รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร

Cultural Creative Tourism Management of The Old Chao Phraya River Thonburi Communities Area: Case Study in Talad Phlu-Wat Phonimitr

โดย ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน และคณะ

กรกฎาคม 2558

สัญญาเลขที่ RDG5650013

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู – วัดโพธินิมิตi

Cultural Creative Tourism Management of The Old Chao Phraya River Thonburi Communities Area: Case Study in Talad Phlu-Wat Phonimitr Area: Case Study in Talad Phlu-Wat Phonimitr

คณะผู้วิจัย สังกัด
1. ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน
2. ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล
3. นางสาวอรรจนียา วงศ์กิจการวานิช
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ชุดโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ใช้ระยะเวลาศึกษาวิจัย 1 ปี จนบรรลุวัตถุประสงค์ สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างดีจากหลายองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคชุมชน ภาคประชาสังคมในย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร และย่านใกล้เคียง คณะวิจัยขอขอบคุณทุกท่านมา ณ.โอกาสนี้

ขอขอบคุณเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขงานวิจัยฉบับนี้จนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

ขอขอบคุณสำนักงานเขตธนบุรี กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลด้านแผนและนโยบาย และข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการวิจัย ตลอดจนสถานที่จัดกิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู, โครงการหนูน้อยนำเที่ยว..ยลเสน่ห์ตลาดพลู, โครงการสอนศิลปะ สานวัฒนธรรม มรดกตลาดพลู ชุมชนธนบุรี และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ผ่านมา สถาบันการศึกษาโรงเรียนวัดราชคฤห์ โรงเรียนวัดอินทาราม โรงเรียนกงลี้จงซัน โรงเรียนวัดใหม่ยายนุ้ย โรงเรียนอัปสรสวรรค์ ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ ตลอดจนให้ความร่วมมือจัดส่งวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ บุคลากรและนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการวิจัยครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

กราบนมัสการขอบพระคุณท่านเจ้าอาวาส และพระคุณเจ้าทุกรูป วัดโพธินิมิตรสถิตมหาสีมาราม วัดราชคฤห์ววิหาร วัดจันทารามวรวิหาร วัดอินทารามวรวิหาร วัดเวฬุราชิน ที่อนุเคราะห์อุปกรณ์เครื่องเสียง สถานที่ประชุม การจัดเวทีสาธารณะ และวิทยากรบรรยายพิเศษด้านข้อมูลสำคัญทางประวัติศาสตร์

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างการวิจัยและผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ชุมชนวัดราชคฤห์ ชุมชนวัดใหม่ยายนุ้ย ชุมชนริมทางรถไฟ ชุมชนตรอกโรงเจ ชุมชนมัสยิดสวนพลู และชุมชนใกล้เคียง ผู้อาวุโส ปราชญ์ชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องวิถีชีวิตความเป็นมาดั่งเดิม ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมชุมชนสำหรับที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างมาก และนายพิสัณฑ์ ชุ่มวิจิตร หัวหน้า อปพร.ตลาดพลู ที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจร การประสานงานร่วมกับภาคประชาสังคมประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยสู่ชุมชน และดร.วีระพันธ์ ชินวัตร คณบดี คณะสถาปัตยกรรม-ศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ปรึกษาโครงการ ที่ให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางการวิจัย ทำให้วิจัยรายงานฉบับนี้ได้รับความสำเร็จอย่างความสมบูรณ์

อนึ่ง คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่มากก็น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่ผู้สนับสนุนทุกท่าน และผู้ที่นำงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้นคณะผู้วิจัยขอน้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากทุกท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาวิจัยต่อไป

คณะวิจัย

บทสรุปผู้บริหาร

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ

1.1 ชื่อโครงการ

(ภาษาไทย) โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

(ภาษาอังกฤษ) Cultural Creative Tourism Management on the old Chao Phraya River Thonburi Communities: Case Study Talad Phlu-Wat Phonimitr

1.2 ชื่อคณะผู้วิจัย

ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธ์กุล e-mail : tantini3@gmail.com
ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน e-mail : budsakayt.int@mail.kmutt.ac.th
อาจารย์ อรรจนียา วงศ์กิจการวานิช e-mail : atjaneeya315@hotmail.com
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

การวิจัยครั้งนี้เป็นทุนวิจัยมุ่งเป้าตอบสนองความต้องการในการพัฒนาประเทศ ได้รับทุนวิจัยในกลุ่มเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยว ปี 2556 จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ประกอบด้วยแผนงานหลัก โครงการศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณ แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร โครงการย่อย 1 โครงการวิจัยเพื่อศึกษา และสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร และโครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชน บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

โครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชน บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่า ให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน
2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน
3. เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน
4. เพื่อกำหนดทิศทางและการบริการจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน โดยมีกลุ่มประชากรที่ศึกษา

สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่า ให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน

การดำเนินการศึกษาวิจัยใช้แนวความคิดด้านการจัดการองค์ความรู้ ในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล โดยจะมีการจัดการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักวิจัย องค์กรการปกครองท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงานองค์กรในชุมชน และประชาชน ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่ายทอด และถ่ายโอนความรู้ และประสบการณ์ด้านการศึกษาวิจัย และแนวทางการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพองค์กรต่าง ๆ ดังกล่าวในการสังเคราะห์ และจัดทำแผนบริหารการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการกำหนดนโยบาย และแผนกลยุทธ์ แก่ภาคประชาชนในเรื่องการพัฒนาทุนเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยในการนำไปใช้ประกอบเป็นข้อมูลในการกำหนดมาตรการ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ โดยองค์กร หรือหน่วยงานของรัฐ

2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน

รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการจัดการโดยชุมชนและอยู่บนพื้นฐานของชุมชน โดยการผสมผสานสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเอง นำไปสู่การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนในชุมชน ทำให้เกิดการอนุรักษ์ และภูมิใจในชุมชน โดยการรณรงค์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านทางสื่อหลายรูปแบบตลอด จนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวด้านการท่องเที่ยวทุกฤดูกาลตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าด้านทางสังคมและวัฒนธรรม การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ บทความเผยแพร่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

3. เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน

การรวบรวมข้อมูลที่สำคัญในแหล่งวัฒนธรรมดั่งเดิมในพื้นที่ศึกษา มาจัดระเบียบข้อมูลโดยการแปลงผลการศึกษาเพื่อสรรค์สร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นรูปธรรมในรูปแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การแปลงผลการศึกษาเพื่อสรรค์สร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นรูปธรรมในรูปแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว สร้างระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์เกี่ยวกับทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมและสร้างดัชนีชี้วัด

ด้านวัฒนธรรมกับการพัฒนาเพื่อประโยชน์ในการบริหารงานและการติดตามประเมินผล โดยการการพัฒนาและสร้างความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมไทยส่งเสริมและประสานชุมชนและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจ และขีดความสามารถในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อท้องถิ่น การสร้างทุนทางสังคม ทุนเชิงวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น การท่องเที่ยว ต้องการให้ประชาชนได้เรียนรู้การสร้างอาชีพเพื่อให้ประชาชนที่ไม่มีงานทำ มีอาชีพที่สุจริต การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่ประสิทธิภาพการผลิต

4. เพื่อกำหนดทิศทางและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจะมีความเป็นไปได้สูงในการนำปฏิบัติ เนื่องจากเป็นผลงานที่ทุกภาคส่วนในชุมชนร่วมกันศึกษาและจัดทำ จึงมีความสอดคล้องกับบริบท และภูมิสังคมของชุมชน และอยู่บนศักยภาพของเนื้อที่และความสามารถในการบริหารจัดการของท้องถิ่นได้ ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ ได้ โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ทั้งใน และระหว่างประเทศ ส่งเสริม และประสานชุมชน และองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจ และขีดความสามารถในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อท้องถิ่น สนับสนุนการจัดทำ และประสานแผนปฏิบัติการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางด้านวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา และการสนับสนุนการจัดทำและประสานแผนปฏิบัติการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางด้านวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา

ประโยชน์ของการนำผลวิจัยไปใช้ในเชิงนโยบาย

คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ภาครัฐที่ได้รับประโยชน์

1. สนับสนุนให้มีการเรียนรู้ ชุมชนมีความเป็นเอกภาพ และเป็นชุมชนเข้มแข็ง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนกับภาครัฐท้องถิ่น
2. มรดกวัฒนธรรมมีการจัดการอย่างยั่งยืน เป็นต้นทุนในการพัฒนาด้านต่างๆในทางที่ดีขึ้น
3. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนที่ผลิตได้อีกด้วย

ภาคธุรกิจเอกชนที่ได้รับประโยชน์

1. มีแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ คุณค่า และยั่งยืน

2. การสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการรักษา และอนุรักษ์มรดก เชิงวัฒนธรรม ฟื้นฟูวัฒนธรรม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น
3. การวางแผนเพื่อการลงทุนที่คุ้มค่า มีความมั่นใจที่จะลงทุนกับธุรกิจการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

นักท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์

1. การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีตามความคาดหวัง
2. คุ้มค่ากับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งสินค้าและการบริการ
3. นักท่องเที่ยวมีส่วนในการสนับสนุนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน และชุมชนได้รับประโยชน์แน่นอน

ภาคประชาชนที่ได้รับประโยชน์

1. ได้กรอบความคิด และแนวทางในการพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการ เกิดการเก็บหลักฐานเชิงประจักษ์ไว้สำหรับเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการตรวจสอบ และประเมินตนเอง เพื่อการปรับประยุกต์ใช้สำหรับผู้ที่จะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการศึกษาและการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อไป
2. เป็นการสร้างคุณภาพและยกระดับการท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นทุนเชิงวัฒนธรรมดั่งเดิม ก่อให้เกิดการวางแผน
3. การดำเนินงานการเก็บรักษามรดกเชิงวัฒนธรรม และการประเมินตนเองให้ได้มาตรฐาน และเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนอย่างยั่งยืน
4. เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการเลือกใช้บริการที่ได้การรับรองมาตรฐาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

1. การศึกษาการบูรณาการกับการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น
2. การนำแผนงานหรือโครงการไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อสร้างแรงจูงใจในพื้นที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการ และที่มาของงบประมาณ รวมถึงแผนงานในการดำเนินงานช่วงเวลาต่างๆ
3. การนำแผนงานการบริหารโครงการมาศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการเตรียมความพร้อมด้านการออกแบบสร้างสรรค์สภาพแวดล้อม เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้านการท่องเที่ยวต่อไป

บทคัดย่อภาษาไทย

สัญญาเลขที่	RDG5650013
หัวหน้าโครงการ	ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน
E-Mail	Budsakayt.int@mail.kmutt.ac.th
ชื่อโครงการ	โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร
ชื่อคณะผู้วิจัย	1. ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน หัวหน้าโครงการย่อย 2. ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล 3. อาจารย์อรรจนียา วงศ์กิจการวานิช
ระยะเวลา	1 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ถึง 31 กรกฎาคม พ.ศ.2557 ได้รับทุนวิจัยในกลุ่มเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยว ปี 2556 จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม โดยใช้รูปแบบการการวิจัยแบบการมีร่วม “ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบร่วมพัฒนา และร่วมรับผลประโยชน์” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นภาครัฐ ที่ประกอบด้วยหน่วยงานราชการ ที่เกี่ยวข้อง ภาคธุรกิจชุมชน เพื่อการลงทุนที่คุ้มค่า มีความมั่นใจที่จะลงทุนกับธุรกิจการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน และภาคประชาชน ได้ประโยชน์ในการสร้างคุณภาพและยกระดับการท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นทุนเชิงวัฒนธรรมดั่งเดิม ก่อให้เกิดการวางแผน การดำเนินงานการเก็บรักษามรดกเชิงวัฒนธรรม และการประเมินตนเองให้ได้มาตรฐาน และเพื่อการเพิ่มศักยภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าศักยภาพ ความพร้อมของชุมชนสามารถสร้างฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ และจากการที่ชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมพัฒนา และร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมกันนั้นเป็นการกำหนดทิศทางเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในชุมชนได้เป็นอย่างดี เป็นจุดเริ่มต้นการขับเคลื่อนชุมชนเข้มแข็ง ทำให้คนภายนอก เช่น นักท่องเที่ยว นักวิชาการ นักประวัติศาสตร์ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกับชุมชนในพื้นที่มากขึ้น มีความสัมพันธ์กับการประกอบอาชีพจนกลายเป็นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัยจากการประเมินผลการวิเคราะห์การใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบบันทึก และสำรวจลักษณะทางกายภาพแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มแบบมีส่วนร่วม กิจกรรมนำร่อง และการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ส่งผลดีต่อชุมชนเป้าหมายทั้งหมดและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น คือ การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนเรื่องแนวความคิด องค์ความรู้เรื่องการอนุรักษ์การท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน (Capacity Building) คือ ชุมชนได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมมากขึ้นตามศักยภาพพื้นฐาน และความต้องการของชุมชนที่แตกต่างกัน

- เกิดการสร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม (Networking) ระหว่างภาคีองค์กรภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาชน ในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- เกิดทิศทาง และแนวทางในการพัฒนางานท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในทุกชุมชนเป้าหมายที่สามารถไปสู่การปฏิบัติจริงได้
- ผลการวิจัยทั้งสามประการเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของชุมชนที่นำไปสู่เป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คณะผู้วิจัยสรุปผลการดำเนินการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ๆ จากการเสวนากลุ่ม การวิเคราะห์แผนนโยบาย ยุทธศาสตร์ ศักยภาพ และข้อจำกัดในการจัดแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมสามารถแยกออกเป็นกลุ่มสาระสำคัญได้ดังนี้

- กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรม การความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนสิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ มรดกทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ทรัพยากร สารธารณะ เป็นต้น
- กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม เช่น เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม กิจกรรมประจำปี อาหารประเพณี การแสดง การละเล่น เป็นต้น
- กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
- กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจ และการทำงานผู้บริหารของส่วนราชการ เพื่อสอบถามถึงนโยบาย แผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนา แผนปฏิบัติงาน ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำมีความเข้มแข็งความร่วมมือของประชาขนในท้องถิ่นฐานทรัพยากรชุมชน

การวิจัยของโครงการนี้จึงใช้กระบวนการวิจัยที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาวิจัยซึ่งประโยชน์โดยตรงที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ การดำเนินการศึกษาวิจัยใช้แนวความคิดด้านการจัดการองค์ความรู้ ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่ายทอดและถ่ายโอนความรู้ และประสบการณ์ด้านการศึกษาวิจัยและแนวทางการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพองค์กรต่างๆดังกล่าวในการสังเคราะห์ และจัดทำแผนบริหารการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการจัดการโดยชุมชนและอยู่บนพื้นฐานของชุมชน โดยการผสมผสานสิ่งต่างๆที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อเสริมการดำเนินงานท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเอง นำไปสู่การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนในชุมชน ทำให้เกิดการอนุรักษ์ และภูมิใจในชุมชน และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจะมีความเป็นไปได้สูงในการนำไปปฏิบัติ เนื่องจากเป็นผลงานที่ทุกภาคส่วนในชุมชนร่วมกันศึกษาและจัดทำ จึงมีความสอดคล้องกับบริบทและภูมิสังคมของชุมชน และอยู่บนศักยภาพของเนื้อที่และความสามารถในการบริหารจัดการของท้องถิ่นได้ ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ชุมชนอื่นได้

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ
Abstract

Title: The Creative Tourism Management of The Old Chao Phraya River Thonburi Communities Area: Case Study on Talad Phlu – Wat Pho Nimitr

The research aims to study the potential of cultural creative tourism management. The key concept of the research methods focuses on planning practices for development and co-beneficiaries. The sampling group includes government related community sectors to get involved in a worthwhile investment in tourism. Since the tourist attraction has been recognized, the public sector serves as an instrument in establishing the quality and level of tourism. Tourism in the city referring to a tourist community achieves an authentic sustainable human culture which should be revitalized. To enhance community sustainability, planning, operation, preservation of cultural heritage and self-assessment of standards are essential.

Therefore, it can be said that the potential of having available database to promote tourism can help the community to envision, to plan, to cooperate and to share cooperatively the responsibilities in order to gain more benefits. Generally, the direction for tourism management in the creative community will be set, and it becomes an initial drive to establish a strong community. With a larger community, people such as tourists, scholars, and historians take part in the activities in correlation with their occupations to support sustainable tourism.

Methods of evaluation and analysis of the research involve exploring the physical environment, using questionnaires, interviews, and group discussions. In addition, pilot project and collected data can benefit the target community in terms of the following community development.

To increase the community's capacity to understand the concept and knowledge of tourism conservation (Capacity Building) and also to attract tourists to gain knowledge. Understanding the cultural tourism initiative provides a greater potential of community-based varying needs. The creation of a network of partners in tourism and cultural creativity (Networking) among the different parties: public and private sectors and local government. The public sector collaborates in the promotion and development of tourism within the community.

The direction and guidance in the development of community tourism requires implementation of goals and participation in the community. The three findings are the most significant components in the development of creative tourism. The cultural community is considered as a prime mover towards achieving goals of sustainable cultural tourism initiative.

The results of the research carry out major issues. Items from the discussions, analysis of potential strategic plans, policies, and restrictions on the creation of cultural tourism can be separated into the following groups:

1. The creative cultural tourism area consists of architecture, social community environment, history, architectural and cultural heritage, natural resources, and medicine which can be observed by the public.
2. The events involve group discussions and as a pilot project, it includes a profound understanding of creative and cultural tourism. The major event also consists of annual historical ritual performances, skits, food, traditions, etc.
3. The principle of management includes management systems such as tourism management and publicity.
4. The essence of the organization includes in-depth interviews to inquire about the mission and work of the civil administration, and to investigate about policies, strategies, development plans and experiences in working with communities. Cultural tourism initiative offers a strong sense of community leadership, and it strengthens the cooperation of the people as local community resources.

The research process of the project allows the community to participate in the study since it is based on the concept of knowledge management. In the study and data collection, there are advantages of transferring knowledge, sharing experiences in the research and community development, increasing consolidation of organizations, and effective management plan for cultural tourism initiative, a form of tourism which is managed by the community and which is based in the community.

By combining resources, there is subsistence of lifestyle, culture, natural resources and environment to complement tourism and tourists' knowledge. Interaction with the community and exchange of knowledge and ideas lead to community development.

Establishing the involvement of the community also increases the bond of the community. The conservation pride in a community and the creative approach to travel management have a high possibility of implementation. As a contribution, all sectors of the community need to participate in collective study and preparation. It is consistent with the context and social landscape of the community including the potential of the area and the ability of the local administration. Therefore, the results can be applied in other communities.

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ
บทสรุปผู้บริหาร
บทคัดย่อ
สารบัญแผนภาพ
สารบัญภาพ
สารบัญตาราง
บทที่ 1 บทนำ
1. ที่มาและสาระสำคัญของงานวิจัย 1
2. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย 1
3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย 2
4. ขอบเขตการวิจัยและวิธีการศึกษา 2
4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา 2
4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา 3
5. คำสำคัญ 5
6. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา 5
7. ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย 5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1. แนวคิด และทฤษฎี 6
1.1 แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 7
1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 8
1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว 9
1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว 10
1.5 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง 10
1.6. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด 10
1.7. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ 11
2. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 11
2.1 วิสัยทัศน์ 11
2.2 พันธกิจ 11
2.3 ยุทธศาสตร์ และแนวทางพัฒนา 12
3. ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 14
3.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว 14
3.2 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว 15
3.3 ระบบการท่องเที่ยว 17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. การท่องเที่ยวโดยชุมชน	18
4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	18
4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน	19
4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน	20
4.4 แนวความคิดเกี่ยวกับชุมชนและองค์กรชุมชน	22
4.5 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วม:เครื่องมือสำคัญที่นำไปสู่ชุมชนยั่งยืน	24
4.6 การท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	24
4.7 หลักการพื้นฐานที่สำคัญ	24
4.8 การเตรียมความพร้อมต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	25
5. การสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	25
5.1 ความหมายของชุมชนเข้มแข็ง	25
5.2 องค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็ง	26
5.3 ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง	27
5.4 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน	27
5.5 แนวทางการพัฒนาให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง	28
5.6 การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน	30
5.7 การเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูลกัน	31
5.8 บทบาทของภาคีการพัฒนาให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง	31
6. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	34
6.1 ความหมายและความสำคัญของวัฒนธรรม	34
6.2 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	35
7. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์	37
7.1 ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	37
7.2 คุณลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	38
7.3 ความหมาย และความสำคัญของการสร้างคุณค่า	39
8. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี : กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตรสถิตมหาสีมาราม	40
8.1 ข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์	40
8.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	41
8.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน	42
8.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	42
8.5 ความสำคัญด้านข้อมูล องค์ความรู้ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว	46
8.6 สื่อกลาง สื่อความหมายที่ใช้บุคคล	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8.7 การวางแผนสื่อความหมาย	51
8.8 การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน	53
8.9 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง และสร้างผลกระทบทางลบต่ำ	57
9. กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง	60
9.1 กรณีศึกษาจากในประเทศ : ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย	60
9.2 กรณีศึกษาจากในประเทศ : ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	66
9.3 กรณีศึกษาจากในประเทศ : การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมศรีวิชัย	72
9.4 กรณีศึกษาจากในประเทศ : การพัฒนาบริเวณภูมิทัศน์วัฒนธรรมเส้นทางตะกั่วป่า-อ่าวบ้านดอน สู่เส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	75
9.5 กรณีศึกษาจากในประเทศ : การฟื้นฟูอารยธรรมศรีวิชัย-ลังกาสุกะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม	76
9.6 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ : มรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเกาะปีนัง ประเทศมาเลเซีย	82
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย	
1. กรอบทฤษฎี หรือแนวคิด	89
1.1 การจัดการข้อมูล	90
1.2 การแปลงความหมายข้อมูล	90
1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน	90
1.4 การสรุปผลการดำเนินการ	90
2. กระบวนการวิจัย	91
2.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย	91
2.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย	91
2.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก	91
2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	92
2.5 บทสรุป	92
3. การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา	94
4. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย	94
4.1 ประชากรในการวิจัย	94
4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	95
4.3 การสุ่มตัวอย่าง	95

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	96
5.1 แบบบันทึกและสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ และแผนที่ชุมชน	96
5.2 แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมโครงการนำร่อง	96
5.3 การจัดสนทนากลุ่ม	96
5.4 นำร่างแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา	97
5.5. การจัดกิจกรรมโครงการนำร่องและปฏิบัติในพื้นที่จริง	97
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล	
ระยะที่ 1 การรวบรวมข้อมูลด้านศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม	98
ระยะที่ 2 การรวบรวมข้อมูลจากด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง	98
ระยะที่ 3 การรวบรวมข้อมูลด้านระบบการจัดการ	99
ระยะที่ 4 การรวบรวมข้อมูลด้านองค์กรโดยการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม	99
บทที่ 4 ผลการวิจัย	101
1. สาระสำคัญและคุณลักษณะเด่นของพื้นที่	101
1.1 แม่น้ำเจ้าพระยาในอดีต	101
1.2 ชื่อแม่น้ำเจ้าพระยา ได้จาก บางเจ้าพระยา	104
1.3 แม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบัน	107
2. ข้อมูลด้านความเป็นเอกลักษณ์-มรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	112
2.1 วัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้	112
2.2 วัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้	119
3. ผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา	121
4. ฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	122
4.1 แหล่งท่องเที่ยว	123
4.2 ย่านอาคารประวัติศาสตร์	130
4.3 ร้านอาหาร และร้านค้า	134
5 .เทศกาลและงานประเพณี	155
6 .กิจกรรม	171
6.1 เส้นทางจักรยานตลาดพลู	171
6.2 เส้นทางย่านอาคารประวัติศาสตร์	175
6.3 เส้นทางมรดกอาหารไทยตลาดพลู	177
6.4 แผนที่วัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	178

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนในชุมชน	180
8. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนภายนอกชุมชน	181
9. ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน กับองค์การผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกชุมชน	182
10. บทบาทของย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	183
11.ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม	184
12 .สรุปเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของย่านตลาดพลู -วัดโพธินิมิตร	185
13. สรุปผลจากการจัดกิจกรรมนำร่อง “ยลเสน่ห์ ตลาดพลู”	186
14. สรุปผลข้อมูล	200
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	192
1. ขั้นตอนที่ 1 สรุปผลการศึกษาวิจัย	192
2. ขั้นตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ	202
3. ขั้นตอนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย	203
3.1 ผลการดำเนินโครงการ	204
3.2 ลักษณะของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน	205
3.3 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืน	206
3.4 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	210
3.4.1 แผนการบริหารหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	211
3.4.2 ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	234
3.4.3 (ร่าง) โครงสร้างของผู้ดำเนินงานในองค์กร และบทบาทความรับผิดชอบในการพัฒนาพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	239
3.5. สรุปผลการวิจัย	252
3.6 ตัวอย่าง การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	259
3.7 สรุปการใช้ประโยชน์จากการวิจัย	265
4. ขั้นตอนที่ 4 ข้ออุปสรรคในการวิจัย	266
5. ขั้นตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป	267
ประวัติผู้วิจัย	268
บรรณานุกรม	274
ภาคผนวก	275
(ร่าง) คู่มือการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี กรณีศึกษา : พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	285

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 2.1 แสดงตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม	36
ตาราง 3.1 จำนวนประชากรของแขวงบางยี่เรือ และแขวงตลาดพลู	95
ตาราง 4.1 ตารางแสดงผลการประมวลผลทางสถิติจากแบบสอบถาม	110
ตาราง 4.2 แสดงงานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมปัจจุบันย่านชุมชนตลาดพลู	155
ตาราง 4.3 ตารางแสดงจำแนกจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	186
ตาราง 4.4 ตารางการประเมินการจัดกิจกรรม	189
ตาราง 5.1 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้นำชุมชน	195
ตาราง 5.2 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชน	196
ตาราง 5.3 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับภาครัฐ-1	197
ตาราง 5.4 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับภาครัฐ-2	199
ตาราง 5.5 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้เชี่ยวชาญ	200
ตาราง 5.6 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกพิจารณาข้อเสนอแนะ	202
ตาราง 5.7 แสดงข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก	202
ตาราง 5.8 รายละเอียดค่าใช้จ่าย/งบประมาณสนับสนุนจากผู้ประกอบการร้านอาหารย่านตลาดพลู	236
ตาราง 5.9 ผลสำเร็จของโครงการวิจัยและประโยชน์ที่ได้คาดว่าจะได้รับ	254

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพ 2.1 A Basic Whole Tourism System and Its Environment	8
แผนภาพ 2.2 Tourism System with Multiple Transit and Destination Components	8
แผนภาพ 2.3 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว (5A)	15
แผนภาพ 2.4 องค์ประกอบอุปทานการท่องเที่ยว	18
แผนภาพ 2.5 แสดงรูปแบบของการสื่อความหมาย	47
แผนภาพ 2.6 แสดงแนวคิด ปรัชญาของการสื่อความหมาย	48
แผนภาพ 2.7 แสดงเป้าหมายการสื่อความหมาย	48
แผนภาพ 2.8 แสดงรูปแบบของการสื่อความ	50
แผนภาพ 2.9 แสดงขั้นตอนขบวนการวางแผน	52
แผนภาพ 2.10 แสดงการแจกแจงความรับผิดชอบของการบริหารจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศรีวิชัยและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน	73
แผนภาพ 2.11 แสดงโครงสร้างสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องในการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการอนุรักษ์และพัฒนามรดกสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	74
แผนภาพ 2.12 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	82
แผนภาพ 3.1 แสดงแนวคิดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยในพื้นที่ศึกษาปรับปรุงจากแนวคิดระบบเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม	91
แผนภาพ 3.2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ปรับปรุงจากแนวคิดเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม	93
แผนภาพ 3.3 แสดงรูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน	98
แผนภาพ 3.4 แสดงแผนธุรกิจการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism Business Model)	100
แผนภาพ 5.1 แสดงการดำเนินการภายใต้โครงการศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตสถิตมหาสีมาราม	192
แผนภาพ 5.2 แสดงกิจกรรมภายใต้โครงการศึกษาวิจัยการบริหารการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตสถิตมหาสีมาราม	194
แผนภาพ 5.3 แผนผังแสดงกระบวนการวิจัย	201
แผนภาพ 5.4 แสดงองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของชุมชน	203
แผนภาพ 5.5 รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ และเอกชน	215
แผนภาพ 5.6 โครงสร้างของผู้ดำเนินงานในองค์กร	240
แผนภาพ 5.7 องค์ประกอบของคณะบริหารการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ พื้นที่ตลาดพลู	244

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงขอบเขตพื้นที่ศึกษา	4
ภาพที่ 2.1 ตลาดน้ำอัมพวา	60
ภาพที่ 2.2 บรรยากาศบ้านเรือนริมน้ำ ตลาดน้ำอัมพวา	62
ภาพที่ 2.3 แสดงอาหารประจำถิ่นภาคใต้	76
ภาพที่ 2.4 แสดงโต๊ะ-ดัดแปลงจาก“หมากขุม”	77
ภาพที่ 2.5 แสดงลูกปัด และเครื่องแต่งกายลำลอง	77
ภาพที่ 2.6 แสดงเรือนปั้นหยา และภาพจำลองบูติคแกลอรี	78
ภาพที่ 2.7 พิธีแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ จ.นครศรีธรรมราช	78
ภาพที่ 2.8 แสดงจารึกอักษรปัลลวะ	79
ภาพที่ 2.9 น้ำมันหอมสกัดจากดอกจันทร์กระพ้อ	79
ภาพที่ 2.10 สัญลักษณ์ตรีรัตนะ	80
ภาพที่ 2.11 การตกแต่งภายในโดยใช้ลายเส้นมโนราห์	80
ภาพที่ 2.12 แผนที่เกาะปีนัง	83
ภาพที่ 2.13 เมืองปีนัง	83
ภาพที่ 2.14 เครื่องเทศ-สินค้าส่งออกมีชื่อของเมืองปีนัง	84
ภาพที่ 2.15: ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมในเมืองปีนัง	84
ภาพที่ 2.16 สถาปัตยกรรมในเมืองปีนัง	85
ภาพที่ 2.17 Zone Identification	87
ภาพที่ 4.1 คลองลัด กลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา	102
ภาพที่ 4.2 บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายใหม่ในปัจจุบัน	103
ภาพที่ 4.3 บางเจ้าพระยา สมัยรัชกาลที่ 3	106
ภาพที่ 4.4 แม่น้ำเจ้าพระยาในอดีต	107
ภาพที่ 4.5 ลักษณะอาคารตึกแถวเก่าบริเวณถนนเทอดไท	112
ภาพที่ 4.6 ศาลาภิรมย์ภักดี และกลุ่มอาคารเรียนพระปริยัติธรรม ในวัดอินทาราม	113
ภาพที่ 4.7 อนุสาวรีย์พระอนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช พระเจดีย์บรรจุอัฐิของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระอัครมเหสี หน้าบันประดับเครื่องลายครามพระอุโบสถหลังเก่า	114
ภาพที่ 4.8 อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก และพระบรมสารีริกพระวิหารใหญ่ วัดราชคฤห์ พระเจดีย์บรรจุอัฐิพระยาพิชัยดาบหัก	115
ภาพที่ 4.9 มหาเสมา และเสมาที่ทำเป็นรูปอุณาโลมมีรัศมีติดกับผนังพระอุโบสถ	116
ภาพที่ 4.10 พลับพลารับเสด็จสมัยรัชกาลที่ 5	116

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.11 บรรยากาศการรอซื้อขนมหวานตลาดพลู ร้านขนมเบื้องไทย ตลาดพลู ร้านกล้วยเชื่อมแม่กิมเอ็ง	118
ภาพที่ 4.12 ร้านเป็ดพะโล้ตลาดวัดกลาง (ซ้าย) กุ๋ยช่าย ตลาดพลู (กลาง) ร้านลิ้มโภชนา ข้าวมันไก่	118
ภาพที่ 4.13 บรรยากาศพิธีไหว้สิ้นปีของศาลเจ้าพ่อพระเพลิง	120
ภาพที่ 4.14 ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่ตลาดพลู	122
ภาพที่ 4.15 วัดราชคฤห์	123
ภาพที่ 4.16 พระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง วัดราชคฤห์	124
ภาพที่ 4.17 ศาลเจ้าพ่อเขาตก วัดราชคฤห์	124
ภาพที่ 4.18 หอระฆัง (เก่า) วัดราชคฤห์	125
ภาพที่ 4.19 วัดอินทาราม	125
ภาพที่ 4.20 ศาลาภิรมย์ภักดี	126
ภาพที่ 4.21 บ้านประตูตะเกียบ วัดอินทาราม	126
ภาพที่ 4.22 ทางเข้าบ้านโรงนึ่งปลาทูเก่า และด้านใน	127
ภาพที่ 4.23 วัดจันทารามวรวิหาร	127
ภาพที่ 4.24 ภายในศาลเจ้าตึกดิน	128
ภาพที่ 4.25 ศาลเจ้ากวนอู	128
ภาพที่ 4.26 ศาลเจ้าพระเพลิง(เก่า)	129
ภาพที่ 4.27 สถานีรถไฟตลาดพลู	129
ภาพที่ 4.28 ภายในตลาดวัดกลางยามเช้า	130
ภาพที่ 4.29 โรงสีง่วนไถ่ และ ร้านของชำข้างโรงสีเก่า	130
ภาพที่ 4.30 ตึกแถวแยกร้านทอง	131
ภาพที่ 4.31 สี่แยกตลาดพลูที่มีอาคารแถวรูปแบบตะวันตกผสมจีน	131
ภาพที่ 4.32 เรือนแถวไม้โรงน้ำปลา	132
ภาพที่ 4.33 ซอยวัดราชคฤห์ (ชุมชน)	132
ภาพที่ 4.34 ทางเข้าบ้านของนายต่าง บุณยมานพ และบ้านไม้เก่าหลังตึกแถว	133
ภาพที่ 4.35 ร้านสุณีข้าวหมูแดงตลาดพลู	134
ภาพที่ 4.36 กระเพาะปลานายบ๊วย	134
ภาพที่ 4.37 ร้านเจ้เองกระเพาะปลา กุ๋ยช่าย	135
ภาพที่ 4.38 ร้านเป๋งล้ง กุ๋ยช่ายเจ้าดั้งเดิมตลาดพลู	135
ภาพที่ 4.39 ร้านกิมเม้งกุ๋ยช่าย	136
ภาพที่ 4.40 ร้านกุ๋ยช่ายตลาดพลู	136
ภาพที่ 4.41 ร้านแก้วข้าวมันไก่	137
ภาพที่ 4.42 ร้านลิ้มโภชนา	137
ภาพที่ 4.43 ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทร์เพ็ญ	138

