

กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชาัฐ: กรณีศึกษาชุมชนบ้านเปิดล่าง
ตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี*

STRATEGIES OF COMMUNITY MARKET MANAGEMENT: CASE STUDY
BAN BOET LANG COMMUNITY, BANG BAI MAI SUBDISTRICT,
MUEANG DISTRICT, SURATTHANI PROVINCE

มุกดา ใจดี

Mookda Jaidee

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย

Faculty of Humanities and Social Sciences, Suratthani Rajabhat University, Thailand

Corresponding author E-mail: Mookda.140237@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบท ศักยภาพ และการจัดการตลาดน้ำประชาัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง และ 2) ค้นหากลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประชาัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่ม โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน 2) กลุ่มอาชีพ 3) ประชาชน 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ 5) นักท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและสรุปภาพรวม ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทตำบลบางไผ่ มีพรรณพืชหลากหลายเจริญงอกงามเป็นทิวแถวสองฝั่งแม่น้ำลำคลอง มีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำและทรัพยากรก่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ศักยภาพตลาดน้ำประชาัฐ ได้แก่ ดึงดูดใจ คมนาคม ประเพณี/วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม/สินค้า มีการจัดการ ได้แก่ บริการท่องเที่ยว รายได้/เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมใน/นอกชุมชน สังคม/วัฒนธรรม และด้านกิจกรรม/สินค้า การนำรากเง้าของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่และของดีของชุมชนมาเป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และ 2) กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประชาัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสร้างระบบ 2) กลยุทธ์การสร้างคน 3) กลยุทธ์การสร้างศิลปวัฒนธรรม และ 4) กลยุทธ์การสร้างเศรษฐกิจ จากการเห็นคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์มรดกทางสังคมด้วยพลังชุมชนร่วมมือกันเพื่อยกระดับเศรษฐกิจซึ่งเป็นฐานรากของชุมชน และเพิ่มมูลค่าแก่ทรัพยากรโดยนำการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง

คำสำคัญ: กลยุทธ์การจัดการ, ตลาดน้ำประชาัฐ, ชุมชนบ้านเปิดล่าง

Abstract

The purpose of this article is to: 1) study the context, potential, and management operations of the community Market, Ban Boet Lang Community, and 2) To find Strategies of community Market Management: case study Ban Boet Lang Community, Bang Bai Mai Sub-District, Mueang District, Surat Thani Province. The study was qualitative research by documentary data analysis with in-depth interview and focus group discussion. Data were selected by choosing a specific sample key informants such as 1) Community leaders, 2) Professional groups, 3) Citizens, 4) Related agencies, and 5) Tourists total of 15 people for analyzed the information content and overview summarize. The research was found that: 1) Bang Bai Mai Subdistrict context, there are a variety of plants growing in rows on both sides of the river and canals. There is an abundance of water sources and resources that have led to floating market tourism. The potential of the community Market including: attractiveness, transportation, tradition/culture, natural resources, facilities, and activities/products. The management including: tourism services, income/economy, natural resources/environment, participation in/outside the community, society/ cultural, and activities/products. Using the roots of history, culture, traditions, lifestyles and good things of the community as the cost of community tourism management. And 2) Strategies of community Market Management of Ban Boet Lang Community including: 1) Strategy for creating a system, 2) Strategy for creating people, 3) Strategy for creating arts and culture, and 4) Strategy for creating an economy. By recognizing the value and importance of resources, creating social heritage identity through community power, and jointly improving the basic economy of the community. And increase resource value by using cultural tourism as a tool to strengthen community development.

Keywords: Strategy Management, Community Market Management, Ban Boet Lang Community

บทนำ

ตลาดน้ำเป็นลักษณะการค้าหนึ่งในสังคมไทยเดิมซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตและชุมชนริมน้ำเสมอมา ตลาดน้ำหรือตลาดเรือ เกิดขึ้นตามลำคลองที่เป็นแหล่งชุมนุมใหญ่ของคนไทย เป็นที่ที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขาย ในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ เมื่อครั้งอดีตกาลชุมชนส่วนใหญ่มีการอาศัยเส้นทางการจราจรทางน้ำ และมีการพึ่งพาแม่น้ำลำคลองเป็นเส้นเลือดหลักหล่อเลี้ยงชีวิต ผู้คนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำลำคลอง มีวิถีชีวิตด้วยการพึ่งพิงสายน้ำในการเพาะปลูกพืชผัก ทำสวน ทำไร่ริมน้ำ ทำประมงในแม่น้ำลำคลอง ซึ่งเมื่อได้ผลผลิตแล้ว ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมน้ำก็จะนำเอาผลผลิตของตนเองใส่เรือมาแลกเปลี่ยนกัน (ราตรี โตเพ่งพัฒน์, 2543) เมื่อกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าเกิดขึ้นเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้สังคมริมน้ำของผู้คนกลายเป็นตลาดน้ำ ด้วยลักษณะของการพบปะกันเป็นประจำ การเกิดขึ้นของ

