

การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

Knowledge Management in Creative Tourism: A Case Study of The Amphawa Community in Samut Songkhram Province

♦ ปณندا จันทร์สุกรี

อาจารย์ สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Pananda Chansukree

Lecturer, Research Center, National Institute of Development Administration

E-mail: pananda.nida@yahoo.com

♦ นลินี พานสายตา

อาจารย์ประจำสำนักวิชาบริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี

Nalinee Phansaita

Lecturer, Business Administration and General Education Office, Dusit Thani College

E-mail: nalinee.ph@dtc.ac.th

♦ ไพลิน เชื้อหยก

ผู้จัดการศูนย์คลังปัญญาและสารสนเทศ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Pailin Chuayok

Manager of Intelligence and Information Center, National Institute of Development

Administration, E-mail: p_chuayok@hotmail.com

♦ นิตินัย รุ่งจินดารัตน์

อาจารย์ประจำสำนักวิชาบริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี

Nitinai Rungjindarat

Lecturer, Business Administration and General Education Office, Dusit Thani College

E-mail: nitinai.rungjindarat@gmail.com

Abstract

The objectives of this qualitative study were to explore knowledge management processes and practices in creative tourism, and to analyze the potential for knowledge management in creative tourism of the Amphawa community, Samut Songkhram Province which is one of the communities in Thailand's central plain livelihood cluster. The research process was divided

into three phases: 1) Documentary research, 2) Focus group discussion, and 3) Descriptive analysis. The researchers employed the SECI knowledge spiral model developed by Nonaka and Takeuchi (1995) to provide a basis for data collection and data analysis. According to the focus group discussion among 6 participants including local public officials, community leaders, and entrepreneurs. It was found that the Amphawa community has varied bodies of knowledge including architecture, customs and traditions, local way of life, and career wisdom. The community's knowledge management processes involve regulations, knowledge collection at the Amphawa-Chaipattananurak Conservation Project, informal discussions between community members, and knowledge documentation in research reports. These indicated that the Amphawa community's knowledge management processes are based on the SECI model which consists of socialization, externalization, combination, and internalization. Moreover, Amphawa community has been able to effectively utilize the knowledge management process for developing creative tourism. Nevertheless, relevant agencies need to encourage community members to apply knowledge management practices to other issues in order to preserve the community's local wisdom, thus leading to community strength and sustainability.

Keywords: Knowledge Management, Creative Tourism, Amphawa Community

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและกระบวนการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นชุมชนหนึ่งในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิจัยเอกสาร 2) การสนทนากลุ่ม และ 3) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเกลียวความรู้ (Knowledge Spiral : SECI Model) ของ Nonaka และ Takeuchi (1995) มาใช้ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล จากการสนทนากลุ่มซึ่งมีผู้เข้าร่วมจำนวน 6 คน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนตลาดน้ำอัมพวานั้นมีองค์ความรู้ด้านสถาปัตยกรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่น และด้านภูมิปัญญาอาชีพ โดยวิธีการจัดการความรู้ของชุมชน ได้แก่ การออกกฎระเบียบ การเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ การพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลอย่างไม่เป็นทางการ และการบันทึกข้อมูลไว้ในเอกสารงานวิจัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชุมชนตลาดน้ำอัมพวามีกระบวนการจัดการความรู้ตามทฤษฎีเกลียวความรู้ ทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) การสกัดความรู้ (Externalization) การผนวกความรู้ (Combination) และการฝังหรือผนึกความรู้ (Internalization) โดยชุมชนตลาดน้ำอัมพวาสามารถนำการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลายและค่อนข้างครบถ้วน อย่างไรก็ตาม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลักดันให้คนในชุมชนมีการจัดการความรู้ในเรื่องอื่น ๆ ด้วย เพื่อดำรงไว้ซึ่งองค์ความรู้อันล้ำค่าของชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

