 | 20 | 10 | |
| มากกว่า 50 ปี | 63 | 31.5 | *** |
| ระดับการศึกษา: | | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 102 | 51 | *** |
| ปริญญาตรี | 85 | 42.5 | |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 13 | 6.5 | |
| อาชีพ: รับราชการ | 14 | 7 | |
| พนักงานเอกชน | 22 | 11 | |
| อาชีพอิสระ | 105 | 52.5 | *** |
| เจ้าของกิจการ | 59 | 29.5 | |
| รายได้(บาท/เดือน): | | | |
| 10,000-20,000 | 127 | 63.5 | *** |
| 21,000-30,000 | 41 | 20.5 | |
| 31,000-40,000 | 10 | 5 | |
| มากกว่า 40,000 | 22 | 11 | |
| ภูมิลำเนา: | | | |
| กรุงเทพ/ภาคกลาง | 165 | 82.5 | *** |
| ภาคเหนือ | 6 | 3 | |
| ภาคใต้ | 6 | 3 | |
| ภาคตะวันออก | 8 | 4 | |
| ภาคอีสาน | 8 | 4 | |
| ภาคตะวันตก | 7 | 3.5 | |
| รวม: | 200 | 100 | |

*** หมายถึง ค่าความถี่สูงสุด

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือผลการวิจัยที่ได้จาก ตารางที่ 1 ซึ่งเป็นผลการตอบแบบสอบถามผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ด้านข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65 และเพศชายร้อยละ 35 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นผู้มีสถานภาพโสดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.5 แต่งงานแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.5 และสถานภาพหย่าร้างคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 31.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-25 คิดเป็นร้อยละ 21.5 อายุ 36-40 คิดเป็นร้อยละ 10.5 อายุ 46-50 คิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 26-35 คิด

เป็นร้อยละ 9 และอายุ 41-45 คิดเป็นร้อยละ 8.5 **ระดับการศึกษา**ส่วนมากเป็นต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 51 ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 42.5 แลผู้ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 6.5 **ด้านอาชีพ**ของผู้ตอบส่วนมากประกอบอาชีพอิสระคิดเป็นร้อยละ 52.5 เป็นเจ้าของกิจการคิดเป็นร้อยละ 29.5 พนักงานเอกชนคิดเป็นร้อยละ 11 และอาชีพรับราชการคิดเป็นร้อยละ 7 **รายได้**ส่วนมากของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รายได้ 21,000-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11 และรายได้ 31,000-40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5 และ**ภูมิภาค**เนาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมาจากกรุงเทพ/ภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 82.5 มาจากภาคอีสานและภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 4 ภาคตะวันตกคิดเป็นร้อยละ 3.5 และมาจากภาคเหนือและภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 2 ผลการตอบแบบสอบถามด้านผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565

| ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | ค่าเฉลี่ย (X) | ค่า SD |
|--|------------------|--------------|-----------------|---------------|---------------|--------|
| | ไม่เห็นด้วย (1) | เห็นด้วย (2) | เห็นด้วยมาก (3) | มากที่สุด (4) | | |
| 1.ผลกระทบด้านสังคม | | | | | | |
| 1.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้วิถีชีวิตของชาวบ้านเปลี่ยนไป | 28 | 64 | 31 | 77 | 2.78 | .55 |
| 1.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น | 7 | 40 | 56 | 97 | ***3.21 | .49 |
| 1.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้ชาวบ้านตื่นตัวด้านการศึกษา | 8 | 70 | 42 | 80 | 2.97 | .51 |
| 1.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้ชาวบ้านมีความสุขมากขึ้น | 8 | 58 | 41 | 93 | **3.09 | .54 |
| 1.5 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมยหรือยาเสพติด | 160 | 29 | 7 | 4 | *1.27 | .55 |

| | | | | | | |
|--|-----|----|----|-----|---------|-----|
| 2.ผลกระทบด้านวัฒนธรรม | | | | | | |
| 2.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้มีนักท่องเที่ยวมา เยี่ยมชมวัดในจังหวัด สมุทรสงครามมากขึ้น | 2 | 29 | 52 | 117 | ***3.42 | .38 |
| 2.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ ประเพณี และการละเล่นของ ท้องถิ่น | 4 | 45 | 49 | 102 | *3.24 | .32 |
| 2.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ อาหารไทย ทั้งคาวและหวาน | 3 | 35 | 47 | 115 | 3.37 | .55 |
| 2.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ ภูมิปัญญาไทย เช่น งาน ศิลปหัตถกรรม การสร้าง ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และ ยาสมุนไพร | 2 | 30 | 55 | 113 | **3.40 | .59 |
| 3.ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ | | | | | | |
| 3.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดเศรษฐกิจ หมุนเวียน | 3 | 36 | 45 | 116 | *3.37 | .38 |
| 3.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการจ้างงาน เพิ่มขึ้น | 2 | 37 | 41 | 120 | **3.40 | .44 |
| 3.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการขยายตัว ของสินค้าท้องถิ่น | 2 | 37 | 45 | 116 | *3.37 | .45 |
| 3.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการกระจาย รายได้ของชาวบ้าน | 3 | 29 | 51 | 117 | ***3.41 | .32 |
| 4.ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม | | | | | | |
| 4.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิด | 103 | 54 | 21 | 22 | ***1.81 | .44 |

| | | | | | | |
|---|-----|----|----|-----|---------|-----|
| สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 | | | | | | |
| 4.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) เช่น เชื้อ COVID19 เชื้อไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ต่าง ๆ หรือเชื้อฝีดาษลิง | 129 | 41 | 20 | 10 | **1.55 | .58 |
| 4.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดสภาวะโลกร้อน | 141 | 37 | 18 | 4 | *1.42 | .65 |
| 4.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาทำให้เกิดปัญหาต่อการจัดวางภูมิทัศน์ | 135 | 37 | 21 | 7 | 1.50 | .51 |
| 5. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านสังคม | | | | | | |
| 5.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 5 | 30 | 53 | 112 | *3.36 | .44 |
| 5.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 1 | 30 | 54 | 115 | **3.41 | .45 |
| 5.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 2 | 24 | 49 | 125 | ***3.48 | .55 |
| 6. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านวัฒนธรรม | | | | | | |
| 6.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิ | 1 | 36 | 44 | 119 | *3.40 | .51 |

