

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับตลาดสามชุก: ความสำเร็จและปัญหา Sustainable Tourism Concept's for Samchuk Market: Success and Challenges

ศิริระ นาคะศิริ*

บทคัดย่อ

บทความนี้ได้กล่าวถึงความหมายและความสำคัญของตลาด และตลาดชุมชนที่ได้มีการปรับเปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และมีการนำแนวคิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาวิเคราะห์ตลาดสามชุกซึ่งเลือกมาเป็นตัวอย่างในการศึกษา เพื่อนำแนวคิดที่สังเคราะห์ได้มาเป็นกรอบคิดในการวิเคราะห์แผนการพัฒนาของตลาดสามชุก ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าแผนการพัฒนาของตลาดสามชุกมีความสอดคล้องกับแนวคิดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สังเคราะห์ได้ใน 4 ด้าน คือด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการบริหารความสมดุลระหว่างมิติทางสังคม สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ด้านการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวและการรักษาความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือจากท้องถิ่น ส่วนแนวทางการบริหารจัดการด้านการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้มีการกระจายไปยังทุกภาคส่วนของสังคมซึ่งไม่ปรากฏในแผนพัฒนาได้นั้นอาจจะเป็นประเด็นที่ทำให้ตลาดชุกเกิดปัญหาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ

ตลาดสามชุก การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This article presents definition and an importance of market and community market that change role to cultural tourism market. Moreover, it includes principles of sustainable tourism management that is synthesized into the management concept. In order to use the synthesized management concept as the framework to analyze the development plan of Sam chuk Market. The analysis result reveals that the development plan of Samchuk Market harmonizes with the synthesized management concept into 4 dimension such as 1) resources management 2) social balance management, culture and economics 3) communication of tourism information and maintenance of popular tourist destinations and 4) local collaboration. However the inconsistency between the concept of tourism benefit management that disseminates to every part of society and the development plan of Samchok Market leads to the tourism management problem in the future.

* อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

E-mail: siranak@pim.ac.th

Keywords

Samchuk Market, Sustainable Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาสำคัญของเงินตราต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยสามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 734,591.46 ล้านบาท นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อม ๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ในแง่การพัฒนาเศรษฐกิจคือความสามารถในการกระตุ้นภาคการผลิต การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรง เช่น ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการนำเที่ยว และทางอ้อมอันได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของฝาก สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในประเทศในปริมาณมากและเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เกิดการจ้างงาน อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ และเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย (Limitless Industry) (นิศา ชัชกุล, 2550, 54-60) จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทที่เด่นชัด

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2554 ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยว 19.1 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.84 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว, 2555) การที่จำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับปัจจัยบวกทางการเมืองที่มีเสถียรภาพ สายการบินที่เพิ่มขึ้น และความคุ้มค่าในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามวิกฤตอุทกภัยที่เกิดขึ้นในไตรมาสที่ 4 ได้ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 ชะลอตัวลงร้อยละ 18 ทำให้สูญเสียโอกาสที่จะรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยวคิดเป็นตัวเงินประมาณ 16,000 ล้านบาท เป้าหมายตลาดนักท่องเที่ยวของไทยในปี 2555 คาดว่านักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 107 ล้านคน และสร้างรายได้เพิ่มร้อยละ 5 คิดเป็นรายได้ประมาณ 442,200 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของไทยยังต้องเผชิญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง (อัศวิน จิตต์จ้านงค์, 2555) อันได้แก่

1) สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในยุโรปที่ทวีความรุนแรงขึ้น เช่น หนี้สาธารณะที่ยังคงอยู่ในระดับสูงของประเทศสมาชิกยูโรโซนหลายประเทศ และปัญหาการขาดปัจจัยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจและอัตราการว่างงานที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งจะส่งผลต่อยอดการใช้จ่ายและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) ประเทศในภูมิภาคอินโดจีนมีการพัฒนาการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้มแข็งขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดไป (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

ข้อเสนอแนะที่ควรทำอย่างเร่งด่วนของทางสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) เพื่อให้รายได้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ การพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นเพื่อให้เป็นจุดขายหลักในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบที่มีการบูรณาการทำงานร่วมกันกับผู้ประกอบการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) อาจจะกล่าวได้ว่าข้อเสนอแนะนี้

