

กระบวนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดเก่า และตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว

Cultural Tourism Attraction Management Process: Case study in Old Markets and Floating Markets Place

กาญจนา เหล่าโชคชัยกุล*

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาและพัฒนาการในตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ถึงศักยภาพและปัจจัยสำคัญในการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำ ผ่านมุมมองในกระบวนการทำงานเชิงเครือข่ายที่มีนั้น ผลจากการศึกษาพบว่า ตลาดเก่าและตลาดน้ำในแต่ละแห่งมีปัจจัยและศักยภาพที่ต่างกันออกไป ส่งผลให้มีกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินงานที่ต่างกันออกไป แต่เมื่อวิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินการเหล่านั้นแล้ว จะเห็นรูปแบบการทำงานที่สะท้อนกระบวนการเชิงเครือข่าย และปัจจัยของกระบวนการเชิงเครือข่ายที่คล้ายคลึงกัน

คำสำคัญ : ตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว, กระบวนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

Abstract

This article aims to show the story of Old Markets and Floating Markets Place and analyze for potential and important factors in Cultural Tourism Attraction Management Process as Networking Process. In conclusion, in each of Old Markets and Floating Markets Place have different factors, which effect on different management processes. However, management processes that reflect the networking process and its same factors.

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร E-mail: kanjanalao@gmail.com

Keyword: Old Market Place and Floating, Tourism Attraction Management Process

บทนำ

การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และถูกแทรกแซงจากวัฒนธรรมภายนอก มีผลให้วัฒนธรรมท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนไปสู่สภาวะความเป็นสมัยใหม่ และถูกกลืนกลายเป็นแบบแผนวัฒนธรรมส่วนกลางมากขึ้น ก่อให้เกิดกระแสการฟื้นฟูเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ด้วยนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ทำให้การฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมภายใต้ขององค์กรท้องถิ่นและกลุ่มประชาสังคมหลากหลายรูปแบบ ท้องถิ่นหรือชุมชนหลายแห่งสามารถกำหนดอัตลักษณ์ของตนได้อย่างน่าสนใจ

ปัจจัยประการหนึ่งที่ท้องถิ่นและองค์กรวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนนั้น เป็นผลจากการดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายที่นิยามได้ถึงรูปแบบของการประสานงานของบุคคล ซึ่งอาจเป็นปัจเจก กลุ่ม หรือองค์กร หลายองค์กรร่วมมือกันประสานความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาของสมาชิก รูปแบบการดำเนินงานแบบเครือข่าวนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างสัมฤทธิ์ผลกับการดำเนินงานขององค์กรทางวัฒนธรรมหลายแห่งที่สามารถพัฒนาศักยภาพ และมีความยั่งยืนมากกว่าที่จะดำรงตนอยู่อย่างโดดเดี่ยวหรือหน่วยเดียวเป็นเอกเทศ

ในการงานวิจัยนี้ให้ความสนใจที่จะศึกษารูปแบบและการดำเนินงานของเครือข่ายที่มีในการดำเนินการรูปแบบต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว โดยมุ่งศึกษาถึงความเป็นมา รูปแบบการทำงาน ก่อนนำสู่การวิเคราะห์ถึงศักยภาพและการพัฒนาปัจจัยสำคัญในการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำเหล่านั้นให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งมีแสดงให้เห็นถึงกระบวนการเชิงเครือข่ายที่น่าสนใจ

ซึ่งคำว่า “เครือข่าย” ในที่นี้ จะจำกัดความหมายซึ่งหมายถึง รูปแบบหนึ่งของประสานงานของบุคคล ซึ่งอาจเป็นปัจเจก กลุ่ม หรือองค์กร หลายองค์กรโดยต่างมีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย วิธีทำงาน และกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคล กลุ่มหรือองค์กรที่เวลานี้ ได้มีการประสานการทำงานบางอย่างด้วยระยะเวลายาวนานพอสมควร มีกิจกรรมร่วมกันเป็นครั้งคราวไม่จำเป็นต้องสม่ำเสมอ การ

ร่วมมือกันเบื้องต้นนี้สามารถนำไปสู่การสร้างความร่วมมือ หรือให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหา ลักษณะดังกล่าวถือเป็นการเข้าร่วมกันเป็นองค์กรเครือข่าย