| | | | | | | |
|--|---|----|----|-----|---------|-----|
| ปัญหา เพื่อร่วมกันพัฒนาการ ท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา ให้ยั่งยืน | | | | | | |
| 6.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อร่วมกันพัฒนาการ ท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา ให้ยั่งยืน | 2 | 25 | 46 | 127 | ***3.49 | .54 |
| 6.3 ควรมีการทำความร่วมมือ ระหว่างชุมชน ภาคเอกชน วิชา และภาครัฐ เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 3 | 34 | 36 | 127 | **3.43 | .59 |
| 7. แนวทางการจัดการ ท่องเที่ยวยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ | | | | | | |
| 7.1ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯใน ชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการในการ กำหนดราคาสินค้าให้เป็น ธรรมต่อผู้บริโภค เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 5 | 34 | 41 | 120 | *3.38 | .44 |
| 7.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ ผู้ประกอบการ ในด้านการ บริหารจัดการธุรกิจ เพื่อ ร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว ของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 5 | 30 | 42 | 123 | **3.41 | .39 |
| 7.3 ควรมีการทำความร่วมมือ ระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 1 | 32 | 37 | 130 | ***3.48 | .32 |

| | | | | | | |
|--|---|----|----|-----|---------|-----|
| 8. แนวทางการจัดการ ท่องเที่ยวยั่งยืนด้าน สิ่งแวดล้อม | | | | | | |
| 8.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯใน ชุมชนด้านการรักษา สิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มรักษ์ อัมพวา หรือชมรมป้องกัน โรคติดต่อ เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 5 | 28 | 37 | 130 | **3.46 | .44 |
| 8.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการ ในด้าน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การ ดูแลสุขภาพอนามัย และการ ป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | 3 | 26 | 36 | 135 | ***3.51 | .56 |
| 8.3 ควรมีการทำความร่วมมือ ระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนา สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ อัมพวาให้เกิดการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | 4 | 29 | 39 | 128 | 3.45 | .59 |
| 8.4 ควรมีบทลงโทษที่ชัดเจน ในกรณีที่มีการกระทำที่ก่อ ความเสื่อมโทรมของ สภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ อัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือ ฝุ่น PM | 7 | 32 | 33 | 128 | *3.41 | .44 |

*** หมายถึง ค่าคะแนนสูงสุด

** หมายถึง ค่าคะแนนสูงลำดับที่สอง

* หมายถึง ค่าคะแนนต่ำสุด

***เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล ดังนี้**

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.99 คะแนน แปลความหมายว่า ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.00-2.99 คะแนน แปลความหมายว่า เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 3.00-3.99 คะแนน แปลความหมายว่า เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 4.00 คะแนน แปลความหมายว่า เห็นด้วยมากที่สุด

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือผลการวิจัยที่ได้จากตารางที่ 2 ซึ่งเป็นผลการตอบแบบสอบถามด้านผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อ**ผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา**ด้าน**สังคม**ว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้นคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 แปลความหมายว่า**เห็นด้วยมาก** แต่มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.27 แปลความหมายว่า **ไม่เห็นด้วย** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา**ด้านวัฒนธรรม**ว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 แปลความหมายว่า**เห็นด้วยมาก** และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและยาสมุนไพร คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 แปลความหมายว่า**เห็นด้วยมาก** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา**ด้านเศรษฐกิจ**ว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการกระจายรายได้ของชาวบ้าน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 แปลความหมายว่า**เห็นด้วยมาก** และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 แปลความหมายว่า**เห็นด้วยมาก** และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา**ด้านสิ่งแวดล้อม**ว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 แปลความหมายว่า **ไม่เห็นด้วย** และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) เช่น เชื้อ COVID19 เชื้อไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ต่าง ๆ หรือเชื้อฟิลาเรียคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.55 แปลความหมายว่า **ไม่เห็นด้วย** ส่วน**แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565** ด้าน**สังคม**พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นว่าควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก** และควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 แปลความหมายว่า**เห็นด้วยมาก** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อ**แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านวัฒนธรรม** ว่าควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก** และควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน วัด และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อ**แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ** ว่าควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก**และควรมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก** และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อ**แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม** ว่าควรมีการให้ความรู้แก่ ชุมชน

ผู้ประกอบการ ในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดูแลสุขอนามัย และการป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก** และควรมีการจัดตั้งองค์กรในชุมชนด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มรักษ์อัมพวา หรือชมรมป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 แปลความหมายว่า **เห็นด้วยมาก**

ตารางที่ 3: สรุปผลการถอดเทปการตอบแบบสัมภาษณ์ด้านแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565

| ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ | ประเภทของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ | สรุปผลการถอดเทปการตอบแบบสัมภาษณ์ |
|------------------------|----------------------------|---|
| 1 | หน่วยงานภาครัฐ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและเทศบาล 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการให้ความรู้ 3. บทลงโทษทางสังคม หรือปรับ |
| 2 | หน่วยงานภาครัฐ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือกันทั้งทางชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ |
| 3 | หน่วยงานภาครัฐ | <ol style="list-style-type: none"> 1. การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ 2. การร่วมมือกันทางภาคเอกชน และภาครัฐ |
| 4 | หน่วยงานภาครัฐ | <ol style="list-style-type: none"> 1. การทำงานร่วมกันหรือการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ และเอกชน 2. การประชาสัมพันธ์ 3. มาตรการป้องกันโรคติดต่อ 4. ใช้กฎระเบียบ |
| 5 | ผู้นำชุมชน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือกันของชุมชน เทศบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. การใช้กฎระเบียบทางสังคม |
| 6 | ผู้นำชุมชน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือกันของชุมชน เทศบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. การใช้กฎระเบียบทางสังคม |
| 7 | ผู้นำชุมชน | <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 2. ความร่วมมือกันกับผู้มีส่วนได้เสีย 3. การใช้กฎระเบียบทางสังคม |
| 8 | ผู้นำชุมชน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาครัฐ หรือผู้มีส่วนได้เสีย 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. การใช้กฎระเบียบทางสังคม |

