

ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของ
ตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
The Potential for Cultural Tourism Management of
Khlong Bang Luang Floating Market, Phasi
Charoen District, Bangkok

สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ / Sunate Thaveethavornsawat¹

อนุชัย ธนอมสินรัตน์ / Anuchai Thanomsinrat¹

เสาวลักษณ์ นวลพันธุ์ / Saowalak Pannual¹

Received: Jun. 30, 2025 Revised: Aug. 25, 2025 Accepted: Nov. 10, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนของตลาดน้ำคลองบางหลวง 2) ประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น 10 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และนำมาประเมินศักยภาพด้วยวิธี SWOT Analysis

ผลงานวิจัยพบว่า 1) จากการศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองบางหลวงเป็นชุมชนเก่าแก่มิ่น้ำที่เคยเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำของขุนนางและข้าราชการ

¹สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

¹Department of Social Sciences for development, Faculty of Humanities and Social Sciences, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

ในสมัยกรุงธนบุรีที่ปัจจุบันยังคงรักษาเอกลักษณ์ของพื้นที่และยังดำรงวิถีชีวิตของคนริมคลอง ทำให้เกิดการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วมของผู้คนในชุมชนโดยมีเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคือการแสดงหุ่นละครเล็ก 2) จากการศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวพบว่า จุดแข็งคือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ บรรยากาศริมน้ำ ศิลปะและหัตถกรรมพื้นบ้าน และการมีส่วนร่วมของชุมชน จุดอ่อนคือเข้าถึงชุมชนขนาดของพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ การตลาด และการบริการด้านสาธารณูปโภค โอกาส คือ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน กระแสการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การตลาดออนไลน์ และมีนักท่องเที่ยวและศิลปินรุ่นใหม่ในชุมชนอุปสรรค คือ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ มลภาวะและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ แรงงานในชุมชนลดลง

ดังนั้นควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้ความรู้และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการตลาดแก่ผู้ประกอบการและคนในชุมชน มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับการบริการท่องเที่ยว มีป้ายสื่อความหมายดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยวอนุรักษ์แหล่งน้ำเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : ศักยภาพ การจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตลาดน้ำคลองบางหลวง

Abstract

This research aimed to study 1) the community context of the Khlong Bang Luang Floating Market 2) assess the potential for cultural tourism management. The case study site was the Khlong Bang Luang Floating Market in Phasi Charoen District, Bangkok. This qualitative research used semi-structured interview with 10 key informants : including community president,

entrepreneurs and tourists. The data were analyzed using content analysis. The potential was assessed using SWOT Analysis.

The research results found that 1) from studying the context of Khlong Bang Luang Floating Market, it is an old riverside community that was once route used by nobles and officials during the Thonburi period. Currently, it still preserves the identity of the area and the way of life of people living along the canal. This has led to the restoration and development of cultural tourism with active community participation. A unique feature of the market is the traditional Hun Lakorn Lek performance 2) Regarding tourism potential, strengths include cultural and historical identity, the riverside atmosphere, local arts and handicrafts, and community participation. Weaknesses include limited accessibility, small site side, insufficient public relations and marketing, and inadequate public utilities. Opportunities include support from the government and private sectors, the trend of cultural tourism, online marketing, and new designers and artists in the community. Threatened include economic impacts, pollution and environmental changing behavior of yonger tourists, and the declining local workforce.

Therefore, local participation should be enhanced through capacity- building in cultural tourism managment and marketing to entrepreneurs and residents. Infrastructure should be improved to support tourism services. Digital signage should be installed to promote tourism and raise environmental awareness

among visitor, encouraging conservation of water resources and sustainable tourism practices.

Keywords : Potential, Cultural Tourism Management, Khlong Bang Luang Floating Market

