



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา
ศูนย์ประสานงานวิจัยและนวัตกรรมการศึกษา
มหาวิทยาลัยบูรพา



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15
“โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย”
(Globalization, Regionalization, and Localization:
Implications for Thai Society)

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15

โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย
Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา
ศูนย์ประสานงานวิจัยและนวัตกรรมการศึกษา
มหาวิทยาลัยบูรพา



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

The 15th National Conference 2015
on Political Science and Public Administration

การประชุมวิชาการ
รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ

ครั้งที่
15

บทความฉบับเต็ม

โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย
Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society

จัดโดย
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจาก
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

1. ศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ ลีम्मณี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วีระ สมบูรณ์
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยันต์ ไชยพร
4. รองศาสตราจารย์ ดร. ชันว์รัตน์ รัตนศักดิ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยากร หวังมหาพร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภวัฒนากร วงศ์ชนวสุ
8. รองศาสตราจารย์ ดร. อัครกรณ์ วงศ์ปรีดี
9. รองศาสตราจารย์ ดร. โททม อารียา
10. รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์
11. รองศาสตราจารย์ ดร. โกวิท ภัณฑนนท์
12. รองศาสตราจารย์มานิต ศุภทศกุล
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิศาล มุกดาภิรมย์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงนา พิชาติปัจจา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ โพธิสว่าง
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตรี ดร. ณัฐกริช เปาอินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภมิตร ปิติพัฒน์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีระ กุลสวัสดิ์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญบง ชัยเจริญวัฒน์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอปาร ถิ่นบางเตียว
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประไพ อภิชาติสกุล
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกษม เพ็ญพินันท์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รงค์ บุญสวยขวัญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศาสตรินทร์ ต้นสุน
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุระชัย ชูผลกา

28. ร้อยตำรวจเอก ดร. วิเชียร ต้นศิริกงกล
29. ดร. นิติ มณีกาญจน์
30. ดร. เก่งกิจ กิติเรียงลาภ
31. ดร. ปิยะ นาควัชระ
32. ดร. วีระยุทธ พรพจน์ธนมาศ
33. ดร. ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน
34. ดร. อนุรัตน์ อนันทนาธร
35. ดร. อมรทิพย์ อมราภิบาล
36. ดร. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์
37. พันตำรวจโท ดร. ไหวพจน์ กุลาชัย
38. ดร. มาโนชญ์ อารีย์
39. ดร. จักรี ไชยพินิจ
40. ดร. ชัยณรงค์ เครือนวน
41. ดร. สกฤติ อีสริยานนท์
42. ดร. ชัยณรงค์ ศรีมันตะ
43. ดร. บุญรอด บุญเกิด
44. ดร. สกฤต อ้นมา
45. ดร. บุญเลิศ ของเพชร
46. ดร. สรชัย ศรีนิสานต์สกุล
47. ดร. สติธร ธนานิธิโชติ
48. ดร. โชติสา ขาวสนิท
49. ดร. ภัทรพงษ์ รัตนเสวี
50. ดร. ภัทราวดี มากมี
51. อาจารย์พงษ์ศร แก้วมณี
52. อาจารย์ณัฐวัฒน์ กฤตยานวัช
53. อาจารย์จิรายุทธ์ สีม่วง
54. อาจารย์นพวรรณ พึ่งพา
55. นายปรกรณ์ สัตยวณิช

“ความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ”

Successful Management with Social Network of Bangnampheung

Floating Market Prapadaeng, Samut Prakarn

จอมภัก คลังระหัด¹ และวัลยา กัรามัญ²

¹อาจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การศึกษาความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารงานของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่ประสบความสำเร็จด้วยเครือข่ายทางสังคมของชุมชน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้จัดการตลาด และเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการตลาดน้ำประสบความสำเร็จ คือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ด้วยการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้ โดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม การมีผู้นำที่เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ ในการเปลี่ยนท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายทางสังคมในระดับชุมชนที่มีลักษณะของการสร้างกลุ่มธุรกิจเป็นกลุ่ม ๆ นอกจากนี้ยังร่วมมือกับกลุ่มอาชีพอื่นเพื่อประสานกำลังในการบริการนักท่องเที่ยวและสร้างพันธมิตรกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกันเพื่อเพิ่มความหลากหลายทางการท่องเที่ยว และที่สำคัญคือความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ตลาดน้ำเป็นตัวเชื่อมระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ประกอบการได้แลกเปลี่ยน ช่วยเหลือกันทั้งในเรื่องธุรกิจและเรื่องอื่นๆ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, เครือข่ายทางสังคม

