

กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่วิถีท่องเที่ยวชุมชนเมือง: ตลาดริมคลอง ชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103)

Community participation towards the urban community tourism:

Suanluang 1 Community Canal Market (Chareonkrung 103)

สุวิมล พิชญไพบูลย์^{1*} และ อำไพ แสนหมื่น¹

Suwimol Pichayapaiboon^{1*} and Ampai Sanmuen¹

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย เรื่อง กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่วิถีท่องเที่ยวชุมชนเมือง: ตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103) เป็นงานวิจัยรับใช้สังคม โดยการขับเคลื่อนด้วยคนในชุมชน นำใจชุมชนเป็นตัวตั้งในการแก้ไขปัญหา และร่วมดำเนินการ โดยมีลักษณะการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory action research : PAR) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และจุดเด่นของชุมชนที่จะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนสวนหลวง 1 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร โดยจัดการประชุมกลุ่มในลักษณะเวทีประชาพิจารณ์โดยชาวชุมชนสวนหลวง 1 คณะกรรมการชุมชน ร่วมกับผู้ประสงค์จะเป็นผู้ค้า เพื่อหาแนวทางร่วมกันของชาวชุมชนสวนหลวง 1 นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนสวนหลวง 1 ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นชุมชนเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการเพราะมีคณะกรรมการชุมชนที่มีความเป็นหนึ่งเดียว มีการทำงานเป็นทีม มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสื่อสารระหว่างกัน กอปรกับหลักศาสนาอิสลามที่ส่งเสริมความรักความสามัคคีต่อกัน นอกจากนี้ ลักษณะทางกายภาพภายในชุมชนก็มีความพร้อมในการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ ความโดดเด่นของอาหารมุสลิมที่หารับประทานได้ยาก ที่ชาวชุมชนสามารถประกอบอาหารเพื่อนำมาจำหน่ายในวันที่มีงานตลาดชุมชนฯ อาทิ รอยะ (ส้มตำมาเลย์) สมอว้าวทอด ข้าวหมกสามสี ซุฮียี ขนมหัวเราะ เป็นต้น นอกจากนี้ ภายในชุมชนมีความเป็นระเบียบ สะอาด ร่มรื่น และสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก ชุมชนสวนหลวง 1 เขตบางคอแหลม ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนสวนหลวง 1 ที่ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบจนก่อเกิดเป็นตลาดชุมชนแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103) เป็นครั้งแรก นับตั้งแต่กันยายน 2556 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน อันนับได้ว่ายั่งยืนเข้าสู่ปีที่ 7

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม ชุมชนเมือง การท่องเที่ยว

Abstract

The research study of community participation towards the urban community tourism: Suanluang 1 Community Canal Market (Chareonkrung 103) is a socially - engage research. The problems in the community are

¹ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กรุงเทพฯ 10120

¹ Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok 10120

* Corresponding author. E-mail: saisawasdi@gmail.com

focused in this study. qualitative, quantitative, participatory action research are employed. The aims of this project are to study the current state, and strength of the community, to manage sustainable tourism at the tourist sites, Suanluang 1 community, Bang Ko Lam, Bangkok, by using public hearing and focus group with community committee, and the people who would like to be the sellers. Quantitative data has been collected for 2 periods; before and after managing local community market Suan Luang as the tourist site.

Findings revealed that Suan Luang community 1 was a strong community in term of administrative management because of the unity of the committees, team working, and utilizing Information technology in communication. Furthermore, Islamic principle promotes mutual understanding and unity in the community. The physical characteristics of the community are also appropriated to be managed as a tourist attraction because of distinguished Islamic food, such as, Roya and Suyee. Cleanliness, tidiness, calmness, and easy access of the community are also the advantages. The community members are working cooperatively to develop their society; hence this community has been developed into the urban community tourism of Suanluang 1 (Chreongkrung 103) since September 2013 until now. It is considered sustainable development into the 7th year.