บทนำ

ตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตคนริมน้ำ มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารและประเพณีที่เป็นมรดกสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นที่ทำให้เกิดคุณค่าแก่การอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนในภาคกลาง ซึ่งชุมชนริมน้ำภาคกลางจะมีรูปแบบของชุมชนที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของคนไทยมาเป็นเวลานานโดยมีองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการตั้งถิ่นฐาน ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน วัดวาอาราม ร้านค้า สวน ไร่ นา เมื่อมาอยู่รวมกันย่อมมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าต่าง ๆ ระหว่างกันเกิดเป็นตลาดที่กลายเป็นศูนย์กลางของชุมชน กิจกรรมที่เกิดขึ้นในตลาดส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ที่เป็นสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิต และด้วยสภาพภูมิศาสตร์ของภาคกลางมีความเหมาะสมกับตลาดน้ำ เนื่องจากมีลำน้ำหลายสายมาบรรจบกัน ประกอบกับมีผู้คนเข้ามาตั้งถิ่นฐานจำนวนมากจนกลายเป็นพื้นที่ศูนย์กลางที่สำคัญของการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า ซึ่งจะเห็นได้ในพื้นที่ริมน้ำที่มีลักษณะบ้านเป็นเรือนแถวสร้างด้วยไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งตลาดน้ำคลองบางหลวงก็เป็นชุมชนหนึ่งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในที่ราบภาคกลางที่พบว่าการเปลี่ยนแปลงของภูมิวัฒนธรรมไปจากเดิมเช่นเดียวกับตลาดน้ำอื่น ๆ แต่ยังคงสภาพแวดล้อมที่มีการตั้งบ้านเรือนอยู่ตามริมน้ำสองฟากฝั่งคลอง จึงมีการรวมกลุ่มของคนในชุมชนพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชน (กฤตพร หัวเจริญ, 2555, น.17)

ตลาดน้ำคลองบางหลวงเป็นตลาดน้ำในเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ที่มีมนต์เสน่ห์และมีเอกลักษณ์เรื่องราววิถีชีวิตเชื่อมโยงวัฒนธรรมและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชม

เป็นจำนวนมาก ทำให้มีการพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเพื่อรองรับการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงพื้นที่จัดสรรร้านค้าต่าง ๆ ขายสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม เพื่อรองรับกับการท่องเที่ยว แต่ในพื้นที่นี้ยังมีผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว คือ วิกฤติการแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ปัญหาขยะจากการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงของที่อยู่อาศัยเพื่อการท่องเที่ยว และปัญหาอื่น ๆ ในชุมชน (เชียง เกาซิด, วิหุร แจ่มจำรัส และสุพรรณษา เทียมประสิทธิ์, 2564) ที่ยังต้องมีการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของระบบคมนาคม การใช้ถนนสัญจรแทนทางเรือที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงบ้านเรือนริมน้ำให้ทันสมัย วัฒนธรรมริมน้ำอาจมีการสูญหายไป การพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดน้ำหากไม่มีการจัดการการท่องเที่ยวที่ดีที่จะทำให้วัฒนธรรมเดิมได้มีการคงอยู่ และสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้ช่วยส่งเสริมและช่วยเหลือให้การท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวงคงอยู่กับคนในชุมชนต่อไป การศึกษาถึงศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะทำให้ได้ข้อมูลในด้านการจัดการการท่องเที่ยวที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานครให้มีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะทำให้ได้ข้อมูลในด้านการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ประธานชุมชน ผู้ประกอบการ ประชาชนในชุมชน รวมถึง

หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานครให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหาหรือตัวแปรการวิจัย

1.1 บริบทชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

1.2 การประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานครด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการบริการ และด้านการตลาด

2. ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้ประชากร ได้แก่ ประธานชุมชนนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

3. ด้านพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

4. ด้านระยะเวลา

ช่วง ปี พ.ศ. 2567 - พ.ศ. 2568

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยว คือ การเรียนรู้ ค้นพบ และสัมผัสแหล่งหรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ และริชาร์ด (Richard, 1996) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือการเดินทางของบุคคลไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยมีจุดประสงค์เพื่อแสวงหาข้อมูลและประสบการณ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการด้านวัฒนธรรมของตนเอง

ดังนั้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จึงเป็นการเดินทางเพื่อศึกษา ชื่นชม หรือให้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ วิถีชีวิต มรดกประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้และการสัมผัสถึงองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนเอง

1. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ผู้มาเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่ และวิถีชีวิตของชุมชนนั้น โดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนของชนเผ่า ศูนย์วัฒนธรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การช่วยรักษาความหลากหลายของเชื้อชาติ

1.2 แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีและซื้อสินค้าของที่ระลึกจากผู้ประกอบการหัตถกรรมคุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษาและรักษาความหลากหลายของวัฒนธรรมคุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี

2. การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541, อ้างถึงใน ธฤชวรรณ มาตกุล, 2556, น.18-19) ได้ให้หลักการในการจัดการการท่องเที่ยว โดยต้องพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจะต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวไปด้วย

2.1 ทรัพยากรทางท่องเที่ยว (Tourism Resource) ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.2.การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) อันได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่พื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

2.3 การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยเป็นส่วน ของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือกระบวนการ การท่องเที่ยว

