

# แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

## The Development Guidance and Tourism Promotion Effect to Bangnamphung Floating Market, Samut Prakan Province's Uniqueness

Matura Suansri

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์ที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งด้านวิถีชีวิต คือ มีอาชีพดั้งเดิมทำสวนเกษตรผสมผสาน ด้านวัฒนธรรมประเพณี คือ การมีอัยาศัยไมตรีและแสดงออกซึ่งไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยว คือ การมีเส้นทางจักรยานชมวิถีชีวิตชุมชน เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีความปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อชุมชน ด้านจัดการสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสะดวกในการเดินทาง ด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้ามีการให้บริการที่ดี สุภาพอ่อนน้อม และมีอัยาศัยที่ดี และด้านบุคลากรให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และใส่ใจนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมกับชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เส้นทางกิจกรรม การปรับปรุงภูมิทัศน์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

**คำสำคัญ :** การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

## Abstract

The research aims to 1) examine the tourists' perception towards the uniqueness of the Bangnamphung Floating Market Community, 2) study tourists' satisfaction towards the community, and 3) propose some guidelines for the development of uniqueness tourism at the community. The results showed that tourists recognised the uniqueness of the community ; regarding the aspect of life style, the tourists were aware that, mainly the local people are agriculturists ; for the cultural aspect, they recognized the friendliness of the locals ; and for tourism management, bicycle routes are safe and environmental-friendly. Concerning the tourists' satisfaction, for the management, the tourists were satisfied that the tourism there aims for the uniqueness and local culture preservation. For the infrastructure, the tourists were satisfied that it is easy to access to the Bangnamphung area. For the service, the service provided is good and the shop assistants are helpful and polite. Lastly, staffs were willing to help and took good care of tourists. With respect to the guidelines for the development and promotion of uniqueness tourism of the Bangnamphung community, the tourism should be in the form of community-based tourism management, in which locals need to take parts in the development planning, tourist activities, landscape and infrastructure control, information provision, especially eco-tourism and instilling of people awareness on natural resources and environment preservation, as well as the establishment of local wisdom center.

**Keywords :** sustainable tourism development, tourism promotion, identity tourism, Bangnamphung floating market

## บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้แปรเปลี่ยนไปตามวัตถุประสงค์และเหตุจูงใจในการเดินทางของคนในสังคมปัจจุบันที่มีการแปรผันไปตามค่านิยม ความต้องการ สถานที่ และลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลก การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเท่านั้นจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ต้องการแค่ความเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องการได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรม (Chatchakul Nisa, 2014 : 48) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจข้อมูลที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่แห่งนี้ได้ และตรงกับความต้องการ ดังนั้นคนในชุมชนจึงต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยกำหนดอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (Jittangwatana Boonlert, 2005 : 286)

เมื่อกล่าวถึงวิถีชีวิตของคนไทยกับตลาด ก็เป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ โดยเฉพาะตลาดน้ำหลายๆ แห่ง มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน ซึ่งแสดงถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างลงตัว

ตลาดน้ำจึงมีความหลากหลายทั้งสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น ผู้คนในชุมชน วัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ ซึ่งทุกวันนี้กระแสความนิยมของตลาดน้ำมีมากทำให้ตลาดน้ำเกิดขึ้นมาอีกมากมาย แต่ละแห่งมีวัตถุประสงค์ที่ใกล้เคียงกัน คือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ซื้อสินค้าพื้นบ้าน นึกถึงความทรงจำเก่าๆ ในอดีตของการเรียนรู้ในสังคมไทย การมีคุณค่าของความงามความเป็นธรรมชาติในท้องถิ่น และภูมิปัญญาของคนในอดีต เพื่อสอดรับความต้องการของท้องถิ่นให้เหมาะสม จึงมีตลาดน้ำหลายแห่งต้องปรับเปลี่ยนตาม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพื่อเรียนรู้ เพื่อซื้อสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ช่วยให้เศรษฐกิจ สังคม ครอบครัว ชุมชน และประเทศเกิดการพัฒนาที่ดีขึ้น (Onprasert, S., 2011 : 5) การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากพื้นที่ชุมชนมีความเป็นอัตลักษณ์ คือ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมหลากหลายที่สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ประกอบกับความเข้มแข็งของคนในชุมชนที่ร่วมกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