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.44 ร้านบะหมี่ตงเล้ง	139
ภาพที่ 4.45 ร้านบะหมี่นายก้า	139
ภาพที่ 4.46 ร้านหลุยส์บะหมี่เกี๊ยวกุ้งลูกชิ้นปลา	140
ภาพที่ 4.47 ร้านเตี๋ยเย็นตาโฟ	140
ภาพที่ 4.48 ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี	141
ภาพที่ 4.49 ร้านแสบ	141
ภาพที่ 4.50 ร้านสหายโภชนา	142
ภาพที่ 4.51 ร้านครัวบางหลวง	142
ภาพที่ 4.52 ร้านสุริยากาแฟ	143
ภาพที่ 4.53 ร้านตั้งเจียงฮวด	143
ภาพที่ 4.54 ร้านอิ๋วก้วย ตลาดพลู	144
ภาพที่ 4.55 ร้านหมวย-หลี น้ำแข็งไส	145
ภาพที่ 4.56 ร้านขนมเบื้องญวน สุอาภา	145
ภาพที่ 4.57 ร้านตั้งสี่หมง ของไหว้ โกวอุ่ย	146
ภาพที่ 4.58 ร้านโล้ว เจ็ง เซี้ยง	146
ภาพที่ 4.59 ร้านอินทรโอสถ	147
ภาพที่ 4.60 ร้านขายเครื่องจักสาน	147
ภาพที่ 4.61 โรงน้ำปลาเฮ้าเต็กเช้ง	148
ภาพที่ 4.62 ร้านขนมหวานตลาดพลู	148
ภาพที่ 4.63 ร้านสรินทิพย์ขนมเบื้องไทย	149
ภาพที่ 4.64 ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม	150
ภาพที่ 4.66 ร้านตั้งง่วนฮะ	150
ภาพที่ 4.67 ร้านขายยาบ้วนสุนตึ๊ง	151
ภาพที่ 4.68 ร้านตัดผมลุงวิเชียร	151
ภาพที่ 4.69 ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง	152
ภาพที่ 4.70 ร้านลิ้มเชิญชิม	152
ภาพที่ 4.71 ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส	153
ภาพที่ 4.72 ร้านท่งอัน	154
ภาพที่ 4.73 ร้านสุราซ่งกัง ตราเสือโคร่ง	154
ภาพที่ 4.74 โครงข่ายทางจักรยานตลาดพลู-กรุงรัตนโกสินทร์	170
ภาพที่ 4.75 ทำบุญไหว้พระ 15 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในตลาดพลู	172
ภาพที่ 4.76 ปั่นจักรยานชมย่านอาคารประวัติศาสตร์ ตลาดพลู	174
ภาพที่ 4.77 ปั่นจักรยานชิมมรดกอาหารไทย ตลาดพลู	176
ภาพที่ 4.78 แผนที่วัฒนธรรมตลาดพลู - แผนที่อาหารแนะนำ	178

สารบัญภาพ(ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.79 แผนที่วัฒนธรรมตลาดพลู: แผนที่อาคารเก่าควรค่าแก่การอนุรักษ์ 179

ภาพที่ 4.80 คลองบางหลวงในอดีต 186

ภาพที่ 5.1 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับกลุ่มผู้นำชุมชน ประชาชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง วันที่ 12 มกราคม 2557 195

ภาพที่ 5.2 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง วันที่ 19 มกราคม 2557 196

ภาพที่ 5.3 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับภาครัฐ หลายภาคส่วน เช่นเขตธนบุรี ททท. ผังเมือง กทม.วันที่ 13 มีนาคม 2557 197

ภาพที่ 5.4 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับภาคประชาสังคม เพื่อทำประชาพิจารณ์เพื่อ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2557 และ วันที่ 2 เมษายา2557 198

ภาพที่ 5.5 คณะผู้วิจัยประชุมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ วันที่ 1 มีนาคม 2557 199

ภาพที่ 5.6 การจัดโครงการอบรม หนูน้อย..นำเที่ยว ยลเสน่ห์..ตลาดพลู ร่วมกับโรงเรียนในพื้นที่ และกรมการท่องเที่ยว กทม. วันที่ 2-3 พฤษภาคม 2557 207

ภาพที่ 5.7 การจัดกิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู วันที่ 17 พฤษภาคม 2557 208

ภาพที่ 5.8 การจัดกิจกรรมนำร่อง สอนศิลปะ สานวัฒนธรรม มรดกตลาดพลู.ชุมชนธนบุรี วันที่ 2 สิงหาคม 2557 209

ภาพที่ 5.9 บทความ IQNewsAlert "โครงการ ยลเสน่ห์...ตลาดพลู" 17 พฤษภาคม 2557 ณ.ชุมชนตลาดพลู สนับสนุนทุนวิจัย โดย เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) 259

ภาพที่ 5.10 เว็บไซต์รวบรวมข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว, โรงแรม, ที่พัก, ร้านอาหารและข่าวสารต่างๆ ด้านร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว 260

ภาพที่ 5.11 สื่อ Social Network: Facebook สกว.หนุน มจธ. กิจกรรมนำร่องโครงการ “ยลเสน่ห์...ตลาดพลู” 261

ภาพที่ 5.12 รายการวิทยุ 92.5 MHz และ AM 891 kHz สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการ “จุดประกาย ขายประเด็น” ออกอากาศ วันที่ 19 สิงหาคม 2557 262

ภาพที่ 5.13 คอลัมน์ ท่องเที่ยว-อาหาร หนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการรายวัน ประวันวันพุธที่ 21 พฤษภาคม 2557 หัวข้อข่าว: ปลุกใจ “คนตลาดพลู” ตื่นตัว “ภูมิใจในท้องถิ่น” สู่มิติการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม 263

ภาพที่ 5.14 สัมมนาวิชาการ เรื่อง “เสวนาสืบสานวิถีวัฒนธรรมบางกอกประวัติศาสตร์และมรดกสถาปัตยกรรมชุมชนที่กำลังจะหายไป: คลองบางหลวง แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า” ในวันเสาร์ที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 264

บทที่ 1 บทนำ

1. ที่มาและสาระสำคัญของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย ประเทศต่าง ๆ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการสร้างรายได้ให้กับประเทศของตนอย่างมหาศาล จึงนำวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ และวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศ

จากประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานของประเทศ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ศิลปวัฒนธรรมประจำชาติเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละพื้นถิ่นเกิดการเปลี่ยนแปลง ผสมผสาน หล่อหลอมพัฒนาตามกาลเวลา สามารถประยุกต์ร่วมกับวัฒนธรรมทั้งข้างถิ่นและข้ามถิ่นซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรมในแผ่นดินผ่านกาลเวลามาอย่างยาวนาน ประเทศไทยจึงนับได้ว่าประเทศหนึ่งเต็มไปด้วยต้นทุนทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะบริเวณ “พื้นที่ย่านตลาดพลู” เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีการเปลี่ยนแปลงมาอย่างยาวนาน มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยอยุธยา ธนบุรี จนถึงปัจจุบัน รวมถึงเป็นสถานที่รวมความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น ด้านเชื้อชาติ ไทย จีน มอญ มุสลิม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ประเพณีวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้งในอดีต ยังเป็นพื้นที่ที่สำคัญ ในด้านพาณิชยกรรม ด้านการขนส่ง และคมนาคมทางน้ำ เมื่อมีการตัดถนน การคมนาคมทางน้ำได้ลดความสำคัญลง และนโยบายให้ประชาชนเลิกกินหมากพลูเพิ่มมาอีก ทำให้ความสำคัญของตลาดหมากพลูลดลงไปด้วย แต่ก็ยังคงหลงเหลือวัฒนธรรม และวิถีชีวิตอยู่บ้าง จึงถือว่ามีต้นทุนทางวัฒนธรรมอยู่ด้วย

ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมและการจัดการวัฒนธรรม เป็นสิ่งบ่งชี้ที่สำคัญความยั่งยืนของการพัฒนา เมื่อกระแสการพัฒนาประเทศด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economic) ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศ จึงถือเป็นจังหวะที่ดีที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะนำต้นทุนวัฒนธรรมที่มีมาเผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Cultural Tourism) การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งในส่วนขององค์ความรู้ตามหลักฐานที่ปรากฏ การสืบทอดให้คงอยู่และการดำเนินการต่อไปโดยชุมชนจะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมต่อไปได้

2. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

การขยายและพัฒนาเมืองในปัจจุบันได้สร้างความเสียหายให้กับวิถีชีวิตพื้นถิ่นให้เปลี่ยนไป ทำให้กระแสการละทิ้งถิ่นฐานบ้านเกิด การรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามามากจนลืมวัฒนธรรมดั่งเดิมของตนเอง ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเรานั้น เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจ

เนื่องด้วยสภาพแวดล้อมทางถูกทำลายลงไปอย่างมาก เพราะเราขาดความรู้ ความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญจนปล่อยให้สิ่งที่ดีงามสูญหายไปโดยมิได้คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา “วัฒนธรรม” คือความเจริญงอกงามของสังคม และผลแห่งการรักษาสิ่งที่ดีงามจากรุ่นสู่รุ่นก่อให้เกิดเป็น “มรดกทางวัฒนธรรม” ที่ควรค่าแก่การศึกษาเรียนรู้ถึงความเป็นมาและความเป็นไปอย่างเคารพต่อวัฒนธรรมดั่งเดิม แต่ด้วยกาลเวลาที่เปลี่ยนไป ย่อมมีการเสื่อมสภาพ การสูญหายหรือหมดไป “การบริหารการจัดการ” จึงเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่แนวทางของการจัดสร้าง การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ การอนุรักษ์ การรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาเรื่องการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม จึงเป็นการศึกษาถึงศักยภาพของชุมชนปัจจุบัน ชุมชนสามารถจัดการการท่องเที่ยวได้เอง เป็นการผลักดันนโยบายจากภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคเอกชน มาร่วมดำเนินการร่วมกัน ตลอดจนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบในแนวทางที่เหมาะสมและยั่งยืน

3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่า ให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน

3.2 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน

3.3 เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน

3.4 เพื่อกำหนดทิศทางและการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

4. ขอบเขตการวิจัยและวิธีการศึกษา

ศึกษาและวิเคราะห์สถานการปัจจุบัน ตลอดจนแนวนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยได้มีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางลัดของการได้มาซึ่งองค์ความรู้ประสบการณ์ที่เป็นทั้งความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการ รวมทั้งการประเมินปัจจัยแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคหรือสนับสนุนความสำเร็จของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบ และประเด็นสำคัญสำหรับการศึกษาเชิงรายละเอียด และเชิงลึกสำหรับใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมบริเวณแม่น้ำพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรีอย่างมีบูรณาการ

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

คลองบางกอกใหญ่หรือคลองบางหลวง อยู่ในเขตการปกครอง 3 เขต ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตบางกอกใหญ่ และเขตธนบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ในอดีต คือเป็นเส้นทางคมนาคม การขนส่งสินค้าหลัก การค้าขาย ที่พักอาศัย ก่อนที่จะมีการขุดแม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบัน การตั้งถิ่นฐานริมน้ำ

ในอดีต เมื่อมีการตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัย มีการสร้างบ้านเรือนริมน้ำ เกิดพื้นที่พาณิชยกรรม ศาสนสถาน และที่สำคัญ โดยส่วนใหญ่เป็น วัด และศาลเจ้า ตามกลุ่มชนหรือเชื้อชาติที่อาศัยอยู่บริเวณนั้น ซึ่งทำให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบันโดยพื้นที่ที่ได้มีการดำเนินการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้วได้แก่ พื้นที่ย่านกะดีจีนที่ถูกพัฒนาจนเกิดเป็นงานประจำปีที่เรียกกันว่ากะดีจีนศิลป์สามท่า หรือพื้นที่บริเวณวัดกำแพงที่กำลังปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อพัฒนาเป็นตลาดน้ำแห่งใหม่ ในขณะที่พื้นที่ตลาดพลูเป็นพื้นที่ตอนกลางของคลองบางกอกใหญ่อยู่ระหว่างพื้นที่วัดกำแพงกับย่านกะดีจีนซึ่งยังไม่ได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งที่มีความสำคัญในอดีต ซึ่งมีสถานที่ที่สำคัญทางศาสนา เช่น วัดราชคฤห์(บางยี่เรือมอญ) วัดจันทราราม(บางยี่เรือกลาง) วัดอินทาราม(บางยี่เรือไทย) ประเพณี วัฒนธรรม อาหารการกิน สถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จึงทำให้คณะผู้วิจัยเลือกพื้นที่ตลาดพลู เพื่อศึกษาพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และยังสามารถเชื่อมต่อกับพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อความต่อเนื่องในการท่องเที่ยวตลอดเส้นทางคลองบางกอกใหญ่หรือคลองบางหลวงอีกด้วย

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

4.2.1 สภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

4.2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาของนักท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทาง กิจกรรมการเข้าฤดูกาล ทัศนคติ และความต้องการ

4.2.3 ความพร้อมทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐาน การบริการข้อมูลข่าวสาร สถานที่ สิ่งแวดล้อม

ภาพที่ 1 : แสดงขอบเขตพื้นที่ศึกษา ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

ที่มา : Google Maps ดัดแปลง : ไผทวุธ จุลละนันทน์ (2557)

5. คำสำคัญ (Keyword)

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

6. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา

6.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย

6.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย

6.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก

- 6.3.1 กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
- 6.3.2 กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดกิจกรรมนำร่อง
- 6.3.3 ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
- 6.3.4 กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นสาระ
- 6.3.5 กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจ และการทำงาน
- 6.3.6 ผู้บริหารของส่วนราชการ

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาจัดทำแบบประเมินคุณค่าด้านการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมด้านการประเมินค่าคะแนน โดยเลือกผลของค่าคะแนนระดับสูงและระดับปานกลาง

6.5 สรุปผลการศึกษา โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในสิ่งที่วิเคราะห์ได้จากการวิจัย และเพื่อการศึกษาสำหรับงานวิจัยขั้นต่อไป

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

7.1 รายงานการศึกษาเบื้องต้นเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

7.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

7.3 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้และกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎี

การศึกษาโครงสร้าง และองค์ประกอบทางกายภาพของอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร มีความจำเป็นต้องศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบาย และเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัย โดยรายละเอียดของเนื้อหาในการทบทวนวรรณกรรมดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
    - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว และองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว
    - 1.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
    - 1.3 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
    - 1.4 การท่องเที่ยวโดยชุมชน
    - 1.5 การสร้างความเข้มแข็งในชุมชน
    - 1.6 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
    - 1.7 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์

2. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร
    - 2.1 ข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์
    - 2.2 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
    - 2.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน
    - 2.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
    - 2.5 ความสำคัญด้านข้อมูล องค์ความรู้และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว
    - 2.6 การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน

3. งานวิจัย และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง
    - 3.1 กรณีศึกษาจากในประเทศ
    - 3.2 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ

1.1 แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการให้คำนิยามที่ยากยิ่ง เพราะการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบกิจกรรมหนึ่งของนันทนาการ (Recreation) ซึ่งคล้ายกับกิจกรรมทางการกีฬา หรือ งานอดิเรก และการใช้เวลาว่าง นอกจากนี้ เมื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการเดินทาง จึงมีปัญหาตามมาว่า การเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยวต้องมีจุดประสงค์อย่างไร และเดินทางด้วยระยะทางเท่าใด

ด้วยปัญหาดังกล่าวนั้น ทางองค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (IUOTO: The International Union of Official Travel organizations) ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นองค์กรการท่องเที่ยวโลก (WTO: World Tourism Organization) จึงได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า

- เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- การเดินทางด้วยความสมัครใจ
- เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และรายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อ้างใน สิปปนันท์ นวลละออง (2556) นิยามความหมายการท่องเที่ยว(Tourism) ไว้อย่างหลากหลายดังนี้ คือ

ปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางใกล้หรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั่น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการ และความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

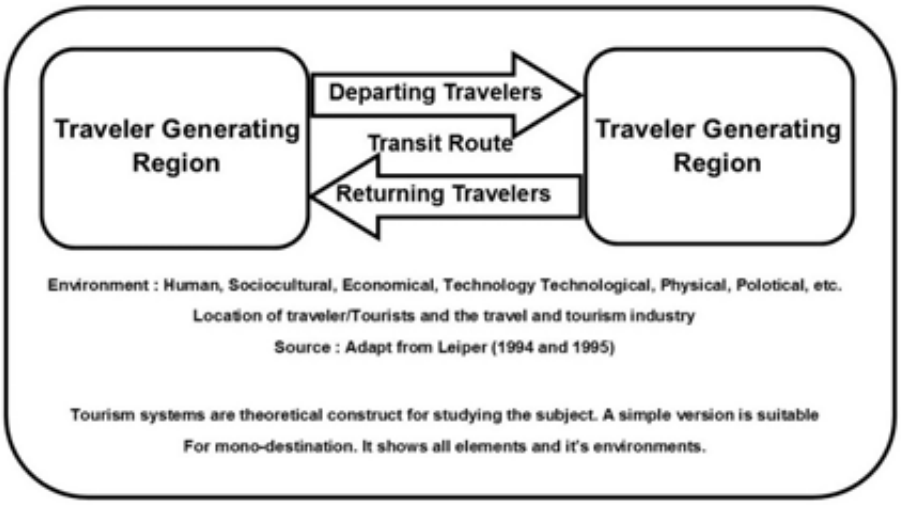
3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Expert in Tourism – IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน

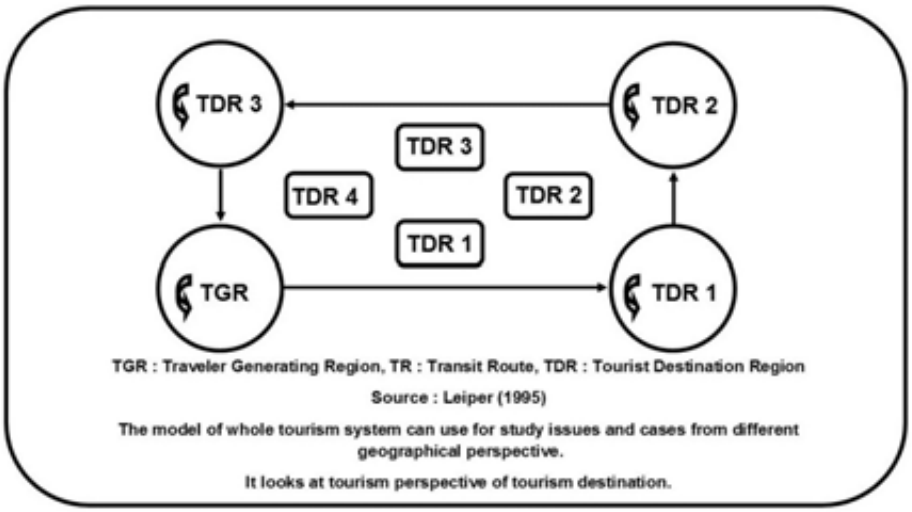
1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Leiper[1] (2004) ได้อธิบายถึงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1. Tourists หมายถึง นักท่องเที่ยว
2. Traveler-generating regions (TGR) หมายถึง จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของการท่องเที่ยว
3. Transit routes (TR) หมายถึง เส้นทางหลักในการท่องเที่ยว
4. Tourist destination regions (TDR) หมายถึง จุดหมายปลายทางหลักในการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว
5. Tourism industry หมายถึง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



แผนภาพ 2.1 : A Basic Whole Tourism System and Its Environment
ที่มา : Weaver and Opperman (1998, p. 29)



แผนภาพ 2.2 : Tourism System with Multiple Transit and Destination Components
ที่มา : Weaver and Opperman (1998, p. 29)

Weaver and Opperman (1998, p. 29) ได้กล่าวถึงประเภทของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International stayovers) หมายถึง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาพักในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน
2. นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (International excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาไทย แต่ไม่ค้างคืน
3. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic stayovers) หมายถึง นักท่องเที่ยวในประเทศที่ไปค้างคืนยังท้องถิ่นอื่นแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน
4. นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic excursionists) หมายถึง นักท่องเที่ยวในประเทศไม่ค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยประจำ

การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังที่สถานที่ต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
3. การเดินทาง และการพักค้างคืนจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
4. การเดินทางไปจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนเดินทางกลับภายใน 180 วัน
5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไป จะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการไปทำงาน

1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

Douglas Foster ได้เขียนไว้ในหนังสือ “Travel and Tourism Management” ว่าความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทาง แบ่งออกได้เป็น 9 อย่างคือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holidays – Mass Popular Individual)
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education)
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation)
5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)
6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies)
7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation)
8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)
9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ
    1. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)
    2. การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism)
2. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ
    1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism)
    2. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism)
3. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ คือ
    1. การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism)
    2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
    3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism
    4. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism)

1.5 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism – GIT หรือ All Inclusive Tourism – AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเตล็ด (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

2. การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism – FIT) เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

1.6. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด แบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ

1. การท่องเที่ยวตลาดหรูหรา (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา

2. การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูก โดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อยแต่มีปริมาณมาก

1.7. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลายและธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด แบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินพร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อความเข้าใจต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

2. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 จัดทำขึ้นเพื่อให้ทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและกีฬาของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับแผนในระดับต่าง ๆ เกิดการบูรณาการ ทั้งกิจกรรม และงบประมาณ ลดความซ้ำซ้อนและให้เกิดความครอบคลุมการท่องเที่ยวและการกีฬา รวมทั้งให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และบริบทการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยว และการกีฬาทั้งในระดับโลก และในระดับประเทศ ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะมีการแข่งขันเพื่อเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยว และการกีฬา ขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา พ.ศ. 2555-2559 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็น ยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.1 วิสัยทัศน์. เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

2.2 พันธกิจ

1. กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกระดับที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศ
2. ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวการกีฬาและและนันทนาการไปสู่การปฏิบัติ

3. บูรณาการและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนา การท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการของประเทศรวมทั้งกำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุน ในทุกภาคส่วนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวการกีฬา และนันทนาการ ให้มีคุณภาพ และมาตรฐานในระดับสากล
5. พัฒนาระบบการบริหาร ระบบสารสนเทศ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวการกีฬาและนันทนาการ ให้มีศักยภาพ

2.3 ยุทธศาสตร์ และแนวทางพัฒนา

ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพ และปลอดภัยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

1. ฟื้นฟู ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม และพัฒนาสร้างแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ
2. พัฒนามาตรฐานสินค้า และการให้บริการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมถึงสถานประกอบการได้นำมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยวไปใช้
3. ส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย
4. เตรียมความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตและความเสี่ยงในด้านการท่องเที่ยว
5. สนับสนุน และกำหนดมาตรการสร้างความเชื่อมั่น การให้บริการการป้องกันดูแลรักษาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
6. พัฒนาบุคลากร และเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

1. ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing) และส่งเสริม การขายในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
3. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่าง กลุ่มจังหวัด และภูมิภาค

3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริม และพัฒนาการพลศึกษา กีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาเพื่อมวลชน นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา เพื่อให้เยาวชน และประชาชนมีสุขภาพ และพลานามัยที่แข็งแรงมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

1. รณรงค์ให้เด็ก เยาวชน และประชาชน เห็นความสำคัญ และตื่นตัวในการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย และประกอบกิจกรรมนันทนาการ จัดกิจกรรมการกีฬา การออกกำลังกาย และกิจกรรมนันทนาการ สำหรับประชาชนทุกกลุ่ม อย่างเหมาะสม และทั่วถึง
2. สร้างองค์ความรู้ด้านการเล่นกีฬา การดูกีฬา และสร้างวัฒนธรรมการเล่นกีฬาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต
3. จัดสร้างสถานกีฬา ส่งเสริมการใช้ และบริหารจัดการสถานกีฬา อุปกรณ์กีฬา สิ่งอำนวย ความสะดวกอื่นๆ ให้เพียงพอ และมีคุณภาพ
4. สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กร ชุมชน และเครือข่ายการกีฬาและนันทนาการ
5. พัฒนาบุคลากรทางการพลศึกษา กีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา

4. ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริม และพัฒนาการจัดการศึกษาระดับพื้นฐาน และระดับอุดมศึกษา ด้านการพลศึกษา นันทนาการกีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา และสุขภาพ มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

1. ผลิต และพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา และผลิตบุคลากรด้านพลศึกษา สุขศึกษา กีฬา นันทนาการ วิทยาศาสตร์การกีฬา วิทยาศาสตร์สุขภาพ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม สร้างสังคมการเรียนรู้ให้แก่ท้องถิ่น
3. ส่งเสริม สนับสนุน การจัดการศึกษาสำหรับบุคคลที่มีความสามารถพิเศษทางการกีฬา นันทนาการ และบุคคลที่มีความบกพร่องทางร่างกาย
4. ส่งเสริมทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน และกีฬาไทย

5. ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม และพัฒนาการกีฬา และวิทยาศาสตร์การกีฬาอย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ และเพื่อการอาชีพ ได้แก่

1. มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ พัฒนา และสนับสนุนวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี การกีฬาเพื่อให้เป็นกลไกสำคัญในความสำเร็จของกีฬาเพื่อความเป็นเลิศกีฬาเพื่อการอาชีพ และการให้บริการทางการกีฬา
2. พัฒนาสถานกีฬา อุปกรณ์กีฬา สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรเพื่อรองรับกีฬา เพื่อความเป็นเลิศ กีฬาเพื่อการอาชีพ และการให้บริการทางการกีฬา

3. ส่งเสริม สนับสนุนในการเตรียมทีม การเก็บตัวฝึกซ้อม การเข้าร่วมการแข่งขัน รวมถึงกำหนดมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ สำหรับนักกีฬาเพื่อมุ่งเน้นความเป็นเลิศในการแข่งขันกีฬา ทั้งระดับเอเชีย และนานาชาติ ส่งเสริมและพัฒนาระบบการบริหารจัดการธุรกิจกีฬา
4. ส่งเสริมและพัฒนากีฬาให้เป็นกีฬาอาชีพที่ได้มาตรฐาน สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

6. ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

1. ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และผลักดันงานเทศกาล ประเพณี และกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ ความเป็นไทยให้เป็นงานเทศกาลระดับนานาชาติ
2. ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมูลสิทธิ์การจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาค รวมถึงการจัดงานประชุมงาน Event ระหว่างประเทศ และการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ
3. สร้างเครือข่ายการพัฒนาและความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและกีฬาทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
4. พัฒนาศักยภาพ และขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร ระบบงาน และบุคลากรในกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา

3. ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยว Tourist Attractions ว่าแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ Natural Attractions หมายถึง สถานที่ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำแร่ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ พื้นที่ชุ่มน้ำ ปะการัง ธรรมชาติใต้ทะเล ซากดึกดำบรรพ์ที่เปิดให้สาธารณะชนเข้าใช้สถานที่เพื่อการท่องเที่ยว โดยสถานที่แหล่งนั้นอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนเป็นเจ้าของก็ได้

2. แหล่งโบราณสถานและศิลปวัฒนธรรม Archaeological and Cultural Attractions หมายถึง สถานที่โบราณ หรือสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน แหล่งโบราณคดี ที่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยสถานที่ดังกล่าวจะเป็นของรัฐ หรือเอกชนก็ได้

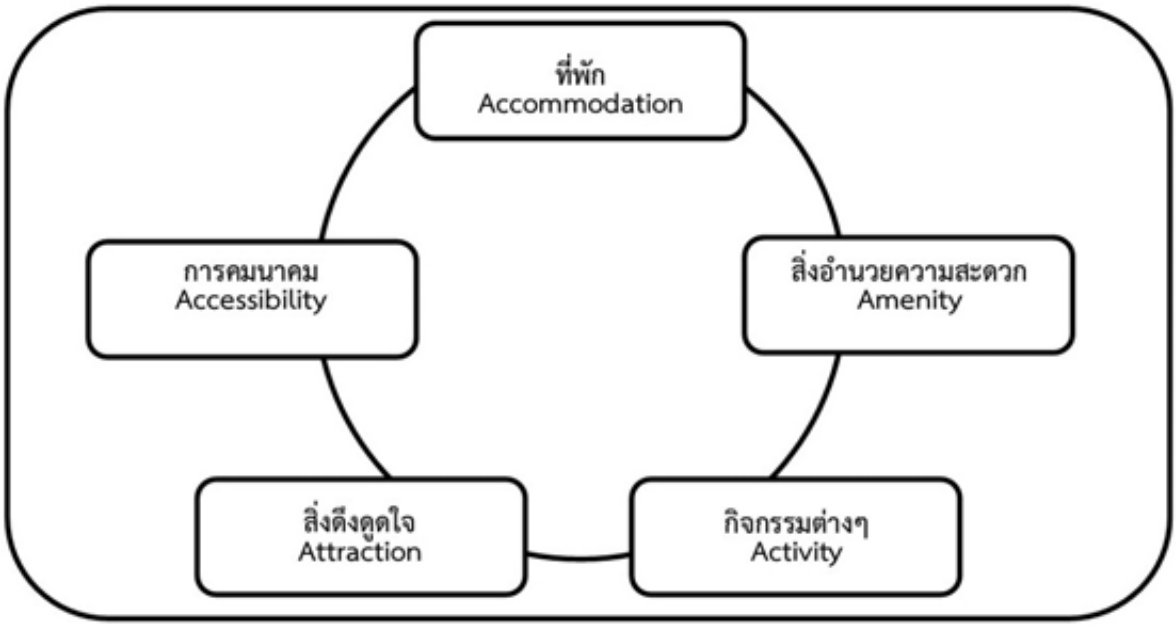
สถานที่ต่าง ๆ ที่จัดตกแต่ง หรือรวบรวมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน สถานที่แสดงการดำเนินชีวิต และวิถีชีวิตของคนพื้นบ้าน โดยสถานที่แหล่งนี้ อาจจะเป็นสถานที่ที่ดำเนินการโดยรัฐหรือเอกชนก็ได้

3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ Recreational Attractions หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อจัดให้บริการนันทนาการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

4. แหล่งท่องเที่ยวเมืองและชุมชน Towns and Communities Attractions หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในเมืองหรือชุมชนที่สะท้อนให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน ในท้องถิ่นนั้น ๆ

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (2550) ได้กล่าวถึง การเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นกลไกขับเคลื่อนเพื่อก่อให้เกิดกระแสแห่งการไหลเข้าของเงินตราต่างประเทศ อันส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ ตลอดจนประเทศชาติเกิดความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจในที่สุด ซึ่งเน้นการพัฒนา และการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน ภายใต้องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว (5A)

3.2 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว



แผนภาพ 2.3 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว (5A)
ที่มา : Buhalis (2543)

1. ที่พัก Accommodation หมายถึง สถานที่ ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทาง หรือท่องเที่ยวได้เข้าพัก พร้อมการบริการอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่พักได้พัฒนาเรื่อยมาโดยมีรูปแบบการจัดบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด มีการบริหารงานในระบบเครือข่าย ทั้งในรูปแบบของเครือข่ายท้องถิ่น และเครือข่ายระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาธุรกิจที่พักรูปแบบต่าง ๆ ยังเป็นแรงผลักให้มีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งระบบมาตรฐานการบริการที่สูงขึ้น และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการบริหารจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น โรงแรม รีสอร์ท บูติกโฮเทล บังกะโล เกสท์เฮ้าส์ โฮมสเตย์ โมเทล ลอร์จ เป็นต้น

2. การคมนาคม Accessibility เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากมีบทบาทในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งการคมนาคมในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนองการเดินทางท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ เช่น ธุรกิจการบิน การเดินเรือ และการคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น

3. สิ่งดึงดูดใจ Attraction หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก เกาะ แม่น้ำ หาดทราย ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ซึ่งสิ่งดึงดูดใจนี้ หมายรวมถึง สิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือมีความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจกว่าแหล่งอื่น ๆ เช่น ทะเลหมอก ทะเลแหวก บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก Amenity หมายถึง สิ่งที่จัดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์ และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเตอร์เน็ต ศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ระบบป้องกันความปลอดภัยทางทะเล เป็นต้น

5. กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว Activity หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกันตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การดำน้ำ การตกปลา เป็นต้น เพื่อดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยม

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดและหลักการในการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต้องพิจารณาระบบย่อย และองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

3.3 ระบบการท่องเที่ยว ที่สำคัญจำแนกได้เป็น 3 ระบบ ดังนี้ คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว Tourism Resource ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

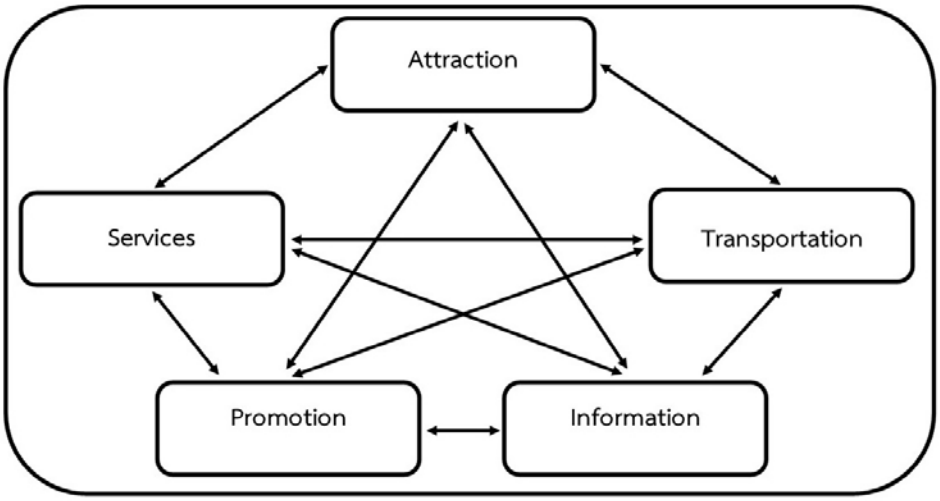
2. การบริการการท่องเที่ยว Tourism Services ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

3. การตลาดการท่องเที่ยว Tourism Marketing เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายถึง กิจกรรม รูปแบบ หรือกระบวนการการท่องเที่ยว

นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหาร และจัดการการท่องเที่ยว ยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวได้ อันประกอบไปด้วย

1. แนวทางในการบริหาร และจัดการ
2. แนวทางการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
3. แนวทางการบริหารและจัดการด้านสวัสดิภาพ และความปลอดภัย
4. แนวทางการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
5. แนวทางการให้ประชาชน กลุ่ม และองค์กรอื่นมีส่วนร่วม

Gunn (1994) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อย มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางกายภาพทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศ ป่าไม้ แหล่งน้ำ และอากาศ ตลอดจนการบริหาร และการจัดพื้นที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ได้ทั้งทางตรง และทางอ้อม ในทางเดียวกันระบบการท่องเที่ยวต้องจัดให้เหมาะสมกับอุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยว เราต้องจัดอุปทานโดยการพัฒนาตามระบบการท่องเที่ยวในองค์ประกอบของอุปทานทั้ง 5 ดังรูปจะต้องรู้ว่าแต่ละองค์ประกอบทำงานอย่างไร และตัดสินใจที่เกี่ยวข้องในการทำให้ระบบการท่องเที่ยวให้อยู่รอดต่อไป



แผนภาพ 2.4 องค์ประกอบอุปทานการท่องเที่ยว
ที่มา : Gunn (1994)

หน้าที่ส่วนประกอบด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้พัฒนาและผู้จัดการในองค์ประกอบนี้มี 3 ฝ่ายด้วยกัน คือ กลุ่มผู้ค้า องค์กรเอกชน และรัฐบาล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งจะส่งผลต่อองค์ประกอบอื่น เช่น ถ้าระบบขนส่งไม่ได้จะทำให้การบริการไม่มีประสิทธิภาพที่เพียงพอ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดการกับส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยว คือ จุดดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การขนส่งที่เป็นระบบ (Transportation) การจัดการกับข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ (Information) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) โฆษณา (Promotion) และการให้บริการที่ดี (Service)

เราอาจสามารถแบ่งการจัดการการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายใน โดยวิจัยถึงศักยภาพ และความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชน

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community–Based Tourism–CBT) เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน ในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยว มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ และเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นกลไกสนับสนุนชุมชนในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์

ฟื้นฟู สืบทอด ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งทางตรง และทางอ้อม มีส่วนร่วมกับการกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนแบบยั่งยืน ซึ่งแต่ละชุมชนมีการปรับตัวพัฒนาตนเอง ให้เข้าเกณฑ์มาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยว การนำภูมิปัญญา และทรัพยากรในท้องถิ่น เรียนรู้และปรับตัวเข้ากับธรรมชาติได้อย่างกลมกลืน มาจัดกระบวนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถสัมผัสได้