สอดคล้องกับแนวคิดของการนำเอา “วัฒนธรรม” หรือ “ทุนทางวัฒนธรรม” มาเป็น “ทุนทางเศรษฐกิจ” ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นทุนทางเศรษฐกิจคือการปรับเปลี่ยนบทบาทของตลาดชุมชนต่างๆ ที่แต่เดิมเคยเป็นสถานที่ชุมนุมกันทางสังคม และเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้า มาสู่บทบาทของการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดสามชุก เป็นต้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าตลาดที่ได้ยกตัวอย่างไปข้างต้นจะปรับเปลี่ยนให้บทบาทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว แต่ก็มิอาจกล่าวได้ว่าบทบาทเดิมของตลาดที่เป็นพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมติดต่อซื้อขายในชุมชนจะสูญสลายไป ตลาดบางแห่ง เช่น ตลาดสามชุกยังคงดำรงบทบาทเดิม คือ การเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าอย่างเข้มแข็ง การทับซ้อนการเลอะเลือนเส้นแบ่งบทบาทของตลาดเป็นประเด็นที่น่าหาคำตอบว่า ตลาดในปัจจุบันดำรงบทบาทอย่างไรต่อชุมชน เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยว คำตอบของประเด็นเหล่านี้ยังนำไปสู่คำถามที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง กล่าวคือ ถ้าตลาดมีสองบทบาทควบคู่กัน การบริหารจัดการรูปแบบใดจะเป็นวิถีทางที่เหมาะสม

บทความวิชาการนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกคือการกล่าวถึงความหมาย บทบาทและความเปลี่ยนแปลงของตลาด และตลาดชุมชน เพื่อให้เห็นทั้งความหมายและความสำคัญของตลาด รวมถึงแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของตลาด ส่วนที่สองคือการรวบรวมแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการตลาด และในส่วนท้ายของบทความได้เชื่อมโยงแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับการบริหารจัดการตลาดสามชุก เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นไปได้ในการนำแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางในการศึกษาตลาดชุมชน

ตลาด: ความหมาย บทบาท และความเปลี่ยนแปลง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของตลาดว่าเป็น ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่างๆ สถานที่ซึ่งปรกติดจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้ว หรือของเสียง่าย ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2550) ได้ให้ความหมายของตลาดไว้ว่า ตลาด หมายถึง ศูนย์รวมการแลกเปลี่ยน การพบปะ การทำกิจกรรมของคนภายในพื้นที่ ท้องถิ่น หรือชุมชน ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งวัน ตั้งแต่เช้ามิดถึงกลางคืน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของแต่ละท้องที่ ที่ตลาดนั้นๆ ตั้งอยู่ตลาดจึงกลายเป็นศูนย์กลางของชุมชน โดยเฉพาะประเทศไทยนั้นเป็นประเทศเกษตรกรรม กิจกรรมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ในตลาดจึง มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ สินค้า และผลผลิตส่วนมากในตลาดจึงเกี่ยวข้องกับการเกษตร และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่เกือบทั้งสิ้น ดังนั้นตลาดชุมชนของไทย จึงเป็นสถานที่หรือศูนย์รวมกิจกรรมทางสังคมของคนในชุมชน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้กล่าวถึงตลาดไว้ว่าเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมประเภทหนึ่ง เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมแต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน

จากความหมายของตลาดข้างต้น จะเห็นได้ว่านอกเหนือจากความหมายของการเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าแล้ว ตลาดยังเป็นสถานที่สำคัญที่สะท้อนภาพของวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ เป็นที่ประกอบกิจการ ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงการค้าขายแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่เกิดขึ้นในตลาดจึงมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยบทบาทที่สัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับวิถีชีวิตชุมชน "ตลาด" จึงมิได้เป็นเพียง "ตลาด" หากยังมีนัยแสดงถึงการเป็น "ตลาดชุมชน" อันหมายถึงการเป็นสถานที่รวบรวมกิจกรรมทางสังคม เป็นศูนย์กลางทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน เป็นสิ่งที่เพิ่มสีสันและสร้างความเป็นเอกภาพให้กับชุมชน ส่งผลให้ตลาดชุมชนแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งในเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ ที่อยู่อาศัย ร้านค้า และกิจกรรมต่าง ๆ

เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรม ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การเข้ามาของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ความสะดวกในการคมนาคม และการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานเพื่อไปทำงานในเมืองใหญ่ ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชน เปลี่ยนไปสู่ชุมชนสมัยใหม่ ซึ่งขาดเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนของชุมชน (ศศิธร คล้ายชม, 2553) ส่งผลให้ตลาดชุมชนหลาย ๆ แห่งซบเซาลง บางแห่งต้องปิดตัวไป มีตลาดชุมชนบางส่วนที่ยังคงเปิดดำเนินการอยู่หากแต่จำเป็นต้องมีการปรับบทบาทไปสู่การเป็นตลาดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดชุมชนเหล่านี้สามารถสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตหรืองานสถาปัตยกรรมทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นได้ ตัวอย่างของตลาดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบันได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี ตลาดกาดกองต้า จังหวัดลำปาง และตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นต้น