การเข้าร่วมเป็นเครือข่าย อาจเป็นการกำหนดเป้าหมายการทำงานบางอย่างร่วมกันหรือรักษาผลประโยชน์บางอย่างร่วมกัน หากแต่บุคคล กลุ่มหรือองค์กร ที่เข้ามาเป็นเครือข่าย ต่างก็มีความเป็นอิสระหรือเอกเทศ สามารถดำเนินพันธกิจของตนเองไปได้ การประสานเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายต้องเป็นไปอย่างเป็นระบบความสัมพันธ์หรือกำหนดภายใต้หลักการร่วมกัน เพราะการเข้าร่วมเครือข่ายถือเป็นการร่วมกันเป็นบางส่วน (กาญจนา แก้วเทพ 2538: 60; อรรถนพ พงษ์วาท 2539: 3; เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ 2548: 28) อีกทั้งเครือข่ายยังถือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เป็นปฏิสัมพันธ์ของบุคคล กลุ่มหรือองค์กร และบางครั้งความสัมพันธ์เครือข่ายยังขยายโยงใย ซับซ้อนเหมือนตาข่าย และสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน หากแต่เป็นอิสระต่อกัน และยังเป็นกระบวนการเคลื่อนไหวที่มีความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (พระมหาอาทิตย์ อากาศโร 2549: 34)

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการในตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว
2. วิเคราะห์ถึงศักยภาพและปัจจัยสำคัญในการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำ ผ่านมุมมองในการกระบวนการทำงานเชิงเครือข่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การศึกษาเอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและการศึกษาภาคสนาม ในพื้นที่ตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 6 แห่ง คือ 1. ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2. ตลาดอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 3. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ฝั่งคลองลัดพลี จังหวัดราชบุรี 4. ตลาดคลองสวน จังหวัดสมุทรปราการ – ฉะเชิงเทรา 5. ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 6. ตลาดน้ำลัดมะยม กรุงเทพมหานคร ด้วยการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง เน้นกลุ่มผู้นำ / ผู้มีบทบาทในฐานะแกนนำ โดยกำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์ เน้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ปัจจัยและแรงกระตุ้น ปัญหา/อุปสรรค และการสนับสนุน แล้วนำข้อมูลการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์และลำดับเหตุการณ์ตามประเด็นหลักของวัตถุประสงค์การศึกษา

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

พื้นที่ตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวที่งานศึกษานี้ให้ความสนใจ ถือเป็นพื้นที่วิถีชีวิตทางวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนที่ต้องปรับเปลี่ยนไป จากตลาดซื้อขายสินค้าของผู้คนในชุมชน เป็นตลาดที่สมาชิกชุมชนเป็นผู้ขายและนักท่องเที่ยวเป็นผู้ซื้อสินค้าของตลาดที่ผลิตขึ้นมาจากวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชน (เกียรติ จิระกุล 2525: 1)

ผลจากการศึกษาความเป็นมาของตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า ตลาดแต่ละแห่งมีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์และการเติบโตที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกัน

ตลาดสามชุกและตลาดอัมพวา เป็นตลาดเก่าริมแม่น้ำสุพรรณบุรีและแม่น้ำแม่กลองที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจชุมชนการเกษตรปลูกข้าว และสวนผลไม้ ตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 24 โดยที่ตลาดพัฒนาขึ้นมาพร้อม ๆ กับการเป็นชุมชนตลาดถาวร หลังจากนั้นตลาดจึงค่อย ๆ ทรุดโทรมลงจากปัจจัยเรื่องการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก ที่เข้ามาแทนที่เส้นทางน้ำอันเป็นจุดที่ตั้งในการเข้าถึงตลาด ซึ่งสัมพันธ์กับทิศทางการตั้งถิ่นฐานที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย (อรุณี นิลจำปา 2552: 105 - 132)

คล้ายคลึงกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก ผังคลองลัดพลี ราชบุรี อันเป็นพื้นที่ดั้งเดิมของตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวกที่ต้องซบเซาลง เนื่องจากการเกิดขึ้นของถนน เป็นจุดเปลี่ยนให้ลดความสำคัญของตลาด ชุมชน เศรษฐกิจและการค้าของทางน้ำสายเดิม ประกอบกับแนวนโยบายการสร้างพื้นที่การท่องเที่ยวแห่งใหม่ในแนวคลองที่เชื่อมต่อพื้นที่ที่ติดถนน เพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว และเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่ธุรกิจการขายสินค้าจากนายทุนและผู้ค้าภายนอก

