

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย
จังหวัดราชบุรี

Guidelines for Sustainable Tourism Management of Oh Poi Market,
Ratchaburi Province

บุษราคัม กลั่นน้ำทิพย์¹ อัญชัญ ตันตเทศ²
Busarakhum Klunnumthip, Unchun Tuntates

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทพื้นที่และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโอ๊ะป่อย 2) ศึกษาความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งทำการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดโอ๊ะป่อย จำนวน 9 คน ผลการวิจัย พบว่า ตลาดโอ๊ะป่อยเกิดจากอุดมการณ์และแนวคิดความยั่งยืน โดยนำจุดเด่นของธรรมชาติมาผสมผสานกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง ตลาดโอ๊ะป่อยเกิดจากความร่วมมือของหลายภาคส่วน สินค้าที่จำหน่ายจะเป็นสินค้าชุมชนและอาหารพื้นถิ่นของชาวกะเหรี่ยง มีการจัดการรักษาคุณภาพและบริการให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ ภายใต้แนวคิดลดขยะให้เหลือศูนย์ (Zero Waste) โดยการงดใช้โฟมและพลาสติก สร้างความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และปลูกฝังความศรัทธาต่อพุทธศาสนาผ่านกิจกรรมการตักบาตรพระล่องแพ โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.51) และมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมบริการในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.51) ด้านแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ควรสืบสานและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริม

Received: 2023-06-16 Revised: 2023-07-05 Accepted: 2023-07-06

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Master of Arts Program Integrated Tourism Management Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University Corresponding Author e-mail: busarakhum.klannamthip@gs.wu.ac.th

² อาจารย์ประจำคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

ทักษะพื้นฐานให้กับคนในชุมชน พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในภาษาต่างประเทศ และส่งเสริมการจัดการขยะมูลฝอย เพื่อให้เกิดการจัดการตลาดโอ๊ะป่อยสู่ความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ (Keywords): แนวทางการจัดการ; การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน; ตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย

Abstract

The purposes of this study were: 1) Study the context of the area and study the sustainable tourism management of Oh Poi market. 2) Study tourist opinions to composition of tourist attraction and satisfaction of tourists. 3) To suggest guidelines for sustainable tourism management in Oh Poi market, Ratchaburi Province. This study were mixed methods research. The research tools were questionnaires by collecting from 385 tourists and semi-structured interview. from the key informants were 9 stakeholders who related to manage Oh Poi market, The results showed that: Oh Poi market has established from the concept of sustainability. by bringing the strengths of abundant nature combining with the culture and the way of life of the Thai-Karan people. Moreover, the market was also established by cooperation of many sectors. The products were community products and local food of the Karen people. There was a management system to maintain the quality and service to meet the standards consistently based on the concept of Zero Waste. by refraining from using foam and plastic. Furthermore, there was an encouragement of tourists to learn and be aware of environmental conservation and instill faith in Buddhism through activities. Overall, The results showed that tourists agreed with the attraction component at the highest level ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.51) and were satisfied with the service environment at the highest level ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.51) As for sustainable tourism management, It was found that should continue and propagate the local arts and culture of the Karen people through continuous tourism activities. It should be promote basic skills for everyone in the community. and develop public relation materials in foreign languages and promote solid waste management to achieve sustainable management of the Oh Poi market.

Keywords: Management guidelines; Sustainable tourism; Oh Poi market

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญ โดยรายได้ทางการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจกว่าหนึ่งในสามของมูลค่าการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวไทยมีชื่อเสียงติดระดับโลก ทั้งในด้านความงดงามของทัศนียภาพ ทรัพยากรทางการ

ท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและมีความเป็นเอกลักษณ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก ด้านรายได้และปริมาณนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ยังไม่ตอบโจทย์ในด้านความยั่งยืนและยังคงพบปัญหาในหลายด้าน อาทิ เช่น การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลัก ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ความเสื่อมโทรมของทรัพยากร และปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

จากวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลก ปัญหาภาวะโลกร้อน ปรากฏการณ์เรือนกระจก มลพิษทางอากาศ หรือมลพิษจากขยะ สิ่งเหล่านี้ได้กระตุ้นให้หลายประเทศเกิดความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม และต้องการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น (ยุทธการ ไวยอาภา, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ในยุทธศาสตร์ที่กล่าวถึง การมุ่งพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2565 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดราชบุรี มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวราว 1,615,977 คน หรือรายได้ประมาณ 1,907.08 ล้านบาท (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดราชบุรี, 2565) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวของภูมิภาคภาคกลาง ในชื่องาน “เมืองรองภาคกลางศิริไลซ์” ภายใต้แนวคิด “More River Legacy วิถีเมืองรองภาคกลาง” ที่ต้องการนำเสนออัตลักษณ์ทางอารยธรรมลุ่มแม่น้ำ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรอง เกิดการกระจายรายได้และเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (พีรณัฐ พรนิเสน, 2564) จังหวัดราชบุรีเป็น 1 ใน 7 เมืองรองของภาคกลางที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความหลากหลายของประชากรกว่า 8 ชาติพันธุ์ (จิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562) ซึ่งตลาดโอ๊ะป่อยเป็นหนึ่งในตลาดชุมชนที่นำวิถีชีวิตและทุนทางทรัพยากรของชุมชนมาผสมผสานกับวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น (ปิรันธ์ ชิมโชติ, 2563)

ตลาดโอ๊ะป่อยหรือตลาดเช้าริมธาร ตั้งอยู่ในตำบลตะนาวศรี อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ตลาดแห่งนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือของบวร ผู้ประกอบการและภาครัฐท้องถิ่น มีอุดมการณ์ที่มุ่งให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด ลดขยะให้เหลือศูนย์ (Zero Waste) คือ การออกกฎระเบียบ งดใช้โฟมและพลาสติก และการให้บริการเก็บขยะ โดยตลาด

โอะปอยได้นำจุดเด่นของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงมาสร้างอัตลักษณ์ผ่านการจำหน่ายอาหารพื้นถิ่น สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การแต่งกายด้วยผ้ากะเหรี่ยงทอมือ และการนำคังดังที่เป็นสัญลักษณ์ในประเพณีช่งทะเล้งมานำเสนอภาพลักษณ์ของตลาด นอกจากนี้ยังได้นำเสนอกิจกรรมที่ส่งเสริมความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา คือ กิจกรรมการตักบาตรพระล่องแพ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทำให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง (วรปรัชญ์ ศรีศัตรมัตย์, 2563) ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปจนขีดความสามารถ ส่งผลต่อการรองรับและการให้บริการอย่างทั่วถึง กระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้สภาพแวดล้อมในชุมชน วิถีชีวิตของคนในสังคมท้องถิ่นเกิดการเปลี่ยนแปลง แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม อันเนื่องมาจากมลพิษทางน้ำ อากาศ และปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการจัดการของตลาดวิถีชุมชนโอะปอย เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเสนอแนะแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดวิถีชุมชนโอะปอย จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดวิถีชุมชนโอะปอย จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลาดวิถีชุมชนโอะปอย จังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interviews)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดวิถีชุมชนโอะปอย จังหวัดราชบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอกแรน (W.G. Cochran, 1977) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 การวิจัยครั้งนี้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (ธีราพร ทองปัญญา, 2561) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดโอ๊ะป่อย จำนวน 9 ท่าน ได้แก่ ตัวแทนสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวสวนผึ้ง พัฒนาการท่องเที่ยว ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2 คณะทำงาน และตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้าและกิจกรรม

3. เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน 1) ประชากรศาสตร์ 2) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ 4) ข้อเสนอแนะ นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องกับข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Items Objective Congruency: IOC) เท่ากับ 0.89 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองเก็บข้อมูล (Try-Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งวิจัยฉบับนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.977 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ, 2564)

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เรื่อง การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน

4. การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ การแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในเดือนมีนาคม 2566

การวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 9 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ในวันที่ 5-6 มีนาคม พ.ศ. 2566