ความหมาย คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ซึ่งมีความหลากหลายตามศักยภาพของชุมชน และภูมิประเทศในแต่ละท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและบริหารจัดการในชุมชน นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจในบทบาทของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ตลอดจนแลกเปลี่ยนประสบการณ์

4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน

(พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์,2553) กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชนมีความสำคัญหลายด้าน โดยสามารถแบ่งให้ชัดเจน คือ

1. มีความสำคัญต่อการวางแผนทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวชุมชนสำคัญต่อการวางแผนการท่องเที่ยว เนื่องจากการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวไปให้ได้อย่างยั่งยืนแล้ว ต้องมีกระบวนการการที่มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยเฉพาะการวางแผนเพื่อดำเนินการการท่องเที่ยวของชุมชนของตน และในการวางแผนระดับประเทศก็ควรที่จะคำนึงถึงชุมชนเป็นพื้นฐาน เช่น ลักษณะของสิ่งแวดล้อม ความเหมาะสมโดยภาพรวม

2. มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวชุมชนมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน เนื่องจาก การริเริ่มการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ควรที่จะเกิดจากความสมัครใจของชุมชนเป็นหลักก่อนเป็นสิ่งแรก และให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อการมีส่วนร่วมอย่างถูกทิศทาง และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวควรกระจายสู่ชุมชนอย่างยุติธรรม ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นนั้นจะเกิดได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

3. มีความสำคัญต่อองค์กรในทุกระดับ คือ ระดับโลก กลุ่มประเทศ ประเทศ และภูมิภาค

การท่องเที่ยวชุมชนมีความสำคัญต่อองค์กรในทุกระดับ เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้น ควรที่จะได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกระดับ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรูปแบบขององค์กรตั้งแต่ระดับโลก จนถึงระดับท้องถิ่น ซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากเข้าใจว่าการท่องเที่ยวจะสำเร็จไปได้ยากหากขาดความร่วมมือจากชุมชนอย่างแท้จริง

4. เป็นรายได้ที่สำคัญสู่ชุมชน โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา/ยากจน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนที่หลายประเทศมองเป็นหลักโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา คือ การนำรายได้มาสู่ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรายได้หลัก หรือรายได้เสริม เพื่อที่จะได้รับการร่วมมือจากชุมชน ทั้งนี้ต้องเกิดจากการบริหารจัดการและการกระจายผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยุติธรรม

ชุมชนสามารถมองถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวชุมชนที่จะนำมาสู่ชุมชน และให้ความร่วมมืออย่างเต็มใจได้ หากได้รับผลประโยชน์หลัก ๆ 5 ด้าน ดังนี้ (Scheyvens, 1999)

1. ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวหากสามารถนำรายได้ในระยะยาวมาสู่ชุมชนได้ก็จะสร้างความมั่นใจและได้รับความร่วมมือจากชุมชน

2. ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวสามารถทำให้ชุมชนภูมิใจท้องถิ่นของตน และอยากให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชุมชน เพราะต้องการที่จะให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก ความภาคภูมิใจนี้ ทำให้เกิดการไม่ทิ้งชุมชนของตนไปทำงานที่อื่น และการร่วมมืออนุรักษ์ และประชาสัมพันธ์ชุมชนของพวกเขาไว้

3. ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการเสริมสร้างความเสมอภาค และสันติภาพแก่ทุกฝ่าย รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตในสังคมของชุมชน และสร้างการปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันของคนในชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชุมชนด้วย

4. ด้านการเมือง ชุมชนได้มีสิทธิมีเสียงทางการเมืองเนื่องจากมีตัวแทนมาร่วมวางแผนและริเริ่มทางการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนรู้สึกถึงพวกเขาได้รับสิทธิและเกิดความรู้สึกหวงแหน และเป็นเจ้าของชุมชนอย่างแท้จริงตามมา

5. ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวชุมชน สามารถยังประโยชน์สู่สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรชุมชน หากชุมชนตระหนัก การพัฒนาที่ยั่งยืน จะเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรของชุมชน โดยร่วมมือกับทุกฝ่ายโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว

สามารถสรุปได้ว่า ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวชุมชนทั้งหมดนี้ มีส่วนเสริมซึ่งกันและกัน และชุมชนควรที่จะได้รับประโยชน์หลักจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนทั้ง 5 ด้าน เพื่อเป็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยแท้จริง ทั้งนี้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนต้องเกิดจากการเข้าใจหลักการการท่องเที่ยวชุมชนก่อน และพัฒนาอย่างไม่ก้าวกระโดด ควรพัฒนาอย่างค่อยเป็นการค่อยไป เรียนรู้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และดำเนินกระบวนการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาวะ และเอกลักษณ์ของชุมชนเอง

4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือวัตถุประสงค์อื่นๆที่แตกต่างกันไปที่มิใช่เพื่อการไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษา หรือเป็นคนในท้องถิ่น มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามา

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งบริการที่รองรับก่อนและหลังการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย และตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของการท่องเที่ยว ได้แก่ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การรักษาความปลอดภัย รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และสิ่งอานวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ เช่น บริการที่จอดรถ บริการห้องน้ำห้องสุขา บริการด้านการคมนาคมขนส่ง เช่น การขนส่ง ทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน

3. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) หมายถึง การวิเคราะห์ให้ทราบว่ามีทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540:2-7 – 2-9, 3-6, 3-21) และใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing Mix) ที่เป็นปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ ซึ่งต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550: 59-121; มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549 ข: 161-286; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 115-133) ประกอบด้วย4 ประการ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) 2) ราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Price) 3) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Place) และ 4) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) ในส่วนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) นั้นวางอยู่บนหลักการที่สำคัญ 10 ประการ คือ (พจนา สวนศรี, 2546: 12)

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และกำหนดทิศทาง
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนวางอยู่บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนโดยให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

พจนา สวนศรี (พจนา สวนศรี, 2546: 15) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สำคัญไว้ 4 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพา และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทางานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสานึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้าน และผู้มาเยือน

4.4 แนวความคิดเกี่ยวกับชุมชนและองค์กรชุมชน

สำหรับ “ชุมชน” ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง กลุ่มคนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ร่วมกันในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือเขตการปกครองเดียวกัน มีประวัติศาสตร์ความเป็นมา และวัฒนธรรมร่วมกัน มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน มีการติดต่อสื่อสารกัน มีการร่วมมือกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน และพึ่งพาอาศัยกัน ส่วนองค์กรชุมชน คือ องค์กรที่คนในชุมชนมารวมตัวกัน มีวัตถุประสงค์ และอุดมการณ์ที่ชัดเจนร่วมกัน มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในการแก้ไขปัญหา มีการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากสมาชิก ซึ่งการบริหารจัดการองค์กรชุมชนจึงจำเป็นต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพ (สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ, 2540: 6-8) คือ

1. บุคลากร หมายถึง
   - ผู้นำ คือ ผู้ที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกให้ดูแลความอยู่รอดขององค์กร
   - สมาชิก คือผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ทั้งทางความคิด การวางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล และการได้รับผลประโยชน์จากองค์กร
   - ชาวบ้านทั่วไป ที่ไม่ได้เข้าร่วมอยู่ในองค์กรแต่มีผลต่อการดารงอยู่ขององค์กร การดำเนินงานขององค์กร จะต้องมีการตัดสินใจร่วมกันทั้งผู้นำ และสมาชิก

Cohen and Uphoff (1977: 30-58) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมการพัฒนาไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย การริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนทรัพยากร การบริหาร การประสานความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วย ผลประโยชน์ด้านวัสดุ ด้านสังคม และส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

2. โครงสร้าง และบทบาทหน้าที่ โดยทั่วไปมีโครงสร้างจัดไว้เป็นรูปแบบมาตรฐาน คือ มีประธาน รองประธาน เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ ปฏิคม เหรัญญิก ฝ่ายซื้อฝ่ายขายตรวจสอบ และกรรมการอื่น ๆ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันตามตำแหน่ง และควรมีตำแหน่งที่มีเนื้องานให้ปฏิบัติจริง

3. สถานที่และวัสดุอุปกรณ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางของการรวมตัวกันสำหรับการประชุม การจัดกิจกรรม การเก็บวัสดุอุปกรณ์ และใช้ประโยชน์อื่น ๆ สำหรับชุมชน

4. กฎ กติการ่วมกัน เพื่อยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติและเป็นข้อตกลงร่วมกัน การที่คนหลายคนมาอยู่รวมกลุ่มกัน ย่อมมีความคิดเห็นที่แตกต่างหรือขัดแย้งกัน ทัศนะต่อการปฏิบัติตามจึงเป็นสิ่งสำคัญ

5. การสื่อสาร ระหว่างผู้นำกับสมาชิกองค์กรชุมชน ซึ่งมีหลายรูปแบบทั้งการจัดประชุมชี้แจงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาข้อสรุปร่วมกัน การแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านหอกระจายข่าว การประชุมแกนนำองค์กร และการกระจายข้อมูลต่อในกลุ่มย่อย การใช้ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างผู้นำและสมาชิก การสื่อสารมีความสำคัญในการช่วยให้เกิดการรับรู้เข้าใจ และร่วมมือกันมากขึ้น

6. การควบคุมตรวจสอบ เมื่อมีการแบ่งหน้าที่กันแล้วต้องมีการควบคุมตรวจสอบกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการรับรู้กันอย่างโปร่งใส โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงิน จะช่วยให้องค์กรไม่มีปัญหาหรือป้องกันปัญหาหรือแก้ได้แต่เนิ่น ๆ

7. งบประมาณ เพื่อที่จะดำเนินงานไปได้ด้วยดีจำเป็นจะต้องมีการระดมทุนทั้งภายในและภายนอกเพื่อทำกิจกรรมได้ แต่ในทางที่ดีควรจะมีการระดมทุนจากภายในชุมชนก่อน เมื่อขาดเหลือจึงค่อยแสวงหางบประมาณจากภายนอก นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภายนอกทั้งจากภาคราชการ ภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในด้านการเป็นแหล่งเงินทุน แหล่งความรู้ และเป็นสื่อที่กระตุ้นให้เกิดการรวมตัวของชุมชน การเกิดการยอมรับจากสังคมภายนอกนั้นและเป็นแรงผลักให้ชุมชนเกิดความเชื่อมั่นในขีดความสามารถ และศักยภาพของชุมชนมากขึ้น (มันทนา สามารถ และคณะ, 2543; ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์, 2546: 62-65)

4.5 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วม: เครื่องมือสำคัญที่นำไปสู่ชุมชนยั่งยืน

จากแนวโน้มของกระบวนทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยว “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์” จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น จะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว และเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน ในประเทศนิวซีแลนด์ ได้นำเอาแนวคิดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวโน้มใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้เปิดโอกาสให้ผู้คนต่างวัฒนธรรม ต่างถิ่น ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน เป็นการท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยว และผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน โดยผ่านประสบการณ์ตรงในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ทำร่วมกัน และด้วยกระบวนการดังกล่าวนี้ นอกจากจะช่วยพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ระหว่างกันแล้ว ยังจะนำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว และจะเป็นโอกาสให้เข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ถือได้ว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ จะเป็นเครื่องมือสำคัญในโลกร่วมสมัยที่จะช่วยส่งเสริมในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรม และธรรมชาติของชุมชน ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยมีความสมดุลของสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นเป้าหมาย สำคัญ

4.6 การท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ และการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมอย่างสมดุลเป็นธรรมและยั่งยืนในทุกๆด้าน เช่น ด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นได้จริง โดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ และวิถีวัฒนธรรม และเปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เกิดการระดมความคิดจากองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ หรือ Alternative Tourism นั้นเอง

4.7 หลักการพื้นฐานที่สำคัญ

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้ถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนตนเอง
2. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน
3. ระดมความคิดให้คนในชุมชนมีส่วนรวมในการกำหนดทิศทางเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนตนเองอย่างมีทิศทางที่ถูกต้อง และเหมาะสม
4. สร้างความตระหนักรู้ว่าชุมชนเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการอนุรักษ์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมรวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้
6. ยกระดับคุณภาพของคนในชุมชนทั้งทางด้านชีวิตความเป็นอยู่ระบบสาธารณสุขสาธารณูปโภคในชุมชน

7. การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมในทุกภาคส่วน
8. เกิดสันติภาพจากการเคารพ และยอมรับเพื่อศึกษา แลกเปลี่ยน และเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างซึ่งกันและกัน

4.8 การเตรียมความพร้อมต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

โดยชุมชนที่ต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมต้องมีการเตรียมความพร้อมดังต่อไปนี้

1. ก่อตั้งโครงสร้างในองค์กรในชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม (กำหนดหน้าที่ และบทบาท)
2. เตรียมความพร้อมของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว
3. คุณภาพในการบริการ และความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
4. มีการจัดการกฎ กติกา ในการจัดการด้านวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชน
5. จัดโปรแกรมทัวร์ที่หลากหลาย และมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในชุมชนตนเอง
6. การตลาดด้านการท่องเที่ยว
7. สร้างจิตสำนึกเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ และพัฒนามรดกทางด้านวัฒนธรรม และมรดกทางธรรมชาติแก่ทั้งนักท่องเที่ยว และเจ้าของชุมชนเอง
8. จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบที่โปร่งใสอย่างสม่ำเสมอ

5. การสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

5.1 ความหมายของชุมชนเข้มแข็ง

เพื่อให้การพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างยั่งยืน จึงต้องเริ่มจากการใช้จุดแข็งในสังคม และทุนทางสังคมที่มีอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง

ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ได้มีการให้แนวคิด และความหมายของชุมชน และความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อเป็นแนวทางและการนำไปสู่การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาไว้ดังนี้

ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิเกี่ยวพันกัน และมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นปกติต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกันหรือมีอาชีพร่วมกันหรือการประกอบกิจการซึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือการมีวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน (นายไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม) โดยความเป็น

ชุมชนอาจหมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งเท่าใดก็ได้มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสารหรือรวมกลุ่มกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน ในการกระทำ มีการจัดการเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน (ศ.นพ.ประเวศ วะสี)

จากความหมายข้างต้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ชุมชนมีความหมายมากกว่าการที่คนแต่ละคนมาอยู่ร่วมกัน แต่ได้สร้างความสัมพันธ์กันโดยมีหลักการ เงื่อนไข กติกา ซึ่งเราเรียกโดยรวมว่า ระเบียบ

บรรทัดฐานของการอยู่ร่วมกัน ชุมชนจึงมีลักษณะเป็นองค์กรทางสังคมที่สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของสมาชิก และสามารถช่วยให้สมาชิกสามารถจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่มีอยู่ร่วมกันได้

ความเข้มแข็งของชุมชน จึงหมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของเมืองหรือชนบทรวมตัวกันเป็น“องค์กรชุมชน” โดยมีการเรียนรู้ การจัดการ และการแก้ไขปัญหาร่วมกันของชุมชนแล้วถึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนตลอดจนมีผลกระทบสู่ภายนอกชุมชนที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยจะเรียกชุมชนนี้ว่า กลุ่ม ชมรม สหกรณ์ บริษัท องค์กรชาวบ้าน เครือข่ายหรืออื่น ๆ ที่มีความหมายแสดงถึงการร่วมมือช่วยเหลือกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน และด้วยความเอื้ออาทรต่อชุมชนอื่น ๆ ในสังคมด้วย

องค์กรชุมชน หมายถึง กลุ่มหรือชมรมหรือสหกรณ์ หรือในชื่ออื่นใด โดยจะมีการจดทะเบียนตามกฎหมายหรือไม่ก็ตาม อันเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ และอุดมคติร่วมกัน มีมิตรภาพ และความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้กันอย่างต่อเนื่องในการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มีผู้นำตามธรรมชาติเกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการทำงานร่วมกัน

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอาศัยอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยในแต่ละชุมชนจะมีการพัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนในมิติต่าง ๆ เช่นมิติทางด้านเศรษฐกิจมิติทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ มิติทางด้านสังคม และมิติทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั้น อาจพัฒนาความเข้มแข็งได้เพียงบางมิติเท่านั้น เนื่องจากเงื่อนไขและกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้มแข็งในแต่ละมิติของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน

5.2 องค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็ง

จากการดำเนินงานเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน คณะอนุกรรมเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤตภายใต้คณะกรรมการนโยบายสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกรอบองค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็งไว้ว่าจะต้องประกอบด้วย

1. บุคคลหลากหลายที่รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนอย่างเป็นทางการหรือไม่ก็ตาม
2. มีเป้าหมายร่วมกัน และเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์สาธารณะ และของสมาชิก
3. มีจิตสำนักของการพึ่งตนเอง รักษาเอื้ออาทรต่อกัน และมีความรักท้องถิ่น รักชุมชน
4. มีอิสระในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ
5. มีการระดมใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพ
6. มีการเรียนรู้ เชื่อมโยงกัน เป็นเครือข่าย และติดต่อสื่อสารกันหลายรูปแบบ
7. มีการจัดทำกิจกรรมที่เป็นสาธารณะของชุมชนอย่างต่อเนื่อง
8. มีการจัดการบริหารกลุ่มที่หลากหลาย และเครือข่ายที่ดี
9. มีการเสริมสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายของชุมชนสืบทอดกันตลอดไป

5.3 ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง

ชุมชนที่มีความเข้มแข็งมีลักษณะที่สำคัญดังนี้คือ

1. สมาชิกของชุมชนมีความเชื่อมันในศักยภาพของตน และชุมชนที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง
2. สมาชิกของชุมชนพร้อมที่จะร่วมกันจัดการกับปัญหาของตน และชุมชน
3. มีกระบวนการของชุมชนที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องจนเป็นวิถีของชุมชน ภายใต้การสนับสนุนของผู้นำองค์กรชุมชน ในลักษณะเปิดโอกาสให้กับสมาชิกทั้งมวลเข้ามามีส่วนร่วม โปร่งใส และพร้อมที่จะให้ตรวจสอบ
4. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชนกำหนดวิสัยทัศน์ร่วม ร่วมคิด ตัดสินใจ ดำเนินงาน ติดตาม และประเมินผลการแก้ปัญหา และการพัฒนา
5. สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการของชุมชน
6. มีแผนของชุมชนที่ประกอบด้วยการพัฒนาทุก ๆ ด้านของชุมชน ที่มุ่งการพึ่งตนเอง เอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุก ๆ คน และมุ่งหวังการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน
7. การพึ่งความช่วยเหลือจากภายนอก เป็นการพึ่งเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุด ไม่ใช่การพึ่งพาตลอดไป
8. มีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีการพัฒนา อาจเป็นหมู่บ้านชุมชนอื่น ๆ ท้องถิ่น ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นักวิชาการ และอื่น ๆ ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกัน

5.4 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อเป็นฐานรองรับการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมพร้อมกันทุกด้าน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงภาคีการพัฒนาต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกประเทศ จึงต้องผนึกกำลังดำเนินงานการเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ด้วยการกระตุ้นและสร้างกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการสร้างสภาพแวดล้อมให้ชุมชนร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และมีการเรียนรู้เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้มีกิจกรรมหลักที่ดำเนินการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ได้แก่

1. การส่งเสริมกระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อเผชิญปัญหาวิกฤต โดยพัฒนาศักยภาพให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกันร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรักษาผลประโยชน์ของชุมชนด้วยตนเอง รวมทั้งให้ความสำคัญกับการปรับวิธีคิดและวิธีการทำงานของบุคลากรภาครัฐจากการเป็นผู้สั่งการเป็นผู้สนับสนุนในการจัดการและแก้ไขปัญหาของชุมชนเอง

2. การส่งเสริมกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในลักษณะ “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมเรียนรู้” เพื่อส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยกระบวนการส่งเสริมและสนับสนุนชุมชนได้มีการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อการพัฒนาอาชีพ

และเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาสวัสดิการสังคม และสวัสดิภาพของชุมชนการฟื้นฟูอนุรักษ์ และจัดการทัพยากรธรรมชาติของชุมชน การค้นหาศักยภาพและการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการจัดทำแผนความต้องการของชุมชน รวมทั้งการสร้างประชาคมภายในชุมชน และการสร้างเครือข่ายของชุมชน

5.5 แนวทางการพัฒนาให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง

1. บริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง ด้วยการส่งเสริมการรวมตัวเรียนรู้ร่วมคิดร่วมทดลองปฏิบัติจริง รวมทั้งการเสริมหนุนกลุ่มที่มีการรวมตัวอยู่แล้วให้เข้มแข็ง เน้นศักยภาพความพร้อมของชุมชน เชื่อมโยงกับการทำมาหาเลี้ยงชีพตั้งแต่ระดับปัจเจก ระดับครอบครัวจนถึงระดับชุมชน คำนึงถึงความพอประมาณและความพออยู่พอกินเป็นลำดับแรกก่อนที่จะเชื่อมต่อกับชุมชน และสังคมภายนอกมีกระบวนการจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นขั้นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ ทั้งภายใน และภายนอกชุมชน โดย

1.1 การส่งเสริมการรวมตัวของคนในชุมชนทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของชุมชน

ในรูปแบบที่หลากหลายที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งในเชิงพื้นที่หรือประเด็นความสนใจ และเสริมหนุนชุมชนที่มีการรวมตัวเป็นกลุ่มต่างๆ อยู่แล้วให้มีขีดความสามารถในการพัฒนามากขึ้น โดยการเปิดพื้นที่สาธารณะในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อบุคคล สื่อการศึกษาสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับชาติ รวมถึงการปรับปรุงกลไกทางกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการการเงินการคลังเพื่อเอื้ออำนวยให้ภาคส่วนต่างๆ เข้ามาร่วมสนับสนุนการสร้างชุมชนเข้มแข็ง

1.2 การจัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างครบวงจร

1. พัฒนาฐานข้อมูลชุมชนให้เป็นระบบและปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งข้อมูลครัวเรือน ข้อมูลศักยภาพชุมชนในประเด็นต่างๆ อาทิ สถานะของกลุ่มต่างๆ กิจกรรมของชุมชน ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่น และปราชญ์หรือผู้นำตามธรรมชาติในชุมชน การสืบค้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และวัฒนธรรมชุมชน เป็นต้น โดยจัดทำเป็นแผนที่ทุนของชุมชนที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก และนำไปใช้เป็นฐานในการจัดการทรัพยากรของชุมชน และกำหนดทางเลือกการพัฒนาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต
2. จัดให้มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ร่วมคิดร่วมทำ ร่วมกำหนดแนวทาง และกิจกรรมการพัฒนาของชุมชนที่ยึดหลักการพึ่งพาตนเองด้วยศักยภาพทรัพยากร ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น โดยนำข้อมูลชุมชนมาวิเคราะห์หาปัญหา และสาเหตุค้นหาทางออก นำไปทดลองปฏิบัติจริง มีเครือข่ายการศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการต่อยอดปรับใช้ประโยชน์ โดยใช้แหล่งทุนในชุมชน

อาทิ ธนาคารประชาชน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน และกองทุนต่างๆ ของหมู่บ้าน-ชุมชน พัฒนาความต้องการของชุมชนให้เป็นแผนชุมชนไปเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาท้องถิ่น แผนยุทธศาสตร์จังหวัด และแผนอื่นๆ ตามความเหมาะสม

3. ส่งเสริมให้กลุ่มปราชญ์ กลุ่มแกนนำ และผู้รู้ ถ่ายทอดความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้และการจัดการความรู้ในชุมชน โดยเชื่อมโยงความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่จริง ควบคู่กับการค้นหาผู้นำตามธรรมชาติรุ่นใหม่ที่เข้มแข็ง มีคุณธรรมจริยธรรม มีความเพียร และมีจิตสำนึกต่อส่วนรวมให้เป็นพลังขับเคลื่อน และขยายผลกิจกรรมการเรียนรู้ของชุมชนในวงกว้าง และระยะยาว

4. สนับสนุนการจัดการองค์ความรู้ และการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของทุนในชุมชน ควบคู่กับการฟื้นฟูความรู้พื้นบ้าน โดยสนับสนุนบทบาทนักวิจัยท้องถิ่นร่วมกับนักวิจัยของสถาบันการศึกษาในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม เช่น การทำเกษตรผสมผสาน และการทำหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น โดยรวบรวมความรู้ต่างๆ อย่างเป็นระบบ เผยแพร่สู่ชุมชน และมีกระบวนการพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์สู่การพึ่งตนเอง และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

1.3 การสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ด้วยการส่งเสริมความมั่นคงของครอบครัว การจัดบริการทางสังคมในชุมชน การปลูกฝังค่านิยมที่ดีงาม การสร้างระบบความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของชุมชน และระหว่างชุมชนอย่างเท่าเทียมด้วยบริบททางศาสนาและวัฒนธรรมชุมชน และการให้ความคุ้มครองสิทธิ โดย

1. เสริมสร้างครอบครัวให้มีความมั่นคง มีสัมพันธภาพที่ดี มีความเข้มแข็งทางคุณธรรมจริยธรรมในครอบครัว โดยจัดกิจกรรมปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใช้สื่อชุมชนและสื่อสาธารณะให้ข้อมูลข่าวสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต

2. เสริมสร้างโอกาสและสภาพแวดล้อมในชุมชนให้เอื้อต่อการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งในระบบและนอกระบบอย่างต่อเนื่อง เชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้ในชุมชน

3. เสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ทั้งการสร้างหลักประกันชีวิต สวัสดิการสังคม ความมั่นคงด้านอาหาร ความมั่นคงด้านสุขภาพ และที่อยู่อาศัย การคุ้มครองผู้บริโภค และความมั่นคงในสิทธิมนุษยชน

4. การออมวันละบาท ฯลฯ เพื่อเป็นแหล่งทุนในการพัฒนาอาชีพ และจัดสวัสดิการขั้นต้นของชุมชน ควบคู่กับการสร้างวินัยในการใช้จ่าย รวมไปถึงการส่งเสริมให้มีการออมสินทรัพย์อื่นๆ ของคนในชุมชน เพื่อช่วยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ในการประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิต
5. สร้างประชาคมสุขภาพของชุมชนเพื่อใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างความมั่นคงทางอาหาร
6. เตรียมความพร้อม และยกระดับการพัฒนาคุณภาพบริการ ให้ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถในการจัดบริการทางสังคมขั้นพื้นฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนแต่ละช่วงวัย และวิถีชีวิตในชุมชน
7. พัฒนาศักยภาพของชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในการจัดการความเสี่ยงภัยของชุมชน เช่น ผลกระทบของการเปิดการค้าเสรีหรือการลงทุนขนาดใหญ่ของรัฐ อาชญากรรมข้ามชาติ ที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายคนโดยเสรี โดยเฉพาะประเด็นการค้ามนุษย์ ยาเสพติด และการฟอกเงิน ฯลฯ รวมไปถึงการเฝ้าระวังความเสี่ยงจากภัยพิบัติจากธรรมชาติ ความเสี่ยงจากราคาผลิตภัณฑ์การเกษตร ความเสี่ยงจากโรคอุบัติใหม่ และโรคระบาดซ้ำ โดยมีระบบการให้ความช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพ
8. เชื่อมโยงบทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน สถาบัน ทางศาสนา และสถานศึกษาในการสืบสานวัฒนธรรมจารีตประเพณีที่ดีงามของชุมชน การฟื้นฟูค่านิยมการทำงานร่วมกัน เช่น ประเพณีลงแขก สืบชะตาลำน้ำ เป็นต้น

5.6 การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน

ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพ และรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมบทบาทสตรีในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน และนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจน

1. สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มรูปแบบต่าง ๆ
2. สนับสนุนการนำภูมิปัญญาไทย และวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการที่มีโอกาสทางการตลาดสูง
3. พัฒนาระบบการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน ควบคู่กับการสร้างผู้ประกอบการใหม่
4. ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาด องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พัฒนามาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะในการประกอบ

5. อาชีพของกลุ่มต่างๆรวมทั้งคนพิการที่สอดคล้องกับความหลากหลายของอาชีพในชุมชน เพื่อลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ

5.7 การเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูลกัน

ด้วยการส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวน อนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา ใช้ประโยชน์ และเพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

1. สร้างความตระหนักรู้ของชุมชนในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่มีต่อวิถีชีวิต รวมทั้งกระจายอำนาจการจัดการทรัพยากรของท้องถิ่นให้ชุมชนที่มีศักยภาพเข้ามามีส่วนร่วมกับรัฐในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. สนับสนุนกลไกชุมชน และเครือข่ายในการจัดการ และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับการผลิตเพื่อการยังชีพของชุมชนอย่างเป็นธรรม
3. เสริมสร้างขีดความสามารถและองค์ความรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นภาคีหลักในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการป่า และพื้นที่อนุรักษ์ การจัดการลุ่มน้ำ การจัดการ และฟื้นฟูป่าชายเลนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในท้องถิ่น เป็นต้น โดยมีการใช้และแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยุติธรรม

5.8 บทบาทของภาคีการพัฒนาให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง

ในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้อย่างมั่นคง ชุมชนมีการเรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง เป็นชุมชนที่น่าอยู่ มีความสุข และมีการเชื่อมต่อระหว่างชุมชนเป็นเครือข่ายขยายผลเพื่อการพัฒนาทั่วทั้งประเทศ แต่ละภาคีการพัฒนามีบทบาท ดังนี้

ภาครัฐ ส่วนกลาง

1. บริหารสังคมโดยการเชื่อมโยงแผนทุกระดับ ตั้งแต่แผนพัฒนาระดับชาติ แผนบริหารราชการแผ่นดิน แผนปฏิบัติราชการ ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด แผนท้องถิ่น และแผนชุมชน อย่างเป็นขั้นเป็นตอน รวมทั้งบูรณาการกิจกรรมภายใต้วาระแห่งชาติด้านต่างๆ

2. ประสานและอำนวยความสะดวกให้ภาคีต่างๆ ทั้งระดับชาติ จังหวัด องค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มปราชญ์ แกนนำชุมชนมีบทบาทร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อชุมชน รวมทั้งการสนับสนุนงบประมาณ และวิชาการ

3. ปรับปรุงกฎ ระเบียบ กฎหมาย เครื่องมือด้านการเงิน การคลัง การระดมทุนนอกระบบงบประมาณ

4. กระจายอำนาจการบริหารจัดการด้านบริการขั้นพื้นฐานสู่ท้องถิ่นและชุมชน พร้อมทั้งเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. ทั้งในด้านการเงิน ด้านปัจจัยสี่ การดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองสิทธิต่างๆ ของประชาชนและชุมชน ดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเศรษฐกิจและสังคมในส่วนที่เกินขีดความสามารถของท้องถิ่น

5.ปรับวิธีคิดของเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้มีมุมมองในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชุมชนแบบองค์รวม เป็นผู้หนุนเสริมศักยภาพ ชุมชน อำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง ตลอดทั้งทำความเข้าใจกับแนวทางปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเพิ่มบทบาทในการดำเนินการและสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

6. สร้างระบบเตือนภัยทางสังคมที่เชื่อมโยงตั้งแต่ระดับชุมชน จังหวัด ระดับชาติ และนานาชาติ โดยเฉพาะการเฝ้าระวังผลกระทบต่อชุมชนตามแนวชายแดนที่มีแนวโน้มการเกิดอาชญากรรมข้ามชาติ เนื่องจากการเคลื่อนย้ายคนโดยเสรีทั้งในเรื่องการค้ามนุษย์ ยาเสพติดและการฟอกเงิน

ส่วนท้องถิ่น

1. นำแผนชุมชนมาประกอบการจัดสรรงบประมาณการพัฒนาท้องถิ่นและผลักดันการดำเนินงานภายใต้แผนชุมชนให้บังเกิดผลเป็นรูปธรรม โดยการระดมทรัพยากรภายในพื้นที่รับผิดชอบทั้งจากภาครัฐ เอกชน พัฒนาเอกชน และชุมชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของที่นำไปสู่การพัฒนาชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน

2. จัดบริการทางเศรษฐกิจและสังคมขั้นพื้นฐานให้ชุมชนอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ คนในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุน การศึกษา สาธารณสุข และการคุ้มครองทางสังคมได้อย่างเท่าเทียมกัน

3. ประสานความร่วมมือระหว่างภาคีการพัฒนาต่างๆ ในทุกระดับตั้งแต่ชุมชน จังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาค และประเทศ ในการดำเนินโครงการ และกิจกรรมการพัฒนาที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างกว้างขวางในหลายมิติ พร้อมทั้งสนับสนุนให้มีมาตรการทางสังคมเพื่อเฝ้าระวัง และตรวจสอบบริการต่าง ๆ ให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม โดยมีมาตรการคุ้มครองผู้ที่ทำประโยชน์เพื่อชุมชน และสังคม

4. พัฒนาฐานข้อมูลท้องถิ่น ให้เป็นระบบ และปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งข้อมูลครัวเรือน ข้อมูลศักยภาพท้องถิ่นในประเด็นต่าง ๆ

5. พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลของชุมชน และจัดทำตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนในมิติต่างๆ เช่น ตัวชี้วัดความสุขของชุมชน ทั้งความสุขภายในจิตใจ

ภาคเอกชน

1. สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างองค์ความรู้ และยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำวิจัยร่วมกับชุมชน เป็นหุ้นส่วนของชุมชนในการต่อยอดภูมิปัญญา ประสาน และสร้างความสมดุลระหว่างภาคเศรษฐกิจ และชุมชน

2. สนับสนุนทรัพยากร วิทยากร สร้างอาชีพในชุมชน และร่วมรับผิดชอบต่อชุมชนรอบสถานประกอบการ ให้มีกิจกรรมอาสาสมัครเพื่อสังคม รวมทั้งมีการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีงามของชุมชน

3. สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน การบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน การสร้างผู้ประกอบการใหม่ ร่วมสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากความหลากหลายทรัพยากร และศักยภาพของชุมชน สนับสนุนทั้งในรูปเงินลงทุน โอกาสทางการตลาด องค์ความรู้ โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

ชุมชน (ประชาชน/ประชาคม)

1. รวมกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาฐานข้อมูลชุมชน กำหนดแนวทาง และกิจกรรมการพัฒนาของชุมชนที่ยึดหลักการพึ่งพาตนเองด้วยการคำนึงถึงศักยภาพทรัพยากร ภูมิปัญญา วิถีชีวิตวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น โดยนำข้อมูลชุมชน มาวิเคราะห์หาปัญหา และสาเหตุ ค้นหาทางออก นำไปทดลองปฏิบัติจริงบนฐานองค์ความรู้ และศักยภาพของชุมชน ศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากเครือข่าย และจัดทำแผนชุมชนแบบมีส่วนร่วม

2. ริเริ่ม และเป็นแกนนำจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ชุมชน โดยเฉพาะกิจกรรมที่เชื่อมโยงบทบาทระหว่างบ้าน สถาบันศาสนา โรงเรียน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสร้างเครือข่ายการดูแล คุ้มครอง การจัดสวัสดิการสังคมภายในชุมชน รวมถึงการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทุกประเภท และดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

3. จัดให้มีมาตรการทางสังคมในชุมชน ติดตาม ตรวจสอบบริการต่างๆ สร้างธรรมาภิบาลในชุมชน และให้มีมาตรการคุ้มครองผู้ที่ทำประโยชน์เพื่อชุมชน/สังคม

สถาบันทางสังคมอื่น ๆ

องค์กรพัฒนาเอกชน

1. มีบทบาทในการจัดการองค์ความรู้ ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชน เป็นพี่เลี้ยงที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการเข้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และบริหารจัดการ

2. เป็นหน่วยเติมเต็มช่วยเหลือเกื้อกูลในเรื่องที่ชุมชนขาดแคลน ประสบปัญหาเร่งด่วน ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการดูแลและเยียวยาผู้ด้อยโอกาส เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สถาบันการศึกษา/นักวิชาการ