ตลาดน้ำจึงมาจากการนัดของชาวบ้านที่นำผลผลิตของตนใส่เรือมาแลกเปลี่ยน ซื้อขาย ตามสถานที่และวันเวลาที่ตกลงกันไว้ ซึ่งเชื่อมถึงกันหมุนเวียนอยู่อย่างนี้ไปเรื่อย ๆ และเป็นที่รู้จักกันทั้งพ่อค้าแม่ค้าซื้อขายประจำจนจึงกลายเป็นตลาดน้ำ (สารคดีการท่องเที่ยว, 2566) โดยมีพื้นที่ต้นแบบที่ประสบผลสำเร็จคือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่อยู่ในใจของผู้คนจำนวนมาก ทั้งความร่มรื่นของสถานที่ เป็นที่พบปะระหว่างผู้บริโภคและพ่อค้าแม่ค้า ผักผลไม้ไร้สารพิษจากสวนของชาวบ้าน และเป็นต้นแบบด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงเป็นต้นแบบการจัดการตนเองโดยคนในชุมชน จนเกิดความยั่งยืนทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจชุมชน พลังงานทางเลือก รวมถึงด้านอื่น ๆ (จิตรธิดา จิตธิวัตร, 2556) ปัจจุบันการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่นตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือสวนไร่นาตามริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่าย เป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประชาชนอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์อันโดดเด่นของเมืองไทย และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนชาวสวน และผลผลิตทางเกษตรทางน้ำ (ปัญญา คล้ายเดช และคณะ, 2561)

ดังเช่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่ได้มีกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน จึงกำหนดทิศทางการพัฒนาจังหวัดภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า "สุราษฎร์ธานีเป็นเมืองแห่งคนดีที่น่าอยู่ ศิลปวัฒนธรรมเลื่องชื่อ ศูนย์กลางการเกษตรครบวงจร" ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเน้นด้านประเพณีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ในด้านการเกษตรมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลชั้นนำระดับโลก การวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด สุราษฎร์ธานีจึงมีการกำหนดแผนการพัฒนาของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหลายด้าน เนื่องจากสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่ศักยภาพพื้นที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ครบทุกด้านไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ ทะเลภูเขา น้ำตก อีกทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้านที่โดดเด่นไม่ด้อยกว่าจังหวัดอื่นส่งผลให้เป็นจังหวัดที่มีอัตราการนักท่องเที่ยวเติบโตสูงสุดในประเทศ สถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยมีสถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 600 % มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนกว่า 3.6 ล้านคน ทำให้มีรายได้ในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลการท่องเที่ยวของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี 2565 จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีรายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวน 27,661 ล้านบาท จากนักท่องเที่ยวจำนวน 3,690,642 คน เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2564 รายได้สูงขึ้น จำนวน 912.04 % และในห้วงเดือนเดือนมกราคม - กันยายน 2566 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 39,177.42 ล้านบาท คิดเป็น 2.77 % ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศไทย (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2566) ทั้งนี้ตำบลบางไผ่ตั้งอยู่ในจังหวัด สุราษฎร์ธานี มีลักษณะเป็นคลองเล็กคลองน้อยไหลผ่านมีแม่น้ำ หลายสาย แยกออกมาจากลำคลองจึงเป็นที่รู้จักในนาม "ดินแดนแห่งคลองร้อยสาย" มีพรรณพืชหลากหลาย อันได้แก่ ลำพู โกงกาง ตันจากและพันธุ์ไม้อื่นๆ เจริญงอกงามเป็นทิวแถวสองฝั่งแม่น้ำลำคลอง ซึ่งเป็นที่พักพิงของหิ่งห้อย และนกนานาพันธุ์ รวมทั้งมีประเพณีวัฒนธรรมแบบโบราณ

จากพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์มีความพร้อมทางทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ยังคงคุณค่าไว้แก่ผู้มาเยือน ซึ่งเป็นต้นทุนของท้องถิ่นที่พร้อมต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เกิดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเรียกว่า “กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” โดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลบางไผ่เป็นผู้สนับสนุน เกิดเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจร้านค้า ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก ซึ่งสร้างงาน สร้างอาชีพกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน ส่งผลให้ได้รับรางวัลชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (มนต์เสน่ห์ภาคใต้) ปี 2555 และรางวัลชนะเลิศประเภทการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประจำปี 2556 (องค์การบริหารส่วนตำบลบางไผ่, 2558) เกิดเป็น “ตลาดน้ำประชารัฐบางไผ่” โดยมีชุมชนเก่าแก่วัดคลองที่มีวิถีชีวิตที่พึ่งพิงแม่น้ำลำคลองมาตั้งแต่ในอดีต มีเรือแจวและเรือพายและเรือหางยาว และชมความอุดมสมบูรณ์ตลอดแนวสองฝั่งคลอง อีกทั้งมีการจำหน่ายสินค้า เช่น อาหารพื้นบ้าน ขนมไทย ผลิตภัณฑ์กลุ่ม และอาหารประจำถิ่น ซึ่งเป็นเสน่ห์ของการล่องเรือชมวิถีชีวิตสองฝั่งแม่น้ำ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2566) จากการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งผลกระทบที่ตามมาคือ การทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เปลี่ยนไป ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเนื่องจากยังขาดมาตรฐานคุณภาพรูปแบบที่เหมาะสม ความตระหนักรู้ ความรู้ความเข้าใจ การมีส่วนร่วมของชุมชน และความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งราชการ องค์กรเอกชน และประชาชน รวมถึงการบริหารจัดการความยั่งยืนเพื่อให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อสังคม (พนิตสุภา ธรรมประมวล และคณะ, 2553) ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยสนใจศึกษากลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชารัฐ: กรณีศึกษาชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท ศักยภาพ และการจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อค้นหากลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ด้านขอบเขตการวิจัย