ดังนั้นในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงต้องนำหลักการ ในการจัดการท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม ซึ่งตลาดน้ำจัดว่าเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงนำหลักการ การจัดการการท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ซึ่งประกอบไปด้วย แนวทางการบริหาร และจัดการของชุมชน แนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมใน แหล่งท่องเที่ยว แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น แนวทางการให้ประชาชน กลุ่มและองค์กรอื่น ๆ ให้มีส่วนร่วมกัน

ศักยภาพของการท่องเที่ยว

ศักยภาพคืออำนาจหรือคุณสมบัติที่แอบแฝง อาจทำให้พัฒนา หรือปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, น.756)

1. ความหมายของศักยภาพการท่องเที่ยว

สันติ น้อยปาน และคณะ (2550, น.5) ให้ความหมายของศักยภาพ การท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถนการรองรับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยศึกษา จากลักษณะทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม (วัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต ค่านิยม) สิ่งแวดล้อม และการปกครอง

ดังนั้น ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ปรับปรุง และจัดการการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

2. การประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวแบ่งเกณฑ์การประเมินออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านการมีส่วนร่วม (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2540, อ้างถึงใน วิภา ศรียะรุ, 2551, น.18-21)

2.1 ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ หรือทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมถึงต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความยากง่ายในการเข้าถึง เช่น สภาพของเส้นทาง การเดินทางในฤดูกาลต่าง ๆ ระยะทางจากศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในพื้นที่

2.2 ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านนันทนาการ การจัดการควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

2.3 ด้านกิจกรรม คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่จะสร้างโอกาสของความตระหนักและสร้างจิตสำนึกให้การศึกษาเรื่องของสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว

2.4 ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดูแลควบคุมแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้างและประชาชนในท้องถิ่นมีความพึงพอใจหรือสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชนอย่างไร มีความพร้อมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร

ศักยภาพของการท่องเที่ยวในด้านการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะประเมินจากสภาพแวดล้อมภายในของพื้นที่คือจุดแข็งและจุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว และประเมินจากสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาสและอุปสรรคที่ทำให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว

ตลาดน้ำคลองบางหลวง

การเรียกชื่อตลาดน้ำไม่มีเพียงชื่อเดียว บางครั้งเรียกว่า ตลาดท้องถิ่น ตลาดเรือ ตลาดนัด ซึ่งสาเหตุของการเรียกหลายชื่อคือ ในอดีตมีการนัดกันมารวมกลุ่มแลกเปลี่ยนซื้อขายตามวันข้างขึ้นข้างแรมที่กำหนดและเรียกตลาดน้ำว่า ตลาดนัด หรือบางครั้งก็เรียกว่า ตลาดท้องถิ่น เนื่องจากตลาดน้ำจะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันตามท้องถิ่น และมีเรือเป็นพาหนะก็เรียกว่า ตลาดเรือ หรือมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายอยู่ริมน้ำก็เรียกว่า ตลาดริมน้ำ ตลาดน้ำจึงเป็นแหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องถิ่น โดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552, น.18)

ตลาดน้ำคลองบางหลวงแต่เดิมพื้นที่แถบคลองบางหลวงเคยเป็นที่อยู่อาศัยของข้าราชการ ขุนนาง ข้าหลวงในช่วงกรุงธนบุรี โดยชาวบ้านเรียกกันว่า คลองบางข้าหลวง ปัจจุบันเรียกกันว่าคลองบางหลวง ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิม มีบ้านเรือนแถวที่ทำด้วยไม้อยู่ริมน้ำ มีร้านค้าขายสินค้าอยู่ตามสองฟากฝั่งที่ยังคงสภาพเดิม ซึ่งตลาดน้ำจัดตั้งขึ้นด้วยดำริของท่านเจ้าอาวาส พระครูศรีปริยัติยานุรักษ์ (หลวงพ่อนรงค์ ปัญญาทิโป) วัดกำแพง (คลองบางจาก) ที่ต้องการสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนคลองบางบางหลวงและได้รับความร่วมมือจากเขตภาษีเจริญ ในด้านการปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม และยังคงความเป็นธรรมชาติของต้นไม้ใหญ่ภายในวัดที่มีอายุยาวนาน เมื่อปรับปรุงพื้นที่จัดสรรร้านค้าต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยกลมกลืนกับวัด และธรรมชาติริมคลองแล้วจึงเปิดให้ทำการค้าขายมีบ้านศิลปินคลองบางหลวง บ้านไม้ทรงมะนิลา ตัวเรือนลักษณะเป็นรูปตัวแอล มีเจดีย์เก่าแก่อยู่ภายในพื้นที่บ้าน สันนิษฐานว่าเป็นเจดีย์กำหนดหนึ่งในสี่ทิศของวัดกำแพงบางจาก บ้านศิลปินเป็นแหล่งรวบรวมงานศิลปะมากมาย ชั้นบนเป็นแกลเลอรี จัดแสดงภาพวาด ภาพถ่าย