และคงไม่ต่างกับพื้นที่ตลาดคลองสวน ซึ่งเคยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของชุมชนที่ตั้งอยู่ตามแนวคลองประเวศน์บุรีรมย์ คลองขุดที่เชื่อมต่อคลองพระโขนงกับคลองด่าน เพื่อออกสู่มแม่น้ำบางปะกง ที่นี่จึงเคยเป็นตลาดสดขนาดใหญ่ เป็นแหล่งชุมนุมเรือนแพค้าขาย ทำให้ตลาดเต็มไปด้วยร้านค้าขนาดใหญ่ ที่ซบเซาเพราะผลกระทบจากการตัดถนนในยุคแห่งการพัฒนา แต่เพราะพื้นที่ตลาดเป็นของเอกชน เจ้าของตลาดในอดีตได้ให้สิทธิ์การอยู่อาศัยของสมาชิกชุมชนภายใต้เงื่อนไขต้องทำการค้า จึงทำให้ตลาดแห่งนี้แม้จะซบเซาร่วงโรยลง หากแต่ไม่เคยถูกทิ้งร้าง

ตลาดในกรณีศึกษานี้คงมีเพียง ตลาดน้ำตลิ่งชันและตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่ไม่มีปัจจัยความเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากการพัฒนาการคมนาคม นัก แต่กลับได้ประโยชน์จากการเกิดขึ้นของเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เพราะเป็นตลาดที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อการท่องเที่ยวโดยตรงในช่วงราวทศวรรษ

2540 โดยตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดที่เกิดขึ้นเพราะนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว รว พ.ศ. 2542 ตามแนวนโยบายการพัฒนาประเทศสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี Amazing Thailand สำนักงานเขตตลิ่งชันและผู้นำในชุมชนจึงได้ร่วมกันจัดพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นโดยอาศัยความเป็นชุมชนชาวสวนริมแม่น้ำ ซึ่งเคยมีชีวิตอาศัยพึ่งพาตลาดน้ำในอดีตเป็นแนวคิด (พรพรรณ เปล่งปลั่ง 2548: 39 - 63) ส่วนตลาดน้ำลัดมะยมเป็นตลาดน้ำที่จัดตั้งขึ้น โดยนายชวน ชูจันทร์ เกษตรกร ชาวบางระมาด คลองลัดมะยม เพื่อต่อสู้กับการขยายพื้นที่ของหมู่บ้านจัดสรรที่รุกเข้าสู่พื้นที่ส่วนตามการพัฒนาเมืองที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ถือเป็นตลาดเอกชนที่เป็นการนำสินค้าเกษตรและสินค้าทั่วไปเข้ามาขายโดยคาดหวังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกชาวหมู่บ้านจัดสรร ตลาดน้ำลัดมะยมประสบความสำเร็จด้วยการที่ดึงดูดให้ชาวสวนใกล้เคียงขยายพื้นที่การเป็นตลาดร่วมด้วย สิ่งที่น่าสนใจคือ การสร้างจุดขายด้านภาพลักษณ์ให้ตลาดแห่งนี้มีความแตกต่างจากตลาดใกล้เคียง โดยสร้างเป็นพื้นที่ตลาดที่มีความปลอดภัยในการจับจ่ายซื้อขาย และจำหน่ายสินค้าที่มีความสะอาด และคำนึงถึงหลักสุขภาพ รวมทั้งเป็นตลาดที่ตั้งมั่นอยู่ในระบบคุณค่าเชิงศีลธรรมฐานะ “ตลาดแห่งบุญและความดี”

ศักยภาพและปัจจัยสำคัญในการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว

เมื่อได้ศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการในตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวแล้วนั้น เมื่อนำเรื่องราวต่างๆ มาวิเคราะห์จะเห็นศักยภาพและปัจจัยสำคัญในการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำผ่านกระบวนการเชิงเครือข่ายที่มีความน่าสนใจของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งมีส่วนที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องสัมพันธ์กัน

ตลาดอัมพวา และตลาดคลองสวน ประสบปัญหาที่เกิดจากทิศทางการพัฒนาเป็นปัจจัยหลัก ส่วนตลาดสามชุก มีปัจจัยเสริมเพิ่มเข้ามาจากการเผชิญหน้ากับปัญหาโลว์จากกรมธนารักษ์ เจ้าของที่ดิน ที่อ้างถึงการพัฒนาพื้นที่อาคารตลาดไม้ที่ทรุดโทรมเพิ่มเข้ามา จึงได้มีการรวมตัวกันหาหนทางต่อรองเพื่อรักษาพื้นที่ไว้