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ตลาดโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรี วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ข้อมูลด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการวิเคราะห์ใจความสำคัญที่สอดคล้องและทำการพรรณนาความเรียง

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้ทฤษฎีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศหญิง	248	64.42
อายุ 25-34 ปี	163	42.34
การศึกษาระดับปริญญาตรี	234	60.78
ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล	164	42.60
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน	137	35.58
รายได้ 20,001-30,000 บาท	118	30.65

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.42 มีช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.34 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.78 ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 42.60 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.58 และมีรายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.65

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.630	เห็นด้วยมาก
กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	4.38	0.561	เห็นด้วยมากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.17	0.634	เห็นด้วยมาก
สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว	4.44	0.510	เห็นด้วยมากที่สุด
การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	4.25	0.597	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.25	0.481	เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.481) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.44,

S.D. = 0.510) ได้แก่ บรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพและทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์สวยงาม เป็นอันดับแรก ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.561) ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รองลงมา ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.597) ได้แก่ มีร้านขายของที่ระลึกที่แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.634) ได้แก่ มีบริการเก็บขยะและรับฝากขยะได้ทุกร้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.630) ได้แก่ ถนนในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ผลิตภัณฑ์บริการ	4.42	0.557	พึงพอใจมากที่สุด
ราคาบริการ	4.33	0.556	พึงพอใจมากที่สุด
สถานบริการ	4.38	0.576	พึงพอใจมากที่สุด
การส่งเสริมแนะนำการบริการ	4.10	0.729	พึงพอใจมาก
ผู้ให้บริการ	4.43	0.572	พึงพอใจมากที่สุด
สภาพแวดล้อมบริการ	4.52	0.516	พึงพอใจมากที่สุด
กระบวนการบริการ	4.30	0.614	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.35	0.512	พึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.512) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมบริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.516) ได้แก่ บริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความร่มรื่นและมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เป็นอันดับแรก ด้านผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.572) ได้แก่ พ่อค้าและแม่ค้าภายในแหล่งท่องเที่ยวให้บริการด้วยความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยที่ดี รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์บริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.557) ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ในการดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว รองลงมา ด้านสถานบริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.576) ได้แก่ การปรับตกแต่งร้านค้าและบริเวณ

สถานที่ท่องเที่ยวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
รองลงมา ด้านราคาบริการมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.556) ราคาสินค้า
และของที่ระลึกมีความเหมาะสมและมีความคุ้มค่า รองลงมา ด้านกระบวนการบริการมีระดับความ
พึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.614) ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการจำหน่ายสินค้า
อาหารและเครื่องดื่ม และด้านการส่งเสริมแนะนำการบริการมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.10$,
S.D. = 0.729) ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การศึกษาบริบทพื้นที่และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ ตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อย จังหวัดราชบุรี สามารถแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลาดโอ๊ะป่อยเกิดขึ้นมาจากอุดมการณ์และ
แนวคิดความยั่งยืน ต้องการมุ่งเน้นการพัฒนาแต่คงความดั้งเดิมของธรรมชาติ พื้นที่ตั้งของตลาด
โอ๊ะป่อยมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ พื้นที่โดยรอบปกคลุมไปด้วยต้นไม้ใหญ่ ให้บรรยากาศ
ร่มรื่น มีแม่น้ำลำภาชีเป็นแม่น้ำสายหลัก ตลาดโอ๊ะป่อยได้นำเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มชาติ
พันธุ์กะเหรี่ยงมานำเสนอ โดยการนำเอาคังคังหรือโยแมงมุมสีส้มต่าง ๆ ที่ใช้ในประเพณีท้องถิ่น (ซึ่ง
ทะเลเต็ง) มาตกแต่งบริเวณร้านค้า นำไม้ไผ่มาทำเป็นแคร่ที่นั่งริมลำธาร ใต้ต้นไม้และที่นั่งภายในตลาด
เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อน ซึ่งสื่อถึงชื่อของตลาด “โอ๊ะป่อย” ที่มาจากภาษากะเหรี่ยงแปลว่า
พักผ่อน อีกด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และสินค้าที่จำหน่ายจะเป็นสินค้าชุมชนที่มีการผสมผสานระหว่าง
ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนกับธรรมชาติหรือวัตถุดิบของท้องถิ่น เช่น อาหารพื้นถิ่นของชาว
กะเหรี่ยงจะใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน สินค้าและของที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดจำหน่ายใน
ราคาย่อมเยา การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการแต่งกายด้วยผ้าทอกะเหรี่ยงของพ่อค้าแม่ค้า
นอกจากนี้ตลาดโอ๊ะป่อยยังมีแนวคิดในการมุ่งปลูกฝังและเน้นการสืบทอดวัฒนธรรม ปลูกฝังให้คน
ในชุมชนและนักท่องเที่ยวเกิดความศรัทธาต่อพุทธศาสนาผ่านกิจกรรม “การตักบาตรพระล่องแพ”
เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นถึงศักยภาพของพื้นที่ วัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน
โดยการนำไม้ไผ่มาทอเป็นแพ เพื่อให้พระสงฆ์จากวัดป่าท่ามะขามล่องแพออกมาบิณฑบาตรในยาม
เช้า กิจกรรมนี้จะจัดทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมการตักบาตร
พระล่องแพหนึ่งเดียวในประเทศไทย สามารถสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับตลาดวิถี
ชุมชนแห่งนี้ จนได้ชื่อว่า “ตลาดเช้าริมธาร” และได้รับเลือกเป็น “ชุมชนหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP
นวัตวิถีบ้านท่ามะขาม” สร้างชื่อเสียงให้กับตลาดโอ๊ะป่อยเป็นอย่างมาก