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: แนวทางสำหรับการบริหารจัดการตลาดชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหมายถึงการสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว โดยปกป้องและรักษาโอกาสให้กับคนรุ่นหลัง ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลที่จะสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในขณะที่จะสามารถธำรงรักษาเนื้อหาทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการเกื้อหนุนและระบบต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนชีวิต พืช สัตว์ และมนุษย์ทั้งหลาย ซึ่งจากการออกแบบคิดดังกล่าวสามารถแบ่งเป็นแนวทางได้ 5 ข้อ (World Tourism Organization, 1998, 21-22) ประกอบด้วย

1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยจะยังสามารถอำนวยประโยชน์ให้แก่สังคมปัจจุบันได้

2) จะต้องมีการวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและทางสังคม วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาและปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เมื่อจำเป็นที่จะต้องจัดทำ

4) จะต้องรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเอาไว้เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้ และสามารถทำการตลาดต่อไปได้

5) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องแผ่หรือกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม

นอกจากนี้ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, 54) ยังได้เสนอหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลายประการ ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ 4) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว 5) การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด 6) การวางแผนระยะยาว 7) ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม 8) ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาด้านต่าง ๆ 9) ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ 10) การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ 11) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว 12) การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ 13) การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 14) การพัฒนาคน การศึกษาและหลักสูตรต่าง ๆ 15) การเสริมสร้างลักษณะเด่นหรืออัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่ 16) การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร 17) การดำรงรักษาทรัพยากรซึ่งเป็นมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 18) การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) และราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2547) กล่าวถึงหลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ 10 ประการดังนี้ 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว (Using Resource Sustainable) 2) การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย (Reducing Over-Consumption and Waste) 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต (Maintaining Diversity) 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่นโดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย (Supporting Local Economic) 6) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชนและสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว (Involving Local Communities) 7) การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา (Consulting Stakeholders and the Public) 8) เป็นการฝึกอบรมบุคลากรโดยสอดคล้องแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุก ๆ ระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (Training Staff) 9) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง (Marketing Tourism Responsibly) 10) การวิจัยและติดตามผลเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (Undertaking Research)

จากหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ World Tourism Organization หลักการของเทิดชายช่วยบำรุง และหลักการของ อุซาวดี พูลพิพัฒน์ และ ราโพรณ แก้วสุริยะ ที่ได้ประมวลมาข้างต้น อาจจะสังเคราะห์หลักการจัดการที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกัน อันเป็นการแสดงให้เห็นแนวคิดหลักในการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ 5 ด้านดังต่อไปนี้

1) ด้านการจัดการทรัพยากรมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี การใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็น รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร

2) ด้านการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างมิติทางสังคม สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ กล่าวคือเน้นหลักการบริหารจัดการที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา รวมถึงรักษาและส่งเสริมความหลากหลาย

3) ด้านการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้มีการกระจายไปยังทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะผลประโยชน์ของชุมชน หรือการขยายฐานเศรษฐกิจให้ท้องถิ่น

4) ด้านการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวและการรักษาความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยว เน้นการรักษาความนิยม ทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5) ด้านการมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือจากท้องถิ่น ได้แก่การร่วมมือกันของกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับท้องถิ่น

หลักที่สังเคราะห์ได้ทั้ง 5 ประการในเนื้อหาส่วนนี้ไปจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์หลักการบริหารจัดการตลาดสามชุกซึ่งเลือกมาเป็นตัวอย่างในการศึกษา