Abstract

Successful management with the social network of Bangnampheung Floating Market, Prapadaeng Samut Prakarn Province aims to study the management of Bangnampheung Floating Market with the social network. Qualitative research methodology was used. In-depth interview from key informants was used to collect data, including the market's manager and the officers. The result of the research found that the most important of the successful management were: 1) the involvement of the people in community who offering attractions in the community to held the floating market as the result the people in the community could earn money with concerning of social and environment. 2) The leader who had the leadership character, vision and good decision maker to change the normal community to be the floating market and made it attractive tourism area. 3) The community had set the social networks in the community and also collaborated with other business group to increasing the diversity of tourism with reliance on each other.

Keywords: successful management, social network

1. บทนำและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะเป็นองค์กรของภาครัฐซึ่งมีบทบาทด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงภายใต้ นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดกลยุทธ์แผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในการดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวได้ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทำให้เกิดการจ้างงานและการ กระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญ

ไปสู่ภูมิภาคในด้านต่างๆ อาทิการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างระบบ
สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนทั่วโลกในได้เปลี่ยนไป
นักท่องเที่ยวเริ่มหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้เป็น
ความสนใจและพร้อมรับความรู้สึทึ่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มหันมาหาธรรมชาติและสัมผัสกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวชนบทที่อยู่
กับธรรมชาติมากขึ้น ทั้งนี้ในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตชาวชนบท
ประเพณีและวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน คือ “ตลาดน้ำ” ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์
และวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใคร พร้อมกับเสน่ห์ของความเป็นไทย โดยเห็นภาพการใช้ชีวิตในอดีตจน
กลายเป็นที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว (พัชรา ลาภลือชัย, 2546)

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปี 2547 นับเป็นเวลามากกว่า 40 กว่าปีที่ผ่านมา โดย
ยังคงมีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนริมน้ำ ในสมัยก่อนการคมนาคมจะใช้การสัญจรทางน้ำเป็น
เส้นทางสำคัญ เนื่องจากสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองอยู่ทั่วไปชาวบ้านจึง
ได้รวมตัวกันนำสินค้าใส่เรือมาจำหน่ายที่ปากคลองทำให้เกิดเป็นตลาดน้ำขึ้น ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิด
จากการร่วมมือระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและชาวบ้านในชุมชน ที่มีความเห็น
พ้องต้องกันว่า ต้องการทำตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาผลผลิตการเกษตรล้นตลาดและจัด
จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ชาวบ้านในชุมชนบางน้ำผึ้งร่วมมือกันช่วยแก้ไขปัญหาและพัฒนา
ผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนให้กลายเป็นสินค้า OTOP นอกจากตลาดน้ำแห่งนี้จะเป็นที่ระบายสินค้า
เกษตรแล้วยังสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบ
ผสมผสานเชิงอนุรักษ์ของจังหวัด (พัชรา ลาภลือชัย, 2546)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า คนในชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความรักใคร่ สามัคคี
กลมเกลียวกันในชุมชน และยังคงรักษามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นกับคุณค่าของตลาดน้ำ โดยคน
ในชุมชนมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต
และความต้องการของคนในสังคมปัจจุบัน ที่ผูกพันกับการคมนาคมทางบก แต่ต้องการสัมผัสวิถี

ชีวิตริมน้ำแบบสมัยก่อน ดังนั้นจึงควรพัฒนาตลาคน้ำบางน้ำผึ้งเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มี
ศักยภาพและความสามารถรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารงานด้วย
เครือข่ายทางสังคมของตลาคน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้เพื่อใช้
เป็นแนวทางในการวางแผนตลอดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
ทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้าน
ความปลอดภัย ด้านราคาและร้านขายสินค้า ตลอดจนด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้ตลาค
น้ำแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาคน้ำไทยที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น
ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมของตลาคน้ำ
บางน้ำผึ้ง

