การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และการบริการนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย ในฐานะ “ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง จังหวัดสมุทรปราการ”

A Participatory Development of Community-Based Water Tourism Management Model to Promote Cultural Identity and Tourist Services: A Case Study of Wat Sriwaree Noi Community Floating Market as the “Three Bangs Cultural Market along Both Sides of the Canal, Samut Prakan Province”

วุฒิพงษ์ ทองก้อน (Wuthipong Thongkon)[1]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
Assistant Professor, Dr., Faculty of Liberal Arts, Huachiew Chalermprakiet University
E-Mail: Wuthipong.thong@gmail.com
รัตนา ทิมเมือง (Ratana Timmuang)[2]
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
Assistant Professor, Faculty of Communication Arts, Huachiew Chalermprakiet University
E-Mail: rattanatmm@gmail.com
Received: April 20, 2026, Revised: June 4, 2026, Accepted: June 10, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการจัด การท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย 2) พัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง จังหวัดสมุทรปราการ และ 3) ประเมินความพึงพอใจและการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ร่วมกับกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน วัด โรงเรียน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการเรือนำเที่ยว และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย การวิเคราะห์ SWOT การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย แบบสำรวจ และแบบประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 118 คน และผู้เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวจำนวน 46 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยมีจุดแข็งด้านวิถีชีวิตริมคลองที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และวิถีชุมชนได้อย่างโดดเด่น ขณะที่ข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่ การขาดนักเล่าเรื่องท้องถิ่นที่มีทักษะ ระบบประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ทั่วถึง และข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมทางน้ำ ผลการวิจัยได้นำไปสู่การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) กลไกการจัดการชุมชนและภาคีเครือข่าย 2) การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) การพัฒนานักเล่าเรื่องท้องถิ่น 4) การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว 5) การประชาสัมพันธ์และสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน และ 6) การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่าอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการดูแลต้อนรับ การจัดการกิจกรรม และการเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น สะท้อนว่ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นสามารถส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำอย่างยั่งยืนได้

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

Abstract

This research aimed to: 1) analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to the management of community-based water tourism at Wat Sriwaree Noi Community Floating Market; 2) develop a participatory community-based water tourism management model under the concept of "Khlong Voyage Tourism: Three Bangs Cultural Market along Both Sides of the Canal" in Samut Prakan Province; and 3) evaluate tourists' satisfaction and perception of local cultural identity after participating in the tourism activities. The study employed a mixed-methods research design integrated with Participatory Action Research (PAR), emphasizing the involvement of community enterprises, temples, schools, local leaders, boat operators, and local stakeholders. Research instruments included SWOT analysis, in-depth interviews, focus group discussions, surveys, and satisfaction assessment forms. The sample groups consisted of 118 tourists and 46 participants in the tourism activities. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data were analyzed through content analysis. The findings revealed that Wat Sriwaree Noi Community Floating Market possesses significant strengths in its authentic canal-side lifestyle and its potential to integrate religious, cultural, and community-based tourism experiences. However, important limitations were identified, including the lack of skilled local storytellers, insufficient tourism promotion, and environmental constraints related to waterway conditions. Based on these findings, the study developed a participatory community-based water tourism management model consisting of six key components: 1) community and stakeholder management mechanisms, 2) cultural tourism route design, 3) development of local storytellers, 4) tourist services and water safety management, 5) cultural identity communication and tourism promotion, and 6) participatory monitoring and evaluation. The evaluation results indicated that tourists' satisfaction was at a high to the highest level, particularly regarding hospitality, activity management, and local cultural learning experiences. The findings suggest that the developed model effectively strengthens community identity, enhances cultural tourism experiences, and contributes to the sustainable management of community-based water tourism.

Keywords: Community-Based Water Tourism Management, Participatory Tourism, Three Bangs Cultural Market along Both Sides of the Canal, Wat Sriwaree Noi Community Floating Market

บทนำ

การท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ กระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนฐานรากและส่งเสริมการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นที่ชุมชนริมคลองและลุ่มน้ำซึ่งสะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2018) ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากควบคู่กับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ขณะที่ Richards (2018) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันมิได้มุ่งเพียง

การเข้าชมสถานที่ หากแต่ให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์” และ “การมีส่วนร่วม” ของนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าของพื้นที่

