

การสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการประกอบสร้างความหมายการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำและการบริหารจัดการโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำพระราชรั
วัดแคนอก อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

A Formation of Community Strength from Floating Market Tourism Meaning
Construction and Community Governance: A Case Study of Wat Khae Nok
Pracharat Floating Market, Muang District, Nonthaburi Province

อรุณ ชัยนหา

Aroon Kayanha

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

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

E-mail: princearun.k@gmail.com

Received January 24, 2024; Revised April 2, 2024; Accepted April 10, 2024

Abstract

This research aimed to study 1) the meaning construction patterns of tourism influenced the formation of community strength. 2) community governance patterns in the form of floating markets; and 3) a formation of community strength processes from floating market management. By using a qualitative research approach and a structured interview to collect data. Key informants are the floating market board of directors, public officials, entrepreneurs, and people. The research results were found as follows: 1) The construction patterns of tourism are influenced by the formation of community strength, namely: naturalization, localization, standardization, and diversification. 2) Community governance patterns in the form of a floating market are found, namely: a strong leader, the local administrative organization giving support, the setup of community participation processing, the establishment of rules and regulations and collective agreement, the creation of community networking, the establishment of allies outside the community, and the creation of trust. 3) A formation of community strength processes from tourism management shows that Wat Khae Nok Pracharat floating market generates additional

income for the villagers, establishing norms of interdependence, career and business integration, capital formation, welfare distribution, and the participation process of the villagers.

Keywords: meaning construction; a formation of community strength; community governance

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการประกอบสร้างความหมายที่มีผลต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง 2) รูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบของชุมชนตลาดน้ำ และ 3) กระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ คณะผู้บริหารตลาดน้ำ ข้าราชการ ผู้ประกอบการ และประชาชน ผลการศึกษา พบว่า 1) การประกอบสร้างประกอบสร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติ ความเป็นท้องถิ่น ความเป็นมาตรฐาน และความหลากหลาย 2) รูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบของชุมชนตลาดน้ำ ได้แก่ การมีผู้นำที่เข้มแข็งมีวิสัยทัศน์ องค์ประกอบโครงสร้างท้องถิ่นให้การสนับสนุน การมีส่วนร่วมของประชาชน มีการสร้างระเบียบและกฎเกณฑ์/ ข้อตกลงร่วมกัน มีการสร้างเครือข่ายในระดับชุมชน มีการสร้างกลุ่มธุรกิจกับกลุ่มอาชีพอื่นและความไว้วางใจระหว่างกัน 3) กระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำประจักษ์วุดแคนอกได้สร้างรายได้เสริมให้กับชาวบ้าน การสร้างบรรทัดฐานของการพึ่งพาอาศัยกัน การรวมกลุ่มอาชีพ/ ธุรกิจ และการสะสมทุนและกระจายสวัสดิการ ตลอดจนกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน

คำสำคัญ: การประกอบสร้างความหมาย; การสร้างชุมชนเข้มแข็ง; การบริหารจัดการโดยชุมชน

บทนำ

การศึกษาการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในรูปแบบของตลาดน้ำเป็นความพยายามที่จะหามุมมองใหม่ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้การบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น และชี้ให้เห็นถึงการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่เพียงแต่ให้บริการประชาชนในท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว แต่เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ทำให้สมาชิกในชุมชนได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชนของตนเอง อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทตลาดน้ำที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิตพ่อค้าแม่ค้า การเกิดขึ้นและการปิดตัวของตลาดน้ำในสถานที่ต่าง ๆ แนวการศึกษาดังกล่าวอาจจะไม่สะท้อนถึงการบริการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้มองไม่เห็นปัญหาหรืออุปสรรคว่าควรมีวิธีการอย่างไร มีแนวทางในการบริหารจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างไร ใช้แนวทางอะไร ในการบริหารจัดการเพื่อมีให้สมาชิกในชุมชนถูกกดทับ หรืออยู่ภายใต้อำนาจทุนจากภายนอกชุมชน (Panpeng, 2022) สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นอย่างยิ่งต่อการนำกลับไปสู่การทบทวนนโยบายและปรัชญาเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศให้มุ่งไปในเรื่องของการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนรูปแบบอื่น ๆ และมุ่งหวังที่จะพัฒนาให้การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจชุมชน ภายใต้การดูแลของแต่ละท้องถิ่นและเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ความพยายามในการตอบคำถามข้างต้นด้วยการเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน แต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนให้มากที่สุด ด้วยการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีในชุมชนเท่าที่จำเป็น และต้องมีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชน เพราะคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็น 1) การท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังครอบครัวของสมาชิกในชุมชน 2) การท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง 3) การท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน 4) การท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว และ 5) การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ ไม่มองว่าใคร เจริญกว่า หรือ ใครด้อยกว่า (Fennell, 2008)

จากคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวข้างต้น การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน น่าจะเป็นทางเลือกของชุมชนที่จะมีอำนาจกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่วนใหญ่ในประเทศไทย มักถูกกำหนดนโยบายในระดับบน ผู้ประกอบการ และความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการบริหารจัดการตามแนวโน้มนี้เน้นอัตราส่วนของตลาด จำนวนนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญ การที่เราให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Koment et al., 2020) เป็นการให้ความสำคัญเพียงด้านเดียว และอาจมีคำถามตามมาคือ ละเมิดความเป็นส่วนตัวของชุมชนที่เกิดจากการเสียสละเพื่อส่วนรวมหรือไม่ ชุมชนจะได้อะไรจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงให้ความสำคัญต่อสิทธิการบริหารจัดการชุมชนด้วยคนในชุมชนเอง ทั้งในด้านการวางแผน การบริหารจัดการ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นสิ่งที่ชุมชนควรได้รับเพื่อแลกกับสิ่งที่ชุมชนจะต้องเสียไป และเกิดประโยชน์กับหลายฝ่าย อาทิ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและคนในชุมชนเอง (Fennell, 2008)