2. ด้านองค์กรชุมชน ตลาดโ๊ะป๋อยเกิดขึ้นจากความร่วมมือหลายภาคส่วน โดยมีบรรดา วัดป่าท่ามะขาม โรงเรียนบ้านท่ามะขาม และชุมชนบ้านท่ามะขาม เป็นผู้มีบทบาทหลัก มีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวสวนผึ้งเป็นหน่วยงานหลักที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนเริ่มแรกและระดมความคิดเห็นร่วมกับพัฒนาชุมชนสวนผึ้ง และผู้ประกอบการท้องถิ่นในการสร้างตลาดแห่งนี้ขึ้นมา การบริหารจัดการจะอยู่ภายใต้กฎระเบียบและการควบคุมของคณะกรรมการตลาด โดยมีการสร้างข้อตกลงร่วมกัน เพื่อชี้แจงถึงกฎระเบียบก่อนการเข้ามาจำหน่ายสินค้าภายในตลาด ทุกร้านค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด ซึ่งทุกร้านค้าจะต้องจำหน่ายสินค้าไม่ซ้ำกัน เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้น อีกทั้งจะมีการประชุมร่วมกันทุกวันอาทิตย์หลังตลาดปิด เวลา 14.00 น. ทุกร้านค้าจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วมประชุม เพื่อรับฟังปัญหาและหารือร่วมกัน โดยจะใช้หลักประชาธิปไตย เปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และใช้วิธีการยกมือโหวตเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นประชาติ

3. ด้านการจัดการ การบริหารจัดการภายในตลาดโ๊ะป๋อย เริ่มมาจากแนวคิดความยั่งยืน และต้องการกระตุ้นให้เกิดรายได้กับคนในชุมชนและอำเภอสวนผึ้ง ตลาดได้มีการกำหนดและวางแผนหารือร่วมกันระหว่างคนในชุมชน พัฒนาการสวนผึ้ง รวมทั้งสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวสวนผึ้ง การดำเนินการภายในตลาดจะเป็นไปตามระบบ มีการจัดตั้งคณะกรรมการของตลาด ซึ่งแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน เช่น ด้านการจราจร รับ-ส่งนักท่องเที่ยว กิจกรรมตักบาตรพระล่องแพ เจ้าหน้าที่ร้านน้ำชุมชน และการดูแลร้านค้าต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีการกำหนดกฎระเบียบและแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน การจำหน่ายสินค้าจะต้องไม่ใช่โฟมโดยเด็ดขาด ลดการใช้พลาสติก และลดการใช้ภาชนะที่จะทำให้เกิดขยะน้อยที่สุด มีการจัดการขยะแยกขยะประเภทขวดน้ำ และมีจุดเด่น คือ ทุกร้านค้าจะมีป้ายรับฝากขยะ และบริการเก็บขยะจากเด็กในชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยวิธีนี้ต้องการสร้างวินัยและสร้างจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวในการร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อม