1. ทำวิจัยร่วมกับชุมชนโดยชุมชนเป็นนักวิจัยหลัก ถอดรหัสความรู้ที่อยู่ในตัวภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นความรู้ที่เปิดเผย รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูล และที่ปรึกษาของชุมชน

2. สร้างศักยภาพชุมชนให้สามารถจัดการความรู้ในชุมชนของตัวเอง และสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ชุมชน รวมทั้งต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชุมชนสามารถนำไปสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเกิดรายได้แก่ชุมชน

3. กระตุ้นเผยแพร่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารความรู้ใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในโลกยุคใหม่ เช่น ภาษาต่างประเทศ ผลของภาวะโลกร้อนต่อระบบนิเวศ และการทำมาหาเลี้ยงชีพ ภัยไซเบอร์ ฯลฯ

สถาบันศาสนา

1. ปลูกฝังทัศนคติและแนวธรรมะปฏิบัติที่ถูกต้องในการดำรงชีวิตเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและให้บุคลากรทางศาสนาเป็นตัวอย่างที่ดีในการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง

2. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ชุมชนและสถาบันครอบครัวในการทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ การปลูกฝังค่านิยม จิตสำนึก และการสืบสานจารีตประเพณี

3. เป็นศูนย์รวมใจเชื่อมโยงสายใยของคนให้มาร่วมในการพัฒนาครอบครัว ชุมชน

สื่อ

1. เป็นแกนกลางในการไหลเวียนข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการปรับตัวของชุมชน กระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้แก่ชุมชนผลกระทบการค้าเสรีการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งสินค้า และบริการ ตลอดทั้งการสร้างความเข้าใจ และความตระหนักถึงสิทธิอันพึงมีพึงได้ของประชาชน ชุมชน

2. ปลูกจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม สร้างค่านิยมรักถิ่น ครอบครัวอบอุ่น พฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบพออยู่พอกินบนพื้นฐานวัฒนธรรมที่ดีงามแก่เด็ก เยาวชน และสังคมไทย และทั้งร่วมกันดูแลฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

3. สอดแทรกสาระสร้างสรรค์สังคมในสื่อทุกรูปแบบ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เด็กและครอบครัว และเปิดโอกาสให้เด็กมีบทบาทร่วมผลิตสื่อสร้างสรรค์

4. ใช้สื่อในชุมชนทุกรูปแบบในการให้ความรู้ สร้างค่านิยมที่ดีแก่ชุมชน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอันตราย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การสร้างกิจกรรมให้ครอบครัว การสร้างสำนึกรักบ้านเกิด การเชิดชูคนดี และการสร้างระเบียบวินัยของคน ชุมชน เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

6.1 ความหมาย และความสำคัญของวัฒนธรรม

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2535 อ้างใน สิปปนันท์ นวลละออง (2556) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า “วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลกระทบจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสม และสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ ฟื้นฟู ถ่ายทอด สร้างเสริมอัตลักษณ์และพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างดุลภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ จึงจะช่วยให้มนุษย์ดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ” โดยส่งผ่านคุณค่าเหล่านั้นไปสู่สังคมโดยรวม อาทิ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งวิถีชีวิตด้านต่าง ๆ ที่นำมาพิจารณาได้แก่ ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา ศิลปะท้องถิ่น ความเชื่อ อาชีพ การแต่งกาย และ อาหาร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึงความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินพร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อความเข้าใจต่อสภาพสังคม และวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ฉัตรเฉลิม องอาจธนศาล อ้างใน

http://www.siamfreestyle.com/forum/index.php?showtopic=1922 ถึงแนวคิดใหม่ของการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ว่าสามารถแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์

2. การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) คือ

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ

3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism)_เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น

4. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ

5. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์ และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น

6.2 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. มิติทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นมโนภาพสำคัญประการหนึ่งในการทำความเข้าใจสังคม วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมมนุษย์ในแต่ละสังคม ส่งผลให้แต่ละสังคมมีบริบทวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ ถิ่นฐานที่ตั้ง องค์การทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ตลอดจนความเชื่อ และค่านิยมทางสังคม สะท้อนถึงวัฒนธรรมระดับต่าง ๆ ได้แก่ วัฒนธรรมชาติ วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมองค์การในสถานที่ทำงาน การศึกษาเพื่ออธิบายความแตกต่างทางวัฒนธรรมจึงมีหลายระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาติ (National culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมประจำกลุ่มของคนแต่ละชาติ หรือที่เรียกว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมหลักของชาติที่แสดงถึงลักษณะประจำชาติ

2. การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมค่อนข้างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักสนใจ และต้องการเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศอื่นที่แตกต่างไปจากประเทศของตัวเอง โดยผ่านการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ซึ่งหมายรวมถึง ศิลปะทุกแขนงทั้งสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ตลอดจนมรดกทางประวัติศาสตร์ซึ่งหมายถึง โบราณสถานและโบราณวัตถุ ซึ่งความสนใจต่อสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานความสนใจดั้งเดิมของนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว

การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว เพื่อความสนใจพิเศษอีกรูปแบบหนึ่ง อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบนี้ มีข้อแตกต่างกันตรงที่ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมให้ความสำคัญต่อการสัมผัสวัฒนธรรม ซึ่งมีสภาพเป็นวัตถุหรือการแสดง ในขณะที่การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ให้ความสำคัญกับการสัมผัสวัฒนธรรม โดยผ่านวิถีชีวิตมนุษย์ซึ่งเป็นผู้สร้างวัฒนธรรม

ตาราง 2.1 แสดงตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

รูปแบบที่จัดในต่างประเทศ	**รูปแบบที่จัดในย่านตลาดพลู**
1. การชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก เช่น หอเอนเมืองปิซ่า ประเทศอิตาลี นครวัด ประเทศกัมพูชาปิรามิด ประเทศอียิปต์	1. วัดอินทาราม, วัดจันทาราม, วัดราชคฤห์ และวัดโพธินิมิตร
2. การชมพระราชวังที่มีชื่อเสียง เช่น พระราชวังแวร์ซายส์ ประเทศฝรั่งเศส พระราชวังบักกิ้งแฮม ประเทศอังกฤษ ฯลฯ	2. บ้านไม้โบราณสมัย ร.5 เรือนแถวไม้โบราณ
3. การชมพิพิธภัณฑ์	3. การทำขนมไหว้ในเทศกาลต่างๆ ของชาวจีน
4. การชมหอศิลป์	4. การละเล่นกระตั้วแทงเสือ เชิดสิงห์โต
5. การชมละครเวทีโอเปร่า	5. งานเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

3. การปรับเปลี่ยนของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมสู่รูปแบบใหม่

นักท่องเที่ยวที่เคยสนใจการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างมรดกวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์สถาน หาดทรายหรือภูเขา ก็หันไปให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ (Image) อัตลักษณ์ (Identity) วิถีชีวิต (Lifestyles) บรรยากาศ (Atmosphere) เรื่องเล่า (Narratives) การสร้างสรรค์ (Creativity) และสื่อ (Media) นอกจากนั้น ความสนใจเดิมที่นักท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับคุณค่าของวัฒนธรรมชนชั้นสูง (High Culture) เช่นปราสาท ราชวัง หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ ก็ปรับเปลี่ยนมาเป็น ให้ความสนใจกับวิถีชีวิตสามัญ (Everyday Culture)เพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านอาหารพื้นถิ่น ตลาด บ้านเรือน วิถีชีวิตชุมชนที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบ และมีส่วนร่วมใน“ชีวิตจริง” ของผู้คนจากเดิมที่เคยเป็นแต่ผู้ชมอยู่ห่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้น นักท่องเที่ยวเรียกร้องที่จะมีกิจกรรมในสถานที่ที่ตนเองท่องเที่ยวในระยะเวลายาวนานขึ้น และโดยทิศทางดังกล่าวนี้ จึงทำให้“การท่องเที่ยวสร้างสรรค์” (Creative Tourism) เป็นแนวโน้มใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และขณะเดียวกัน “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์” จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะมีส่วนสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (active understanding of the specific cultural features of a place) ตามเจตนารมณ์ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก ที่ต้องการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งเสริมความหลากหลาย และการสนทนาระหว่างวัฒนธรรม

7. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์

7.1 ความเป็นมา และความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

ปี พ.ศ.2544 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ออกประกาศว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม (The UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพิทักษ์รักษา และส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยในปีต่อมา UNESCO ได้ริเริ่มโครงการพันธมิตรนานาชาติเพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Global Alliance for Cultural Diversity) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนทนา ระหว่างวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นจริง อันจะเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมในเกิดสันติภาพ และความยั่งยืนของชุมชน และโลก

เพื่อดำเนินการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของโลก ในปี พ.ศ. 2547 องค์การยูเนสโกเสนอโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The Creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่จะนำไปสู่รูปแบบใหม่ของ ความร่วมมือในระดับนานาชาติ ในภาคประชาชนเอกชน สาธารณะและประชาคม เครือข่ายเมือง สร้างสรรค์ของยูเนสโกมีทั้งหมด 7 กลุ่ม เมืองหนึ่งเมืองใดที่จะเข้าร่วมเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ภายใต้การประกาศรับรองโดยยูเนสโกจะต้องเลือกเสนอตนเองได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้นจากกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. วรรณกรรม (Literature)
2. งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk art)
3. งานออกแบบ (Design)
4. ดนตรี (Music)
5. อาหาร (Gastronomy)
6. ภาพยนตร์ (Cinema)
7. สื่อศิลปะ (Media Arts)

นอกจากจะมีเป้าหมายที่จะสนับสนุนความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นเพื่อสร้างสันติภาพ และความยั่งยืนของชุมชนในระดับนานาชาติด้วยการเชื่อมโยงเมืองต่างๆเข้าด้วยกัน องค์การยูเนสโกได้กล่าวถึงความเป็นไปได้ในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Creating New Tourism Opportunities) ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรับและเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้น ๆ ทั้งวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้ และที่เป็นนามธรรม (Tangible and Intangible Cultural) โดยผ่าน ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง

โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแนวใหม่ของยูเนสโก จึงเน้นถึงความผูกพัน (Engaged) ผ่านประสบการณ์จริง (Authentic Experience) ซึ่งเป็นการส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (Active understanding of the specific cultural features of a place) ซึ่งทิศทางดังกล่าวนี้สอดรับกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

คำว่า Creative Tourism “บัญญัติ” ขึ้น โดย คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และเกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) ซึ่งกล่าวว่าเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มาเยือนประเทศแถบเอเชีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และออสเตรเลียที่ได้เขียนเล่าประสบการณ์อันน่าประทับใจของตนเมื่อได้เข้าฝึกนวดแผนไทยที่จังหวัดเชียงใหม่หลายสัปดาห์ ก่อนจะไปเรียนรู้การปรุงอาหารมังสวิรัติที่บาหลี อินโดนีเซีย แล้วไปอบรมช่วงสั้น ๆ เกี่ยวกับการเป็นผู้ดูแลฝูงแกะ และปศุสัตว์ (Jillaroo) ในออสเตรเลีย คำว่า “Creative Tourism” จึงเป็นคำที่เหมาะสมเพื่อใช้เรียกพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว ที่ให้ความสำคัญกับมรดกทางวัฒนธรรมนามธรรมมากขึ้น

คริสปิน เรย์มอนด์ และเกร็ก ริชาร์ด ได้ร่วมกันกำหนดนิยามการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า Creative Tourism (การท่องเที่ยวสร้างสรรค์) หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (“tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken”) (Richards and Raymond, 2000)

ในการประชุม Creative Cities Network ซึ่งจัดขึ้นในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 โดยมี จุดประสงค์เพื่อวางแผนเตรียมการประชุม Santa Fe International Conference on Creative Tourism ซึ่งถือได้ว่าเป็นการประชุมนานาชาติว่าด้วยการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ขึ้นเป็นครั้งแรก (พ.ศ. 2551) ได้มีการหารือกำหนดคำนิยามให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ขึ้นใหม่ว่า “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะ ของพื้นที่” (Creative Tourism is a tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place. (Wurzburger, 2009: 17)

โดยนิยามดังกล่าวนี้ ยังคงยึดตามหลักการสำคัญของนิยามเริ่มแรก ที่เน้นประสบการณ์จริงทางวัฒนธรรม (Hands-on experiences that are culturally authentic) ซึ่งจะทำให้แตกต่างไปจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิม คือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri-tourism)

7.2 คุณลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other)
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural engagement /Cultural experience)
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/deepmeaning/ understanding of the specific cultural of the place)
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience)

5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange information Transformation and transformative experiences)
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ (Co-creating tourism experience)
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง (Authentic both process and product / genuine experience) จดจำประทับใจ เข้าใจ (Memorable/ I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand)
9. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Tailor-made approaches) โดยที่คุณสมบัติของ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติในสอง ลักษณะ คือทั้งในเชิงพื้นที่และกระบวนการ

7.3 ความหมาย และความสำคัญของการสร้างคุณค่า (Value Creation)

1. ความหมายการสร้างคุณค่า (Value Creation) คือ การสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากความต้องการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นการใช้ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศหรือการนำจุดแข็งของประเทศที่มีอยู่ตามธรรมชาติ (สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2551) เช่น การนำความถนัดในเรื่องต่าง ๆ ของคนไทยมาสร้างสรรค์ผลิตสินค้าและบริการซึ่งเป็นสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือสืบทอดภูมิปัญญากันมา สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดสินค้าและบริการที่มีคุณค่ายากต่อการลอกเลียนแบบและสามารถกำหนดราคาให้สูงได้ตามความต้องการ เพราะไม่มีใครสามารถมาแข่งขันหรือตัดราคาได้

อาจกล่าวได้ว่า Value Creation เป็นการเริ่มต้นมาจากการนำความคิดสร้างสรรค์ดั้งเดิมและพื้นฐานของทักษะที่มีอยู่บนทรัพย์สินมาผสมกับความรู้จากการคิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อนำไปเพิ่มการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

Value Creation มีความหมายแตกต่างจาก Value Added ซึ่งหมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนการผลิตจนถึงการจำหน่าย โดยกระบวนการของ Value Added เป็นการนำเทคโนโลยีของคนอื่นมาทำให้ผลิตสินค้าเหมือนกันกับของคนอื่นจนในที่สุดก็ขายตัดราคากัน เช่น ประเทศไทยนำเทคโนโลยีผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่นเข้ามาและผลิตขายเพื่อส่งออก ไปยังประเทศต่าง ๆ คนที่ได้เงินมาก คือ ญี่ปุ่นซึ่งเป็นเจ้าของดีไซน์และเจ้าของเทคโนโลยี ส่วนคนไทยได้เงินเพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ ส่วนความหมายของ Value Chain เป็นการควบคุมระบบการจัดการจากผู้ผลิตตั้งแต่เป็นวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุน และเสริมสร้างประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าให้กับองค์กรได้ ซึ่งไม่เหมือนกับ Value Creation เช่นกัน

2. ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรม (Innovation)

สิปปนันท์ นวลละออง (2556) กล่าวถึงการสร้าง “**นวัตกรรม** (Innovation)” เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ด้วยวิธีการใหม่ กระบวนการใหม่ หรือแม้แต่แนวคิดใหม่ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งนามธรรมและรูปรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าแก่ทั้งตนเอง และสังคมโดยรวม โดยนวัตกรรมเกิดจากการเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่มีอยู่ เช่น ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี คณิตศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ การแพทย์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้นำความรู้ที่เป็นนามธรรมดังกล่าวไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมได้ซึ่งนวัตกรรมมีความหมายที่ต่างกับคำว่า “การประดิษฐ์(Invention)” ซึ่งเน้นสิ่งใหม่ในเชิงวัตถุมากกว่า

อย่างไรก็ตาม วันทนี สว่างอารมณ์ (2550) กล่าวว่านวัตกรรมจึงเป็นสิ่งเชื่อมโยงระหว่างองค์ความรู้และการผลิตออกสู่ตลาด นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์สามารถนำความรู้และวิทยาการใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์จนถึงผู้บริโภคได้ โดยเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมในการใช้ชีวิต อาทิเช่น วัฒนธรรม ศาสนา เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม การเมือง และเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ ศุภชัย หล่อโลหการ (2555) กล่าวถึงว่า **“นวัตกรรม”** คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม” โดยนวัตกรรมนับเป็นกลยุทธ์สำคัญ ที่ประเทศต่างๆได้นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การบริการใหม่ ตลอดจนการดำเนินธุรกิจในมิติใหม่ที่สามารถสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม อันจะก่อให้เกิดการยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันในเชิงเศรษฐกิจ รวมถึงยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมของประเทศให้ทัดเทียมสังคมโลก

8. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี : กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

8.1 ข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์

วิวัฒนาการประวัติความเป็นมา และความสำคัญของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของย่านเมืองเก่าในพื้นที่ชุมชนตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร บริเวณ แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรีว่า ที่ตั้งของชุมชนตลาดพลูอยู่บริเวณคลองบางกอกน้อยหรือคลองบางหลวงซึ่งเป็นเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญตั้งแต่สมัยธนบุรีจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในอดีตชุมชนตลาดพลูเคยเป็นแหล่งผลิตรวมสินค้าหมากพลูของคนกรุงเทพ และที่อื่น สง่า ลือชาพัฒนพร (2548: 44-45) กล่าวว่าคลองบางกอกน้อยยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยากับลำคลองสายต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ความสัมพันธ์ และวิถีชีวิตรวมถึงเอกลักษณ์รูปแบบสถาปัตยกรรมโบราณของชาวชุมชนตลาดพลูได้ถูกลดบทบาทลงเนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. กฤศนุ สมบุศย์รุ่งเรือง (2553) กล่าวถึงวิวัฒนาการของย่านเมืองเก่าในพื้นที่ชุมชนตลาดพลู-วัดโพธินิมิตรต่อมาหลังจากมีการย้ายราชธานีไปยังฝั่งพระนครชาวจีนบางส่วนจึงย้ายมาที่สำเพ็งตั้งแต่ พ.ศ. 2325 เป็นต้นมา จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงโดยชุมชนอิสลามได้เป็นผู้นำในการทำสวนพลู ต่อมาชาวจีนได้สืบทอดต่อจนทำให้มีการพัฒนาไปเป็นสวนพลูขนาดใหญ่และศูนย์กลางการค้าริมน้ำฝั่งธนบุรี

2. กฤศนุ สมบุศย์รุ่งเรือง (2553) กล่าวว่าใน พ.ศ.2472 มีการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกเพื่อเชื่อมฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรี ทำให้การค้าและการคมนาคมสัญจรทางน้ำลดบทบาทลง โดยการคมนาคมสัญจรทางบกได้มีเข้ามาแทนที่การคมนาคมทางน้ำ
3. กฤศนุ สมบุศย์รุ่งเรือง (2553) กล่าวว่าตั้งแต่มีการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก บริเวณพื้นที่นี้ก็มีการสร้างตึก ห้องแถว และห้องเช่า เพื่อรองรับการเข้ามาของอุตสาหกรรมโรงงานซึ่งมาแทนการเกษตรกรรมในพื้นที่นี้ที่มีมาแต่ดั่งเดิม
4. กฤศนุ สมบุศย์รุ่งเรือง (2553) กล่าวว่าใน พ.ศ.2526 มีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระ คร่อมพื้นที่ตลาดพลูทำให้การเป็นศูนย์กลางการค้าเปลี่ยนไปสู่แหล่งธุรกิจสถานบริการบันเทิงและอาบอบนวด

อย่างไรก็ตามการตีความสถาปัตยกรรมของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร จากการศึกษาลักษณะและรูปแบบของศิลปะและสถาปัตยกรรมในย่านนี้จะช่วยให้คณะวิจัยในวิเคราะห์แนวทางและวิถีในการดำเนินชีวิตของคนชุมชนย่านนี้ซึ่งมีความสัมพันธ์กับด้าน ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความเชื่อ วัฒนธรรม พฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมได้ โดยคณะวิจัยจะศึกษาจากหลักฐานทางสถาปัตยกรรมและร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา และจะนำมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์เป็นแนวทางเบื้องต้นในการอนุรักษ์ และการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนอย่างสร้างสรรค์ต่อไป

8.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นการรักษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในชุมชนและท้องถิ่นนั้นๆ ควบคู่กับการสร้างรายได้จากสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่ง วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่

1. การเยี่ยมชมแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ และสถานที่จัดแสดงศิลปะโบราณวัตถุ
2. การเยี่ยมชม และการมีส่วนร่วมในการแสดงออกทางวัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ ประเพณีจากความเชื่อเรื่องผีหรือสิ่งลึกลับ ประเพณีจากเรื่องธรรมชาติ ประเพณีจากพุทธศาสนาประเพณี
3. จากสาเหตุอื่นๆ เช่น เอกลักษณ์ประจำชาติ แสดงถึงรากฐานประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการของชนชาติที่ยาวนาน เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ในชุมชน ได้แก่ ย่านประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ ตลอดจนนครประวัติศาสตร์ เช่น อนุสาวรีย์ สถาปัตยกรรมแห่งชาติ อาคารสัญลักษณ์ประจำเมืองย่านประวัติศาสตร์หรือหมู่บ้านประวัติศาสตร์ และนครประวัติศาสตร์ เป็นต้น

วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมว่ามีลักษณะเฉพาะของทรัพยากรประเภทส่วนรวม ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ

1. มีคุณสมบัติทาให้ยากแก่การที่จะกีดกันการใช้ประโยชน์ (Excludability)
2. ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป (Subtract ability)

8.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน

วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึง ศักยภาพของชุมชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมว่าชุมชนต้องมีความพร้อม หรือองค์ประกอบในการรองรับการท่องเที่ยว คือ

1. ต้องมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ การแสดงออกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์มีภูมิปัญญาท้องถิ่นควรแก่การอนุรักษ์หรือพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมโดยภายใน และภายนอกชุมชนมีทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่สำคัญบ่งบอกถึงประวัตติความเป็นมาหรือสัมพันธ์กับชุมชนด้านการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืน และสงวนให้กับชุมชน เป็นต้น
2. ต้องมีองค์กรชุมชนหรือกลุ่มคนในชุมชนสนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมควบคู่หรือคู่ขนานกันกับที่จัดการชุมชนในด้านอื่นๆ
3. เพื่อก่อให้เกิดการสร้างการรับรู้และการพัฒนาศักดิ์ศรีชุมชนต้องมีการประสานงานหรือปฏิสัมพันธ์ทั้งภายใน และภายนอกองค์กรในด้านวิชาการเกี่ยวกับการอนุรักษ์การท่องเที่ยว การศึกษา และสาธารณสุข

8.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การเติบโตทางการท่องเที่ยวสูงในอนาคต ได้แก่ เอเชียและแปซิฟิก จีน อินเดีย ตะวันออกกลาง และยุโรปตอนกลาง รวมถึงรัสเซีย และลาตินอเมริกา นอกจากนี้องค์การการท่องเที่ยวโลก ยังกล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวของประชากรโลก จะเน้นคุณภาพมากขึ้น กล่าวคือ เป็นการเดินทางที่เน้นการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องมีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะทางวัฒนธรรม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีค่านิยม บรรทัดฐาน ธรรมเนียมปฏิบัติ พฤติกรรมทางสังคมความเชื่อ เจตคติ ความคาดหวัง แรงจูงใจ และรูปแบบการสื่อสารกับประชาชนที่เป็นเจ้าบ้านแตกต่างกันการทำความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้จัดบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานการวางแผนส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการจัดสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในท้ายที่สุด

วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในชุมชนว่าเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค และจะบริโภคเป็นปริมาณมากน้อยเท่าไรนั้น ดังนี้

1. ราคาของสินค้าหรือบริการนั้น
2. ราคาของสินค้าหรือบริการที่ใช้บริโภคร่วมกับบริการชนิดนั้น หรือคู่แข่งของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น
3. รายได้ของผู้บริโภค
4. รสนิยมของผู้บริโภคภายใต้อิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม (อายุ อาชีพ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวในชุมชนยังเกี่ยวข้องกับการกระตุ้น และการตอบสนองพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวในชุมชน โดยเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุการเยี่ยมชมและการมีส่วนร่วมในการแสดงออกทางวัฒนธรรมชุมชน และการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ในชุมชน ได้แก่

1. เพื่อความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม
2. ด้านการศึกษาประวัติศาสตร์
3. ด้านการศึกษาภูมิศาสตร์ และสภาพแวดล้อม
4. ด้านการศึกษาวัฒนธรรม
5. ด้านการศึกษาประวัติศาสตร์ศิลปะ
6. ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
7. ด้านนันทนาการ
8. ด้านการแก้ไขปัญหาบ้านเมือง
9. ด้านการศึกษาเชิงสหวิทยาการ
10. ด้านการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

การแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวตามลักษณะวิถีชีวิต และตามความสนใจพิเศษ (กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว) กลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะวิถีชีวิต

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 Family Value “ครอบครัวสำคัญ”

กลุ่มที่ 2 Safety Techie “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

กลุ่มที่ 3 In-Trend “เรียนรู้คู่กระแส”

กลุ่มที่ 4 Explorer “บุกเบิกค้นหา”

กลุ่มที่ 5 Conservative “อนุรักษ์นิยม”

กลุ่มที่ 6 Festive “เริงรื่นเทศกาล”

กลุ่มที่ 1 Family Value “ครอบครัวสำคัญ”

แรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเดินทางของกลุ่มครอบครัวสำคัญคือ การพักผ่อนร่วมกันในหมู่สมาชิก บรรยากาศระหว่างการเดินทาง ช่วยทำให้ครอบครัวหรือสมาชิกในกลุ่มผูกพันกันยิ่งขึ้นกิจกรรมการเรียนรู้หรือการแบ่งปัน ทำบุญไหว้พระ ระหว่างการเดินทางเป็นกิจกรรมหลักส่วนหนึ่งของการเดินทางเกือบทุกครั้ง รวมถึงการร่วมงานเทศกาลที่มีบรรยากาศที่สนุกสนาน ล้วนเป็นกิจกรรมที่คนกลุ่มนี้ให้ความสนใจและยอมรับส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้มีอายุตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงเกษียณอายุ ระดับการศึกษาครอบคลุม

กว้างขวาง ระดับฐานะทางสังคมปานกลางถึงดี บ้างก็เป็นพ่อแม่ปู่ ย่าตายาย บ้างก็เป็นลูกหลานที่ร่วมกันเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนร่วมกัน

กลุ่มที่ 2 Safety Techie “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

สะอาดปลอดภัยและทันสมัย เน้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนกายและใจเป็นหลัก จึงต้องการความสะดวกสบาย จากสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พักเป็นปัจจัยต้นๆ ทั้งความสะดวกสบายด้านการเดินทาง หรือความสะดวกสบายจากเทคโนโลยีที่เหมาะสม รวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นกลุ่มนี้จึงมีแนวโน้มคัดเลือกเป้าหมายการเดินทางที่ได้รับการพัฒนาหรือพิสูจน์แล้วว่าสะดวกสะอาดและปลอดภัย ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับช่องทางสื่อสารของกลุ่มนี้ ที่นิยมสืบค้นหรือติดตามข้อมูลท่องเที่ยวผ่านทั้งทางอินเตอร์เน็ต เว็บไซต์ รวมถึงการพิสูจน์ยืนยันข้อมูล เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบอกต่อๆกันมา ว่าดี สวย มีเสน่ห์หรือคุ้มค่า ผ่านสังคมเครือข่ายต่าง ๆ ค่อนข้างมากส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุของวัยทำงานตอนต้นถึงกลาง การศึกษาดี ระดับฐานะทางสังคมปานกลางถึงดี ส่วนใหญ่ทำงานออฟฟิศ เป็นข้าราชการ ค้าขาย หรือเป็นเจ้าของธุรกิจ

กลุ่มที่ 3 In-Trend “เรียนรู้คู่กระแส”

มีความต้องการปัจจัยต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวคล้ายคลึงกับกลุ่มสะอาดปลอดภัยและทันสมัยเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการคัดเลือกสถานที่เดินทาง แหล่งที่พัก ที่ต้องเน้นความสะดวกสบายโดยเฉพาะความเพียบพร้อมทางด้านเทคโนโลยี และการติดต่อสื่อสารที่ดีเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงนิยมเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบอกต่อ ๆ กันมา ว่าดี สวย มีเสน่ห์ หรือคุ้มค่า โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่คนฐานะดีนิยมกัน เช่น นั่งร้านกาแฟเก๋ ๆ ที่สามารถต่อ Wi-Fi เล่นไอโฟนได้ ซึ่งข้อมูลโดยส่วนใหญ่ผ่านการบอกเล่า หรือรับรองหรือกล่าวถึงจากทั้งในอินเตอร์เน็ต หรือโลกสังคมเครือข่าย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่กลุ่มนี้แตกต่างจากกลุ่มสะอาดปลอดภัยและทันสมัยได้แก่ ปัจจัยหลักที่ใช้เป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ "เรื่องราว" อันเป็นผลที่ได้รับจากการเดินทางครั้งนั้นนั่นเอง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ประมาณ18-34 ปี ช่วงวัยนักศึกษาหรือวัยทำงานตอนต้น ดังนั้นหากกล่าวว่ากลุ่มสะอาดปลอดภัยและทันสมัยเป็นผู้ใหญ่วัยทำงาน ฐานะดี กลุ่มเรียนรู้คู่กระแสก็มีแนวโน้มเป็นนักศึกษาหรือกลุ่มคนวัยทำงานที่ฐานะค่อนข้างดี

กลุ่มที่ 4 Explorer “บุกเบิกค้นหา”

กลุ่มบุกเบิกค้นหาผลการศึกษาครั้งนี้ยืนยันได้ว่ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเป็นผู้ใหญ่ที่ต้องการค้นหาตัวเองผ่านการเดินทางท่องเที่ยว จึงชอบอยู่เงียบๆ และเป็นกลุ่มเดียวที่นิยมเลือกเดินทางคนเดียวหากมีโอกาสโดยชอบไปเที่ยวในแหล่งที่คนยังไม่รู้จักกันมากหรือยังไม่เป็นที่นิยม แม้การเดินทางจะยากลำบากอยู่บ้างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

กลุ่มที่ 5 Conservative “อนุรักษ์นิยม”

กลุ่มนี้ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาตน และการแบ่งปันทั้งการแบ่งปันคืนให้กับสังคม และการแบ่งปันให้กับเพื่อนมนุษย์จึงเป็นกลุ่มหนึ่งที่ยินดีรู้จักเพื่อนใหม่ๆ ระหว่างการเดินทางมักนิยมเดินทางไปเที่ยวกับกลุ่มคนที่ชอบทำกิจกรรมเหมือนๆกัน เช่น กลุ่มสมาธิ กลุ่มจิตอาสา กลุ่มท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังนั้นจึงชอบรับฟัง และเล่าสืบสานเรื่องราว เพื่อแลก เปลี่ยนสิ่งดีๆให้กับ

สังคม เสมือนใช้การเดินทางท่องเที่ยวในการเรียนรู้คุณค่าของการเกิดมาบนโลกนี้ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป จนถึงวัยเกษียณ

กลุ่มที่ 6 Festive “เริงรื่นเทศกาล”

แรงผลักดันสำคัญที่จะทำให้กลุ่มนี้เดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนุกสนาน ทั้งความสนุกสนานจากบรรยากาศครึกครื้นของสถานที่ท่องเที่ยวหรืองานเทศกาลต่างๆ และความสนุกสนานจากการสังสรรค์ในหมู่ผองเพื่อน ครอบครัวญาติมิตร เป็นกลุ่มที่ไม่รังเกียจความอึกทึกครึกโครมของงานต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆระหว่างการท่องเที่ยว ไม่จำเป็นต้องเลือกที่พักสะดวกสบาย หรูหรา และมีราคาแพง กลุ่มนี้มีช่วงอายุกว้างมากตั้งวัยรุ่นจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดังเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในพายุฝน

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุด

ในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆมาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้า และบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

8.5 ความสำคัญด้านข้อมูล องค์ความรู้ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว

1. การสื่อความเพื่อการท่องเที่ยว

การสื่อความด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

นักการสื่อความหมายที่ดีควรมีบุคลิกลักษณะที่สามารถชักจูงคนไปสู่สิ่งแปลกใหม่ และน่าอัศจรรย์และเป็นสิ่งที่คนเหล่านั้นไม่เคยได้สัมผัสและเข้าใจมาก่อน นักสื่อความหมายควรมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

1. ความรู้
2. ความกระตือรือร้น
3. ความเป็นกันเองกับคนทั่วไป

Harold Bayant (1936) การสื่อความช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎเกณฑ์แห่งชีวิต นอกจากนี้การสื่อความหมายยังช่วยทำให้การศึกษาเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และช่วยกระตุ้นให้รู้จักใช้เวลาว่างอย่างเหมาะสม

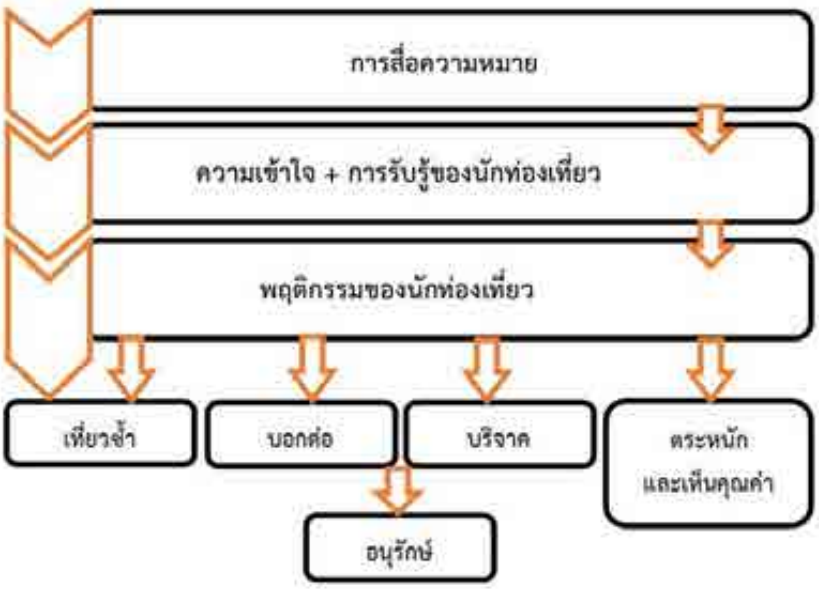
สมาคมการสื่อความหมายแห่งชาติ (The National Association for Interpretation: NAI) เป็นกระบวนการสื่อสารที่หลอมความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจของผู้รับ และความหมายตามธรรมชาติของทรัพยากรให้เกิดความรู้สึกและความรู้

2. หลักเบื้องต้นการสื่อความหมาย 6 ประการ

1. การสื่อความหมายใดๆ ก็ตามที่ไม่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับผู้รับหรือตรงกับประสบการณ์ของผู้รับ มักจะไม่บังเกิดผลแต่อย่างใด
2. การสื่อความหมายใดๆ ไม่ใช่การให้ข้อมูลแต่เป็นการเปิดเผยถึงสิ่งต่างๆ แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงโดยอาศัยข้อมูล แต่อย่างไรก็ตามการสื่อความหมายทุกประเภทจำเป็นต้องใช้ข้อมูล
3. การสื่อความหมายต้องใช้ศิลปะหลากหลายสาขาประกอบกันในการนำเสนอเรื่องราวทางวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรม
4. การสื่อความหมายมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้น ไม่ใช่การสอนแบบครู

5. การสื่อความหมายควรนำเสนอแบบองค์รวมมากกว่าการนำเสนอเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง
6. การสื่อความหมายสำหรับเด็ก (ที่มีอายุไม่เดิน 12 ปี) ควรจัดทำขึ้นเฉพาะเด็กตั้งแต่ต้น ไม่ใช่ปรับปรุงจากสื่อของผู้ใหญ่