สำหรับตลาดน้ำประจักษ์ศิลปาคม จังหวัดนครพนม เป็นตลาดน้ำที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาใหม่ เป็นชุมชนหนึ่งที่เปิดพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยการบริหารจัดการระหว่างรัฐ ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นร่วมกับชุมชน จนทำให้ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น กลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก จากความสำเร็จเบื้องต้นด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นคนในชุมชนมีอาชีพเสริม รายได้เสริม สร้างงานจำนวนมากให้กับคนในชุมชนพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางในการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง ผู้ประกอบการและชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันที่จะรักษาสีน้ำให้คงอยู่ตามระเบียบที่ได้ตกลงกันไว้ นอกจากนี้การท่องเที่ยวได้ทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงการรักษา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนสิ่งแวดล้อม ทางธรรมชาติให้คงอยู่เพื่อคนรุ่นต่อไป และเพื่อเสริมแรงดึงดูดการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว และจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จจนนำไปสู่ชุมชนเข้มแข็งของชุมชนวัดแคนอก (Mahatamnuchok, 2022)

และเนื่องด้วยยังไม่มีการศึกษาในประเด็น ความเข้มแข็งของชุมชนจากการประกอบสร้างความหมายของการท่องเที่ยวแบบชุมชนตลาดน้ำและบริหารจัดการโดยชุมชนวัดแคนอกมาก่อน ประกอบกับตลาดน้ำแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นโดยชุมชนที่ยังไม่มีประสบการณ์มาก่อน จึงเป็นมูลเหตุจูงใจที่สำคัญในการศึกษาครั้งนี้ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษานี้จะเป็นแบบอย่างให้กับชุมชนอื่น ๆ ได้นำไปประยุกต์ ปฏิบัติให้เข้ากับศักยภาพ ความสามารถ ภูมิปัญญา เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทของชุมชนของตนเอง เพื่อจะไปสู่การเสนอทางเลือกในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ พึ่งพาตนเอง ให้กับชุมชนอื่น ๆ ที่ยังเผชิญกับปัญหาในมิติต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในชุมชน ให้ได้มีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์ของชุมชนที่ได้พัฒนาไประดับหนึ่งแล้ว โดยการปรับใช้แนวทางการความสำเร็จเพื่อนำมาใช้กับชุมชนของตนเองในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการประกอบสร้างความหมายที่มีผลต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบของชุมชนตลาดน้ำ
3. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาประเด็นสำคัญคือ รูปแบบการประกอบสร้างความหมายที่มีผลต่อการสร้างชุมชนเข้มแข็ง รูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบของชุมชนตลาดน้ำ และกระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่เกิดขึ้นในบริบทของการท่องเที่ยวตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย คณะผู้บริหารตลาดน้ำ ข้าราชการ ผู้ประกอบการ ประชาชนในชุมชน และนักท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ชุมชนตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการทำวิจัย ภายใน 1 ปี ตั้งแต่ เดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2564

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง ความเข้มแข็งของชุมชน จะต้องเกิดจากคนในชุมชนที่เชื่อว่ากลุ่มของตน มีความสามารถ มีพลังในการกำหนดวิถีชีวิตของตนเองและสังคมได้ โดยคนจะมีปฏิสัมพันธ์ มีความสนใจร่วมกันในประเด็นสาธารณะ มีความไว้วางใจกัน ปฏิบัติตามกฎระเบียบ/ กติกา ผู้นำในชุมชนรับฟังเหตุผล ยึดถือความถูกต้อง ซื่อสัตย์ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและคนในชุมชนมีลักษณะเป็นแนวราบ เป็นชุมชนที่คนติดต่อกันเป็นส่วนตัวแบบเครือญาติกัน รักใคร่ปรองดองกัน และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน (Putnum, 1993) ขณะที่การพัฒนาชุมชนเข้มแข็งเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนและองค์กรชุมชนให้มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง สมาชิกชุมชนมีจิตสำนึกของการพึ่งตนเอง มีการเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการร่วมคิดร่วมทำของคนในชุมชนเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ และพัฒนาชุมชน (Na Chiangmai, 2000) โดยใช้พลังของสมาชิกในการพัฒนาของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งกว่านั้น ชุมชนเข้มแข็งยังเป็นชุมชน พร้อมที่จะจะเรียนรู้ สามารถตัดสินใจได้อย่างอิสระ ไม่ใช้ตัดสินใจเพราะถูกครอบงำจากคนอื่น (Pongpit et al., 2001)

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน เป็นการบูรณาการของชุมชนทุกอย่างมีความเชื่อมโยงกัน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม สุขภาพ การเมือง การเรียนรู้ ไม่มีอะไรแยกจากกัน เป็นเศรษฐกิจพื้นฐานที่คำนึงถึงการทะนุบำรุงพื้นฐานของตัวเองให้เข้มแข็ง ทำหน้าที่เชื่อมโยงให้ผู้คนในสังคมใช้ชีวิตแบบทางสายกลาง ไม่มองแบบสุดโต่ง เห็นความเชื่อมโยงของสิ่งต่าง ๆ และไม่มีอะไรขัดแย้งกัน ไม่ได้มองแยกแยะว่าเป็นทุนนิยมหรือไม่ เศรษฐกิจชุมชนจึงหมายถึงการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมได้รับประโยชน์ เพื่อการอยู่ร่วมกัน (Wasi, 1999) เน้นการพึ่งพิงตนเองเน้นการใช้ทรัพยากรในหมู่บ้านในท้องถิ่นเน้น การใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน (Petchprasert, 1999)

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการกระจายโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทางการเมืองและการบริหาร เช่นมีส่วนร่วมตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ การจัดสรรทรัพยากรทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับชาติ การจัดสรรดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสานสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน สร้างความเข้าใจร่วมกันในการพัฒนานโยบายและบริหารสาธารณะเพื่อประโยชน์และสนองความต้องการของประชาชน กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นวิธีการที่ภาครัฐ ภาคประชาสังคม และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีโอกาสเรียนรู้ทำความเข้าใจประเด็นนโยบายสาธารณะร่วมกัน ปรีกษาหารือร่วมกัน และแสวงหาทางเลือกที่ดีที่สุด ทำให้ทุกฝ่ายยอมรับมากที่สุด เพื่อผลกระทบเชิงลบน้อยที่สุด (Bureekul, 2009) การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นกระบวนการที่ประชาชน/ผู้มีส่วนได้เสียได้มีโอกาสแสดงทัศนะ ความคิดเห็น ให้ข้อมูล และเข้าร่วมในกิจกรรมต่างที่อาจมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ประชาชน เพื่อนำความคิดเห็น ข้อมูล ในโครงการของภาครัฐ/กิจกรรมของรัฐ นำไปประกอบการพิจารณากำหนดรูปแบบของนโยบาย และใช้ประกอบการตัดสินใจของภาครัฐ (Diets & Stern, 2008)

แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม วัฒนธรรมมวลชนที่ปรากฏไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ล้วนเป็นเรื่องของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ที่มีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้ประชาชนหลงอยู่ภายใต้ผลประโยชน์ทางการตลาดทั้งสิ้น แนวคิดนี้ยังเสนอว่าวัฒนธรรมไม่เพียงแต่เป็นเหมือนกระจกสะท้อนภาพสังคมแต่ยังมีบทบาทสำคัญในการปรับสร้างสังคม (shaping society) กลไกดังกล่าว ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเปลี่ยนผลงานศิลปะให้กลายเป็นสินค้า (commodification) (Adorno & Rabinbach 1975) เมื่อวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าที่สามารถผลิตได้ และเมื่อผลงานศิลปะถูกผลิตขึ้นมาจะสามารถกระจายตัวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ได้ ส่งผลต่อรูปแบบประเพณีของผลงาน เพราะผลิตซ้ำจะทำให้ผลงานขาดแก่นแท้ของมันไป นั่นคือการมีตัวตนอยู่ในประวัติศาสตร์ ทั้งในแง่ของเวลาและสถานที่การดำรงอยู่อย่างเฉพาะของมัน ณ สถานที่ที่มันถูกสร้างขึ้นและดำรงอยู่ทั้งนี้ การมีอยู่ของต้นฉบับเป็นเงื่อนไขที่ต้องมีมาก่อนแนวคิดเกี่ยวกับความจริงแท้ (authenticity) ในการผลิตซ้ำแบบดั้งเดิมหรือการผลิตซ้ำที่ทำได้ด้วยมีอนั้น จะได้รับการตีตราในฐานะที่เป็นการปลอมแปลง อย่างหนึ่งต้นฉบับ (original) จึงยังคงสามารถรักษาคุณสมบัติของความจริงแท้เอาไว้ได้ทั้งหมด ตรงกันข้ามกับกรณีของการผลิตซ้ำเชิงกลไกที่สามารถสร้างสิ่งจำลองขึ้นมาได้อย่างไม่ผิดเพี้ยน จนไม่สามารถแยกได้ว่าสิ่งใดคือต้นฉบับหรือสิ่งที่ถูกผลิตขึ้นมา (Benjamin, 1969)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเชื่อมโยงจากการวิเคราะห์ด้วยมุมมองเชิงทฤษฎีที่หลากหลาย จากบริบทที่เกิดขึ้นจากภาคสนามวิจัย และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ดังนี้

1) **การศึกษาในเชิงเอกสาร** ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องจากรายงาน ผลงานการศึกษารายงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ภาพรวม เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงสาระสำคัญในประเด็น (1) การประกอบสร้างความหมายการท่องเที่ยว (2) การวิเคราะห์การบริการจัดการการณโดยชุมชน และ (3) การสร้างชุมชนเข้มแข็ง สำหรับการถอดรหัสการประกอบสร้างความหมายการท่องเที่ยวได้ปรับใช้แนวคิดสัญญาวิทยาของนักวิชาการทางสัญญาวิทยา อาทิ Saussure (1959), Peirce (1955), and Barthes (1988)

2) การศึกษาในภาคสนาม เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็ง ในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดย (1) ทำการศึกษาและคัดเลือกสถานที่ โดยการสุ่มแบบเจาะจงนั่นคือ ชุมชนตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก (2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (3) ทำการศึกษาวิเคราะห์แนวคิด รูปแบบ และกระบวนการบริหารจัดการโดยชุมชนในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงลึก เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง (4) สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ที่ละเอียดขึ้น เน้นการนำผลการศึกษาวิจัยมาเผยแพร่ให้แก่ประชาชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ คณะผู้บริหารตลาดน้ำ ข้าราชการ ผู้ประกอบการ และประชาชน โดยเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก ได้จากการเลือกแบบเจาะจง รวมทั้งหมด 16 คน

4) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เน้นการศึกษาวิเคราะห์ทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญคือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบที่ได้รับจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ระดับลึก โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามหลักการเลือกเชิงทฤษฎีออกเป็น 4 กลุ่ม คือ คณะผู้บริหารตลาดน้ำ ข้าราชการ ผู้ประกอบการ และประชาชน จำนวนทั้งสิ้น 16 คน

6) การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้ถูกเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจดบันทึก และบันทึกเครื่องบันทึกเสียง จากนั้นนำมาถอดคำให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิเคราะห์ และจัดแยกประเภท ทำการวิเคราะห์เชื่อมโยงกับปรากฏการณ์ต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจบริบทที่เกิดขึ้น แล้วตีความหมายเพื่อให้เข้าใจถึงระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว โครงสร้างสังคมวัฒนธรรม แบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ของคนในชุมชนตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก จังหวัดนนทบุรี ประเด็นวิเคราะห์ต่อมาคือ การวิเคราะห์การประกอบสร้างความหมายของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงรหัสความหมายที่มีผลต่อการท่องเที่ยว และตรรกะการบริโภคของนักท่องเที่ยว และสุดท้ายเป็นการวิเคราะห์การถอดบทเรียนของการสร้างชุมชนเข้มแข็ง และสรุปข้อค้นพบออกมาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในระดับนโยบาย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก มีความพยายามในการประกอบสร้างความหมายใน 4 ประเด็นคือ

- (1) ความเป็นธรรมชาติ เป็นความหมายหนึ่งที่ผูกโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก โดยนำเอาความหมายที่ได้นิยามและเป็นที่ยอมรับกันในสังคมอยู่แล้วมาใช้ นั่นคือ การกำหนดให้พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์และธรรมชาติอันบริสุทธิ์ ทั้งยังมีความหมายแฝงไปถึงสภาวะอันสงบเรียบง่าย
- (2) ความเป็นท้องถิ่น การสร้างความหมายชุดนี้ไม่ค่อยชัดเจนมากนัก ส่วนหนึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอกเป็นตลาดน้ำที่สร้างขึ้นใหม่ โดยไม่สามารถบอกได้ว่า มีความต่อเนื่องกับตลาดน้ำในอดีต ทำให้ความเป็นตลาด