พื้นที่ตลาด 3 แห่งนี้ มีแนวทางการจัดการพื้นที่ตลาดด้วยการมองหาจุดแข็งในพื้นที่ ผ่านคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมของชุมชน นั่นคือ อาคารสถาปัตยกรรมทั้งเรือนไม้แถว และ / หรือเรือนไม้ชายน้ำ ที่มีคุณค่าทางศิลปะ สู่การสร้างสรรคกิจกรรมที่ดึงดูดให้สมาชิกในชุมชน หรือ “คนใน” มีจุดร่วมทางความคิด สู่การรวมตัวกัน เพื่อสร้างความร่วมมือและดึงศักยภาพและปัจจัยจากภายนอกเข้ามาเสริมความเข้มแข็ง ทั้งจากนักท่องเที่ยว ไปจนถึงความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงสินค้าของตลาดที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละแห่ง เช่น สามชุก ปีที่ 10 ฉบับที่ 2/2557

เน้นจำหน่ายอาหารสูตรโบราณแก่สมาชิกชาวชุมชนและนักท่องเที่ยว พร้อมจัดเทศกาลงานชิมอาหาร เพื่อดึงดูด คลองสวนขายสินค้าซึ่งคนในชุมชนผลิตและจำหน่ายเอง หรืออัมพวา เริ่มต้นด้วยการเสนอบรรยากาศตลาดน้ำยามเย็นที่มีบรรยากาศดนตรีและเสียงเพลงและพืชผลไม้การเกษตร (สัมภาษณ์ ปวริศ สุวัฒน์ 28 มกราคม 2555; สรรชัย อารยอนสี 27 กันยายน 2555)

ส่วนตลาดน้ำดำเนินสะดวก ฝั่งคลองลัดพลี เป็นตลาดน้ำชุมชนดั้งเดิมที่ถูกรื้อถอนเพื่อขยายพื้นที่ มีแนวคิดเรื่องการฟื้นฟูชุมชนตลาดขึ้น จากปัจจัยที่เห็นตัวอย่างตลาดเก่าแห่งอื่นในสังคม ก่อให้เกิดการตื่นตัว ให้ความสนใจ จนสามารถรวมตัวกัน ร่วมวิเคราะห์ศักยภาพของตน เปรียบเทียบกับพื้นที่ตลาดเก่าที่อื่น ๆ ที่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้ว โดยเฉพาะตลาดสามชุก สู่จุดขายในปัจจุบันของตลาดน้ำ ฝั่งคลองลัดพลีที่เน้นกิจกรรมงานเฉลิมฉลองในวาระเทศกาลสำคัญเป็นจุดดึงดูด และส่งเสริมการท่องเที่ยวคลองที่อนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิต อาทิเช่น รมรงค์ให้ใช้เรือพายในการท่องเที่ยว หรือ รมรงค์ให้ชุมชนเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวได้มาเยี่ยมชมในวิถีชีวิตประจำวันที่แท้จริง

ส่วนตลาดน้ำตลิ่งชันและตลาดน้ำคลองลัดมะยม ที่ไม่ได้มีประวัติศาสตร์และปัจจัยกระตุ้นการพัฒนาแบบทั้ง 3 พื้นที่ที่กล่าวมา แต่แนวทางการบริหารจัดการในพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ที่กลายเป็นตลาดการท่องเที่ยวทางน้ำขนาดใหญ่ริมคลองชักพระ มีรูปแบบการดำเนินการโดยกลุ่มสมาชิกในรูปประชาคมที่น่าสนใจ แม้จะมีเขตตลิ่งชันดูแลและสนับสนุนแต่การบริหารจัดการโดยสมาชิกเองภายใต้รูปแบบประชาคมนี้นี้ก็ได้มีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพขึ้น ในขณะที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีแนวทางในการดำเนินการที่เกิดจากความต้องการเพื่อรักษาพื้นที่สวน ก็มีแนวทางในการสนับสนุนให้ผู้ค้าจำหน่ายสินค้าเกษตรจากสวนของตนเอง โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่มีมาแต่เก่าก่อน ทั้งเครือญาติ และคนในละแวกเดียวกัน ชักจูงและโน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือในการร่วมรักษาพื้นที่สวน ต่อรองการขยายพื้นที่บ้านจัดสรรด้วยการมาร่วมขยายพื้นที่ตลาด และขายสินค้าจากสวน แม้ในปัจจุบัน ด้วยความนิยมต่อตลาดแห่งนี้ที่มีเพิ่มขึ้น จึงมีพ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกเข้ามาค้าขายมากขึ้น แต่แนวคิดหลักในการดำเนินการของตลาดก็ยังสามารถดำรงอยู่ได้

การจัดการในการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงกระบวนการหลายอย่าง หลากหลายวิธีการ โดยมีเป้าหมายหลักที่เหมือนกันคือ การรักษาไว้ซึ่งพื้นที่ตลาดของตน ซึ่งนั่นหมายรวมถึงวิถีชีวิต ความเป็นชุมชน และสถาปัตยกรรมบ้านเรือนที่มีอยู่ด้วยนั้น

กระบวนการทบทวนตัวเอง เป็นเสมือนเส้นทางแรกthatก่อให้เกิดการแสวงหาแนวทางที่จะสามารถรักษาและคงความยั่งยืน สู่การดำเนินการดำเนินการด้านต่าง ๆ ดังนั้นการศึกษาถึงกระบวนการวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

ต่าง ๆ ในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะทำให้มองเห็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้เกิดเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชนตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่นำสู่ความสำเร็จของแต่ละพื้นที่

1. ตลาดสามชุก เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการทำงานของกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ได้ชัดเจน ตั้งแต่การเริ่มต้น ในการประสานกลุ่ม ก่อเครือข่ายภายในสมาชิกชาวตลาด ก่อนขยายออกสู่ชุมชน หน่วยงาน หรือโรงเรียนใกล้เคียงตลาด ให้เข้ามามีส่วนร่วมจัดกิจกรรมเสริมที่เป็นการแสดงทางวัฒนธรรม เช่น การประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ประกวดกระทงและนางนพมาศ ในช่วงเทศกาลลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งการทำให้กระบวนการดำเนินการภายในเป็นระบบที่เข้มแข็ง พร้อมกับความสร้างสรรค์ให้ชุมชนตลาดมีมิติทางวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่หลากหลายนั้น ก็มีผลมาจากการประสานสัมพันธ์กับเครือข่ายภายนอก ทั้งที่เป็นองค์กรพัฒนาเอกชน เช่น มูลนิธิชุมชนไท ทำให้ตลาดสามชุกเข้าร่วมโครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ และหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนเชิงวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในการปรับปรุงบูรณะอาคารตลาด สนับสนุนการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ตลาดและลานสาธารณะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจำลองชีวิตชุมชนตลาดในยุคทศวรรษ 2460 - 2500 ส่งผลให้หลังขั้นตอนกระบวนการอนุรักษ์และบูรณะตลาด สมาชิกชุมชนตลาดสามารถดำเนินการพัฒนากิจกรรมได้อย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง สร้างกิจกรรมเพิ่มเติมได้อย่างหลากหลาย และสร้างสรรค์ จนสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายบุคคลสื่อสาธารณะระดับชาติให้เข้ามาในพื้นที่และช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดสู่วงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

2. ตลาดอัมพวา มีขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานฟื้นฟูตลาดอัมพวาที่เริ่มต้นด้วยการประสานเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก ในด้านวิชาการ คือ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และการสนับสนุนงบประมาณและนโยบายจากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับความร่วมมือทางวิชาการจากประเทศเดนมาร์ก มีปัจจัยสนับสนุนในการดำเนินการที่สำคัญคือ มูลนิธิชัยพัฒนา ซึ่งดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์อัมพวา ภายใต้โครงการอัมพวา - ชัยพัฒนานุรักษ์ ก่อให้เกิดภาพรวมของการพัฒนาภูมิทัศน์ ทั้งทางกายภาพ และทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงเครือข่ายสมาชิกภายใน คือ คนอัมพวา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องระดับท้องถิ่นเข้ามาสู่กระบวนการ

3. ตลาดคลองสวน ซึ่งมีแรงกระตุ้นจากความสนใจของเครือข่ายภายนอก ส่งผลให้คนในมีความสนใจที่จะร่วมเข้าสู่กระบวนการในการเรียนรู้และพัฒนาพื้นที่ ด้วยการปรับปรุงภูมิทัศน์ โดยมีการนำประสบการณ์และแนวทางที่ประสบความสำเร็จของสามชุกมาเป็นแรงบันดาลใจ คลองสวนมีสมาชิก