ในอดีต คลองและลำน้ำมิได้เป็นเพียงเส้นทางคมนาคม แต่ยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่หล่อหลอมวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน เกิดเป็นตลาดน้ำ วัด โรงเรียน และกิจกรรมประเพณีที่สัมพันธ์กับสายน้ำอย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม ภายใต้กระแสการพัฒนาเมือง การขยายตัวของระบบคมนาคมทางบก และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ ส่งผลให้บทบาทของชุมชนทางน้ำหลายแห่งลดลงอย่างต่อเนื่อง จนนำไปสู่การสูญเสียคุณค่าทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2559)

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำได้รับความสนใจมากขึ้น ทั้งในฐานะเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนและกลไกในการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม ตลาดน้ำหลายแห่งได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาดังกล่าวในหลายพื้นที่กลับมุ่งเน้นด้านพาณิชยกรรมมากกว่าการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน ส่งผลให้เกิดปัญหาการเลียนแบบ การจัดการที่ไม่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น และการขาดความยั่งยืนในระยะยาว (Cohen, 2008a)

พื้นที่ “สามบางสองฝั่งคลอง” จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บางเสาธง บางปลา และบางโฉลง เป็นพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตทางน้ำ และทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ โดยเฉพาะตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางกิจกรรมทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชน อย่างไรก็ตาม การจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังขาดรูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ขาดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายอย่างแท้จริง และยังไม่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของ “ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง” ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม (Participatory Tourism Management) จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดย Pretty (1995) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่กระบวนการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์ จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและลดความขัดแย้งในการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น นอกจากนี้ แนวคิด Tourism Governance ยังชี้ให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น (Bramwell & Lane, 2021)

ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประสบการณ์เฉพาะถิ่น ความปลอดภัย และการท่องเที่ยวขนาดเล็กมากขึ้น (UNWTO, 2022) Richards (2021) อธิบายเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลังยุคโควิด-19 มีแนวโน้มเปลี่ยนจาก “การชมวัฒนธรรม” ไปสู่ “การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) และการสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-creation) ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน (Campos et al., 2020)

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และการบริการนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย จังหวัดสมุทรปราการ” จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ในเชิงวิชาการ งานวิจัยจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ การสร้างอัตลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ขณะที่ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยและชุมชนใกล้เคียง ตลอดจนเป็นต้นแบบให้แก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำอื่นที่มีบริบทใกล้เคียง อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคสำหรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” สามบาง สองฝั่งคลอง สมุทรปราการ

3) เพื่อประเมินความพึงพอใจและการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยบูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย จังหวัดสมุทรปราการ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมประเมินผล และร่วมถอดบทเรียน

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ จำนวน 15 คน ประกอบด้วย

1. ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำวัดศรีวารีน้อย จำนวน 4 คน
2. ผู้ประกอบการเรือนำเที่ยว จำนวน 1 คน
3. ผู้นำชุมชนและครูภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 3 คน
4. ผู้แทนวัดหัวคู้และวัดจรเข้ใหญ่ จำนวน 2 คน
5. ผู้แทนโรงเรียนวัดหัวคู้และโรงเรียนวัดศรีวารีน้อย จำนวน 2 คน
6. ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคีเครือข่าย จำนวน 3 คน

ผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวมีส่วนร่วมในกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการถอดบทเรียนร่วมกันในทุกระยะของโครงการ

1.2 กลุ่มตัวอย่างเพื่อสำรวจความต้องการนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย จำนวน 118 คน ใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)เกณฑ์การคัดเข้ากลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. มีอายุ 18 ปีขึ้นไป
2. สมัครใจให้ข้อมูลในการวิจัย
3. สามารถตอบแบบสอบถามได้ด้วยตนเอง

1.3 กลุ่มประเมินผลกิจกรรมท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม “เที่ยวท่องล่องคลอง” จำนวน 46 คน จากการจัดกิจกรรมจำนวน 7 ครั้ง ใช้วิธีเลือกแบบสมัครใจ (Voluntary Sampling)

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

การวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ระยะสำคัญ ดังนี้

ระยะที่ 1 เตรียมการวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สำรวจบริบทพื้นที่และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน
3. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 1 เพื่อกำหนดคณะทำงาน บทบาทหน้าที่ และแนวทางพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว
4. ร่วมสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวและออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

5. วางแผนพัฒนานักเล่าเรื่องท้องถิ่นและการบริการนักท่องเที่ยว

ระยะที่ 2 ดำเนินการวิจัย

1. สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ทดลองเส้นทางท่องเที่ยว
3. จัดประชุมกลุ่มย่อยและสัมภาษณ์เชิงลึก
4. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมท่องเที่ยว
5. ดำเนินกิจกรรม “เที่ยวท่องล่องคลอง” จำนวน 7 ครั้ง