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการบริหารงานของตลาคน้ำบางน้ำผึ้งที่ประสบความสำเร็จด้วยเครือข่ายทาง
สังคมของชุมชน

3. ขอบเขตของการวิจัย

- 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา เพื่อศึกษาความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมของ
องค์การบริหารส่วนตำบล
บางน้ำผึ้ง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาคน้ำบางน้ำผึ้ง
- 2) ขอบเขตด้านประชากร บุคคลที่เกี่ยวข้องในการจัดการบริหารงานในองค์การบริหารงาน
ส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอ
พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
- 3) ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการซึ่งเป็น
ที่ตั้งของตลาคน้ำบางน้ำผึ้ง

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงความสำเร็จในการบริหารงานของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งด้วยเครือข่ายทางสังคมของชุมชน

5. ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) ความหมายของเครือข่ายทางสังคม

จากการศึกษาเรื่องเครือข่ายทางสังคม พบว่ามีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคมแตกต่างกันออกไป ดังนี้

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์ (2550: 7) กล่าวถึงเครือข่าย ว่าเป็นการเชื่อมโยงของกลุ่มคนหรือองค์กร ที่สมัครใจจะแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบ โครงสร้างของ คนในข่ายด้วยความเป็นอิสระเท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิเชื่อถือเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน และมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่าง ร่วมกันเพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน

อนุก นาคะบุตร (2533: 29) ให้ความหมายของเครือข่ายสังคม หมายถึงการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชน บุคคลระหว่างชุมชน กลุ่มกับกลุ่ม ชุมชนกับชุมชน โดยยึดหลักตามขอบเขตพื้นที่ ประเด็นปัญหาและสถานภาพทางสังคม โดยไม่แยกแยะระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิต การเรียนรู้และการปฏิบัติเนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นหนึ่งเดียว

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) หมายถึงกลุ่มของคนหรือกลุ่ม หรือองค์กรที่มีความสมัครใจในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ระหว่างกัน หรือลงมือทำกิจกรรมร่วมกันมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและอื่นๆ โดยมีการจัดรูปแบบการจัดการให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเชื่อมโยงกิจกรรม ร่วมกัน กิจกรรมเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมกัน และเห็นความตระหนักร่วมกันในเป้าหมาย และแผนงานที่จะทำ

2) ความสำคัญของเครือข่าย

จารีรัตน์และคณะ (2544: 340) กล่าวว่าเครือข่ายปราชญ์และชาวบ้านมีความสำคัญอย่างยิ่ง
เนื่องจาก

1) ทำให้เกิดเวทีแลกเปลี่ยน เมื่อมีเวทีแลกเปลี่ยนก็ทำให้เกิดองค์ความรู้ได้แลกเปลี่ยน
ประสบการณ์และแนวคิดด้านวัฒนธรรม

2) เครือข่ายนี้ช่วยเพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชน และได้รู้จักสามัคคี

3) เครือข่ายนี้ทำให้เกิดกระบวนการร่วมคิดร่วมทำและร่วมทุน

4) เครือข่ายนี้ทำให้เกิดการประสานอุดมการณ์ และความคิดของคนและกันให้กว้างจาก
แคบประเพณีของแต่ละท้องถิ่น

3) แนวคิดและทฤษฎี

3.1) แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

ในเครือข่ายสังคม จะประกอบไปด้วยบุคคลหรือตัวแสดง (Actor) ที่มีความสัมพันธ์
(Relation) ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่ของแต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้น
มิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์
ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน เพราะบุคคลไม่
เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมา
เท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการ
แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ ในปัจจุบัน
สถานภาพองค์ความรู้ของแนวคิดนี้ได้ถูกใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เครือข่ายทาง
สังคม (Social Network Analysis) การสร้างตัวตนของเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเชิงบูรณาการ
(Integrated Exchange Forming) รวมไปถึงการศึกษาอำนาจและการพึ่งพา (Power and Dependence)
ภายในเครือข่าย สถานภาพองค์ความรู้ของแนวคิดเครือข่ายทางสังคม (State of Knowledge of
Social Network Concept, 2009)

3.2) แนวคิดปัจจัยความสำเร็จทางเครือข่ายสังคม

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าการรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อการทำกิจกรรมร่วมกันในการพัฒนาชุมชนจนกระทั่งประสบความสำเร็จเป็นชุมชนที่เข้มแข็งเกิดจากมูลเหตุสำคัญหลายประการ ได้แก่