ชั้นล่างจำหน่ายของที่ระลึก โปสการ์ดแนวศิลปะต่าง ๆ และมีกิจกรรมงานฝีมือให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกวันหยุดสุดสัปดาห์ ได้แก่ การแสดงหุ่นละครเล็ก คณะวายุบุตร นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมได้ที่วัดกำแพงบางจาก ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 10.00-18.00 น.

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ หนังสือ บทความต่าง ๆ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต รวบรวมเป็นข้อมูลทุติยภูมิเพื่อนำมาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.2 การสัมภาษณ์ จากกลุ่มข้อมูลหลักจำนวน 10 คน ได้แก่ ประธานชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งเก็บรวบรวมดังนี้

1) สัมภาษณ์ประธานชุมชน 1 คน จัดเป็นกลุ่มของผู้มีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

2) สัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 4 คน โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่เลือกเก็บข้อมูลจะเป็นผู้ประกอบการเป็นคนที่มีอายุอยู่ในชุมชนมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

3) สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นจำนวน 3 คน และวัยทำงานจำนวน 2 คน รวม 5 คน

ใช้การเก็บข้อมูลแบบสามเส้าเพื่อมาวิเคราะห์ความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์เตรียมไป คือ สมุดในการจดบันทึกจากการสัมภาษณ์ในประเด็นที่สำคัญ โทรศัพท์มือถือ กล้อง สำหรับใช้ในการถ่ายรูปและบันทึกเสียงในตอนสัมภาษณ์ พร้อมกับนัดหมายและกำหนดจุด

สถานที่สัมภาษณ์ในพื้นที่ของตลาดน้ำพร้อมไปการตรวจสอบสภาพแวดล้อมปัจจุบัน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

มีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้กันงานใน งานวิจัยเชิงคุณภาพอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยวิธีการหาความหมายผ่านการตีความจากข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์และนำมาสรุปความหมายและตีความด้วยวิธีการวิเคราะห์แนวทางสรุป (Summative analysis) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล และนำข้อมูลมาจัดเรียงให้เป็นหมวดหมู่ตรงตาม เนื้อหาที่ต้องการศึกษาโดยวิธีการเขียนเชิงพรรณนา

2. การวิเคราะห์ (SWOT Analysis) SWOT คือเครื่องมือที่ใช้กระบวนการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร เพื่อหาจุดแข็งจุดอ่อนของภายในองค์กร และโอกาส อุปสรรคของภายนอกองค์กร เพื่อนำมาประเมินถึงสถานการณ์ที่จะส่งผลต่อการ ดำเนินงานขององค์กร โดยหลังจากผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ ข้อมูลโดยกระบวนการSWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อประเมินศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (กันทิมา อินโต, 2550, น.43)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน ได้แก่ ประธานชุมชน และผู้ประกอบการนักท่องเที่ยว พบว่า

1. บริบทของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวง

ตลาดน้ำคลองบางหลวงตั้งอยู่ในเขตภาษีเจริญ ติดกับลำคลองบางกอกใหญ่ซึ่งมีลักษณะเป็นคลองธรรมชาติ ตลาดน้ำคลองบางหลวงตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนวัดกำแพงทองพัฒนาและชุมชนวัดคูหาสวรรค์ พื้นที่บริเวณนี้เคยเป็นย่านชุมชนเก่าและเส้นทางสัญจรทางน้ำของขุนนางและข้าราชการในสมัย