บทนำ

ความรู้ (Knowledge) มีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม กล่าวได้ว่า ความเข้มแข็งทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมีรากฐานมาจากความรู้ทั้งสิ้น ประเทศที่มีการพัฒนาและเติบโตภายใต้สังคมฐานความรู้ (Knowledge-based Society) จึงมีความพร้อมที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขัน สร้างความมั่นคงให้กับประชาชน และสามารถขับเคลื่อนประเทศให้เจริญรุดหน้าได้อย่างเข้มแข็ง ในบริบทของการท่องเที่ยวนั้น ความรู้เป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (Wurzbarger, 2009 อ้างถึงใน สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556) ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก็มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและการออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งวิธีการท่องเที่ยวดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลตามที่ได้บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ภายใต้ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ว่าด้วยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโต ส่งเสริมการสร้างสมดุลและความยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศและศักยภาพของพื้นที่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นขึ้นอยู่กับขีดความสามารถหรือศักยภาพของชุมชนด้วย ถึงแม้ว่าชุมชนจะมีวัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้ และภูมิปัญญาที่มีคุณค่า แต่หากไม่สามารถนำภูมิปัญญาเหล่านั้นมารวบรวมและจัดระบบเพื่อเก็บรักษาไว้ ก็อาจจะทำให้ไม่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ ให้แก่ผู้มาเยือนได้สัมผัสอย่างเต็มที่ และองค์ความรู้และภูมิปัญญาเหล่านั้นก็อาจจะเลือนหายไป อันจะนำไปสู่ความล้มเหลวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัยพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีงานวิจัยที่เชื่อมโยงการจัดการความรู้เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับองค์ความรู้ การจัดการความรู้ รวมถึงกระบวนการสร้างและการถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีพื้นที่ศึกษา คือ ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการศึกษานี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมให้ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้และการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างและการถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีเกลียวความรู้ (Knowledge Spiral : SECI Model) ของ Nonaka และ Takeuchi (1995) และ Nonaka (2006) (อ้างถึงใน นันทรัตน์ เจริญกุล, 2552: 18) ซึ่งได้พัฒนารูปแบบการสร้างองค์ความรู้หรือโมเดลการสร้างองค์ความรู้ โดยพัฒนาความรู้มาจากการแบ่งประเภทความรู้ 2 ประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) โดยมีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) คือ การโอนถ่ายความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์โดยตรงระหว่างตัวบุคคลหรือระหว่างกลุ่มคนโดยไม่ผ่านการเขียน เช่น การเสวนา (Dialogue) การพูดคุยกัน การจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ (Forum) การจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practices – CoP) สำหรับกลุ่มผู้บริหาร ครู และบุคลากรอื่น ๆ
2. การสกัดความรู้ (Externalization) คือ การถ่ายโอนหรือถ่ายทอดความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลออกมาสู่ภายนอก หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นกระบวนการที่ทำให้ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลเปลี่ยนแปลงเป็นความรู้ชัดแจ้ง ในการนี้องค์การอาจมีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถสอน นิเทศงาน และถ่ายโอนความรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ หรือมีการสร้างและพัฒนาแหล่งผู้รู้ในองค์การ (Center of Excellence – CoE) เพื่อสนับสนุนให้เกิดการถ่ายทอดความรู้จากประสบการณ์ในสมองของผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญออกมาสู่ภายนอก เพื่อให้ผู้อื่นในองค์การได้รับรู้และเรียนรู้ ทั้งนี้ต้องมีการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ
3. การผนวกความรู้ (Combination) คือ การที่องค์การหรือบุคลากรในองค์การมีการศึกษาเรียนรู้และแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ จากสิ่งแวดล้อมภายนอก ทั้งนี้ต้องมีการเชื่อมโยงความรู้ชัดแจ้งทั้งภายในและภายนอกองค์การเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้พัฒนาองค์กรหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
4. การฝังหรือผนึกความรู้ (Internalization) คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ชัดแจ้งไปสู่ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งเป็นทักษะที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ อีกครั้ง เกิดจากการที่บุคคลได้นำความรู้ชัดแจ้งเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมาปฏิบัติ เมื่อได้ลงมือปฏิบัติจริงก็จะเกิดการซึมซับความรู้ดังกล่าวไว้ในสมองในรูปของประสบการณ์ ปัญหา และทักษะที่ฝังลึกในตัวบุคคลนั้น ๆ

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและผลงานวิจัยที่ผ่านมา คณะผู้วิจัยพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีงานวิจัยที่เชื่อมโยงการจัดการความรู้เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง

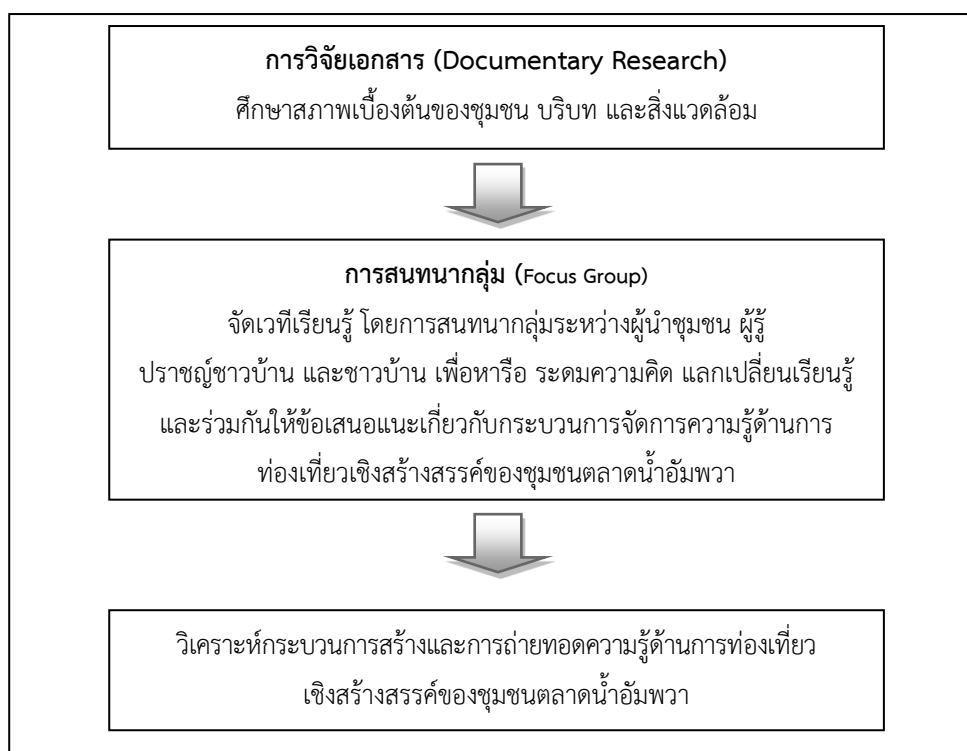
สร้างสรรค์ในประเทศไทยนั้นมียุ่พอสมควร ยกตัวอย่างเช่น การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทยโดย ภัณฑิณี แก้วสง่า และนิศาชล จันทน์ศรี (2555) ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้มีแบบแผนที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ พิเชฐ สายพันธ์ อรุมา เตพลกุล และธีระ สันเดชารักษ์ (2555) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบผลสำเร็จและนำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชน คือ ชุมชนต้องมีความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของตนเอง ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ทำร่วมกัน ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะสร้างให้เกิดความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ร่วมกิจกรรมชุมชน อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจดจำและความประทับใจอย่างลึกซึ้งถึงจิตวิญญาณของพื้นที่ของการท่องเที่ยว และจะนำไปสู่ความสมดุลในทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน งานวิจัยที่น่าสนใจงานหนึ่ง คือ การศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจการ และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดย ธีระ สันเดชารักษ์ และนาฬิกอดิศักดิ์ แสงสนิท (2556) ผลการศึกษาพบว่า ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่การรับรู้และความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีอยู่จำกัด เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวแนวใหม่สำหรับประเทศไทย อีกทั้งยังขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างถูกต้อง สำหรับเจ้าของกิจการนั้นมีความพร้อมที่จะสนับสนุนและจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ เนื่องจากการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เชื่อมโยงการจัดการความรู้เข้ากับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนมีส่วนร่วม จังหวัดสมุทรสงคราม โดย ธีระพร วัฒนสุทธา (2550) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการความรู้ในชุมชนมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ ความรู้คน และกระบวนการ ความรู้ คือ ความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการ โดยมีคนเป็นกลไกที่สำคัญที่จะทำให้เกิดกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ และกระบวนการจึงเป็นวิธีเชื่อมประสานคน ความรู้ และกระบวนการเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งรูปแบบการจัดการความรู้มีความสอดคล้องกับแบบจำลองปลาทุ (TUNA Model) อย่างยิ่ง และกระบวนการจัดการความรู้ในชุมชนที่ได้สังเคราะห์เป็นแบบจำลองที่มีลักษณะเป็นเกลียวของความรู้ที่เชื่อมต่อกัน เมื่อมีการนำไปใช้และพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ก็จะมีเพิ่มพูนความรู้ยิ่งขึ้น งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งโดย กนกวรรณ ชูชาญ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชนบ้านผาหมอน ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีอยู่ และศึกษากระบวนการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมของผู้นำชุมชน รวมถึงส่งเสริมให้เกิดแนวทางการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มผู้นำ

ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรวัฒนธรรมซึ่งก็คือองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับธรรมชาติ และมีการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมโดยอาศัยการถ่ายทอดและนำไปใช้ ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม สำหรับกระบวนการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมของผู้นำชุมชนจากอดีตถึงปัจจุบันนั้น มีรูปแบบการจัดการความรู้ตามแนวประเพณี เกิดกลไกในการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนและส่วนหนึ่งเกิดการเรียนรู้จากกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ นำความรู้มาใช้อย่างมีจุดยืน สามารถค้นพบศักยภาพของกลุ่มผู้นำชุมชนที่ริเริ่มนำเปลี่ยน (Agent of Change) และเกิดการหมุนเวียนของกระบวนการจัดการความรู้แบบ SECI Model ผ่านเวทีการเรียนรู้ชุมชน เพื่อยกระดับความรู้และหาแนวทางในการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรม ข้อค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ เวทีเรียนรู้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการกระตุ้นให้ผู้นำชุมชนเกิดกระบวนการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมด้วยตนเอง ทำให้เกิดการค้นพบกำหนดเป้าหมาย พัฒนาทักษะ และสร้างแรงจูงใจในการฟื้นฟูองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ใหม่จากรุ่นสู่รุ่น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการนำข้อมูลและความรู้ของคนในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาวิเคราะห์และนำไปสู่การพัฒนาแบบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มแม่น้ำภาคกลาง คณะผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิจัยเอกสาร 2) การสนทนากลุ่ม และ 3) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีเกลียวความรู้ (Knowledge Spiral: SECI Model) เป็นพื้นฐานในการวิจัย สำหรับพื้นที่ในการวิจัยนั้น คณะผู้วิจัยได้เลือกแหล่งท่องเที่ยวจากกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลางเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาจำนวน 1 แห่ง คือ ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มวิถีชีวิตตลาดน้ำ โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยโดยการสุ่มเจาะจง (Purposive Sampling) คณะผู้วิจัยได้จัดการสนทนากลุ่มเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 6 คน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน ขั้นตอนการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการสนทนากลุ่ม