Keywords: participation, urban community, tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มี การขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบ เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตรา การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค การท่องเที่ยว จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่า ภาคผลิตและบริการอื่นๆ ดังงานวิจัยของ Sritalanuchit, & Srisawannol (2016) กล่าวถึงแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวแห่งชาติด้านนโยบาย และยุทธศาสตร์ที่ให้ความ สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อสร้างความสมดุลและยั่งยืน สร้างระบบภูมิคุ้มกัน ซึ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ด้วยกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิม (Sritalanuchit, & Srisawannol, 2016)

ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนทั่วไปจะมี อัตลักษณ์ของความเป็นชนบทและท้องถิ่น แต่สำหรับ ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นชุมชนมุสลิมที่อยู่ใจกลาง กรุงเทพมหานคร มีความโดดเด่นด้านอาหารมุสลิม ที่หารับประทานได้ยาก และความเป็นมิตรไมตรี ของชาวมุสลิมที่ต่างวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียม ประเพณีกับชาวไทยพุทธ นับว่าเป็นเอกลักษณ์และเสน่ห์อย่างหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวโดย ชุมชนมุสลิมในกรุงเทพมหานครที่นับว่าแตกต่างกับ แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่นๆ

สำหรับชุมชนเมืองการจัดการท่องเที่ยวให้บังเกิด ในชุมชนใจกลางเมืองหลวงค่อนข้างจะยาก หากไม่ได้ ได้รับความร่วมมือจากคนในพื้นที่ และขาดจุดดึงดูด ความสนใจจากนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่ชุมชนสวนหลวง 1 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ชาวมุสลิมเป็นมุสลิม ประมาณร้อยละ 80 ที่เหลือเป็นไทยพุทธ จึงทำให้มี ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เคร่งครัด มีความเหนียวแน่น

เป็นปีกแผ่น การอยู่ร่วมกันอย่างสันติระหว่างไทยพุทธกับไทยมุสลิม มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน กรรมการชุมชนมีความสามัคคีพร้อมเพรียง และพร้อมจะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านอาหารมุสลิมที่หารับประทานได้ยาก จึงเป็นชุมชนที่มีจุดเด่นทางวัฒนธรรมประเพณีทั้งด้านอาหาร และด้านความเป็นอยู่ จึงเป็นชุมชนนำร่องตามแผนชุมชนพึ่งตนเองของกรุงเทพมหานคร (MGR Online, 2013)

จากการมีส่วนร่วมของชาวชุมชนสวนหลวง 1 สุวีถีการจัดการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2556 จนปัจจุบันสามารถจะเรียกได้ว่ายั่งยืน เห็นเป็นรูปธรรมเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม และเลือกซื้ออาหารในทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ต้นเดือน โดยเพิ่มจากเดิมวันอาทิตย์แรกของเดือนเพียงวันเดียว เป็นวันเสาร์อีกหนึ่งวัน ความสำเร็จ ความต่อเนื่องจึงเกิดจากปัจจัยสำคัญคือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นอันดับแรก การจะนำชุมชนเมืองสู่การท่องเที่ยวภายในชุมชนต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจของบุคคลที่เกี่ยวข้อง การวางแผนที่ชัดเจน เน้นกระบวนการความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกำหนดทิศทาง วิธีการและกระบวนการที่เหมาะสมอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่แท้จริงของการพัฒนาการท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ ตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง 1 จึงเกิดขึ้นกลางใจเมืองกรุงเทพมหานคร จากการมีส่วนร่วมของชุมชนสวนหลวง 1 เขตบางคอแหลม สุวีถีการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นับแต่การเปิดตลาดขึ้นมาครั้งแรกเมื่อปี 2556 จวบจนปัจจุบัน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และนักวิจัยที่

เข้าไปพัฒนาชุมชนด้วยวิธีการวิจัยหลายๆ โครงการที่ผ่านมา ถอดบทเรียนองค์ความรู้ที่เป็นการรับใช้สังคมเมืองอย่างเห็นได้ชัดจนอันนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนสวนหลวง 1 การวิจัยครั้งนี้จึงดำเนินการศึกษาสภาพปัจจุบัน และจุดเด่นของชุมชนที่จะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนสวนหลวง 1 ด้วยความเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการชุมชน และความโดดเด่นของอาหารมุสลิมที่ชาวชุมชนประกอบขึ้น และรักษาไว้ให้คงอยู่ต่อไป ดัง (Figure 1) และ (Figure 2)



Figure 1 City plan of Suanluang 1 community.



Figure 2 Suanluang 1 community.