แต่อย่างไรก็ตาม ผลการพัฒนาที่เกิดขึ้นยังไม่สามารถทำให้ชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความโดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะตัวในด้านอัตลักษณ์ชุมชนได้ เนื่องจากสิ่งที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนยังไม่ได้ถูกนำเสนอผ่านบริบทของการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริงในภาพการณปัจจุบัน การที่ความเจริญเข้ามาแทรกแซง การดำเนินชีวิตที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามสังคมสมัยใหม่ คนในชุมชนจะสามารถดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิมได้นานเท่าใด รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะซึมซับ และรับรู้อัตลักษณ์ของชุมชนบางน้ำผึ้งได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้นเพื่อให้ชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความโดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะตัว ให้ดำรงอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง เพื่อเป็นแหล่งศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชาวชุมชน และอาจนำไปสู่การต่อยอดเพื่อการพัฒนาเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและมีศักยภาพต่อไป พร้อมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลักษณะของตลาดที่แฝงไปด้วยกลิ่นอายของความเป็นโบราณและความเก่าแก่อย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนารูปแบบกิจกรรม และเป็นแนวทางในการส่งเสริมตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่คงซึ่งอัตลักษณ์ให้ดำรงอยู่ต่อไป

### **การทบทวนวรรณกรรม**

ผู้วิจัยทำการศึกษาเนื้อหา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

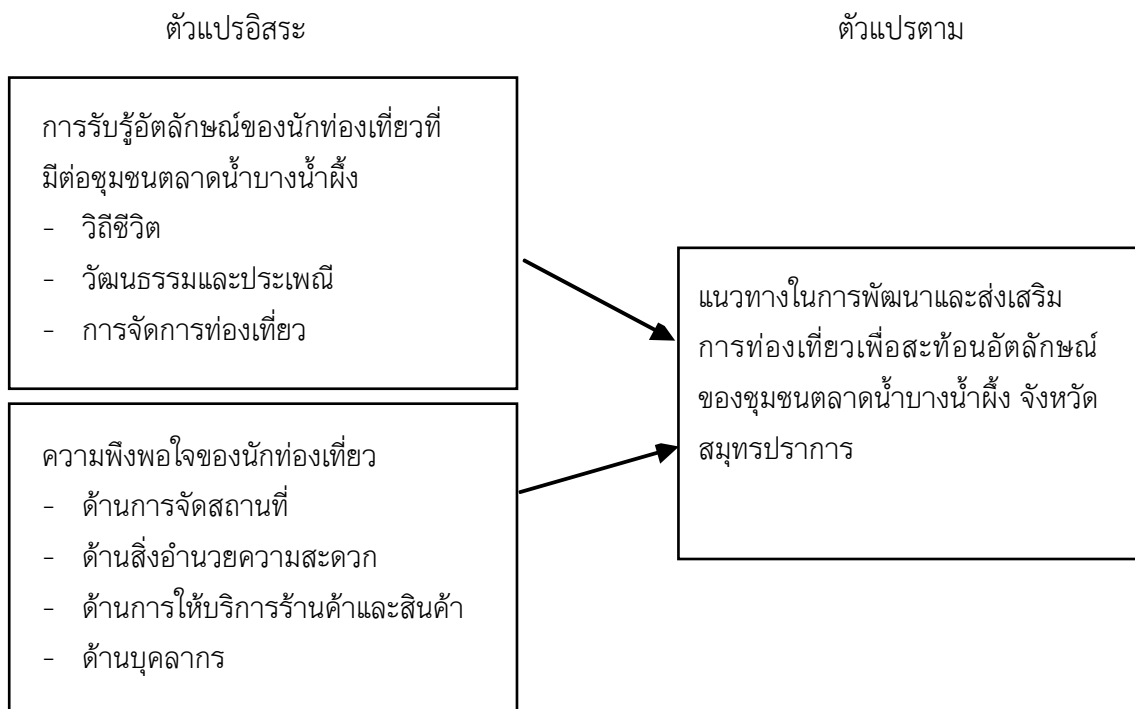
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) คือการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยว มีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างพอเพียง แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืนยาว (Jittangwatana, B., 2007 : 15)