- 1) ต้องการรายได้เพิ่มขึ้นเนื่องจากคนในชุมชนมีรายไม่พอเพียงต่อการครองชีพ
- 2) ผู้นำและแกนนำของชุมชนต้องการแก้ไขปัญหาภายในชุมชน โดยกระตุ้นให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของชุมชนตั้งแต่การร่วมคิดร่วมทำ ตลอดจนร่วมกันแก้ไขปัญหา
- 3) ความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยร่วมกันอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติในรูปแบบต่างๆ เพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมไปยังรุ่นลูกหลาน
- 4) กระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม ที่เห็นได้ชัดเจน คือ กระแสชีวิต ซึ่งทำให้คนหันมาบริโภคผลผลิตหรือหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติมากขึ้นจึงได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อการแปรรูปสมุนไพรการปลูกผักปลอดสารพิษ เป็นต้น

ผลจากการรวมกลุ่มของชุมชน นอกจากจะทำให้เกิดความสามัคคีกันแล้ว ยังส่งผลให้สมาชิกและคนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนรวมถึงความมั่นคงด้านรายได้ อันส่งผลต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วยเพราะมีสุขภาพอนามัยดีขึ้น โดยไม่ต้องออกไปหางานทำนอกท้องถิ่น คนในชุมชนมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ เนื่องจากการรวมกลุ่มเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับรู้ และเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและได้รับความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ดีขึ้น นอกจากนี้ การที่คนในชุมชนมีความสามัคคี เอื้ออาทรต่อกัน ส่งผลให้ชุมชนมีความสงบสุข เนื่องจากคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างจริงจัง รวมทั้งตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรภร พลพนาธรรม และคณะ (2553) ได้ศึกษาเรื่องเครือข่ายทางสังคมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เขตลาคำน้อยอำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาบุคคลในเครือข่ายทางสังคมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์แบบหลวมของเครือข่ายทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายทางสังคมของการท่องเที่ยวที่เขตลาคำน้อย แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ ความร่วมมือเครือข่ายในพื้นที่ และการพึ่งพากัน มีส่วนประกอบแต่ละประเด็นดังนี้

1) ความร่วมมือประกอบด้วย 5 งาน คือ บริหารนโยบาย กลุ่มแกนนำแม่ค้า ปรับภูมิทัศน์ทางเดินริมน้ำและสะพาน ปรับภูมิทัศน์ลานจอดรถและ ประชาสัมพันธ์

2) เครือข่ายชุมชนภายในพื้นที่ ประกอบด้วย 4 ชุมชน คือชุมชนกระดังงาร่วมใจ ชุมชนเกาะแก้ว ชุมชนเกาะใหญ่ พัฒนาชุมชน

3) การพึ่งพากัน 5 กิจกรรม คือ ทรัพยากร ข่าวสาร อำนาจ ความร่วมมือเชิงภาคีความช่วยเหลือด้านนโยบาย/กิจกรรม

ธนุตร์ เขี่ยมอร่ามและอินทรีา มีอินทร์เกิด (2554) ศึกษาผลสำเร็จของ โครงการพัฒนาธุรกิจภายใต้มูลนิธิชัยพัฒนาซึ่งเป็นการศึกษาในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาและบริเวณใกล้เคียง โดยทำการศึกษาบทบาท 4 ด้านของโครงการที่ดำเนินการมาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2551 ทั้งนี้ตลอดระยะเวลาของการดำเนินโครงการในพื้นที่ดังกล่าวที่ผ่านมา นั้น เกิดผลสำเร็จของโครงการไม่น้อยเพียงใด และเป็นประโยชน์หรือต้องนำมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานด้านใด เพื่อให้ทราบแนวทางปฏิบัติที่ดีและเหมาะสมต่อพื้นที่ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการนี้ จากการศึกษา พบว่าผลสำเร็จของโครงการอยู่ในระดับมากและควรส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันมีการประสานงานกันทุกภาคส่วนให้ทำงานร่วมกัน การเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน เน้นการประชาสัมพันธ์มากขึ้น และยังคงต้องการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนให้มากที่สุด

