ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน : ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสารกลุ่มที่	สาขา
1	อินทนิลทักษิณสาร (เดิมชื่อ วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ)	1905-3959	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ	2	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Back to top

Copyright 2005, Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.
Contact: tci.thai@gmail.com

วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Journal of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Journal of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2560 **ISSN** 1905-3959

ที่ปรึกษา

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (รศ.ดร.ณฐพงศ์ จิตรนิรัตน์)

รองคณบดีฝ่ายการบริหารและพัฒนาองค์กร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (อ.รัชนีย์ ศรีศักดา)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและการวางแผน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ผศ.ดร.สุทธิพร บุญมาก)

บรรณาธิการประจำฉบับ

อาจารย์ ดร.คุณัชญ์ สมชนะกิจ	มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.สิริมนพร สุริยะวงศ์ไพศาล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.จิราภา วิทยาภิรักษ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วไลพร ศาสนประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
อาจารย์ ดร.สมิทธิชา พุมมา	มหาวิทยาลัยทักษิณ
อาจารย์ ดร.อนินทร์ พุฒิโชติ	มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองจัดการวารสาร

นางสาวสุมาลี ทองดี	มหาวิทยาลัยทักษิณ

สถานที่ติดต่อ กองจัดการวารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา 90000
โทรศัพท์ 0-7431-7607 โทรสาร 0-7444-3972, 0-7444-3970

>>>พิมพ์ที่

ลมมาเยือน สำนักพิมพ์
17 ม.9 ต.ควนมะพร้าว อ.เมือง จ.พัทลุง 93000
โทรศัพท์ 081 9590798

Journal of
Humanities and Social Sciences
Thaksin University

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทรรศน์ บทวิจารณ์หนังสือ บทความปริวรรต ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยทักษิณและหน่วยงานต่าง ๆ

2. เพื่อส่งเสริม สนับสนุนการวิจัย และการทำผลงานทางวิชาการ และเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์

กำหนดออก ปีละ 2 ฉบับ (ม.ค.–มิ.ย. – และ ก.ค–ธ.ค.)
จำนวนพิมพ์ 500 ฉบับ
การเผยแพร่ จำหน่ายและสมัครสมาชิก มอบเป็นอภินันทนาการ แก่ห้องสมุดของหน่วยงานรัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา

การบอกรับเป็นสมาชิก ค่าสมาชิกปีละ 200 บาท

แจ้งชื่อที่อยู่พร้อมธนาณัติหรือเช็คไปรษณีย์สั่งจ่าย
กองจัดการวารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
ที่ทำการไปรษณีย์เก้าเส้ง อ.เมือง จ.สงขลา 90000

● บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ได้รับการตรวจทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะสาขา
● ข้อเขียนทั้งหมดที่ปรากฏในวารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ เป็นข้อคิดเห็นของผู้เขียนโดยเฉพาะไม่ใช่ความเห็นและความรับผิดชอบของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ หรือกองบรรณาธิการ

สารบัญ

การจัดการนวัตกรรมการเกษตรครัวเรือน 9
บ้านหว้าใหญ่ ตำบลไสหมาก อำเภอเชียรใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช
The Innovative management of agricultural household model
at Baan Waa Yai, Sai Mak sub-district, ChianYai district, Nakhon Si Thammarat
ปัญญา เลิศไกร (Punya Lertgrai)

กริยาประสมแบบรวมนามในภาษาไทย 31
Verb–noun Compounds words in Thai
ชนิกา พรหมมาศ (Chanika Prommas)

สมาคมคริสตชนจังหวัดปัตตานีกับการพัฒนาเครือข่ายทางสังคม 55
The Christian Association of Pattani and Social Networking Development
ศันสนีย์ จันทร์อานุภาพ (SANSANEE CHANARNUPAP)
ธีรพร ทองขะโชค (TEERAPORN TONGKACHOK)

พลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม : 81
การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก .....
Dynamic of entrepreneurial shops at Amphawa floating market, in Samutsongkhram
Province: study for grounded theory
กมลทิพย์ กันตะเพ็ง (Kamonthip Kuntapeng)
พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Phitak Siriwong)

มโนทัศน์เรื่องผู้หญิงในประวัติศาสตร์นิพนธ์ภาคใต้ 103
Conceptions of women in Southern Thai historiography .....
อดิศร ศักดิ์สูง (Adisorn Saksong)

พลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก

Dynamic of entrepreneurial shops at Amphawa floating market, in Samutsongkhram Province: study for grounded theory

กมลทิพย์ กันตะเพ็ง (Kamonthip Kuntapeng)[1]
พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Phitak Siriwong)[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาที่มาของพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา และทำความเข้าใจกับพลวัตผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน วิธีการแก้ไข การเผชิญปัญหา และสร้างทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การจดบันทึก และการศึกษาเอกสาร

ผลการศึกษาพบว่า 1) พลวัตผู้ประกอบการมีที่มาจากมูลค่าของเงินและการเปลี่ยนแปลงของคนในชุมชน กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป การเข้ามาของคนนอกหรือกลุ่มนายทุน สินค้าถูกลอกเลียนแบบ และเกิดจากกลไกทางการเมืองและขาดการควบคุมจากภาครัฐ 2) ข้อสรุปเชิงทฤษฎี คือ 1. เมื่อใดก็ตามที่เงินเป็นเป้าหมายหลักของคนในชุมชน เมื่อนั้นจะเกิดพลวัตของผู้ประกอบการ 2. พลวัตผู้ประกอบการมีปัจจัยสำคัญอยู่ 5 ประการ คือ มูลค่าเศรษฐกิจในท้องถิ่น การเข้ามาของคนนอก วิถีชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ และกลไกการเมืองและภาครัฐขาดความเข้มแข็ง และ 3. การให้ความสำคัญกับคนในชุมชน โดยสร้างการรับรู้และภูมิคุ้มกันที่ดี ให้ความรู้ในการประกอบอาชีพ จะเป็นหนทางในการหลีกเลี่ยงปัญหาการเข้ามาของคนนอกหรือนายทุน

คำสำคัญ : พลวัตผู้ประกอบการ, ตลาดน้ำอัมพวา

[1] นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี เพชรบุรี 76120, อีเมล : the_nuyemp@hotmail.com
[2] รองศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี เพชรบุรี 76120, อีเมล : phitak@ms.su.ac.th, innjun@yahoo.com

Abstract

This research aimed to find the background of the dynamic of entrepreneurial shops at Amphawa floating market, and to understand the dynamic of entrepreneurial shops from the first operated year, 2004, until now, and to create a grounded theory about the dynamic of entrepreneurial shops. This is qualitative research. The data was collected by in-depth interview, observation, field notes, and documentary study.