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ อัตลักษณ์มี 2 ประเภท คือ อัตลักษณ์ที่เกิดจากการนิยามตนเอง และอัตลักษณ์ที่สังคมนิยามให้ตั้งแนวคิดของ Golfman (1963 : 118-121) นักสังคมวิทยาในสายสัญลักษณ์สัมพันธ์ได้จำแนกแยกแยะความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคม โดยอัตลักษณ์ของปัจเจก (Individual Identity) ประกอบด้วย 2 ส่วน เขานิยามว่าความคิดความรู้สึกที่ปัจเจกมีต่อตัวเองว่า Ego Identity ส่วนภาพปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เขาเรียกว่า “Personal Identity” ส่วน “Social Identity” ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้น สังกัดอยู่ สังคมคาดหวังและเรียกร้องว่าปัจเจกบุคคลควรจะวางตัวอย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การรับรู้เป็นการทำความเข้าใจและตีความต่อสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมให้กลายเป็นสิ่งที่มีความหมาย โดยผู้รับรู้แต่ละคนอาจจะตีความหมายนัยออกมาเหมือนกัน หรือแตกต่างกันก็ได้ กระบวนการรับรู้ในแนวคิดของ Assael (1998 : 218) ประกอบไปด้วยการเลือกรับรู้ (Perceptual Selection) การจัดระเบียบการรับรู้ (Perceptual Organization) และการตีความ (Perceptual Interpretation)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความรู้สึกทางบวกที่แสดงออกทางทัศนคติ เป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาทางพฤติกรรม เพื่อสร้างความสุขและบรรลุเป้าหมายตามความต้องการ ประกอบไปด้วย องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการบริการท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอ บริการท่องเที่ยว (Jittangwatana Boonlert and Wongpuntanun Pornpattaravadee, 2014 : 121-122) สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจที่สำคัญๆ ได้แก่ สถานที่บริการ การส่งเสริมแนะนำการบริการ ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการ สภาพแวดล้อมของการบริการ และกระบวนการบริการ (Tejagupta, C., 2002 : 26)

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้องค์ความรู้ในการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ให้ดำรงอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง เพื่อเป็นแหล่งศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน
2. ได้แนวทางการเสริมสร้างและส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นอาชีพทางเลือกในการเพิ่มและกระจายรายได้สู่ชุมชน และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกัน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัย และรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ประมาณ 5,000 คน (จากการประเมินโดยนายอ อดต. และเจ้าหน้าที่ อดต.) และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เชิงอัตลักษณ์ เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 15 คน ประกอบด้วย นายก อบต. ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการร้านค้า โดยศึกษาจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชาชนที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Vanichbuncha Kanlaya, 2003 : 26) ได้ขนาดตัวอย่าง 385 คน เพื่อความสะดวกจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) สูตรการคำนวณสุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

z = z<sub>.975</sub> ถ้ากำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ z = 1.96

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดไว้เท่ากับ 0.05

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างเครื่องมือจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นโดยมีลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัย สาเหตุของการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ลักษณะของคำถามเป็นแบบเติมคำและเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

โดยแบบสอบถามทั้งหมดในส่วนนี้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพโดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้หรือไม่ จากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมและถูกต้อง นำแบบทดสอบไปทดสอบหาความเชื่อมั่น ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่น โดยการนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทำการทดสอบ (Try Out) กับประชากรในกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษา จำนวน 30 ราย โดยทำการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาความสอดคล้อง ภายใน (Internal Consistency) ของข้อความแต่ละตอนในแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้คือ 0.917 ถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

สำหรับแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมเสวนาระดมความคิดเป็นการถามเจาะลึกโดยกำหนดหลัก ดังนี้

- 1) สิ่ง que แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตนภายในชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
- 2) สินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน
- 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน
- 4) จุดเด่นและจุดด้อยของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
- 5) การเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
- 6) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
- 7) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยว
- 8) แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรพื้นฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของตัวอย่างระดับการรับรู้อัตลักษณ์ และระดับความพึงพอใจ

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์เชิงคุณภาพของความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลมาจำแนก จัดหมวดหมู่ เชื่อมโยง ข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์ส่วนประกอบ และสรุปผลโดยอาศัยความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผล

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เป็นการศึกษาข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.หรืออนุปริญญา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ สาเหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากการเดินทางสะดวก สามารถเดินทางไป-กลับได้ เพราะตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ

#### ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตัวของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ( $\bar{X} = 4.01$ ) ด้านการจัดการการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.88$ ) และด้านวิถีชีวิต ( $\bar{X} = 3.82$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

1.1 ด้านวิถีชีวิต อาชีพดั้งเดิมของชาวตำบลบางน้ำผึ้งคืออาชีพทำสวนเกษตรผสมผสาน อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.02$ ) รองลงมาเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่ยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ( $\bar{X} = 3.85$ ) และลำดับสุดท้าย ชาวบ้านได้นำน้ำผึ้งมาต่อกบาตรจนเป็นวิถีชีวิตนับแต่อดีตและ

สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ( $\bar{X} = 3.67$ )

1.2 ด้านวัฒนธรรมและประเพณี การมีอัญมณีไมตรีและแสดงออกซึ่งไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยว เป็นอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.12$ ) รองลงมา คือ มีสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่สร้างสรรค์จาก ภูมิปัญญาของคนในชุมชนบางน้ำผึ้ง เช่น การทำรูปหอมสมุนไพร ดอกไม้เกล็ดปลา ลูกประคบธัญพืช อาหาร ไทยทั้งคาวและหวาน เป็นต้น ( $\bar{X} = 4.01$ ) และลำดับสุดท้าย คือ มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ชุมชน ได้แก่ วัดบางน้ำผึ้งในและโบสถ์เก่าวัดบางน้ำผึ้งนอก ( $\bar{X} = 3.95$ )

1.3 ด้านการจัดการท่องเที่ยว การมีเส้นทางจักรยานชมวิถีชีวิตชุมชน เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มีความปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมา คือ เป็นแหล่งกระจายรายได้และสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยว กับชาวชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ( $\bar{X} = 3.97$ ) และลำดับสุดท้าย คือ มี มัคคุเทศก์อาชีพ หรือคนในชุมชนที่ได้รับการอบรมเพื่อให้ความรู้ และแนะนำสถานที่ต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.53$ )

2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการให้บริการร้านค้า และสินค้าเป็นลำดับแรก ( $\bar{X} = 3.87$ ) รองลงมาด้านการจัดการสถานที่ ( $\bar{X} = 3.85$ ) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.53$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

2.1 ด้านการจัดการสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็น ลำดับแรก คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สมควรอนุรักษ์ไว้อย่าง ยั่งยืน ( $\bar{X} = 4.02$ ) รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจัดตกแต่งสถานที่ได้ อย่างกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ( $\bar{X} = 3.96$ ) และลำดับสุดท้าย คือ ความสะอาดของตลาด ( $\bar{X} = 3.68$ )

2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ มีความสะดวกในการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.92$ ) รองลงมา คือ มีระบบรักษาความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.72$ ) และ ลำดับสุดท้าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเรื่องห้องน้ำสะอาด มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการอยู่ใน ระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.11$ )

2.3 ด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็นลำดับแรก คือ พ่อค้า/แม่ค้าให้บริการดี มีความสุภาพ อ่อนน้อม และมีอัญมณีที่ดี ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมา คือ มีสินค้าให้เลือกซื้อใช้สอยอย่างหลากหลายและเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.95$ ) และลำดับสุดท้าย คือ การกำหนดราคาสินค้ามีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.79$ )

2.4 ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และใส่ใจนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.68$ ) รองลงมา คือ เจ้า หน้าที่ของศูนย์บริการท่องเที่ยว มีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นมิตรไมตรีที่ดีกับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.64$ ) และ ลำดับสุดท้าย คือ มีมัคคุเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ )



## ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

สรุปผลข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดังรายละเอียดดังนี้

1. อัตลักษณ์ของชุมชนบางน้ำผึ้ง คือ คนในชุมชนบางน้ำผึ้งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีความเป็นกันเอง อธิบายดี มีไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การอนุรักษ์ธรรมชาติ และความเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

2. สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน คือ สินค้าเกษตร แล้วใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน นำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น นำผลฟักข้าว มาทำสบู่ฟักข้าว กล้วยแปกมาถักเป็นไหมไฟ การทำดอกไม้จากเกล็ดปลา การทำลูกประคบสมุนไพร เป็นต้น

3. กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นกิจกรรมที่เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การขี่จักรยานชมธรรมชาติของสวนป่าชุมชน การค้างแรมแบบโฮมสเตย์ การปลูกป่า การเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านที่ถ่ายทอดภูมิปัญญาให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และสามารถไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิต หรือฝึกทักษะอาชีพต่างๆ ได้ตามความถนัดและความสนใจ

4. จุดเด่น ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีอัตลักษณ์ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด คือ การที่ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยังคงดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิม มีผู้ประกอบการร้านค้าที่มีความเป็นกันเอง มีมิตรภาพและไมตรีจิต สำหรับข้อจำกัด คือ พื้นที่ไม่สามารถขยายเพิ่มเติมได้ ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นห้องน้ำไม่เพียงพอ ลานจอดรถไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวได้

5. การเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในทิศทางที่ดีชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เศรษฐกิจดี มีรายได้ มีอาชีพ สังคมเป็นสุข อีกแง่หนึ่งอาจมีปัญหามาเมื่อนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อประกอบการมากขึ้น การบริหารจัดการก็ยากขึ้นตาม ขยะเพิ่มมากขึ้นทำให้น้ำเน่าเสีย ทำให้ต้องหาวิธีการแก้ปัญหาโดยทำบ่อดักขยะ การรณรงค์การคัดเลือกขยะ ส่วนด้านผู้ประกอบการต้องกำหนดมาตรการ กฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อควบคุมคุณภาพการบริการ และราคาสินค้า

6. คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการบุกเบิกการจัดการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง โดยรวมตัวกันทำกิจกรรมระหว่างผู้นำชุมชน กลุ่ม องค์กร และประชาชนในพื้นที่ ทั้งในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

7. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบ คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ มีจำนวนที่ไม่เพียงพอ ไม่มีคนดูแลรักษาความสะอาด การจราจรติดขัด สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

8. แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน คือ การปรับปรุงภูมิทัศน์ ปลูกต้นไม้ ทำที่จอดรถจักรยานเพิ่มมากขึ้น และปรับทางเดินปูลาดเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ สร้างเรือนเรียนรู้รักษาพื้นที่สีเขียว ปลูกป่าให้เพิ่มขึ้น มีเส้นทางจักรยานโซนมรดกปรับปรุง และสร้างห้องน้ำเพิ่มให้มากขึ้น และทำห้องน้ำเฉพาะผู้พิการ พัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

## การอภิปรายผล

การรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตัวของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

1. ด้านวิถีชีวิต นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์ เกี่ยวกับอาชีพดั้งเดิมของชาวตำบลบางน้ำผึ้ง คือ อาชีพทำสวนเกษตรผสมผสานอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์จากข้อมูลการสนทนากลุ่มของกลุ่มตัวแทนชุมชน ได้แสดงความคิดเห็นว่า อัตลักษณ์ของชุมชนบางน้ำผึ้ง คือ คนในชุมชนบางน้ำผึ้งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนเกษตรดั้งเดิมแบบยกท้องร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี 2520 จึงได้มีการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบผสมผสานเชิงอนุรักษ์ระหว่างสวนเกษตรและการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน (Lohaphundragun, J., 2010; Somsook, S., 2009 : 189) นักท่องเที่ยวจึงได้สัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนตลาดบางน้ำผึ้ง ได้เข้าร่วมกิจกรรมศูนย์การเรียนรู้ชุมชน การซื้อสินค้าเกษตรที่เป็นผักและผลไม้พื้นบ้าน

2. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์เกี่ยวกับการมีอัยาศัยไมตรีและแสดงออกซึ่งไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนในชุมชนบริการด้วยความเต็มใจ และใส่ใจ นักท่องเที่ยวเสมือนเป็นเพื่อนหรือญาติ นำเสนอแต่สิ่งดีๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการสนทนากับพ่อค้าแม่ค้า มีความเป็นกันเอง พร้อมทั้งจะให้ข้อมูล ซึ่งสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้อยากกลับมาเที่ยวอีก หรือบอกต่อให้ผู้อื่นทราบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธยา สมสุข (2009) ที่พบว่า คุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอยู่ในระดับดี ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอีก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร บุญปก (2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมนันทนาการ บริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ บริการด้วยความสุภาพ และมีความเป็นกันเองยิ้มแย้มเป็นมิตร