จริยวัฒน์ โลหะพุนตระกูล (2553) ศึกษาเรื่องการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดำเนินการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนเรื่องผลผลิตทางการเกษตรได้ เพราะเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของภาครัฐ ที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น โดยมีปัจจัยภายในคือพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนเกษตรดั้งเดิมแบบยกท้องร่อง ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ของภาครัฐมาตั้งแต่ปี 2520 และตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การมีผู้นำอย่างเป็นทางการที่ดำรงตำแหน่งนายก อบต. ทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสามารถขยายผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การพัฒนาด้านคมนาคม สาธารณูปโภคต่างๆ การรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น

7. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) ในการเก็บข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้จัดการตลาด และเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การเตรียมความพร้อมของผู้วิจัย คือการเตรียมความรู้ด้านเนื้อหา และแนวความคิดต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และความสำเร็จของตลาดน้ำผ่านเครือข่ายสังคมชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามเพื่อการสัมภาษณ์และได้เนื้อหาที่ครอบคลุมประเด็นที่ตามจุดมุ่งหมาย

7.1) ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การติดต่อกับสถานที่ทำวิจัย ติดต่อผู้ให้ข้อมูลการให้สัมภาษณ์ และขออนุญาตลงปฏิบัติการวิจัย

2) ผู้วิจัยทำการเขียนโครงร่างคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์

3) ลงภาคสนาม เพื่อศึกษาข้อมูลให้ได้ตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักโดยเลือกสัมภาษณ์ผู้จัดการตลาดตลาคาน้ำบางน้ำผึ้ง และเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง

4) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กับผู้จัดการตลาดน้ำและเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง

5) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดอย่างละเอียดเพื่อปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์

7.2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ตัวผู้ศึกษาที่ทำหน้าที่เป็นผู้สังเกตตั้งคำถาม พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา การจดบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาความสัมพันธ์ของข้อมูลต่างๆ

2) การสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) ได้แก่ ผู้จัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง

3) การจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์ เช่นการประชุม การจัดกิจกรรมต่างๆ

4) เทปบันทึกเสียงและกล้องถ่ายรูปเพื่อบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และภาพเหตุการณ์ต่างๆ ที่สำคัญของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

7.3) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และงานวิจัยที่ได้ มีคุณภาพ ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) คือ ด้านข้อมูล (Data triangulation) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงด้วยการ สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้มีส่วนในการบริหารงานตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

7.4) การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการทางด้านมานุษยวิทยา คือ ใช้การพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยจะมีการใช้การตีความและสร้างข้อสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ข้อมูล ตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ถอดเทปจากการสัมภาษณ์ 2) การพิมพ์ทสัมภาษณ์ 3) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล และวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลในการสัมภาษณ์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

8. ผลการศึกษา

8.1) ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเปิดตลาดครั้งแรกตั้งแต่ 28 กุมภาพันธ์ 2547 ผ่านมาแล้ว 11 ปี ตั้งอยู่ที่ 98 หมู่ 10 ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเปิดให้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ จุดเริ่มต้นของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิดจากการที่ประชามหมู่บ้านทั้ง 11 หมู่บ้านมีความเห็นพร้อมต้องกันในการจัดตั้งตลาดน้ำเพื่อจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ผู้ร่วมก่อตั้งคือประชาชนชาวบางน้ำผึ้งและนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อต้นปีพ.ศ. 2540 ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองได้ในหลายด้าน ทั้งด้านภูมิศาสตร์ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่บางกะเจ้าหรือ “กระเพาะหมู” โดยพื้นที่บางกะเจ้าเป็นพื้นที่อนุรักษ์สีเขียวของกรุงเทพมหานครมาตั้งแต่ปี 2520 ที่อยู่ใกล้เมืองหลวงและเขตอุตสาหกรรม รวมถึงการเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประชากรสืบเชื้อสายมาจากมอญ มีอาชีพทางการเกษตรคือทำสวนผลไม้ เป็นพื้นที่ที่ติดทะเล ดินจึงมีความอุดมสมบูรณ์ของแร่ธาตุและ