It is result found that; 1) the dynamic of entrepreneurial shops originated from the value of money, a change of landowners in the community, a change of target tourists, an intervention of outsiders or investors, low-priced-counterfeit goods, and the lack of control from the government must be serious, 2) the theoretical conclusion are; 1. whenever money has become a main target of landowners in the community, they has been the dynamic of entrepreneurial shops originate. 2. the dynamic of entrepreneurial shops at Amphawa floating market consist of 5 factors; a value of local economy, an intervention of outsiders, a change of lifestyle of the people in the community, a change of product life cycle, and the lack of strong political and governmental mechanisms, and 3.creating immunity for the people in the community by acknowledging them how to earn their living is the best way to avoid a problem generated from an intervention of outsiders or investors.

Keywords : the dynamic of the entrepreneurial shops, Amphawa floating marget

บทนำ

“ตลาดน้ำอัมพวา ทุกคนที่มาต้องหลงรัก มาแล้วต้องมาอีก” คำกล่าวนี้ดูเหมือนจะเป็นคำกล่าวของคนที่เคยมาสัมผัสตลาดน้ำอัมพวาต่างรู้ดี อำเภออัมพวาเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสมุทรสงครามซึ่งมีพื้นที่น้อยที่สุดในประเทศไทยเพียง 417 ตารางกิโลเมตร จากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ความเป็นมา

ในอดีต ทั้งด้านสถานที่และบุคคลสำคัญ ตลอดจนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวสมุทรสงคราม ก่อให้เกิดทรัพยากรที่เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (พิชัย น้อยวัฒน์, 2556 : 115) ปัจจุบันอัมพวากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันโด่งดังของชาวไทยและต่างชาติ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวอัมพวาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

"ตลาดน้ำ" เป็นกิจกรรมทางสังคมอีกอย่างหนึ่ง ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวสมุทรสงคราม เป็นศูนย์กลางการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าหลากหลายชนิด ผู้คนจะพายเรือนำสินค้า ผลผลิตจากทั่วจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงมาตามเวลาตลาดนัด ซึ่งจะสัมพันธ์กับเวลาที่กระแสน้ำขึ้นน้ำลง ส่วนใหญ่จะอยู่ตามปากคลอง ปัจจุบันสภาพวิถีชีวิตได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งการได้รับผลกระทบจากการคมนาคมทางบก และปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งล้วนมีผลต่อสภาพวิถีชีวิตทำให้บางพื้นที่มีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตโดยเฉพาะในบริเวณชุมชนเมือง

ตลาดน้ำยามเย็นเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันแม่ 12 สิงหาคม 2547 อาจกล่าวได้ว่า "ตลาดน้ำยามเย็น" ที่ชุมชนริมคลองอัมพวาเป็นนวัตกรรมที่เกิดจากความคิดริเริ่มและรวบรวมกำลังความพยายามของชาวอัมพวา ปัจจุบันตลาดน้ำอัมพวาดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 10 ปี ตลาดน้ำโดยทั่วไปมักจะจัดขึ้นในเวลากลางวัน แต่ตลาดน้ำอัมพวาจะจัดขึ้นในช่วงเวลาเย็นเรื่อยไปจนถึงพลบค่ำ โดยจะมีทุกวันศุกร์–อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 12.00–22.00 น. ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นตลาดน้ำที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในช่วงเวลานี้ ในตอนเย็นชาวบ้านจะเริ่มทยอยพายเรือนำสินค้าหลากหลายชนิด อาทิ อาหาร พืชผักผลไม้ ขนม ของกินของใช้ มาขายให้กับนักท่องเที่ยว หรือคนในท้องถิ่นที่สัญจรไปมาที่ตลาดน้ำอัมพวา ทำให้ได้สัมผัสกับธรรมชาติของชีวิตของชุมชนริมน้ำ การเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดน้ำอัมพวาในลักษณะที่ไม่มีใครเป็นเจ้าของตลาดไม่มีการบริหารจัดการ แม้แต่ทางเทศบาลผู้ให้กำเนิด ก็ไม่ได้เตรียมการรับมือกับอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วเกินคาดเช่นนี้จึงเกิดปัญหาหลายประการ เช่น ผู้ค้าปลีกต่างคนต่างขายกระจายทั่วไปโดยอิสระอย่างระเกะระกะไม่มีระเบียบ ที่จอดรถไม่เพียงพอ เป็นต้น (นิตย์ สัมมาพันธ์และคณะ, 2550 : 146–184) จากที่กล่าวมาข้างต้น คนในชุมชนแห่งนี้จึงรับเอาการปฏิบัติตามกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า "ชุมชนพลวัต" มาเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของคนอัมพวาไปโดยปริยาย

คำว่าชุมชนพลวัตนั้น สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (2544 : 13) ได้ให้ความหมายไว้อย่าง

น่าสนใจว่า "พลวัตเป็นการปรับเปลี่ยนไปตามภาวะปกติตามครรลองของการดำเนินชีวิตของชุมชน" นอกจากนี้ สุภาวดี เชื้อพราหมณ์ และอรศิริ ปาณินท์ (2556 : 133) ยังได้ให้ความหมายไว้ว่า พลวัตเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เน้นให้เห็นปัจจัยที่ก่อให้เกิด หรือแรงผลักดัน (force) และวิถี (way) จากแรงผลักดันที่กระทบ หรือ ทิศทางการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด กล่าวโดยสรุปแล้ว พลวัตของชุมชนอัมพวาหรือผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวานั้น ล้วนแต่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวิถีการดำเนินชีวิต โดยปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ตัวเองอยู่รอดได้ในสภาวการณ์ที่ไหลลื่นไปอย่างรวดเร็วตามสายน้ำ

จากการศึกษาของวิลาวัณย์ ภมรสุวรรณ (2548 : 6-21) พบว่าการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในอำเภออัมพวา มีสาเหตุสำคัญเกือบทั้งหมดมาจากปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวกระตุ้นและส่งผลให้ผู้คนในชุมชนต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อความอยู่รอด ซึ่งจากการปรับตัวของชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นอื่น ๆ ตามมา ขึ้นอยู่กับปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ที่เข้ามาที่ชุมชนอัมพวาเป็นระยะ โดยตลาดน้ำอัมพวาจะมีร้านค้านำสินค้าต่าง ๆ หลากหลายประเภท ทั้งอาหารคาวหวาน และสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ มาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมตลาดน้ำและบริเวณโดยรอบ ลักษณะของร้านค้าแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ ร้านค้าที่มีที่ตั้งอยู่ภายในอาคารจะจำหน่ายสินค้าประเภทร้านอาหาร ร้านกาแฟโบราณ ของที่ระลึก สินค้าจากกะลามะพร้าว เป็นต้น ร้านค้าแผงลอยจะจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารคาว หวาน เครื่องดื่ม ผลไม้ เป็นต้น และเรือค้าขายที่พ่อค้าแม่ค้านำของใส่เรือมาจำหน่าย เช่น อาหารทะเลเผา อาหารต่าง ๆ กาแฟโบราณ ผักและผลไม้ตามฤดูกาลจากสวน เป็นต้น

