

ความสำเร็จการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม

จรรย์ญา คงเพชร^๑

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม และศึกษาเงื่อนไขที่ส่งผลให้ตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จใน 4 ด้าน คือ 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมาย 2) ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) มีการฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 4) มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำหรับเงื่อนไขที่ส่งผลให้ตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จประกอบด้วย 1) การจัดการโดยมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ภาวะผู้นำที่ได้รับการยอมรับ 3) ความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชนและ 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก นอกจากนี้ในส่วนของข้อเสนอแนะ ชุมชนควรมีการจัดทำแผนการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่นที่จอดรถ ป้ายบอกทาง เป็นต้น ควรมีการจัดทำธรรมนูญชุมชนสำหรับเป็นบทบัญญัติด้านต่างๆ ที่สมาชิกจะต้องยึดถือร่วมกัน และการส่งเสริมตลอดจนการปลูกฝังให้เกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่คนในชุมชน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน, จังหวัดสมุทรสงคราม

^๑ นักศึกษาปริญญาโท คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ E-mail: jaranya3@icloud.com

รับบทความ: 1 ตุลาคม 2563 แก้ไขบทความ: 28 ธันวาคม 2563 ตอรับบทความ: 30 ธันวาคม 2563

The Success of Community-based tourism Management: A case study of Thaka Floating Market in Samutsongkhram

Jaranya Kongpet^a

Abstract

The objectives of this article are to study success of the community-based tourism of Thaka Floating Market in Samut Songkhram, and to study conditions of the success of Thaka Floating Market. The methodology of qualitative research was utilized with in-dept interviews and observations. The study found that community-based tourism of Thaka Floating Market is successful in 4 dimensions – that is, first, attaining the target of the number of tourism; second, increasing villagers' income and employment; third, restoring traditions and local culture; finally, conserving natural resources and environment. The conditions of success of this Floating Market are as follows – firstly, management of villagers' participation; secondly, acceptance of leaderships; thirdly, community's social capital; lastly, external agents' support.

Keywords: Community-based tourism, Success of community-based tourism management, Samut Songkhram

^a Master Student, School of Social and Environmental Development, National Institute of Development Administration, E-mail: jaranya3@icloud.com

บทนำ

ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวได้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยพบว่าในปี 2555 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 343 ประเทศทั่วโลก (Ministry of Tourism & Sports, 2018) การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และช่วยกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนที่อาศัยอยู่ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว

จากการประชุมเรื่องสิ่งแวดล้อมโลก (Earth Summit) ในปี 2535 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นแนวคิด “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ที่มีอิทธิพลต่อแนวคิด “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” จนเกิดเป็นกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วิถีชุมชนและเชื่อมโยงไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งต่อมาได้ก่อรูปเป็น “แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน” ในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยประเทศไทยในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 รัฐบาลได้ใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจ จนถึงปี 2541-2542 ได้ประกาศเป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) อันนำไปสู่ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี 2560 ประเทศไทยมีการจัดตั้งการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งสิ้น 264 แห่ง จำแนกเป็นภาคเหนือ 82 แห่ง ภาคอีสาน 57 แห่ง ภาคกลาง 62 แห่ง และภาคใต้ 63 แห่ง (Ministry of Tourism & Sports, 2018)

บทความวิจัยนี้ มุ่งศึกษา “ตลาดน้ำท่าคา” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ ในอดีตตลาดน้ำท่าคาเป็นสถานที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าของชาวบ้านในชุมชน จนถึงปัจจุบันนี้ได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์แบบดั้งเดิม คือ ตลาดน้ำยังคงใช้เรือพายขนาดเล็ก เช่นเดียวกับในอดีต ทำให้ตลาดน้ำท่าคาแตกต่างจากตลาดน้ำทั่วไป เพราะเป็นตลาดน้ำเรือพายที่หลงเหลือเพียงแห่งเดียวในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยผู้วิจัยต้องการทราบถึงความสำเร็จในการบริหารจัดการตลาดน้ำ ในฐานะเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน การศึกษาครั้งนี้จึงน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กำลังได้รับความสนใจอยู่ในขณะนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