น้ำท้องถิ่นไม่ค่อยเห็นภาพชัดเจนมากนัก โดยมีการนำเสนอผ่านอาหารพื้นถิ่น สินค้าทางการเกษตร เครื่องปั้นดินเผา ภูมิปัญญาชาวบ้าน วิถีชีวิตในบริบทริมแม่น้ำ เป็นต้น (3) ความเป็นมาตรฐาน คณะกรรมการบริหารตลาดน้ำประชา รัฐวัดแคนอกได้จัดระเบียบให้ผู้ประกอบการแต่งกายให้สะอาดเหมือนกันทั้งหมด มีป้ายบ่งบอกรายละเอียดของผู้ประกอบการ มีข้อบังคับให้ผู้ประกอบการจัดเรียงสินค้าให้เป็นระเบียบ ซึ่งแสดงถึงการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบมืออาชีพ มีการบริการ หรือสินค้าได้มาตรฐาน สะอาด ส่งผลให้ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการรับรู้ความ หมายถึงความเป็นมาตรฐาน (4) ความหลากหลาย ตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกได้เติมเต็มให้นักท่องเที่ยวได้ตื่นตาตื่นใจกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกได้จัดทำขึ้น อาทิ มีการนำวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาประยุกต์ใช้กับตลาดน้ำของตน เช่น เทศกาลขึ้นปีใหม่มีการจัดงานนับถอยหลังภายในตลาดน้ำ และสร้างบรรยากาศต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ ด้วย เช่น การเพิ่มมุมศิลปะให้เด็ก ๆ ได้นั่งระบายสี หรือมีมุมดนตรี ในสวน มีนวดแผนโบราณ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการโดยชุมชนในรูปแบบตลาดน้ำ ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้นำชุมชน การบริหารจัดการตลาดน้ำ การมีส่วนร่วมของภาครัฐ และกฎระเบียบ ซึ่งปัจจัยที่โดดเด่นคือ ภาวะผู้นำของผู้นำชุมชน การมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนพื้นที่ชุมชนเป็นการท่องเที่ยวตลาดน้ำ จะนำไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งพาตัวเองได้ ซึ่งลักษณะเฉพาะอันโดดเด่นของผู้นำ/ กลุ่มผู้นำที่เข้มแข็งคือ ด้านขีดความสามารถของผู้นำ สามารถที่จะคิดแนวทางดำเนินงานที่แปลก โดยชุมชนไม่มีองค์ความรู้พื้นฐานในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรองรับ แต่การเป็นคนที่มุ่งมั่นและเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ในการศึกษาดูงานท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการสร้างตลาดน้ำ อันเนื่องมาจากพื้นที่ของชุมชนมีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ โดยเป็นริมแม่น้ำ ขณะเดียวกันการนำแนวคิดดังกล่าวมาประชาสัมพันธ์ ติดต่อสื่อสารกับชาวบ้านในรูปแบบประชุม/ ประชาคม และมีแนวคิดที่มั่นคงที่จะลดค่าสปรมาทจากชาวบ้าน ด้วยการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน ผ่านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อเปรียบเทียบกับภาวะผู้นำของชุมชนกับแนวคิดของ Dubrin (1998) พบว่า ผู้นำชุมชนมีการรับรู้ด้วยตัวเองและสร้างวินัยในตนเอง ด้วยการหมั่นศึกษา ฝึกอบรม ฝึกทักษะในการทำกิจกรรมในงานพัฒนาชุมชนอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทักษะในด้านการสื่อสาร การพัฒนาความสามารถพิเศษในด้านต่าง ๆ ให้เหมาะสมต่องานพัฒนาชุมชนในอนาคต

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า การสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ มี 4 ด้าน ดังนี้

1) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านเศรษฐกิจ (1.1) มีการสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ ถึงแม้ว่าตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกจะไม่สามารถสร้างอาชีพหลักได้ แต่การท่องเที่ยวตลาดน้ำได้เปิดโอกาสให้คนในชุมชนวัดแคนอกหาอาชีพเสริม ไม่ว่าจะเป็นอาชีพเสริมที่เป็นที่คุ้นเคยกับภูมิปัญญาของตนเอง เช่น วิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มการเกษตร เป็นต้น มาจัดจำหน่าย และบริการให้นักท่องเที่ยว (1.2) มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม กิจกรรมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอก ถึงแม้ว่าจะมีขนาดไม่เท่ากันก็ตาม ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความสามารถของแต่ละบุคคล แต่อาชีพเหล่านั้นได้สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง เพราะในตลาดน้ำมีระเบียบห้ามมิให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการซ้ำกัน ประกอบกับมีการกำหนดมาตรฐานเรื่องราคา และคุณภาพของสินค้า รายได้จึงกระจายไปสู่ผู้ประกอบการเกือบทุกคน (1.3) มีการสร้างบรรทัดฐานของการพึ่งพาอาศัยกัน มีการติดต่อซื้อขายกันภายในชุมชนต่างฝ่ายต่างมีความคาดหวังร่วมกันว่าการได้รับอะไรบ้างในช่วงปัจจุบันและจะได้รับผลตอบแทนอะไรบ้างในอนาคต ขณะที่ตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกเองก็ไม่ได้ปฏิเสธความช่วยเหลือจากภายนอก ถ้าโครงการบางอย่างเกิน

ความสามารถที่ชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะรองรับได้ ก็ขอความช่วยเหลือและนำงบประมาณดังกล่าวมาบริหารจัดการตลาดน้ำของชุมชน แต่ที่สำคัญคือไม่ให้นำหน่วยงานภายนอกมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการภายในชุมชน วัดแคนอก (1.4) มีการรวมกลุ่มอาชีพ/ การรวมกลุ่มธุรกิจ ให้ความสนใจกับการสร้างธุรกิจเป็นของตนเองและการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยจะร่วมกันวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่ชุมชนวัดแคนอกจะสามารถรองรับได้ มีการพิจารณาการรวมกลุ่มของชาวบ้านในด้านที่ถนัด จะได้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน เมื่อมีอะไรใหม่ ๆ ก็จะนำมาพูดคุยปรึกษาหารือกับกลุ่มอาชีพของตนเอง เพื่อพัฒนาสินค้าและการบริการในกลุ่มของตนเอง เพื่อยกมาตรฐานในกลุ่มของตนให้อยู่ในระดับเดียวกัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้า และการบริการว่าร้านค้าใดดีหรือไม่ดีเท่ากัน (5) มีการระดมทุนและการกระจายสวัสดิการ ชุมชนวัดแคนอกได้ก่อตั้งกลุ่มกองทุนหมู่บ้าน เป็นการปลูกฝังและเป็น การสร้างค่านิยมการออมให้กับชาวบ้านในชุมชนเพื่อให้ชุมชนรู้จักเก็บเงิน เพื่อความเข้มแข็งของครอบครัว ของ เศรษฐกิจในระดับรากหญ้า การรณรงค์ให้ชาวบ้านได้รู้จักการรวมกลุ่มในรูปแบบของกลุ่มกองทุน เพื่อเป็นสวัสดิการและเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ต่าง ๆ ร่วมกัน และเป็นแหล่งเงินทุนให้สมาชิก ส่วนของการกระจายสวัสดิการ ทุกคนในชุมชนมีสิทธิที่จะใช้พื้นที่ตลาดน้ำประจักษ์วัดแคนอกในการพบปะหารือ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

2) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านการเมืองคือ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนวัดแคนอก การมีเวทีประชุมในรูปแบบประชาคม เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกัน ทำให้ผู้เข้าร่วมเกิดการเรียนรู้ถึงที่มาที่ไปของปัญหา ผลกระทบที่เกิดจากพฤติกรรมของตนเองและการพัฒนาในอดีตที่ตอนนั้นคิดว่าดี เช่น ผลของการขายที่ดิน การเปลี่ยนวิถีการผลิต และแนวทางการพัฒนา ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาตามมาจนเกินที่แก้ไขในปัจจุบัน การมีเวทีประชาคม ทำให้ผู้นำชุมชนและท้องถิ่นได้รู้ว่าประชาชนคิดอย่างไรกับการบริหารงานของตน และประชาชนได้รู้ว่าการทำงานของผู้บังคับบัญชามีความเข้าใจกันมากขึ้น ทุกคนต่างร่วมกันรับผิดชอบในกิจกรรมของกลุ่มไม่ว่าจะสำเร็จหรือล้มเหลว ทำให้เกิดความคิดที่จะทบทวนโครงการต่าง ๆ ของชุมชนทั้งหมด เพื่อนำมาจัดระบบระเบียบการบริหารกันใหม่ เวทีการประชาคมยังเป็นพลังสำคัญในการต่อรองผลประโยชน์จากอำนาจรัฐ อำนาจทุน เพื่อให้กลุ่ม/ ชุมชนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

3) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวได้ทำให้ชุมชนตลาดน้ำประจักษ์วัดแคนอกตระหนักถึงวิถีชีวิตในอดีต ด้วยการพยายามรื้อฟื้น อนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกัน มาตั้งแต่อดีตให้คงอยู่ต่อไป ในขณะที่วิถีชีวิตในอดีตยังได้เสริมให้การท่องเที่ยวมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงการร่วมมือร่วมใจเป็นเจ้าของที่ดีของประชาชน ถึงแม้ว่าผลประโยชน์จะตกอยู่กับผู้ประกอบการก็ตาม แต่ถ้าหากไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนในชุมชนการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำประจักษ์วัดแคนอกก็อาจไม่ประสบความสำเร็จ

4) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวน อนุรักษ์ ป่าชุมชน พัฒนาใช้ประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาดน้ำประจักษ์วัดแคนอก ซึ่งเป็นแหล่งค้าขายของคนจำนวนมาก จึงมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก และสิ่งที่จำเป็นที่ต้องบริการนักท่องเที่ยวนั่นคือ เรื่องขยะเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่สุดเพราะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม กิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นมากมายในชุมชนวัดแคนอก อาทิ การรณรงค์ให้แยกขยะก่อนทิ้ง การจัดทำถังขยะแยกตามสี แยกชนิดขยะ เป็นต้น