4. ด้านการเรียนรู้ ตลาดโ๊ะป๋อยมุ่งเน้นแนวคิดขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) โดยเริ่มตั้งแต่การปลูกฝังพ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ ตั้งแต่การออกกฎระเบียบและแนวทางการปฏิบัติ ร้านค้าได้นำทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่นมาใช้แทน เช่น การนำใบตองหรือภาชนะที่ย่อยสลายง่ายมาใช้แทนโฟมหรือพลาสติก รวมถึงกระบวนการแยกขยะ โดยการติดป้ายสื่อสารรักษ์สิ่งแวดล้อม ป้ายรณรงค์ห้ามดื่มสุราและดูดบุหรี่ อีกทั้งยังมีหน่วยงานจากภาครัฐและเอกชนได้ทำป้ายสื่อความหมายบอกเล่าเรื่องราวและวัฒนธรรม เช่น การบอกเล่ากิจกรรมการตักบาตรพระล่อง

แพ และป้ายสื่อสารบอกเล่าลายผ้าทอกะเหรี่ยง เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ และจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไป



ภาพที่ 1 ตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะปอย และ ภาพที่ 2 กิจกรรมการตกบาตรพระล่องแพ

ที่มา: ผู้วิจัย (2565) และ แนวหน้า (2562)

ส่วนที่ 3 เสนอแนะแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะปอย จังหวัดราชบุรี ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ส่งเสริมการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ สร้างองค์ความรู้และความเข้าใจกับคนในชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเหมาะสมให้คนในชุมชนมีบทบาทในการกำหนด วางแผนและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชน ส่งเสริมให้เยาวชนคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและมีจิตสำนึกในการรักบ้านเกิด การจัดทำแผนพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมในการเผยแพร่และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นผ่านกิจกรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นผู้นำกิจกรรมและเป็นภาคีเครือข่ายท้องถิ่นในการให้ข้อมูล และจัดตั้งศูนย์ให้บริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันผ่านเทคโนโลยี พัฒนาสื่อและป้ายสื่อความหมายในภาษาต่างประเทศ เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารและเผยแพร่สื่อวิดีโอให้มีความหลากหลายช่องทาง นอกจากนี้ควรดำเนินการเก็บสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโอ๊ะปอย และติดตามข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดโอ๊ะปอยให้มีความยั่งยืนต่อไป

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต

ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวควบคู่กับการคำนึงถึงวิถีชีวิต สังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในชุมชนให้สอดคล้องกับชุมชนท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์รักษิโลกจากไม้ไผ่ และของที่ระลึกที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของชุมชน รวมถึงขอความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อให้เกิดการสร้างอาชีพและกระจายรายได้แก่คนในชุมชน ผู้สูงอายุและเด็กในชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวสวนผึ้ง ทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่ทั้งนี้จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกินขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน ซึ่งตรงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ปี 2561-2580 ที่กล่าวถึงความยั่งยืน “การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญทางรายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม”