สามชุก ตลาดร้อยปี: การศึกษาด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในสมัยรัชกาลที่ 5 ตลาดสามชุกที่เป็นบ้านเรือนริมน้ำ ตั้งแต่ได้วัดสามชุกขึ้นมา ก็เลื่อนขึ้นมาปลูกเป็นเรือนแถวต่อ ๆ กัน ที่บ้านสามแพ่งเกิดซอย 1 ซอย 2 ผู้อพยพเข้ามาภายหลังก็เกิด ซอย 3 ซอย 4 ตามลำดับ เมื่อเกิดอำเภอนิคมขึ้นทางเหนือ อำเภอนางบวช ซึ่งตั้งอยู่บริเวณวัดบ้านทิง ตั้งแต่ปี 2437 ก็ย้ายมาอยู่ที่บ้านสามชุก (ชื่อเดิมของสามชุก - ผู้เขียน) ในปี พ.ศ. 2454 และเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอสามชุกในเวลาต่อมา สามชุกเป็นเมืองท่าแห่งการค้าขายริมแม่น้ำที่เจริญรุ่งเรืองมาก เนื่องด้วยแม่น้ำท่าจีนเป็นเส้นทางค้าขายจากกรุงเทพฯ ถึงปากน้ำโพมาแต่อดีตในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2480 - พ.ศ. 2510 ต่อมาเรือโดยสารหมดไปเพราะมีถนนเกิดขึ้น ตัดผ่านเข้าไปในทุกสถานที่ บทบาทของการคมนาคมทางน้ำลดลงจนหมดไปในที่สุดประกอบกับส่วนราชการย้ายออกไป ผู้คนย้ายออกไปอยู่รอบนอก อีกทั้งเกิดตลาดนัดรายรอบสามชุก ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ล้วนส่งผลให้ตลาดสามชุกแทบจะปิดกิจการ ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 สุขาภิบาลยกระดับขึ้นเป็นเทศบาลทำให้เกิดแนวคิดของนายกเทศมนตรี ที่จะกระจายอำนาจการบริหารไปสู่ชุมชน ก่อตั้งชุมชนในเขตเทศบาลขึ้น และกรมธนารักษ์สุพรรณบุรี มีโครงการรื้อเรือนแถวซอย 1 - 2 เพื่อสร้างอาคารคอนกรีต จึงมีการรวมตัวของภาคประชาชนในชุมชน ปรีกษากันถึงการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและที่อยู่อาศัยในตลาดขึ้น จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพัฒนาตลาดสามชุก จากผู้ที่อาสาเข้ามาร่วมคิดร่วมทำ มีนายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ซึ่งพยานายกเทศมนตรี เป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ จัดกิจกรรมฟื้นฟูประเพณีต่าง ๆ จากการมีส่วนร่วมของชุมชน วางแผนในการพัฒนาปรับปรุงตลาด

จากการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกทำให้ตลาดที่เคยใกล้จะปิดกิจการ กลับมามีชีวิตขึ้นอีกครั้งในบทบาทของตลาดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนในเชิงอนุรักษ์ ในปี พ.ศ. 2550 กรมศิลปากร ให้พื้นที่และอาคารในตลาดสามชุกเป็น โบราณสถานที่มีความสำคัญย่านประวัติศาสตร์ชุมชน และได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนในปี พ.ศ. 2552 องค์การยูเนสโก ประกาศให้สามชุกตลาดร้อยปี "เป็นองค์กรภาคประชาชนที่อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมประเภท "ดี" ในเขตภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่ชุมชนเข้มแข็ง" การได้รางวัลต่าง ๆ ทำให้ตลาดสามชุกเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวในตลาดสามชุก จนสามารถพลิกฟื้นคืนชีวิตให้แก่วิถีชีวิต และเศรษฐกิจจนกลับคืนมาได้สำเร็จ (คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์, 2555)

สามชุก ตลาดร้อยปี เป็นตัวอย่างที่ดีในการใช้แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการโดยได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อพัฒนาตลาดสามชุกในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นความร่วมมือกันของภาครัฐ และชุมชนเพื่อการจัดการทรัพยากร ในปัจจุบัน คณะกรรมการได้มีการแบ่งเป็น 7 ฝ่ายด้วยกัน ได้แก่ ฝ่ายจัดระเบียบและพัฒนาสิ่งแวดล้อม ฝ่ายการออกแบบและปรับปรุง ฝ่ายกองทุนและอนุรักษ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายเสริมสร้างเอกลักษณ์ ฝ่ายประสานงานภายนอก และฝ่ายท่องเที่ยว เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการตลาด และในปัจจุบันคณะกรรมการเพื่อพัฒนาตลาดสามชุกได้มีแผนงานในการพัฒนาตลาดสามชุกตามแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1) แผนงานฟื้นฟูและพัฒนากิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ กิจกรรมจักรยานแรลลี่ สอนทำอาหารพื้นบ้าน วัฒนธรรมพื้นบ้าน จัดงาน "อาหารอร่อยดีที่สามชุก" การสืบทอดประเพณีในเทศกาลต่าง ๆ และสนับสนุนให้ชุมชนพัฒนาสินค้าของที่ระลึก

2) แผนงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดเทศกาล "อาหารอร่อยดี" ที่สามชุก ช่วง 29 - 31 ธันวาคม ของทุกปี การจัดกิจกรรมลานโพธิ์ด้านวัฒนธรรม การแสดงท้องถิ่นของโรงเรียนต่าง ๆ การจัดเทศกาลกินเจ การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นด้านสถาปัตยกรรม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอาหาร และอาชีพภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาตลาดให้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเยาวชน จัดฝึกอบรม "มัคคุเทศก์น้อย" และสมาชิกในชุมชนเรื่องประวัติและความเป็นมาของตลาด 100 ปี

3) แผนงานจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การปรับปรุงภูมิทัศน์ในตลาด จัดที่นั่งพักผ่อนและต้นไม้ จัดการขยะแบบครบวงจร จัดระเบียบร้านค้า การสาธิตการหมักน้ำชีวภาพ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ การทำถังดักไขมัน และการจัดระบบสายไฟฟ้าในตลาด

4) แผนงานเชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น ภายในท้องถิ่น และชุมชนใกล้เคียง ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวและเครือข่ายชุมชนเกี่ยวข้อ จัดประชุมในระดับอำเภอสามชุกและระดับจังหวัด เพื่อทำแผนงานร่วมกันจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงในระดับอำเภอ และจัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายความร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับอำเภอและจังหวัด

5) แผนงานฟื้นฟูและเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดเวทีสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ การจัดนิทรรศการผลการดำเนินงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การจัดตั้งคณะกรรมการประสานงานภาครัฐ (จังหวัด ท้องถิ่น) การจัดประชุม และติดตามผล

งานร่วมกัน การสรุปบทเรียนเผยแพร่ผลงานหรือรายงานผลต่อสาธารณะ และการจัดทำโครงการวิจัยและพัฒนา ระหว่างชุมชนกับภาคีเครือข่าย

6) แผนงานบริหารจัดการการท่องเที่ยว (ด้านการให้บริการและเป็นเจ้าบ้านที่ดี) ได้แก่ การจัดปรับระบบ โครงสร้างการทำงานและระดมการมีส่วนร่วมจากภาคีต่าง ๆ การอบรมพัฒนาศักยภาพผู้นำ/กรรมการในการบริหารจัดการและการทำงานแบบมีส่วนร่วม การจัดตั้งกลุ่มพ่อค้า/ผู้ประกอบการในตลาด การอบรมสมาชิกในการทำงาน กลุ่มและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เสริมสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางวิชาการเพื่อสนับสนุนการพัฒนา และการเรียนรู้ของชุมชน การจัดเวทีสรุปความก้าวหน้า การทำรายงานประจำปี และการประเมินผลการดำเนินงาน ของชุมชน

จากแผนการพัฒนาลาดสามชุกเมื่อนำมาเชื่อมโยงกับหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ได้ สันเคราะห์ไว้ 5 ประการ จะเห็นได้ว่าแผนการพัฒนาลาดสามชุกมีความสอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนเป็นอย่างดีใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดการทรัพยากร 2) ด้านการบริหารความสมดุลระหว่างมิติทางสังคม สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ 3) ด้านการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวและการรักษาความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยว และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือจากท้องถิ่นซึ่งเป็นแนวทางที่มีการเน้นย้ำมากที่สุด ในขณะที่แนวทาง บริหารจัดการด้านการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้มีการกระจายไปยังทุกภาคส่วนของสังคมนั้นอาจจะ กล่าวได้ว่ายังไม่ปรากฏแผนพัฒนาของตลาดสามชุกที่มีความสอดคล้องนัก