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า คุณค่าในเชิงความหมายจากการประกอบสร้างที่เกิดขึ้นในบริบทการท่องเที่ยวตลาดน้ำประจักษ์รัฐวัดแคนอก มีอยู่ 4 แบบ คือ (1) การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของตลาดน้ำประจักษ์รัฐวัดแคนอก พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของตน ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวบางช่วงวัยอาจชอบการท่องเที่ยวแบบสิ่งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ บางอายุช่วงวัย อาจชอบไปสัมผัสกับธรรมชาติ หรืออยากย้อนเวลากลับสู่อดีตเพื่อไปสัมผัสกับวิถีชีวิตแบบโบราณ ดังนั้นการจะระบุถึงความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจึงเป็นเรื่องที่หาข้อเท็จจริงได้ยาก นักท่องเที่ยวบางส่วนอาจให้ความสนใจกับเรื่องภาพลักษณ์ ความหมายและมาคาดคิดเป็นลำดับต้น ๆ ไม่ว่าจะจะเป็นความเป็นธรรมชาติ ความสวยงาม หรือความเป็นวิถีชุมชนดั้งเดิม คุณค่าเชิงหน้าที่ของการใช้หรือประโยชน์ใช้สอยอันได้แก่ ความปลอดภัย ความสะดวกสบายด้านที่พักอาศัย การคมนาคม หรือความเป็นมืออาชีพในด้านการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongleedee and Yiamjanya (2012) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (2) การบริโภคในกิจกรรมการบันทึกภาพขณะท่องเที่ยวในตลาดน้ำประจักษ์รัฐวัดแคนอก กิจกรรมการถ่ายภาพตามจุดที่เป็นความหมายหลัก การประกอบสร้างความหมายของตลาดน้ำประจักษ์รัฐวัดแคนอกนั้น เป็นหลักฐานว่านักท่องเที่ยวรับเอาความหมายของตลาดน้ำ และบริโภคความหมายนั้น ๆ และพร้อมที่จะส่งต่อไปยังบุคคลอื่นในรูปของภาพถ่าย รูปภาพเหล่านั้นจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดค่านิยมในการถ่ายรูปเช่นเดียวกันนี้ต่อไปอีก โดยเป็นไปได้ว่าคนที่เห็นนักท่องเที่ยวคนก่อนหน้าถ่ายรูป มีโอกาสจะจดจำภาพกิจกรรมนั้นเข้าไปรวมกับสิ่งที่ได้สัมผัสไว้ในสมองและจะปฏิบัติซ้ำเมื่อโอกาสของตนมาถึง สิ่งที่เกิดขึ้นนี้จึงเป็นเสมือนกระบวนการที่มีการรับและส่งต่อกันไปเรื่อย ๆ หรือเป็นการสร้างความหมายผ่านการสืบทอดและต่อยอดอย่างหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (theory of planned behavior) ของ Ajzen (1991), and Ajzen and Fishbien (1980) ที่เป็นตัวกำหนดหลักของพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละคนนั้น มาจากความตั้งใจ (intention) และการรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม (perceived behavioral control) ความตั้งใจเป็นการแสดงออกของแต่ละคนผ่านพฤติกรรม (3) การบริโภคการซื้อสินค้าที่ระลึกขณะท่องเที่ยวในตลาดน้ำประจักษ์รัฐวัดแคนอก สินค้าที่ได้อธิบายว่าเป็นของที่หาไม่ได้ในแหล่งอื่น เป็นของขึ้นชื่อที่เป็นเอกลักษณ์/ สัญลักษณ์ของท้องถิ่นเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kiriwong et al. (2021) ที่พบว่านักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความมีเอกลักษณ์ ความเป็นท้องถิ่น จึงพอจะเห็นได้ว่าการเลือกซื้อสินค้านั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลของความหมายที่ถูกสถาปนาขึ้นจนกลายเป็นมาคาดคิดในบริบทการท่องเที่ยวและยังเป็นหลักฐานว่านักท่องเที่ยวมักเลือกบริโภคตามมาคาดคิด แม้ว่าความจริงแท้/ ของจริง จะปรากฏรวมกับคุณค่าเชิงความหมายของการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก (4) การบริโภคความหมายผ่านการรับประทานอาหาร เป็นรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวตกอยู่ภายใต้อำนาจของบริบทการท่องเที่ยว เป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวต้องทำคล้ายกัน ด้วยเพราะนักท่องเที่ยวต้องการเสพวัฒนธรรมการบริโภคเหมือนในอดีต บางครั้งอาจจะมองว่าเป็นเรื่องของความสะดวก ซึ่งสามารถซื้อหาอาหารจำนวนไม่มากนัก เพราะจะได้ชมอาหารที่หลากหลาย และสิ่งสำคัญคือสามารถเดินชมสินค้านานาชนิดในตลาดน้ำ โดยไม่ต้องเสียเวลาอีกด้วย หรือเป็นการถ่ายรูปอาหารกับเพื่อน ๆ เพื่ออวดสายตาประชาชน/ ผู้คนในสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน ของ Ajzen (1991) ที่มองว่า บรรทัดฐานส่วนบุคคลเป็นความเชื่อที่มาจากบรรทัดฐานของสังคม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การสร้างตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกเกิดจากการบูรณาการจากหลายภาคส่วน ระบบการบริหารจัดการตลาดน้ำร่วมกันทั้งภาครัฐและประชาชน เกิดการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม การหาข้อสรุปใด ๆ ของตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอก มีการร่วมกันกำหนดแผนพัฒนาชุมชน การวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลอดจนการร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว จะใช้วิธีการประชุมแบบประชาคม ในลักษณะของเครือข่ายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง โดยในระดับหมู่บ้านให้แต่ละหมู่บ้านกำหนดเป็นวาระหรือปัญหาแนวทางการทำงานร่วมกันพอได้ข้อสรุปเบื้องต้นแล้วจะนำไปสู่เวทีประชุมประชาคมใหญ่ หรือในรูปของคณะกรรมการตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอก ที่ได้มีการสร้างระเบียบและกฎเกณฑ์ ตามระเบียบคณะกรรมการบริหารตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอก กำหนดให้เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน และเพื่อให้การบริหารและการจัดการตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอก เป็นไปด้วยความโปร่งใส มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ในการเป็นตลาดชุมชน มีการสร้างเครือข่ายและความไว้วางใจตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกได้ ทำให้ประชาชนในชุมชน ได้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Nakabutr (2007) การมีคณะทำงานที่หลากหลาย สำหรับแผนชุมชนถือเป็นหัวใจในการแก้ปัญหาและฟื้นฟูวิกฤตต่าง ๆ การทำแผนชุมชนมีชีวิตได้ต้องมีคณะทำงานที่หลากหลายตั้งแต่แรกเริ่ม เช่น ชาวบ้าน ผู้รู้ ผู้นำธรรมชาติ ผู้นำแบบเป็นทางการ ถ้าเริ่มจากการรวบรวมแบบมีพลังแล้วแผนชุมชนจะสามารถขับเคลื่อนได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Woravut et al. (2019) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ปัจจัยด้านเครือข่ายองค์กรชุมชน ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านผู้นำชุมชน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า 1) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านเศรษฐกิจ เกิดจากการพัฒนา ร่วมกันหลายด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ ด้านการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ด้านการสร้างบรรทัดฐานของการพึ่งพาอาศัยกัน ด้านการรวมกลุ่มอาชีพ/ การรวมกลุ่มธุรกิจ และด้านการสะสมทุนและการกระจายสวัสดิการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Piryarangsarn (1998), and Petchprasert (1999) ที่พบว่า ธุรกิจชุมชนนั้น สามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนในชุมชนได้ และประชาชนได้รับประโยชน์ทั้งในรูปของผลกำไรที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน การค้าขายแลกเปลี่ยนกับภายนอกชุมชน ทั้งองค์การด้านธุรกิจหรือประชาชนทั่วไป ประชาชนหรือหน่วยงานธุรกิจได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและมีอำนาจต่อรองในด้านการผลิต แลกเปลี่ยนค้าขาย 2) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านการเมืองคือ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนวัดแคนอก การมีเวทีประชุมในรูปแบบประชาคม เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกัน ทำให้ผู้เข้าร่วมเกิดการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khanthawichai et al. (2022) ที่พบว่า การบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็งผ่านการส่งเสริมการรวมตัวเรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ และกิจกรรมสม่ำเสมอเชื่อมโยงกับการทำมาหาเลี้ยงชีพระดับปัจเจกและความพออยู่พอกินเป็นลำดับแรกก่อนที่ จะเชื่อมต่อกับสังคมภายนอก มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้ เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอก แนวทางการส่งเสริมการรวมตัวของคนในชุมชนทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของชุมชน โดยเสริมหนุนให้ชุมชนมีขีดความสามารถในการรวมตัวกัน ในรูปแบบที่หลากหลายที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการหรือการรวมตัวกันของชุมชนในเชิงพื้นที่หรือประเด็นความสนใจ 3) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวได้ทำให้ชุมชนตลาดน้ำประชารัฐวัดแคนอกตระหนักถึงวิถีชีวิตในอดีต ด้วยการพยายามรื้อฟื้น อนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sativepullo and Wattnapradith (2022) ที่พบว่า การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยสันติวัฒนธรรม ผ่านการสร้างกรอบแนวคิดกิจกรรมการมีส่วนร่วม และกิจกรรมสร้างการตระหนักรู้และจิตสำนึกกับชาวบ้านและเยาวชน ให้เห็นจุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนา สร้างความ