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) คณะผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ประเด็นสนทนาที่ตรงตามวัตถุประสงค์และไม่ให้มีหลากหลายประเด็นจนเกินไป ซึ่งประเด็นหลักในการสนทนา ได้แก่ สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือฝึกอบรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการนำประสบการณ์จากการไปศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้

3. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) คณะผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยหลากหลายวิธีในประเด็นเดียวกัน โดยคณะผู้วิจัยได้ใช้การสังเกตควบคู่กับการสนทนากลุ่ม และยังได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารของชุมชนที่เก็บรวบรวมไว้ด้วย นอกจากนี้ยังได้นำเอาข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทั้งหมดไปตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในชุมชนอีกครั้งหนึ่ง ต่อจากนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบแล้วมาทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งเป็นการนำข้อสรุปย่อย ๆ ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาเชื่อมโยงกัน เพื่อหาข้อสรุปที่ตอบคำถามการวิจัย ซึ่งคณะผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดการจัดการความรู้และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

องค์ความรู้และการจัดการความรู้ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

จากการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบว่าองค์ความรู้ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. องค์ความรู้ด้านสถาปัตยกรรม คือ บ้านเรือนไม้โบราณริมน้ำที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสภาพแวดล้อมริมฝั่งคลองอัมพวา บ้านเรือนของชาวบ้าน สภาพแวดล้อมริมฝั่งแม่น้ำ และสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์การตั้งถิ่นฐาน เช่น โบสถ์ วัด เรือนแพ เป็นต้น โดยสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่ใกล้เคียงกับของเดิมแต่มีความทรุดโทรม เพื่อรักษาคุณค่าและองค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรมเอาไว้ ในปี 2546 จึงได้มีการซ่อมแซมอาคารไม้ต่าง ๆ ตามพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อให้เก็บรักษาสถาปัตยกรรมเก่าแก่เอาไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่อไป

2. องค์ความรู้ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น คือ การแข่งเรือถือเป็นการประเพณีดั้งเดิมที่สะท้อนวิถีชาวบ้านลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ซึ่งชาวอัมพวากำลังฟื้นฟูให้เกิดขึ้นอีกครั้ง

3. องค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาอาชีพ คือ การผลิตเกลือ การผลิตน้ำตาลมะพร้าว การสานหมวก การพายเรือขายของทั้งในรูปแบบของการขายสินค้าและการประกอบอาหารขายในเรือ

ตารางที่ 1 แสดงองค์ประกอบของการจัดการความรู้ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีเกลียวความรู้ (SECI Model)

องค์ประกอบของ การจัดการความรู้	สถาปัตยกรรม		ขนบธรรมเนียม ประเพณี		ภูมิปัญญาอาชีพ			
	บ้านเรือน	สภาพแวดล้อม	การแข่งขันเรือ	วิถีชีวิตดั้งเดิม	การทำน้ำตาล	การผลิตเกลือ	การสานหมวก	การพายเรือขายของ
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization)								
การถ่ายโอนแลกเปลี่ยนความรู้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การสกัดความรู้ (Externalization)								
การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
การฝังหรือการผนึกความรู้ (Internalization)								
การผสมผสานความรู้ภายในและภายนอก	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓
การผนวกความรู้ (Combination)								
การตกผลึกความรู้ ย้อนกลับไปเป็นความรู้ใหม่ ๆ	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓

ทั้งนี้การจัดการความรู้ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาที่จะนำไปสู่การอนุรักษ์ประกอบไปด้วย 4 รูปแบบ คือ การออกกฎระเบียบ การเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ที่อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ การพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลอย่างไม่เป็นทางการ และการบันทึกข้อมูลไว้ในเอกสารงานวิจัย