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) เพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) โดยมีลำดับการดำเนินการวิจัยด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การประชุมกลุ่มกรรมการชุมชนสวนหลวง 1 เพื่อให้ได้ประเด็นที่จะนำไปประชุมกลุ่มร่วมกับชาวชุมชนสวนหลวง 1 ที่สนใจมาร่วมจัดตลาดชุมชนฯ เมื่อได้ประเด็นความต้องการในการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแล้วจึงนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อนำไปเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มุ่งในประเด็นความพร้อมในการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านสิ่งดึงดูดในการมาท่องเที่ยว (อาหาร) ด้านสภาพแวดล้อม (พื้นที่) ด้านการบริหารจัดการ ด้านการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม (ขยะ) ด้านการคมนาคม (การเดินทาง) ด้านอรรถาศัยไมตรี (การต้อนรับ) เป็นต้น

การศึกษาแนวทางกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่วิถีท่องเที่ยวชุมชนเมือง: ตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103) กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย

1. ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือ และวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรเป้าหมาย และการสุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรเป้าหมาย หน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) คือ บุคคล ก่อนและหลังการดำเนินการจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1

1.2 การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ระยะ คือ ระยะแรกเพื่อสอบถามข้อมูลในการหาแนวทางในการดำเนินการจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1 และระยะที่สอง หลังจากที่มีการดำเนินการจัดตลาดชุมชนฯ

1.2.1 ระยะแรก ก่อนดำเนินการจัดตลาดชุมชนฯ ประชาชนในชุมชนสวนหลวง 1 จำนวน 2,640 คน สำหรับการสอบถามข้อมูลเพื่อหาแนวทางก่อนการดำเนินการจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1 จากประชากรในชุมชนสวนหลวง 1 ด้วยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling) จำนวน 200 ชุด

1.2.2 ระยะที่สอง หลังการจัดตลาดชุมชนฯ สอบถามความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเมื่อมางานตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1 แล้ว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ค้า ประชากรในชุมชน เป็นต้น โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental selection sampling) จำนวน 470 ชุด

2. เครื่องมือ และวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบสอบถาม (questionnaire) ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ทั้งสองระยะ คือ

ระยะแรก สอบถามข้อมูลในการหาแนวทางในการดำเนินการจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1
ระยะที่สอง สอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1

2.2 ประเด็นคำถามในการประชุมกลุ่ม (focus group) ร่วมกับชาวชุมชนสวนหลวง 1 ในการดำเนินการเพื่อจัดให้เป็นตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการทางสถิติพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูล (data) ที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง

1) ความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนสวนหลวง 1 เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนสวนหลวง 1

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1

3.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการประชุมกลุ่มมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป โดยได้ผลสรุปสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณ

ขั้นตอนการเริ่มการวิจัย มีการนัดประชุมกลุ่มกับคณะกรรมการชุมชนสวนหลวง 1 เพื่อสอบถามความคิดเห็นของคณะกรรมการชุมชนฯ ว่ามีความต้องการที่จะพัฒนาชุมชนอย่างไร มติของคณะกรรมการชุมชนเป็นเอกฉันท์ว่าต้องการให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม ชุมชนมีศักยภาพเพียงพอในการจัดให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดเป็นตลาดชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103) เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าว

แล้วจึงใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสอบถามก่อนและหลังการจัดให้ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชุมชนเมือง เมื่อได้ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) ผลสรุปตรงกันกับผลการประชุมกลุ่มคณะกรรมการชุมชน นั่นคือ ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เห็นพ้องต้องกันที่จะให้ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะด้านอาหารมุสลิม หัตถกรรม เป็นต้น

เมื่อได้ข้อสรุปจากกระบวนการวิจัยทั้ง 2 ประเภทแล้ว มีการจัดประชาพิจารณ์ชาวชุมชนทั้งมวลที่สนใจเพื่อสอบถามความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ หากมีการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว อาทิ จะดำเนินการอะไร อย่างไร ที่ไหน ทุนงบประมาณ การบริหารจัดการ ความรับผิดชอบ เพื่อนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ไปประมวลในที่ประชุมคณะกรรมการชุมชน และจากนั้นก่อนที่จะมีการเริ่มดำเนินการ คณะกรรมการชุมชนฯ เห็นควรแต่งตั้งคณะกรรมการตลาดชุมชนขึ้นมาอีกชุดเพื่อบริหารจัดการ และดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จอย่างรวดเร็ว (Figure 3)



Figure 3 Public hearing from members of Suanluang 1 community.