ประเด็นที่ว่ามีส่วนร่วมหรือความร่วมมือจากท้องถิ่นซึ่งเป็นแนวทางที่มีการเน้นย้ำมากที่สุดในทางตรงกันข้าม แนวทางบริหารจัดการด้านการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้มีการกระจายไปยังทุกภาคส่วนของสังคม กลับเป็นหลักการบริหารจัดการที่ยังไม่มีแผนพัฒนาใด ๆ สอดคล้อง เป็นประเด็นที่น่าวิเคราะห์ในระดับลึกถึงสาเหตุ และนัยแห่งปัญหาบางประการ อาจกล่าวได้ว่าความมีส่วนร่วมของท้องถิ่นสัมพันธ์อย่างยิ่งกับการกระจายรายได้เพราะ การมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเป็นที่มาของการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น เช่น การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มาค้าขาย ในพื้นที่ตลาดเพื่อให้รายได้จากการท่องเที่ยวกระจายสู่คนในชุมชนโดยตรง การเน้นการบริหารจัดการด้านเดียว คือ การมีส่วนร่วมโดยมิได้ให้ความสำคัญต่อการกระจายรายได้ซึ่งเป็นสิ่งสัมพันธ์คู่กัน อาจจะก่อปัญหาในการบริหาร จัดการของตลาดสามชุก ดังเช่นผลจากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ “สามชุกตลาดร้อยปี” ที่น่านน้ำ คันหริโฮม รีสอร์ท อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา วันที่ 17-19 สิงหาคม 2553 พบว่ามีปัญหาด้านการจัดการและปัญหาทางสังคม หลายประการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการมีส่วนร่วม เช่น ปัญหาการจัดการความขัดแย้ง และผลประโยชน์ การขาด ความร่วมแรงร่วมใจ การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ปัญหาจากการบริหารจัดการของตลาดสามชุกเหล่านี้เป็นปัญหาที่ น่าศึกษาต่อไปในอนาคตถึงแนวทางแก้ไข และการจัดการดูแลปัญหาที่ยั่งยืน

บทสรุป

บทความนี้เป็นเพียงการทดลองนำหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งได้มาจากการสังเคราะห์ แนวคิด 3 แหล่ง มาวิเคราะห์กับตลาดชุมชนเพียงแห่งเดียวคือตลาดสามชุก ดังนั้นทั้งหลักการที่นำมาเป็นกรอบคิดใน การวิเคราะห์และตลาดซึ่งเป็นพื้นที่ในการศึกษาจึงควรขยายขอบเขตข้อมูล เพื่อให้ได้ทั้งกรอบคิดที่จะนำมาศึกษาใน หลากหลายมุมมองยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับการขยายพื้นที่ที่จะทำการศึกษาเพื่อให้แง่มุมในการบูรณาการแนวคิดกับพื้นที่ ทำการศึกษาเด่นชัดขึ้น

นอกจากนี้การศึกษาในแนวทางย้อนกลับ คือการลงพื้นที่เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการของตลาดชุมชนในพื้นที่ต่างๆ แล้วนำหลักการบริหารจัดการที่ได้จากการลงพื้นที่ศึกษามาสังเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการเมื่อผนวกกับแนวศึกษาข้างต้นที่ใช้กรอบคิดจากหลักบริหารจัดการที่ได้มีผู้ศึกษาไว้แล้ว อาจจะทำให้เกิดแบบจำลองการบริหารจัดการตลาดชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันเป็นประเด็นที่ควรจะทำการศึกษาวิจัยในระดับลึกต่อไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2555, จาก http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว. (2555). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี พ.ศ. 2554 และแนวโน้ม ปี พ.ศ. 2555**, สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2555, จาก http://61.19.236.137/tourism/th/home/download_list.php?gid=4
- คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์. (2555). **กว่าจะเป็นสามชุกตลาดร้อยปี**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.samchuk.in.th/history/before-samchuk-100-years.html>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น.
- นิศา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). **หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2555, จาก <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0007.pdf>
- ศศิธร คล้ายชม. (2553). **ตลาดบ้านแพนกับความสัมพันธ์ระหว่าง คนและชุมชน**. ใน การประชุมทางวิชาการของ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 48 สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2550). **ตลาด: ศูนย์ของวิถีชีวิตชุมชนที่ควรอนุรักษ์**. **วารสารครู สถาปัตย์** (ภาควิชาครุศาสตร์ สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง), 2. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2555, จาก [HTTP://WWW.THAIBLOGONLINE.COM/SODPICHAI.BLOG?POSTID=14352](http://WWW.THAIBLOGONLINE.COM/SODPICHAI.BLOG?POSTID=14352)

อัศวิน จิตต์จำนงค์. (2555). แนวโน้มการลงทุนท่องเที่ยวไทยปี 2554. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2555, จาก http://www.tourisminvest.tat.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=114%3Aoverview-tourism-industrial-in-thailand-2011&catid=36%3Aasin-analysis&Itemid=176&lang=th

อุดม เขยกิจวงศ์. (2552). ตลาดเก่า 50-100 ปี. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

อุดม เขยกิจวงศ์. (2552). วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

อุษาวดี พลพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย **จุลสารการท่องเที่ยว**, 21 (4), 38-48.

World Tourism Organization. (1998). Guide for local authorities on developing sustainable tourism. Madrid, Spain: WTO.