ระยะที่ 3 ติดตามและประเมินผล

1. ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
2. ประชุมสะท้อนผลร่วมกับภาคีเครือข่าย
3. วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางปรับปรุงกิจกรรม

ระยะที่ 4 สรุปและถอดบทเรียน

1. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 3
2. ถอดบทเรียนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
3. สังเคราะห์องค์ความรู้และพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)
2. แนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Guideline)
3. แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม
4. แบบบันทึกการถอดบทเรียนกิจกรรม
5. แบบวิเคราะห์ SWOT Analysis

3.2 เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

1. แบบสำรวจความต้องการนักท่องเที่ยวเป็นแบบสอบถามจำนวน 14 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ
- ตอนที่ 2 ความต้องการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ
- ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความเหมาะสมด้านราคาและระยะเวลา จำนวน 2 ข้อ

ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

2. แบบประเมินความพึงพอใจหลังเข้าร่วมกิจกรรม

เป็นแบบสอบถามจำนวน 18 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ Best (1981)

4.51 – 5.00 = มากที่สุด

3.51 – 4.50 = มาก

2.51 – 3.50 = ปานกลาง

1.51 – 2.50 = น้อย

1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและเครื่องมือวิจัยทั้งหมดเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

จากนั้นคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC: Index of Item Objective Congruence) พบว่าเครื่องมือมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ ทั้งนี้ แบบประเมินความพึงพอใจเป็นแบบประเมินหลังเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Post-Activity Evaluation Form) ที่มุ่งสะท้อนความคิดเห็นและประสบการณ์เฉพาะหน้าของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัยจึงเน้นการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญและการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถาม มากกว่าการทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้ ดำเนินการระหว่างเดือนพฤษภาคม 2568 ถึงกุมภาพันธ์ 2569

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก
2. การประชุมกลุ่มย่อย
3. การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
4. การสังเกตแบบมีส่วนร่วมภาคสนาม
5. การถอดบทเรียนร่วมกับภาคีเครือข่าย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก

1.นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย จำนวน 118 คน

2.นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม "เที่ยวท่องล่องคลอง" จำนวน 46 คน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยสถิติดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยดำเนินการดังนี้

1. ถอดเทปและจัดระเบียบข้อมูล
2. จัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นสำคัญ
3. วิเคราะห์ ตีความ และสังเคราะห์ข้อค้นพบ
4. เปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งด้วยวิธี Triangulation
5. ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลร่วมกับภาคีเครือข่ายผ่านกระบวนการ Reflection และ Participatory Validation

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการสะท้อนผลร่วมกัน (Reflective Process) ระหว่างนักวิจัย ชุมชน และภาคีเครือข่าย เพื่อให้ข้อค้นพบมีความสอดคล้องกับบริบทจริงของพื้นที่ และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคสำหรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม ณ ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ ณ ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคสำหรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