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นตัวแทนของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงและมีบทบาทต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำชุมชนประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง หมู่ที่ 1 ตำบลบางไผ่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และคณะกรรมการหมู่บ้าน 2) กลุ่มอาชีพ ประกอบด้วย

กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลบางไผ่ กลุ่มมะพร้าว กลุ่มศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล และกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ 3) ประชาชน ประกอบด้วย ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบางไผ่ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงและมีบทบาทต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำชุมชนประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง และ ปรารักษ์ชุมชน 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย อบต.บางไผ่ และภาคีเครือข่าย และ 5) นักท่องเที่ยว กลุ่มละ 3 คน จำนวนทั้งสิ้น 15 คน ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นบุคคลที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นไป ที่มีฐานะ ความรู้ ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง และพัฒนาชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีประสบการณ์ทำงานร่วมกับชุมชน ไม่นต่ำกว่า 5 ปี

1.2 แหล่งข้อมูล ได้แก่ เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง การจัดการ การจัดการตลาดน้ำ การพัฒนาที่ยั่งยืน และตลาดชุมชน และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง

2. ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาชุมชนด้านการจัดการตลาดน้ำ ด้านกิจกรรมชุมชน ด้านภาษา และด้านวิจัย จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำไปหาค่าความเที่ยงตรงตามโครงสร้างโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้เท่ากับ 0.67 - 1.00 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach, L. J., 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.84 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดถือว่าแบบสัมภาษณ์มีคุณภาพนำไปใช้ได้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546) และจัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ เป็น 3 ตอน คือ 1) บริบทชุมชน 2) ศักยภาพตลาดน้ำ และ 3) การจัดการตลาดน้ำ

3. ด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้วิจัยเก็บแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ระยะที่ 2 บริบทที่ชุมชน ศักยภาพตลาดน้ำ และการจัดการตลาดน้ำ (สัมภาษณ์เชิงลึก) และระยะที่ 3 กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชารัฐ ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) เป็นการเปรียบจากเวลา สถานที่ และบุคคลเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

4. ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในรูปแบบพรรณนา และสรุปเป็นภาพรวม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. การศึกษาบริบท ศักยภาพ และการจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การศึกษาบริบทชุมชนบ้านเปิดล่าง

1.1.1 ประวัติชุมชน ตั้งแต่สมัยพระยาตากสินยกทัพมาตีเมืองนครศรีธรรมราช ขุนประจันตศึกประชิดที่เป็นทหารของเจ้าเมืองนครสู้รบกับพระยาตากสินไม่ได้ จึงส่งทหารลงเรือหนีมาทางแม่น้ำหลวงผ่านบ้านดอนเพื่อถอยมาตั้งบ้านเรือนใกล้ลำคลองได้ตั้งชื่อว่าหมู่บ้านใหญ่ที่กลายเป็นชุมชนบางไผ่

1.1.2 สภาพทางกายภาพ มีอาณาเขตติดต่อ ได้แก่ ทิศเหนือ ติดกับตำบลบางไทร อำเภอมืองสุราษฎร์ธานี ทิศใต้ ติดกับแม่น้ำตาปี ทิศตะวันตก ติดกับตำบลบางชนะ อำเภอมืองสุราษฎร์ธานี และทิศตะวันออก ติดกับตำบลบางไทร อำเภอมืองสุราษฎร์ธานี มีพื้นที่ตำบลบางไผ่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีเนื้อที่ประมาณ 6,376 ไร่ ภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มมีคลองเล็กคลองน้อยไหลผ่านมีแม่น้ำหลายสายแยกออกมาจากลำคลอง เรียกว่า "ดินแดนแห่งคลองร้อยสาย"

1.1.3 สภาพทางเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 60 รองลงมาคือ ประมง ร้อยละ 30 ค้าขาย ร้อยละ 5 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5 อาชีพที่ทำรายได้มากที่สุดคือ ได้แก่ ทำสวนมะพร้าว สวนผลไม้ สวนน้ำมันปาล์ม ธุรกิจท่องเที่ยว และมีการเลี้ยงแบบครัวเรือน และมีกลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลบางไผ่ กลุ่มผลิตภัณฑ์จากต้นจาก และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบางไผ่

1.1.4 สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดบางไผ่ และศาลเจ้า จำนวน 1 แห่ง มีประเพณีและวัฒนธรรม ได้แก่ ปีใหม่ สงกรานต์ สารทเดือนสิบ ทำบุญวันเข้าพรรษา-ออกพรรษา ลอยกระทง ชักพระ แห่ผ้าขึ้นธาตุ และแข่งเรือหางยาว

1.1.5 สภาพทางการเมืองการปกครอง มีประชากรทั้งหมด 2,686 คน โดยมีจำนวนครัวเรือน 1,167 ครัวเรือน มีการกระจายโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมทางการเมือง และการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งจัดสรรทรัพยากรชุมชน โดยมีผู้นำชุมชน และสมาชิกในชุมชนมีส่วนช่วยในกระบวนการในการแก้ปัญหาอย่างยุติธรรม