3. รูปแบบของการสื่อความหมาย

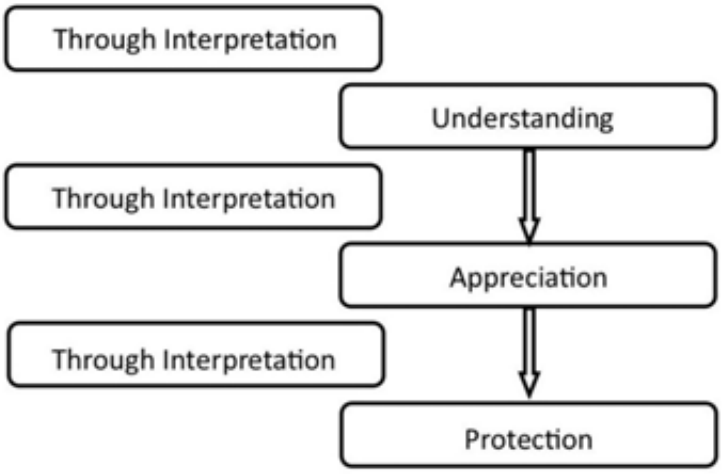


แผนภาพ 2.5 แสดงรูปแบบของการสื่อความหมาย
ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

3.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

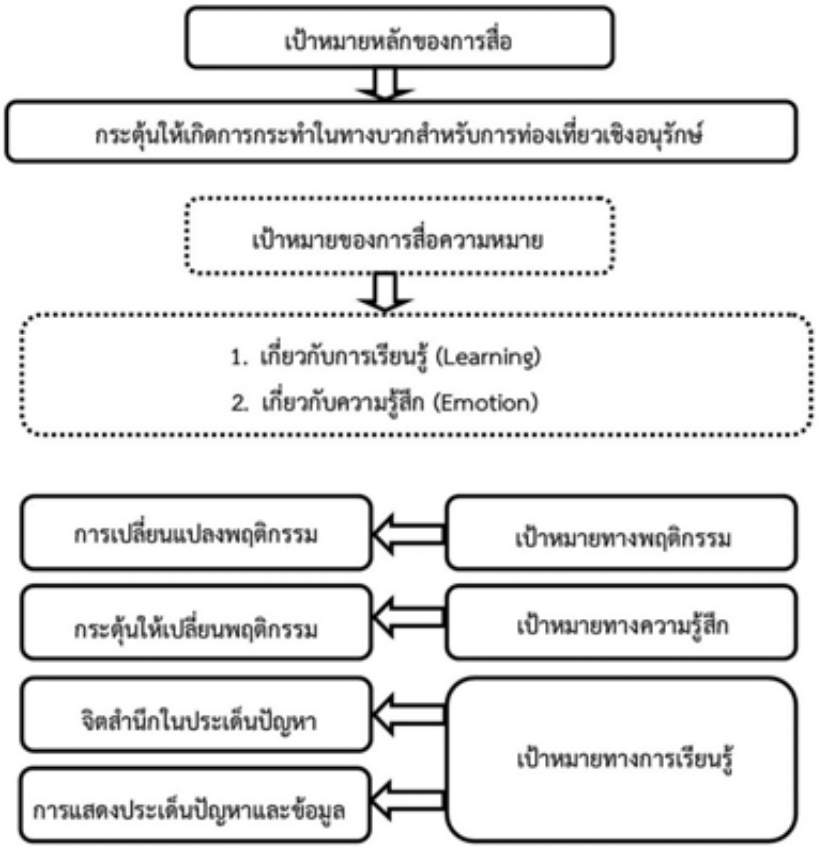
1. เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาจิตสำนึก (awareness) ความพึงพอใจ (appreciation) และความเข้าใจ (understanding) เกี่ยวกับ พื้นที่ที่ไปเยือนได้ดีขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการกระทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่ากลับไป
2. ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการ
3. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์ขององค์กรและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

3.2 แนวคิด ปรัชญาของการสื่อความหมาย



แผนภาพ 2.6 แสดงแนวคิด ปรัชญาของการสื่อความหมาย
ที่มา : บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

3.3 เป้าหมายการสื่อความหมาย



แผนภาพ 2.7 แสดงเป้าหมายการสื่อความหมาย
ที่มา : บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

8.6. สื่อกลาง สื่อความหมายที่ใช้บุคคล

เป็นการให้คนทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสาร ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยการพูดเป็นสำคัญ

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่ต้องการรู้ในขณะนั้น
2. การบริการข้อมูลที่เป็นเรื่องราว ที่ผู้ถ่ายทอดจะต้องมีการเตรียมไว้ก่อน

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารทั่วไป

เป็นการบริการขั้นพื้นฐานในพื้นที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละกลุ่ม

1. การพูดสื่อความหมาย
    - การพูดเป็นเรื่องราว ประกอบด้วย
    - ข้อมูลที่จะพูด
    - ผู้ที่จะพูด
    - วิธีการพูด
    - อุปกรณ์ประกอบการพูด
    - บริเวณที่จะพูด
    - การพูดนิเทศ (Orientation Talks) เป็นการพูดเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่ ว่าสิ่งไหนทำได้ หรือทำไม่ได้ หรือ สิ่งที่หน่วยงานต้องการการสนับสนุน หรือปฏิบัติตามเป็นการพูดที่ทำให้เห็นภาพรวมของพื้นที่ทั้งหมด
    - การพูดในพื้นที่ (Site Talks) เพื่อแสดงให้เห็นความสำเร็จของสิ่งที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ (ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์)
    - การพูดสาธิต (Demonstration Talks) ใช้ประกอบการสาธิตอย่างเป็นขั้นตอน
    - การพูดอธิบายนิทรรศการ (Exhibition Talks) เป็นการพูดเพื่ออธิบายและแสดงบางสิ่งที่สัมพันธ์กับนิทรรศการที่กำลังอยู่

2. สื่อกลางสื่อความหมายที่ไม่ใช้บุคคล เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถให้คำตอบ หรือแก้ข้อข้องใจได้ เน้นการออกแบบ ให้มีความน่าสนใจ 3 ประเภท คือ
    - แผ่นป้ายสัญลักษณ์ (Labels) ได้แก่ แผ่นป้ายให้ข้อมูล (Information Sign)
    - สิ่งพิมพ์สื่อความหมาย ได้แก่ แผ่นพับ (Folded Publication) โปสเตอร์และใบปลิว (posters and Flyer) จดหมายข่าว (Newsletter) จุลสาร (Pamphlets) หนังสือเล่มเล็ก (Booklets)

2. โปรแกรมการสื่อความหมาย

Interpretive Program คือความพยายามทั้งหมดที่ทำให้การสื่อความหมายเกิดขึ้นได้ โดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และสิ่งที่ต้องการสื่อไปสู่สาธารณชน

แผนภาพ 2.8 แสดงรูปแบบของการสื่อความ
ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

3 กลุ่มนักท่องเที่ยว

1. ผู้มาเยือน
2. ลักษณะทั่วไป (อายุ การศึกษา อาชีพ ประสบการณ์)
3. จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม
4. จำนวนครั้งที่เคยมาเยือน
5. ระยะเวลาของการมาพักแรม
6. นักท่องเที่ยวต้องการ Informality และ Social Interaction
7. แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว

4. นักสื่อความหมาย

1. นักอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม (Heritage Conservator)
2. ผู้ชำนาญการสื่อความหมาย (Interpretive Specialist)
3. นักสื่อความหมาย (Interpreter)
4. การสื่อความหมาย (Interpretation)

โอกาสสำหรับการจัดทำโปรแกรมเพื่อการสื่อความหมาย On site Interpretation

1. ทำได้ทุกแห่งในบริเวณหรือพื้นที่ที่คนไปรวมตัวกันอยู่ เช่น ตลาด วัด ป้ายรถสาธารณะ
2. พื้นที่ประวัติศาสตร์
3. พิพิธภัณฑ์

8.7. การวางแผนสื่อความหมาย (Planning Interpretation)

เหตุผลที่ต้องมีการวางแผน “As a means for achieving interpretive program objectives with minimum difficulty and maximum efficiency”

1. ความหมายของการวางแผน

1. Beyer (1967) การพัฒนาหรือการกระทำกิจกรรมอย่างระบบหรือมีขั้นตอน
2. Banfield (1942) การกำหนดจุดประสงค์และเลือกวิธีการเพื่อจุดประสงค์นั้น
3. Woodbury (1970) กระบวนการตระเตรียมล่วงหน้าก่อนการปฏิบัติในลักษณะที่มีระบบและแบบแผน มีการเสนอแนะเพื่อกำหนดเป็นนโยบาย และขั้นตอนการปฏิบัติ โดยให้ความสำคัญต่อผลพลอยได้ และผลกระทบอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งจุดประสงค์ร่วมกันของสังคมมนุษย์

2. ขั้นตอนของกระบวนการวางแผนการเดินทาง

1. Where we are going?
2. How to get there?
3. How long it will take?
4. How much it will cost?

3. ขั้นตอนของกระบวนการวางแผน

1. Guides it special actions required in an interpretative plan
2. ต้องชัดเจน และแยกแยะออกเป็นประเด็นข้อย่อย
3. จาก General to Specific

4. ขั้นตอนของกระบวนการวางแผน

1. Guides it special actions required in an interpretative plan
2. ต้องชัดเจน และแยกแยะออกเป็นประเด็นข้อย่อย
3. จาก General to Specific

แผนภาพ 2.9 แสดงขั้นตอนขบวนการวางแผน
ที่มา : บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

8.8. การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน

การบริหารการจัดการท่องเที่ยวกับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวคำว่า “สินค้า” หลายคนคงจะนึกถึงวัตถุสิ่งของที่ลูกค้าจะสามารถเลือกซื้อโดยการหยิบขึ้นมาดู ดูรายละเอียดของสินค้าทุกแง่ทุกมุมก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าเหล่านั้น เมื่อเทียบกับสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงทั้งนี้เพราะคุณลักษณะของสินค้าท่องเที่ยวนั้นพิเศษกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ 5 ประการดังนี้

1. สินค้าท่องเที่ยวมีลักษณะจับต้องไม่ได้ (intangibility) หมายถึง สินค้าที่ไม่สามารถมองเห็นได้จับต้องไม่ได้ สัมผัสหรือได้ยิน ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ขายไม่สามารถยกเอาสินค้าท่องเที่ยว เช่น น้ำตกไนแองการ่ามาให้นักท่องเที่ยวดูก่อน สัมผัสก่อนที่จะตัดสินใจซื้อทัวร์ไปเที่ยว บางครั้งเราเรียกสินค้าท่องเที่ยวว่าเป็น Information product เพราะเป็นสินค้าที่ต้องให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้ามากที่สุด ดีที่สุด เสมือนจริงที่สุดแทนการนำเสนอสินค้าที่เป็นของจริงให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เพื่อสร้างความมั่นใจก่อนการตัดสินใจทำอย่างไรที่จะนำนักท่องเที่ยวมาใช้บริการและซื้อสินค้าให้มากที่สุดโดยการนำข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วนให้นักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการติดสินใจซื้อสินค้า และบริการ

2. สินค้าไม่สามารถแยกส่วนได้ (inseparability) สินค้าบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ได้ เช่น สินค้าอื่น ทั้งนี้เพราะในการเดินทางไปท่องเที่ยวหนึ่งครั้งจะต้องใช้บริการหลายอย่าง จะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ เช่น บริการรถขนส่ง ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ร้านขายของที่ระลึก อื่น ๆ อีกมากมาย ที่มีความสัมพันธ์กันไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ทำอย่างไรที่จะติดต่อสื่อสารระหว่างภาคส่วนต่างในอุตสาหกรรมที่ประหยัดค่าใช้จ่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อรายได้ภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้จากเหตุผลที่สินค้าเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวนมาก หากรายได้ภาพรวมมีปัญหาจะกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมากซึ่งจะมากกว่าภาคอุตสาหกรรมอื่น

3. สินค้ามีความแตกต่างกัน (variability) การบริการการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในที่นี้หมายถึงผู้ผลิตแต่ละคน ผู้บริโภคแต่ละคนมีประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งจะมีอิทธิพลที่ไม่สามารถคาดเดาได้ทั้งนี้เพราะเป็นปัจจัยเรื่องคนรวมถึงอารมณ์ ความคาดหวัง ระดับความพึงพอใจ และทัศนคติของนักท่องเที่ยว ทำอย่างไรที่จะเข้าใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

4. สินค้าสูญเปล่า (perishability) หมายถึง สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่เกิดขึ้นตลอดเวลาถึงแม้ไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ น้ำตกจะตกต่อเนื่องตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ถึงแม้จะไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการก็ตาม ทำอย่างไรที่จะนำนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ และซื้อสินค้าให้มากที่สุดเพราะสินค้าท่องเที่ยวไม่ต้องลงทุนมากเพราะมีอยู่แล้ว

5. สินค้าไม่มีความยืดหยุ่น (inflexibility) สินค้าท่องเทียวไม่สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เช่น โรงแรมไม่สามารถเพิ่มหรือลดห้องได้หากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมากหรือน้อย ทำอย่างไรในการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้เกิดความลงตัวของจำนวนสินค้า และบริการกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจะเห็นได้ว่าสินค้าท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากสินค้าอุตสาหกรรม

อื่นอย่างมากการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องพิจารณาไปพร้อมกันทั้งส่วนที่เป็นมหภาค ในระดับมหภาค เช่น การกำหนดนโยบายของรัฐบาลในการสร้าง สนับสนุน เชิญชวนให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และจุลภาค เช่น การสร้างชุมชนให้เข้มแข็งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น การใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือจึงเป็นทางเลือกที่น่าจะเหมาะสมเพื่อช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ ใช้ในการบริหารสำนักงาน ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสู่ลูกค้า ใช้ในการจำหน่ายสินค้า และบริการ เป็นต้น

การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน ได้กลายเป็นแนวคิดที่สำคัญแนวคิดหนึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องด้วยแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศ ล้วนมีศักยภาพที่จะสามารถดึงดูดความสนใจและชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติมาเยี่ยมเยือน

สำหรับในประเทศไทยเองจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งชุมชน ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยงเชิงอนุรักษ์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนกันมากขึ้น อาทิ ตลาดน้ำอัมพวาจ.สมุทรสงคราม ตลาดสามชุก จ.สุพรรณบุรี บ้านทุ่งหยีเพ็ง เกาะลันตาใหญ่ จ.กระบี่ ชุมชนบ้านบางโรงจ.ภูเก็ต อ่าวหินงาม จ.สุราษฎร์ธานี วิสาหกิจชุมชนเพลินไพรศรีนาคา จ.ระนอง ชุมชนเชียงคาน จ.เลย เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปท่องเที่ยว และสัมผัสประสบการณ์ที่แสนประทับใจกับเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ตลอดจนการดำเนินวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนในชุมชน โดยมีการนำแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ เช่น Nature Tourism, Bio tourism, Green Tourism เป็นต้น ซึ่งเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่นได้ อันจะทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและช่วยปกป้องรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และผลประโยชน์ของท้องถิ่น

โดย Swarbrooke (1998: 13) ได้ให้หลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 5 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องไม่ต่อต้านการเจริญเติบโต อันเนื่องมาจากการพัฒนา ต้องเน้นข้อจำกัดของการเจริญเติบโต และการท่องเที่ยวต้องจัดการบริหารภายใต้ข้อจำกัดนี้

2. จะต้องจัดการวางแผนและจัดการที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติ และทรัพยากรมนุษย์

3. ควรให้ความคำนึงถึงผลในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น

4. ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องไม่มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อม แต่รวมถึงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และการบริการ

5. ควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ แต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาค และยุติธรรม

นอกจากนี้ นักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดหลักการจัดการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างยั่งยืนตามหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลกไว้ดังนี้ (รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2547: 3-4)

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) หมายถึง ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึกถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า และคุณภาพของธรรมชาติ ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประกอบด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงการสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีความผาสุก รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้เพื่อการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด อย่างเหมาะสม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น กับการลดการก่อของเสีย (Reducing Over-Consumption and Waste) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติมีคุณภาพเหมือนกันหรือใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติ หากคิดให้ลดการใช้ไม้ลงโดยใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายไม้สร้างเสริมประกอบ ก็เป็นการลดการใช้ไม้ หรือลดการตัดต้นไม้ลง

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ผู้รับผิดชอบการการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลาย เพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่า และมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก เช่นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก อาจจะเพิ่มกิจกรรมการดูนกการปีนหน้าผา เป็นต้น หรือหมู่บ้านวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี อาจจะเพิ่มกิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัวหรือควาย การทำเส้นทางจักรยานให้นักท่องเที่ยวขี่ชมรอบหมู่บ้าน การเป็นอาสาสมัครโบราณคดีขุดค้นขุดแต่งแหล่งโบราณคดี โดยมีนักโบราณคดีสอนหลักการเบื้องต้นให้ เป็นต้น

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ แต่ต้องประสานแผนการพัฒนากับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองท้องถิ่น (อบต. หรือเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักนโยบาย และแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวงทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มขึ้น

5. ต้องนำการท่องเที่ยวขยายเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น เช่น การหาผลิตภัณฑ์

และกิจกรรมใหม่ ๆ ในแต่ละตำบล อันเป็นนโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน ก็เพื่อการขยายฐาน สร้างรายได้เสริมในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวควรร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมทำในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน ร่วมประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นด้วย

7. การประชุมอย่างต่อเนื่อง และปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่ ชุมชนหรือประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่นการกำหนดราคาค่าบริการรถโดยสารหรือรถรับจ้างในท้องถิ่นควรเป็นราคามาตรฐานเดียวกัน หรือการใช้ที่สาธารณะประโยชน์

8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) การให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหารให้รู้วิธีการเสิร์ฟอาหารที่เป็นมาตรฐานสากล การฝึกแม่บ้านให้การต้อนรับแบบโฮมสเตย์

9. การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Marketing Tourism Responsibly) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับผู้เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารบริการการขาย ให้พร้อมมีเพียงพอต่อการเผยแพร่ ซึ่งอาจจัดทำในรูปสื่อทัศนูปกรณ์แบบต่าง ๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาด การท่องเที่ยวที่เป็นเอกสารแผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) ความจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า รวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบความเห็นจากใบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

นอกจากการนำแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และหลักการจัดการท่องเที่ยวมาใช้สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดก็เป็นสิ่งที่จำเป็นซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้อง

นำมาใช้ร่วมกับแนวคิดหรือกลยุทธ์อื่น ๆ ในการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำการตลาด 4P (Product Price, Place, Promotion) ที่ในปัจจุบันนั้นไม่เพียงพอเนื่องจากแนวโน้มของตลาดจะเริ่มจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องมองในเรื่องของ 4C (Customer, Cost, Convenience, Communication) โดยการสร้างตราสินค้าท่องเที่ยวที่จะประสบความสำเร็จ สิ่งสำคัญอันดับแรกก็คือความคิดสร้างสรรค์ที่ดีในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการ เป็นต้นแล้วใช้ช่องทางอื่น ๆ มาผสมผสานกัน อาทิ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อ Social Network (Facebook, twitter, hi5, Myspace, MSN ฯลฯ) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM : Customer Relation Management) การตลาดออนไลน์ e-marketing เป็นต้น

ซึ่งเมื่อมีความคิดสร้างสรรค์ที่ดีที่แตกต่างก็มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยอาจจะจัดให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยการนำเอาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมตลอดจนถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ มาเป็นจุดขาย (Brand Idea) และสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว (Brand Communication) เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) และสัมผัสประสบการณ์ (Brand Experience) จนเกิดเป็นกระบวนการท่องเที่ยว

8.9 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง และสร้างผลกระทบทางลบต่ำ

Ms. Anna Pollock ได้นำเสนอการคาดการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายการดำเนินงาน กำลังจะก้าวไปสู่ช่วงภาวะถดถอยตามกฎวงจรชีวิตของสินค้า (Product Life Cycle) ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบอุตสาหกรรมขณะนี้เติบโตจนถึงจุดสูงสุด และกำลังเผชิญกับกฎการลดลงของผลผลิต จึงควรต้องมีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว เพื่อช่วยรักษาอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

การท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักจะทำการตลาดเพื่อขายสินค้าเฉพาะอย่าง ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น โรงแรม และกิจกรรมนำเที่ยวโดยไม่ได้คำนึงถึงการนำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสินค้าเหล่านั้นรวมเข้าไปด้วย ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว โดยพ่วงการนำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง สามารถเปรียบได้กับผู้ผลิตที่สามารถผูกขาดการผลิตได้แต่เพียงรายเดียว ตามหลักการกฎของราคา เมื่อสินค้ามีปริมาณน้อย หายาก สินค้านั้นย่อมมีราคาสูง ดังนั้นเมื่อสินค้าการท่องเที่ยวมีปริมาณน้อย จึงไม่สมเหตุผลในการลดราคา หรือขายการท่องเที่ยวในราคาถูกแต่อย่างใด

1. From Branding to Personality

ในการดำเนินงานด้านการตลาดประเทศต่าง ๆ มักมีการนำเสนอตราสัญลักษณ์ (Brand) เป็นเครื่องมือสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ และตัวตนด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้อื่นให้นักท่องเที่ยว

ได้รับรู้ จดจำได้ โดยให้ความสำคัญในลำดับต้น ๆ ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมเยือน

ขณะเดียวกันการทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชีวิตที่แท้จริง และรู้ถึงเอกลักษณ์ความแตกต่างกันของแต่ละประเทศ แม้ว่าประเทศเหล่านั้นจะมีลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน

2. From Profit to Purpose

เป้าประสงค์ของการท่องเที่ยวไม่ควรมุ่งหวังผลตอบแทนในรูปแบบของกำไร หรือเม็ดเงินที่จะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว เป้าหมายที่แท้จริงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เกี่ยวข้องโดยรวม ตัวชี้วัดประการหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาความสำเร็จขององค์กรซึ่งวัดได้ด้วยดัชนีความสุขมวลรวม (Gross Happiness Index) ทั้งนี้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว อาทิ ผู้ประกอบการด้านโรงแรม ผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้ประกอบการให้เช่ารถยนต์ ควรเป็นผู้นำในการดำเนินงาน โดยนำเสนอว่าธุรกิจของพวกเขาจะนำสิ่งที่ดีกลับคืนมาสู่สิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างไร

3. Shift from Place to Value

นอกจากการนำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การเพิ่มเติมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านเรื่องราว ความเป็นมาของเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ จะยิ่งเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะถ้าการนำเสนอเรื่องราวนั้นให้ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม ทั้งนี้การเรียนรู้ความเป็นมาของชุมชนอาจทำโดยผ่านบทกวี หนัง เพลง การแสดงพื้นเมือง อาหาร และศิลปหัตถกรรมเป็นต้น แล้วให้เจ้าของท้องถิ่นนั้นเป็นผู้ถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง การมีประสบการณ์ร่วมกับสิ่งดังกล่าวจะยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ มากขึ้น

4. From Volume to Value, from Quantity to Quality

ควรมีการให้คำนิยามความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสียใหม่ จากการมุ่งเน้นอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ไปสู่การพิจารณาผลประโยชน์องค์รวมที่สังคมได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยในเบื้องต้นอาจพิจารณาจากการนับอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวการควบคุมการออกใบอนุญาตประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว เช่น สถานประกอบการโรงแรม และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น เพื่อจำกัดปริมาณทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ให้มีปริมาณมากเกินความต้องการ จนกระทบต่อระดับราคาการท่องเที่ยวโดยรวม

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาจากภูฏาน จิ่วไจ้โกว (สาธารณรัฐประชาชนจีน) นิวซีแลนด์ ไทย และการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ภูฏานเป็นประเทศต้นแบบในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไม่ให้การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีการใช้ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) เป็นเครื่องมือใช้ประเมินความสำเร็จในการบริหารประเทศของรัฐบาลภูฏาน โดยประเมินระหว่างความกินดีอยู่ดีทางด้านวัตถุ จิตวิญญาณ อารมณ์ และประเพณีนิยมของสังคม GNH ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าความสุขคือความปรารถนาขั้นสูงของประชาชนทุกคน จึงนำมาเป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ

การท่องเที่ยวของภูฏานมิได้แต่เกี่ยวข้องเฉพาะผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ประชาชนทุกคนต่างมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศด้วย การดำเนินงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การรักษาระดับราคา รัฐบาลควรรักษาระดับราคาสินค้าขั้นต่ำในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อย 250 เหรียญสหรัฐ เพื่อเป็นแหล่งรายได้ในการรักษาสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว ทั้งวิถีชีวิต วัฒนธรรม และสังคมของภูฏาน ใช้ดัชนีความสุขมวลรวม (Gross Happiness Index) เป็นดัชนีชี้นำทิศทางในการพัฒนาประเทศ ส่งเสริมเรื่องการจัดการผู้มาเยี่ยมเยือนและการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

2. การรักษาระดับมาตรฐานของสินค้าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในที่ต่าง ๆ ให้มีเหมือนกันในทุกพื้นที่ของประเทศ

3. การเพิ่มความสามารถของมัคคุเทศก์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศภูฏาน การเพิ่มความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐาน จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เฉพาะทางแก่มัคคุเทศก์ให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของดัชนีความสุขมวลรวม และวิสัยทัศน์ของภูฏาน (Karma Tsheetim, Gross National Happiness), (Isabel Sebastian, Challenges and Opportunities in attracting and retaining High Value, Low Impact Tourism)

จิ่วไจ้โกว เป็นอุทยานแห่งชาติในมณฑลเสฉวน ทางตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ได้รับการรับรองจากยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นมรดกโลก ในปี 1992 ปัจจุบันมีการบริหารจัดการความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้วยการจำกัดนักท่องเที่ยวไม่เกิน 18,000 คนต่อวัน การจัด Zoning พื้นที่ควบคุมการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการติดตามประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (Zhang Wei, Jiu Zhai Gou, Sichuan - Managing Carrying Capacity)

New Zealand 100% Pure You การท่องเที่ยวประเทศนิวซีแลนด์ได้เริ่มใช้แคมเปญ New Zealand 100% Pure You เป็นครั้งแรกในปี 1999 เป็นแคมเปญที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากการที่นักท่องเที่ยวมักจะขับรถผ่านแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไป แต่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการที่จะหยุดแวะท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตคนพื้นเมืองในแต่ละชุมชนอีกด้วย (David Wilks, New Zealand 100% Pure You)

ประเทศไทย ได้มีการจัดตั้งสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (The Thailand Community Based Tourism Institute) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม และให้มีการกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Mekong Tourism) ได้มีการจัดตั้งโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub Region: GMS) เป็นหน่วยงานส่งเสริมการตลาดให้กับพื้นที่ลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ประกอบด้วยสมาชิก 6 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา จีน ลาว เมียนม่าร์ ไทย และเวียดนาม บทบาทของ GMS มีทั้งในด้านการตลาด และ

ด้านการพัฒนา สำหรับด้านการตลาด GMS มีเป้าหมาย เพื่อเพิ่มวันพักเฉลี่ย และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น สำหรับการพัฒนาให้พื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขง มีการประสานความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน อาทิ การพัฒนาบุคคลากรด้านการท่องเที่ยวของทั้ง 6 ประเทศ ในขณะเดียวกันก็มีการส่งเสริมด้านการจัดการการอนุรักษ์โบราณสถาน และลดผลกระทบทางสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในสังคม (Mason Florence, Team Up for Good)

9. กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

9.1 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา : ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย
YOUTH OPINIONS OF THE IMAGE OF FLOATING MARKETS IN THAILAND
โดย ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช

ภาพที่ 2.1 ตลาดน้ำอัมพวา
ที่มา http://www.taxifortour.com

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย และเปรียบเทียบความคิดเห็นของแหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำของไทย โดยศึกษาถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของเยาวชนไทย พฤติกรรม และภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นเยาวชนที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทยจำนวน 442 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สถิติ t-test กรณีเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กรณีเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 17-18 ปี มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด โดยรวมมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตลาดน้ำอยู่ในระดับมากนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าลักษณะของตลาดน้ำน่าจะแสดงถึงวิถีชีวิตในท้องถิ่นมีสินค้าประเภทขนมหวานหรือขนมไทยผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของที่ระลึกสำหรับซื้อฝาก และต้องการให้มีการเปิดบริการทุกวันความชื่นชอบลักษณะของตลาดน้ำด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ อยู่ในระดับมากในทุกด้านผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้ำในด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการไม่แตกต่างกัน และจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยไปเที่ยวตลาดน้ำแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำในด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการไม่แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบคู่กับจำนวนครั้งที่เคยไปเที่ยวตลาดน้ำในเรื่องเกี่ยวกับการบริการ ด้านการมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นพบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวตลาดน้ำ 1 ครั้ง กับเคยไปเที่ยวตลาดน้ำมากกว่า 3 ครั้งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำในด้านการบริการที่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทำให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะเป็นองค์กรของภาครัฐซึ่งมีบทบาท ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงภายใต้นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกลยุทธ์แผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในการดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการสร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนทั่วโลกในได้เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวเริ่มหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้เป็นความสนใจและพร้อมรับความรู้สึกที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น จากผลการวิจัยของ พัชรา ลาภลือชัย (2546) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มหันมาหาธรรมชาติและสัมผัสกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวชนบทที่อยู่กับธรรมชาติมากขึ้น ทั้งนี้ในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตชาวชนบทประเพณีและวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน คือ “ตลาดน้ำ” ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใคร พร้อมกับเสน่ห์ของความเป็นไทย โดยเห็นภาพการใช้ชีวิตในอดีตจนกลายเป็นดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (พรนภา ธนโพธิวิรัตน์, 2551) ปัจจุบันมีตลาดน้ำหลายแห่งในเมืองไทย เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี (ตลาดน้ำแห่งแรกของไทย), ตลาดน้ำอัมพวา หรือตลาดน้ำยามเย็น จ.สมุทรสงคราม, ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา จ.ชลบุรี, ตลาดน้ำหัวหิน

จ.ประจวบคีรีขันธ์, ตลาดน้ำอโยธยา จ.พระนครศรีอยุธยา, ตลาดน้ำคลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา, ตลาดกลางดง จ.นครราชสีมา,ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ), ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ และตลาดน้ำอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนตลอดจนกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อส่งเสริม และพัฒนาภาพลักษณ์ตลาดน้ำไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเยาวชนไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ เนื่องจากกลุ่มเยาวชนจะมีอิทธิพลต่อครอบครัวอย่างมากในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ภาพที่ 2.2 บรรยากาศบ้านเรือนริมน้ำ ตลาดน้ำอัมพวา
ที่มา ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของเยาวชนไทยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำ

สมมติฐานของการศึกษา

เพศและจำนวนครั้งที่ไปเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย
2. ทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย
3. ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยกระแสวัฒนธรรม
4. เสนอแนะแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ตลาดน้ำของไทยให้ดียิ่งขึ้น ทั้งในด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเยาวชนที่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคต
5. เสนอแนะแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปวางแผนกลยุทธ์การจัดการทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเยาวชนไทย ให้มาเที่ยวตลาดน้ำมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นเยาวชนไทย ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นเยาวชนไทย ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย ซึ่งไม่สามารถระบุประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณี ไม่ทราบขนาดของประชากร โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของการเป็นตัวแทนประชากร 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% ซึ่งสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$\mathrm{n} = \frac{\mathrm{P}(1-\mathrm{P}).Z^2}{d^2}$$

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
p	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่มมีค่าเท่ากับ 0.5
Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่น 95% เท่ากับ 1.96
d	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$\mathrm{n} = \frac{0.5(1-0.5)\mathrm{x}1.96^2}{0.05^2}$$

$$\mathrm{n} = 384$$

ในการศึกษาครั้งนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 384 ชุด และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มอีก 15% ดังนั้นการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้มีตัวอย่างทั้งหมด 442 ชุด

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีโครงสร้าง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมเกี่ยวกับตลาดน้ำ เป็นคำถามเกี่ยวกับการไปท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยการไปท่องเที่ยว และตลาดน้ำที่ไปท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้ำ เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำประเทศไทย เหตุผลที่เดินทางไปท่องเที่ยว ลักษณะของตลาดน้ำที่ต้องการ การเปิดให้บริการ สินค้าและบริการความคิดเห็น เกี่ยวกับวันที่ควรเปิดให้บริการ และลักษณะของตลาดน้ำที่ชื่นชอบ ซึ่งมีคำถาม มาตรประมาณค่า 5 ระดับแบบ Likert Scale โดยกำหนดค่าแต่ละระดับ ดังนี้

1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ชื่นชอบน้อยที่สุด
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ชื่นชอบน้อย
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ชื่นชอบปานกลาง
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ชื่นชอบมาก
5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่ชื่นชอบมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และภาพลักษณ์ตลาดน้ำ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าความถี่ และร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของตลาดน้ำที่ชื่นชอบโดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Statistic: S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.00	–	1.50	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.51	–	2.50	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	2.51	–	3.50	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	3.51	–	4.50	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	4.51	–	5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย โดยใช้สถิติ T-test กรณีเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กรณีเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม

การอภิปรายผล

จากการศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย พบว่า เยาวชนไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ เยาวชนไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของ ธัญชนก คล้ายสังข์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ และความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อสามชุกตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสามชุก ตลาดร้อยปี โดยรวมอยู่ระดับดี เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านบรรยากาศ ด้านบริการด้านราคาสินค้า และด้านความสะดวกนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีทุกด้าน จากผลการวิจัยครั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ในทุกข้อเยาวชนไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำอยู่ระดับมาก ยกเว้น ด้านความสะดวกในการเข้าถึงตลาดน้ำ ซึ่งอยู่ระดับปานกลางอาจเนื่องมาจากตลาดน้ำบางแห่งอยู่ ไกลจากแหล่งชุมชนและการเดินทางโดยรถหรือยานพาหนะไม่สะดวกในการเข้าถึง นอกจากนี้ตลาดน้ำบางแห่งที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยมฯลฯนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาการจราจรที่ติดขัดทำให้เข้าถึงตลาดได้ยาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อนำไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร หรือกิจกรรมวันพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ตลอดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อาทิ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนบริหาร และจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนย่อมเข้าใจสังคม และวัฒนธรรมของตนได้ดีกว่าคนนอกเพื่อให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนด้านสถานที่ จัดจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นตลาดน้ำที่ยั่งยืน

3. ทำให้เป็นตลาดน้ำที่แสดงวิถีชีวิตของท้องถิ่นไม่ควรนำของต่างประเทศหรือของถิ่นอื่นมาจำหน่ายควรมีกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนถิ่นนั้นทั้งด้านศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงให้ความรู้กับผู้มาเยือนด้วย

4. ควรให้นโยบายในการเปิดให้บริการทุกวัน หากวันใดนักท่องเที่ยวน้อย ควรมีการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในวันที่มีคนน้อยเพื่อให้ตลาดน้ำดังกล่าวสามารถเปิดในทุกวันได้

5. ควรจัดเส้นทางจราจร โดยเฉพาะตลาดน้ำที่มีนักท่องเที่ยวมาก การวางสินค้าล้ำเส้นทางเดินทำให้คับแคบ จึงควรมีนโยบายเรื่องการจัดระเบียบการวางจำหน่ายสินค้าไม่ให้ล้ำทางน้ำหรือทางเดิน รวมถึงการจัดเส้นทางแบบ One way เพื่อให้การชมสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย

9.2 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา: ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

โดย ศิริประภา แก้วอุดม[1]

ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักที่รัฐบาลทุกยุคสมัยต่างให้ความสำคัญและส่งเสริมมาโดยตลอดผลจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ รายได้ภาคการท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกที่สำคัญประเภทอื่น และเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าประเทศในลำดับต้น ๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน แต่การขยายตัวดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ชุมชนท้องถิ่น จึงได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีผลกระทบด้านลบต่อสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยที่สุดและหาแนวทางอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพที่ดีต่อไปเป็นระยะเวลานาน ประกอบกับกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคทั่วโลกต่างให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์

การท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) เป็นสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก (Earth Summit) ประเทศบราซิล ในปี พ.ศ. 2535 ได้ทำให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามประการ คือ

1. กระแสความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
3. กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

จากกระแสการตื่นตัวเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดังกล่าวและการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและกำหนดทิศทางการพัฒนามากขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ระบบการจัดการการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (New Tourism or Alternative Tourism) เข้ามาเป็นกระแสใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ การท่องเที่ยวชุมชน (สินธุ์ สโรบล, 2546: 11-12; สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540: 2-1, 2-3) การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและยังเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นบทบาทของคนในชุมชนท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเรียกการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community Based Tourism) ที่ตั้งอยู่บนฐานความคิดว่าชุมชน หรือคนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชนควรเข้ามามีส่วนร่วม และมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา

การอนุรักษ์ และการจัดการทรัพยากรรวมถึงได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวนั้นด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549ก: 173-179) ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามา

[1] http://www.codi.or.th/downloads/Research/Research03.pdf

มีส่วนร่วมและมีบทบาทในการจัดการและกล่าวได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนลักษณะหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำ และตลาดน้ำ ที่คนในชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาตลาดโบราณริมน้ำ และตลาดน้ำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกระแสการท่องเที่ยวในลักษณะของการหวนรำลึกถึงอดีต (Nostalgia Tourism)ย้อนยุคชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม และบรรยากาศของสถานที่เก่าแก่ สิ่งของเครื่องใช้ในสมัยเด็ก รวมถึงการเที่ยวชมสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชนริมน้ำ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนจึงส่งผลให้ตลาดโบราณริมน้ำและตลาดน้ำรอบกรุงเทพฯ มากกว่า 30 แห่งที่เรียงรายอยู่ตามลุ่มแม่น้ำสำคัญๆ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา อาทิ ตลาดน้ำตลิ่งชัน (กรุงเทพฯ) แม่น้ำท่าจีน อาทิ ตลาดสามชุก (สุพรรณบุรี) ตลาดดอนหวาย (นครปฐม) แม่น้ำแม่กลอง อาทิ ตลาดน้ำอัมพวา (สมุทรสงคราม) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ราชบุรี) และแม่น้ำบางปะกง อาทิ ตลาดคลองสวน ตลาดบ้านใหม่ (ฉะเชิงเทรา) ฯลฯ ได้รื้อฟื้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในอดีตให้กลับคืนมาอีกครั้ง และพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น

ตลาดบ้านใหม่ในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นตลาดโบราณริมน้ำแห่งหนึ่งที่ได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนด้วยการพลิกฟื้นวิถีชีวิตของคนในชุมชนขึ้นมาอีกครั้ง จากเดิมที่ตลาดแห่งนี้เป็นที่ตั้งของชุมชนที่เคยมีความคับคั่งไปด้วยผู้คนที่ประกอบอาชีพค้าขาย รวมทั้งเป็นจุดแลกเปลี่ยนสินค้าสำคัญของจังหวัด แต่ซบเซาลงไปเนื่องจากผลกระทบของการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งทางบกทำให้วิถีชีวิตริมน้ำ และการค้าขายทางน้ำลดความสำคัญลงจนร้างผู้คนไปนานกว่า 40 ปี ชาวชุมชนกลุ่มหนึ่งได้เห็นว่าตลาดแห่งนี้ยังคงมีร่องรอยของวิถีชีวิต และวัฒนธรรมไทย-จีนที่โดดเด่นอยู่ ยังคงรักษาความเก่าแก่ของตัวอาคารบ้านเรือนไว้ได้ซึ่งเห็นได้จากการที่ตลาดบ้านใหม่ถูกขนานนามว่าเป็นฮอลลีวูดเมืองไทยที่เคยใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำละครย้อนยุคหลายเรื่อง อาทิ อยู่กับก๋ง นางนาก เจ้าสัวสยาม ฯลฯ จึงได้รวมตัวกันตั้งเป็นชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ขึ้นมา จุดเริ่มต้นการพัฒนาจึงเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ที่พลิกฟื้นตลาดบ้านใหม่ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน (เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา, 2551) ปัจจุบันตลาดบ้านใหม่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมาเป็นเวลากว่า 5 ปี (พ.ศ. 2547-2553) และกล่าวได้ว่าตลาดบ้านใหม่ในทุกวันนี้ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์และวันหยุดราชการ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น

ระยะเวลาของการพัฒนาตลาดบ้านใหม่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ผ่านมาถือว่าเป็นระยะเริ่มต้นของการทำให้ตลาดบ้านใหม่เป็นที่รู้จักแก่สายตานักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัด ซึ่งการดำเนินงานบริหารจัดการการท่องเที่ยวย่านตลาดบ้านใหม่ในปัจจุบันยังขาดการกำหนดวิสัยทัศน์ และภารกิจที่เป็นรูปธรรมชัดเจนสำหรับการบริหารจัดการ มีเพียงแต่การวางกรอบกว้าง ๆ ว่าต้องการให้ตลาดบ้านใหม่มีความยั่งยืน และคงไว้ซึ่งสิ่งที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ ซึ่งการขาดความชัดเจนในแนวทางการปฏิบัตินั้น ทำให้ในปัจจุบันเริ่มมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในบางร้านค้าไปในทิศทางที่ไม่กลมกลืนกับความเป็นตลาดโบราณอีกทั้งการเกิดขึ้นของบรรดาตลาดน้ำ และตลาดริมน้ำที่มีลักษณะคล้ายกันจำนวนมากในช่วงเวลาไม่ถึง 10 ปี ที่ผ่านมา ต่างนำเสนอจุดขายที่คล้ายคลึงกันคือเรื่องของความเป็นตลาดร้อยปี วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น อาหารสูตรโบราณ ฯลฯ ซึ่งเป็นทั้งโอกาส และอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ ดังนั้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่จึงควร

ที่จะกำหนดแนวทางที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนอย่างชัดเจนเพื่อจะสามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมต่างๆได้ต่อไป ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความคิดที่จะนำแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอก

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การเสนอ วิสัยทัศน์ และภารกิจการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จากปัจจัยดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ และราคาน้ำมัน
2. ด้านนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนชุมชน และการท่องเที่ยวชุมชน
3. ด้านการท่องเที่ยวของภาคเอกชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา บริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
5. ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
6. ด้านที่ตั้ง และการคมนาคมของจังหวัดฉะเชิงเทรา
7. ด้านสื่อสารมวลชน
8. ด้านแหล่งท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำอื่นในจังหวัดฉะเชิงเทรา

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จากปัจจัยดังนี้

1. ด้านการจัดการองค์กรชุมชน
    - วิสัยทัศน์ และภารกิจ
    - โครงสร้างการจัดการองค์กร และบทบาทหน้าที่
    - ผู้นำ และการนำ
    - การมีส่วนร่วม
    - งบประมาณ
    - การจัดระเบียบ
    - การสื่อสารภายใน
2. ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว
    - สถาปัตยกรรมตลาดโบราณ
    - วิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และอาหาร
3. ด้านบริการการท่องเที่ยว
    - บริการการท่องเที่ยว และสิ่งอานวยความสะดวกและความปลอดภัย
    - กิจกรรมเสริมการท่องเที่ยว
4. ด้านการตลาดการท่องเที่ยว
    - การประชาสัมพันธ์
    - การส่งเสริมการขาย

ข้อสรุปและการอภิปรายผล

การศึกษา ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีข้อสรุป 3 ส่วน ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ และภารกิจของชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

วิสัยทัศน์ “ตลาดบ้านใหม่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน เป็นพิพิธภัณฑ์แห่งชีวิตที่รักษาเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมชุมชนไทย-จีน สืบทอดประเพณีท้องถิ่น และเป็นแหล่งอาหารอร่อยของเมืองแปดริ้ว” ภายใต้สโลแกน “ตลาดบ้านใหม่พิพิธภัณฑ์แห่งชีวิต ชุมชนไทย-จีนริมฝั่งบางปะกง”

ภารกิจ

1. อนุรักษ์สถาปัตยกรรมอาคารตลาดโบราณ และสืบสานวิถีการดำเนินชีวิตประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างยั่งยืน

2. ส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการย่านตลาดบ้านใหม่ทุกด้าน และปลูกฝังจิตสานึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่น

3. พัฒนาคุณภาพสินค้า และการตลาดอย่างต่อเนื่องโดยการให้ความรู้แก่สมาชิก

4. สร้างเสริมความสามัคคีภายในชุมชน และมอบอัธยาศัยไมตรีที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

5. พัฒนาคณะกรรมการ และสมาชิกชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำอย่างยั่งยืน

6. ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน และแม่น้ำบางปะกง

จากการศึกษาที่ได้ทำการรวบรวมเอาความต้องการในเบื้องต้นของสมาชิกและคณะกรรมการชมรมแล้วนำมาสังเคราะห์ร่วมกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดบ้านใหม่จนออกมาเป็นวิสัยทัศน์และภารกิจที่ได้เสนอไว้ในข้างต้นแล้ว ที่ชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ต้องการให้ย่านตลาดบ้านใหม่เป็นชุมชนที่มีชีวิต คือ เป็นตลาดที่มีคนอยู่อาศัยและมีการประกอบอาชีพค้าขายเหมือนในอดีตและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนคนไทยเชื้อสายจีนเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคารตลาดโบราณที่เป็นสถาปัตยกรรมสมัยรัชกาลที่ 5 การประกอบอาชีพค้าขายโดยเฉพาะการประกอบอาหารทั้งอาหารไทยและอาหารจีน ให้ตลาดบ้านใหม่เป็นชุมชนที่อยู่คู่กับแม่น้ำบางปะกงสืบไป ซึ่งการกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจให้ชัดเจน และสื่อสารไปสู่ทุกคนในชุมชนให้เข้าใจตรงกันจะช่วยทำให้การบริหารจัดการย่านตลาดบ้านใหม่มีทิศทางที่ชัดเจน และมุ่งไปสู่การเป็นตลาดโบราณที่คนในชุมชนอยู่อาศัยกันอย่างมีความสุขและยั่งยืน

2. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยโดยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) สรุปได้ดังนี้

กลุ่มปัจจัยด้านโอกาส ประกอบด้วย 4 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. ที่ตั้ง และการคมนาคมของจังหวัดฉะเชิงเทรา สื่อสารมวลชนส่วนกลาง และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. นโยบายสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนของหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่น

3. แหล่งท่องเที่ยวศาสนาสถานที่มีชื่อเสียง และการจัดท่องเที่ยวล่องเรือภาคเอกชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำ และตลาดน้ำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำอื่นในจังหวัด และสื่อสารมวลชนท้องถิ่นในจังหวัด

กลุ่มปัจจัยด้านอุปสรรค ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่

1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้นักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อลดลง

2. ราคาน้ำมันสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าสูงขึ้น

กลุ่มปัจจัยด้านจุดแข็ง ประกอบด้วย 3 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. การสื่อสารข้อมูลตลาดบ้านใหม่สู่ภายนอก-ภายใน และการจาหน่ายอาหารที่หลากหลายมีคุณภาพ

2. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ การสืบทอดวิถีชีวิตสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมไทย-จีน และการอำนวยความสะดวก

3. การมีผู้นำในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่เป็นบุคคลสำคัญในจังหวัด การจัดระเบียบการค้าขาย และกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยว

กลุ่มปัจจัยด้านจุดอ่อน ประกอบด้วย 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. การบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

2. บทบาทหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ การสร้างความเข้าใจในแนวทางการอนุรักษ์อาคารตลาดโบราณ และการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้

ในลำดับต่อไปจะกล่าวถึงการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน, ทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในชุมชน

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ กระบวนการของการกำหนดกลยุทธ์ภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำเอากลยุทธ์ไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์การ และมีการประเมินผลกลยุทธ์นั้น ขั้นตอนของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Fred R. David (2007: 5-6) แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นการกำหนดทิศทางขององค์การ และการพัฒนาแผนระยะยาวบนฐานของสภาพแวดล้อมขององค์กร ด้วยการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคภายนอก จุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรนำมาประมวลผล เพื่อใช้กำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์การ (สมยศ นาวีการ, 2543: 25-26) รวมถึงการระบุวิสัยทัศน์ พันธกิจ การกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาว เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางเลือก และเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาดำเนินการ

2. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy Implementation) คือ การนำกลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นไปประยุกต์ในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยการระดมพนักงาน ผู้จัดการ บุคลากรเพื่อนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ประจำปี การวางแผนนโยบาย การจัดสรรทรัพยากร การจูงใจบุคลากร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร การจัดเตรียมงบประมาณ การพัฒนาระบบข้อมูล และการเชื่อมโยงค่าตอบแทน และผลประโยชน์ของบุคลากรเข้ากับการประเมินผลองค์กร ฯลฯ

3. การประเมินผลกลยุทธ์ (Strategy Evaluation) การตรวจสอบกิจกรรม และผลการดำเนินงานขององค์กรโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างผลการดำเนินงานจริง และผลการดำเนินงานที่ต้องการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และภายในองค์กร เรียกว่า การวิเคราะห์ (SWOT Analysis) ประกอบด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่อยู่นอกขอบเขตการควบคุมขององค์กรซึ่งพลังจากสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินงาน และการบรรลุเป้าหมายขององค์การ (สมยศ นาวีการ, 2543: 24) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจึงเป็นการการวิเคราะห์หาโอกาส (Opportunities: O) และอุปสรรค (Threats: T) ขององค์กร โดยทั่วไปสภาพแวดล้อมภายนอกพิจารณาจาก ปัจจัย 5 ด้าน ต่อไปนี้ คือ (Fred R. David, 2007: 77-94) ด้านเศรษฐกิจ, ด้านสังคม วัฒนธรรม ประชากร และสิ่งแวดล้อม, ด้านการเมือง รัฐบาล และกฎหมาย, ด้านเทคโนโลยี และการคมนาคม และ ด้านคู่แข่งขัน ส่วนสภาพแวดล้อมภายใน คือ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดำเนินงานภายในที่องค์การสามารถควบคุมได้โดยตรง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การจัดการองค์กร การตลาด การเงิน การบัญชี การผลิต การดำเนินการ การวิจัย และพัฒนาระบบการจัดการข้อมูล เป็นต้น ขององค์กรเพื่อระบุจุดแข็ง (Strengths: S) และจุดอ่อน (Weaknesses: W) ขององค์กร และเมื่อจับคู่ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกออกมาจะได้ทางเลือกกลยุทธ์ 4 แบบ คือ กลยุทธ์ SO, WO, ST และ WT (Fred R. David, 2007: 117-143)

9.3 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา : การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมศรีวิชัย
โดย สิปปนันท์ นวลละออง

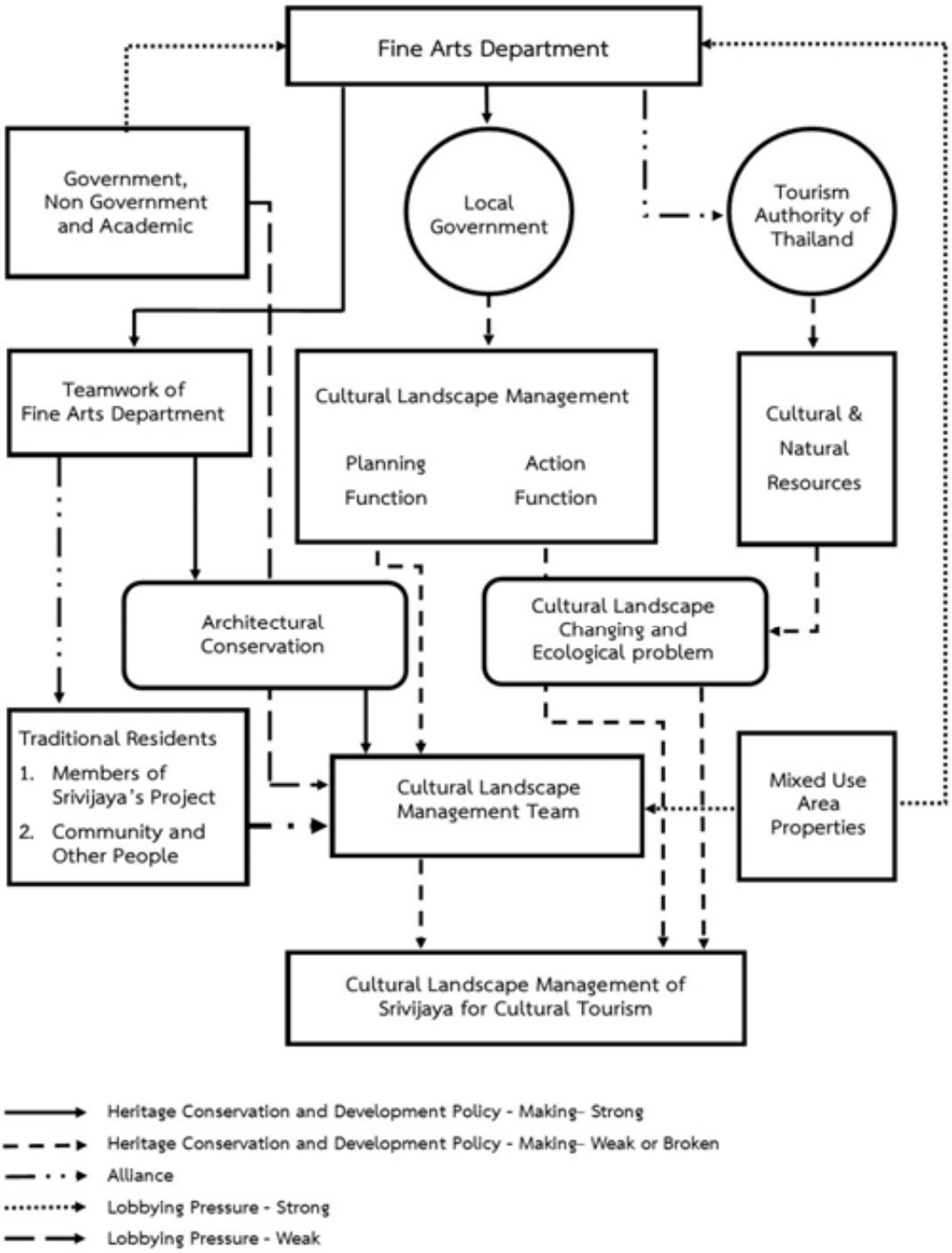
สิปปนันท์ นวลละออง (2555) กล่าวถึงวิวัฒนการของมรดกที่ซ้อนอยู่ในภูมิวัฒนธรรมของศรีวิชัยมากมาย ไม่ว่าจะเป็นมรดกที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น วิถีการดำเนินชีวิตอย่างคนศรีวิชัยในรูปแบบอาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา (เช่น การสื่อสาร นิทาน บทประพันธ์ เป็นต้น) อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะท้องถิ่น หรือแม้แต่แหล่งโบราณสถานและภูมิทัศน์วัฒนธรรมจากอดีตจนถึงปัจจุบันนี้ ซึ่งหากมีการศึกษาและเรียนรู้มรดกจากภูมิปัญญา และปรัชญาในการดำเนินชีวิตเหล่านี้อย่างลึกซึ้งแล้วจะสามารถก่อให้เกิดนวัตกรรมด้านวัฒนธรรม โดยการรักษาคุณค่าและเพิ่มคุณประโยชน์ในด้านต่างๆแก่คนในท้องถิ่นและประเทศชาติโดยรวมอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่อง “การอยู่อย่างเรียบง่ายพอเพียงและไม่หยุดพัฒนา” ตามหลักปรัชญาของคนศรีวิชัย ในการ “พัฒนาทั้งทางวัตถุและทางจิตใจ (ทางวิญญาณ) ควบคู่กันไปอย่างสมดุล” โดยใช้ “หลักการมัชชิมาปฏิปทาเป็นแกนกลาง” ในการพัฒนาพาศรีวิชัยสู่สังคมที่เจริญรุ่งเรืองมั่งคั่ง และสงบสุข

ซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนคือการพัฒนาในทุกด้านอย่างสมดุล ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการทำความเข้าใจในประวัติศาสตร์ความเป็นมาในอดีต เรียนรู้ในภูมิปัญญา และปรัชญาการดำเนินชีวิตในอดีตจะก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าแก่คนในยุคนี้และยุคต่อไปอย่างมาก โดยเริ่มต้นจากการ “อธิบาย และตีความหมายคุณค่าของมรดกให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาสาธารณชน” ดังที่

Askew and Logan (1994: 3) กล่าวไว้ว่าการตีความสัญลักษณ์ และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมจะทาให้เมืองเกิดคุณค่าโดยเฉพาะในเรื่องการใช้พื้นที่

Choi (2005: 4) ยังกล่าวอีกว่าเมืองใหญ่ควรสร้างคุณค่าของเมืองให้เกิดขึ้นโดยการสร้างความกลมกลืนกับความงามด้านสิ่งแวดล้อม และปฏิเสธช่องว่างระหว่างความรวย ความจน ความหนาแน่น ปัญหาออกไป นั้นคือส่วนสำคัญในการเปิดรับการพัฒนาสู่อนาคต

การบริหารจัดการมรดกของวัฒนธรรมศรีวิชัย และภูมิทัศน์วัฒนธรรมบริเวณรอบอ่าวบ้านดอนเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์คุณค่าควบคู่กับการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกันอย่างสมดุลหากมีการจัดการที่ดีโดยให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการพื้นที่ (Carrying Capacity) การจัดการการคมนาคมขนส่ง การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการท่องเที่ยว และโดยเฉพาะการบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรม เช่นการให้ข้อมูล และการตีความหมาย รวมถึงการอนุรักษ์ และพัฒนาบนความรู้พื้นฐานที่ถูกต้อง

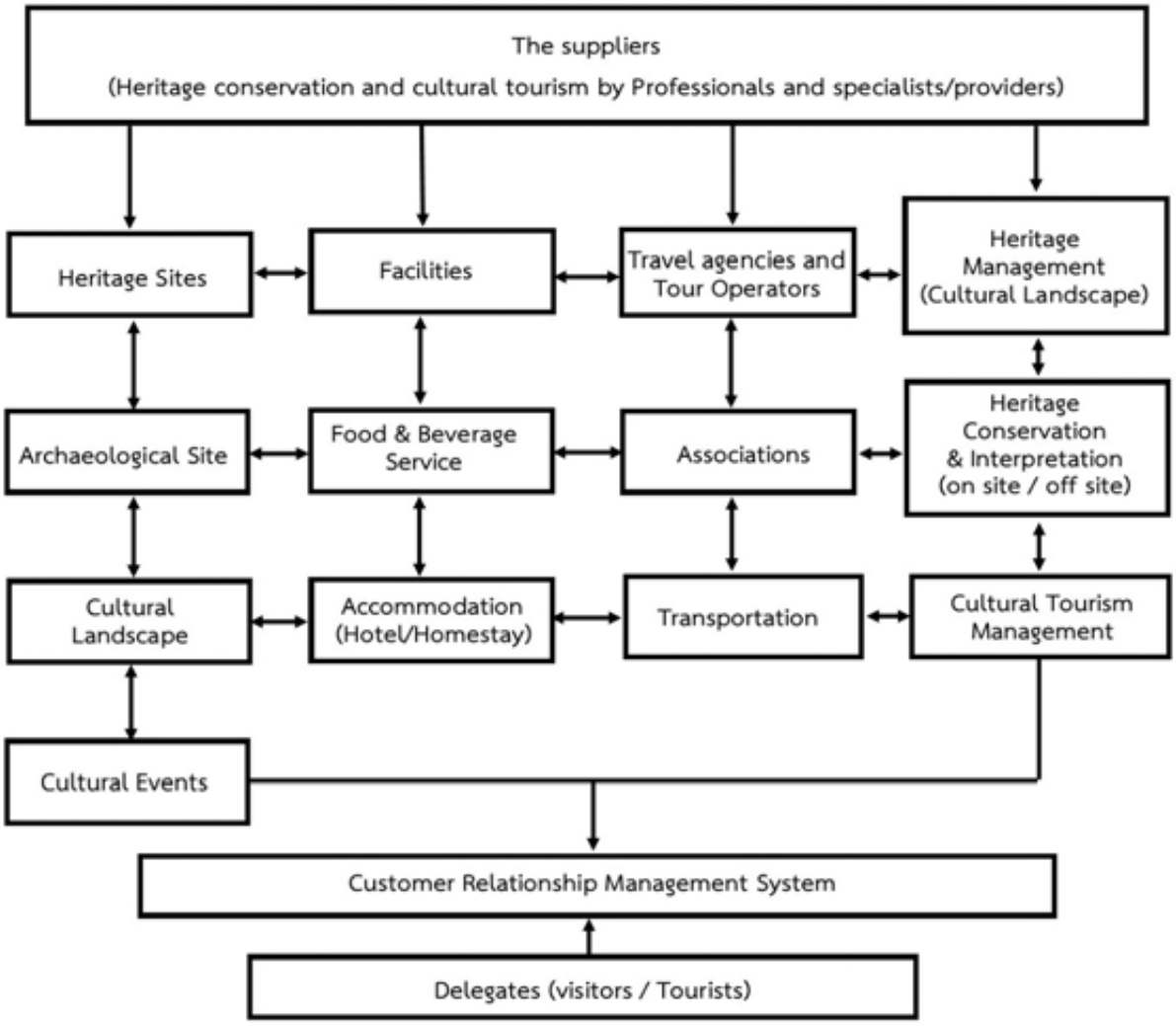


แผนภาพ 2.10 แสดงการแจกแจงความรับผิดชอบของการบริหารจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศรีวิชัย และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน

(The Distribution of Responsibility for Cultural Landscape Management of the Srivijaya Area around Ban Don Bay in Surat Thani, Thailand: a Model for Cultural Tourism)

ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2555)

อย่างไรก็ตาม Inkeep (1991: n.pag.) กล่าวว่า สิ่งแรกที่สำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการพัฒนาจากการท่องเที่ยว คือ (1) ต้องป้องกันและควบคุมสิ่งแวดล้อม ในแง่ของการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวอย่างให้เกิดปัญหาและมลพิษต่อสังคม (2) ต้องมีการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง(3) การทำนุบำรุงปรับปรุงแก้ไขคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อมทั้งหมดของพื้นที่ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และให้ประโยชน์แก่ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและคนท้องในถิ่น ตัวอย่างข้างล่างนี้เป็นโมเดลโครงสร้างสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องในการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการอนุรักษ์และพัฒนามรดกสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม



แผนภาพ 2.11 แสดงโครงสร้างสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องในการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการอนุรักษ์และพัฒนามรดกสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
(The Structure of Suppliers of Heritage Management for Cultural Tourism)
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2555)

9.4 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา: การพัฒนาบริเวณภูมิทัศน์วัฒนธรรมเส้นทางตะกั่วป่า-อ่าวบ้านดอน สู่เส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
โดย สิปปนันท์ นวลละออง (2555)

การอนุรักษ์และการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมสู่เส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีกระบวนการเริ่มต้นดังนี้

1. ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์รวมถึงคุณค่าของวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิทัศน์วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีสำคัญ
2. ศึกษาระบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
3. เตรียมความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภค และการคมนาคมขนส่ง รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ
4. สำรวจและทาเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลาย ๆ เส้นทาง
5. ทดสอบท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลาย ๆ เส้นทางที่จัดไว้
6. วิเคราะห์ และสรุปผล
7. นำเสนอในการจัดประชุม และการสัมมนากับบุคคลและองค์กรรวมถึงภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเผยแพร่สู่ภายนอกเพื่อสรุป และนำข้อแนะมาปรับปรุงต่อไป
8. ทำแผนการพัฒนาบริเวณภูมิทัศน์วัฒนธรรมเส้นทางตะกั่วป่า-อ่าวบ้านดอนสู่เส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
9. นำเสนอสู่สาธารณะอีกครั้งเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้จริง

สรุป

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ อย่างไรก็ตาม Cooper et al. (1998: 130) ใน สิปปนันท์ นวลละออง (2555) กล่าวถึงข้อควรระวังเกี่ยวกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวว่าเกิดจากนักท่องเที่ยวต้องการซื้อทั้งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว และการบริการด้านการท่องเที่ยวทาให้เกิดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของแรงงานเพื่อเข้ามาทางานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการบริการเป็นจำนวนมาก และเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมให้รายได้ที่ค่อนข้างสูงจึงส่งผลให้ค่าครองชีพในพื้นที่โดยรวมสูงด้วย ซึ่งมีผลต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือผู้ที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ที่ต้องแบกรับรายจ่ายที่สูงมากขึ้นด้วย

9.5 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา : การฟื้นฟูอารยธรรมศรีวิชัย-ลังกาสุกะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ภายใต้โครงการพัฒนาบุคลากรกระทรวงอุตสาหกรรม ตามบริบทการเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดย สักกฉัฐ ศิวะบวร, สิปปนันท์ นวลละออง และ Industrial Design Network ร่วมกับสำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2555)

ดร.สิปปนันท์ นวลละออง (2555) กล่าวถึงการพัฒนาเสน่ห์ของวิถีทางวัฒนธรรมของอิทธิพลศรีวิชัย สู่การออกแบบสร้างสรรค์เพื่อการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่ๆภายใต้ต้นทุนทางวัฒนธรรมอย่างมีเอกลักษณ์มีคุณค่าและมีทิศทางอย่างยั่งยืนว่าเพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นนวัตกรรมจากวัฒนธรรมเพื่อให้ได้รับการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ และเหมาะสมจากเสน่ห์วิถีทางวัฒนธรรมของอิทธิพลศรีวิชัย เพื่อการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ภายใต้ต้นทุนทางวัฒนธรรมอย่างมีเอกลักษณ์ และอย่างมีทิศทางพร้อมกับการรักษาคุณค่าและเพิ่มมูลค่าสู่ชุมชนท้องถิ่น และสังคมโดยรวมอย่างยั่งยืน ซึ่งทุกผลิตภัณฑ์จะต้องมีการสื่อสารในเชิงการตีความหมาย (Interpretation) ให้สังคมได้รับทราบโดยเฉพาะการตีความหมายในศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้เกิดความเข้าใจและมองเห็นความสำคัญด้วยการให้เหตุผลที่สอดคล้องกับศิลปวัฒนธรรมเดิมอย่างวัฒนธรรมศรีวิชัยอย่างชัดเจนที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น การอธิบายการตีความเรื่องราวจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่โดยเฉพาะหลักยึดสำคัญในการดำรงชีวิต โดยการนำคุณค่าของวิถีศรีวิชัยมาเป็นแนวทางหลักเพื่อหาอัตลักษณ์ของชุมชนทางใต้ และเพื่อสร้างความกลมกลืนทางวัฒนธรรมระหว่างชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยส่งผ่านคุณค่าของวิถีชีวิตในด้านต่างๆ ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา (เช่น การสื่อสาร นิทานบทประพันธ์ เป็นต้น) อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะท้องถิ่น ไปสู่สังคมโดยรวม เป็นต้น

ซึ่งกรณีศึกษาตัวอย่าง: การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัย และลังกาสุกะ ดังต่อไปนี้

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(Culture Industry) เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ด้านอาหาร

เนื่องจากคาบสมุทรภาคใต้ในยุคศรีวิชัย-ลังกาสุกะได้ชื่อว่าเป็น"Spice Route" จึงสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นทางอันรุ่งเรืองดังกล่าวได้ทั้งการแปรรูป และนำเสนอเมนูอาหารทั้งแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย

ภาพที่ 2.3 อาหารประจำถิ่นภาคใต้
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

ภาพที่ 2.4 โต๊ะ-ดัดแปลงจาก“หมากขุม”
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: นำเสน่ห์ของวัฒนธรรมการกิน-อาหาร-สมุนไพรแบบศรีวิชัย มารับรองแขก และนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจจากอาหารที่มีเอกลักษณ์ และมีคุณค่าสูง โดยบริการบนโต๊ะประยุกต์ขึ้นใหม่จากสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในอดีต เช่น โต๊ะ-ดัดแปลงจาก“หมากขุม”, ถ้วย-ดัดแปลงจาก “ถ้วยชามโบราณ” และขาโต๊ะ-ดัดแปลงจาก “แท่นวางกริช”นอกจากนี้เครื่องแต่งกายพนักงานแบบที่มีกลิ่นอายศรีวิชัย

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ด้านเครื่องแต่งกาย

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: นำเสน่ห์ของวัฒนธรรมลูกปัดอันรุ่งเรืองหรือลวดลายทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในอดีตมาประยุกต์ขึ้นใหม่ ทั้งเครื่องแต่งกายลำลอง และชุดพิธีการเพื่อทดแทนการใส่สูท

ภาพที่ 2.5 ลูกปัด และเครื่องแต่งกายลำลอง
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ด้านที่อยู่อาศัย

เรือนอยู่อาศัยนั้นมีหลายลักษณะมีทั้งภูมิปัญญาที่เหมาะกับภูมิประเทศ เช่น เรือนน้ำ ทุกวันนี้ยังมีให้เห็นบริเวณอ่าวบ้านดอน อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานีเรือนปั้นหยาลังกาสุกะยุคกลางจะเป็นหลังคาจั่วแต่ในตอนยุคปลายจะเป็นหลังคาสี่เหลี่ยม

ข้อเสนอแนะ: สร้างพิพิธภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยว โดยมีการจำหน่ายกลุ่มสินค้าที่ได้รับการพัฒนาเป็นรายได้หลัก และสร้างโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพร้อมที่พักที่มีความเหมาะสมในเชิงธุรกิจมากขึ้นเช่น โรงแรมในรูปแบบ “บูติค รีสปอร์ต”

ภาพที่ 2.6 เรือนปั้นหยา และภาพจำลองบูติคแกลอรี
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ขนบธรรมเนียมประเพณี

พิธีแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ จ.นครศรีธรรมราช เป็นงานที่นอกจากชาวไทยแล้วยังมีเพื่อนบ้านจากมาเลเซีย,อินโดนีเซีย และชาวพุทธที่ศรัทธามาร่วมงานซึ่งจะก่อเกิดการร่วมมือร่วมใจความสามัคคีขยายผลสู่การรื้อฟื้นรูปแบบพิธีกรรม,การละเล่น,การแต่งกาย,อาหาร,ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว, โรงแรมที่พักเป็นต้นซึ่งเป็นการเตรียมการที่ดีต่อการก้าวสู่ AEC ในอีกด้านหนึ่ง

ภาพที่ 2.7 พิธีแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ จ.นครศรีธรรมราช
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ภาษา

ยุคก่อนที่ศาสนาพราหมณ์-ฮินดูจะแผ่อิทธิพลมายังคาบสมุทรภาคใต้ชาวศรีวิชัยพูดภาษาที่ภิกษุอี้จิงเรียกว่าภาษาคุนหลุน แต่ไม่มีอักษรใช้ อย่างไรก็ตามการพบจารึกที่วัดหัวเวียง อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี เป็นอักษรปัลลวะอายุราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของยุคสมัยได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 2.8 จารึกอักษรปัลลวะ
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: อักษรประยุกต์ เป็นการประดิษฐ์อักษรเพื่อใช้ในการสื่อความต่างๆและเป็นเสน่ห์ที่น่าสนใจเมื่อนำไปใช้ร่วมกับงานออกแบบอื่นๆ และเรียกชื่ออักษรประยุกต์นี้ว่า "ระพีศรีวิชัย" ตามชื่อผู้สร้างสรรค์อักษรนี้

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-อาชีพ

การเชื่อมโยงภูมิปัญญา, อาชีพกับผลผลิตที่คงไว้ซึ่งเสน่ห์ของถิ่นเอื้อต่อสุขภาพ, สภาพแวดล้อมที่ดีทั้งกาย และใจ

ภาพที่ 2.9 น้ำมันหอมสกัดจากดอกจันทร์กระพ้อ
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: การทาตัวด้วยน้ามันหอมโดยเฉพาะในงานพิธีเป็นความนิยมของชาวศรีวิชัยซึ่งดอกจันทร์กระพ้อเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าเครื่องยาหอม,แก้ลม และบำรุงหัวใจทุกวันนี้สามารถชมดอกจันทร์กระพ้อได้ในเทศกาลชมดอกจันทร์กระพ้อเดือนพฤศจิกายน ที่ อ.เคียนซา จ.สุราษฎร์ธานี การพัฒนาสามารถทำเป็นน้ำมันหอมทาตัว, น้ำมันหอมระเหย, ผสมเป็นน้ำมันนวดตัวในธุรกิจสปา บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ใช้การลดทอนการย่อมุมจากสถาปัตยกรรมของบูโรพุทโธเป็นแรงบันดาลใจ

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ศิลปะพื้นถิ่น

ตรีรัตนะ ในช่วงต้นพุทธศตวรรษผู้คนไม่นิยมปั้นรูปเหมือนพระพุทธองค์จึงสร้างสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณเรียกว่า ตรีรัตนะมีลักษณะเป็นวงกลมหมายถึงดอกบัวหรือความว่างเปล่า,การหลุดพ้น มีแขนแยกปลายเป็น 3 กลีบคือไตรลักษณ์

ภาพที่ 2.10 สัญลักษณ์ตรีรัตนะ
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: สัญลักษณ์ตรีรัตนะแม้จะมีกำเนิดมานานกว่า 2000 ปี แต่ยังคงมีความร่วมสมัยให้ผลทางจิตวิญญาณ สอดคล้องกับพุทธศาสนิกชน ผนวกกับเทคนิคการสร้างพระพิมพ์ดินดิบเกิดโอกาสพัฒนางานทางพุทธศิลป์

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: นำการแสดงมโนราห์มาเป็นแรงบันดาลใจเป็นการประยุกต์สู่การตกแต่งภายใน

ภาพที่ 2.11 การตกแต่งภายในโดยใช้ลายเส้นมโนราห์
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง (2554)

คุณสักกฉัฐ ศิวะบวร (2555) กล่าวใน สานักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม (2555) ถึงข้อคิดดีๆ ทางวัฒนธรรมที่กล่าวต่อๆกันมาเกี่ยวกับ การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(Culture Industry) ว่า

"วัฒนธรรมโน้มน้าวได้...แต่สั่งการกลับไม่ได้ดี..."