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม

ส่งเสริมกระบวนการจัดการนำเสนอสินค้าและกิจกรรมที่ส่งเสริมการเผยแผ่และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ ผ่านการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง เช่น การแสดงดนตรีพื้นเมือง การแสดงร้องเพลงกะเหรี่ยง การเป่าเขา การรำกะเหรี่ยง และภาษากะเหรี่ยง เป็นต้น รวมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายอาหารพื้นถิ่น เพื่อสร้างความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นในปัจจุบันตลาดไฮ้ะป่อยมีการนำเสนออาหารพื้นถิ่นไม่มากนัก ทำให้ไม่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากที่อื่น ควรเพิ่มการนำเสนออาหารพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง เช่น โพลั่วด้(แกงยอดมะพร้าว) เซออย่าเต่าโกเกะดู(ต้มปลาใส่ผักกูด) เซอโยเกอ(แกงปลาใส่ข้าวคั่ว) เซอฝ่ายซ่าซอ(ต้มไก่ใส่มะกอกป่า) เซอเงซ่าโท่ง(น้ำพริก) คุลาซุ(ตำบอนหวาน) ซะดะเบอะ(หมกผัก) และเซอฝาดู(แกงไก่ใส่หยวกกล้วย) เป็นต้น ทั้งนี้ควรนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างอัตลักษณ์ผ่านการนำเสนออาหารพื้นถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เพื่อสร้างเอกลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เปิดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นที่มีความแปลกใหม่และไม่สามารถหาทานได้ง่าย สร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าทางอาหารที่ผสมผสานเสน่ห์ทางด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชาวกะเหรี่ยงและทำให้ตลาดแห่งนี้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากที่อื่น

4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ เพิ่มการตระหนักรู้และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดย

ส่งเสริมกระบวนการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมการหมุนเวียนของทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายในตลาดมีการรณรงค์ห้ามใช้โฟมและพลาสติกที่จะก่อให้เกิดขยะที่ย่อยสลายยาก แต่พบว่าตลาดโอ๊ะป่อยมีขยะอินทรีย์ (Food Waste) ที่มาจากเศษอาหาร ผัก และผลไม้เป็นจำนวนมาก จึงควรดำเนินการแปรรูปขยะอินทรีย์ที่จะช่วยลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) และลดมลพิษจากขยะ โดยผ่านกระบวนการย่อยสลายในสภาวะไร้อากาศที่จะช่วยลดของเสียและสร้างพลังงานเชื้อเพลิง หรือการทำปุ๋ยหมัก เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับอำเภอสวนผึ้ง และสามารถลดปัญหาภาวะโลกร้อนอีกด้วย

5. ด้านบริการและความปลอดภัย

ส่งเสริมการจัดการด้านการบริการ ตลาดโอ๊ะป่อยได้ดำเนินการติดกล้องวงจรปิดทั่วบริเวณเพื่อส่งเสริมด้านความปลอดภัย แต่ควรกำหนดกฎระเบียบและความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยว ทำแผนรองรับในสถานการณ์ฉุกเฉินหรือกรณีภัยพิบัติทางธรรมชาติ และควรปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวผู้พิการ เพิ่มป้ายเตือนบริเวณพื้นที่เสี่ยงหรือพื้นที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุ บริเวณทางลาดหน้าทางเข้าตลาด และป้ายบอกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการตระหนักรู้ถึงความปลอดภัย