1) **การออกกฎระเบียบ** ชุมชนอัมพวาได้มีการออกกฎระเบียบว่าห้ามสร้างอาคารที่สูงเกิน 7.5 เมตร เพื่อคงรูปแบบของสิ่งปลูกสร้างให้เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ด้านสถาปัตยกรรม ในด้านของวิถีชีวิตได้มีการจัดตั้งชมรมเรือเพื่อจัดระเบียบการให้บริการนักท่องเที่ยว และเพื่อให้สามารถคงวิถีเดิมของชุมชนไว้

2) **การเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์** มีการจัดเก็บและเผยแพร่ความรู้ให้ดำรงอยู่กับตลาดน้ำและชุมชน โดยพื้นที่ของโครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ที่เป็นแหล่งในการศึกษาและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชนที่สำคัญ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) พื้นที่สวนชัยพัฒนานุรักษ์ เป็นพื้นที่สวนผลไม้ดั้งเดิมและสวนเกษตรแบบผสมผสานไม่ใช้สารเคมี มีการปลูกพันธุ์พืชท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาและวิถีชีวิตท้องถิ่นอัมพวาในด้านการเกษตร ส่งเสริมให้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเกษตรระหว่างเกษตรกรชาวสวน นักวิชาการ และผู้สนใจ 2) ลานวัฒนธรรมนาคะวะรังค์และลานสวนชัยพัฒนานุรักษ์ เป็นลานอเนกประสงค์สำหรับการจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ชุมชนและคนในท้องถิ่นเข้าพื้นที่เพื่อจำหน่ายหรือจัดแสดงสินค้าที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างรายได้และสร้างเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอีกด้วย 3) ห้องนิทรรศการชัยพัฒนานุรักษ์ เป็นพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการเรื่องราวทางวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยหมุนเวียนให้สอดคล้องกับการจัดงานเทศกาล กิจกรรมภายในพื้นที่โครงการฯ เปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้สนใจเข้าร่วมจัดนิทรรศการ โดยให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ ความภาคภูมิใจแก่ชุมชน ส่งเสริม เผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนและท้องถิ่น

3) **การพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลอย่างไม่เป็นทางการ** เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเป็นชุมชนขนาดเล็ก ดังนั้น การแลกเปลี่ยนความความคิดเห็นในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการจึงเกิดขึ้นได้ง่ายและบ่อยครั้ง ทั้งในพื้นที่ของชุมชนและในพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวา สถานที่ที่คนในชุมชนพบปะพูดคุยกัน เช่น บ้านเรือน บริเวณริมตลาดน้ำ และร้านค้าภายในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ยังเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนะแสดงความคิดเห็นในแง่มุมต่าง ๆ ตามแต่วาระหรือกิจกรรมที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และนำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

4) **การบันทึกข้อมูลไว้ในเอกสารงานวิจัย** เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจึงมีการรวบรวมความรู้ในรูปแบบนี้ค่อนข้างมาก โดยมีทั้งนักวิจัยและนักวิชาการที่เข้ามาเก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปเผยแพร่ในรูปแบบของรายงานวิจัย และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือประชาชนที่บันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ของอัมพวาไว้อย่างมากมายและหลากหลายรูปแบบ เช่น หนังสือท่องเที่ยว หนังสือบอกเล่าเรื่องราววิถีชุมชน เป็นต้น

กระบวนการสร้างและถ่ายทอดความรู้ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