| | | |
|----|----------------------------------|--|
| 9 | ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้กฎระเบียบและการการปรับ 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. ความร่วมมือระหว่างชุมชนกับทางหน่วยงานภาครัฐ |
| 10 | ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 2. ใช้กฎหมายมาปรับ 3. ใช้กฎระเบียบสังคม |
| 11 | ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้กฎระเบียบทางสังคม 2. ใช้ความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและภาครัฐ หรือผู้มีส่วนได้เสีย 3. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 4. ใช้กฎหมายปรับ |
| 12 | ผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. การทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. การใช้กฎระเบียบทางสังคม |
| 13 | ผู้ค้าขายบริเวณ ตลาดน้ำอัมพวา | <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้ความร่วมมือกันระหว่างชุมชนกับภาครัฐ หรือผู้มีส่วนได้เสีย 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ |
| 14 | ผู้ค้าขายบริเวณ ตลาดน้ำอัมพวา | <ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้กฎระเบียบ 2. ใช้ความร่วมมือระหว่างชุมชนกับทางหน่วยงานภาครัฐ |
| 15 | ผู้ค้าขายบริเวณ ตลาดน้ำอัมพวา | <ol style="list-style-type: none"> 1. การประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จัก 2. ใช้ความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ 3. การใช้กฎระเบียบหรือกฎหมาย |
| 16 | ผู้ค้าขายบริเวณ ตลาดน้ำอัมพวา | <ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้การทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. มาตรการความปลอดภัยด้านโรคโควิด |
| 17 | นักท่องเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือกันของคนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า กับภาครัฐ 2. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ 3. การใช้มาตรฐานความสะอาด |
| 18 | นักท่องเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. ความร่วมมือกันของทุกคน ไม่ว่าจะเป็พ่อค้าแม่ค้า คนที่อยู่บริเวณนี้หรือภาครัฐ 2. การประชาสัมพันธ์ 3. การรักษาความปลอดภัยในการแพร่กระจายของโรค |
| 19 | นักท่องเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้มาตรฐานความปลอดภัยทางการแพร่กระจายโรคและมาตรฐานสะอาดของผู้ค้าขาย 2. การใช้กฎระเบียบทางสังคม 3. การใช้แคมเปญ |
| 20 | นักท่องเที่ยว | <ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ความร่วมมือกันของคนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า กับภาครัฐ |

| | | |
|--|--|--|
| | | 2. ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ |
| | | 3. การใช้มาตรฐานการป้องกันโรคและมาตรฐานความสะอาด |

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือผลการวิจัยที่ได้จากตารางที่ 3 ซึ่งเป็นผลการสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ของตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้-ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน โดยแบ่งผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือตัวแทนของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐจำนวน 5 คน มีความคิดเห็นโดยสรุปเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ว่าควรมีความร่วมมือกันระหว่างชุมชน เอกชน และภาครัฐ ในการวิจัยนี้คือเทศบาลตำบลอัมพวา ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน เช่นด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ควรมีบทลงโทษทางสังคม หรือปรับ โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ตอบแบบรวม ๆ กันถึงแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 และควรมีมาตรการป้องกันโรคติดต่อในกรณีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่ 2 คือตัวแทนของผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน มีความคิดเห็นโดยสรุปเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ว่าควรใช้ความร่วมมือกันของชุมชน เทศบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสีย ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องราวและข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา และควรใช้กฎระเบียบทางสังคมเพื่อสร้างกฎระเบียบร่วมกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ตอบแบบรวมกันถึงแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งบางครั้งไม่อาจแยกการจัดการเป็นด้าน ๆ มิได้ และยังคงต้องใช้วิธีการที่ร่วมกันแบบผสมผสานจึงจะสำเร็จไม่สามารถใช้วิธีการเดียวได้

กลุ่มที่ 3 คือตัวแทนของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 5 คน มีความคิดเห็นโดยสรุปเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ว่า ควรใช้ความร่วมมือกันระหว่างชุมชนและภาครัฐ หรือผู้มีส่วนได้เสียเพื่อร่วมมือกันทำงาน จัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ใช้กฎหมายมาปรับเพื่อให้คนที่ทำผิดกฎหมายไม่กล้ากระทำอีก และใช้กฎระเบียบสังคมกำหนดระเบียบร่วมกัน ตัวแทนของกลุ่มนี้ตอบคำถามโดยภาพรวม คือในการที่จะหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ขอตอบโดยภาพรวม และกล่าวว่าการที่จะแก้ปัญหาหรือหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องอาศัยวิธีการแบบผสมผสานกัน

กลุ่มที่ 4 คือตัวแทนของผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 5 คน มีความคิดเห็นโดยสรุปเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ว่าการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จัก การใช้ความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ การใช้กฎระเบียบหรือกฎหมาย และมาตรการความปลอดภัยด้านโรคโควิด น่าจะเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกลุ่มบุคคลที่ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ตอบข้อคำถามแบบรวมกันตอบเกี่ยวกับแนวทางการจัดการด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม แต่ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กลุ่มนี้มีความเห็นที่ต่างจากกลุ่มที่ 1, 2, และ 3 ในประเด็นของการป้องกันโรคระบาดที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2562 เนื่องจากกลุ่มผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวาต้องพบปะกับบุคคลมากมายอาจ

เกิดปัญหาเรื่องการติดเชื้อแบบกลุ่ม (Cluster) และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กลุ่มนี้ตอบคำถามแบบภาพรวมมิได้แยกด้านต่าง ๆ ให้เกิดความชัดเจน

กลุ่มที่ 5 คือตัวแทนของนักท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำอัมพวาจำนวน 5 คน มีความคิดเห็นโดยสรุปเกี่ยวกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ว่าการใช้ความร่วมมือกันของคนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า กับภาครัฐ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การใช้แคมเปญ การใช้กฎระเบียบทางสังคม การใช้มาตรฐานการป้องกันโรคและมาตรฐานความสะอาด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กลุ่มนี้มีความเห็นที่คล้ายคลึงกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กลุ่มที่ 5 ในประเด็นของการป้องกันโรคระบาดที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2562 เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความกังวลในการเดินทางท่องเที่ยวที่พบกับบุคคลมากมายอาจเกิดปัญหาเรื่องการติดเชื้อโควิด และยังคงคำนึงถึงมาตรฐานความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสภาพแวดล้อมและมาตรฐานความสะอาดของการปรุงอาหาร และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์กลุ่มนี้ตอบคำถามแบบภาพรวมมิได้แยกด้านต่าง ๆ โดยตอบแบบองค์รวม

4.5 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจากตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ผลสรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวามีผลกระทบทางบวกทางด้านสังคมโดยทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้นและไม่ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด ส่วนผลกระทบด้านด้านวัฒนธรรมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวามีผลดีต่อการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมโดยทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมาก และทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาด้านเศรษฐกิจว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจชุมชน คือทำให้เกิดการกระจายรายได้ของชาวบ้านและทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ส่วนผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมในด้านน้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 และไม่ทำให้เกิดการแพร่ กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) ส่วนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ด้านสังคม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการมีความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐและควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน ในด้านของแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านวัฒนธรรม ควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญา และควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน วัด และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน ความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ เห็นว่าควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ และควรมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ควรมีการให้ความรู้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการ ในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การ