ณ วันนี้ อัมพวากำลังอยู่บนถนนของการเปลี่ยนแปลง หลายคนอยากเร่งความเจริญเติบโตของสถานที่แห่งนี้ หลายคนลืมบทเรียนอันน่าเจ็บปวดของแหล่งท่องเที่ยวที่เคยมีชื่อเสียงในอดีต บทเรียนที่ว่าเมื่อเร่งความเจริญเติบโตจนขาดเสน่ห์แห่งความเรียบง่ายในวิถีชีวิตของคนอัมพวาอันเป็นสิ่งผูกใจนักท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวจะย้ายไปหาเสน่ห์จากที่อื่น (ญานิน วังซ้าย, 2556 : 159) ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสร้างทฤษฎีฐานรากจากข้อมูล (Grounded theory) ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหาความจริงจากปรากฏการณ์ในเรื่องของพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา ทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างองค์ความรู้จากกระบวนการสร้างและที่มาของพลวัต

ผู้ประกอบการเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้

คำถามการวิจัย

การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรตั้งแต่เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามมุ่งสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) จากมุมมองของผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อค้นหาพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา
2. เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา และทำความเข้าใจกับพลวัตผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน วิธีการแก้ไข และการเผชิญปัญหาเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้สามารถสร้างองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากที่มาของพลวัตผู้ประกอบการภายในตลาดน้ำ อัมพวาได้
2. ทำให้เกิดองค์ความรู้ในเรื่องพลวัตของผู้ประกอบการภายในตลาดน้ำอัมพวา และยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในส่วนภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูและอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนชาวอัมพวา

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก โดยผู้วิจัยใช้กระบวนทัศน์แบบการตีความนิยม (Interpretivism) และการสร้างความรู้ (Constructivist approach) ตามแนวทางของชาร์มาซ (Charmaz, 2006 : 13) เพื่อ

ค้นหาที่มา ตลอดจนทำความเข้าใจกับพลวัตของผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งแนวทางในการแก้ไขปัญหาในบริบทที่ผ่านการกลั่นกรองอย่างเป็นระบบจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบแผนในการอธิบายปรากฏการณ์ของพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 3 คนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 4 คน เช่น ผู้ก่อตั้งตลาดน้ำอัมพวา ผู้อำนวยการโครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา ซึ่งได้ประกอบกิจการตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลง ที่มาของการเปลี่ยนแปลง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลง การรับรู้และให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมถึงการศึกษาปัญหา อุปสรรค ความคิดที่ซ่อนเร้นเบื้องลึกในจิตใจของผู้ประกอบการ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ภายในบริเวณตลาดน้ำอัมพวา โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ประกอบกิจการร้านค้า และผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวภายในตลาดน้ำอัมพวา

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ระหว่างเดือนมีนาคม–เดือนพฤษภาคม 2558

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักและการเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาในประเด็นของพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา โดยการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded theory) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) จำนวน 7 คน ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ดีและลึกที่สุดเพื่อสามารถหาข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและมีประสบการณ์เป็นผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน และเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ก่อตั้งตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการโครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา จำนวน 1 คน และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 2 คน โดย

คัดเลือกตัวอย่างจากการสุ่มเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) ซึ่งไม่ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ล่วงหน้า แต่เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบค่อยเป็นค่อยไปพร้อมกับการวิเคราะห์ภาคสนามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญและเป็นข้อมูลสามัญเกี่ยวกับปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการร้านค้า (ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกูล, 2555 : 236) ทั้งนี้มีเกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูล (Inclusion criteria) คือ เป็นผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา นับตั้งแต่เริ่มเปิดตลาดน้ำอัมพวาตั้งแต่สิงหาคม 2547 หรือประกอบกิจการตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวาเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตัวผู้วิจัย คือ เครื่องมือที่สำคัญที่สุด ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ผู้วิจัยควรมีความไวต่อทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) ซึ่งความพร้อมของผู้วิจัยเกิดจากการศึกษาเอกสารและทบทวนวรรณกรรม ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำอัมพวา เพื่อสร้างกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการร้านค้า โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบมาตรฐานสัมภาษณ์ปลายเปิด (Standardized Open–Ended Interview) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) จาก ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งมีแนวคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด และใช้เครื่องมือบันทึกภาพและเสียง ได้แก่ เครื่องอัดเสียง โทรศัพท์มือถือ Samsung สมุดจด ปากกา สำหรับการบันทึกภาคสนาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำตัวเองเข้าไปสัมผัสปรากฏการณ์และพยายามเข้าถึงปรากฏการณ์แบบคนวงใน (Insider) เพื่อสร้างเป็นทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา โดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation Observation) คือ ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปใช้ชีวิตหรือทำกิจกรรมใด ๆ ร่วมกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุ่มเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) ซึ่งไม่ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ล่วงหน้า แต่เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบค่อยเป็นค่อยไป จากนั้นผู้วิจัยทำการบันทึกภาคสนาม (field notes) โดยการจด

บันทึกข้อมูลอย่างละเอียดร่วมกับการบันทึกเสียง

โดยแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี 3 ขั้นตอน คือ 1) การทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำอัมพวาเพื่อสร้างกรอบแนวคิด ตลอดจนแนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ประกอบกิจการร้านค้า จำนวน 3 คน และผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 2 คน รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวภายในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 2 คน และ 3) การสังเกตสีหน้า กิริยา ท่าทาง และน้ำเสียงของผู้ให้ข้อมูลหลัก พร้อมทั้งอัดเสียง และจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างครบถ้วน ทั้งนี้ ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ขออนุญาตบันทึกภาพและเสียงจากผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนทุกครั้ง เพื่อแสดงถึงความเคารพในสิทธิและเสรีภาพ

จริยธรรมในการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งให้ความสำคัญถึงจริยธรรมการทำวิจัยในคนทั่วไป (Belmont Report) ตามมาตรฐานของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยซึ่งมีความชัดเจนสอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและแนวทางของประเทศตลอดจนแนวทางสากล เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิ ศักดิ์ศรี ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยยึดหลักความเคารพในบุคคล (Respect for Person) คือ การเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (Respect for Human Dignity) ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางปฏิบัติในการทำวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ (คู่มือการประเมินผลข้อเสนอการวิจัยตามมติคณะรัฐมนตรี, 2558 : 147–150) ได้แก่ 1) เคารพในการขอความยินยอมโดยให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนและให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตัดสินใจอย่างอิสระ ปราศจากการข่มขู่ บังคับ หรือให้สินจ้างรางวัล 2) เคารพในความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลหลัก สิทธิส่วนบุคคล พฤติกรรมส่วนตัวพฤติกรรมปกปิด 3) เคารพในการเก็บรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ถูกจัดเก็บในรูปแบบของแบบบันทึกข้อมูล เสียง และภาพ ขณะการทำวิจัยภาคสนาม และ 4) เคารพในความเป็นผู้อ่อนด้อย เปราะบาง คือบุคคลที่ไม่สามารถปกป้องตัวเองได้อย่างเต็มที่ ไม่สามารถทำความเข้าใจกับข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยที่ได้รับ เช่น กลุ่มคนที่มีพลังอำนาจน้อย (Marginalized people)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพมีความเป็นอัตวิสัยของนักวิจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง อีกทั้งมีความยืดหยุ่นสูง และตัวผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ผลการวิจัยมีความเที่ยงตรง มีความน่าเชื่อถือ และเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัยโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ตามแนวทางของเครสเวลล์ (Creswell, 2014 : 201) ได้แก่ 1) การตรวจสอบสามเส้าข้ามแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบยืนยันข้อมูลโดยใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่แตกต่างกัน คือ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้ง และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการถอดข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ได้จากการบันทึกเทปแบบคำต่อคำ แล้วนำบทสนทนามาแยกส่วน และจัดระบบขึ้นใหม่ โดยอาศัยการตีความ (Interpretation) ของผู้วิจัย ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลได้จัดกระทำเป็น 5 ขั้นตอน (ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์, 2554 : 124-133) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมข้อมูล (Preparing) ซึ่งเป็นขั้นตอนของการเตรียมข้อมูลต่าง ๆ เช่น ไฟล์เสียง ภาพ เอกสาร ให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมต่อการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำมาถอดเทปบันทึกเสียงสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (transcribe verbatim)

ขั้นตอนที่ 2 การแตกข้อมูล (Segmenting) เป็นขั้นตอนของการนำข้อมูลมาจัดระเบียบ (organize) และเป็นระบบเพื่อสามารถเรียกใช้ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้ จากนั้นจะทำการ “แตก” ข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วออกเป็นหน่วยย่อย ๆ ตามความหมายเฉพาะของแต่ละหน่วย โดยอาศัยลักษณะร่วมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ขั้นตอนที่ 3 การให้รหัสข้อมูล (Coding) เป็นขั้นตอนที่นักวิจัยจะเลือกหน่วยที่มีความหมายตรงกับประเด็นที่จะวิเคราะห์มาให้ชื่อ ซึ่งเรียกว่า การให้รหัสข้อมูลเพื่อเป็นการลดทอนข้อมูล (data reduction) ที่มีจำนวนมากให้เหลือเพียงรายการรหัสจำนวนหนึ่ง

ขั้นตอนที่ 4 การจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Categorizing) เป็นขั้นตอนที่นักวิจัยต้องนำข้อมูลที่ได้รับการลงรหัสข้อมูลเรียบร้อยแล้วมารวมกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นกลุ่ม ๆ (clustering) ตามลักษณะความสัมพันธ์ที่ข้อมูลเป็นหน่วยย่อย ๆ มีต่อกัน ข้อมูลที่ถูกจัดกลุ่มจะมีประโยชน์ต่อการตอบคำถามวิจัย และเป็นพื้นฐานจัดหมวดหมู่ (category) และรูปแบบ (pattern) และข้อสรุปของปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้

ขั้นตอนที่ 5 การหาประเด็นหลักของข้อมูล (Themetizing) เป็นขั้นตอนที่เมื่อนักวิจัยจัดหมวดหมู่ของรหัสข้อมูลแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการสร้างประเด็นหลักโดยการจัดกลุ่มรหัสข้อมูลที่มีลักษณะร่วมหรือสัมพันธ์ระหว่างกันจะทำให้เกิดประเด็นหลักของสิ่งที่ค้นพบ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบไปด้วยที่มา ตลอดจนการทำความเข้าใจกับพลวัตผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการ พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน อีกทั้งวิธีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดจากพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา อันนำมาซึ่งข้อสรุปเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้

พลวัตผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงที่มาของพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา มีดังนี้

1. เงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากเงินเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับว่าเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนและมีบทบาทในชีวิตประจำวัน โดยระบบเศรษฐกิจจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับระบบการหมุนเวียนของเงิน ซึ่งมนุษย์ทุกคนต้องใช้เงินในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการในการอยู่รอดภายในสังคม โดยหลังจากที่ตลาดน้ำอัมพวาเปิดดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา และตลาดน้ำอัมพวามีภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตเป็นอย่างมาก ทำให้ชาวชุมชนและบุคคลต่าง ๆ ได้มองเห็นถึงมูลค่าของเงินอย่างมหาศาลที่หลั่งไหลเข้ามาในตลาดน้ำอัมพวา

2. คนในชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสังคมในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีของเศรษฐกิจ

ภายในชุมชน จึงกลายเป็นจุดที่น่าสนใจและควรรับรู้ ข้อผูกมัดกับการเปลี่ยนแปลงนี้ไม่สามารถต่อต้านหรือเปลี่ยนแปลงกลับดังเดิมได้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชนมีสาเหตุมาจากการถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายในทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้คนเห็นแก่ตัวกันมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่อบุคคลและกลุ่มในสังคมแตกต่างกันออกไป บ้างก็ได้ผลประโยชน์ บ้างก็เสียผลประโยชน์

3. กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เพราะในสมัยก่อนนั้นตลาดน้ำมีเป้าหมาย คือ บริการคนในจังหวัดสมุทรสงครามและจังหวัดใกล้เคียง ได้เข้ามาซื้อหาของกินของใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำตาลมะพร้าว ผลไม้ ฯลฯ โดยในช่วงเปิดดำเนินการตลาดใหม่ ๆ มีคนสูงอายุมาเที่ยวเป็นส่วนมาก ดังนั้นสินค้าก็เป็นอีกแบบหนึ่ง แต่สมัยนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปเป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยกลางคน อายุตั้งแต่ 15–45 ปี ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ฉะนั้นกลุ่มเป้าหมายที่ตลาดน้ำอัมพวาต้องการในปัจจุบัน คือ การให้บริการกลุ่มนักท่องเที่ยว

4. การเข้ามาของคนนอก หรือกลุ่มนายทุน คือ การเข้ามาภายในพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวาของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้มีอำนาจในการลงทุนสูง ซึ่งเป็นการแทรกตัวของนายทุนขนาดใหญ่ เน้นการแข่งขันและกำไรเป็นเป้าหมายหลักจึงทำให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่ทำการค้าที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกัน นอกจากนี้ยังเกิดการย้ายที่อยู่เนื่องจากนายทุนให้ค่าเช่าราคาสูงมากกว่าแต่ก่อน จึงทำให้ผู้เช่าเดิมไม่สามารถต่อสู้ราคาได้