จุดแข็ง (Strength)	**จุดอ่อน (Weakness)**
1. ประสบการณ์ “วิถีชีวิตริมคลองแท้” นักท่องเที่ยวได้เห็นบ้านเรือน วัด วิถีชีวิตจริง แตกต่างจากตลาดน้ำเชิงพาณิชย์ 2. คลองยังเป็นธรรมชาติเหมาะกับการพักผ่อน 3. เส้นทางล่องคลองสามารถเชื่อมวัดคือ วัดหัวคู้ วัดจรเข้ใหญ่ ตลาดเก่าหัวตะเข้และชุมชน เพิ่มคุณค่า “ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม” 4. ค่าเรือไม่สูง เข้าถึงได้ง่าย เหมาะกับครอบครัว คนวัยเกษียณ 5. สร้างรายได้ให้ชุมชน เช่น คนขับเรือ นักเล่าเรื่องท้องถิ่น พ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำฯ	1. นักเล่าเรื่องท้องถิ่นขาดทักษะและประสบการณ์ 2. ไม่มีป้าย/สื่ออธิบายจุดสำคัญระหว่างทาง นักท่องเที่ยว “ดูอย่างเดียว” ไม่ได้ “เข้าใจ” ต้องอาศัยคำอธิบายของนักเล่าเรื่องท้องถิ่นอย่างเดียว 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจยังไม่ทราบข้อมูลกิจกรรมขาดการประชาสัมพันธ์ 4. เรือนำเที่ยวนั่งไม่สะดวกสบาย ไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวสูงวัย 5. จุดถ่ายรูป/ไฮไลต์ยังไม่ชัดเจน ยังไม่มี “signature spot” ที่เป็นจุดขาย
Opportunities (โอกาส)	**Threats (อุปสรรค/ความเสี่ยง)**
1. เทรนด์ “Slow Tourism & Local Experience” นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ชอบ “ประสบการณ์แท้” มากขึ้น 2. พัฒนาเป็น “Cultural Storytelling Tour” เช่น เล่าเรื่องคลอง ประวัติชุมชน วิถีเกษตรกรรม เพิ่มมูลค่าจาก “นั่งเรือ” ไปสู่ “เรียนรู้” 3. ทำคอนเทนต์โปรโมตได้ง่าย คลิป TikTok / Reel ล่องคลอง ภาพสวย บรรยากาศดี มีโอกาสเป็นกระแสในออนไลน์ 4. เชื่อมกับการเรียนรู้ โดยโรงเรียน/มหาวิทยาลัยใช้เป็นพื้นที่ศึกษาภาคสนาม เช่น เรียนรู้วิถีชุมชน สิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมต่าง ๆ 5. พัฒนาเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการมาเที่ยวตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย	1. สภาพอากาศหรือน้ำในคลอง หากน้ำมีระดับน้ำต่ำกระทบกิจกรรมทันที บางเดือนจัดกิจกรรมไม่ได้ 2. สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม หากน้ำไม่สะอาด มีผักตบชวาแน่นคลอง ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว 3. ความคาดหวังนักท่องเที่ยวสูงขึ้น ถ้าไม่มี “เรื่องเล่า/ไฮไลต์” อาจรู้สึกไม่คุ้มค่า 4. ผู้ให้บริการเรือโดยสารมีรายเดียว หกไม่มีคนขับเรือ/ไกด์รุ่นใหม่ กิจกรรมอาจหยุดชะงัก

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากยังคงมีวิถีชีวิตริมคลองที่สะท้อนความเป็นชุมชนดั้งเดิม นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต ศาสนา

และวัฒนธรรมผ่านการล่องคลองเชื่อมโยงวัดหัวคู้ วัดจรเข้ใหญ่ และชุมชนริมคลอง ซึ่งแตกต่างจากตลาดน้ำเชิงพาณิชย์ทั่วไป นอกจากนี้ กิจกรรมล่องคลองยังสามารถสร้างรายได้แก่คนในชุมชน เช่น ผู้ประกอบการเรือ นักเล่าเรื่องท้องถิ่น และพ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ยังพบข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่ การขาดนักเล่าเรื่องท้องถิ่นที่มีทักษะด้านการสื่อสารและการถ่ายทอดเรื่องราว ขาดสื่ออธิบายจุดสำคัญระหว่างเส้นทาง การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง รวมถึงข้อจำกัดด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัยของเรือนำเที่ยว โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย

ในด้านโอกาส พบว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism และ Local Experience เอื้อต่อการพัฒนากิจกรรม “เที่ยวท่องล่องคลอง” เนื่องจากนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมและการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาเนื้อหาสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ผ่าน Facebook, TikTok และ Reel ได้ง่าย

ขณะเดียวกัน ยังพบอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ ปัญหาระดับน้ำในคลอง สภาพอากาศ ผักตบชวา และข้อจำกัดด้านจำนวนผู้ให้บริการเรือ ซึ่งส่งผลต่อความต่อเนื่องของกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำโดยตรง

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” สามบาง สองฝั่งคลอง สมุทรปราการรูปแบบกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ทำให้เกิด “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม” ที่บูรณาการความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน วัด โรงเรียน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการเรือ และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ โดยรูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” เป็นกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง โดยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นกลไกสำคัญในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินงาน และร่วมประเมินผลระหว่างชุมชนตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่และตำบลศีรษะจรเข้น้อย วัดหัวคู้ วัดศรีวารีน้อย วัดจรเข้ใหญ่ โรงเรียนวัดศรีวารีน้อย โรงเรียนวัดหัวคู้ วิสาหกิจชุมชนคนรักษ์เข้น้อย วิสาหกิจชุมชนรักษ์หัตถกรรมบางเสาธงและภาคีเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ “สามบาง

สองฝั่งคลอง” ผ่านกิจกรรมล่องคลอง การเล่าเรื่องท้องถิ่น การบริการนักท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม ควบคู่กับระบบติดตามและประเมินผลเพื่อปรับปรุงรูปแบบการจัดการอย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่การสร้างรายได้ ความภาคภูมิใจ และความยั่งยืนของชุมชนทางน้ำในระยะยาว