ดูแลสุขอนามัย และการป้องกันโรคติดต่อ และควรมีการจัดตั้งองค์กรฯในชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มรักษ้ำอัมพวา หรือชมรมป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ผลสรุปว่า ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มตอบแบบสัมภาษณ์แบบภาพรวมถึงแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ดังนี้ 1) ใช้ความร่วมมือกันระหว่างชุมชน เอกชน และภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสีย 2) ใช้สื่อประชาสัมพันธ์อาจใช้แคมเปญจากภาครัฐและการให้ความรู้ 3) ควรมีบทลงโทษทางสังคมหรือกฎระเบียบสังคม 4) บังคับใช้กฎหมายเพื่อปรับ 5) ใช้มาตรการป้องกันโรคติดต่อและมาตรฐานความสะอาด ในกรณีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

งานวิจัย “แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (Sustainable Tourism Management Guidelines after Thailand Reopening 2022: Amphawa Floating Market, Samut Songkram)” มีบทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

5.1.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

5.1.2 เพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 ประชากรในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

5.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว

5.3 วิธีดำเนินการวิจัย

5.3.1 การกำหนดปัญหาและความสำคัญ

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้เข้าใจสถานการณ์ โควิด 2019 ปี พ.ศ. 2562 ซึ่งตลาดน้ำอัมพวามีมาตรการป้องกันความปลอดภัยด้านโรคติดต่อ ตามนโยบายภาครัฐเพื่อให้ห่างไกลโควิด ๆ โดยนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการต้องสวมหน้ากากอนามัย จัดให้มีจุดบริการเจล แอลกอฮอล์ และจุดล้างมือ และมีการเช็คอินไทยชนะ อย่างไรก็ตามก็ตีกฎระเบียบและมาตรการรักษาความปลอดภัยของภาครัฐที่เคร่งครัดก็ยังไม่เพียงพอในการสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในประเทศไทยให้มีการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยลดน้อยลง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 ตามแผนกลยุทธ์ยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 คือ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน สามารถปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพ

สามารถปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้พึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศ มีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจมากขึ้น และการท่องเที่ยวไทยต้องมีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในทุกมิติ คือชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ควรมีการจัดการให้เอื้อต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน คนในชุมชน ๆ มีอาชีพสามารถพึ่งตนเองได้ เสริมสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เพิ่มช่องทางการทำให้ผู้ประกอบการของชุมชนแข็งแกร่ง สร้างค่านิยมให้สมาชิกชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรมไทยในด้านศิลปะ ด้านหัตถกรรม และด้านอาหารไทย สร้างความเป็นเอกภาพในสังคม สร้างเสริมเครือข่ายความร่วมมือทางวัฒนธรรมให้กับชุมชนกับนักท่องเที่ยว และพัฒนาสภาพแวดล้อม การป้องกันการรักษามาตรฐานความปลอดภัย และพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5.3.2 การศึกษาความเป็นไปได้

หลังจากศึกษาสภาพปัญหาและความสำคัญแล้ว ผู้วิจัยทำการรวบรวมและสรุปประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยศึกษาผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามโดยผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์แล้วว่า ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ควรมีความครอบคลุมตามหัวข้อ ต่อไปนี้

1. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสังคม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านวัฒนธรรม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ดังหัวข้อคำถามต่อไปนี้

หัวข้อคำถามของแบบสอบถาม:

1. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสังคม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านวัฒนธรรม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4. ผลกระทบและแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

คำถามในการสัมภาษณ์:

1. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสังคม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการชุมชน และชาวบ้าน)

2. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร)
3. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่)
4. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการกรณีที่มีการกระทำที่ก่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM หรือกรณีเกิดโรคติดต่อแบบกลุ่ม Cluster ในพื้นที่)

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

5.4.1 ลงภาคสนามเก็บข้อมูลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 200 คน โดยใช้วันที่ลงพื้นที่เป็นตัวกำหนดการสุ่มตัวอย่าง และสัมภาษณ์เดียวกับผู้มีส่วนได้-เสียในการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 20 คน ใช้วิธีจัดการสุ่มตัวอย่างผู้ตอบการสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้วันที่ลงพื้นที่เป็นตัวกำหนดการสุ่มตัวอย่าง และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เพื่อแปลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS

5.4.2 นำแบบสัมภาษณ์มาถอดเทป เพื่อสรุปและแปลผลวิจัย ผู้วิจัยทำการถอดบทสัมภาษณ์โดยใช้หมายเลขผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แทนการใส่ชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ถือเป็นความลับ

5.5 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจากตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้-ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน สรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวามีผลกระทบทางบวกทางด้านสังคมโดยทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้นและไม่ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด ส่วนผลกระทบด้านด้านวัฒนธรรมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวามีผลดีต่อการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมโดยทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมาก และทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความเห็นต่อผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจชุมชน คือทำให้เกิดการกระจายรายได้ของชาวบ้านและทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ส่วนผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความเห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

ในด้านน้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 และไม่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) ส่วนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ด้านสังคม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นว่า**ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐและควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชน**เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน ในด้านของแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**ด้านวัฒนธรรม** ควรมีการ**ให้ความรู้แก่ชุมชน**ด้านประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญา และ**ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน วัด และภาครัฐ** เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน ความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**ด้านเศรษฐกิจ** เห็นว่าควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ และควรมีการ**ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ**ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**ด้านสิ่งแวดล้อม** ควรมีการ**ให้ความรู้แก่** ชุมชน ผู้ประกอบการ ในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดูแลสุขอนามัย และการป้องกันโรคติดต่อ และควรมีการจัดตั้งองค์กรฯในชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มรักษ่อัมพวา หรือชมรมป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากตัวแทนกลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ผลสรุปว่า ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มตอบแบบสัมภาษณ์แบบภาพรวมถึงแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ดังนี้ 1) **ใช้ความร่วมมือกันระหว่างชุมชน เอกชน และภาครัฐ** หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสีย 2) **ใช้สื่อประชาสัมพันธ์อาจใช้แคมเปญจากภาครัฐและการให้ความรู้** 3) **ควรมีบทลงโทษทางสังคมหรือกฎระเบียบสังคม** 4) **บังคับใช้กฎหมายเพื่อปรับ** 5) **ใช้มาตรการป้องกันโรคติดต่อและมาตรฐานความสะอาด** ในกรณีแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