3. ด้านการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์เกี่ยวกับการมีเส้นทางจักรยานชมวิถีชีวิตชุมชน เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีความปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นลำดับแรก ทั้งนี้ อาจเนื่องจากการขี่จักรยานชมธรรมชาติเป็นกิจกรรมที่ชุมชนบางน้ำผึ้งได้จัดขึ้น และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว การที่จัดกิจกรรมนี้ได้เพราะชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่บางกะเจ้า ที่ถือเป็นพื้นที่สีเขียวใหญ่ที่สุดที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการอนุรักษ์พื้นที่ไว้ เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ และยังเป็นห้องเรียนธรรมชาติที่ปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ป่าในเมือง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่สีเขียวอย่างยั่งยืน ปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสำหรับจักรยาน และเส้นทางสำหรับผู้ใช้รถเข็น/ผู้สูงอายุ (Subdistrict Administrative Organization of Bangnamphueng, 2012 : 11; Chuemwarasart, K., 2015 : 17)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

1. ด้านการจัดการสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นลำดับแรก คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สมควรอนุรักษ์ไว้อย่างยิ่งยั้ง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการวางแผนและการจัดการที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งยังช่วยกันอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพทางธรรมชาติให้คงเดิมไว้ให้มากที่สุดและเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทยช่วยกันสืบสานให้คงอยู่สืบไป เกิดการหมุนเวียน

ทางเศรษฐกิจแบบค่อยเป็นค่อยไปส่งผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เกิดดุลยภาพระหว่างสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ อ่อนประเสริฐ (2011) ที่พบว่า ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สมควรอนุรักษ์ไว้อย่างยิ่งยืนอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก เช่นเดียวกับงานวิจัยของนักรบ เถียรอำ (2009) ที่พบว่า ชุมชนบางน้ำผึ้งได้สนับสนุนให้ประชาชนในชุมชน การฟื้นฟู การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยของชลลดา มงคลวนิช (2013) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเห็นว่าลักษณะของตลาดน้ำน่าจะแสดงถึงวิถีชีวิตในท้องถิ่น

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับความสะดวกในการเดินทางในระดับมาก เป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางไปกลับได้ภายใน 1 วัน การคมนาคมก็สะดวกสามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร บุญปก (2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านการคมนาคม เพราะการเดินทางสะดวกสบาย เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุทธยา สมสุข (2009) ที่พบว่าเหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เดินทางสะดวกสบาย และงานวิจัยของสุชาติ อ่อนประเสริฐ (2011) ที่พบว่า มีความสะดวกในการเดินทางเหมาะสมในระดับมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจเรื่องห้องน้ำสะอาด มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะห้องน้ำไม่เพียงพอกับการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้ง ขาดบุคลากรในการดูแลทำความสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธยา สมสุข (2009) ที่เสนอแนะว่า ควรเพิ่มจำนวนห้องน้ำโดยใช้ห้องน้ำในพื้นที่อื่นๆ ของชุมชน เช่น วัด โรงเรียน ฯลฯ และความสะอาดของห้องน้ำ ควรให้ผู้ดูแลความสะอาดอยู่ประจำห้องน้ำ

3. ด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นลำดับแรก คือ พ่อค้า/แม่ค้าให้บริการดี มีความสุภาพ อ่อนน้อม และมีอัธยาศัยดี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพ่อค้า/แม่ค้าส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในชุมชนมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และพร้อมที่จะปฏิบัติตามกฎกติกาของชุมชนอย่างเคร่งครัด ดังที่สุพร บุญปก (2008 : 171) กล่าวว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีการตั้งกฎระเบียบเพื่อควบคุมการให้บริการของผู้ค้า รวมทั้งกิริยามารยาท ซึ่งคนในชุมชนก็ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการบริหารกิจการตลาดบางน้ำผึ้ง พ.ศ. 2550 ด้วยการให้ผู้ค้าทุกคนใช้วาจาที่สุภาพ และให้บริการที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งผู้ค้าจะต้องเข้าร่วมประชุม สองอาทิตย์/ครั้ง เพื่อนำประเด็นที่เกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนักรบ เถียรอำ (2009) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการตลาดน้ำประสบความสำเร็จ คือ การสร้างระเบียบและกฎเกณฑ์ เป็นข้อตกลงร่วมกันในการใช้ระเบียบว่าด้วยการบริหารกิจการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง พ.ศ. 2550 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ และธีรศักดิ์ อุ่ นอารมณฺ์เลิศ (2014) ที่พบว่า การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้ส่วนใหญ่เกิดจากการจัดตั้งขึ้นใหม่ ภายใต้การดำเนินการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและมีการบริหารในรูปของคณะกรรมการ รวมทั้งมีกฎระเบียบสำหรับใช้เป็นแนวปฏิบัติ สำหรับวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้

4. ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นลำดับแรก คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และใส่ใจนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะคนในชุมชนต้องการให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่ามีมาเที่ยวที่นี้รู้สึกผ่อนคลาย และมีกิจกรรมต่างๆ ที่ทำร่วมกันระหว่าง

นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการผูกใจลูกค้าไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพร บุญปก (2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการอยู่ในระดับมาก ส่วนในเรื่อง การมีมัคคุเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ชุมชนบางน้ำผึ้งมีจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ดังเช่นงานวิจัยของชายชาญ ปฐมกาญจนา และนรินทร์ สังข์รักษา (2015) ที่เสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวว่า ควรมีการ พัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน มีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่าย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การรับรู้อัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมให้โดดเด่น โดยเฉพาะ ด้านสังคมเกษตร เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระหว่างสวนเกษตรกับการศึกษาวิถีชีวิต ชุมชน เมื่อนักท่องเที่ยวมาเยือนนอกจากได้รับความเพลิดเพลินแล้ว ยังได้รับความรู้จากการถ่ายทอดวิถีชีวิต ของชุมชนบางน้ำผึ้ง ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการทำสวนเกษตร และการให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายใช้สอยสินค้า เกษตรที่ปลอดสารพิษ

2. การรับรู้อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีอัตลักษณ์ของชุมชนที่ นักท่องเที่ยวประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก คือ คนในชุมชนอหิชาศัยดี มีมิตรไมตรีจิต มีความเป็น กันเอง ซึ่งตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรรักษาและส่งเสริมอัตลักษณ์ข้อนี้ให้ดำรงอยู่ต่อไป และยังคงมีกฎระเบียบ สำหรับผู้ประกอบการ เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการจากภายนอกมากขึ้น

3. การรับรู้อัตลักษณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรมีการส่งเสริมการจัดกิจกรรม ต่างๆ ที่หลากหลาย ที่สร้างความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจควบคู่ไปกับการศึกษาหาความรู้จากแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น การขี่จักรยานชมธรรมชาติไปพร้อมกับการศึกษาระบบนิเวศ การพักโฮมสเตย์พร้อมกับการ เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนริมคลอง การศึกษาเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านจากฐานการเรียนรู้ต่างๆ เช่น การทำ เกษตรทฤษฎีใหม่ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมรณรงค์และสร้าง ความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาสภาพวิถีชุมชนให้สมบูรณ์ ยิ่งยยืน

4. ด้านการจัดการสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพอใจตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่ง ดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สมควรอนุรักษ์ไว้อย่างยั่งยืน ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบล ควรกำหนดนโยบายไม่ให้มีสิ่งปลูกสร้างภายในบริเวณชุมชนมากเกินไป และควรปรับปรุงสถานที่ให้มีความ เป็นเอกลักษณ์ เช่น บ้านเรือนเก่าๆ ที่หาดูได้ยาก การจัดให้มีเรือมาจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเพิ่มจำนวนห้องน้ำให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว และความ สะอาดของห้องน้ำ ควรมีผู้ดูแลความสะอาดอยู่ประจำห้องน้ำ ควรจัดบริการรถโดยสารรับนักท่องเที่ยวที่ ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวเข้ามาในตลาด ควรเพิ่มสถานที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ และควรเพิ่ม ที่นั่งในสวนหย่อมที่ร่มรื่น มีศาลาริมน้ำให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อนหลังจากการจับจ่ายซื้อของ ควรมีแผนที่ หรือแผ่นพับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในบริเวณตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง

6. ด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้า ควรมีการกำหนดและควบคุมคุณภาพสินค้าต่างๆ อย่างชัดเจน ให้ผู้ประกอบการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างเปิดเผย และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีความโดดเด่น เป็นสินค้าพื้นบ้านที่มีราคาถูก และมีคุณภาพ ควรมีการสาธิตการทำและให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำด้วย

7. ด้านบุคลากร การมีมัคคุเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ยังไม่เพียงพอ องค์การบริหารส่วนตำบล ควรมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชน โดยจัดโครงการอบรมคนในชุมชนให้มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เช่น โครงการมัคคุเทศก์ โครงการอาสาสมัครนำเที่ยว เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

2. ควรศึกษาการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. ควรศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านกายภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาภูมิทัศน์ กำหนดกฎเกณฑ์ ที่จะสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพ

4. ควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวรอง ที่มีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน

## References

- Assael, Henry. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6th ed. Ohio : South-Western College.
- Boonpok, Suporn. (2008). **A Study of Recreational Activities Developing Guidelines for Bangnamphueng Floating Market, Phrapradaeng District, Samut Prakan Province Perceived by Tourists's Satisfaction**. Master of Science in Sport Science. Chulalongkorn University.
- Chatchakul, Nisa. (2014). **Tourism Industry**. 6 th ed. Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Chuemwarasart, Kritaya. (2015, 22 June). **Khung Bang kachao : Oasis in Concrete Jungle**. Matichon, 17.
- Goffman E. (1963). **Stigma**. New Jersey : Prentice Hall Inc. Englewood Cliff, N.j.
- Jittangwatana, Boonlert. (2005). **Sustainable Tourism Development**. Bangkok : Press & Design.
- Jittangwatana, Boonlert. (2007). **Sustainable Tourism Development**. 2 nd ed. Bangkok : Press & Design.
- Jittangwatana, Boonlert and Wongpuntanun, Pornpattaravadee. (2014). **Torism Service Psychology and Quality**. Nonthaburi : Fernkhaluang Printing & Publishing.
- Lohaphundragun, Jariyawat. (2010). "Development of Community Based Tourism A Case Study of Bangnamping Floating Market, Prapradeng District, Samutprakarn." *HCU Journal*, 14(27), 1-19.
- Mongkhonvanit, Chollada. (2013). Youth Opinions of the Image of Floating Markets in Thailand. *Cultural Approach Journal*, 14(25), 44-57.
- Onprasert, Suchart. (2011). A Study Of Thai Tourists' Opinions Toward Bang Nam Pheung Floating Market at Amphoe Phra Pradaeng in Samut Prakan Province. Master of Art Program in Social Science for Development. Rajabhat Rajanagarindra University.
- Panpech, Sutthipong. (2012). **Identity and Self-reliance of Community in Pranburi, Prachupkhirikhan Province**. Bangkok : Dhurakij Pundit University.
- Pathomkanchana, Chaichan and Sungrugsa, Narin. (2015). Guidelines for the Promotion of Cultural Tourism Participation of Community Bangluang, Banglen District, Nakhon Pathom Province. *Academic Services Journal Prince of Songkla University*, 26(1), 118-129.
- Sirisatidtit, Chonlada Sangmanee and Unaromlert, Thirasak. (2014, January-June). The Model Development of Floating Market Tourism in Southern Thailand for Sustainable Development. *Silpakorn Educational Research Journal*, 6(1), 66-79.
- Somsook, Suttaya. (2009, September). Quality of Tourism Service of Bangnumphung

- Floating Market. *RMUTP Research Journal*, 3(2), 188-196.
- Subdistrict Administrative Organization of Bang Nam Pheung. (2012). **Annual Report 2011**.  
Samut Prakarn : Subdistrict Administrative Organization of Bang Nam Pheung.
- Tejagupta, Chittinun. (2002). **A Textbook of Service Psychology**. 6 th ed. Nonthaburi :  
Sukhothaithammatirat University Press.
- Tian-am, Nak-rob. (2009). **A Formation of Community Strength in Floating Market  
Tourism Management : A Case Study Bang Nam Pueng Floating Market,  
Amphor Prapradang, Samut Prakan Province**. The Doctor of Public Administration.  
Faculty of Liberal Arts. Krirk University.
- Vanichbuncha, Kanlaya. (2003). **Using SPSS for Windows : Data Analysis**. Bangkok : Statistic,  
Faculty of Commerce and Accountancy. Chulalongkorn University.