"วัฒนธรรมเปรียบเหมือนสายน้า กั้นไว้ก็เน่าเสีย..."

"วัฒนธรรมอยู่กับวิถีชีวิตจึงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา..."

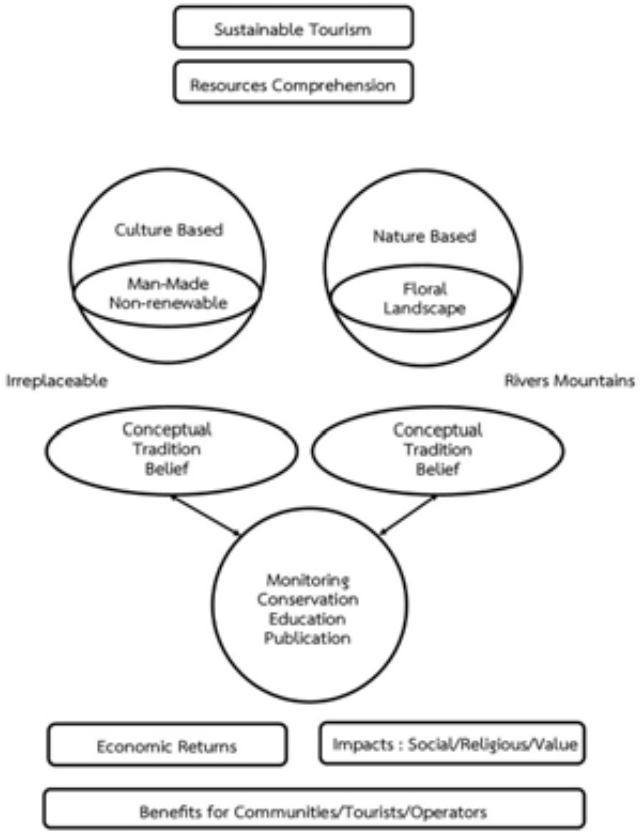
"การชื่นชมวัฒนธรรมและสินค้าทางวัฒนธรรมเกิดจากการยอมรับ ในคุณค่านั้น..."

9.6 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ

กรณีศึกษา มรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเกาะปีนัง ประเทศมาเลเซีย โดย ดร.สิปปนันท์ นวลละออง และ ดร.วิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ เสวนาวิชาการสมาคมอิโคโมสไทย “เรื่อง ประสบการณ์มรดกโลกปีนัง” 22 มกราคม 2554

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้ คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย"

โดยมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ



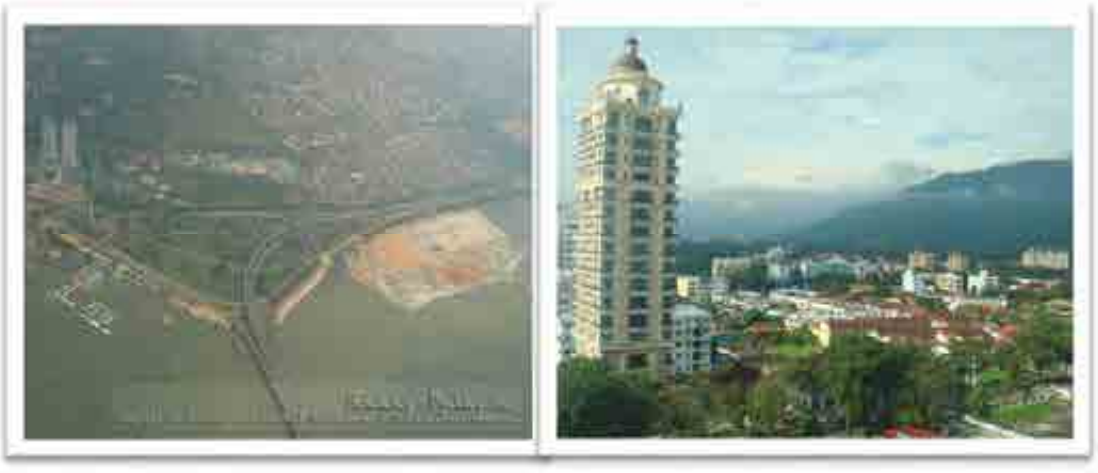
แผนภาพ 2.12 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ (2554)

ที่ตั้งและข้อมูลพื้นฐานของเกาะปีนัง

ภาพที่ 2.12 แผนที่เกาะปีนัง

ที่มา: http://www.projectpenang.my/EN/page/penang-map/

1. ปีนังตั้งอยู่ทางเหนือของช่องแคบมะละกา ช่วงก่อน ค.ศ. 1786 มีนักเดินทางจำนวนมาก ทั้งประเทศฝั่งตะวันออกและตะวันตก หลั่งไหลเข้ามาทำการค้าที่นี้ เช่น จีน อินเดีย สยาม อาหรับ และยุโรป



ภาพที่ 2.13 เมืองปีนัง

ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ (2554)

2. สินค้าที่ทำชื่อเสียงให้แก่เกาะปีนังได้แก่สินค้าจำพวกเครื่องเทศ เช่น ชินนิมอล และพริกไท ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงในประเทศแถบยุโรป

ภาพที่ 2.14 เครื่องเทศ-สินค้าส่งออกมีชื่อของเมืองปีนัง
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ (2554)

3. ประชากรในปีนังมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมมาก เช่น ชาวมาเลย์พื้นเมือง จีน อินเดีย ซึ่งมีการนับถือศาสนา พุทธ คริสต์ ฮินดู และอิสลาม แตกต่างกันไป

ภาพที่ 2.15: ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมในเมืองปีนัง
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ (2554)

สถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง

ภาพที่ 2.16 สถาปัตยกรรมในเมืองปีนัง
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ (2554)

1. กระเบื้องโมเสค เซรามิค งานไม้และการจัดบ้านให้อยู่ในฮวงจุ้ยที่ดี จัดเป็นจุดเด่นของสถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง

2. ตลอดแนวทางเดินในย่านเมืองเก่า เราจะเห็นบังกะโล และร้านค้าเก่าจำนวนมาก ซึ่งได้รับการอนุรักษ์ที่ดีจากการให้ความรู้ถึงประวัติความเป็นมา และสร้างความเข้าใจถึงคุณค่า และหลักการในการอนุรักษ์มรดกทางสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และทรงคุณค่าในการศึกษาวิถีชีวิตอันรุ่งเรืองของคนในอดีต โดยผ่านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการนำต้นทุนทางวัฒนธรรมมาก่อให้เกิดทั้งคุณค่า และมูลค่าอย่างสูงสุดทั้งด้านสังคม และเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นบนเกาะปีนังแห่งนี้

3. ปัจจุบันนี้งานสลักไม้ยังคงมีให้เห็นและมีการอนุรักษ์สืบต่อมายังคนรุ่นหลัง โดยยังคงมีการประดับประดา การตกแต่งอาคารด้วยงานไม้สลักซึ่งมีความโดดเด่น และสร้างควาประทับใจให้กับผู้มาเยือนอย่างมาก

ปีนังเมืองท่าแห่งการค้า

จากอดีตจนถึงปัจจุบันปีนังยังคงเป็นแห่งการค้าและธุรกิจที่สำคัญ นอกจากนี้ปัจจุบันปีนังก็ยังเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งด้วย

การปกครองปีนัง

ปีนังเคยอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษ ดังนั้นจึงได้รับอิทธิพลมีความหลากหลายจากต่างชาติเช่นกัน เช่น การเมืองการปกครอง ลักษณะการวางผังเมือง และงานสถาปัตยกรรม

เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมของเกาะปีนัง

ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมบนเกาะปีนังได้รับการพัฒน าและอิทธิพลมาจากชนชั้นสูงชาวจีนและยุโรปที่เข้ามา เช่น การพัฒนาของบังกะโล และร้านค้าตึกแถว Chinese Courtyard Home เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของสถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง

การผสมผสานทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม

- มีการแต่งงานกันระหว่างคนพื้นเมืองกับคนจีน คนอินเดีย และคนยุโรป
- Jawi Peranakan เกิดจากการแต่งงานระหว่างคนอินเดียกับผู้หญิงพื้นเมือง

- การรวมกันระหว่างผู้ชายจีนกับคนพม่า และผู้หญิงสยาม เรียกว่า Batak และ Balinese Slaves และเกิดมี The Baba Nyonya Community ซึ่ง Baba แทน ผู้ชาย และ Nyonya แทน ผู้หญิง * โดยนอกจากปีนังแล้วใน จ.ภูเก็ต ก็มี Baba Nyonya เช่นกัน
- Jawi Peranakan และ Baba Nyonya ทำให้เกิดชุมชนใหญ่ขึ้น

การท่องเที่ยวเมืองมรดกทางสถาปัตยกรรม George Town บนเกาะปีนัง

- ใน ค.ศ. 2008 เมือง George Town และมะละกาต่างได้เป็นเมืองในรายชื่อเมืองมรดกโลกเกี่ยวกับความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของช่องแคบมะละกา
- ปีนังได้รับการผสมผสานทั้งจากอิทธิพลเอเชีย และยุโรป ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งทางสถาปัตยกรรม และการวางผังเมือง เช่น Cultural Townscape ที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
- George Town เป็นเมืองประวัติศาสตร์ และเป็นเมืองท่าที่สำคัญ นอกจากนี้ยังมีสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นอันงดงามอันคงเอกลักษณ์ เช่น Shop house และ Townhouse
- George Town ยังมีสิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรมต่างๆ มากมาย ซึ่งเป็น Tourist Attraction อันหนึ่งที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างมาก เช่น วัฒนธรรมอันหลากหลายของคนพื้นถิ่น คนจีน อินเดีย พุทธ คริสต์ อิสลาม โดยนักท่องเที่ยวจะพบการอยู่ร่วมกันของผู้คนต่างศาสนา เชื้อชาติ อย่างสงบสุข
- UNESCO มีส่วนสำคัญในด้านการอนุรักษ์มรดกทางสถาปัตยกรรม และส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมือง George Town ได้เป็นอย่างดี

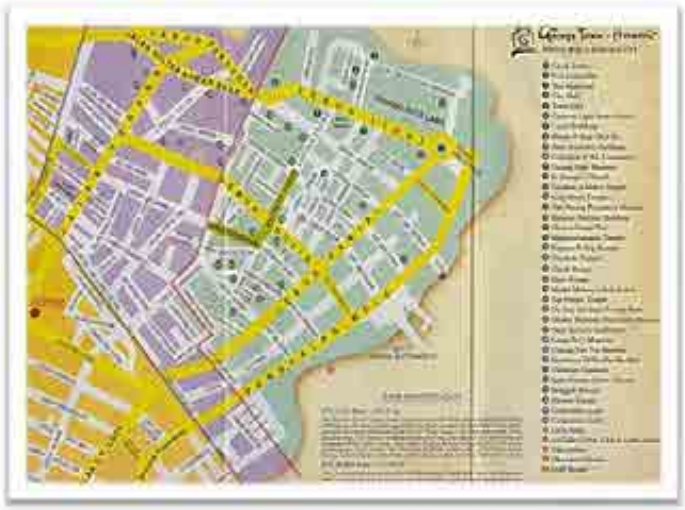
การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเกาะปีนัง

การท่องเที่ยวของปีนังจัดอยู่ในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอันจะนำไปสู่การพัฒนาเกาะปีนังอย่างยั่งยืนในภายภาคหน้า โดยการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนา และในขณะนี้ปีนังได้เตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนสินค้า และการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างครบครัน เช่น ที่พัก การคมนาคมขนส่ง อาหาร และเครื่องดื่ม Tour Operator Tour Agencies สินค้าของที่ระลึก และโครงสร้างอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สิ่งที่ได้จากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเกาะปีนังโดยเชื่อมโยงกับการอนุรักษ์ทางสถาปัตยกรรม

- 1996 the Penang Development Corporation – “City of Living Culture”
- 1998 รัฐบาลท้องถิ่นปีนังเจรจากับ UNESCO ในการขึ้นทะเบียนเมืองปีนัง และมะละกาเป็นมรดกโลก (World Heritage)
- 2008 ปีนัง และมะละกาอยู่ในทะเบียนมรดกโลก

- มีการสำรวจองค์ประกอบทางกายภาพบนเกาะปีนังเพื่อสร้างคุณค่าสูงสุด เช่น สถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง ทำให้ มีการทำ Zoning, Landscape Management, แผนที่ และเอกสารข้อมูลพื้นฐานการท่องเที่ยว เป็นอย่างดีเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และการเติบโตของเมืองในอนาคต
- เกิดประโยชน์ และคุณค่าจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในมิติด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน
- คนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวเกิดความรู้ และความเข้าใจในประวัติศาสตร์ ความเป็นมาเกี่ยวกับเกาะปีนัง อันส่งผลมาถึงความร่วมมือในการอนุรักษ์มรดกทางสถาปัตยกรรมของเกาะปีนังระหว่างองค์กรในท้องถิ่น ผู้อยู่อาศัยในชุมชน องค์กรภายนอก รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย



ภาพที่ 2.17 Zone Identification by UNESSCO
ที่มา: สิปปนันท์ นวลละออง และวิมลรัตน์ อิสระธรรมนูญ (2554)

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การออกแบบการวิจัยเพื่อศึกษาเรื่ององค์ประกอบของอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงกระบวนการค้นคว้าวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่เป็นแบบผสม คือเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ

เชิงคุณภาพโดยการสอบถาม จัดเสวนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดโครงการนำร่อง สำหรับผู้ที่ให้ข้อมูลเหล่านี้ คือ ประชาชนในย่านตลาดพลู และบริเวณใกล้เคียง นักวิชาการ องค์กรรัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ ผู้นำชุมชน บุคคลสำคัญท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับการวิจัยจากเอกสารและการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลด้านกายภาพของพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ประวัติภูมิหลังของแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ และคู่มือของแหล่งท่องเที่ยว โอกาสและอุปสรรคการพัฒนาพื้นที่ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต แนวทางการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยว เชิงปริมาณโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมการจัดโครงการนำร่อง โดยการนำผลการศึกษาทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่องข้างต้น มาทำการจัดทำคู่มือการบริหารการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. กรอบทฤษฎี หรือแนวคิด

1.1 การจัดการข้อมูล
   1. ข้อมูลปฐมภูมิ
   2. ข้อมูลทุติยภูมิ

1.2 การแปลงความหมายข้อมูล

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน

1.4 การสรุปผลการดำเนินการ

2. กระบวนการวิจัย

2.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย

2.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย

2.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมโครงการนำร่อง

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

2.5 บทสรุป

3. การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา

การเลือกพื้นที่ศึกษา เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากต่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรง และเพียงพอสำหรับการอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา ดังนั้น การเลือกพื้นที่ศึกษาจะต้องกระทำอย่างรอบคอบ โดยอาศัยการเลือกเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ซึ่งมีหลักสำคัญ คือ เป็นพื้นที่ที่สอดคล้อง และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ปัญหาวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย

4. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

4.1 ประชากรในการวิจัย

4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

4.3 การสุ่มตัวอย่าง

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1 แบบบันทึก และสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ และแผนที่ชุมชน

5.2 แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมโครงการนำร่อง

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

6.1 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

6.2 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง

6.3 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ

6.4 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร

1. กรอบทฤษฎี หรือแนวคิด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม โดยนำแนวคิดทางด้านความเป็นสถานที่นำมาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์และจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารเบื้องต้น ในหัวข้อเรื่องสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพื่อจัดทำแผนที่รอบนอก และแผนที่เฉพาะทรัพยากรทางวัฒนธรรม

2. สร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัย และเครื่องมือการวิจัย

3. ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม ในหัวข้อเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศักยภาพการท่องเที่ยว

4. จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อยกับตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ศึกษา จำนวน 40-50 คน หัวข้อเรื่อง การบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

5. สรุปผลการวิจัย ในประเด็นดังต่อไปนี้ สภาพกายภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว

6. จัดทำเอกสารการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี

7. จัดทำกิจกรรมโครงการนำร่องในเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

1.1 การจัดการข้อมูล

การศึกษาสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร และบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทพื้นที่ที่จะทำการศึกษาจึงทำการสรุปคุณลักษณะในด้านต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีระบบนำไปใช้ในการดำเนินการวิจัยขั้นตอนต่อไป โดยแบ่งเป็น

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการจัดสนทนากลุ่ม จากนักท่องเที่ยว จากประชาชนในชุมชนตลาดพลู ทั้งผู้นำชุมชุม ครู และบุคคลสำคัญในท้องถิ่น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ข้อมูลที่มีผู้เรียบเรียง และรวบรวมไว้แล้ว เช่น ตำรา เอกสาร บทความ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากเว็บไซต์

1.2 การแปลงความหมายข้อมูล

การแปลความหมายข้อมูลเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาในทุกๆ ด้านของย่านชุมชนตลาดพลู เพื่อนำข้อมูลจากเอกสารการศึกษา และการสำรวจภาคสนามจัดทำแบบสอบถามผู้คนในชุมชนเพื่อทำการสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนด้านส่วนเสียจากภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ ความคิดเห็นที่ได้ทั้งหมดจะนำไปสังเคราะห์และดำเนินการวิจัยขั้นตอนต่อไป

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนที่ได้จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การจัดเสวนากลุ่มย่อย การจัดกิจกรรมโครงการนำร่อง และการทำประชาพิจารณ์ที่แสดงความคิดเห็นต่อพื้นที่วิจัยเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมในย่านตลาดพลูในขั้นตอนต่อไป

1.4 การสรุปผลการดำเนินการ

การสรุปผลการดำเนินการงานจากการวิจัยเป็นการสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นในการวิจัย ผลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ การจัดเสวนากลุ่มย่อย การจัดกิจกรรมโครงการนำร่อง และการทำประชาพิจารณ์ เพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ที่จะได้เป็นแนวทางในการศึกษาของการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

แผนภาพ 3.1 แสดงแนวคิดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยในพื้นที่ศึกษาปรับปรุงจากแนวคิดระบบ
เพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

2. กระบวนการวิจัย

2.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย (Research Topic)

การกำหนดหัวข้อเรื่องในงานวิจัย เป็นการกำหนดหัวข้อที่สำคัญ สื่อความหมายเฉพาะเรื่อง และเป็นประโยชน์ต่อสังคมในยุคปัจจุบันที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องที่จะทำการวิจัย โดยเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและชุมชนเชิงนโยบาย เชิงวิชาการ การสร้างทุนทางสังคมและทางวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม โดยเกิดจากปัญหาที่ควรได้รับการศึกษาและวิจัยในหัวข้อ“การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม”

2.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย (Literature Review)

การศึกษาทฤษฎี แนวคิด หลักการต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานวิจัย โดยการดำเนินการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร วารสาร รายงานผลการศึกษา และเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของพื้นที่ตลาดพลูด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ประสบการณ์การร่วมมือต่างๆ ของชุมชน ที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการดำเนินการร่วมกัน วิเคราะห์ข้อมูลนำไปสู่แนวคิด และหลักการที่จะนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน และการดำเนินงานวิจัยต่อไป

2.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจจากคุณลักษณะสำคัญด้านต่างโดยแบ่งกลุ่มหัวข้อสาระสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรม การความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชน

สิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ มรดกทางสถาปัตยกรรม และวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติทรัพยากร สาธารณะ เป็นต้น

2. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เช่น เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม กิจกรรมประจำปี อาหารประเพณี การแสดง การละเล่น เป็นต้น
3. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
4. กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจและการทำงานผู้บริหารของส่วนราชการ เพื่อสอบถามถึงนโยบาย แผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนาแผนปฏิบัติงาน ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำมีความเข้มแข็ง ความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นฐานทรัพยากรชุมชน

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนำมาจัดทำแบบประเมินคุณค่าด้านการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมด้านการประเมินค่าคะแนน โดยเลือกผลของค่าคะแนนระดับสูง และระดับปานกลาง นำมาใช้ในการทำแบบสอบถาม ซึ่งผลจากการทำแบบสอบถามจะใช้คำตอบที่ได้จากความคิดเห็นของประชาชนในย่านตลาดพลู และบริเวณใกล้เคียง นำมาใช้ประกอบการสัมภาษณ์นักวิชาการ องค์กรรัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ ผู้นำชุมชน และบุคคลสำคัญท้องถิ่น

2.5 บทสรุป

การสรุปผลการดำเนินการวิจัย ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนิน ผลของการสำรวจภาคสนาม แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในสิ่งที่วิเคราะห์ได้จากการวิจัย และเพื่อการศึกษาสำหรับงานวิจัยขั้นต่อไป

แผนภาพ 3.2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ปรับปรุงจากแนวคิด เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

ที่มา บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

3. การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา

การศึกษา วิจัยครั้งนี้ได้เลือกชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร และบริเวณใกล้เคียงนั้น เป็นพื้นที่ที่จะทำการศึกษา เนื่องจากในชุมชนตลาดพลูมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานตลาดพลูได้ชื่อเป็นศูนย์กลางการค้าขายหมากพลูของกรุงเทพมหานครตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ เดิมตลาดขายหมากพลูตั้งเรียงรายขายอยู่บริเวณริมฝั่งคลองบางหลวง ตั้งแต่วัดราชคฤห์ไปจรดวัดอินทาราม ลึกเข้าไปด้านหลังวัด (ปัจจุบันคือด้านหน้าวัดซึ่งติดกับถนนเทอดไท) ในอดีตเป็นพื้นที่สวนพลูสวนหมากของชาวจีนแหล่งใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวลัดเลาะ ไปตามถนนเลียบ แม่น้ำข้างวัด จะเห็นอาคารพาณิชย์ บ้านเรือนที่อยู่อาศัยแบบจีนที่มีลวดลายปูนปั้น กับลายไม้ฉลุประดับหลงเหลือให้เห็นอยู่บ้าง อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมายที่ถูกละเลยซึ่งมีคนจำนวนมากไม่รู้จักของดีฝั่งธนบุรี และความสำคัญของชุมชนในย่านนี้ อีกทั้งยังไม่มีการจัดการในเรื่องของเส้นทางการท่องเที่ยวแบบการเดินเท้า (Walking Street) โดยขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณนี้เท่าที่ควร ดังสภาพปัญหาที่กล่าวมาแล้วนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ชุมชนได้ค้นพบแนวทางในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมต่อไป

4. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

4.1 ประชากรในการวิจัย

1. ชุมชนภายในย่านตลาดพลู ในพื้นที่แขวงบางยี่เรือ และแขวงตลาดพลู ประกอบด้วย ชุมชนวัดกันตทาราม ชุมชนโรงเจ 1 ชุมชนโรงเจ 2 ชุมชนวัดอินทาราม และชุมชนหลังศูนย์จันทร์ฉิมไพบูลย์
2. ชุมชนวัดกันตทาราม และชุมชนวัดอินทาราม ตั้งอยู่ในพื้นที่แขวงตลาดพลู และแขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยกรรมสิทธิ์เป็นของวัดกันตทาราม และวัดอินทาราม ลักษณะการอยู่อาศัยเป็นแบบการเช่าที่สำหรับปลูกบ้านเพื่ออยู่อาศัย และให้บุคคลภายนอกเช่า
3. ชุมชนโรงเจ 1 ชุมชนโรงเจ 2 และชุมชนหลังศูนย์จันทร์ฉิมไพบูลย์ ตั้งอยู่ในพื้นที่แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี โดยกรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นของเอกชน ซึ่งการอยู่อาศัยอยู่ในลักษณะเป็นเจ้าของที่ดิน และเช่า
4. ชุมชนในย่านตลาดพลู แม้นว่าจะไม่ได้ถูกกำหนดจากสำนักเขตให้เป็นพื้นที่ชุมชนก็ตาม เช่น ชุมชนวัดราชคฤห์ ชุมชนบริเวณท่าน้ำตลาดพลู ชุมชนริมคลองบาสะแก หรือชุมชนใกล้กับคลองสนามชัย

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรของแขวงบางยี่เรือ และแขวงตลาดพลู

ปี พ.ศ.	จำนวนประชากรแขวงบางยี่เรือ (คน)	จำนวนประชากรแขวงตลาดพลู (คน)	รวม
2555	23,851	18,284	42,135
2554	24,366	18,622	42,988
2553	24,931	18,979	43,910
2552	25,526	19,246	44,772
2551	26,162	19,632	45,794
2550	26,658	19,966	46,624

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง
(http://stat.bora.dopa.go.th/xstat/popyear.html)

4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วยประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ประชากรที่อาศัยอยู่ในแขวงตลาดพลูและบริเวณใกล้เคียง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยเจตนา (Purposive Sampling)

4.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ประชากรที่อาศัยอยู่ในแขวงตลาดพลูและบริเวณใกล้เคียงที่อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบพื้นที่ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ ภูมิหลัง คุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรม ปราชญ์ผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจเรื่องการอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความร่วมมือของประชาขนในท้องถิ่น ฐานทรัพยากรชุมชน มีขั้นตอนดารดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ได้แบ่งพื้นที่การสุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม (Cluster Sampling) ได้แก่ ตลาด(กลุ่มคนไทย) โรงเจ(กลุ่มคนจีน) มัสยิด(กลุ่มคนมุสลิม)

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเผอิญ (Accidental Sampling) เพื่อทำการแจกแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยเจตนา (Purposive Sampling) สามารถเลือกกลุ่มขอสัมภาษณ์ได้โดยตรง เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ ค่านิยม ความคิดเห็นของบุคคล ทัศนคติต่อชุมชน ความประทับใจ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ การส่งเสริมด้านการลงทุน การส่งเสริมการตลาด การดำเนินการด้านเสริมสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยศึกษาสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

5.1 แบบบันทึกและสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ และแผนที่ชุมชน

การจัดการทำแบบบันทึกการสำรวจพื้นที่ การกิจกรรม การจัดการ และองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นทีที่ทำการศึกษาวิจัย

5.2 แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมนำร่อง

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ออกแบบคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน การบริหารหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม นำแบบสอบถามใช้กับกลุ่มประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณพื้นที่ตลาดพลู และโดยรอบพื้นที่ศึกษา
2. กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรม การความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนสิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ มรดกทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ทรัพยาการ สาธารณะ เป็นต้น
3. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เช่น เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม กิจกรรมประจำปี อาหารประเพณี การแสดง การละเล่น เป็นต้น
4. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
5. กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจ และการทำงานผู้บริหารของส่วนราชการ เพื่อสอบถามถึงนโยบาย แผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนา แผนปฏิบัติงาน ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำมีความเข้มแข็งความร่วมมือของประชาขนในท้องถิ่นฐานทรัพยากรชุมชน

5.3 การจัดสนทนากลุ่ม

เนื้อหาประเด็นที่จะใช้สร้างแบบสอบถามต้อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ใช้ศึกษา การสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยการสนทนาเกี่ยวกับสถานการณ์ ทัศนคติ การทำประชาพิจารณ์ เพื่อเผยแพร่โครงการวิจัยสู่สาธารณะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้วิจัย ประชาชน เขตธนบุรี ผู้ประกอบการ และนำข้อมูลมาเสนอต่อต่อผู้เชี่ยวชาญ และที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ได้แนวทางการจัดทำคู่มือบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมต่อไป โดยใช้ข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม และภูมิทัศน์วัฒนธรรม เพื่อเป็นต้นทุนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งผลวิเคราะห์ข้อมูลเทียบเคียงประเด็น เพื่อการปรับประยุกต์ และการผสมผสาน ก่อเกิดเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่า เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อฟื้นฟูวัฒนธรรม ให้เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม

สามารถใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับรากฐานวัฒนธรรม จะเป็นองค์ความรู้เพื่อเป็นแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวทาง 8 วิถีวัฒนธรรม (สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม) เพื่อนำไปต่อยอดการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนี้

1. อาหาร มีรสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ คุณค่าทางสังคม และภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่น
2. การแต่งกาย มีการสวมใส่อาภรณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
3. ที่อยู่อาศัย รักษาและฟื้นฟูงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์
4. ประเพณี จัดงานบุญประเพณีเพื่อสืบสานจารีตเดิม และฟื้นฟูให้คงคุณค่าเดิม ทั้งงานบุญที่เกี่ยวกับศาสนา หรือ งานประเพณีที่เกี่ยวโยงกับวิถีพื้นบ้าน
5. ภาษา ใช้ภาษาถิ่น เพื่อสืบสานให้ภาษาถิ่นนั้นคงอยู่คู่กับชุมชน
6. อาชีพ รักษาอาชีพท้องถิ่นที่สอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ และวิถีชีวิต
7. ความเชื่อ รักษาความเชื่อ และศรัทธาของกลุ่มคนในท้องถิ่น
8. ศิลปะพื้นถิ่น มีการแสดงด้านภูมิปัญญาศิลปะท้องถิ่น ทั้งด้านบันเทิง งานจิตรกรรม ประติมากรรมศิลปะพื้นถิ่น และการละเล่นท้องถิ่น เป็นต้น

5.4 นำร่างแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา

1. เพื่อตรวจสอบ และปรับแก้ตามคำแนะนำเพื่อความสมบูรณ์ของเนื้อหา รวมทั้งการใช้ภาษาที่เหมาะสม
2. นำแบบสอบถามฉบับที่ปรับปรุงจากข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง เพื่อดำเนินการแก้ไขข้อคำถามก่อนนำไปทดลองใช้
3. นำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ออกภาคสนาม เพื่อรวบรวมข้อมูล ใช้ในการวิจัยกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 40-50 คน

5.5. การจัดกิจกรรมโครงการนำร่องและปฏิบัติในพื้นที่จริง (Pilot Project)

การจัดกิจกรรมโครงการนำร่อง และปฏิบัติในพื้นที่จริง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม (Capacity Building) ให้ชุมชนเกิดการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวได้โดยพิจารณาจาก 3 ปัจจัย คือ

1. ด้านความรู้ ความเข้าใจศักยภาพพื้นที่ชุมชนด้านต่างๆ
2. การกำหนดทิศทาง และแนวทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมร่วมกัน
3. การเปลี่ยนแปลงหลังจากการจัดกิจกรรม

2. การสร้างเครือข่าย (Networking) การจัดเวทีสนทนา และการจัดกิจกรรมโครงการนำร่องคือสิ่งสะท้อนให้เห็นชุมชนเห็นว่า สามารถสร้างภาคีเครือข่ายขึ้นได้ประกอบด้วย 3 รูปแบบ คือ

1. เกิดรูปแบบการประสานงานระดับต่างๆ
2. การมีแนวทางการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กร ภาคีและชุมชน
3. การมีส่วนร่วมขององค์กร ภาคี และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

แผนภาพ 3.3 แสดงรูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน
ที่มา ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 การรวบรวมข้อมูลด้านศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

กลไกในการเก็บรวมรวมข้อมูล

พัฒนาศักยภาพชุมชนแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประชาชนในพื้นที่ และผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นนักลงทุนต่างถิ่น-ต่างประเทศมีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ คือ

- วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม
- สำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน ด้านกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวก
- ความปลอดภัย และความเสี่ยง

ระยะที่ 2 การรวบรวมข้อมูลจากด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และโครงการนำร่อง

กลไกในการเก็บรวมรวมข้อมูล

สร้างความตระหนัก ความรู้ความเข้าใจ และสมรรถนะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย สร้างความแตกต่าง และความประทับใจแก่ผู้มาเยือน มีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ คือ

- วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม
- การจัดโปรแกรมกิจกรรมต่างๆ
- พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ดี

ระยะที่ 3 การรวบรวมข้อมูลด้านระบบการจัดการ

กลไกในการเก็บรวมรวมข้อมูล

เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมทางด้านการจัดการ ทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน เกิดรายได้และการกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ คือ