5.6 อภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยว่า การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีผลกระทบทางบวกหรือมีผลดีต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา ทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของชาวบ้านและไม่ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมากขึ้นและทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการกระจายรายได้ของชาวบ้านและทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ในด้านน้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 และไม่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม โดยการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา ก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกหรือผลดีต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิมล ภู่านาค (2558) ธนัชชา ฤทธิเดช (2558) และชานนท์ (2561) โดยงานวิจัยของวรณวิมลกล่าวไว้ว่า “กิจกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ด้านเศรษฐกิจ

พบว่าชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านสังคมและวัฒนธรรมพบว่า มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น” ธนัชชาสุรบุว่า “ผลกระทบของการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาอยู่ในระดับดี เนื่องจากจากรายได้ส่วนมากของชุมชนมาจากนักท่องเที่ยว และตลาดน้ำอัมพวามีลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับดีในเรื่องของร้านอาหารริมคลอง ร้านขายของที่ระลึก วัด โบสถ์คริสต์และโบราณสถาน ทำให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ” และผลการศึกษาของชานนท์พบว่า “การจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่บางกะเจ้ามีความสอดคล้องต่อการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในพื้นที่ ประชาชน และเครือข่ายภาคีต่าง ๆ เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนและประสานงาน การวางแผน ประชุมหารือร่วมกัน โดยเน้นการพัฒนา 3 ด้าน คือด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาในทุก ๆ ด้านของชุมชน” และการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยสรุปแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาอย่างยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ดังนี้ 1) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างชุมชน เอกชน และภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสีย 2) ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมจากภาครัฐและการให้ความรู้ 3) ใช้บทลงโทษทางสังคมหรือกฎระเบียบสังคม 4) บังคับใช้กฎหมายเพื่อปรับ 5) ควรใช้มาตรการป้องกันโรคติดต่อและมาตรฐานความสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุคคลต่าง ๆ เช่น มอสเวเต้และคณะ (Moswete and Friends 2008) พรุ่งทิพย์ กิติศรีปัญญา (Kitisripanya, 2014) และ กวินพัฒน์ (2565) **ในด้านความร่วมมือกันระหว่างชุมชน เอกชน และภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสีย** โดยมอสเวเต้และคณะ และพรุ่งทิพย์ กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียของชุมชน (Stakeholders’ Involvement) และพลังขับเคลื่อนของชุมชนโดยที่ชุมชนมีต้นทุนทางสังคมที่ดีและมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ส่งผลสูงสุดต่อรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในบริเวณพื้นที่นั้นได้” และกวินพัฒน์ ศึกษาปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสรุปว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมทำให้เกิดความยั่งยืนในด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีคิดเป็นค่าเฉลี่ย = 3.97 **ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมจากภาครัฐและการให้ความรู้** พาวเวล และแฮม (Powell & Ham, 2008) กล่าวว่าว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ณ เกาะกาลาปากอส ประเทศเอกวาดอร์ เป็นวิธีการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่งผลตอบแทนที่ดีต่อชุมชน และสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมได้ มาริออนและเรดด์ (Marion & Reid 2007) ศึกษาโดยใช้ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ข้อความว่า “จากไปโดยไม่ทิ้งร่องรอยไว้ข้างหลัง (Leave No Trace)” สรุปว่าทฤษฎีการสื่อสารเป็นวิธีที่สามารถปลูกจิตสำนึกของคนในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประกาศ จุลสาร แผ่นพับ และวิดีโอ โดยทำให้จำนวนขยะลดลงและสามารถลดความยากลำบากในการดูแลอุทยานแห่งชาติทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมได้ และการศึกษาของบัวผืน และคณะ (2562) ศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนพุมเรียง โดยการสร้างสื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook Page โดยใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และเข้าใช้งานเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนนี้มากที่สุดซึ่งอาจทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในชุมชนพุมเรียง **ด้านการบังคับใช้กฎหมายเพื่อปรับ** งานวิจัยของธอร์นตัน และคณะ (Thornton and Friends, 2005) และแม็คไบริ

(McBride, 2012) กล่าวคล้ายกันว่าการจ่ายค่าปรับ และการเพิ่มค่าปรับในการกระทำการผิดกฎหมายต่อสิ่งแวดล้อมทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหลังจากการเสียค่าปรับ และมีแนวโน้มที่จะไม่กระทำความผิดอีกในครั้งต่อไป ซึ่งวิธีนี้ถ้าบังคับใช้จริงจังกับผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยว จะทำให้ตลาดน้ำอัมพวาเกิดการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ในด้านการใช้มาตรการป้องกันโรคติดต่อและมาตรฐานความสะอาด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นสิ่งดีที่ผู้มีส่วนได้-เสีย กลุ่มบุคคลผู้รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการจัดการการให้บริการ และการจัดการท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา ควรปฏิบัติอย่างเคร่งครัดเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการที่นักท่องเที่ยวจะเข้าใช้บริการ ณ ตลาดน้ำอัมพวา หลังการเปิดประเทศ พ.ศ. 2565

5.7 ข้อเสนอแนะ

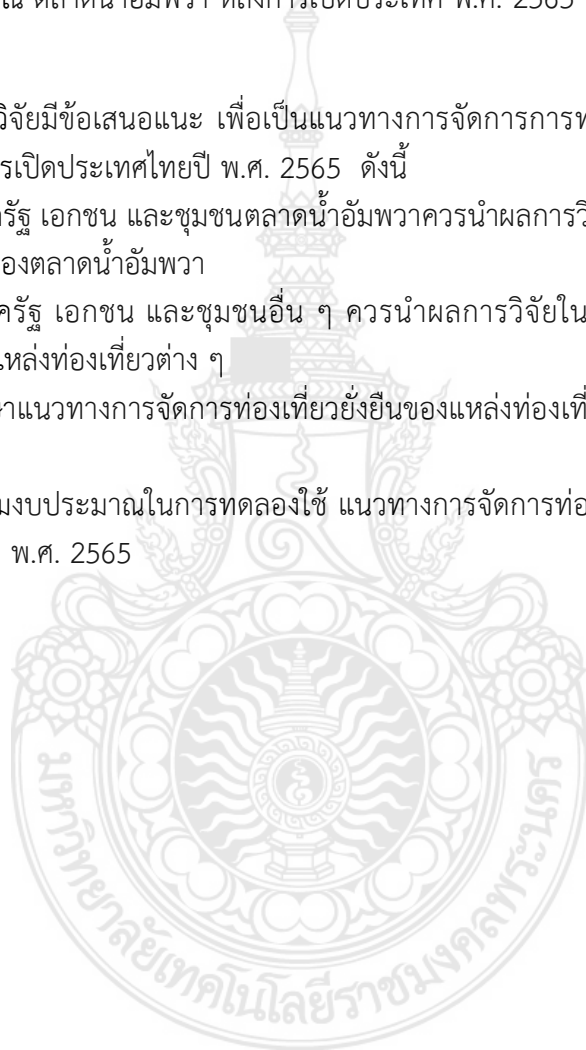
การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา และสถานที่อื่นอย่างยั่งยืน หลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 ดังนี้