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” เป็นรูปแบบการจัดการที่ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นกลไกหลักในการบูรณาการความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน วัด โรงเรียน ผู้นำชุมชน และภาคีเครือข่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างนักเล่าเรื่องท้องถิ่น พัฒนาการบริการนักท่องเที่ยว และสื่อสารอัตลักษณ์ “ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง” ผ่านกิจกรรมล่องคลองเชิงประสบการณ์ โดยมีระบบติดตามและประเมินผลร่วมกันอย่างต่อเนื่อง อันนำไปสู่การสร้างรายได้ ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำในระยะยาว

1) กลไกการจัดการชุมชนและภาคีเครือข่าย

มีการจัดตั้งคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ กำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน เช่น วิสาหกิจชุมชนรับผิดชอบด้านอาหารและการต้อนรับ ผู้ประกอบการเรือรับผิดชอบการเดินเรือ โรงเรียนมีบทบาทพัฒนานักเล่าเรื่องเยาวชน และวัดเป็นพื้นที่เรียนรู้ทางวัฒนธรรม

2) การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวจำนวน 2 เส้นทาง ได้แก่

- สายที่ 1 ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย – วัดจรเข้ใหญ่
- สายที่ 2 ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย – วัดหัวคู้ – ตลาดหัวตะเข้

โดยออกแบบกิจกรรมให้เชื่อมโยงวิถีชีวิตริมคลอง ศาสนา ตลาดเก่า และธรรมชาติ พร้อมปรับเปลี่ยนเส้นทางตามข้อจำกัดด้านสภาพน้ำและสิ่งแวดล้อม

3) การพัฒนานักเล่าเรื่องท้องถิ่น

ผู้วิจัยร่วมกับโรงเรียนและชุมชนพัฒนานักเล่าเรื่องท้องถิ่นทั้งกลุ่มเยาวชนและผู้นำชุมชน เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ วิถีคลอง และอัตลักษณ์ “สามบางสองฝั่งคลอง” ให้แก่นักท่องเที่ยว

4) การบริการและความปลอดภัยนักท่องเที่ยว

มีการกำหนดจำนวนผู้โดยสารต่อรอบไม่เกิน 10–12 คน เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกสบาย จัดบริการอาหารว่างของที่ระลึก และดูแลนักท่องเที่ยวตลอดกิจกรรม รวมทั้งปรับปรุงการจัดการเรือและจุดขึ้นลงเรือ

5) การประชาสัมพันธ์และสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน

มีการจัดทำโปสเตอร์ สื่อออนไลน์ ป้าย X-Stand และประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Fanpage “สุขไม่จางที่บางเสาธง” รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ “ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง”

6) การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม

ภายหลังการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง มีการประชุมสะท้อนผลและถอดบทเรียนร่วมกัน เพื่อนำข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวและชุมชนมาปรับปรุงกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น การลดจำนวนผู้โดยสาร การปรับเวลาเดินทาง และการเปลี่ยนเส้นทางตามสภาพคลอง

3.เพื่อประเมินความพึงพอใจและการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

คณะผู้วิจัยดำเนินการประเมินและการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย จำนวน 46 คน สรุปผลการประเมินได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.24	0.64	มาก
2. ความน่าสนใจของเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	4.17	0.64	มาก
3. ความรู้/สาระที่ได้รับจากการเที่ยวคลอง	4.37	0.68	มาก
4. วิทยากร/มัคคุเทศก์น้อยที่ให้ข้อมูลและเล่าเรื่องต่าง ๆ	4.09	0.81	มาก
5. ขนม /อาหารว่างและเครื่องดื่ม	4.33	0.73	มาก
6. การจัดการและอำนวยความสะดวกจากทีมงาน	4.65	0.60	มากที่สุด
7. ความเหมาะสมของระยะเวลาเที่ยวคลอง	4.41	0.65	มาก
8. ความคุ้มค่าของกิจกรรมครั้งนี้เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย	4.24	0.90	มาก
9. เรือและความปลอดภัยตลอดการเดินทาง	4.39	0.86	มาก
10.การจัดการด้านเวลาและกิจกรรมในแต่ละจุด	4.50	0.66	มากที่สุด
11.การดูแลและต้อนรับตลอดการท่องเที่ยว	4.74	0.53	มากที่สุด
12.ความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวอีกหรือแนะนำให้คนอื่นมาเที่ยว	4.22	0.66	มาก