ชาวชุมชนที่มีความสัมพันธ์อันดีกับพื้นที่เป็นทุน สร้างให้เกิดความสัมพันธ์ในเครือข่ายภายในที่เข้มแข็ง ส่งผลให้การดำเนินการและการประสานร่วมกับเครือข่ายภายนอกมีความราบรื่นในการดำเนินการพัฒนาคลองสวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทั้งที่เที่ยวและแหล่งเรียนรู้ ภาพลักษณ์ของตลาดคลองสวนจึงมีความผสมผสานทั้งการเป็นพื้นที่ขายสินค้าและแหล่งเรียนรู้ ผ่านพิพิธภัณฑ์ของชุมชนที่ตั้งขึ้นที่บ้านเจ้าของตลาด และเรื่องราวที่คนในตลาดยินดีจะร่วมสนทนากับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม

4. ตลาดน้ำดำเนินสะดวกฝั่งคลองลัดพลี มีกระบวนการฟื้นฟูที่เกิดจากกลุ่มสมาชิกชาวชุมชนกลุ่มเล็กๆ ที่วิเคราะห์ศักยภาพว่าไม่สามารถจัดการกับการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่มีอยู่ได้ จึงเลือกใช้ปัจจัยและศักยภาพของตนเองที่มี เลือกแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือก เน้นสื่อสารสู่สาธารณะภายนอก ด้วยการใช้สื่อสารสนเทศสาธารณะ (Social Network) และจดทะเบียนชุมชนตลาดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฟื้นฟูตลาดน้ำดำเนินสะดวกปากคลองลัดพลี เพื่อให้เป็นองค์กรทางการที่สามารถประสานรับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการภายนอกได้อย่างเป็นระบบ เป็นผลให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอก โดยเฉพาะหน่วยงานราชการสามารถเข้ามาใช้พื้นที่ดำเนินกิจกรรมตามวาระและโอกาสสำคัญไปจนถึงการรองรับการใช้พื้นที่ตลาดเป็นแหล่งเรียนรู้ และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับหน่วยงานราชการได้เป็นอย่างดี และยังมีการเชื่อมโยงประสานเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีศักยภาพ เช่นพื้นที่อัมพวา ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

5. ตลาดน้ำตลิ่งชัน ในฐานะที่เป็นตลาดเพื่อการท่องเที่ยวที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน เป็นผู้จัดตั้งและดำเนินการพัฒนาภายใต้ความยินยอมพร้อมใจของสมาชิก จัดตั้งในรูปแบบประชาคมเพื่อบริหารจัดการตลาดโดยสมาชิกตลาดเอง โดยมีสำนักงานเขตเป็นผู้สนับสนุน และช่วยเหลือเชิงนโยบายประสานงานในเรื่องข้อกฎหมาย สนับสนุนงบประมาณบางส่วน และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทำให้ตลิ่งชันมีรูปแบบในการประสานงานเครือข่ายภายในที่เป็นระบบ มีระเบียบ มีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนกว่าการบริหารจัดการภายในที่อื่นๆ และมีการประสานงานภายนอกที่เน้นประโยชน์ด้านเศรษฐกิจที่ชัดเจน เช่น การประสานงานเพื่อการเชื่อมโยงเส้นทางรถล่องเรือกับตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นต้น