5. สินค้าถูกลอกเลียนแบบ หรือมีสินค้าลักษณะคล้ายกันมากเกินไป ประกอบกับสินค้าไม่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นและมีการแข่งขันทางด้านราคาโดยการตัดราคา เพื่อให้สินค้าของตัวเองจำหน่ายได้ดีกว่าผู้ขายรายอื่น ๆ ซึ่งสินค้าบางอย่างที่เจ้าของผลิตออกมาจำหน่ายเป็นรายแรกและมีสิทธิบัตร ต่อมาถูกลอกเลียนแบบก็มีอันให้ต้องล้มหายตายจากไปจากตลาดน้ำอัมพวา และนักท่องเที่ยวเห็นว่าสินค้าไม่มีความแปลกใหม่หรือไม่มีเอกลักษณ์ที่น่าซื้อขาย

6. กลไกทางการเมืองในท้องถิ่นและขาดการควบคุมจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม แต่เดิมตลาดน้ำอัมพวาไม่มีมาตรการควบคุมร้านค้าที่เป็นรูปธรรมมาตั้งแต่เริ่มดำเนินการ จึงมีเพียงการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ค้าหาบเร่ ผู้ค้าทางเรือ ผู้ประกอบการเรือนำเที่ยว โดยมีการเก็บค่าธรรมเนียมรายปี และมีการควบคุมในด้านสาธารณะสุข ความสะอาดปลอดภัยในเรื่องอาหารเท่านั้น ทั้งนี้ในช่วงเริ่มดำเนินการตลาดน้ำอัมพวาได้มีการจัดสรรร้านค้าให้คนในพื้นที่โดยมีข้อกำหนด คือ การห้ามเซ้ง

ร้านค้าให้กับผู้อื่น ต่อมาเมื่อถึงยุคที่มีกลุ่มนายทุนเข้ามาก็เกิดปัญหาการเซ้งร้านค้ากันในราคาหลักหมื่นบาทถึงหลักแสนบาท โดยราคาเซ้งร้านสามารถดูได้จากทำเลที่ตั้งที่คนเข้าถึงมากที่สุดในตลาดน้ำอัมพวา

นัยจากพลวัตของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา

ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ส่งผ่านความจริงทางสังคมที่เป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่สังคมไม่เคยรับรู้เกี่ยวกับพลวัตของผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมานับ 10 ปี ตั้งแต่เริ่มฟื้นฟูตลาดน้ำในปี พ.ศ.2547 เนื่องมาจากปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

1. "การมีมูลค่าของเศรษฐกิจในท้องถิ่น" คือ รายรับที่เป็นตัวเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีพ เนื่องจากไม่มีใครสามารถปฏิเสธมูลค่าของเงินที่มีจำนวนมหาศาลได้ ผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่ง เปิดเผยว่า "เอาความเป็นจริงมาพูดกัน ตามธรรมชาติของมนุษย์ถ้ามีคนให้เงินระหว่าง 1,000 บาท กับ 10,000 บาท ถ้าเป็นคุณ คุณจะเลือกอะไร" "เป็นใครก็เลือกเงินก่อนทั้งนั้น" ผู้ให้ข้อมูลหลักอีกรายหนึ่ง เปิดเผยว่า "ถ้าอนุรักษ์แล้วไม่มีจะกิน ใครจะอนุรักษ์"

2. "การเข้ามาของคนนอก" คือ การเข้ามาของกลุ่มนายทุนที่ไม่ใช่คนในพื้นที่ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำกำไรให้ได้มาก ๆ แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีอีกด้านหนึ่งที่เข้ามาทำประโยชน์ให้กับพื้นที่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่ง เปิดเผยว่า "คนนอกที่เข้ามาแล้วนำความเจริญ รายได้เข้ามาในพื้นที่ก็มีเยอะ" "คนในที่เป็นคนไม่ดีก็มีมาก" "ที่สำคัญ คือ คนนอกที่เข้ามาต้องเคารพในความเป็นเจ้าบ้านทำอะไรให้ดูบริบททางสังคม ก็จะอยู่ด้วยกันได้" แต่ผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่ง ได้เปิดเผยว่า "เราเอาอะไรมาวัดว่าคนไหนเป็นคนใน คนไหนเป็นคนนอก เราจะดูอย่างไร" "บางคนเกิดในสมุทรสงครามไปโตในกรุงเทพฯ กลับมาอยู่สมุทรสงครามแต่ไม่รู้เรื่องสมุทรสงครามเลย หรือคนนอกที่มาซื้อที่อยู่ในจังหวัดแต่กลับมีความรู้เกี่ยวกับจังหวัดมากกว่าคนในเสียอีก อย่างไหนเรียกว่าคนนอก" "คนในดูจากอะไร เป็นคนในจังหวัดหรือเป็นคนในกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกัน"

3. "วิถีชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนไป" คือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปทุกยุคทุกสมัย ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่ง ได้เปิดเผยว่า"ไอ้บ้านที่เคยเช่าราคา 700 – 800 บาท ก็อยู่ไม่ได้มีคนมาเสนอราคาค่าเช่าสูง ๆ ให้เจ้าของบ้าน เขาก็ไม่ให้เช่าต่อ บางคนอยู่มาตั้งแต่เกิดสมัยปู่ ย่า ตา ทวด ยังต้องไปเลย" "เจ้าของห้องเดิมบางคนยกมรดกให้ลูกหลาน ที่ใจดีเขาก็ให้

อยู่ ค่าเช่าก็ขึ้นมาบ้างพอสมควร แต่บางคนพ่อ แม่ยกให้แล้วเขาก็ให้คนที่มีเงินมาเช่าต่อ หรือไม่ก็ทำการค้าเสียเอง" ผู้ให้ข้อมูลหลักอีกรายหนึ่งเปิดเผยว่า "สาเหตุที่ตลาดน้ำอัมพวาถึงต้องเปิดแค่วันศุกร์–อาทิตย์ คืออะไร นั่นเป็นภูมิคุ้มกันของคนในพื้นที่ เนื่องจากใน 1 เดือนตลาดน้ำเปิดแค่ 12 วัน ซึ่งคนนอกที่มาเช่าราคาแพง ๆ ต้องจ่ายค่าแป๊ะเจี๊ยะ เขาก็ต้องขายให้คุ้มค่าเช่า ไหนจะค่ากิน ค่าที่ไปกู้แบงก์มา ดอกเบี้ยเขาเก็บทุกวันไม่ใช่แค่ 12 วัน แต่คนในพื้นที่เราไม่ต้องจ่ายอะไรสักอย่าง ข้าวก็กินข้าวบ้านที่ก็ไม่ต้องเช่าบ้านเราเอง ลงทุนก็ไม่เยอะเพราะเรามีทุนทางภูมิปัญญาของเราเองอยู่แล้ว"

4. การเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) คือ การเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งจะมีลักษณะเป็นวงจรต่อไปเรื่อย ๆ ตามกลไกตลาด ผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่ง เปิดเผยว่า "ระยะแรกเจ้าของบ้านเน้นขายของเองยังไม่เน้นให้เช่า ลักษณะผู้ประกอบการและสินค้า เป็นตลาดชาวบ้าน ใครใคร่ค้าอะไรก็ค้า ส่วนใหญ่ทำเองขายเอง ปัจจุบันสินค้ามีลักษณะซื้อมาขายไป Copy เสียเยอะ" ผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่ง เปิดเผยว่า "นายทุนที่เข้ามาลงทุนผลิตสินค้าจำนวนเยอะ ๆ มาขายเดี๋ยวเดียวเขาก็อยู่ไม่ได้เอง เพราะของเริ่มเยอะขึ้นทำให้สินค้าล้นตลาดไม่มีใครซื้อ เดี๋ยวก็ต้องออกไปมันเป็นวัฏจักร" นักท่องเที่ยวรายหนึ่งเปิดเผยว่า "สินค้าตลาดน้ำก็มีเหมือน ๆ กันเยอะ หาซื้อที่ไหนก็ได้" "บางร้านสินค้าก็เป็นสไตล์โมเดิร์น บางร้านก็ยังเป็นแบบเก่า ๆ"

5. กลไกการเมืองในท้องถิ่นและภาครัฐขาดความเข้มแข็ง ระบบราชการขาดการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ขาดความยืดหยุ่น เอื้อต่อการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่เป็นหลัก ข้าราชการขาดจิตสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่ง เปิดเผยว่า "การเซ้งร้านค้าก็เป็นเจ้าหน้าที่ของภาครัฐเองที่เป็นคนเริ่มต้นเซ้ง" "มันอยู่ที่คุณเป็นคนของใครซึ่งก็อะลุ้มอล่วยกับพวกของคุณเอง"

การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกได้แสดงให้เห็นว่าพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวาเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่ดำเนินมาเป็นระยะเวลานานและไม่ได้มีการวางแผนหรือการควบคุมแต่อย่างใด ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ดังนั้น วิธีการแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุดผ่านนัยพลวัตผู้ประกอบการร้านค้า

ในตลาดน้ำอัมพวา มีดังนี้

1. สร้างการรับรู้ให้กับคนในชุมชนเพื่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในการที่ตลาดน้ำอัมพวาได้รับรางวัลชมเชย (Honourable Mention) ในโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) โดยต้องทำให้เกิดการอนุรักษ์ที่มาจากการตระหนักภายในตัวตน ซึ่งต้องรับรู้คุณค่าพร้อมกับสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2. ทำให้คนในชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันได้โดยใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง วงจรของการสร้างสรรค์ การผลิตและจัดจำหน่ายแจกจ่ายสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญาเป็นหลัก สินค้าและบริการที่อาจหมายถึง เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ก็มีตั้งแต่ศิลปะพื้นบ้าน ดนตรี หนังสือ ภาพวาด ไปจนถึงสินค้าที่ใช้เทคโนโลยี ซึ่งจังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดหนึ่งที่ปราชญ์ชุมชนมีภูมิปัญญาชาวบ้านและสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีและวัฒนธรรม คือทุนที่นำไปสู่นวัตกรรมและการยกระดับสินค้าด้วยมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม เช่น สินค้าที่ผลิตจากกะลามะพร้าว แป้งทาหน้าที่ผลิตจากเกลือ เป็นต้น

3. สร้างจิตสำนึกกับคนในชุมชนให้เกิดความรักในถิ่นฐานบ้านเกิดของตัวเอง เพื่อให้คนในชุมชนรุ่นใหม่ๆ และรุ่นต่อไปเกิดความรักและหวงแหน พร้อมทั้งสร้างกลุ่มร่วมกันโดยอาศัยชาวชุมชนรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาและสร้างภูมิคุ้มกันให้เกิดขึ้นภายในชุมชนอัมพวา

4. สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างเทศบาลตำบลอัมพวา ชาวชุมชน และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยต้องร่วมกันสร้างข้อกำหนด กฎเกณฑ์ วางมาตรการในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและกลุ่มนายทุนให้ชัดเจน เพื่อหาสมดุลและเอื้อประโยชน์ให้เกิดขึ้นร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

จากวิธีการแก้ไขปัญหาอันเกิดจากพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา แสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชนมีวิธีแก้ไขปัญหาที่เป็นเสมือนทางออกที่ดีที่สุด คือ สร้างการรับรู้และความภาคภูมิใจที่ชุมชนอัมพวาได้รับรางวัลชมเชย (Honourable Mention) ในโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของ UNESCO อีกทั้ง ร่วมกันสร้างจิตสำนึกรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง และช่วยเสริมสร้างแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ให้กับคนในชุมชนเพื่อให้

เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งสามารถต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ โดยนำคุณค่ามาสร้างให้เกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชน และประการสุดท้าย คือ สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างเทศบาลตำบลอัมพวา ชาวชุมชน และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้กับคนในชุมชนอัมพวา

ดังนั้น วิธีการเผชิญหน้ากับปัญหาที่ดีที่สุดจากพลวัตของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวาผ่านมุมมองจากผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยว พบว่า ควรให้ความสำคัญกับคนในชุมชนมากกว่านี้ สร้างการรับรู้และให้ภูมิคุ้มกันกับคนในชุมชน พร้อมทั้งให้ความรู้เพื่อสามารถนำไปต่อยอดภูมิปัญญาหรือสินค้าของตนเองได้ มากกว่าที่จะใส่ใจกับคนนอกหรือกลุ่มนายทุน เพราะถ้าหากชุมชนเข้มแข็ง คนนอกหรือกลุ่มนายทุนก็จะเข้ามาทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงภายในพื้นที่ไม่ได้

ข้อสรุปเชิงทฤษฎี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับที่มา การทำความเข้าใจและวิธีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดจากพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา นำมาซึ่งข้อสรุปเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการ ดังนี้

1. เมื่อใดก็ตามที่เงินเป็นเป้าหมายหลักของคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป และมีกลุ่มนายทุนหรือคนนอกเข้ามาในพื้นที่ สินค้ามีการลอกเลียนแบบเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการมีกลไกทางการเมืองในท้องถิ่นและขาดการควบคุมจากหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม เมื่อนั้นก็จะเกิดพลวัตของผู้ประกอบการร้านค้าอยู่เสมอ