5.7.1 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนตลาดน้ำอัมพวาควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปทดลองใช้เพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดการยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา

5.7.2 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่น ๆ ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปทดลองใช้เพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดการยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

5.7.3 ควรมีการศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ หลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565

5.7.4 ภาครัฐควรเพิ่มงบประมาณในการทดลองใช้ แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา หลังการเปิดประเทศไทยปี พ.ศ. 2565



บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2557) *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรมประชาสัมพันธ์. (2566). ททท.ขับเคลื่อนกลยุทธ์มุ่งตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ คาดสร้างรายได้สู่ตลาดในประเทศ 880,000 ล้านบาท. จาก: <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG230606134419426>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (มปป). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. จาก: Chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mots.go.th/download/Research/ProjectToPromoteSustainableTourism.pdf.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *มาตรฐาน SHA มาตรฐานเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ New Normal*. จาก: <https://thai.tourismthailand.org/Articles/sha-2>.
- กวิณพัฒน์ เลิศพงษ์มณี. (2565). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *Thai Journal Online*. 19-33. จาก: file:///C:/Users/dell/Downloads/2.%E0%B8%81%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B9%8C+%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%A8%E0%B8%9E%E0%B8%87%E0%B8%A9%E0%B9%8C%E0%B8%A1%E0%B8%93%E0%B8%B5+(19-33)+OK%20(2).pdf.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (มปป). *ตลาดน้ำอัมพวา*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2565. จาก: <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A7%E0%B8%B2>.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2566. จาก: https://drive.google.com/file/d/12-qp4UFjmLakks2_UW3ux2SB8bh_Umpg/view.
- จิระนันท์ ซัยรัตนคำโรจน์ และพภััสสรณ์ วรภัทร์ธีระกุล. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน จังหวัดน่าน. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*. 6(11). 259-276.

ชานนท์ นัยนา. (2561). *การจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน กรณีศึกษาบางกะเจ้า*. (การค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท)

สำนักบริหารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นนท์ณพร กิติศรีปัญญา สิริพร ป่องกงลาด และกรรณิการ์ บุรพาพิชิตภักย์. (2561). กลยุทธ์ในการยกระดับตลาดนางเลิ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร พระนคร. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 3(2). 45-54.

บัวผิน โตทรัพย์ พวงเพชร ชูรินทร์ จิตติมา จ้อยเจือ และ โอศก ศรีสวัสดิ์. (2562). การศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนพุ่มเรียง อำเภอไชยา จังหวัด สุราษฎร์ธานี. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*. 13(3). 190-220.

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

ปัทมา โกเมนทร์จำรัส. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารช่อพะยอม*. 30(2). 249-258.

เพื่อนชุมชน. (มปป). ความหมายของการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงสิ่งแวดล้อม. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2566. จาก:

<https://www.community.or.th/blog/2022/03/03/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%A2%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B7/>.

ราชกิจจานุเบกษา. (2558). *พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558*. จาก:

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tmc.or.th/pdf/covid-19_02-110363.PDF.

วรรณวิมล ภู่านาค. (2558). ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา.

วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 26(1). 63-74.

ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัส โควิด 2019. (2565). *คำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัส โควิด 2019 (โควิด 19) ที่ ๙/๒๕๖๕ เรื่องแนวปฏิบัติตามข้อกำหนดต่อตามความในมาตรา ๙ แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พศ ๒๕๔๘ (ฉบับที่ ๒๕) ลงวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๕* สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2565. จาก:

<https://www.moicovid.com/wpcontent/uploads/2022/05/%E0%B8%A1%E0%B8%970230-%E0%B8%A73020%E0%B8%A5%E0%B8%A7.30%E0%B9%80%E0%B8%A1.%E0%B8%A2.65%E0%B9%81%E0%B8%88%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B8%A1.%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%94-%E0%B8%89.44.pdf>.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานয়กรัรัฐมนตรี. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ*

- สังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2566. จาก:
file:///C:/Users/dell/Downloads/Plan13_Final.pdf.
- สุเทพ สุดเอี่ยม, สุภาภรณ์ โสภา, สุขุษา นุ่นทอง และอำพล ปัญญา. (2565). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*. 2 (4). 74-94.
- เสกสรร สนวา, สุพัฒนา ศรีบุตรดี, พงศ์สวัสดิ์ ราชจันทร์ และ นภัสภรณ์ ภูวตานนท์ ณ มหาสารคาม. (2563). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวิถีของคนในชุมชน. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*. 4 (1). 259-276.
- Brown T J, Ham S H & Hughes, M. (2010). Picking up litter: an application to influence tourist behavior in protected area. *Journal of Sustainable Tourism*. 18(7). 879-900.
- Creswell J W. (2009) *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. SAGE Publications. London.
- Dipietro R B, Crews T B, Gustafson C & Strick S. (2012) The Use of Social Networking Sites in the Restaurant Industry: Best Practices. *Journal of Foodservice Business Research*. 15(3). 265-284.
- Driml S & Common M. (1996). Ecological economic criteria for sustainable tourism: Application to the Great Barrier Reef and Wet Tropical World Heritage Areas, Australia. *Journal of Sustainable Tourism*. 4(1). 3-16.
- Freeman R E. (1984) *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Pitman. Boston.
- Gray B. (1989). *Collaborating: Finding Common Ground for Multi Party Problems*. Jossey Bass. San Francisco.
- Kitisripanya P. (2014) *A Strategy to Combat the Environmental Degradation of Tarutao National Park*. (Doctoral Degree Thesis). Central Queensland University, Australia.
- Liu W, Vogt C A, Luo J, He, G, Frank K A & Liu J. (2012). Drivers and Socioeconomic Impacts of Tourism Participation in Protected Areas. *PLOS ONE*. 7(4) viewed 18 August 2023, www.plosone.org.
- Lozano C A & Vicente M M. (2010). University Teaching of Communication Theory in Europe and Latin America. *Revista Latina de Comunicacion Social*. 65(2). 255-265.
- Mariam S B & Simpson E L. (1995). *A Guide to Research for Educators of Adults and Trainers*. Krieger Publishing Company. Florida.
- Marion J L & Reid S E. (2007). Minimising Visitor Impacts to Protected Areas: The Efficacy of Low Impact Education Programs, *Journal of Sustainable Tourism*. 15(1) 5-27.
- Mc Bride' C. (2012). Making Pollution Inefficient Through Empowerment. *Ecology Law Quarterly*.