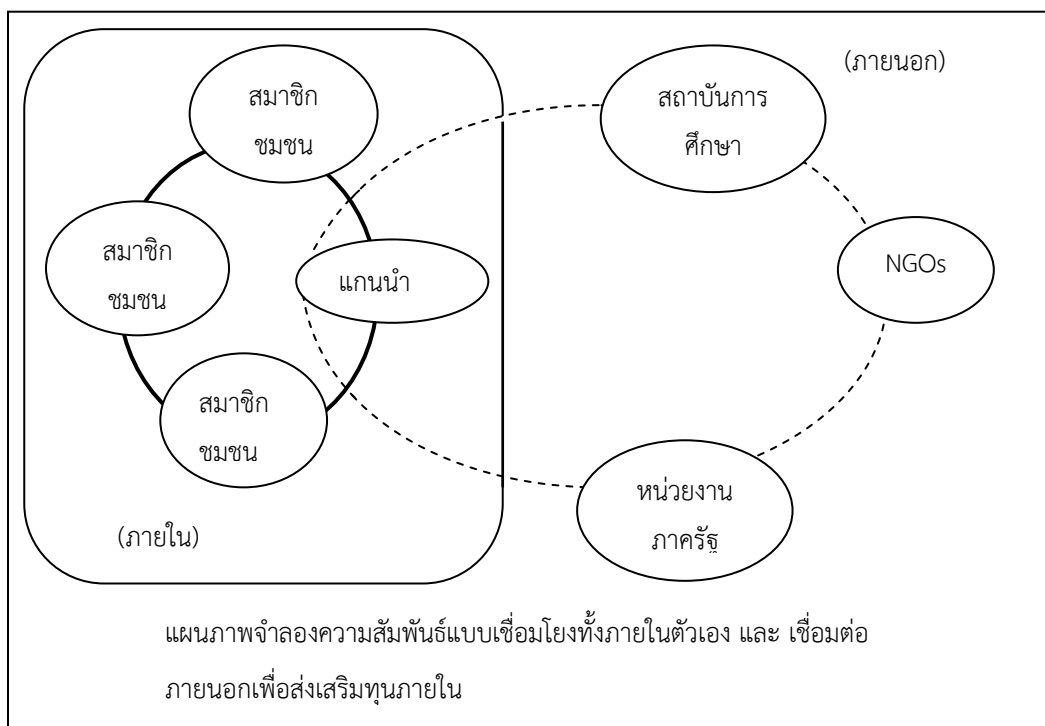
6. ตลาดน้ำคลองลัดมะยม แม้ว่าการเกิดขึ้นจะเป็นการริเริ่มและจัดตั้งโดยเอกชน แต่ด้วยศักยภาพที่สามารถขยายเครือข่ายภายในตลาดได้ด้วยความสัมพันธ์เชิงเครือญาติและคนละแวกเดียวกัน ทำให้การเติบโตของพื้นที่เป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง ดึงดูดให้เครือข่ายภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานราชการเข้ามาประสานเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายในการดำเนินการหลากหลายรูปแบบ รวมทั้ง

ให้ความสนใจเข้าร่วมสนับสนุน เช่น เสริมสร้างประสบการณ์ดูงานยังแหล่งต่างๆ เป็นการเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนในการปรับตัวด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น เป็นต้น สร้างแนวคิดให้ผู้นำตลาดสามารถสร้างอัตลักษณ์ของตลาดแห่งนี้ให้มีความโดดเด่นน่าสนใจภายใต้แนวคิดตลาดน้ำแห่งบุญ และความดีที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

กระบวนการที่แสดงให้เห็นในพื้นที่ตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทั้ง 6 แห่งนี้ แสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาระบบความสัมพันธ์เครือข่าย เชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกโดยสังเขป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับการดำเนินงานต่างๆ ของตลาด ทั้งในด้านการทำหน้าที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการเป็นแหล่งเรียนรู้ในตัวเองผ่านพิพิธภัณฑ์ตลาดและชุมชนตลาด

ข้อสรุปจากผลการศึกษากระบวนการการทำงานในกรณีตลาดเก่าและตลาดน้ำทั้ง 6 แห่ง ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ จนพื้นที่เหล่านั้นเข้าสู่การเป็นตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สร้างความเข้มแข็งให้ตลาดมีความยั่งยืนได้นั้น มาจากประสานความร่วมมือร่วมใจในเครือข่ายภายใน ซึ่งหมายถึงสมาชิกชุมชน/ตลาดให้เข้าใจหลักการ แนวคิด จนมีความร่วมมือร่วมใจในการทำงานร่วมกัน ในขณะที่ปัจจัยภายนอกก็มีความจำเป็นในฐานะเครือข่ายสนับสนุนในทางวิชาการ หรือแนวทางการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเริ่มแรกของกระบวนการฟื้นฟู เพื่อให้กระบวนการทำงานนั้นมีความแหลมคมและมีทิศทาง

ปัจจัยในกระบวนการและสะท้อนให้เห็นผ่านประสบการณ์การดำเนินการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่เรียกว่า “กระบวนการเชิงเครือข่าย” อย่างชัดเจน กล่าวคือ การดำเนินการจัดการตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในหลายมิติ โดยเราจะเห็นได้จาก แนวทางในการดำเนินการในการจัดการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว มีรูปแบบความสัมพันธ์เป็นการเชื่อมโยงทั้งภายในตัวเองและเชื่อมต่อกับภายนอกเพื่อส่งเสริมทุนภายใน ดังสะท้อนให้เห็นเป็นโครงสร้างดังนี้