ผลการศึกษา

จากการประชุมกลุ่มร่วมกับคณะกรรมการชุมชน และชาวชุมชนสวนหลวง 1 ทุกคนเห็นด้วยกับการดำเนินการเพื่อให้ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเห็นว่าชุมชนมีความพร้อมในการบริหารจัดการ ซึ่งการประชุมแต่ละครั้งจะมีการวางแผน และเตรียมการเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้คณะกรรมการชุมชนฯ ได้มีการประชุมร่วมกันเอง และมีมติจากการสอบถามสมาชิกในชุมชนทั้งหลายเห็นควรให้มีการจัดในลักษณะการจัดตลาดชุมชนฯ จึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดชุมชนสวนหลวง 1 ประกอบด้วย คณะกรรมการจำนวน 13 คน โดยมีนางสาวจิตรลัดดา แสงน้อยอ่อน เป็นประธาน

จากข้อมูลแบบสอบถามปลายเปิด ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนวทางบริหารจัดการชุมชนสวนหลวง 1 เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในรูปของตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง 1 โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน และนักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ของชุมชนสวนหลวง 1 ได้ทราบว่ามี การจัดตลาดชุมชนริมคลองสวนหลวง 1 ในพื้นที่เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งตลาดชุมชนสวนหลวง 1 ได้เคยไปออกแล้วการ “แจว” ทางสถานีโทรทัศน์สีกอง 3 รายการ “วันใหม่ไทยพีบีเอส” โดยเน้นการอยู่ร่วมกันของสังคม และการจัดแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเมืองที่นับได้ว่ามีความยั่งยืนเพราะดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องถึง 7 ปี เข้าสู่ปีที่ 8 และอื่นๆ ทางสื่อมวลชนอื่นๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แล้ว

นอกจากนี้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันร่วมกันภายในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญซึ่งควรประชุมความร่วมมือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องบ่อยๆ รวมถึงการ

สร้างความสามัคคีให้เกิดมีขึ้น อาทิ การจัดแบ่งหน้าร้านเพื่อจำหน่ายอาหาร หรือสินค้าให้เท่าเทียมกันทุกร้าน ในลักษณะขอความร่วมมือเพื่อให้ยั่งยืนต่อไป สร้างจุดเด่นให้กับชุมชนให้มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง โดยเฉพาะจุดเด่นในเอกลักษณ์ของความ เป็นมุสลิม อาหารมุสลิม และการแต่งกายด้วยชุดมุสลิมโดยสวมใส่ฮิญาบ เป็นต้น

สำหรับผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการจัดให้ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ จุดเด่นของชุมชน ได้แก่ อาหารมุสลิมที่หารับประทานได้ยาก อาทิ สมองั่วทอด รอยะ (ส้มตำมาเลย์) ชูชิ ขนมหั้วเราะ ข้าวหมกสามสี เป็นต้น นอกจากนี้ อยุธยาชัยโมตรี ความเป็นมิตรของชาวมุสลิมในชุมชนก็เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของการทำให้ชุมชนนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใจกลางกรุงเทพมหานคร ที่จัดให้มีตลาดชุมชนได้ยาวนานจนเข้าสู่ปีที่ 8

สำหรับการดำเนินการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมุสลิม จะมีคณะกรรมการตลาดที่ตั้งขึ้นมาให้ความคิดเห็น สนับสนุน และผลักดันให้แม่บ้านที่ว่างงานออกมาร่วมมือ เช่น ผลิตอาหาร หรือขนมนำมาขาย เป็นต้น สร้างความประทับใจแก่ผู้ที่มาจับจ่ายซื้อของในลักษณะปากต่อปาก โดยการเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้นคนในชุมชนจึงเป็นด่านแรกในการสร้างความประทับใจ ทั้งด้านอาหาร การพัฒนาอาหารรูปแบบ ความยิ้มแย้มแจ่มใส อยุธยาชัยโมตรี ซึ่งนับเป็นจุดเด่นของชุมชนสวนหลวง 1 รวมถึงความสะอาด และความเป็นระเบียบของชุมชน ทำให้ผู้ที่ได้มาชมชุมชนสวนหลวง 1 แห่งนี้ได้รับความประทับใจกลับไป

ควรจัดตลาดชุมชนสม่ำเสมอต่อเนื่อง หรืออาจให้ชุมชนอื่นๆ เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้มีสินค้าที่