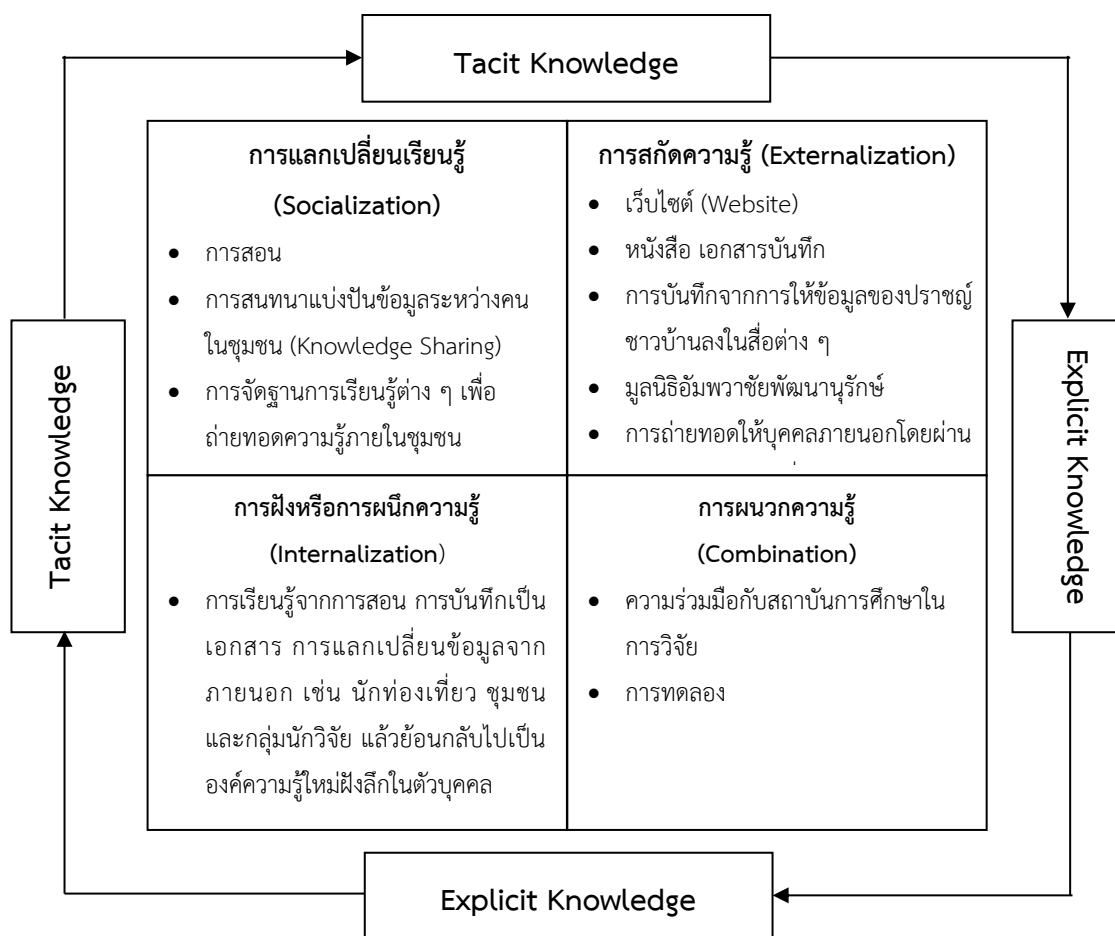
จากการรวบรวมข้อมูล พบว่า ชุมชนตลาดน้ำอัมพวามีกระบวนการสร้างและถ่ายทอดความรู้ตามแนวคิดการจัดการองค์ความรู้แบบ SECI Model ดังภาพที่ 2 ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. **การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization)** มีการแบ่งปันประสบการณ์หรือความรู้ที่ฝังลึกในตัวตน (Tacit Knowledge) ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบของการแบ่งปันข้อมูลระหว่างคนในชุมชน (Knowledge Sharing) การจัดฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ รวมถึงการถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ในเชิงธุรกิจ

2. **การสกัดความรู้ (Externalization)** มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึกในตัวตน (Tacit Knowledge) และการแบ่งปันประสบการณ์ของบุคคล รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนออกมาเป็นความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งตลาดน้ำอัมพวามีการถ่ายทอดความรู้ผ่านการจัดเก็บเป็นข้อมูลที่ได้แสดงไว้ในเว็บไซต์ (Website) แผ่นพับ เอกสารบันทึก หนังสือต่าง ๆ ข้อความที่บันทึกจากคำสอนของปราชญ์ชาวบ้าน รวมถึงการแสดงข้อมูลไว้ในอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้ามาศึกษาหาความรู้ ซึ่งมูลนิธิดังกล่าวเป็นสถานที่ที่ใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ของตลาดน้ำอัมพวาและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมสู่ภายนอกได้อย่างครบถ้วน เช่น การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำเกลือ การสานหมวก ศิลปะการแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่น เทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรูปแบบวิถีชีวิตของชุมชนอัมพวาอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากลงมือปฏิบัติจริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถลองเรือชมวิถีชีวิตชุมชนริมฝั่งแม่น้ำ เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิม ทำบุญไหว้พระ และสักบาตรพระสงฆ์ที่พายเรือมาบิณฑบาตรริมน้ำ

3. **การผนวกความรู้ (Combination)** เป็นกระบวนการผนวกรวมความรู้ชัดแจ้งที่ได้จากการสกัดความรู้เข้าด้วยกัน และมีการเชื่อมโยงความรู้ภายในกับความรู้ภายนอก การให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในการทำวิจัย รวมถึงการทดลองสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปใช้ในทางปฏิบัติได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ชุมชนตลาดน้ำอัมพวามีการนำความรู้ที่ได้รับจากภายนอก เช่น ผลการวิจัย ความต้องการของลูกค้า และเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาประยุกต์ใช้และผสมผสานกับองค์ความรู้เดิม เพื่อปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการจัดตั้งชมรมเรือเพื่อจัดระเบียบการให้บริการนักท่องเที่ยว และป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติหรือวิถีชุมชน และมีการพัฒนากระบวนการการผลิตน้ำตาลมะพร้าวจากเดิมที่ใช้เตาโบราณซึ่งมีความล่าช้าในการผลิต เปลี่ยนมาเป็นเตาเฉลี่ยความร้อนในปัจจุบัน แต่ก็ยังคงเอกลักษณ์การผลิตน้ำตาลมะพร้าวแท้ดั้งเดิมไว้