1.1.6 สภาพทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม 1) ธรรมชาติ ได้แก่ ลำพู โกงกาง ต้นจากและพันธุ์ไม้อื่นๆ 2) ผลผลิตการเกษตร ได้แก่ สวนมะพร้าว สวนปาล์มน้ำมัน สวนจาก และสวนผลไม้ 3) แหล่งน้ำธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำตาปี คลองบางไผ่ คลองเปิดล่าง คลองปลายคลอง คลองบางเคียน คลองบางไผ่ และคลองบางยาง 4) แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ชุมชน ได้แก่ เกาะลำพู ศาลหลักเมือง วัดบางไผ่ บ้านโบราณ 200 ปี และตลาดน้ำประชารัฐ 5) ภูมิปัญญา ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลบางไผ่ และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบางไผ่ และ 6) ปรากฏท้องถิ่น และผู้นำชุมชน ได้แก่ 1) นายสมประสงค์ ศรีเทพ ได้แก่ น้ำส้มจาก น้ำผึ้งจาก และน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น 2) นายประสิทธิ์ พรหมนิม ได้แก่ ทำเคราห์ ทำภูมิ คุณธาตุ 3) นายนิยม พินเกตุ ได้แก่ นวด สมุนไพรไทย และ 4) นางละออง บัวแก้ว ได้แก่ ขนมไทย/ท้องถิ่น

1.2 ศักยภาพการจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง

1.2.1 ด้านความดึงดูดใจ ความพิเศษของตลาดน้ำนี้คือ เป็นตลาดธรรมชาติแท้ๆ ตัวตลาดตั้งอยู่ริมคลอง-หลังวัดบางไผ่ไฮไลต์ของตลาดมี 2 ส่วน คือ ทู่นทรัพยากรธรรมชาติมีการล่องเรือชมธรรมชาติในคลองบางไผ่ ลอดอุโมงค์จาก และทูนทรัพยากรมนุษย์เป็นผู้สูงวัยที่มีความชื่นชอบ สมัครใจ และมีสุขภาพที่แข็งแรงเป็นไกด์พาเรือ

1.2.2 ด้านคมนาคม มีระบบขนส่งในทุกรูปแบบให้ครอบคลุมเชื่อมต่อกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาทางกายภาพ การพัฒนาเส้นทาง ขยายช่องทางจราจร และโครงข่ายถนน

1.2.3 ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณี ชักพระ ทอดผ้าป่า แข่งเรือ ยาว รับ – ส่ง ตายาย และการจัดแสดงในตลาด คือ หนังตะลุง มโนราห์

1.2.4 ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีแม่น้ำลำคลองหลายสายและป่าชายเลนที่กว้างมากขนาด 7,818 ไร่ ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมและสัมผัสวิถีชีวิตพื้นบ้านแบบชาวใต้ที่อยู่คู่กับสายน้ำ

1.2.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาบริการสถานที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความเหมาะสมของพื้นที่ในการจัดตลาดนัดชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ การจัดจราจร ระบบรักษาความปลอดภัย การจัดสรรพื้นที่ค้าขายโดยออกแบบเอื้อต่อสภาพแวดล้อม รถ และเรือ

1.2.6 ด้านกิจกรรมและสินค้า มีรูปแบบการท่องเที่ยว 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ตลาดน้ำพระราชวังบางโขน 2) นมัสการพ่อท่านข้าวสุก ตั้งอยู่ในบริเวณวัดบางโขน เป็นพระคู่บ้านคู่มืองชาวบางโขน 3) ล่องคลองชมวิถีชีวิต บ้านโบราณ 200 ปี ภูมิปัญญามะพร้าวสกัดเย็น น้ำส้มจาก 4) นั่งเรือชมหิ่งห้อยตอนกลางคืน และ 5) การสาธิตการทำหมักน้ำ เย็บจาก และลอกใบจาก

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลว่า “ประวัติศาสตร์ มีทรัพยากรธรรมชาติ ในพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ มีการล่องเรือชมวิถีชีวิตบางโขน และในตลาดยังมีการสืบสานวัฒนธรรมพื้นบ้าน หนังตะลุง” (ผู้นำชุมชน, 2567)

“มีการปรับระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เน้นการบริหารจัดการทรัพยากร ธรรมชาติ แบบมีส่วนร่วมของประชาชนเน้นการจัดการแบบการเป็นเจ้าของร่วมกัน เพื่อสร้างความรักความหวงแหนในทรัพยากร” (ประชาชน, 2567)

และ“ภายในตลาดน้ำพระราชวังบางโขนมีหน่วยรักษาความปลอดภัย มีร้านอาหาร ทั้งร้านอาหารพื้นบ้าน ร้านอาหารภายในตลาดน้ำ มีห้องน้ำคอยให้ความสะดวก มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายมีโฮมสเตย์หลากหลาย ให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาจากที่ไกล ๆ” (องค์การบริหารส่วนตำบลบางโขน, 2567)