หลากหลายมากขึ้น เมื่อตลาดชุมชนเป็นที่รู้จักแล้ว ควรเพิ่มการจัดให้มากกว่าเดิม เช่น สัปดาห์ละหนึ่งครั้ง เป็นต้น เพื่อกระจายรายได้ ให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็ง และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในหมู่ประชาชนทั่วไป เนื่องจากตลาดชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใจกลางกรุงเทพมหานคร ค่อนข้างหายาก โดยเฉพาะตลาดที่

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอาหารมุสลิมดั้งเดิมทั้งรสชาติและลักษณะของอาหารที่น่าออกมาจำหน่าย มากกว่าครึ่งหนึ่งของอาหารที่จำหน่ายในชุมชน

พร้อมกันนี้ควรมีการป้องกันปัญหาต่างๆ อาทิ อาชญากรรม ยาเสพติด หรือปัญหาอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีความสบายใจและชักชวนต่อๆ กันให้เข้ามาท่องเที่ยว (Table 1)

Table 1 Analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

strengths	weaknesses	opportunities	threats
- community leaders have public minds, sacrifices, and collective sake	- there is no parking in the area	- the characteristics of the community members are open-minded and ready to learn new things	- the area of the community is the rental area from the Crown Property Bureau,
- community committee and community marketing committees cooperate with harmony, creativity and focus on the achievement of the works	- there are only pedestrian paths within the community, which is narrow, can not access by car	- the community's culture is a unique Islamic culture	therefore expansion of the area and the construction of the building are impossible
- community members are mutually supportive, good hospitality	- limited space, therefore, cannot increase the amount of trees	- there are many type of food that are hard to find, such as fried cow brain, roti, Malay papaya salad (Roya)	- community areas are adjacent to other communities, therefore, the implementation of community marketing may have an impact
- the community is clean, shady, orderly and livable	- water in the canal is not clean, and has a foul odor	- can request cooperation in public relations through the media such as yatem TV stations and Muslim radio	
- food products are unique, such as halal food			
- community is in the center of the city, and is conveniently located near tourist attractions, such as Asiatique, the riverfront			

อภิปรายผล

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (community-based tourism หรือ "host management") ขยายตัวอย่างรวดเร็วและในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายมากขึ้น โดยงานวิจัยของ Sarobon (2004) กล่าวถึงรูปแบบของการจัดการโดยชุมชนคาดว่าจะเป็วิธีกาจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ (Sarobon, 2004) สำหรับการจัดการชุมชนสวนหลวง 1 สุนิตท่งเทียวชุมชนเมืองเพื่ให้เกิดความยั่งยืนจะต้องมีหลายองค์ประกอบที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ความตั้งใจ และความสามัคคีของคนในชุมชน ซึ่งเป็นจุดเด่นของชุมชน นอกจากนี้ การสัจจรที่สะดวก มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น การจะพัฒนาชุมชน และรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวฉบับว่าสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนเมืองซึ่งหากจะให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมีความเข้มแข็งในการประสานประโยชน์ในทุกภาคส่วน

ชุมชนสวนหลวง 1 มีการดำเนินการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วม 7 ปี นับแต่ปี 2556 เป็นต้นมานับได้ว่าองค์ประกอบเพื่อก่อเป็นความสำเร็จได้นำมาใช้ในทุกปัจจัย สอดคล้องกับบทความของ Dangroj (2001) ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชนมากขึ้นทำให้ชุมชนมีการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว ดังงานวิจัยของการเพื่ตอบสนององความต้องการของกลุ่ม

นักท่องเที่ยว เกิดรายได้แก่คนในชุมชน เกิดการจ้างงานของคนในชุมชน (Dangroj, 2001)