ภูมิใจในท้องถิ่นของตน และกิจกรรมรวมพลังขับเคลื่อนชุมชน และ 4) ความเข้มแข็งของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวน อนุรักษ์ พื้นฟู พัฒนาใช้ประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phoochinda and Patthanacharoen (2021) ที่มองว่า ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวจะมีการห้ามไม่ให้นักท่องเที่ยวนำขยะมูลฝอยเข้ามาภายในชุมชน มีการคัดแยกขยะของร้านค้าร้านค้าให้ใช้ใบตองเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม มีหน่วยงานสนับสนุนการรักษาสภาพแวดล้อมมีการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก ใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ และรณรงค์การปลูกต้นไม้ผลสำเร็จของการดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชุมชนท่องเที่ยว

สรุปผล

หลักคิดที่นำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบสร้างความหมายการท่องเที่ยวคือการสร้างและสื่อความหมายต่อสังคมที่แยกย่อย ผ่านความเป็นที่สูงสุด ความมีมาตรฐาน ความเป็นท้องถิ่น และความหลากหลาย ในขณะที่ระบบการบริหารจัดการ ประกอบด้วย บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำที่เข้มแข็ง การมีส่วนร่วมของประชาชน ระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ การสร้างเครือข่าย และความไว้วางใจระหว่างกัน ส่วนการสร้างชุมชนเข้มแข็ง 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านการเมือง 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 4) ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนที่ทำให้การบริหารจัดการตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอกประสบความสำเร็จ และความสำเร็จของตลาดน้ำก็หนุนเสริมความเข้มแข็งของชุมชนด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การประกอบสร้างความหมายต่อคุณค่าและความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีนัยยะถึงความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น อาหาร สถานที่ หรือของที่ระลึก ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นแล้วว่า ความหมายดังกล่าวมีพลังอำนาจมากที่ไปกำกับการเสพ/ การบริโภคของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดหรือนำไปพัฒนาต่อ เพื่อเป็นสินค้าหรือบริการที่มีมาตรฐาน อาจเป็นภูมิปัญญาเดิมที่ชุมชนมีอยู่แล้วหรือเป็นภูมิปัญญาประยุกต์ให้เข้ากับความเป็นไปในปัจจุบัน มีใช้เป็นสินค้าที่มาซื้อขายหรือซื้อมาขายไป หรือเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่วางขายอยู่ตามท้องตลาดทั่วไป แต่จะต้องเป็นสินค้าที่ชุมชนนั้น ๆ สามารถผลิตเองได้ และควรเน้นความสมบูรณ์ของพื้นที่ ไม่ใช่พัฒนาคนเพียงด้านเดียวหรือเน้นไปที่การสร้างสถาปัตยกรรมจนไปเบียด/ ขัดความเป็นธรรมชาติอันสวยงามที่เป็นความหมายประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ หายไปจนหมดสิ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การบริหารจัดการโดยชุมชน ประเด็นแรกคือ ผู้นำควรศึกษาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดลึกซึ้ง เพื่อช่วยให้แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่มีความสลับซับซ้อนในชุมชนได้ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการคิด วิเคราะห์และตัดสินใจทำกิจกรรมในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ควรเพิ่มประสบการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสบการณ์ตรงในอดีตนับว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจทำกิจกรรมในชุมชน ในระยะเวลาปัจจุบัน

และในอนาคต ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพต่อภาวะผู้นำในงานพัฒนาชุมชนโดยตรง และ 3) การขอรับคำแนะนำจากบุคคลที่มีประสบการณ์ตรงและผู้ที่อยู่ใกล้กว่า ประเด็นที่สองคือ การสร้างระเบียบและกฎเกณฑ์ ควรเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพื่อประสิทธิผลและบรรลุลวัตถุประสงค์ในการเป็นตลาดชุมชนมากขึ้น และประเด็นที่สามคือ ควรสร้างเครือข่ายและความไว้วางใจ เชื่อใจ สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากชุมชนมีความไว้วางใจกันในระดับสูง การขอความร่วมมือกับชาวบ้านในการทำโครงการต่าง ๆ ก็จะง่ายขึ้นเพราะชาวบ้านเห็นว่าเป็นประโยชน์ที่จะมีต่อชุมชนโดยรวม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ด้านบวกที่พวกเขาจะได้รับ พลังในการร่วมมือของคนในชุมชนจะสามารถสร้างชุมชนของตนเองให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งได้ ประเด็นต่อมากการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาอุดมคติหรือมายาคติของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ที่ประกอบสร้างขึ้นมาเพื่อดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเรื่องการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยการบริหารจัดการตลาดน้ำในครั้งนี้ เป็นเพียงพื้นที่วิจัยเฉพาะในเขตพื้นที่ตลาดน้ำพระราชวังวัดแคนอก จังหวัดนนทบุรีเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้เห็นมุมมองในเพียงบางส่วนเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในอนาคตอาจศึกษาตลาดน้ำในรูปแบบที่อื่นเพิ่มเติม เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค หรือตลาดที่ถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ หรือบริบทที่มีลักษณะเฉพาะ

องค์ความรู้ใหม่

การประกอบสร้างความหมายการท่องเที่ยว จำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์และคุณค่าให้แก่ตลาดน้ำ นำเอากระบวนการสร้างความหมาย มาใช้โดยการขยายความและสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ผ่านการเปรียบเทียบหรือหาความแตกต่างให้ตลาดน้ำ ก่อนจะไปสู่ระบบการสื่อสาร เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตลาดน้ำและเป็นจุดเด่นที่ใช้ในการสื่อสารออกไปสู่สังคม เช่น 1) ความเป็นธรรมชาติและความเป็นที่สุที่สุด 2) ความเป็นมาตรฐานและความประทับใจ 3) ความเป็นท้องถิ่น และ 4) ความหลากหลายของวัฒนธรรมร่วมสมัย