1.3 การจัดการตลาดน้ำพระราชวังชุมชนบ้านเปิดล่าง

1.3.1 ด้านบริการท่องเที่ยว มีการจัดสรรพื้นที่ค้าขายโดยออกแบบสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าใช้งานพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีขนาดใหญ่ ชัดเจน สื่อความหมายเข้าใจง่าย และการบริการด้านสถานที่ ได้แก่ ความเหมาะสมของพื้นที่ตลาด และสิ่งอำนวยความสะดวก

1.3.2 ด้านรายได้ และระบบเศรษฐกิจ มีระบบการจัดการทุนชุมชนที่ครอบคลุม การฟื้นฟูทรัพยากร วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ชุมชน และประวัติศาสตร์ โดยบูรณาการการทำงานระหว่างชุมชนท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.3.3 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการจัดการตลาดครบวงจร สร้างกติกาให้กระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากร เพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาสินค้าและยกระดับเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

1.3.4 ด้านการมีส่วนร่วมของในและนอกชุมชน การอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลโดยคนใน/นอกชุมชนร่วมทุนร่วมกิจกรรมหรือกิจการ เพื่อพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนอย่างมีสำนึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกันในรูปแบบที่จะเกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นสูงสุด

1.3.5 ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีระบบสวัสดิการการดูแลซึ่งกันและกัน การอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสังคมใหญ่อย่างสร้างสรรค์และเกื้อกูล มีคุณธรรม จริยธรรมในการทำกิจกรรม การประกอบกิจการทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม หรือการดำรงชีวิต

1.3.6 ด้านกิจกรรมและสินค้า มีการจัดกิจกรรมโดยใช้การท่องเที่ยวมาพัฒนาเศรษฐกิจให้มีการกระจายรายได้ทั่วถึง และกระตุ้นจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาทิ ส่งเสริมการขาย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และประชาสัมพันธ์ผ่าน social network ใช้การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่อื่น ๆ

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลว่า “เราให้ความสำคัญกับสมาชิกทุกคนในตลาดเท่าเทียมกัน ใช้กระบวนการมีส่วนร่วม ในการบริหารในตลาดน้ำประจักษ์รัฐบางไผ่” (ผู้นำชุมชน, 2567)

“สร้างรากฐานจิตสำนึก ด้วยการให้ข้อมูล ความรู้ที่ถูกต้อง ให้ชาวบ้านในชุมชน เยาวชนและประชาชนทั่วไป รวมทั้งนักท่องเที่ยวส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในชุมชน มีการควบคุมและบังคับใช้กฎระเบียบของชุมชนเป็นการบังคับให้คนในชุมชนปฏิบัติตามเพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขคือกฎระเบียบในการจัดการทรัพยากร” (คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลบางไผ่, 2567)

และ “การจัดกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ มรดกของชุมชนที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลินและได้ความรู้ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อให้เกิดคุณค่าต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดน้ำ โดยส่งเสริมให้คนในชุมชนเอาสินค้าทางวัฒนธรรมมาขายสร้างรายได้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์” (องค์การบริหารส่วนตำบลบางไผ่, 2567)

2. การค้นหากลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประจักษ์รัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า จากการสนทนากลุ่มสรุปได้ ดังนี้

2.1 กลยุทธ์การสร้างระบบ

2.1.1 การพัฒนาด้านคมนาคมสายหลัก เพื่อให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งทางรถยนต์และเรือ

2.1.2 การพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้มีสภาพที่ดีและเอื้อต่อการท่องเที่ยว อาทิ การดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะที่เหมาะสมและการจัดการขยะที่ถูกต้อง

2.1.3 การพัฒนาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนช่วยกันสอดส่อง ดูแล เฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อความสงบเรียบร้อยให้แก่ชุมชน และนักท่องเที่ยว

2.1.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและทันสมัย และการให้บริการแก่ชุมชนและสังคม โดยบูรณาการการทำงานระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง

2.2 กลยุทธ์การสร้างคน

2.2.1 การพัฒนาเรื่องความเข้มแข็งของชุมชนในเรื่องต่างๆ เช่น มีการรวมกลุ่มเป็นสภาองค์กรชุมชน การขยายเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มประกอบการต่างๆ

2.2.2 การพัฒนาส่งเสริมให้ชุมชนสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น เช่น มีคัคเทศก์ ไกด์ เรือนำเที่ยว และพ่อค้า แม่ค้าใช้วัสดุจากธรรมชาติ

2.2.3 การพัฒนาด้านการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชน คนรุ่นใหม่ภายในชุมชน เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ยังคงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป

2.2.4 การพัฒนาด้านความปลอดภัยในตลาดและชุมชนโดยกลุ่มจิตอาสาและคนรุ่นใหม่ในชุมชน เช่น เฝ้าระวังคนตกน้ำ เด็กพลัดหลง จัดระเบียบรถ และประกาศ/ประชาสัมพันธ์

2.3 กลยุทธ์การสร้างศิลปวัฒนธรรม

2.3.1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น อาหาร ขนม วัฒนธรรม และการละเล่นท้องถิ่น

2.3.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและวิทยาการต่าง ๆ ที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการและพัฒนาทุกด้าน เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชัน Line Facebook Instagram และแพ็คเกจทัวร์

2.3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยสนับสนุนให้ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมล่องเรือแจวชมวิถีชีวิตธรรมชาติ ภูมิทัศน์จาก การแสดงหนังตะลุง และชวนชิมอาหารพื้นบ้าน