- 6(39). 405-438.
- Moswete N, Thapa B, Toteng E N and Mbaiwa J E. (2008). Resident Involvement and Participation in Urban Tourism Development: A Comparative Study in Maun and Gaborone, Botswana. *Urban Forum*. 15(1). 381-394.
- Okello M M & Yerian S. (2009). Tourist Satisfaction in Relation to Attractions and Implications for Conservation in Protected Areas of the Northern Circuit, Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism*. 17(5). 605 - 625.
- Powell R B & Ham S H. (2008). Can Ecotourism Interpretation Really Lead to Pro- Conservation Knowledge, Attitudes and Behaviour?, Evidence from the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism*. 16(4). 467- 489.
- Sawhney P, Kobayashi M, Takahshi M, King P N and Mori H. (2007). Participation of Civil Society in Management of Natural Resources. *International Review for Environmental Strategies*. 7(1). 117-132.
- Sheehan L, Brent R J R, & Hudson S. (2007). The Destination Promotion Triad: Understanding Asymmetric Stakeholder Interdependencies Among the City, Hotels, and DMO. *Journal of Travel Research*. 46(1). 64-74.
- Stone W. (2010). Measuring Social Capital: Towards a Theoretically Informed Measurement Framework for Researching Social Capital in Family and Community, *Australian Institute of Family Studies*, XL Printing, Australia.
- Thornton D, Gunningham N A and Kagan R A. (2005). General Deterrence and Corporate Environmental Behaviour. *LAW&POLICY*. 27(2). 262-288.
- Trier C & Maiboroda O. (2009). The Green Village project: A Rural Community's Journey towards Sustainability. *Local Environment*. (14)8. 819-831.
- Valadbigi A & Ghobadi S (2010). Sustainable Development and Environmental Challenges. *European Journal of Social Sciences*. vol. 13. no. 4. pp. 542-549.
- Woodland, M & Acott, T G (2007). Sustainability and Local Branding in England's South Downs. *Journal of Sustainable Tourism*. vol. 15. No. 6. pp. 715-734.
- World Commission on Environment and Development. (1987). Sustainable Development Concept. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. From: Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf.
- World Tourism Organization. (2004). Definition of Sustainable Tourism Development. accessed August, 4, 2010. http://www.worldtourism.org/frameset/frame_sustainable.html.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม:



แบบสอบถามเรื่อง: แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม

ชื่อผู้วิจัย: อาจารย์ ดร.นันทพร กิติศรีปัญญา อาจารย์อรพร พุทธพงษ์ และอาจารย์ภูรี กาญจนากาศ

คำอธิบาย: แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็นสองส่วน **ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และ **ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาผลกระทบ และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขอความอนุเคราะห์ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษา และข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยให้แก่บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้ทำการวิจัย

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล

เพศ: ชาย หญิง

สถานภาพ: โสด แต่งงานแล้ว หย่าร้าง

อายุ: 21-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี มากกว่า 50 ปี

ระดับการศึกษา: ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ: รับราชการ พนักงานเอกชน อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ

รายได้ (บาท)/เดือน: ต่ำกว่า 10,000 10,000-20,000 21,000-30,000

31,000-40,000 มากกว่า 40,000

ภูมิภาค: กรุงเทพฯ/ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคอีสาน ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเพื่อศึกษาผลกระทบ และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทย

พ.ศ. 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

| ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม | ระดับความคิดเห็น | | | | หมายเหตุ |
|--|------------------|----------|-------------|-----------|----------|
| | ไม่เห็นด้วย | เห็นด้วย | เห็นด้วยมาก | มากที่สุด | |
| 1.ผลกระทบด้านสังคม | | | | | |
| 1.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้วิถีชีวิตของชาวบ้านเปลี่ยนไป | | | | | |
| 1.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น | | | | | |
| 1.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้ชาวบ้านตื่นตัวด้านการศึกษา | | | | | |
| 1.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้ชาวบ้านมีความสุขมากขึ้น | | | | | |
| 1.5 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดปัญหาสังคมต่อชุมชน เช่น การลักขโมย หรือยาเสพติด น้อยลง | | | | | |
| 2.ผลกระทบด้านวัฒนธรรม | | | | | |
| 2.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดในจังหวัดสมุทรสงครามมากขึ้น | | | | | |
| 2.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณี และการละเล่นของท้องถิ่น | | | | | |
| 2.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์อาหารไทย ทั้งคาวและหวาน | | | | | |
| 2.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย เช่น งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร | | | | | |
| 3.ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 3.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดเศรษฐกิจ หมุนเวียน | | | | | |
| 3.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการจ้าง งานเพิ่มขึ้น | | | | | |
| 3.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการ ขยายตัวของสินค้าท้องถิ่น | | | | | |
| 3.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาทำให้เกิดการ กระจายรายได้ของชาวบ้าน | | | | | |
| 4. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 4.1 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ทำให้เกิด สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM 2.5 | | | | | |
| 4.2 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ให้เกิดการ แพร่กระจายของโรคติดต่อแบบเป็นกลุ่ม (Cluster) เช่น เชื้อ COVID19 เชื้อไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ต่างๆ หรือเชื้อ ฝีดาษลิง | | | | | |
| 4.3 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่เกิดสภาวะ โลกร้อน | | | | | |
| 4.4 การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาไม่ให้เกิดปัญหา ต่อการจัดวางภูมิทัศน์ | | | | | |
| 5. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านสังคม | | | | | |
| 5.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนเพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 5.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาการ ท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 5.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ อัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 6. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านวัฒนธรรม | | | | | |
| 6.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อร่วมกัน พัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 6.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาด น้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 6.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน วัตถุประสงค์ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 7. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ 7.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการในการกำหนดราคาสินค้าให้เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 7.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 7.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 8. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม 8.1 ควรมีการจัดตั้งองค์กรฯ ในชุมชนด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มรักษ้อัมพวา หรือชมรมป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 8.2 ควรมีการให้ความรู้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการ ในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดูแลสุขภาพอนามัย และการป้องกันโรคติดต่อ เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาให้ยั่งยืน | | | | | |
| 8.3 ควรมีการทำความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวาให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | | | | | |
| 8.4 ควรมีบทลงโทษที่ชัดเจนในกรณีที่มีการกระทำที่ก่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM | | | | | |



แบบสัมภาษณ์เรื่อง: แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม

ชื่อผู้วิจัย: อาจารย์ ดร.นนท์ณพร กิติศรีปัญญา อาจารย์อรพร พุทธพงษ์ และอาจารย์ภูรี กาญจนากาศ