4. **การฝังหรือการผนึกความรู้ (Internalization)** องค์ความรู้ที่เห็นได้ชัดในขั้นนี้เป็นการต่อยอดมาจากการผนวกความรู้ ที่เป็นผลจากการเชื่อมโยงการเรียนรู้ การปฏิบัติจริง และการทดลองต่าง ๆ ในการปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา รวมถึงการประยุกต์รูปแบบการทำน้ำตาลมะพร้าว ซึ่งความรู้เหล่านี้จะถูกถ่ายทอดหรือส่งต่อไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในชุมชนและบุคคลภายนอกอย่างต่อเนื่อง



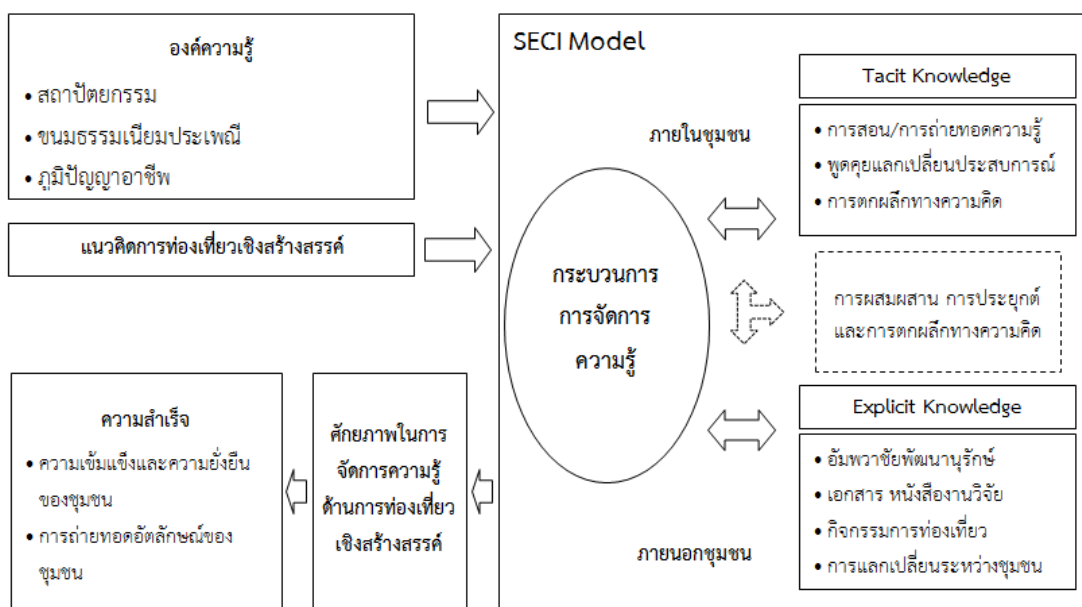
ภาพที่ 2 การวิเคราะห์กระบวนการสร้างและการถ่ายทอดความรู้ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาตามแนวคิด SECI Model

อภิปรายผลการวิจัย

ชุมชนตลาดน้ำอัมพวาสามารถนำการจัดการความรู้มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลายดังแสดงในภาพที่ 3 ซึ่งองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) องค์ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรม 2) องค์ความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี และ 3) องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาชีพ ทั้งนี้เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีเกลียวความรู้ (SECI Model) จะเห็นได้ว่า กระบวนการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาค่อนข้างครบถ้วนตามแนวคิด SECI Model โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) และการสกัดความรู้ (Externalization) ในองค์ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญา ส่วนการฝังหรือการผนึกความรู้ (Internalization) และการผนวกความรู้ (Combination) นั้น มีอยู่ในองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาอาชีพ โดยแบ่งเป็น 1) ความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) ในตัวคนที่อยู่ภายในชุมชน ซึ่งเกิดขึ้นผ่านการสอน/การถ่ายทอดความรู้ การพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงการตกผลึกทางความคิดต่าง ๆ และ 2) ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ที่สะท้อนผ่านเอกสาร บันทึก หนังสือ งานวิจัย เว็บไซต์

ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลักดันให้คนในชุมชนมีการจัดการความรู้ในเรื่องอื่น ๆ ด้วย เช่น การจัดการความรู้ที่เน้นการให้ความรู้กับคนรุ่นใหม่ มุ่งเน้นการอนุรักษ์การประกอบอาชีพดั้งเดิมให้คงอยู่ เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรวดเร็ว ดังนั้นชุมชนจึงต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง และต้องหาแนวทางในการปลูกฝังความร่วมมือร่วมใจ การสร้างจิตสำนึกของการอนุรักษ์ และความหวงแหนรูปแบบวิถีชีวิตหรือองค์ความรู้ของคนในชุมชนให้มากขึ้น ไม่ปล่อยให้ตลาดน้ำอัมพวากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการขับเคลื่อนไปในเชิงเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นนอกจากจะช่วยดำรงไว้ซึ่งองค์ความรู้อันล้ำค่าของชุมชนแล้ว ยังนำไปสู่ความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชนอีกด้วย