2.3.4 การพัฒนาศิลปวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์โดยการรักษาอัตลักษณ์ วิถีวัฒนธรรมธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบทของมรดกทางวัฒนธรรมที่มีสะท้อนถึง วิถีชีวิต และการถ่ายทอดอย่างน่าสนใจ

2.4 กลยุทธ์การสร้างเศรษฐกิจ



2.4.1 การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ สร้างงาน สร้างรายได้ โดยคัดเลือกและควบคุมคุณภาพ และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

2.4.2 การพัฒนานโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร เช่น กองทุนหมู่บ้านเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และโฮมสเตย์

2.4.3 การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ยกระดับให้ได้มาตรฐานสากล เช่น แบรนด เทคโนโลยีในการผลิต การส่งออก และช่องทางการตลาด

2.4.4 การพัฒนานโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจโดยภาครัฐให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างกลุ่มอาชีพในชุมชนให้มีความมั่นคง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

จากการศึกษา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. จากการศึกษาริบท ศักยภาพ และการจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ว่า ตำบลบางไผ่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นตำบลที่มีลำคลองเป็นจำนวนมากสองข้างเป็นป่าไม้เบญจพรรณ มีสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์ ในด้านศักยภาพตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบางเปิดล่าง แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความดึงดูดใจ เป็นตลาดธรรมชาติแท้ ๆ ไม่ใช่เปิดตลาดแล้วสร้างธรรมชาติตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ ง่าย เดินทางสะดวก ตัวตลาดตั้งอยู่ริมคลอง มีกิจกรรมที่น่าสนใจ 2 ส่วน คือ ล่องเรือชมธรรมชาติในคลองบางไผ่ และล่องเรือชมวัดจาก 2) ด้านคมนาคม มีเส้นทางเดินทางบกและทางน้ำที่เชื่อมโยงเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวก 3) ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณี ชักพระ ทอดผ้าป่า ประเพณีแข่งเรือยาว รับ - ส่ง ตายาย ส่วนในตำบลบางไผ่ไม่มีศิลปวัฒนธรรมของบรรพบุรุษที่นำมาจัดแสดงในตลาด คือ หนังตะลุง มโนราห์ 4) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ เป็นชุมชนที่โดดเด่นด้วยกายภาพเพราะมีทะเล มีแม่น้ำลำคลองสายน้อยใหญ่จำนวนมากกว่าร้อยคลองเชื่อมต่อกัน 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการพัฒนาสถานที่อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ การจัดจราจร ระบบรักษาความปลอดภัย และการเดินทางเข้าถึงสถานที่ และ 6) ด้านกิจกรรมและสินค้า มีการจำหน่ายของที่มีในท้องถิ่นและอาหารคาวและหวาน ภูมิปัญญาชาวบ้านและการนั่งเรือชมหิ่งห้อยตอนกลางคืน และในการดำเนินการจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบางเปิดล่าง ได้แก่ 1) ด้านบริการท่องเที่ยว มีการวางแผนร่วมกันระหว่างหน่วยงานและชุมชนในการกำหนดโครงสร้างและการบริการงาน 2) ด้านรายได้ และระบบเศรษฐกิจ มีระบบการจัดการทุนชุมชนที่ครอบคลุมทุนทางสังคม ทุนคน ทุนพุทธิยากร วิถีวัฒนธรรมภูมิปัญญา อัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น และประวัติศาสตร์ 3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างกติกาชุมชนในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของต้นทุนทรัพยากรชุมชนสู่การเป็นสินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของในและนอกชุมชน มีส่วนร่วมมีความเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยคนในชุมชนร่วมทุนร่วมกิจกรรมหรือกิจการ มีสำนึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน 5) ด้านสังคมและวัฒนธรรม สร้างข้อมูลความรู้ระบบเศรษฐกิจเกี่ยวข้องเป็นฐานสำคัญในการวางแผนชุมชน และ 6) ด้านกิจกรรมและสินค้า เน้นการเชิดชู ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นกระตุ้นจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น