สารอาหารที่เกิดจากการพัดพาของน้ำจืดและน้ำเค็ม จึงได้ชื่อว่าเป็น “ดินแดน 3 น้ำ” เหมาะแก่การเพาะปลูกเป็นอย่างมาก พื้นที่จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น ร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ “OTOP” เรือจำหน่ายสินค้า ร้านจำหน่ายผลไม้ที่มาจากนอกพื้นที่และร้านจำหน่ายต้นไม้ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่หลากหลายทั้งโฮมสเตย์ การจี่กรวยขนมธรรมชาติของชุมชน ล่องเรือชมหิ่งห้อย ดนตรีและศิลปะในสวน พายเรือในคลอง การนวดแผนไทย การทำขนมไทย และแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การจำหน่ายสินค้าและกิจกรรมที่จัดทำขึ้นล้วนสะท้อนให้เห็นภูมิปัญญา วิถีชีวิตของท้องถิ่นและธรรมชาติในพื้นที่

8.2) การบริหารงาน นโยบายและกฎระเบียบข้อบังคับ

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ทราบว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีการบริหารงานโดยนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งซึ่งเป็นคนเก่ง เป็นผู้นำที่มีเข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาโดยพื้นที่ ส่วนกระบวนการทำงาน มีการแบ่งงานตามคำสั่งของนายก โดยมีการแบ่งฝ่ายเพื่อดูแลให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วทั้งบริเวณของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แก่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายเทศกิจ ฝ่ายดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย ฝ่ายประปาไฟฟ้า โดยมีคำสั่งคุมอีกที การบริหารงานที่นี้เป็นไปตามระเบียบที่ได้วางไว้ มีการประชุมกัน เดือนละ 2 ครั้งและก็ทุกเรื่องก็นำเข้าที่ประชุมเพื่อทำการหารือแนวทางในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง มีการไปศึกษาดูงานเพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาการบริหารงานขององค์กรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และก็มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูศึกษาดูงานงานที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของเราด้วยเช่นกัน โดยเครือข่ายของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือศูนย์บริการถ่ายทอดทางการเกษตรที่จำหน่ายสินค้า กลุ่มสินค้า OTOP กลุ่มสินค้าทางการเกษตร คนในชุมชน บ้าน วัด ครุ นอก วัด ครุ ใน ทั้งนี้้องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่ การค้าขายเป็นระบบเครือข่าย โดยมีทั้งการช่วยกันขาย และการเชิญชวนกันมาเปิดร้านขาย มีระบบการจัดการผู้ค้าด้วยการให้ลงชื่อขึ้นทะเบียนผู้ค้า ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมี

นโยบายในการใส่เสื้อที่เหมือนกัน ห้ามมาสาย ห้ามทะเลาะกัน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีกฎระเบียบที่เคร่งครัด และคนที่มาจำหน่ายสินค้าที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบทุกคน

8.3) เครือข่ายทางสังคมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

เครือข่ายทางสังคมของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งได้แก่ เครือข่ายของคนในชุมชน หมู่บ้านที่อยู่ในเครือข่ายจำนวน 11 หมู่บ้าน วัดครุнок วัดครุโน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวยที่เข้ามาศึกษาดูงานที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในรูปแบบการจัดการสินค้าผู้ค้าคือศูนย์บริการถ่ายทอดทางการเกษตรสินค้า OTOP โดยผู้ค้าขายส่วนใหญ่ที่เข้ามาค้าขายเป็นเครือข่ายญาติพี่น้องที่เข้ามาค้าขายด้วยกัน

นอกจากนี้ในการบริหารขององค์กรบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้น คือเรื่องของห้องน้ำไม่ค่อยสะอาดและมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวรวมถึงชาวบ้านที่เข้ามาค้าขายด้วย และเรื่องที่จอดรถ ลานจอดรถของนักท่องเที่ยวมีน้อยรวมถึงพื้นที่ที่มีไว้ให้ขายของ ไม่เพียงพอ และตลาดน้ำบางน้ำผึ้งได้คิดหาวิธีการในการแก้ปัญหาและอุปสรรค โดยเช่าที่ดินหมู่บ้านข้างเคียง เพื่อสร้างห้องน้ำและลานจอดรถ

9. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา ความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมขององค์กรบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง คือ ความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้านในชุมชนที่รวมตัวกันสร้างตลาดน้ำบางน้ำผึ้งและบริหารงานกันอย่างเป็นระบบ แต่สิ่งสำคัญก็คือการมีผู้นำชุมชนที่แข็งแกร่ง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล กล้าคิด กล้าทำ กล้าที่จะตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาโดยทันที เป็นผู้บริหารที่คอยนำทางให้ประสบผลสำเร็จ องค์กรบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งได้เล็งเห็นถึงปัญหาและพยายามแก้ไขปัญหา โดยการบริหารคนตามหลักการบริหารที่ดีสร้างกฎระเบียบมาตรฐานให้ชาวบ้านได้ปฏิบัติตามเพื่อคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น คนในชุมชนเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างตลาดน้ำการสร้างตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขึ้นมาไม่ได้แสวงหาผลประโยชน์ทางกำไรในการทำธุรกิจแต่เน้นที่การได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนในชุมชน และเพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมีอาชีพมีรายได้สามารถพึ่ง

พาตนเองและเลี้ยงดูครอบครัวได้ ด้วยการบริการคนผ่านเครือข่ายทางสังคมที่ดีขององค์การบริหารงานส่วนตำบลบางน้ำผึ้งทำให้แม่ค้าพ่อค้าจากที่อื่นๆ สนใจเข้ามาร่วมกันค้าขาย และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ที่ทำให้ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งประสบความสำเร็จในการบริหารงานด้วยเครือข่ายทางสังคมมาจนถึงทุกวันนี้

10. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

10.1) ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าสิ่งที่ทำให้ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งประสบความสำเร็จในการบริหารงานมาจนถึงทุกวันนี้มาจากการมีผู้นำชุมชนที่ดี เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล สามารถบริหารคนให้มีประสิทธิภาพและจัดการแก้ไขปัญหาต่างที่มีมากมายภายในชุมชนได้อย่างดี รวมถึงการพัฒนาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้เป็นที่รู้จักและกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และยังคงดำรงรักษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่อาศัยทำมาหากินทางน้ำ สร้างให้เกิดรายได้และพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หากแต่ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ต้องปิดตัวลงในบางพื้นที่ เนื่องด้วยการบริหารงานที่ขาดประสิทธิภาพ เน้นการดำเนินธุรกิจที่แสวงหาแต่ผลกำไรอย่างเดียว ไม่ได้คำนึงถึงการอนุรักษ์วิถีชาวบ้านหรือช่วยให้ชุมชนนั้นเกิดรายได้ หากมีการฝึกอบรมหรือพัฒนาผู้นำชุมชนให้ดีกว่านี้ จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนสมัยก่อนก็ยังคงอยู่เพื่อถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้เห็นและศึกษาต่อไป

10.2) ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการเกี่ยวกับการบริหารงานของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเพียงตลาดเดียว ดังนั้นในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาตลาดน้ำอื่นๆที่ประสบความสำเร็จในการบริหารงานผ่านเครือข่ายทางสังคมเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

- จริยวัฒน์ โลหะพูนตระกูล. 2553. การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณี ศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ทัชชะพงศ์ อัครพรหมชาติ. 2550. ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พชรดา มงกนวุฒ. 2555. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม.
- พัชรา ลากลือชัย. 2546. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดจังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภัทรกร พลพนาธรรม และคณะ. 2553. เครื่องข่ายทางสังคมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- รุจเรชา วิทยาวุฒิกุล. 2555. การพัฒนาแบบจำลองเครือข่ายทางสังคมเพื่อเพิ่มผลผลิตงานวิจัยของอาจารย์ในมหาวิทยาลัย วิทยาลัยไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัจฉรา ปุราคม. 2548. การพัฒนาเครือข่ายทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ: กรณีศึกษา จังหวัดพิษณุโลก. เอกสาร โครงร่างวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิตสาขาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยนเรศวร.

12. ประวัติผู้วิจัย

1. อาจารย์จ๋อมภัก คณัศจรรย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

เลขที่ 1 หมู่ 1 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

โทรศัพท์ 084-687-1867, E-mail: chombhak@ms.su.com

2. วัลยา กัรามัญ

นักศึกษา สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

เลขที่ 1 หมู่ 1 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

โทรศัพท์ 080-052-1394, E-mail: nammisswanlaya_090@hotmail.com