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 2 พบว่าระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) อยู่ระหว่าง 4.09 – 4.74 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากถึงพึงพอใจมากที่สุด โดยประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การดูแลและต้อนรับตลอดการท่องเที่ยว ($\bar{x}$= 4.74) รองลงมา คือการจัดการและอำนวยความสะดวกต่อทีมงาน ($\bar{x}$= 4.65) ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นด้านการบริการและอัธยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความประทับใจและมอบประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ผลการประเมินจากนักท่องเที่ยวจำนวน 46 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรม “เที่ยวท่องล่องคลอง” อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ระหว่าง 4.09–4.74

ประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การดูแลและต้อนรับตลอดการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.74) การจัดการและอำนวยความสะดวกจากทีมงาน ($\bar{x}$ = 4.65) และการจัดการด้านเวลาและกิจกรรมในแต่ละจุด ($\bar{x}$ = 4.50)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจสูงต่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน โดยเห็นว่ากิจกรรมสามารถสะท้อนอัตลักษณ์วิถีชีวิตริมคลอง ส่งเสริมความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ และสร้างจุดเด่นให้แก่ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเชิงคุณภาพสะท้อนข้อเสนอแนะสำคัญ ได้แก่ การเพิ่มมาตรการความปลอดภัยทางน้ำ การพัฒนาทักษะนักเล่าเรื่อง การเพิ่มป้ายสื่อความหมายระหว่างเส้นทาง และการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมคลอง ซึ่งข้อเสนอแนะดังกล่าวถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงกิจกรรมในรอบถัดไปอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยจึงสะท้อนว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วมที่พัฒนาขึ้น สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน และเพิ่มศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยได้อย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล (Discussion)

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำในบริบทของ “ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง” มิได้ขึ้นอยู่เพียงการมีทรัพยากรทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมคลอง หรือภูมิทัศน์ทางน้ำที่โดดเด่นเท่านั้น หากแต่ขึ้นอยู่กับ “ศักยภาพเชิงการจัดการ” ของชุมชนในการแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ปลอดภัย มีความหมาย และสามารถดำเนินต่อเนื่องได้ในระยะยาว ข้อค้นพบดังกล่าวช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำที่งานวิจัยในอดีตมักมุ่งเน้นด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการสร้างรายได้ มากกว่าการอธิบาย “กลไกการจัดการเชิงปฏิบัติการ” ที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่

ประเด็นแรก คือ “ความปลอดภัยทางน้ำ” ซึ่งปรากฏเป็นข้อค้นพบสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ แม้ว่าผลการประเมินความพึงพอใจด้านเรือและความปลอดภัยจะอยู่ในระดับมาก แต่ข้อมูลเชิงคุณภาพจากนักท่องเที่ยวสะท้อนว่า “ความรู้สึกปลอดภัย” เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดคุณค่าของประสบการณ์ท่องเที่ยวทางน้ำอย่างชัดเจน โดยเฉพาะประเด็นการจัดจำนวนผู้โดยสารให้เหมาะสม การขึ้นลงเรือ การจัดตำแหน่งที่นั่ง และการชะลอความเร็วเรือในจุดเรียนรู้สำคัญ ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำไม่สามารถพึ่งพาเพียง “เสน่ห์วิถีดั้งเดิม” ได้อีกต่อไป แต่จำเป็นต้องผสมผสานมาตรฐานด้านความปลอดภัยสมัยใหม่เข้ากับอัตลักษณ์ชุมชนอย่างสมดุล ซึ่งสอดคล้องกับ Hall (2019) ที่เสนอว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องบูรณาการการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เข้ากับการสร้างประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ยังสะท้อน “ข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง” ของการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำไทย กล่าวคือ ระบบความปลอดภัยยังพึ่งพาประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้ขับเรือมากกว่ามาตรฐานกลางด้านการจัดการความปลอดภัยทางน้ำ ซึ่งอาจกลายเป็นความเสี่ยงสำคัญหากมีการขยายกิจกรรมในเชิงพาณิชย์มากขึ้น งานวิจัยนี้จึงเสนอว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำในอนาคตควรมีระบบอบรมด้านความปลอดภัย การจัดการภาวะฉุกเฉิน และมาตรฐานบริการทางน้ำในระดับชุมชน เพื่อยกระดับการจัดการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยุคใหม่