2. พลวัตผู้ประกอบการร้านค้าภายในตลาดน้ำอัมพวา มีปัจจัยสำคัญ ๆ อยู่ 5 ประการ คือ 1) การมีมูลค่าของเศรษฐกิจในท้องถิ่น คือ รายรับที่เป็นตัวเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีพ 2) การเข้ามาของคนนอก คือ การเข้ามาของกลุ่มนายทุนที่ไม่ใช่คนภายในพื้นที่ 3) วิถีชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนไป คือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกันและพึ่งพาอาศัยกันหายไป 4) การเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) คือ การเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งจะมีลักษณะเป็นวงจรต่อไปเรื่อย ๆ และ 5) กลไกทางการเมืองในท้องถิ่นและภาครัฐขาดความเข้มแข็ง ไม่มีระบบการจัดการที่เป็นรูปธรรม

3. แก้ไขปัญหาโดยการให้ความสำคัญกับคนในชุมชน สร้างการรับรู้และให้ภูมิคุ้มกันที่ดี พร้อมทั้งให้ความรู้ในการประกอบอาชีพ จะเป็นหนทางในการหลีกเลี่ยงปัญหาการเข้ามาของ คนนอกหรือกลุ่มนายทุน เพราะถ้าหากชุมชนเข้มแข็ง คนนอกหรือกลุ่มนายทุนต่าง ๆ ก็จะเข้ามาภายในพื้นที่ไม่ได้

สรุปผลการวิจัย

สำหรับสรุปผลการวิจัยเรื่องพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา มีดังนี้

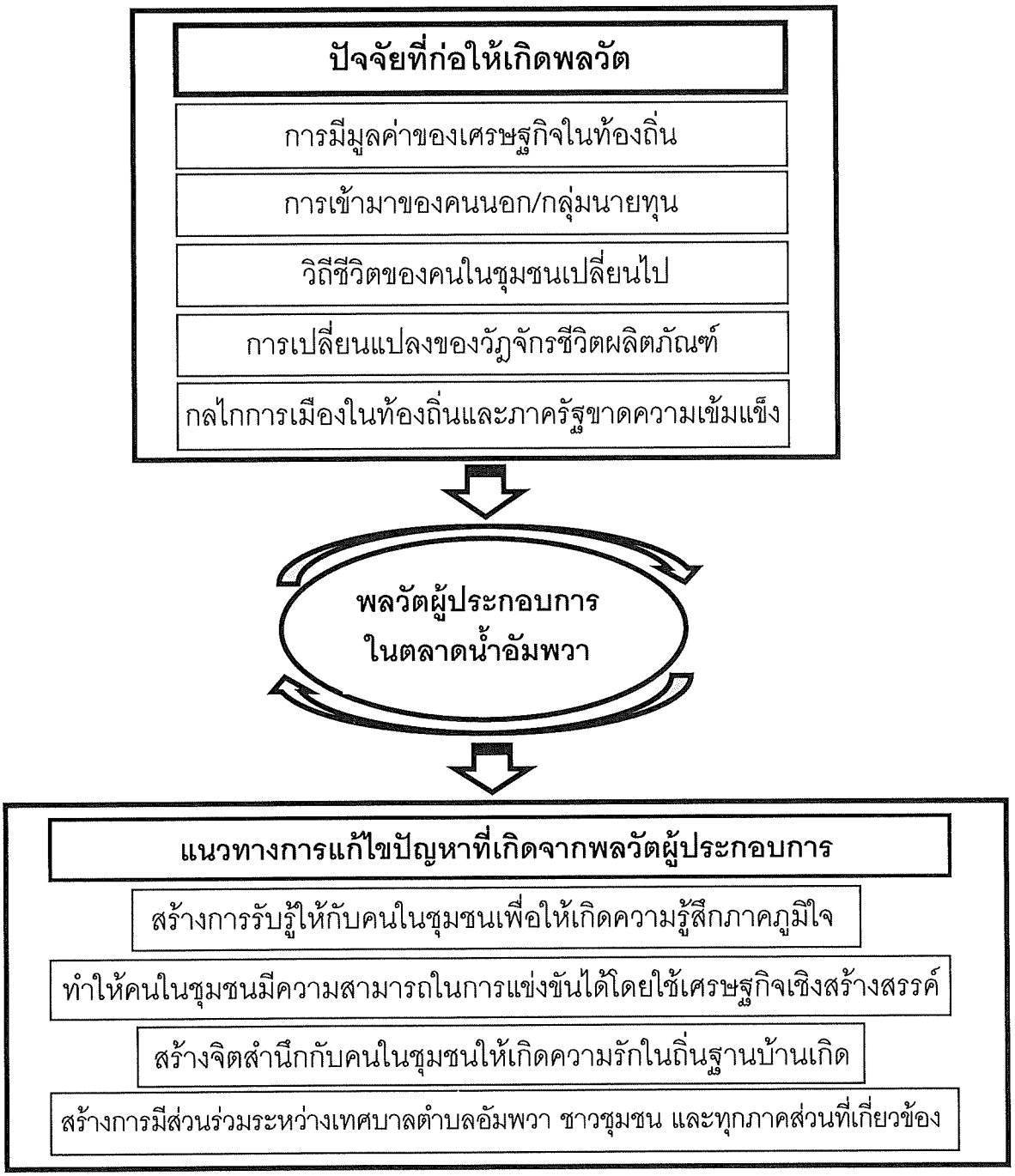
1. พลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา มีที่มาจาก 1) เงิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 2) การเปลี่ยนแปลงของคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่มีสาเหตุมาจากการถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายในทางด้านเศรษฐกิจ 3) กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ในสมัยก่อนนั้นตลาดน้ำมีเป้าหมาย คือ บริการคนในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง แต่ปัจจุบัน คือ บริการกลุ่มนักท่องเที่ยว 4) การเข้ามาของคนนอกหรือกลุ่มนายทุน 5) สินค้าถูกลอกเลียนแบบ หรือมีสินค้าลักษณะคล้ายกันจำนวนมาก และมีการแข่งขันทางด้านราคา โดยการตัดราคาขาย และ 6) เกิดจากกลไกทางการเมืองท้องถิ่นและขาดการควบคุมจากหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม

2. ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดพลวัตของผู้ประกอบการร้านค้า คือ 1) มูลค่าทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่หลั่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยที่คนในชุมชนไม่ได้เตรียมพร้อมตั้งรับกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ 2) การเข้ามาของคนนอกหรือกลุ่มนายทุน 3) วิถีชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไป และ 4) การเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ของสินค้า และ 5) กลไกทางการเมืองในท้องถิ่นและภาครัฐขาดความเข้มแข็ง

3. วิธีการแก้ไขปัญหาในการเกิดพลวัตของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา คือ 1) การสร้างการรับรู้ที่ชุมชนอัมพวาได้รับรางวัลชมเชย (Honourable Mention) ในโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของ UNESCO 2) และเสริมสร้างแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) สร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนรักถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง และ 4) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างเทศบาลตำบลอัมพวา คนในชุมชน และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันปัญหาจากบุคคลภายนอกหรือกลุ่มนายทุน