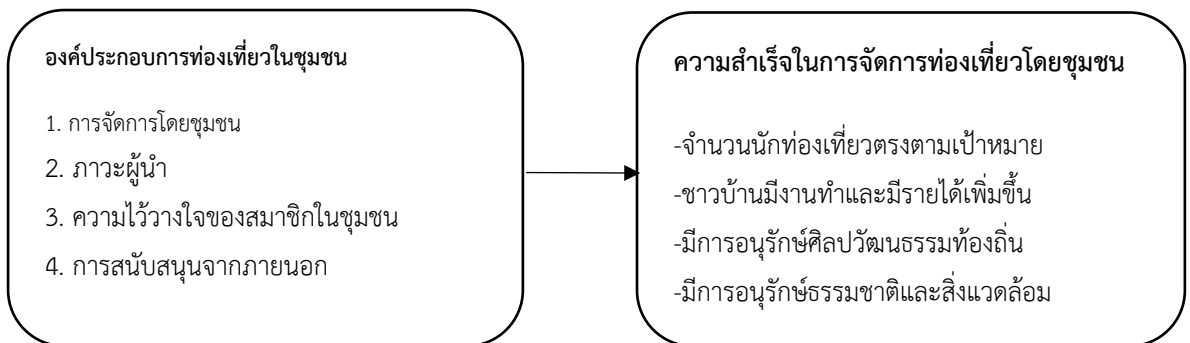
- 1) เพื่อศึกษาความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนของตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2) เพื่อศึกษาถึงเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จ

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism) หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ชาวบ้านเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ตั้งแต่ด้านประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิธีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพของชาวบ้านในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยว เป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการคิด วางแผนงาน การดำเนินงานการประเมินโครงการ และการแบ่งปันผลประโยชน์ โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (Sarobol, 2003)

ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงน่าจะประกอบด้วย 4 ด้าน กล่าวคือ 1) มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนสูงพอสมควร 2) การท่องเที่ยวดังกล่าวส่งผลให้ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) เนื่องจากสินค้าการท่องเที่ยวที่สำคัญ ก็คือ ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นดังกล่าว และ 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในทางตรงข้าม การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรจะส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน (Somsak, Sujitra, Nussara, & Somchai, 2007) สำหรับเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วยเงื่อนไขอย่างน้อย 4 ประการ คือ 1) การจัดการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชน 2) การมีภาวะผู้นำที่ได้รับการยอมรับ เงื่อนไขที่สามความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน และเงื่อนไขที่สี่การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก (Somsak et al, 2007)

แผนภาพที่ 1: แนวคิดนำในการวิจัย



วิธีการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารตลาดน้ำท่าคา ประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนท่าคา ผู้นำชุมชนผู้อาวุโสในชุมชน พ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำท่าคา ชาวบ้านที่ทำโฮมสเตย์ ชาวบ้านทั่วไป และนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์ภายในบริเวณชุมชน การประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดน้ำท่าคา บริเวณโฮมสเตย์ ร้านอาหาร ร้านค้า สถานที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ และบริบทอื่น ๆ ของพื้นที่โดยรอบ ทำการทดสอบเนื้อหาแบบสามเส้า (Triangulation) ที่เป็นการหาข้อมูลจากหลายแหล่งที่มาทำการทำการตรวจสอบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครอบคลุมประเด็น และเชื่อถือได้ โดยเฉพาะข้อมูลจากผลงานวิจัยที่ผ่านมา และเอกสารจากคณะกรรมการบริหารตลาดน้ำท่าคา เป็นต้น

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลเสนอผลการวิจัยจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดน้ำท่าคา 2) เจ็อนไขที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของตลาดน้ำท่าคา

บริบทของตลาดน้ำท่าคา

ชุมชนท่าคา ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 (บ้านคลองศาลา) ตำบลท่าคา อำเภอมัทพวา คำว่า “ท่าคา” เป็นชื่อเดิมที่เรียกกันมาตั้งแต่ในอดีต เนื่องจากชุมชนมีพื้นที่เป็นลำกลางที่มีหญ้าคาเป็นจำนวนมาก ภายในชุมชนมีคลองสายสำคัญที่พาดผ่านกลางหมู่บ้านจำทิศตะวันออกไปยังตะวันตก และคลองแยกย่อยเชื่อมต่อกันคือ คลองท่าคา คลองศาลา และคลองวัดมณีสรรรค์ ซึ่งในอดีตเกิดการค้าขายทางน้ำจนกลายเป็นตลาดเรียกว่า “ท่านบท่าคา” โดยชาวบ้านในชุมชนยังคงมีการสัญจรไปมาทางน้ำมาจนถึงปัจจุบัน