การบริหารจัดการโดยชุมชน ปัจจัยที่สำคัญคือ 1) การอาศัยความร่วมมือระหว่างรัฐ ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นร่วมกับชุมชน ดังนั้นสิ่งที่ได้จากงานวิจัยนี้ คือ จำเป็นต้องต่อยอดองค์ความรู้ในการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งเครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายแนวราบแบบเอกชน 2) การมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง สะท้อนให้เห็นว่า ภาวะผู้นำมีความสำคัญและจำเป็นต้องพัฒนา เช่น ภาวะผู้นำแนวใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนา เพื่อทำให้ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น และกลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ประเด็น

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่ในรูปของตลาดน้ำและพยายามเปิดพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องนำความเข้มแข็งของชุมชนในด้านต่าง มาวิเคราะห์ร่วมด้วยคือ ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเมือง และด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นธุรกิจชุมชน ภายใต้การดูแลของแต่ละชุมชนและเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในทุกมิติ ดังภาพที่ 2 องค์ประกอบความเข้มแข็งของชุมชน



ภาพที่ 1 องค์ประกอบความเข้มแข็งของชุมชน

Figure 1 Components of Community Strength

From: Samukkethum (2008), and Havanon et al. (2007)

References

- Adorno, T. W., & Rabinbach, A. G. (1975). Culture Industry Reconsidered. *New German Critique*, 1(6), 12–19. <https://www.jstor.org/stable/i221164>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(1), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice–Hall.
- Barthes, R. (1988). *Semiology and Urbanism*. In R. Barthes. *The Semiotic Challenge* (pp. 191–201). Hill and Wang.
- Benjamin, W. (1969). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. Schocken Books.
- Bureekul, T. (2009). *Public Participation Dynamics: From the Past to the Constitution of the Kingdom of Thailand 2007*. AP Graphic Design and Printing.
- Diets, T., & Stern, P. C. (2008). *Public Participation in Environmental Assessment and Decision Making*. The National Academies.
- Dubrin, J. (1998). *Leadership Research Finding: Practice and Skills*. Mifflin Company.
- Fennell, D. A. (2008). *Ecotourism: An introduction*. Routledge.
- Havanon, N. (2007). *Grounded Theory in the Community Strength*. The Thailand Research Fund (TRF).

- Khanthawichai, S., Thammacharo, S., Kamapanyo, S., & Chandsoda, S. (2022). A Strengthened Community: A New Alternative Towards Political Development. *Journal of MCU Ubon Review*, 7(3), 323–338. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/260783>
- Kiriwong, K., Prisi, W., & Chachawan, O. (2021). Consumer Behavior and Motivating Factor for Purchasing Souvenirs: A Case Study of Ban Pha Khong, Huai Som Sub-District, Phu Kradueng District, Loei Province. *Udon Thani Rajabhat University Academic Journal*, 9(2), 68–85. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/UDRUAJ/article/view/251720>
- Koment, J., Panyadee, C., Ekiem, B., & Techatunminasakul, S. (2020). Influence of Community Based Tourism Promotion Policy on Solidarity of Tourism Communities in Thailand: The Theoretical Perspective. *International Thai Tourism Journal*, 15(2), 88–105. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/190249>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Prentice-Hall.
- Mahatamnuchok, N. (2022). Development of a Tourism Activity Base on Nature Conservation and Environment with Rural Lifestyle of Tamrong Ban-Lat District Phetchaburi. *Social Science Journal of Prachachuen Research Network*, 4(3), 50–62. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/prn/article/view/264919>
- Na Chiangmai, C. (2000). Human Resource Development Management in Effective Organization. *Legislative Institutional Repository of Thailand*, 39(10), 37–47. <https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>
- Nakabutr, A. (2007). *Information and Development Sustainability*. Local Development Institute.
- Panpeng, V. (2022). Localization Processes and Social Capital Values for Tourism Management. *Journal of MCU Ubon Review*, 7(3), 457–470. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/260944>
- Peirce, C. S. (1955). *Philosophical Writing of Peirce*. Selected and Edited with an Introduction by Justus Buchler. Dover.
- Petchprasert, N. (1999). *Community Business, Possible Path*. The Thailand Research Fund.
- Phoochinda, W., & Patthanacharoen, N. (2021). Eco-friendly Tourism: A case study of Ban Sa Nam community, Ban Rai sub-district, Ban Rai district, Uthai Thani province. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 13(2), 301–319. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/irdssru/article/view/252386>
-

- Piriyarangsana, S. (1998). *Self-Reliant Community Economy Towards the Future Position Philosophy in the Ministry of Interior, Self-Reliant Community Economy Towards the Concept and Strategy*. Songsitsuwana.
- Pongpit, S., Nanthasuwana, W., & Rakpinit, J. (2001). *Community Enterprise: Master Plan, Concept, Guidelines, Examples, Draft Act*. Bumipanyathai.
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 4(13), 35-42.
- Samukkethum, S. (2008). *Development, Conflict Management, Participation, Societal Strength*. News Maker.
- Sativepullo, N., & Watnapradith, K. (2022). Community Strengthening through Culture of Peace of Tai Doeng Ethnicity in Nakhon Ratchasima Province. *Journal of MCU Peace Studies*, 10(7), 3130-3142. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/261580>
- Saussure, Ferdinand de. (1959). *Course in General linguistics*. Edited by Charles Bally and Albert Sechehaye in Collaboration with Albert Riedlinger. Translated, with an introduction and notes by Wade Baskin. McGraw-Hill.
- Wasi, P. (1999). *Sufficiency Economy and Civil Society: Guidelines for Transforming the Economy and Society*. Moh-Chao-Ban. <http://library1.nida.ac.th/catbook1/seco1/b101229.pdf>
- Wongleedee, K., & Yiamjanya, S. (2012). *Market Factors and Safety Factors of Foreign Tourists at Jatujak Market*[Research Report, Suan Sunandha Rajabhat University].
- Woravat, T., Kanaphum, S., & Kosonkittiumporn, S. (2019). Factors Affected the Strength of Nawatwithi OTOP Tourism Community in Nakhon Ratchasima Province. *NEU Academic and Research Journal*, 9(2), 71-80. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/213336>