ภาพที่ 1 แผนภาพจำลองความสัมพันธ์เครือข่ายภายในและภายนอก

ดังนั้น ตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวควรเสริมสร้างเครือข่ายภายในให้สามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคง และประสานความต้องการที่จำเป็นกับหน่วยงานภายนอก ขณะเดียวกันก็ควรมีการสร้างกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อความยั่งยืนพร้อมกับป้องกันไม่ให้อุตสาหกรรมอื่นเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และเมื่อต้องการความช่วยเหลือ ชุมชนตลาดเองก็จะมีพลังและความสามารถในการประสานรับความช่วยเหลือเท่าที่จำเป็น ตามวาระและโอกาสจากเครือข่ายภายนอก

ที่สำคัญในสถานการณ์ที่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทตลาดมีมากขึ้นในสังคมไทย ข้อเสนอแนะสำคัญที่จะให้ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวแต่ละแห่งสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน แต่ละพื้นที่จะต้องเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม มากกว่าเรื่องของรายได้ทางเศรษฐกิจของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นด้วยการทำให้ตลาดเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น หรือการพัฒนาเครือข่ายตลาดเพื่อการท่องเที่ยวระหว่างกัน ซึ่งสามารถสร้างการรวมกลุ่มเพื่อรองรับในการประสานความช่วยเหลือด้านงบประมาณ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การใช้ทรัพยากรและระบบสื่อสาร ไปจนถึงพลังผลักดันเชิงนโยบายต่อภาครัฐอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบัน ความสัมพันธ์ และการทำงานในกระบวนการเชิงเครือข่ายของตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว ยังเกิดขึ้นเพียงในระดับภายในพื้นที่มากกว่าที่จะเกิดระหว่างพื้นที่ ทั้งนี้สินค้าประเภทนี้จะมีการเสริมศักยภาพในระดับที่สูงยิ่งขึ้นโดยมีแนวทางเสนอแนะด้านการสร้างความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คือ

ผู้ดำเนินการตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องควรร่วมมือในรูปแบบเครือข่ายที่เป็นรูปธรรมในกลุ่ม “ตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว” ให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องทำสัญญาผูกมัด เช่น ทำความตกลงร่วมมือกัน (MOU) แต่อาจจะอาศัยการดำเนินการร่วมกันในลักษณะเครือข่ายประชาสังคม เพื่อให้มีทิศทางในการพัฒนาร่วมกัน ป้องกันการเกิดและและเติบโตขึ้นของสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวประเภทนี้ที่ไม่มีทิศทาง จนมีความซ้ำซ้อนและเกิดการแข่งขันที่ไม่จำเป็น

การสร้างความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมนี้ จะช่วยเป็นกำลังในการแสวงหาทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการต่าง ๆ เช่น งบประมาณ การลงทุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ การใช้ทรัพยากรร่วมกัน การใช้ระบบสื่อสารร่วมกัน ตลอดจนการร่วมผลักดันประเด็นหรือนโยบาย

นอกจากนี้ การเกิดตลาดเก่าและตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเป็นเหตุผลทั้งทางธุรกิจและการดำรงรักษาวิถีชีวิตชุมชน ดังนั้นการสร้างเครือข่ายย่อมสร้างสายใยโยงให้การเกาะเกี่ยวระหว่างชุมชนเข้มแข็งขึ้น

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: สภาคาทอเล็กแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอสเอ็มเดีย จำกัด.
- เกียรติ จิระกุล และคณะ. (2525). *ตลาดในกรุงเทพมหานคร: การขยายตัวและพัฒนาการ*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ เปล่งปลั่ง. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน*. วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พระมหาอาทิตย์ อาภากร. (2548). *เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้และการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

พรรณงาม เก้าธรรมสาร และปรีดา คงแป้น. มปป. *ย้อนมอง...สามชุกตลาดร้อยปี...กว่าจะถึงวันนี้*. มปป.

พิชัย สดภิบาล. (2550). *ตลาดคลองสวน*. ใน *ครุฑ สถาปัตยกรรม ฉบับโครงการพัฒนาตลาดคลองสวนในเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพมหานคร: โครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อรุณี นิลจำปา. (2552). *ตลาดสามชุก*. ใน *วารสารสมาคมประวัติศาสตร์*. ฉบับที่ 31

อรรณพ พงษ์วาท. (2539). *ครูกับเครือข่ายทางสังคม*. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.