ทุกภาคส่วนล้วนมีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวเกิดประโยชน์ต่อชุมชน ได้แก่ ทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการบริษัทท่องเที่ยว สื่อมวลชน นักท่องเที่ยว ดังที่ Tourism Council of Thailand (2015) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ ซึ่งงานวิจัยนี้ตรงกับหลักการของสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนที่น่าไปสู่วิถีท่องเที่ยวชุมชนเมืองของชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103) (Tourism Council of Thailand, 2015) สำหรับสถาบันการศึกษานั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ได้เข้าไปมีบทบาทในการเตรียมการเพื่จัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา ดังงานวิจัยของ Pichayapaiboon (2011) คือ โครงการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมโดยได้ดำเนินการพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคมในสังคม เรื่อง การพัฒนาแก้ไขความเหลื่อมล้ำทางสังคมในกรุงเทพมหานคร เป็นการลดความเหลื่อมล้ำโดยทำให้ชุมชนได้มีแนวทางในการริเริ่มการสร้างชุมชนให้มั่นคงแข็งแรงและมีการติดตั้งไฟในพื้นที่โดยรอบชุมชน จำนวน 39 ดวง สำหรับภาครัฐ เขตบางคอแหลมเข้ามาดูแลรับผิดชอบทั้งด้านขยะ และสิ่งแวดล้อมเพื่ให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น (Pichayapaiboon, 2011) เนื่องจากชุมชนสวนหลวง 1 อยู่ในพื้นที่เขตนี ส่วนของภาคเอกชน ก็จะมี Asiatique ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ห่างจากชุมชนสวนหลวง 1 สามารถเดินถึงกันได้ไม่เกิน 200 เมตรอำนวยความสะดวกในด้านที่จอดรถ สำหรับสื่อมวลชนให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมุสลิมนี้เป็น

อย่างมาก จากการรับเชิญไปออกในรายการ “แจ๋ว” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และรายการของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมอีกหลายสถานี ในส่วนของสื่อมวลชนก็มีสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ต่างๆ ที่ให้ความสนใจเข้ามาถ่ายภาพและเขียนสารคดีของชุมชนสวนหลวง 1 รวมถึงการที่ผู้วิจัยได้รับทุนในการนำเสนอเป็นนิทรรศการเพื่อออกบูธในงานวิชาการต่างๆ อาทิ มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2556 และการประชุมใหญ่โครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษา ครั้งที่ 2 (HERP II) ปี 2557 เป็นต้น

การท่องเที่ยวจึงก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญในพื้นที่เมื่อการท่องเที่ยวเข้าไปยังชุมชนนั้นก็ก่อให้เกิดเศรษฐกิจต่อชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Taweekul (2001); Krapanja (2011) ที่พบว่าเมื่อมีการพัฒนาทางการท่องเที่ยวของชุมชนทำให้ชุมชนมีระบบเศรษฐกิจที่ดีขึ้นมีการปรับปรุงสาธารณูปโภคเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกทั้งยังทำให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดรายได้จากการท่องเที่ยว (Taweekul, 2001; Krapanja, 2011)

ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่วิถีท่องเที่ยวชุมชนเมืองของตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง 1 (เจริญกรุง 103) จึงสอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ไม่รบกวนหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และสถานที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมในชุมชนได้อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ Choibamroong (2015) เรื่อง กลยุทธ์การสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองของไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Choibamroong, 2015) ชุมชน

สวนหลวง 1 นับได้ว่าได้ดำเนินการครบทุกองค์ประกอบของการจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยนำจุดเด่นด้านอาหารของชุมชนมุสลิม การจัดการสิ่งแวดล้อม การรักษาขนบธรรมเนียมของชาวมุสลิมที่เคร่งครัดต่อหลักศาสนาอิสลาม ฯลฯ ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนเป็นแนวทางที่ได้ดำเนินการแล้ว และนำมาต่อยอดเป็นการพัฒนาชุมชนให้มีพื้นที่เป็นจุดขาย และขยายผลไปยังชุมชนอื่นๆ ที่สามารถนำไปเป็นต้นแบบได้ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yuan (2010) เรื่อง The research of sustainable development on tourism ที่พบว่าการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน และคนในพื้นที่ สำหรับการประชาสัมพันธ์เป็นวิถีทางที่จะสามารถกระจายข่าวแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนสวนหลวง 1 ได้ ทำให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น (Yuan, 2010)

สรุป

ชุมชนสวนหลวง 1 เป็นชุมชนไทยพุทธและไทยมุสลิม ซอยเจริญกรุง 103 เป็นชุมชนที่มีความรักใคร่สามัคคี และคนในชุมชนมีศักยภาพด้านอาหาร ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพพบว่าชุมชนสวนหลวง 1 พร้อมทั้งจะนำชุมชนเมืองใจกลางกรุงเทพมหานครไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอาหารมุสลิมที่อร่อย และหารับประทานได้ยาก ซึ่งเป็นจุดแข็ง และด้วยความรักสามัคคีของคนในชุมชนทำให้สามารถดำเนินการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นเวลาร่วม 7 ปี แนวการใช้วิถีชุมชนมุสลิมแบบดั้งเดิม ความเคร่งครัดในธรรมเนียมปฏิบัติของชาวมุสลิม กอปรกับความต้องการสร้างให้ชุมชนเข้มแข็ง จึงผลักดัน และส่งเสริมให้มีการจัดทำร้านค้าในรูปแบบ home kitchen อาหารที่ขายจึงเน้นไปที่