ประเด็นที่สอง คือ “นักเล่าเรื่องท้องถิ่น” (Local Storyteller) ซึ่งถือเป็นข้อค้นพบเชิงนวัตกรรมทางสังคมของงานวิจัยนี้ เนื่องจากนักเล่าเรื่องมิได้ทำหน้าที่เพียง “ผู้นำชม” แต่เป็น “ตัวกลางทางวัฒนธรรม” (Cultural Mediator) ที่เชื่อมโยงความหมายระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงประสบการณ์จริง วิถีชีวิตริมคลอง และความทรงจำของคนในพื้นที่ มากกว่าการอธิบายข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์แบบทางการ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2021) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ต้องอาศัย “ประสบการณ์ร่วม” ระหว่างเจ้าของพื้นที่กับผู้มาเยือนมากกว่าการบริโภควัฒนธรรมแบบผิวเผิน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยยังสะท้อนข้อจำกัดสำคัญว่า นักเล่าเรื่องท้องถิ่นจำนวนมากยังขาดทักษะด้านการสื่อสาร การลำดับเนื้อหา และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่ต้องการ “ประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม” มากกว่าการฟังคำบรรยายเพียงฝ่ายเดียว ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำในอนาคต จำเป็นต้องยกระดับนักเล่าเรื่องจาก “ผู้ถ่ายทอดข้อมูล” ไปสู่ “ผู้ออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้” (Experience Designer) ซึ่งถือเป็นมิติใหม่ของการจัดการทุนวัฒนธรรมชุมชนในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประเด็นที่สาม คือ “การจัดการเส้นทางท่องเที่ยว” ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนว่า การท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำมีลักษณะเป็น “ระบบพลวัต” (Dynamic System) ที่ต้องปรับเปลี่ยนตามเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นระดับน้ำ สภาพอากาศ ผักตบชวา หรือสภาพเส้นทางคลอง โดยพบว่าคณะผู้วิจัยและชุมชนต้องมีการปรับเปลี่ยนเส้นทางหลายครั้งระหว่างการดำเนินกิจกรรม เช่น การตัดจุดแวะเกาะพิจิตรออกเนื่องจากจุดขึ้นลงเรือชำรุด และการเปลี่ยนเส้นทางไปวัดหัวคู้แทนวัดจรเข้ใหญ่ในช่วงที่คลองมีผักตบชวาหนาแน่น ข้อค้นพบนี้แตกต่างจากแนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบคงที่ (Static Tourism Management) ที่มักออกแบบเส้นทางและกิจกรรมล่วงหน้าอย่างตายตัว

งานวิจัยนี้จึงเสนอว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำควรถูกอธิบายในลักษณะ “Adaptive Tourism Management” หรือการจัดการแบบปรับตัว ซึ่งต้องอาศัยการตัดสินใจร่วมกันของชุมชน การติดตามสถานการณ์ภาคสนาม และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านระบบนิเวศทางน้ำ ข้อค้นพบนี้ช่วยขยายกรอบแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เชื่อมโยงกับแนวคิดความยืดหยุ่นของระบบสังคมและสิ่งแวดล้อม (Resilience Theory) มากขึ้น

ประเด็นสุดท้าย คือ “ความต่อเนื่องของการบริหารหลังสิ้นสุดโครงการ” ซึ่งถือเป็นข้อท้าทายสำคัญของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ในบริบทการท่องเที่ยวชุมชน แม้ผลการดำเนินงานจะสะท้อนความสำเร็จด้านความพึงพอใจ การสร้างอัตลักษณ์ร่วม และการสร้างรายได้แก่ชุมชน แต่ข้อค้นพบเชิงลึกกลับชี้ว่า ความยั่งยืนของกิจกรรมยังขึ้นอยู่กับ “บุคคลหลัก” และ “พลังของเครือข่าย” เป็นสำคัญ โดยเฉพาะผู้ประกอบการเรือ ผู้นำชุมชน และทีมวิจัย ซึ่งหากขาดกลไกสืบทอดหรือระบบบริหารจัดการที่ชัดเจนหลังสิ้นสุดงบประมาณ โครงการอาจกลับไปสู่ภาวะชะงักงันได้

ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับ Murphy (2012) ที่วิพากษ์ว่า จุดอ่อนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวนมาก คือ การพึ่งพา “พลังชั่วคราวของโครงการ” มากกว่าการสร้าง “สถาบันชุมชน” ที่เข้มแข็งในระยะยาว ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเสนอว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องสร้าง “ระบบสืบทอด” (Succession System) ผ่านการพัฒนาคนรุ่นใหม่ กองทุนท่องเที่ยวชุมชน ระบบถ่ายทอดองค์ความรู้ และเครือข่ายความร่วมมือกับโรงเรียน วัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน เพื่อให้การท่องเที่ยวมิใช่เพียง “กิจกรรมเชิงโครงการ” แต่เป็น “ระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชน” ที่สามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ด้วยตนเองในระยะยาว