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ตลาดโอ๊ะป่อยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงที่โดดเด่น ตลาดโอ๊ะป่อยมีแนวคิดความยั่งยืน คนในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงที่ยังคงสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม ด้วยเหตุนี้จึงได้นำทุนทางทรัพยากรของชุมชนมาผสมผสานกับทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง มานำเสนอให้เห็นภายในตลาดโอ๊ะป่อย เช่น ผ้าทอกะเหรี่ยงพื้นเมือง อาหารพื้นถิ่น การเป่าเซิ้งสัตว์ และสินค้าที่ระลึกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้นำประเพณีท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ เช่น ประเพณีอั้งมีถ้อง ประเพณีบูชาต้นไม้ และประเพณีช่งทะเล้ง เป็นต้น มาออกแบบเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อมุ่งปลูกฝังให้เกิดความศรัทธาต่อพุทธศาสนาผ่านการทำกิจกรรม และเพื่อเชิดชูคุณค่าทางวัฒนธรรม สร้างความเป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับตลาดแห่งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมลวรรณ สุขไมตรี และ เยาวนาถ บางศรี (2565) พบว่า กาดฮิมน้ำพระยาทตเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นำเสนอวิถีชีวิตของชาวไทย-ยวน สระเบงูร์ ยังคงอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมที่ยังคงเอกลักษณ์เดิม สินค้าที่จำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีร้านค้าสร้างขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ ภายในพื้นที่ตกแต่งด้วยต้นไม้และโคมแขวน และมีการจัดแสดงศิลปะและวัฒนธรรมพื้นบ้านของชาวไทย-ยวน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภาวิณี กิตติวินิต (2564) พบว่า ชุมชนตำบลลิคมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน มีการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับกิจกรรมชุมชน และชุมชนได้ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่เสมอและมีการคงสภาพเดิมของวัฒนธรรมและประเพณีชุมชน ชุมชนมีการผลิตสินค้าโดยชุมชนและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น มีร้านขายของที่ระลึก ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.510) และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมบริการในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.516) เนื่องจากตลาดโอ๊ะป่อยได้นำจุดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ สวยงาม อาหารพื้นถิ่น วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงที่มีเสน่ห์มาสร้างเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และมีการจัดการร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกและรักษาสิ่งแวดล้อมบริเวณภายในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมษธาวิณ พลโยธี, สุทธาธิณี หนูเนียม, และ สุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ (2565) พบว่า ชุมชนบ้านนาป่าหนาดมีสิ่งดึงดูดใจและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศที่อุดมสมบูรณ์ มีความโดดเด่นของวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ เช่น ประเพณีวัฒนธรรม การแต่งกาย อาหาร การกิน ขนบธรรมเนียม การดำรงชีวิตประจำวันยังคงผูกพันกับประเพณี และความเชื่อ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ ไม่ทำลายและรบกวนสิ่งแวดล้อม

การเสนอแนะแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดวิถีชุมชนโอ๊ะป่อยพบว่า ตลาดโอ๊ะป่อยควรส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม ตั้งแต่การให้คนในชุมชนมีบทบาทในการกำหนด ตัดสินใจและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ส่งเสริมให้เยาวชนเป็นภาคีเทศน์ให้ข้อมูล นำกิจกรรมและถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม และประเพณี เพื่อให้เกิดการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนไม่ให้เลือนหาย ก่อให้เกิดความยั่งยืนทางด้านสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ สันธุ์ สโรบล (2546) ที่ได้กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องให้ชุมชนเป็นคนกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่ว่า ประชาชนในชุมชนต่างเป็นเจ้าของทรัพยากรของชุมชนร่วมกัน โดยการนำทรัพยากร ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นทุนในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเน้นประโยชน์ต่อคนในชุมชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดถนอม ต้นเจริญ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องให้สมาชิกและคนในท้องถิ่นมีหน้าที่และมีส่วนในการกำหนดการจัดการโดยชุมชน และให้ชุมชนได้มีส่วนเลือกกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของชุมชน และมีการจัดการรับผิดชอบต่อบริบท

นอกจากนี้ ตลาดโอ๊ะป่อยมีการดำเนินการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในพื้นที่ ตั้งแต่การออกกฎระเบียบในการควบคุมการใช้พื้นที่และบริการเก็บขยะ แต่ควรส่งเสริมกระบวนการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ โดยทำการแปรรูปขยะอินทรีย์ (Food Waste) ผ่านกระบวนการย่อย

สลายในสภาวะไร้อากาศที่จะช่วยลดของเสียและสร้างพลังงานเชื้อเพลิง หรือการทำปุ๋ยหมัก เพื่อลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) และลดมลพิษทางขยะ ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสวียน เปรมประสิทธิ์, สกิณา อินจินดา, และ สุภาพร พงศ์ธรพุกษ์ (2564) พบว่า การจัดการขยะมูลฝอยและขยะอินทรีย์ในภูทับเบิก มีกระบวนการจัดการที่ชัดเจน โดยทำการแปรสภาพ ย่อยสลายขยะ และนำกลับมาใช้หมุนเวียนในเกษตรกรรม ช่วยต่อยอด ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ สร้างคุณประโยชน์ ทำให้กระบวนการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ภาครัฐควรมีการรณรงค์ส่งเสริมและสร้างองค์ความรู้ เช่น การรวบรวมข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษรและทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้ตรงกับเทรนด์เทคโนโลยีในปัจจุบันเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การละเล่น ความเชื่อของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงสวนผึ้ง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และเพิ่มช่องทางการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