อาหารแปลกใหม่ที่หาทานยาก โดยเน้นอาหารมุสลิม สินค้าหัตถกรรมของชุมชน รวมตลอดถึงขนบธรรมเนียม ประเพณีของชาวมุสลิม ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ด้านต่างๆ เพิ่มขึ้นด้วย เช่น ด้านการทำอาหาร ด้านวิถีชีวิตของชุมชน

นอกจากนี้การจัดให้เป็นตลาดแหล่งท่องเที่ยวเข้าสู่ปีที่ 8 ยังคงมีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง มีสินค้าที่หลากหลายเพื่อกระจายรายได้ส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ รอยยิ้มของคนในชุมชนสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงความร่วมมือกันในการสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยให้กับชุมชน สร้างมาตรการเกี่ยวกับการสัญจรในชุมชน และสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนปฏิบัติตามกฎระเบียบของชุมชน และรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนให้มีความสะอาดร่มรื่น อยู่เสมอ รักษาความสะอาดของน้ำในลำคลอง ก็เป็นอีกหลายๆ สิ่งที่ชาวชุมชนให้ความร่วมมือ

นับได้ว่าชาวชุมชนสวนหลวง 1 ให้ความสำคัญกับการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาเพิ่มขึ้นในการจัดตลาดชุมชนจากเดิมวันอาทิตย์แรกของทุกเดือน เป็นวันเสาร์และวันอาทิตย์แรกของทุกเดือน ชาวชุมชนนำอาหารฮาลาลที่ผลิตขึ้นมาจำหน่าย ซึ่งเป็นการรักษาเอกลักษณ์หนึ่งของชุมชนมุสลิม และได้รับการตอบรับอย่างดีจากชุมชนใกล้เคียงมุสลิมจากต่างถิ่นเดินทางมาเที่ยวชม และเลือกซื้ออาหารภายในชุมชนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย และประชาชน

ในชุมชนสวนหลวง 1 ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย อันทำให้งานวิจัยนี้บรรลุวัตถุประสงค์ และเกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- Choibamroong, T. (2015). *Strategies for creating value and increasing value of tourism by Thai urban communities to support the ASEAN economic community*. Bangkok: National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Dangroj, P. (2001). *Tourism industry to the 21st century*. Bangkok: Rangsit University. (in Thai)
- Krapanja, W. (2011). *Ecotourism management model in Ban Ao Tha Lane Community Forest - Ban Tha Swamp, Khao Thong Subdistrict, Mueang District, Krabi Province* (Master's thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- MGR Online. (2013). Bangkok launches Bangkok Green Community, creating environmentally friendly communities. Retrieved September 28, 2019 from <https://mgronline.com/qol/detail/9560000053357>
- Pichayapaiboon, S. (2011). Development of strategic plan for social inequality: A case study of Suanlaung 1 community. *Journal of Social Research*, 36(1), 1-28. (in Thai)
- Sritalanuchit, M., & Srisawannol, W. (2016). Ecotourism development of Wo Kaew community Hang Chat District Lampang. *International Thai Tourism Journal*, 12(2), 83-98. (in Thai)
- Taweekul, P. (2001). *People's participation in the management of sustainable tourism: A case of Ban Lhai Hin, Tambon Lhai Hin, Amphoe Ko Kha, Changwat Lampang* (Master's thesis). Chiangmai University, Chiangmai. (in Thai)

- Tourism Council of Thailand. (2015). *This trip is not the same with tourism by the community*. Retrieved March 26, 2013, from www.thailandtourismcouncil.org (in Thai)
- Sarobon, S. (2004). Tourism management by the community. *Research Community*, 10(57), 15-21. (in Thai)
- Yuan, J. (2010). *The research of sustainable development on tourism*. Retrieved June 3, 2018 from https://www.researchgate.net/publication/233284803_Aesthetic_Values_in_Sustainable_Tourism_Development_A_Case_Study_in_Zhangjiajie_National_Park_of_Wuling_Yuan_China_meixuejiazhidezhongyaoxing-wulingyuanzhangjiajieguojiagongyuandekechixuluyoufazhan