คำอธิบาย: แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หลังการ

เปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ขอความอนุเคราะห์ท่านกรุณา

ตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษา และข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผยให้แก่บุคคล

อื่นที่ไม่ใช่ผู้ทำการวิจัย

1. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสังคม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการชุมชน และชาวบ้าน)
2. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย งานศิลปหัตถกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และยาสมุนไพร)
3. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่)
4. ท่านคิดว่าแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ควรเป็นเช่นไร (ยกตัวอย่าง เช่น ในด้านการจัดการกรณีที่มีการกระทำที่ก่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา เช่น น้ำเสีย ขยะ หรือฝุ่น PM หรือกรณีเกิดโรคติดต่อแบบกลุ่ม Cluster ในพื้นที่)

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. ผู้วิจัยหลัก

ชื่อ: นางสาวนันทณพร กิติศรีปัญญา Miss Nonnaporn Kitisripanya

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน: 3-1007-0072

ตำแหน่งปัจจุบัน: อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เวลาที่ใช้ทำวิจัย: 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

86 ถนนพิษณุโลก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ โทร 02-635-2088

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: วิชาเอกภาษาอังกฤษ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน

ปริญญาโท: สาขาการมัธยมศึกษา กลุ่มการสอนภาษาอังกฤษ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญาเอก: Doctor of Professional Studies (Tourism), Central Queensland University (Sydney), Australia

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ: สาขาวิชาการท่องเที่ยว / การสอนภาษาอังกฤษ

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ:

-หัวหน้าโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร ที่เรียนด้วยการสอนแบบมุ่ง

ประสบการณ์ภาษารูปแบบที่ 2 ปีการศึกษา 2546 ตีพิมพ์ในวารสารการวิจัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พ.ศ. 2548

-หัวหน้าโครงการวิจัยเรื่องกลยุทธ์ในการยกระดับตลาดนางเลิ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ปีการศึกษา 2560 ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2561

-หัวหน้าโครงการวิจัยเรื่องความต้องการเปิดหลักสูตรปริญญาโท คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัยมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ตีพิมพ์ปี 2564

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว:

-การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร ที่เรียนด้วยการสอนแบบมุ่งประสบการณ์ภาษารูปแบบที่ 2 ปีการศึกษา 2547

-กลยุทธ์ในการยกระดับตลาดนางเลิ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ปีการศึกษา 2560

-ความต้องการเปิดหลักสูตรปริญญาโท คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ปีการศึกษา 2566

2. ผู้วิจัยรอง

ชื่อ: นางสาว อรพร พุทธพงษ์ Miss Oraporn Puttpong

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน: 3 1006 0232 [REDACTED]

ตำแหน่งปัจจุบัน: อาจารย์ประจำสาขาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ

เวลาที่ใช้ทำวิจัย: 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 86 ถนนพิษณุโลก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ โทร 02-635-2088

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: Bachelor of Business Administration, International Business, University of Texas, Arlington, Texas, USA

ปริญญาโท: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ: การสอนภาษาอังกฤษ ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว: ไม่มี

ชื่อ: นายภูรี กาญจนากาศ Mr. Puree Kanchanakas

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน: 310230042 [REDACTED]

ตำแหน่งปัจจุบัน: อาจารย์ประจำสาขาศึกษาทั่วไป หัวหน้ากลุ่มวิชาภาษาต่างประเทศ

เวลาที่ใช้ทำวิจัย: 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 86 ถนนพิษณุโลก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ โทร 02-635-2088

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: ศบ. (จิตรกรรม)

ปริญญาโท: ศศ.ม. (ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ)

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ: การสอนภาษาอังกฤษ ภาษาอังกฤษเพื่องานแปล

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว: ไม่มี

COA No. 0024/2023
NREC No. 0023/2023



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่าย มหาวิทยาลัยนเรศวร
Naresuan University - Network of Research Ethics Committee
99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 เบอร์โทรศัพท์ 05596 8637

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่าย มหาวิทยาลัยนเรศวร ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

| | |
|--------------------|--|
| ชื่อโครงการ | : แนวทางการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนหลังการเปิดประเทศไทยปี 2565 ของตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม |
| Study Title | : Sustainable Tourism Management Guidelines after Thailand Reopening 2022: Amphawa Floating Market, Samut Songkram |
| ผู้วิจัยหลัก | : นางสาวนันทพร กิติศรีปัญญา |
| ผู้ร่วมวิจัย | : นางสาวอรพร พุทธิพงษ์ นายภูรี กาญจนากาศ |
| สังกัดหน่วยงาน | : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร |
| วิธีทบทวน | : แบบเร่งรัด (Expedited Review) |
| รายงานความก้าวหน้า | : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี |

เอกสารรับรอง

1. AF 01-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
2. AF 02-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
3. AF 03-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
4. AF 04-10 เวอร์ชัน 2.0 วันที่ 26 เมษายน 2566
5. AF 05-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
6. สรุปโครงการเพื่อการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เวอร์ชัน 2.0 วันที่ 26 เมษายน 2566
7. โครงการวิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
8. ประวัติผู้วิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
9. เครื่องมือการวิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566
10. งบประมาณโดยย่อ เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 16 มีนาคม 2566

ลงนาม

(นายแพทย์สมบูรณ์ ต้นสุขสวัสดิกุล)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค
มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันที่รับรอง : 8 มิถุนายน 2566

วันหมดอายุ : 8 มิถุนายน 2567



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่าย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
Naresuan University - Network of Research Ethics Committee
99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 เบอร์โทรศัพท์ 05596 8637

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณาถ้ามี) แบบสัมภาษณ์ และหรือแบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนครสวรรค์เท่านั้น
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใดๆ ต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs)
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน ไม่เกิน 30 วัน ก่อนไปรับรองหมดอายุ
6. หากผู้วิจัยส่งรายงานความก้าวหน้าหลังไปรับรองหมดอายุ และยังไม่ได้รับรองฉบับใหม่ ผู้วิจัยจะต้องหยุดดำเนินการวิจัยส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับอาสาสมัครใหม่ นับตั้งแต่หลังวันไปรับรองหมดอายุจนกว่าจะได้รับไปรับรองฉบับใหม่
7. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

* รายชื่อของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ (ชื่อและตำแหน่ง) ที่เข้าร่วมประชุม ณ วันที่พิจารณารับรองโครงการวิจัย (หากร้องขอล่วงหน้า)



ไม่มีเนื้อหาจากต้นฉบับ