1.2 ควรพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพื่อรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงและสร้างความยั่งยืนทางด้านมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาและบริหารจัดการความยั่งยืนในด้านการจัดการขยะอินทรีย์และขยะมูลฝอยต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการปลูกฝังจิตสำนึกการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในพื้นที่อย่างแท้จริงและพัฒนาให้ตลาดโอท็อปเป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวตลาดวิถีชุมชนอย่างยั่งยืน

1.4 ส่งเสริมการจำหน่ายอาหารพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง เพื่อสร้างความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) และสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว

1.5 หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาและปรับปรุงป้ายบอกทาง และเพิ่มป้ายสื่อสาร รวมทั้งพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในตลาด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้พิการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งต่อไป ควรมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อสร้างแผนพัฒนาตลาดโอท็อปสู่ความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพต่อไป

2.2 ควรศึกษาวิจัยถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกิจกรรม เพื่อนำปัจจัยที่ได้ ส่งผลในการกำหนดนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติในการวางแผนและกำหนดทิศทางในการพัฒนาตลาดโอท็อปต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

W.G. Cochran. (1977). *Sampling Techniques* (2 Nd Ed.). New York: Wiley.

เมษธาวิณ พลโยธี, สุธาธิณี หนูเนียม, และ สุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 18(1), 1-25.

เสวียน เปรมประสิทธิ์, สกีนดา อินจินดา, และ สุภาพร พงศ์ธรพุกษ์. (2564). องค์ประกอบของขยะและแนวทางการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ประยุกต์, 2, 1-11.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2565 จาก: <https://api.tourismthailand.org>

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562). การท่องเที่ยวเมืองรอง : ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี. อินทนิลทักษิณสาร, 14(2), 39-60.

ธีราพร ทองปัญญา. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. วารสารสังคมศาสตร์, 48(2), 1-23.

นฤมลวรรณ สุขไมตรี และ ยาวนาถ บางศรี. (2565). กลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมไทย-ยวนของกาดฮิมน้ำพระยาตด ตำบลพระยาตด อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี. วารสารการจัดการภาครัฐและเอกชน, 4(2), 167-179.

ปรีณัฐ ชินโชติ. (2563). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กับกรณีศึกษา “โอ๊ะป่อย” ตลาดเช้าชาวกะเหรี่ยง. สืบค้น 6 มีนาคม 2566 จาก: <https://www.mots.go.th>

พีรณัฐ พรนิเสน. (2564). “เมืองรองภาคกลางศิวิไลซ์” แคมเปญกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยวใน 7 จังหวัดจาก ททท. สืบค้น 22 มิถุนายน 2566 จาก : <https://www.sanook.com/travel/1426181/>

ยุทธการ ไวยอาภา. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่: หจก.พลอยการพิมพ์.

วรปรัชญ์ ศรีคัตถมาตย์. (2563). ราชบุรี เปิดแล้วตลาดโอ๊ะป่อย สวนฝั่งหลังปิดนานจากสถานการณ์โรคโควิด-19. สืบค้น 15 มกราคม 2566 จาก

<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG200801145037069>

ศุภาวิณี กิตติวินิต. (2564). ความพร้อมและศักยภาพทรัพยากรที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตำบลลิ้น อำเภอมือง จังหวัดยะลา. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 16(1), 22-32.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดราชบุรี. (2565). รายการสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี. สืบค้น 22 มิถุนายน 2566 จาก :

<https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ratchaburi/index.php>

สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ.

เชียงใหม่: วนิดาเพรส.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขุนแตก จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 13(2), 1-24.