บทสรุปและข้อเสนอแนะ (Conclusion and Recommendations)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ "เที่ยวท่องล่องคลอง" เป็นแบบจำลองที่ยืดหยุ่นและเน้นการเติบโตจากฐานราก (Bottom-up Approach) ความสำเร็จไม่ได้วัดเพียงแค่กำไร 4,551 บาท จากการดำเนินงานช่วงแรก แต่คือการสร้าง "กองทุนพัฒนาตลาดน้ำ" และระบบนิเวศการท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดการเองได้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำแบบมีส่วนร่วม “เที่ยวท่องล่องคลอง” ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ดังนี้

1. ส่งเสริมการจัดตั้งกลไกบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำอย่างเป็นระบบ

หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคีเครือข่าย ควรร่วมสนับสนุนการจัดตั้ง “คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำ” ที่มีตัวแทนจากชุมชน วัด โรงเรียน ผู้ประกอบการเรือ วิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน และบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ลดการพึ่งพาบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และสร้างระบบการบริหารที่ชุมชนสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองในระยะยาว

2. พัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัยทางน้ำ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัยสำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำในระดับชุมชน เช่น การกำหนดจำนวนผู้โดยสารต่อรอบ การตรวจสอบสภาพเรือ เสื้อชูชีพ จุดขึ้นลงเรือ และการอบรมผู้ขับเรือด้านการช่วยเหลือเบื้องต้นและการบริหารความเสี่ยง เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุทางน้ำ

3. สนับสนุนการพัฒนานักเล่าเรื่องท้องถิ่น (Local Storyteller)

ควรมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพนักเล่าเรื่องท้องถิ่น ทั้งในกลุ่มเยาวชนและคนในชุมชน โดยเน้นทักษะการสื่อสาร การออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ และการใช้สื่อดิจิทัลในการถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ทั่วไป

4. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวชุมชน

หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรสนับสนุนงบประมาณและองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และสร้างแบรนด์ “ตลาดวัฒนธรรมสามบางสองฝั่งคลอง” ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยเน้นการสื่อสารอัต

ลักษณ์ วิถีชีวิตริมคลอง และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, YouTube และสื่อสร้างสรรค์รูปแบบใหม่

5. พัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมทางน้ำอย่างต่อเนื่อง

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรร่วมมือกับชุมชนในการดูแลคุณภาพน้ำ การกำจัดผักตบชวา การปรับภูมิทัศน์ริมคลอง และการอนุรักษ์ระบบนิเวศทางน้ำ เพื่อรักษาภาพลักษณ์และศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนทางน้ำในระยะยาว

6. สร้างระบบกองทุนและการกระจายรายได้สู่ชุมชน

ควรมีการจัดตั้งกองทุนการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อใช้ในการพัฒนากิจกรรม การซ่อมบำรุงเรือและท่าเรือ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน รวมถึงกำหนดระบบแบ่งปันรายได้อย่างเป็นธรรม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

1. หน่วยงานท้องถิ่นควรสนับสนุนงบประมาณในการ "จัดการสิ่งแวดล้อมทางน้ำ" (ผักตบชวาและคุณภาพน้ำ) อย่างเป็นระบบ เพื่อรักษา "เวทีแสดงประสบการณ์" ให้ยั่งยืน
2. มหาวิทยาลัยควรทำหน้าที่เป็น "พี่เลี้ยงเทคโนโลยี" บูรณาการการตลาดดิจิทัลและ Content Marketing เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่และตลาดต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2559, 10 มิถุนายน). *สังคมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา: พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลง*. มูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์.

Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed.). Prentice-Hall.

Bramwell, B., & Lane, B. (2021). Sustainable tourism governance: Concepts and practices. *Journal of Sustainable Tourism*, *29*(1), 1–17.

Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O., & Scott, N. (2020). Co-creation experiences in tourism: A literature review. *Current Issues in Tourism, 23*(4), 369–400.

Cohen, E. (2008). The changing faces of contemporary tourism. Society, 45(4), 330–333.

Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 27*(7), 1044–1060.

Murphy, P. E. (2012). *Tourism: A community approach* (Routledge Library Editions: Tourism). Routledge.

Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, *23*(8), 1247-1263.

Richards, G. (2021). Rethinking cultural tourism. Edward Elgar Publishing.

United Nations World Tourism Organization. (2018). Tourism and culture synergies. UNWTO.

United Nations World Tourism Organization. (2022). Tourism after COVID-19: Building a more sustainable and resilient sector. World Tourism Organization.