ซึ่งสอดคล้องกับวิซุดา เขียวเกตุ กล่าวถึงการจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษาตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลาว่า ตลาดริมน้ำคลองแดนได้พลิกฟื้นขึ้นมาใหม่อีกครั้งด้วยกลุ่มเล็ก ๆ ในชุมชน ใช้กระบวนการทำงาน ร่วมกันที่เรียกว่า “วชร” ชุมชนเรียนรู้ร่วมกันผ่านเครื่องมืองานวิจัยชุมชน เริ่มจากการฟื้นฟูวัดคลองแดน สู่ชุมชน และขยายผลต่อยอดมาสู่ฟื้นฟูตลาดริมน้ำคลองแดนให้เป็นพื้นที่ทำกิจกรรมของชุมชน ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การจัดการตนเองของตลาดริมน้ำเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นจากชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มจาก 1) การรวมกลุ่ม 2) แผนและข้อมูลชุมชน 3) การขับเคลื่อนแผน และ 4) การบูรณาการแผน การจัดการตนเองที่เกิดขึ้นภายในตลาดริมน้ำคลองแดนมีกลไกที่มีบทบาทและสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ 1) บุคคลในชุมชน 2) เครือข่ายภาคี และ 3) ทุนชุมชน ชุมชนคลองแดนมีทุนของชุมชนถือเป็นฐานสำคัญที่นำไปสู่การจัดการในทุก ๆ ด้านของชุมชน ทั้งทุนวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ ทุนความรู้ภูมิปัญญาและทุนธรรมชาติ ด้วยความเข้าใจในชุมชน ตนเอง จึงได้เห็นถึงศักยภาพของชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จนทำให้เกิดการจัดการทุนชุมชน นำมาสู่การบูรณาการเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (วิซุดา เขียวเกตุ, 2559) และปัทมา โกเมนทร์จรัส กล่าวถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจคือกิจกรรมชมวิถีตลาดน้ำอัมพวา ช่องทางการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสารจากช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ในด้านศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพบว่าทุกด้าน มีระดับศักยภาพในเกณฑ์ระดับมาก ได้แก่ การเข้าถึงและการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักกิจกรรมการดำเนินงาน และแพ็คเกจที่มีให้บริการ และการให้บริการอื่น ๆ และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา พบว่า 1) ควรเพิ่มการเดินทางมายังตลาดน้ำอัมพวา โดยทางรถไฟ ควรมีการจัดทำแผนที่เป็นเวอร์ชันภาษาอังกฤษและภาษาจีน 2) ควรมีการจัดการระบบน้ำประปาเพื่อให้มีน้ำไหลเป็นปกติ เพิ่มห้องสุขา ถังขยะ และจัดการระบบ Wi-Fi ให้ดีขึ้น 3) คุณภาพและความเหมาะสมของที่พักและอาหารควรมีมาตรฐานที่เหมาะสมกับ ราคา และเพียงพอแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์ 4) ควรมีการเพิ่มกิจกรรมการปั่นจักรยานเส้นทางริม คลอง เพื่อชมธรรมชาติ ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ กิจกรรมการชมหิ่งห้อยในยามค่ำคืน ควรจัดการสิ่งแวดล้อม ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของหิ่งห้อย 5) รูปแบบและราคาแพ็คเกจการให้บริการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา ควรมีความเหมาะสม 6) ควรจัดหาข้อมูลการท่องเที่ยวธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม แก่นักท่องเที่ยว 7) การประชาสัมพันธ์ คุณภาพและราคาของอาหาร ห้องสุขาสาธารณะและจัดหาถังขยะเพิ่มขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชน (ปัทมา โกเมนทร์จรัส, 2562)

2. จากการค้นหากลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางโปแต อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ สรุปได้ว่า จากการร่วมมือกันของคนในชุมชน การสำรวจชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี และอัตลักษณ์ที่เป็นมรดกทางสังคมของแต่ละชุมชนซึ่งไม่เพียงเป็นเสน่ห์ของการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังเป็นการค้นพบคุณค่าที่ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความมีส่วนร่วม และความเป็นหนึ่งเดียวกันของชุมชน นำมาสู่การจัดการกิจกรรมเพื่อใช้การท่องเที่ยวเพื่อเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีการกระจายรายได้มากขึ้นในชุมชน โดยใช้กระบวนการในการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อร่วมกันบริหารจัดการและการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น โดยสร้างแนวทางเป็นกลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบางเปิดล่าง ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสร้างระบบ 2) กลยุทธ์การสร้างคน 3) กลยุทธ์การสร้างศิลปวัฒนธรรม และ 4) กลยุทธ์การสร้างเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อให้การ

ท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการพัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษาและจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับศรีนพร ชวนเกริกกุล ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการ และสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 4.13 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 2.75 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตกอยู่ใน Quadrant I ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ ตกอยู่ใน Quadrant II ด้านการส่งเสริมการตลาด ตกอยู่ใน Quadrant III ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และตกอยู่ใน Quadrant IV ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยการตลาดที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และมีความสามารถในการพยากรณ์ระดับดีและเป็นที่ยอมรับผ่านเกณฑ์ร้อยละ 40 ขึ้นไป ($\chi^2 / df = 2.365$, GFI = 0.957, CFI = 0.974, RMR = 0.016, RMSEA = 0.058) และด้านกลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรีคือ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และปรับปรุงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวให้น่าสนใจ เพิ่มการมีส่วนร่วมของกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว มีการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกในรูปแบบที่น่าสนใจและติดป้ายราคา และมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน (ศรีนพร ชวนเกริกกุล, 2561) และธีราพร ทองปัญญา กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่า การท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่ได้รับการนิยมนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ตลาดน้ำในภาคกลางมีจำนวนหลายแห่ง แต่ละแห่งจะมีปัญหาที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งตลาดน้ำในภาคกลางเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียง พบว่า การบริหารจัดการจะมุ่งเน้นไปที่ 1) การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 2) การบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง 3) การจัดการเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ทุนมนุษย์ ทุนสิ่งแวดล้อม ทุนทางสังคม ทุนทางกายภาพ ทุนการเงิน และ 4) การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ (ธีราพร ทองปัญญา, 2561)