ภาพที่ 3 ภาพรวมการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมให้ชุมชนตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังต่อไปนี้

1. เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ชุมชนและหน่วยงานในท้องถิ่นควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ด้านงบประมาณ หน่วยงานในท้องถิ่นควรได้รับการจัดสรรงบประมาณสำหรับการจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน เช่น เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ ชุมชนแห่งการเรียนรู้ และการสับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน รวมถึงงบประมาณสำหรับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการ

การจัดการความรู้ เช่น การพัฒนาระบบฐานข้อมูล การจัดทำแผนที่ความรู้ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยทำให้แสวงหาความรู้จากแหล่งใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น เกิดการเข้าถึงความรู้ และมีการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ

1.2 ด้านการอบรมให้ความรู้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดโครงการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน เกี่ยวกับการจัดการความรู้ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้กลุ่มบุคคลดังกล่าวเกิดความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ และมีการนำความรู้ไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนของตนเอง

1.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดการความรู้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ เนื่องจากการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นจะช่วยส่งเสริมศักยภาพชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และคนในชุมชน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนตามอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เช่น การจัดหลักสูตรอบรมบุคลากรระดับท้องถิ่นให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในท้องถิ่นควรร่วมมือกันพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง กิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบนี้นอกจากจะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวยังชุมชนเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังสามารถช่วยสร้างจิตสำนึกและกระตุ้นให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าและร่วมกันอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาสภาพการณ์ ปัญหา และอุปสรรค รวมถึงระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของคนในชุมชน

2. ควรมีการศึกษากิจกรรมจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทที่กว้างขึ้น รวมถึงอาจนำกระบวนการจัดการความรู้ของแต่ละชุมชนหรือแต่ละพื้นที่มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน เพื่อค้นหาชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการความรู้ และนำไปสู่การเป็นพื้นที่ต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชุมชนในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากโครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษาและพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ ภายใต้สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ประจำปี พ.ศ. 2558

References

- Charoenkul, Nuntarat. (2010). Knowledge Management. *Journal of Education*. 21(1), 13-25.
- Choochan, Kanogwan. (2009). *Knowledge Management of Cultural Resource by Community Leadership for Tourism: Ban Phamon Community, Doi Inthanon, Chiangmai Province, Thailand*. Thesis paper for Degree of Master of Arts, Cultural Management, College of Innovation, Thammasat University.
- Kaewsanga, Paimanee and Chamnongsri, Nisachol. (2012). Creative Tourism: A New Choice of Thai Tourism. *Suranaree Journal of Science and Technology*. 6(1), 91-109.
- Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Office of the National Economics and Social Development Board. (2017). *The 12th National Economics and Social Development Plan (2017-2021)*. Bangkok, The Prime Minister's Office.
- Sindecharak, Teera and Sangsanit, Naligatipak. *The Creative Tourism: Perception of tourists readiness of entrepreneur and possibility of creative tourism in Thailand*. Retrieved August 24, 2016, from https://www.academia.edu/6073173/%E0%B8%9C%E0%B8%A8.%E0%B8%94%E0%B8%A3.%E0%B8%98%E0%B8%B5%E0%B8%A3_%E0%B8%B0_%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A91
- Wanichritta, Thanyaporn. (2007). *Knowledge management in community : a case study of ecotourism management by participation of the community, Samut Songkhram province*. Thesis paper for Degree of Master of Education, Major Educational Technology, Sillapakorn University.
- Wisudthiluck, Suddan et al. (2012). Creative Tourism as Viable Means to Sustainable Community. *Thammasat Journal*. 31(2), 76-86.
- Wisudthiluck, Suddan et al. (2013). *Creative Tourism*. Bangkok: Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization).



Pananda Chansukree, Ph.D., Doctor of Philosophy Program in Development Administration (International Program), Director of Center for Quality of Life and Community Wellbeing, Research Center, National Institute of Development Administration (NIDA).



Naline Phansaita, Master of Science in Research for Administration and Management, National Institute of Development Administration (NIDA), Instructor, Business Administration and General Education Office, Dusit Thani College.



Pailin Chuayok, Master of Science in Research for Administration and Management, National Institute of Development Administration (NIDA), Manager of Intelligence and Information Center, National Institute of Development Administration (NIDA).



Nitinai Rungjindarat, Master of Science in Risk Management, Insurance and Actuarial Science, National Institute of Development Administration (NIDA), Instructor, Business Administration and General Education Office, Dusit Thani College.