กรุงเทพมหานคร แต่ชุมชนบางส่วนยังคงรักษาวิถีชีวิตริมน้ำไว้ จุดเริ่มต้นของตลาดน้ำคลองบางหลวงเริ่มมาจากบ้านศิลปิน ซึ่งกำเนิดและก่อตั้งสร้างจากนายชุมพล อักพันธานนท์ และการร่วมใจของบุคคลผู้มีอุปการะ 3 ท่าน คือ 1. นางสาวสุรางค์รักษ์ ชัยศรีโชติ 2. นางจิตติมา วิบูลย์ลาภ 3. นายเอก โชติวัฒนากร ทั้ง 3 ท่าน เป็นมิตรสหายมาตั้งแต่ครั้งยังเรียนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มาด้วยกัน และเล็งเห็นประโยชน์ของบ้านเรือนเก่าริมน้ำที่มีความคิดเห็นตรงกันว่าหากได้รับการซ่อมแซม บำรุงรักษา และมีกิจกรรมร่วมกันขึ้นมาก็จะเอื้อต่อบรรยากาศโดยรอบให้มีคุณค่าต่อชุมชนที่นับว่าเป็นการช่วยให้วิถีชีวิตดั้งเดิมที่ผู้คนอยู่อาศัยละแวกนี้สามารถอยู่ต่อไปได้ โดยไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปไหนเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อบุคคลในชุมชนให้เข้มแข็ง และต่อบุคคลอื่น ๆ อีกมากมาย รวมถึงเป็นแหล่งพักผ่อนหรือเป็นปอดสีเขียวทางธรรมชาติ ให้กับคนในเมืองหลวงได้อย่างดี และเปิดเป็น “บ้านศิลปิน” เจ้าของบ้านศิลปินเรียกประชุมชาวบ้านในเคียงบ้านศิลปิน บอกกับชาวบ้านว่า ในอนาคตจะมีรายได้เข้ามาจากกิจกรรมในบ้านศิลปิน ถ้าคุณอยากมีรายได้ และรายได้จะเดินผ่านหน้าบ้านคุณ ใครอยากมีรายได้ก็ค้าขาย จากนั้นจึงเปิด ณ วันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2551 บริบทของชุมชนที่ปรับเปลี่ยนบ้านที่อยู่อาศัยให้มีร้านค้า มีการทำมาค้าขายในชุมชนเปิดบ้านตัวเองมารองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

ในปีต่อมามีการแสดงหุ่นละครเล็กหมดสัญญากับทางสวนลุมพินีทางบ้านศิลปินจึงชวนมาเล่นเปิดหมวกโดยไม่เก็บค่าที่ ในอดีตนักท่องเที่ยวที่เข้ามาหุ่นละครเล็กเป็นหลัก โด่งดังมากในหมู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากโควิด-19 ปัจจุบันบ้านศิลปินเน้นในเรื่องของการศิลปะเป็นหลัก หุ่นละครเล็กได้ย้ายไปแสดงบริเวณลานวัดกำแพง เวลา 14.00 น. วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์

ชุมชนนี้มีการแสดงหุ่นละครเล็กเป็นกิจกรรมเด่นของตลาดน้ำคลองบางหลวงและได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ครั้งเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ตลาดน้ำคลองบางหลวงต้องปิดให้บริการชั่วคราว ทำให้กลุ่มศิลปินบางส่วนต้องเปลี่ยนอาชีพเพื่อความอยู่รอด

และเมื่อสถานการณ์คลี่คลาย การแสดงหุ่นละครเล็กจึงได้ย้ายไปจัดแสดงที่ลานวัดกำแพง ปรับเปลี่ยนบ้านศิลปินเป็นพื้นที่ร้านกาแฟและมีกิจกรรมด้านศิลปะสร้างสรรค์เป็นหลัก เช่น การวาดภาพ การร้อยลูกปัด และกิจกรรมศิลปะอื่น กลายเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวในตลาดแห่งนี้คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีจำนวนมากมาเป็นนักท่องเที่ยวหลัก และได้รับความนิยมที่เกิดขึ้น โดยเกิดจากกระแสของสื่อสังคมออนไลน์ มีการเผยแพร่บรรยากาศความเป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรมของผู้คนริมคลองเป็นความสวยงามของชุมชน นอกจากบ้านศิลปินที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักแล้ว ยังมีการทำกิจกรรมศิลปะที่ บ้านพิงศิลป์ที่เปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมด้านศิลปะสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น บรรยากาศสองฝากฝั่งริมคลองมีร้านค้า ร้านกาแฟ ร้านอาหารรองรับวัยรุ่น นอกจากนี้ยังมีวัดกำแพงทองพัฒนาและวัดคูหาสวรรค์ที่มีกิจกรรมการทำบุญไหว้พระและกิจกรรมล่องเรือเที่ยวภายในคลองบางหลวง มีเรือขายอาหารล่องมาจอดขายอาหารอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดน้ำคลองบางหลวงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยววัยรุ่นและนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปเที่ยวชม

2. การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองบางหลวง

การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำใช้องค์ประกอบที่เหมาะสมกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ 5 A's ได้แก่ 1) มีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Access) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ซึ่งปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในตลาดน้ำคลองบางหลวงคือ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนริมคลองบางหลวง บ้านศิลปิน บ้านพิงศิลป์ การแสดงหุ่นละครเล็ก 2) มีเส้นทางการเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีการคมนาคม ได้แก่ เพชรเกษม 20 จรัญสนิทวงศ์ 3. ถนนราชพฤกษ์ ซอย 6 หรือหากว่า เดินทางโดยสาร รถเมล์หรือรถไฟฟ้า MRT, BTS มีบริการมอเตอร์ไซด์รับจ้างหน้าทางเข้า 3) สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่รองรับนักท่องเที่ยว เช่น ลานจอดรถ ห้องน้ำหรือสุขา ถังขยะป้ายบอกทาง ที่นั่งพัก จุดเช็กอิน ร้านอาหาร 4) สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยมีประธานชุมชน และคณะกรรมการของชุมชนเป็นผู้ดำเนินการร่วมกับ

เครือข่ายการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชนได้แก่ สำนักงานเขตภาษีเจริญ สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร กรมการค้าภายในและหน่วยงานภาคเอกชน 5) กิจกรรมด้านศิลปะสร้างสรรค์ เช่น ร้อยลูกปัด วาดภาพ และกิจกรรมศิลปะอื่น กิจกรรมไหว้พระทำบุญ ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

3. การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (SWOT Analysis)

ตลาดน้ำคลองบางหลวงมีสภาพแวดล้อมเป็นชุมชนริมน้ำที่มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำทำให้ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยมีกิจกรรมในการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองบางหลวงได้แก่ การล่องเรือเที่ยวชมบรรยากาศริมน้ำของคลองบางหลวง การให้อาหารปลาที่วัด การเที่ยวชมความเป็นประวัติศาสตร์ของ ตลาดน้ำคลองบางหลวง การไหว้พระทำบุญที่วัด การชมการแสดงหุ่นละครเล็ก การร้อยลูกปัดที่บ้านศิลปินและบ้านพึ่งศิลป์ และงานศิลปะอื่น ๆ เมื่อประเมินถึงจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสดังนี้

3.1 จุดแข็ง (Strengths) คือ มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ มีบ้านศิลปิน ซึ่งเป็นศูนย์กลางศิลปะและการแสดงหุ่นละครเล็ก มีวัดโบราณเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เหมาะสำหรับการกราบไหว้สักการบูชา เป็นตลาดน้ำใจกลางเมืองที่อยู่ในกรุงเทพฯ ที่ยังคงมีวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทยริมน้ำ

ชุมชนให้ความร่วมมือในด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีการนำสินค้า อาหารมาจำหน่ายในตลาดน้ำและมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงได้ร่วมกันรักษาและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแสดงหุ่นละครเล็ก งานวาดภาพ งานฝีมือ การทำอาหารพื้นบ้าน ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนและเรียนรู้วิถีชีวิตไทยแท้ และยังสามารถเข้ามาได้หลายเส้นทาง และหลายวิธีในการเดินทางเข้าถึง มีความสะดวกสบาย อำนวยความสะดวก เช่น ลานจอดรถ ห้องน้ำหรือสุขา

ถึงขยะป้าย บอกทาง ที่นั่งพัก จุดปฐมพยาบาล จุดเช็คอิน ร้านอาหาร จุดประชาสัมพันธ์

3.2 จุดอ่อน (Weaknesses) คือ มีระบบคมนาคมและการเข้าถึง ยังไม่สะดวกมากนักถนนมีขนาดซอยเข้าออกเล็กทำให้ตลาดน้ำบางครั้งเกิดปัญหาความแออัด โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์กลางการให้ข้อมูล มีบริการห้องน้ำสาธารณะไม่เพียงพอ

3.3 โอกาส (Opportunities) คือ เป็นช่วงของกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครที่มีนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะตลาดน้ำในกรุงเทพฯ มีโครงการของภาคเอกชนเป็นสถานที่ที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ มีการสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอก มีศิลปินมาร่วมพัฒนาตลาดน้ำ มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในตลาดน้ำคลองบางหลวง ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ในชุมชน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมหรือการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์