สรุปและข้อเสนอแนะ

บริบท ศักยภาพ และการจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ว่า บริบทตำบลบางไผ่ มีสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มมีคลองเล็กคลองน้อยไหลผ่านมีแม่น้ำหลายสายแยกออกมาจากลำคลอง ทำให้เป็นที่รู้จักในนาม "ดินแดนแห่งคลองร้อยสาย" มีพรรณพืชหลากหลายเจริญงอกงามเป็นทิวแถวสองฝั่งแม่น้ำลำคลอง มีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำและทรัพยากรก่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ด้านศักยภาพตลาดน้ำประชารัฐ ได้แก่ ดึงดูดใจ คมนาคม ประเพณี/วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม/สินค้า และด้านการจัดการ ได้แก่ บริการท่องเที่ยวรายได้/เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมใน/นอกชุมชน สังคม/วัฒนธรรม และด้านกิจกรรม/สินค้า เป็นการนำรากเหง้าของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และของดีในชุมชนมาเป็น

ต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และกลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำประชารัฐชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอมะนัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ว่า ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสร้างระบบ 2) กลยุทธ์การสร้างคน 3) กลยุทธ์การสร้างศิลปวัฒนธรรม และ 4) กลยุทธ์การสร้างเศรษฐกิจ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้คือ 1) ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและวิทยาการต่าง ๆ มาใช้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชัน Line Facebook Instagram และการจัดทำแพ็คเกจทัวร์การท่องเที่ยว 2) ควรส่งเสริมและสนับสนุนการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชนและคนรุ่นใหม่ในชุมชนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่ออนุรักษ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน และ 3) ควรสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ และสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน หรือสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายคือ 1) การสนับสนุนเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมถึงจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในจังหวัดและภาคีจังหวัดอื่น ๆ 2) การส่งเสริมผู้ประกอบการในชุมชนด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความทันสมัยและได้มาตรฐานมากขึ้น และ 3) ชุมชนควรจัดทำโครงการมัคคุเทศก์น้อย เพื่อให้เยาวชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของชุมชน และสร้างความรู้ ความตระหนักในเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา และทุนชุมชน และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปคือ 1) ควรศึกษาตลาดน้ำพื้นที่อื่นที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน เพื่อหาแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และสร้างเศรษฐกิจกระตุ้นในประเทศ 2) ควรศึกษาการพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน และเชื่อมโยงกับชุมชนหรืออำเภอหรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ และ 3) ควรศึกษาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวรอบตลาดน้ำประชารัฐบางไผ่ เพื่อวางแผนกลยุทธ์รองรับความต้องการหรือความสนใจของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2566). ชุมชนคุณธรรมฯ วัดบางไผ่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. เรียกใช้เมื่อ 14 มีนาคม 2566 จาก <https://jk.tours>
- คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลบางไผ่. (14 มกราคม 2567). กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชารัฐ: กรณีศึกษาชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางไผ่ อำเภอมะนัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (มุกดา ใจดี, ผู้สัมภาษณ์)
- จิตรธิดา จิตธิวงษ์. (2556). ความสำเร็จของการดำเนินงานตลาดน้ำคลองลัดมะยม ถนนบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีราพร ทองปัญญา. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก. วารสารสังคมพัฒนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 48(2), 181-201.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 2. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาการพิมพ์.



- ประชาชน. (14 มกราคม 2567). กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชาธิรัฐ: กรณีศึกษาชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางโป้ไม้ อำเภอมะเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (มุกดา ใจดี, ผู้สัมภาษณ์)
- ปัญญา คล้ายเดช และคณะ. (2561). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มีต่อการพัฒนาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในประเทศไทย. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ปัทมา โกเมนทร์จำรัส. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อำเภอมะเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารช่อพะยอม, 30(2), 249-250.
- ผู้นำชุมชน. (24 มกราคม 2567). กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชาธิรัฐ: กรณีศึกษาชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางโป้ไม้ อำเภอมะเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (มุกดา ใจดี, ผู้สัมภาษณ์)
- พนิตสุภา ธรรมประมวล และคณะ. (2553). กลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดลพบุรี. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ราตรี โตเพ่งพัฒน์. (2543). วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง. กรุงเทพมหานคร: กรมศิลปากร.
- วิษุตา เขียวเกตุ. (2559). การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษาตลาดริมคลองแดน อำเภอรอนด จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีณพร ขวนเกริกกุล. (2561). กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยสยาม.
- สารคดีการท่องเที่ยว. (2566). เที่ยวทั่วไทยกับนายรอบรู้. เรียกใช้เมื่อ 14 มีนาคม 2566 จาก https://www.sarakadee.com/knowledge/2004/07/travel_taladnam.htm
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2566). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวประจำปีเดือนธันวาคม ปี 2566. สุราษฎร์ธานี: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเฟื่องฟ้า พรินต์.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางโป้ไม้. (2558). ข้อมูลทั่วไปของตำบลบางโป้ไม้. สุราษฎร์ธานี: องค์การบริหารส่วนตำบลบางโป้ไม้.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางโป้ไม้. (19 มกราคม 2567). กลยุทธ์การจัดการตลาดน้ำชุมชนประชาธิรัฐ: กรณีศึกษาชุมชนบ้านเปิดล่าง ตำบลบางโป้ไม้ อำเภอมะเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (มุกดา ใจดี, ผู้สัมภาษณ์)
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.