ตำบลท่าคาอยู่ห่างจากตัวอำเภอมัทพวาประมาณ 10 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 5,631 ไร่ หรือประมาณ 9 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน ซึ่งหมู่ 2 หรือที่เรียกว่า “ชุมชนท่าคา” มีผู้อยู่อาศัยทั้งสิ้น 504 คน แยกเป็นชาย 242 คน และหญิง 262 ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ ปลูกผัก สวนมะพร้าว ทำน้ำตาลมะพร้าว ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อคน/ปี ประมาณ 62,959 บาท หรือ 17,335บาท/ครอบครัว

ตลาดน้ำท่าคาแรกเริ่มตั้งอยู่ที่ท่านบท่าคา ในสมัยที่ตำบลท่าคามีกำนันชื่อนายลพ บุญปลอดในละแวกหมู่บ้านคลองมะขวิดหรือวัดวิหาร อาชีพแต่เดิมของชาวบ้านมีอาชีพทำสวนปลูกผักหลากหลายชนิด ตั้งแต่หอม กระเทียม พริก รากจืด ข้าวโพด ถั่วลิสง ถั่วเหลือง เมื่อได้ผลผลิตมากกว่าความต้องการ จึงได้นำมันแลกเปลี่ยนสินค้าที่ท่านบท่าคา ในสมัยนั้นชาวบ้านที่อยู่ใต้ท่านบลงไปจะนำเอาน้ำตาลมะพร้าว หรือของทะเลมาขายแลกเปลี่ยนกับชาวบ้านที่อยู่เหนือท่านบท่าคาจะมีตั้งแต่ผักสด ผลไม้

เป็นประจำ การเดินทางไปตลาดทำนบชาวบ้านที่อยู่ใต้ทำนบจนถึงชาวแม่กลองริมทะเลจะพายเรือมาค้ากึ่งคืนที่นัด บริเวณทำนบจะมีแผงขายสินค้าตั้งอยู่บนฝั่ง ส่วนเหนือทำนบจะออกเดินทางตั้งแต่เข้ามืดไปถึงนัดประมาณตี 5 เริ่มทำการแลกเปลี่ยนหรือซื้อสินค้ามีเรือมาขายสินค้าเป็นจำนวนมากในทุกวันนี้ จนกลายเป็นตลาดน้ำท่าคา

ตลาดน้ำท่าคาจะมีในวันขึ้นและแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำของทุกเดือนเพราะช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นช่วงน้ำขึ้น มีปริมาณน้ำมากจึงสะดวกต่อการสัญจรทางน้ำ ปัจจุบันได้ขยายเวลาเปิดเพิ่มขึ้นเป็นวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลาทำการเริ่มตั้งแต่เวลา 6.00-15.00 น. สำหรับร้านค้าทั้งในเรือและบนบกมีหมุนเวียนกว่าประมาณ 200 ร้าน นอกจากตลาดน้ำแล้วยังมีกิจกรรมอื่น ๆ อาทิเช่น การรูดแผนไทย ชมการเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว นั่งเรือพายชมสวน มีกิจกรรมเข้าฐานเรียนรู้ ปั่นจักรยานเที่ยวชุมชน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะมีเป็นจำนวนมากในวันหยุดเสาร์อาทิตย์เฉลี่ยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยกว่าหนึ่งพันคน และในวันหยุดสำคัญอาจมีนักท่องเที่ยวมากถึงห้าพันคน

ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดน้ำท่าคา

จากการสัมภาษณ์ผู้นำ ตลอดจนชาวบ้านจำนวนหลายราย พบว่าพวกเขาต่างประเมินว่าการดำเนินงานของตลาดน้ำท่าคาประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยผู้วิจัยสามารถจำแนกความสำเร็จในด้านต่างๆ ของตลาดน้ำดังกล่าวได้ดังนี้

ประการแรกมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ตลาดน้ำท่าคาประกอบด้วยร้านค้าที่ตั้งอยู่ริมฝั่งบางส่วน แต่การค้าส่วนใหญ่เป็นการนำสินค้ามาขายบนเรือพาย โดยแม่ค้าสามารถพายเรือบรรทุกสินค้าออกมาขายเมื่อไหร่ก็ได้ตามแต่ละช่วงเวลา สินค้าเกือบทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน อาทิ อาหารพื้นเมือง ขนม น้ำมะพร้าวอ่อน ผลไม้ท้องถิ่น ผักที่ชาวบ้านปลูก ฯลฯ รวมเรือสินค้าทั้งสิ้นมากกว่า 200 ลำ ผู้วิจัยได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในตลาดซึ่งพบว่าในแต่ละวันมีมากกว่า 2,000 คนต่อวัน และในวันเทศกาลสำคัญจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 5,000 คน ทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความสำเร็จประการที่สองได้แก่ การเติบโตของตลาดน้ำท่าคาส่งผลให้ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น กล่าวคือ ชาวบ้านทั้งในชุมชนท่าคาและชุมชนใกล้เคียงมีงานทำและมีรายได้เพิ่มจากการนำสินค้ามาขายกว่า 200 ครอบครัว โดยมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าประมาณเดือน 3,500 – 4,000 บาทต่อราย นอกจากนี้ชุมชนยังมีการจัดทำกิจกรรมฐานเรียนรู้ โดยกำหนดให้ชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนหมุนเวียนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำฐานเรียนรู้ โดยมีรายได้จากกิจกรรมดังกล่าวประมาณคนละ 300-600 บาทต่อวัน จึงสามารถกล่าวในภาพรวมได้ว่าตลาดน้ำท่าคาส่งผลให้ชาวบ้านได้รับผลประโยชน์จากการมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง

ความสำเร็จด้านที่สาม การดำเนินการตลาดน้ำท่าคาส่งผลให้ชาวบ้านมีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีการฟื้นฟูประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท่าคา คือ ประเพณีกวนกระยาสารท ซึ่งนิยมทำกันในวันสารทไทยตรงกับแรม 15 ค่ำเดือน 10 และได้นำเอากิจกรรมดังกล่าวเข้ามาเป็นจุดขาย มีการจัดกิจกรรมแข่งขันกวนกระยาสารทโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการชิมและให้คะแนน อีกกิจกรรมหนึ่งที่น่าสนใจคือ การทำน้ำตาลมะพร้าว ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ ชาวบ้านให้สัมภาษณ์ว่าลำคลองในชุมชนท่าคาเป็นน้ำกร่อย อันส่งผลให้น้ำมะพร้าวมีความอร่อยต่างจากที่อื่น ชาวบ้านจึงหันมาทำสวนมะพร้าวกันเป็นจำนวนมาก สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าวของชุมชนท่าคา ได้รับคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี 2555 ได้รับการยอมรับเป็นผลิตภัณฑ์ 5 ดาว และยังมีการทำผลิตภัณฑ์จักสานก้านมะพร้าวจนได้รับการยอมรับเป็นผลิตภัณฑ์ 5 ดาวในปี 2560

ความสำเร็จด้านที่สี่ การดำเนินการตลาดน้ำท่าคาส่งผลต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ลำคลองท่าคาเป็นเส้นทางคมนาคมและการดำเนินกิจกรรมการค้าขายทางน้ำของชุมชนมาตั้งแต่ในอดีต ชาวบ้านได้ร่วมมือกันพัฒนาตลาดน้ำโดยการขุดลอกคูคลองเพื่อไม่ให้ลำคลองตื้นเขิน มีกิจกรรมกำจัดผักตบชวา สำหรับชาวสวนมะพร้าวจะมีการขุดลอกหน้าดินเพื่อนำไปใส่ในโคนต้นมะพร้าวเพื่อให้ได้รับปุ๋ยจากธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์โดยไม่มีการใช้สารเคมีในการทำการเกษตร ขณะเดียวกัน ชาวบ้านมีการปลูกไม้ดอกไม้ประดับหน้าบ้านเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และรณรงค์ให้ร่วมมือกันคัดแยกขยะ อันทำให้ชุมชนมีความสะอาดและมีต้นไม้ร่มรื่นสวยงาม

เงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของตลาดน้ำท่าคา

การศึกษาครั้งนี้พบว่า เงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดน้ำท่าคา มีดังนี้ ประการแรก การจัดการตลาดน้ำในรูปแบบคณะกรรมการชุมชน อันประกอบไปด้วยประธานฯ ที่ได้มาจากตำแหน่งนายก อบต.ท่าคา ส่วนคณะกรรมการประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้อาวุโสที่ชาวชุมชนให้ความเคารพ ตัวแทนเจ้าของที่ดินในบริเวณตลาด เลขานุการ ฯลฯ รวมทั้งสิ้น 19 คน ร้านค้าที่อยู่ในเรือจะไม่มีเก็บค่าเช่าในการใช้สถานที่ ส่วนร้านค้าบนบกจะมีการเก็บค่าเช่าเดือนละ 1,000 บาท และในส่วนของร้านค้าประชารัฐจะมีค่าเช่าอยู่ที่ 500 บาท และเรือพายนำเที่ยวจะจ่ายค่าบำรุงเดือนละ 200 บาท โดยคณะกรรมการได้กำหนดเงื่อนไขผู้มีสิทธินำสินค้ามาขายในบริเวณตลาดน้ำจะต้องเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างงานและสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน โดยรายได้ส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของตลาดน้ำ

เงื่อนไขที่สองคือ ภาวะผู้นำ ซึ่งผู้มีบทบาทสำคัญที่ควรกล่าวถึง ได้แก่ ประธานกลุ่มจัดการท่องเที่ยว เป็นอดีตผู้ใหญ่บ้านคลองศาลาที่ชาวบ้านให้ความเชื่อถือ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานกลุ่ม

แม่บ้านเกษตรกรตลาดน้ำท่าคา ประธานกลุ่มมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ตลาดน้ำเรือพายแบบดั้งเดิม วิสัยทัศน์ดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจาก นายก อบต. รวมทั้งชาวบ้านโดยทั่วไปในชุมชน ประธานกลุ่มฯ ดังกล่าวมีบุคลิกเป็นคนเปิดเผย มีความรู้ความสามารถด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน และมีความเข้าใจถึงบริบทและเอกลักษณ์ของชุมชนเป็นอย่างดี

เงื่อนไขที่สาม ความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของความสัมพันธ์ภายในชุมชนวางอยู่บนพื้นฐานของความเป็นเครือญาติ มีความเป็นอยู่แบบชุมชนชาวสวนริมคลองที่มีการพึ่งพาอาศัยต่อกันค่อนข้างสูง โดยทั่วไปชาวบ้านมีความไว้วางใจต่อกันและช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกันในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน การมีส่วนร่วมในการรักษาตลาดน้ำจึงเกิดจากการมีจิตสำนึกร่วมกัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของที่ต้องการจะพัฒนาและรักษาเอกลักษณ์แบบดั้งเดิมของชุมชนให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ชาวบ้านยังมีความสัมพันธ์ที่ดี ให้การยอมรับและพร้อมที่จะร่วมมือกันผู้นำของชุมชน หน่วยงานราชการต่างๆ ที่นำโครงการเข้ามาในพื้นที่ และมีทัศนคติที่ต่อแขกภายนอกที่เดินทางเข้ามา อันส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเชิงบวกที่ได้รับการต้อนรับจากชาวบ้านโดยทั่วไป

เงื่อนไขที่สี่ การสนับสนุนจากภายนอก จากการศึกษาพบว่าตลาดน้ำท่าคาได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกจากหลายหน่วยงาน นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งตลาดน้ำท่าคาในปี 2541 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เข้ามาปรับปรุงถนนที่เป็นเส้นทางเข้าสู่ชุมชน (จากทางลูกรังให้เป็นถนนลาดยาง) หลังจากนั้นตลาดน้ำท่าคาได้รับการพัฒนาจนเป็นที่รู้จักทั่วไป จนถึงปี 2561 ตลาดน้ำท่าคาได้รับเลือกจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดให้เป็นตลาดประชารัฐ ตลาดต้องชม นอกจากนี้ตลาดน้ำท่าคายังได้รับการสนับสนุนจากการศึกษานอกระบบของตำบล ในด้านการอบรมภาษาอังกฤษให้แก่แม่ค้า การจัดอบรมในหลักสูตรการแปรรูปอาหาร ส่วนกรมพัฒนาชุมชนได้เข้ามาส่งเสริมในการสร้างสัมมาชีพ เป็นการพัฒนาทักษะแก่ชาวบ้านที่เป็นผู้รู้ให้มีโอกาสได้ถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิก และอบรมด้านการพัฒนาอาชีพให้แก่ชาวบ้าน กระทรวงสาธารณสุขได้เข้ามาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชุมชน ให้ได้มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีกระทรวงวัฒนธรรมที่เข้ามาส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เนื่องจากตลาดน้ำเป็นตลาดเรือพายธรรมชาติ มีบ้านเรือนไทย มีบ้านกำนันจันที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงมีการจัดทำเส้นทางจักรยานสำหรับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ

จุดแข็งของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคาได้แก่ ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจต่อเอกลักษณ์ของชุมชน และพวกเขาต่างมีวิสัยทัศน์ร่วมกันที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างไรก็ตามจากผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์คณะกรรมการบริหารตลาดน้ำจึงอาจกล่าวได้ว่าการจัดการของตลาดน้ำที่ผ่านมาตลาดน้ำท่าคายังไม่เคยมีการวางแผนอย่างเป็นระบบสะท้อนได้จากการไม่มีปฏิทินสำหรับจัดกิจกรรมท่องเที่ยว การบริหารงานที่ผ่านมาจึงมีลักษณะของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ามากกว่า ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาตลาดน้ำท่าคาในเชิงรุกและสามารถจัดการอย่างเป็นระบบ ผู้มีวิสัยทัศน์ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ประการแรก ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในทุกๆ ขั้นตอน

ประการที่สอง ตลาดน้ำท่าคาควรมีการปรับปรุงระบบการจราจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพิ่มบริเวณที่จอดรถ เพิ่มพื้นที่อำนวยความสะดวก เพิ่มทางลาดสำหรับผู้พิการหรือผู้สูงอายุ จัดบริการห้องน้ำและที่ทิ้งขยะให้เพียงพอ ตลอดจนป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ

ประการที่สาม ควรมีการจัดทำ “ธรรมนูญชุมชน” สำหรับเป็นบทบัญญัติด้านต่างๆ ที่สมาชิกจะต้องยึดถือร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบัญญัติเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม อาทิ การห้ามทิ้งขยะลงแม่น้ำ คูคลอง ทำน่าน้ำสินค้าวางขวางบริเวณทางเดิน มีการส่งเสริมให้ใช้วัสดุธรรมชาติในการบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

ประการที่สี่ ผู้นำควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน ให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนให้มีเพิ่มมากขึ้น ความเสมอภาคและยุติธรรมในการจัดสรรประโยชน์ การบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส/พร้อมตรวจสอบ รวมทั้งการผนวกการท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนของพวกเขา

ประการที่ห้า ชุมชนควรมีการปลูกฝังคนรุ่นใหม่ให้เกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชนที่ไปเรียนหนังสือในเมืองใหญ่ เพื่อให้พวกเขามีความรักในภูมิปัญญาของชุมชน และเมื่อจบการศึกษาแล้วอยากเดินทางกลับบ้านเกิดเพื่อจะได้เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาชุมชน พัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตน รวมทั้งรักษาสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนให้คงดำรงอยู่สืบไป

เอกสารอ้างอิง

Ministry of Tourism and Sports. (2018). Tourism Statistics 2018. [In Thai]. Retrieved April 1, 2018, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20190925130927.pdf

- Ministry of Tourism and Sports. (2018). Tourism Statistics Economic Review. [In Thai]. Retrieved April 1, 2018, from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404
- Jarin, A. (2011). Management Tourism to the Sustainable Floating Market Community. [In Thai]. *Exercise Journal*, 31(1), 204-209.
- Pothana, S. (2013). *CBT Standard Handbook*. [In Thai]. Chiangmai: Payap University
- Matura, S. (2016). The Development Guidance and Tourism Promotion Effect to Bangnamphung Floating Market, Samut Prakan Province's Uniqueness. [In Thai]. *Journal of Cultural Approach*, 17(31), 41-55.
- Sammukkeetham, S., Sammukkeetham, S., Boonsanong, N., & Kampantong, S. (2007). Alternative: Problems of Homestay Management in Accordance with Sufficiency Economy Approach: A Case Study of Bangkhonthi District, Samutsongkram Province. [In Thai]. Bangkok: Krirk University.
- Santh, S. (2003). *Community - based tourism*. [In Thai]. Chiangmai: The Thailand Research Fund.
- National Economic and Social Development Board Office of the Prime Minister. (2016). The Eleventh National Economic and Social Development Plan (2017-2021). [In Thai]. Bangkok: Office of the Prime Minister.