3.4 อุปสรรค (Threats) คือ เกิดผลกระทบในช่วงวิกฤตการณ์แพร่กระจายของโควิด-19 ส่งผลต่อสถานะเศรษฐกิจ มีคนที่ย้ายออกไปจำนวนมากเนื่องจากการสร้างถนนและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเมืองอาจทำให้สภาพแวดล้อมแบบดั้งเดิมของตลาดน้ำ วัฒนธรรมเดิมที่มีความสัมพันธ์กันในระบบเครือญาติเริ่มจางลงทำให้ยากแก่การบริหารจัดการในตลาดน้ำ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร มีข้ออภิปรายดังนี้ บริบทชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่า ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนวัดกำแพงทองพัฒนาและชุมชนวัดคูหาสวรรค์ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นชุมชนเก่าแก่ริมน้ำที่เคยเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำของขุนนางและข้าราชการในสมัย

กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันชุมชนยังคงรักษาวินัยชีวิตริมน้ำบางส่วน และมีการจัดกิจกรรมการแสดงหุ่นละครเล็กซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ แม้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 แต่เมื่อสถานการณ์คลี่คลาย ชุมชนได้ฟื้นฟูการแสดงและปรับเปลี่ยนกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ แต่ยังคงเอกลักษณ์ไว้ที่บ้านศิลปิน บ้านพิงศิลป์ พิพิธภัณฑ์คลองบางหลวง และวัดเก่าแก่หลายแห่ง เช่น วัดกำแพงทอง (วัดกำแพงบางจาก) วัดคูหาสวรรค์ ซึ่งสะท้อนความงดงามทางประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรมแบบไทยดั้งเดิม เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากสื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ ทำให้ตลาดน้ำคลองบางหลวงยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนริมน้ำ นับว่าเป็นจุดเด่นที่สำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและจุดอ่อน คือ การเข้าถึงยังไม่สะดวกมากนักถนนมีขนาดซอยเข้าออกเล็ก ทำให้ตลาดน้ำบางครั้งเกิดปัญหาความแออัด โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์กลางการให้ข้อมูล มีบริการห้องน้ำสาธารณะไม่เพียงพอ ส่วนการเข้าออกทางเรือก็ไม่สะดวกต้องไม่มีเรือเมล์รับส่งเช่นในอดีต และพื้นที่ขนาดเล็กทำให้เกิดความแออัดในช่วงวันหยุด อีกทั้งยังขาดการจัดการระบบสนับสนุนที่เพียงพอ เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว จุดปฐมพยาบาล ป้ายบอกทางที่เหมาะสม ผลกระทบที่ท้องถิ่นที่ซ้ำซาก ขาดการพัฒนาคุณค่าทางเนื้อหา และการส่งเสริมการขายยังจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย โดยขาดการประสานงานของชุมชนโดยรวม นอกจากนี้ แม้จะมีการสนับสนุนบางส่วนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน แต่ยังไม่เพียงพอที่จะยกระดับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองบางหลวงให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน จึงควรมีการเสริมสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก ปรับปรุงการเข้าถึง และวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างมีระบบเพื่อสร้างความยั่งยืนในระยะยาวโดยไม่ทำลายอัตลักษณ์ท้องถิ่น

บริบทที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ใช้ประเด็นการวิเคราะห์ด้านโอกาสพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ได้แก่ การสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอก และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

ผ่านกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรมเป็นบริบทหนึ่งที่น่าสนใจของคนในชุมชน ที่จะพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขียว เกษิต, วิฑูร แจ่มจำรัส และสุพรรณษา เทียมประสิทธิ์ (2564) เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำคลองบางหลวง ธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่าการท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นผลกระทบด้านบวกมากกว่า ด้านลบภาครัฐหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและช่วยเหลือให้การท่องเที่ยว ยังคงอยู่กับคนในชุมชนต่อไปงานต่าง ๆ ในด้านการบริการยังต้องอาศัยอาสาสมัคร หรือคนในพื้นที่ที่มีเวลาว่างและจิตอาสา ซึ่งอาจขาดทักษะเฉพาะทางในการบริหารจัดการท่องเที่ยวก็มีการเสริมสร้างความรู้ อบรมทักษะในด้านการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ภาสกร จวนสง (2563) การประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม กรณีศึกษาชุมชนบ้านท่าล้ง จังหวัดอุบลราชธานีและชุมชนบ้านท่าวัด จังหวัดสกลนคร สรุปได้ว่า ศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมมีประเด็นที่ควรปรับปรุง คือ การส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับชาติให้มีการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกัน แนวทางการพัฒนามี 2 แนวทาง คือ การพัฒนาระดับชุมชน ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชน เอกชนและผู้ในชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เปิดเวทีสาธารณะให้ชุมชนกำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ โดยมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนในการวางแผนทั้งในด้านแผนที่ ศักยภาพ และการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นและการทำงานเชิงรุกของภาครัฐและระดับภูมิภาค การพัฒนาระดับภูมิภาค ควรมีศึกษาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงกันเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้จุดเชื่อมต่อในมิติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเรื่องราว (Story) หรือวิถีชีวิตริมโขงเพื่อให้เกิดจุดท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค

การประเมินศักยภาพของชุมชน (SWOT Analysis) พบว่าด้านทรัพยากรนั้นตลาดน้ำนี้มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ดีเป็นเอกลักษณ์และวิถีชีวิต

ที่เป็นศักยภาพสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และมีความแตกต่างจากตลาดน้ำอื่น ๆ คือ ความเป็นอยู่ในชุมชนเมืองที่ยังดำรงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ด้วยสภาพแวดล้อมที่เป็นชุมชนเมืองก็มีค่านึงถึงความปลอดภัยของผู้คน และวัฒนธรรม โดยเฉพาะความขัดแย้งของผู้คนในชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่จะร่วมกันในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำควรมีการจัดกิจกรรมร่วมกันได้มีการพูดคุยกัน การประสานงานในรูปแบบคณะกรรมการการท่องเที่ยวของชุมชน มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในชุมชนและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวสารของตลาดน้ำให้ชุมชนได้รับรู้และเกิดความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัย สุเนตร ทวีถาวรสวัสดิ์, อนุชัย ถนอมสินรัตน์, พีรदनย์ ศรีบุญเพ็ง (2565) ศึกษาเรื่องศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกรณีศึกษา : ตลาดน้ำสองคลองวัดตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครตลาดน้ำสองคลองวัดตลิ่งชัน พบว่า เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ที่ยังคงความเป็นวิถีชีวิตของชาวสวนริมคลองดั้งเดิมเป็นตลาดยามเช้าที่มากิจกรรมเด่น คือ การใส่บาตรทางน้ำ และมีสภาพแวดล้อมริมน้ำที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ริมคลองที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่ยังพบปัญหาเรื่องการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณ และการประชาสัมพันธ์ จากงานวิจัยมีข้อเสนอแนะให้ชุมชนควรพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำสองคลองวัดตลิ่งชันเพิ่มขึ้น โดยให้ มีกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการวางแผน ดำเนินงานและตัดสินใจ ควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการดำเนินงานพยายามให้มีการกระจายรายได้ใน กลุ่มสมาชิกของชุมชนให้เป็นไปอย่างยุติธรรมและมีความเท่าเทียม ควรมีศึกษาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงกันเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้จุดเชื่อมต่อในมิติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเรื่องราว (Story) ของวิถีชุมชนวัฒนธรรมริมคลองบางหลวง สร้างเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชีวิตของผู้คนริมคลองของคลองบางหลวงกับตลาดน้ำแห่งอื่นในบริเวณใกล้เคียง เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำวัดสะพาน ในการศึกษาครั้งต่อไปการพัฒนาเครือข่ายตลาดน้ำ
ฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

- กฤตพร ห้าวเจริญ. (2555). กระบวนการเกิดและการเปลี่ยนแปลงของตลาดชุมชนริมน้ำบริเวณลุ่มน้ำท่าจีน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- กันทิมา จินโต. (2550). ศักยภาพของชุมชนย่านคลองดำเนินสะดวกในการจัดการการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay). [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- เชียง เกาซิด, วิฑูร แจ่มจำรัส และสุพรรณษา เทียมประสิทธิ์. (2564). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำคลองบางหลวง ธนบุรี กรุงเทพมหานคร. ว.สุทธิปริทัศน์. 35(4), 159–176.
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชื่อมโยงสู่เชิงวัฒนธรรมอีสานกรณีศึกษาวัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ. [การศึกษานิพนธ์ระดับปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น].
- ภาสกร จวนสง. (2563). การประเมินศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าลั้ง จังหวัดอุบลราชธานีและชุมชนบ้านท่าวัด จังหวัดสกลนคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์, อนุชัย ถนอมสินรัตน์ และพีรณย์ ศรีบุญเพ็ง. (2565). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกรณีศึกษา:

ตลาดน้ำสองคลองวัดตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน. ว.ที่ทัศนวิวัฒธรรม. 22(2), 92-110.

สันติ น้อยปาน และคณะ. (2550). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน
ข้างในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนใต้เพื่อการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว
แบบอื่น ๆ. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

อุดม เขยกิจวงศ์. (2552). ตลาดน้ำ. ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

Richard, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. CABI.