4. วิธีการเผชิญปัญหาที่ดีที่สุดของชุมชนอัมพวา คือ การให้ความสำคัญกับคนในชุมชนอัมพวา มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับบุคคลภายนอกหรือกลุ่มนายทุน เพราะหากคนในชุมชนเข้มแข็งก็จะสามารถป้องกันปัญหาที่เกิดจากบุคคลภายนอกได้

ทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



ภาพที่ 1 *โมเดลพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี*

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

1. สามารถนำที่มาและปัจจัยของพลวัตผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา ไปเผยแพร่สู่สาธารณชนเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าในบริบทอื่น ๆ ต่อได้ตามความเหมาะสม แต่ต้องคำนึงถึงบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

2. เทศบาลตำบลอัมพวา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในตลาดน้ำอัมพวา หรือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย กฎระเบียบหรือข้อตกลงต่าง ๆ ในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนและบุคคลภายนอกที่เข้ามาดำเนินกิจการภายในตลาดน้ำอัมพวาอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

1. เทศบาลตำบลอัมพวาควรร่วมกันจัดทำข้อกำหนดระหว่างคนในพื้นที่ ผู้ประกอบการ กลุ่มนายทุนที่เข้ามาเปิดกิจการ ออกกฎระเบียบในการจำหน่ายสินค้าโดยกำหนดบทลงโทษกับผู้ประกอบการที่ทำการเช่งร้านค้าโดยไม่ได้รับอนุญาตอย่างจริงจัง

2. เทศบาลตำบลอัมพวาควรดำเนินการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการในส่วนต่าง ๆ เช่น 1) กลุ่มผู้ค้าแผงลอย (กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้อยู่ภายในตัวอาคาร) 2) กลุ่มให้บริการเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มที่พัก โฮมสเตย์ 4) กลุ่มร้านจำหน่ายอาหาร 5) กลุ่มจำหน่ายสินค้าที่ของที่ระลึก 6) กลุ่มเรือจำหน่ายสินค้า และ 7) กลุ่มสินค้าศิลปหัตถกรรมภูมิปัญญา OTOP เพื่อง่ายต่อการบริหารจัดการตามกลุ่มต่าง ๆ โดยเน้นให้แต่ละกลุ่มทำข้อตกลงเพื่อดำเนินกิจการระหว่างกัน

3. ควรจัดตั้งกลุ่มผู้บริหารรุ่นใหม่ (Young Executive) ที่เป็นคนในพื้นที่และเป็นผู้ดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นการระดมสมองและร่วมปรึกษาหารือแนวทางต่าง ๆ ในการพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินกิจการร้านค้าในตลาดน้ำอัมพวา

4. ควรจัดกิจกรรมอบรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ให้กับชาวชุมชนที่มีความสามารถในการต่อยอดสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและเป็นสินค้าที่คนมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาต้องมาหาซื้อกลับบ้านเป็นของฝาก

5. เทศบาลตำบลอัมพวา ควรจัดทำป้ายแนะนำสถานที่ในจุดที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภายในตลาดน้ำอัมพวา เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปเที่ยวชมและทราบประวัติความเป็นมาของร้านค้านั้น ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ทั้งความรู้ ความประทับใจ และสินค้าต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และยังได้สร้างการรับรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ใช้ทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับพลวัตผู้ประกอบการร้านค้านี้ เป็นแบบแผนในการศึกษาถึงพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าในบริบทอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจ รวมไปถึงการค้นหาความหมาย ที่มา และวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ จากมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มอื่น ๆ เช่น คนชุมชนอัมพวาที่ไม่มีหน้าร้านจำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำอัมพวา หรือชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นชาวจังหวัดสมุทรสงคราม

2. ใช้วิธีวิทยาการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาพลวัตผู้ประกอบการร้านค้าอันเกิดมาจากบุคคลภายนอกหรือกลุ่มนายทุนเข้ามาทำให้เจ้าของพื้นที่เดิมถูกรุกราน โดยศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความเชี่ยวชาญจากผู้นำชุมชนต่าง ๆ ภายในตลาดน้ำอัมพวาและจากกลุ่มคนที่มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหา เช่น หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ รวมไปถึงกลุ่มบุคคลภายนอกที่เข้ามาเปิดกิจการในพื้นที่ เพื่อหาแนวทางในการอยู่ร่วมกันอย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์. (2554). **วิจัยเชิงคุณภาพ ไม่ยากอย่างที่คิด** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ญานิน วังซ้าย. (2556). **เมืองแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพฯ : บริษัทด่านสุทธาการ พิมพ์ จำกัด.

นิตย์ สัมมาพันธ์และคณะ. (2550). แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารร่มพฤกษ์**, 25 (2), 145–184.

ผ่องพรรณ ตรัยมงคงกูล, สุภาพ ฉัตราภรณ์. (2550). **การออกแบบการวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิชัย น้อยวัฒน์. (2556). **เมืองแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพฯ : บริษัทด่านสุทธาการพิมพ์ จำกัด.

วรรณศิลป์ พีรพันธ์ และศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์. (2553). การอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. ใน **เอกสารประกอบปาฐกถาเสาหลักของแผ่นดิน "ชุด เศรษฐกิจพอเพียง" เรื่อง "การอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม"**. วันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ณ อาคารมหาจุฬาลงกรณ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณวิมล ภู่นาค. (2558). ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. **Academic Services Journal Prince of Songkla University**, 26 (1), 63-74.

วิลาวัณย์ ภมรสุวรรณ. (2548). **การเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดของชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม** (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์. (ม.ป.ป.). **การอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2558, จาก http://www.arch.chula.ac.th/journal/files/article/a9iJu6qXjOThu 85139.pdf.

สุภาวดี เชื้อพราหมณ์ และอรศิริ ปาณินท์. (2556). "การอ่าน" ความเปลี่ยนแปลงและหลากหลายของชุมชนและสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น. **วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง**, 9 (1), 31-154.

สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2554). **โครงสร้างและพลวัตวัฒนธรรมภาคใต้กับการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2553). **Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2558. จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter /executive_journal/jan_mar_10/pdf/23-28.pdf

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy)**. กรุงเทพฯ : บริษัท บี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2556). **การประเมินผลข้อเสนอการวิจัยของหน่วยงานภาครัฐที่เสนอของบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ตามมติคณะรัฐมนตรี**. กรุงเทพฯ.

Charmaz, K. (2006). **Constructing grounded theory**. London : Sage Publications.

Creswell, J. W. (2014). **Research design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches**. (4th Edition). California : Sage Publications.