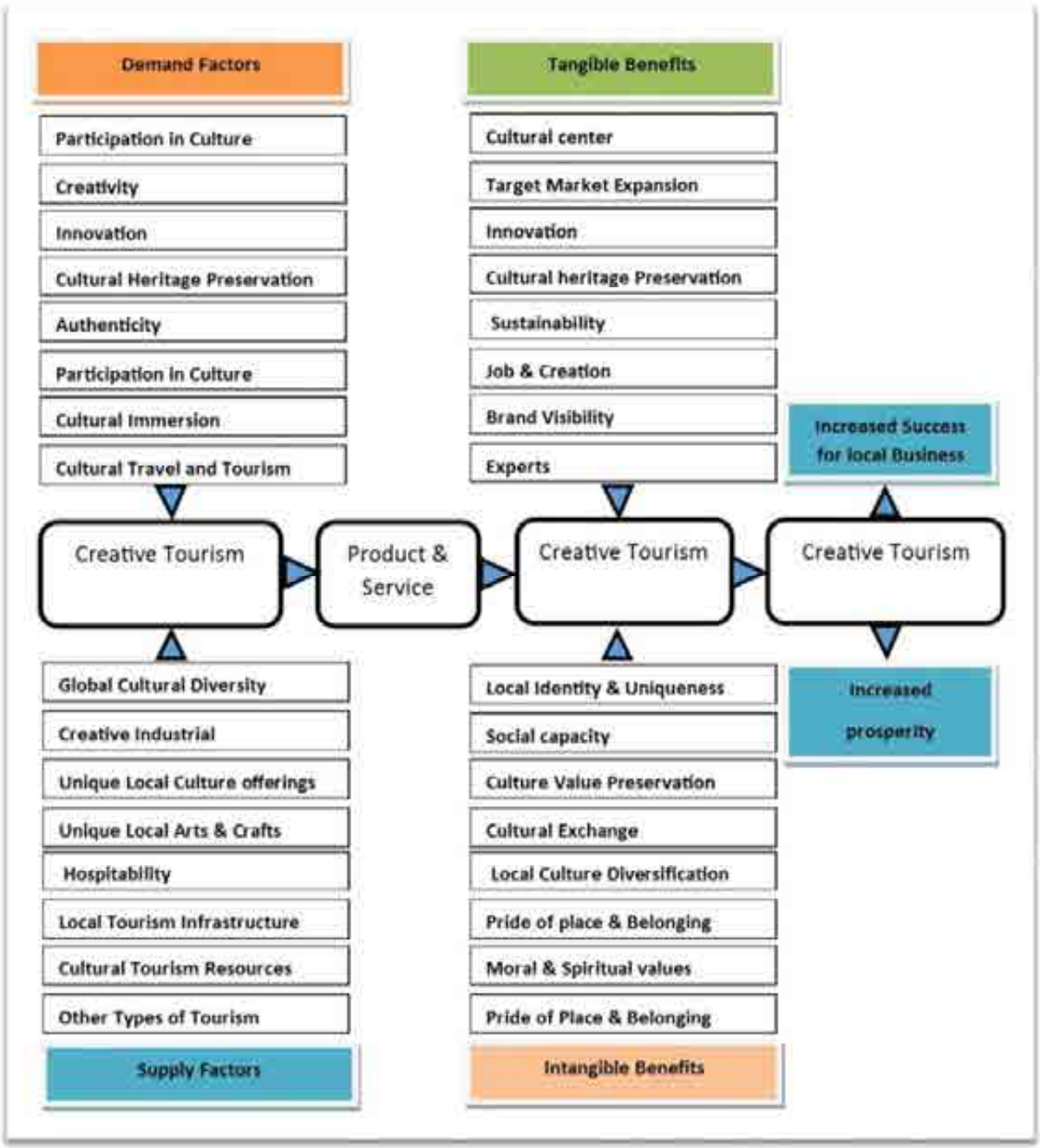
- ด้านการเงิน
- พัฒนาสมรรถนะด้านภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- เพื่อยกระดับมาตรฐานบุคลากรในการให้บริการในระดับชุมชนสู่ระดับเมือง
- ช่วยชุมชนกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กำหนดและจำกัดนักท่องเที่ยว และที่สำคัญสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยว
- ลูกค้าสัมพันธ์ เรื่องศักยภาพจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- สร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยใช้การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือให้ชุมชนได้มีโอกาสในการใช้สิทธ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่

ระยะที่ 4 การรวบรวมข้อมูลด้านองค์กรโดยการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

กลไกในการเก็บรวมรวมข้อมูล

พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวในกลุ่มชุมชนให้มีขีดความสามารถในด้านการให้บริการในอุตสาหกรรม มีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ คือ

- เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางในการกระตุ้น และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของทุกฝ่าย
- ช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- เพื่อสร้างความสมดุลและยั่งยืน สร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้ภาคประชาชน เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว
- การจัดการท่องเที่ยวให้สมดุลในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



แผนภาพ 3.4 แสดงแผนธุรกิจการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism Business Model)
ที่มา ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

ความเป็นมา และความสำคัญของย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี เป็นที่ตั้งของชุมชนชาวตลาดพลูบริเวณริมคลองบางกอกน้อย หรือคลองบางหลวง ซึ่งเป็นเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญตั้งแต่สมัยธนบุรี จนกระทั่งถึงในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ซึ่งในอดีตชุมชนตลาดพลูเคยเป็นแหล่งปลูกหมากพลูแหล่งใหญ่ และเป็นที่รวบรวมสินค้าที่ส่งค้าขายทั้งในเขตฝั่งธนบุรี และพระนคร รวมถึงที่อื่น ๆ และยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยา กับคลองสายต่าง ๆ อีกมากมายทำให้ความเป็นอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดพลูได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เนื่องมาจากการย้ายราชธานีไปยังฝั่งพระนคร ทำให้ชาวจีนบางส่วนย้ายไปประกอบอาชีพยังฝั่งพระนคร มีการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เพื่อเชื่อมฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรี ทำให้การคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง และมีการสร้างบ้านเรือน ห้องแถว หรือห้องเช่า เพื่อรองรับการเข้ามาทำงานของคนจากต่างถิ่น เมื่อมีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระ ทำให้คร่อมพื้นที่ตลาดพลู ซึ่งจากเดิมเคยเป็นศูนย์กลางการค้าขาย การใช้พื้นที่ทางเศรษฐกิจที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงที่ถดถอยทางกายภาพกลับกลายเป็นการเปิดธุรกิจบริการ บันเทิงขึ้นมากมายอย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าความเจริญทางวัตถุที่เข้ามาทำให้ชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงมากเพียงใด มรดกที่ยังคงแสดงถึงเอกลักษณ์ทางด้านงานศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่สำคัญก็ยังคงมีปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐานจนถึงปัจจุบัน

1. สาระสำคัญ และคุณลักษณะเด่นของพื้นที่

1.1 แม่น้ำเจ้าพระยาในอดีต

การขุดคลองลัดเป็นแม่น้ำ ด้วยเหตุผลการค้าสำเภาทางทะเลของกรุงศรีอยุธยากับนานาชาติที่ต้องแล่นสำเภา จากอ่าวไทยเข้าตามลำน้ำเจ้าพระยาขึ้นสู่พระนครศรีอยุธยา ทำให้พระเจ้าแผ่นดินกรุงศรีอยุธยา ต้องทรงทำนุบำรุงเส้นคมนาคมทางน้ำให้สะดวก และรวดเร็ว เห็นได้จากสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 โปรดให้ซ่อมคลองสำโรง และคลองทับนาง เป็นต้น

นับแต่นั้นมา พระเจ้าแผ่นดินกรุงศรีอยุธยาทุกพระองค์ คงโปรดให้พิจารณาวางแผน ขุดคอลงลัดเพื่อขจัดอุปสรรคการเดินทางในแม่น้ำ (เจ้าพระยา) ที่คดโค้งหลายแห่ง มีแห่งหนึ่งที่ต้องแก้ไข คือบริเวณที่เป็นกรุงเทพฯปัจจุบัน มีคำบอกเล่าสืบกันมาว่า ลงมือขุดคลองลัดแห่งนี้สำเร็จในแผ่นดินสมเด็จพระไชยราชาธิราช ในปีใดปีหนึ่งระหว่าง พ.ศ. 2077-2089 ทำให้มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างน้อย 2 ประการ คือ เส้นทางแม่น้ำ (เจ้าพระยา) สายเก่าลดความสำคัญลง เพราะคดโค้งเสียเวลาเดินทาง นานเข้าก็แคบลงเป็นคลอง ต่อมามีชื่อเรียกคลอง บางกอกน้อย - คลองบางกอกใหญ่ สืบมาทุกวันนี้ และมีแม่น้ำเจ้าพระยา (สายใหม่) เกิดขึ้น ตั้งแต่ปากคลองบางกอกน้อย (บริเวณโรงพยาบาลศิริราชกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)จนถึงปากคลองบางกอกใหญ่ (บริเวณพระราชวังเดิม กรุงธนบุรี กับปากคลองตลาด)

ก่อนขุดคลองลัด มีคำบอกเล่าเก่าแก่ว่า “ครั้งหนึ่ง ผู้จอดเรือแพพักแรมหุงหาอาหารเช้ากินริมฝั่งโค้งน้ำทางเหนือ (ปากคลองบางกอกน้อย) เมื่อกินเสร็จแล้ว ก็ถ่อพายเรือแพ เข้าแม่น้ำคดโค้งต่อไปใช้เวลาเต็มวัน ก็จอดพักหุงหาอาหารเย็นกินริมฝั่งโค้งน้ำทางใต้ (ปากคลองบางกอกใหญ่) เมื่อตั้งหม้อข้าว เพื่อหุงข้าวด้วยฟืนเสร็จแล้ว ก็นึกขึ้นได้ว่าลืมไม้ขัดหม้อสำหรับฝาหม้อรินน้ำข้าวออกไว้ที่ปากคลองบางกอกน้อย ที่พักหุงข้าวเมื่อตอนเช้า จึงรีบเดินลัดเรือกสวนไปเอาไม้ขัดหม้อที่ลืมไว้ เมื่อได้กลับมาที่เดิมก็พอดีข้าวเดือดทันใช้ขัดฝาหม้อรินน้ำข้าว”

คำบอกเล่าอย่างนี้ แสดงให้เห็นลักษณะคดโค้งของแม่น้ำ (เจ้าพระยา) สายเก่า ที่เสียเวลาเดินทางเต็มวัน ถ้าตัดตรงลงช่วงคอคอดคดโค้ง จะใช้เวลาเพียงชั่วหม้อข้าวเดือดเท่านั้น ตรงบริเวณคลองบางกอกใหญ่ เมื่อขุดคลองลัดแล้ว จะกลายเป็นชุมชนบ้านเมืองใหม่ต่อไปข้างหน้า เพราะโค้งแม่น้ำเดิมตรงนี้ เป็นบริเวณเวิ้งน้ำ กว้างใหญ่ตามธรรมชาติ ที่ได้ชื่อในสมัยหลังว่า “บางหลวง”แต่คนทั่วไปเข้าใจว่าเป็นชื่อคลองบางกอกใหญ่บางทีอาจมีข้อกังขาว่า แต่ก่อนนั้นขุดคลองกันอย่างไร

สมเด็จฯเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัตติวงศ์ มีลายพระหัตถ์ไว้ ตอนหนึ่งว่า “การขุดลัดครั้งแผ่นดินสมเด็จพระไชยราชา เห็นจะไม่ได้ขุดแผ่นดินดอน คงจะมีคลองลัดเล็ก ๆ ซึ่งเขาเดินเรือกันอยู่แล้วเป็นสิ่งนำทางขุดซ้ำรอย ให้เป็นคลองกว้างขวาง” (สาส์นสมเด็จ เล่ม 14: คุรุสภา 2526: หน้า 226) และทรงย้ำอีกว่า “คลองลัด”น่าจะเป็นชาวบ้านขุดบางประจบกัน

ภาพที่ 4.1 คลองลัด กลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา (สายใหม่) ของกรุงเทพฯ

ที่มา : allknowledges.tripod.com/chaophrayariver.htm

ภาพที่ 4.2 บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายใหม่

ที่มา : http://s.exaidea.com

กรณีขุดคลองโคกขาม ให้เป็นคลองมหาชัยสมัยหลัง ๆ (ครั้งพระเจ้าเสือ) ถ้าหากพิจารณาจากสภาพแวดล้อม ตามธรรมชาติแล้ว จะเห็นว่า บริเวณดังกล่าว เป็นเส้นทางน้ำ คือคูคลองคดเคี้ยวจำนวนมาก แต่ก็มีทางน้ำลัดตัดตรง ทั้งที่เป็นธรรมชาติ และทั้งที่ชาวบ้านขุดลัดกันเองขึ้นมาก่อนเพื่อความสะดวกในการคมนาคม ต่อมาภายหลังทางราชการ จึงปรับปรุงให้กว้างขวาง และเป็นแนวตรงมากขึ้น

มีตัวอย่างการขุดคลองหมาหอน (สุนัขหอน) ในแผ่นดินรัชกาลที่ 3 โดยเจ้าพระยาพระคลังว่าที่สมุหกลาโหม (สมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาประยูรวงศ์ (ดิศ บุนนาค) ในสมัยรัชกาลที่ 4) ซึ่งได้รับพระบรมราชโองการ ให้เป็นแม่กอง ไปขุดแต่งซ่อมคลองนี้ พิจารณาแล้วจึงให้วิธี “จ้างจีนขุดที่น้ำชนแยกเข้าไปริมบ้านโพธิ์หักสายหนึ่ง แล้วขอแรงกระบือราษฎร ชาวบ้านลุยในคลองนั้น น้ำขึ้นลงเชี่ยวก็ลึกอยู่ได้ไม่ตื้นมาจนทุกวันนี้”(เจ้าพระยาทิพากรวงศ์, พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 3, เล่ม 1, คุรุสภา 2504. หน้า 95)

ตลอดลำน้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่พระนครศรีอยุธยา จนออกทะเล อ่าวไทย มีช่วงคดโค้งหลายแห่ง ซึ่งเป็นอุปสรรค ต่อการคมนาคมทางน้ำ พระเจ้าแผ่นดิน ในกรุงศรีอยุธยา จึงโปรดให้ขุดคลองลัดเพื่อย่นระยะทางหลายแห่งด้วยกัน ถ้านับเฉพาะสมัยกรุงศรีอยุธยา จะมีดังนี้

1. สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 (พ.ศ. 2034 - 2072) ขุดซ่อมคลองสำโรง และคลองทับนาง
2. สมเด็จพระไชยราชาธิราช (พ.ศ. 2077 - 2089) ขุดคลองลัดที่บางกอก
3. สมเด็จพระมหาจักรพรรดิ (พ.ศ. 2091 - 2111) ขุดคลองลัดที่บางกรวย
4. สมเด็จพระเจ้าทรงธรรม (พ.ศ. 2153 - 2171) ขุดคลองลัด เกร็ดใหญ่ที่สามโคก
5. สมเด็จพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2172 - 2199) ขุดคลองลัด จากเมืองนนทบุรี มาออกบางกรวย (หรือตั้งแต่ปากคลองแม่น้ำอ้อมเมืองนนทบุรี ลงมาจนถึงวัดเขมาฯ)
6. สมเด็จพระเจ้าเสือ (พ.ศ. 2245 - 2251) ขุดคลองมหาชัย
7. สมเด็จพระเจ้าท้ายสระ (พ.ศ. 2251 - 2275) ขุดคลองที่เรียกว่า ปากเกร็ด

1.2 ชื่อแม่น้ำเจ้าพระยา ได้จาก บางเจ้าพระยา

ในสมัยโบราณ ยุคต้นกรุงศรีอยุธยา หรือก่อนหน้านั้น แม่น้ำ (เจ้าพระยา) สมัยแรก ไม่ทราบชื่อแน่ชัด แต่เรียกบริเวณ ที่ไหลออกอ่าวไทยว่า ปากน้ำพระประแดง

คำว่า “เจ้าพระยา”เพิ่งมีเรียก “ปากน้ำบางเจ้าพระยา” เมื่อแผ่นดิน สมเด็จพระเจ้าบรมโกศ ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงสันนิษฐานว่า ที่ซึ่งเป็นเมืองสมุทรปราการ หรือจังหวัดสมุทรปราการทุกวันนี้นั้น แต่ก่อน คงจะเรียกว่า "บางเจ้าพระยา"

ไม่มีหลักฐานว่า ยุคแรกเริ่มแม่น้ำสายนี้ชื่ออะไร แม้ชาวยุโรป ที่เดินทางเข้ามายังกรุงศรีอยุธยาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ เช่น ลาลูแบร์ ก็กล่าวถึงชื่อแม่น้ำสายนี้ไว้ว่า

“ลำน้ำอันสวยงาม ซึ่งคนสยาม เรียกว่า แม่น้ำ ไหลผ่านตั้งแต่เมืองเชียงใหม่ จนกระทั่งตกทะเล กล่าวคือ จากเหนือมาใต้ คำว่า แม่น้ำนี้ มีความหมายเช่นเดียวกับแม่น้ำอันแปลว่าลำน้ำใหญ่”

ทางภาคเหนือเรียกลำน้ำใหญ่ว่า “แม่” หรือ “น้ำแม่” เช่น แม่ปิง หรือน้ำแม่ปิง แม่วัง หรือน้ำแม่วัง แม่อิง หรือน้ำแม่อิง เป็นต้น ส่วนภาคกลางลงไปเรียก “แม่น้ำ”เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา

เหตุที่เรียกลำน้ำใหญ่ว่า “แม่” ก็เพราะเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม ของคนในผืนแผ่นดินใหญ่ของภูมิภาคอุษาคเนย์ ตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์มาแล้ว ที่มีพื้นฐานมาจากการยกย่อง หรือให้ความสำคัญแก่ฝ่าย “หญิง” หรือฝ่าย “แม่” เช่น ประเพณีการนับถือเครือญาติ หรือให้ความสำคัญต่อการสืบเชื้อสาย ทางข้างแม่ ดังจะเห็นว่า หลังแต่งงาน จะให้ฝ่ายชาย หรือ “บ่าว” ที่หมายถึงขี้ข้า ไปอยู่บ้านฝ่ายหญิง หรือ “สาว” เพื่อทำงานรับใช้บ้านฝ่ายหญิง ประเพณีนี้ ยังสืบทอดมาถึงปัจจุบัน ในครอบครัวชนบท

ประเพณีการเรียกชื่อ เมื่อต้องการให้หมายถึง ผู้เป็นหลัก หรือเป็นประธานของกลุ่ม หรือของสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว มักใช้คำว่า “แม่” นำหน้านามนั้น เช่น แม่น้ำ แม่เตาไฟ แม่ย่านาง แม่ทัพ แม่ยก แม่เหล็ก เป็นต้น

แผนที่กรุงศรีอยุธยาสมัยแรก ที่ชาวยุโรปทำไว้ ลงชื่อบริเวณที่เป็นแม่น้ำเจ้าพระยา ว่า Menam บ้างก็เรียกว่า Menam River แสดงว่า แม่น้ำเจ้าพระยา แต่ก่อนยังไม่มีชื่อเรียกว่า เจ้าพระยา แต่รับรู้กันทั่วไปว่านี่คือแม่น้ำ

ต่อมาเรียกชื่อแม่น้ำตามชื่อสถานที่ หรือตำบล หมู่บ้านที่อยู่ปากน้ำ เช่น แม่น้ำบางปะกง ก็ได้ชื่อมาจากหมู่บ้านบางปะกง หรือบางมังกง ที่อยู่ปากน้ำ ส่วนปากน้ำเจ้าพระยาสมัยโบราณ ก็เรียกว่า ปากน้ำพระประแดง เพราะมีย่านพระประแดงอยู่ปากน้ำ ภายหลังเมื่อแผ่นดินงอก เป็นเหตุให้ทะเลห่างออกไปไกล จึงมีชื่อเรียกใหม่ว่า เมืองพระประแดง

ราวปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา แม่น้ำเจ้าพระยา เพิ่งมาได้ชื่อว่า “เจ้าพระยา” ก็เพราะเรียกชื่อตามปากน้ำ ที่มีบางเจ้าพระยาตั้งอยู่ ซึ่งสมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงอธิบายไว้ในพระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขาไว้ว่า

“...ที่เราเรียกกันว่า ปากน้ำเจ้าพระยาทุกวันนี้ แต่โบราณ เรียกว่า ปากน้ำพระประแดง ภายหลังเมื่อแผ่นดินงอก ทะเลห่างออกไปไกลเมืองพระประแดง จึงเรียกปากน้ำบางเจ้าพระยา ได้เห็นในจดหมายเหตุ พระอุบาลี ไปเมืองลงกา เมื่อแผ่นดินสมเด็จพระบรมโกศ ในหนังสือนั้น เรียกว่า ปากน้ำบางเจ้าพระยา ทำนองเรียกปากน้ำบางปะกง เข้าใจว่า ที่ซึ่งตั้งเมืองสมุทรปราการทุกวันนี้ ในเวลานั้นเรียก “บางเจ้าพระยา”...”

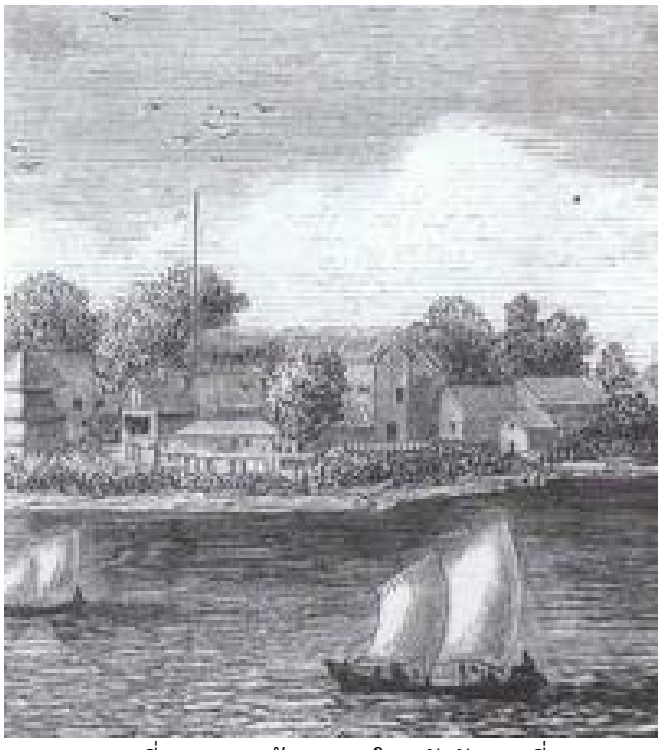
สรุปว่า ตรงที่แม่น้ำสายนี้ไหลออกทะเลนั้นมีบาง บางหนึ่งชื่อ “เจ้าพระยา”ซึ่งก็คือตัวเมืองสมุทรปราการในปัจจุบัน ผู้คนเลยพากันเรียกว่า “ปากน้ำบางเจ้าพระยา” เมื่อนานเข้าจึงเรียก แม่น้ำทั้งสายนี้ว่า “แม่น้ำเจ้าพระยา”

อาจารย์ ศรีศักร วัลลิโภดม เคยตั้งข้อสังเกตเรื่องชื่อแม่น้ำว่า แม่น้ำลำคลองที่ไหลผ่านแต่ละแห่งก็จะมีชื่อเรียกจากคนในท้องถิ่น นั้น ๆ แตกต่างกัน คนนอกท้องถิ่นมักไม่รู้ คนภายนอกนั้น มักมองแม่น้ำลำคลองที่สัมพันธ์กับภูมิศาสตร์ การเมืองเป็นสำคัญ เห็นได้จากการเอาชื่อเมือง มาตั้งเป็นชื่อแม่น้ำลำคลอง เช่น แม่น้ำท่าจีน ซึ่งมีหลายชื่อ ตามเมืองที่ไหลผ่าน ที่ต้นน้ำ เรียกแม่น้ำมะขามเฒ่า ตามชื่อตำบลมะขามเฒ่า แต่เมื่อผ่านเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ก็เรียกแม่น้ำสุพรรณบุรีพอผ่านเขตเมืองนครชัยศรี ก็เปลี่ยนมาเรียกว่า แม่น้ำนครชัยศรี พอถึงปากน้ำ ที่เมืองท่าจีน ก็เรียก แม่น้ำท่าจีน โดยเอาบริเวณปากน้ำเป็นชื่อรวมแม่น้ำทั้งสาย

การตั้งชื่อแม่น้ำ โดยเอาท้องถิ่น และเมืองที่อยู่ตรงปลายน้ำ เป็นชื่อลำน้ำตลอดสายนี้ ได้ถูกนำไปใช้กับแม่น้ำสายอื่น ๆ เหมือนกัน คือ แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำบางปะกง เป็นต้น

ชื่อแม่น้ำเจ้าพระยาก็เช่นเดียวกัน คือเอาบริเวณที่เป็นปลายน้ำ มาตั้งชื่อ ตามประเพณีของคนกรุงเทพฯ ในยุคต้น เพราะบริเวณใกล้ปากน้ำนั้น มีบางเจ้าพระยาอยู่

ชื่อบางเจ้าพระยานี้ น่าจะมาจากบรรดาศักดิ์ “เจ้าพระยา”คนใดคนหนึ่ง ที่มีอำนาจหน้าที่ควบคุมปากน้ำสายนี้ โดยมีกองกำลังไพร่พลตั้งค่ายด่านตรวจตราอยู่ที่ตำบล หรือบางนี้ มาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่กระนั้น ก็ยังไม่มีคำอธิบายที่แน่ชัดว่า เหตุใดบางนี้จึงชื่อ “เจ้าพระยา”แล้วเจ้าพระยาคนนั้นคือใคร



ภาพที่ 4.3 บางเจ้าพระยาในสมัยรัชกาลที่ 3

ที่มา : allknowledges.tripod.com/chaophrayariver.htm

ภาพที่ 4.4 แม่น้ำเจ้าพระยาในอดีต

: ภาพเก่าจากหนังสือ หน้าที่ 126 The Illustrated London News ฉบับวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2436

ที่มา : https://www.facebook.com/vitikonklong/posts/610735995622868

1.3 แม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบัน

เจ้าพระยา เป็นชื่อแม่น้ำที่สำคัญ โดยแม่น้ำเจ้าพระยาเกิดจากการรวมตัวของแม่น้ำหลักสีสาย ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน ไหลมาบรรจบกันที่ตำบลปากน้ำโพ ด้านหน้าเขื่อนในตัวเมืองนครสวรรค์ มีความยาวประมาณ 372 กิโลเมตร เมื่อไหลมาบรรจบกันแล้วจึงค่อย ๆ รวมตัวกันกลายเป็นแม่น้ำสายใหญ่ที่สำคัญของประเทศ ไหลผ่านจังหวัดต่าง ๆ ในภาคกลาง เรื่อยมาจนถึงกรุงเทพมหานคร และลงสู่ทะเลอ่าวไทยที่ อ.ปากน้ำ จ.สมุทรปราการ

แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศมาตั้งแต่สมัยโบราณ เป็นแหล่งเพาะปลูกทำการเกษตร เป็นแหล่งชุมชนที่อยู่อาศัย รวมถึงเป็นเส้นทางคมนาคมหลักในสมัยก่อนด้วย เนื่องจากบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา มีผู้คนอาศัยอยู่มาก ทำให้เกิดความสกปรกและมลพิษทางน้ำที่ชาวบ้านแถวนั้นทิ้งขยะ รวมถึงการเทน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการสร้างมลพิษต่อแม่น้ำสายหลักของประเทศไทย

ในพิธีสำคัญ หรือการประกอบพิธีทางน้ำ เช่น การทอดกฐิน จะมีการล่องเรือพระที่นั่งที่แม่น้ำเจ้าพระยา เรือพระนั่งออกแบบด้วยความประณีต ดูสวยงามเป็นอย่างมาก ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

แม่น้ำเจ้าพระยา ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวแม่น้ำเจ้าพระยาด้วยเรือท่องเที่ยวเป็นที่นิยมมาก นอกจากจะได้ชมทัศนียภาพ และชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาแล้ว ยังเป็นการย้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ต่าง ๆ บนสายน้ำเจ้าพระยาแห่งนี้ จึงไม่น่าแปลกใจที่จะมีบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์ต่าง ๆ มากมาย ทำธุรกิจเกี่ยวกับการล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา รวมถึงธุรกิจร้านอาหาร และโรงแรมที่พักแถวบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา

ตลาดพลู คือ ย่านชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ริมคลองบางกอกใหญ่ บริเวณถนนเทอดไทฝั่งธนบุรีในปัจจุบันย่านตลาดพลูแห่งนี้มีที่มาที่ยาวนาน และเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงที่กรุงธนบุรีเป็นราชธานี และย้ายฝั่งมาอยู่ที่ฝั่งพระนคร หรือกรุงรัตนโกสินทร์

ในช่วงที่กรุงธนบุรีเป็นราชธานีนั้น พื้นที่ทางด้านใต้ของพระราชวังเดิมฝั่งธนบุรี บริเวณริมคลองบางหลวงหรือคลองบางกอกใหญ่ในปัจจุบัน เป็นชุมชนที่อาศัยอยู่ของชาวจีน เป็นแหล่งค้าขาย ซึ่งเป็นอาชีพถนัดของชาวจีน แต่เมื่อมีการย้ายราชธานีไปจากฝั่งธนบุรีไปอยู่ฝั่งพระนครซึ่งพร้อมกับการเกิดขึ้นของชุมชนชาวจีนที่ย่านสำเพ็ง และมีชาวอิสลามเข้ามาอยู่อาศัยแทนที่ ซึ่งชาวอิสลามเหล่านี้เองที่ได้มีการริเริ่มทำสวนต้นพลูขึ้น จนบริเวณริมคลองบางกอกใหญ่ กลายเป็นตลาดซื้อขายพลูแหล่งใหญ่ และเรียกชุมชนในบริเวณนี้ว่า “ตลาดพลู” มาตั้งแต่บัดนั้น ปัจจุบันแม้ว่าจะไม่เหลือต้นพลูในย่านนี้แล้ว แต่ชื่อของตลาดพลูก็ยังคงอยู่จนปัจจุบันนี้

ในย่านตลาดพลูมีวัดที่สำคัญที่แสดงถึงหลักฐานทางศิลปะ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของคนในชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ที่ยังปรากฏให้เห็นในปัจจุบันและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะทางด้านสถาปัตยกรรม ก็ยังคงปรากฏให้เห็น ในย่านตลาดพลูมีวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์อยู่แห่งหนึ่ง คือ วัดอินทารามวรวิหาร หรือชื่อเดิมคือ “วัดบางยี่เรือนอก” หรือวัดอินทารามวรวิหารในปัจจุบัน เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี วัดนี้มีความสำคัญมากในสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานี เนื่องจากสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โปรดเกล้าฯให้บูรณะ ปฏิสังขรณ์วัดแห่งนี้ใหม่ทั้งหมด และเสด็จมาประกอบพระราชกุศล รวมทั้งทรงปฏิบัติกรรมฐานที่วัดแห่งนี้อยู่เป็นประจำ ปัจจุบันมีปรากฏพระราชอาสน์ที่พระองค์ทรงประทับทรงศีลอยู่ภายในวัดแห่งนี้อีกด้วย พระอุโบสถของวัดอินทารามเป็นพระอุโบสถที่สร้างขึ้นใหม่ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) ภายในประดิษฐานพระพุทธชินวร เป็นพระพุทธรูปสมัยสุโขทัย ปางมารวิชัย ส่วนด้านหน้าพระอุโบสถมีพระบรมรูปของสมเด็จพระเจ้าตากสินในท่าประทับนั่ง มีพระแสงดาบพาดอยู่ที่พระเพลาทางด้านหลังของวัดติดกับคลองบางกอกใหญ่ ในบริเวณนี้มีพระอุโบสถหลังเก่า และพระวิหารสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ซึ่งด้านหน้าพระวิหารประดิษฐานพระบรมรูปของพระองค์อยู่ เป็นพระบรมรูปทรงม้าพระหัตถ์ข้างหนึ่งถือพระแสงดาบชูขึ้นฟ้า ลักษณะเดียวกับพระบรมรูปตรงวงเวียนสมเด็จพระเจ้าตากสิน(วงเวียนใหญ่)

ภายในวิหารสมเด็จพระเจ้าตากสินมีพระพุทธรูปหลายองค์ และมีแท่นพระบรรทมไสยาสน์ ซึ่งเป็นพระราชอาสน์สำหรับประทับแรมทรงศีล และทรงกรรมฐานของสมเด็จพระเจ้าตากสิน

นอกจากนั้นยังมีรูปจำลองขณะที่พระองค์กำลังทรงกรรมฐานอยู่ด้วย ทางด้านหลังวัดมีศาลาท่าน้ำหลังเล็กสีเขียวอ่อน มีลวดลายแบบขนมปังขิง มีชื่อเรียกว่า “ศาลาภิรมย์ภักดี” ศาลาแห่งนี้ก็คือท่าเรือเมล์ขาว ซึ่งเป็นเรือเมล์ของพระยาภิรมย์ภักดี ที่วิ่งรับส่งคนในคลองบางกอกใหญ่ในสมัยก่อน แต่เดิมมีหลายจุด แต่ปัจจุบันเหลืออยู่เพียงท่าน้ำที่วัดอินทารามนี้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น ทางด้านซ้ายมือของศาลาท่าน้ำ เป็นตึกแถวของชาวจีนแต้จิ๋ว ซึ่งอยู่กันมาแต่ดั้งเดิม ตึกแถวนี้มีประตูไม้ที่แปลกไม่เหมือนที่ไหน เพราะเป็นไม้รูปทรงตะเกียบ 4 อันวางห่างกันพอประมาณให้คนลอดออกหรือเข้าไม่ได้ แต่ถ้าต้องการเปิดประตูเพื่อเข้าออกก็ต้องยกไม้ออกซี่หนึ่ง ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบ้านชาวแต้จิ๋ว

จากวัดอินทารามเมื่อเดินริมคลองบางกอกใหญ่ผ่านทางด้านหลังวัด ผ่านตลาดวัดกลาง ด้านหลังของวัดจันทาราม ซึ่งเป็นตลาดสด และตลาดขายข้าวของเครื่องใช้ เป็นอาคารไม้แบบโบราณ เมื่อผ่านตลาดไปก็จะพบกับวัดที่มีความน่าสนใจอีกวัดหนึ่ง คือ วัดราชคฤห์ ชื่อเต็ม วัดราชคฤห์วรวิหาร หรือวัดบางยี่เรือใน สร้างขึ้นโดยนายกองมอญในสมัยกรุงศรีอยุธยา บางคนจึงเรียกว่า วัดบางยี่เรือมอญ มีการบูรณะครั้งใหญ่ในสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานี โดยพระยาสีหราชเดโช หรือ “พระยาพิชัยดาบหัก” เป็นผู้ริเริ่มการบูรณะภายในวัดราชคฤห์มีสิ่งที่สำคัญก็คือ เจดีย์ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งนำมาจากกรุงราชคฤห์ ประเทศอินเดียจึงเป็นที่มาของชื่อวัดแห่งนี้ ส่วนพระปรางอีกองค์หนึ่งที่ตั้งอยู่ใกล้กันเป็นพระปรางที่บรรจุอัฐิของพระยาพิชัยดาบหัก ซึ่งตามประวัติศาสตร์ เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินทรงถูกสำเร็จโทษ พระยาพิชัยดาบหักนายทหารคู่พระทัย ก็ขอตายตามสมเด็จพระเจ้าตากสินไปด้วย

สิ่งก่อสร้างที่โดดเด่นอีกอย่างหนึ่งของวัดราชคฤห์ก็คือ เขามอ เป็นภูเขาจำลองที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศจีน บนยอดเขามอมีพระมณฑป ภายในประดิษฐานรอยพระพุทธบาทจำลอง ที่วัดราชคฤห์มีพระพุทธรูปที่สำคัญ คือ พระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง ซึ่งตามพุทธประวัติ เมื่อพระพุทธเจ้าเสด็จปรินิพพานแล้ว บรรดาศิษยานุศิษย์ก็ได้นำพระสรีระของพระองค์มาถวายพระเพลิง โดยท่านอนหงายพระเศียรหนุนพระเขนย พระกรทั้งสองข้างแนบพระองค์ หลับพระเนตร และมีพระมหากัสสัปปะนั่งพนมมืออยู่ที่พระบาท บริเวณฝั่งตรงข้ามจากวัดราชคฤห์ เป็นที่ตั้งของวัดโพธินิมิตรวัดแห่งนี้เป็นวัดฝ่ายมหานิกาย ที่มีการผูกพัทธสีมาสองชั้น คือ พัทธสีมาและมหาพัทธสีมา ซึ่งหมายถึงมีอาณาเขตในการทำสังฆกรรมที่กว้างขวางทั่ววัด ไม่ใช่เฉพาะภายในพระอุโบสถเหมือนวัดอื่น วัดราชคฤห์มีจิตกรรมฝาผนังพระอุโบสถที่งดงาม เป็นภาพเรื่องราวเกี่ยวกับการการอัญเชิญกิ่งพระศรีมหาโพธิ์มาจากประเทศอินเดียมายังเกาะลังกา และภาพงานประเพณีต่าง ๆ ของไทย โดยมีฉากเป็นวัดต่าง ๆ ที่เราคุ้นเคยกันดี

ในย่านตลาดพลูนอกจากวัดที่แสดงออกถึงศิลปะ วัฒนธรรม ของคนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตรแล้วสิ่งที่แสดงให้เห็นถึง วิถีชีวิตของคนในชุมชน ก็ยังถือเป็นจุดเด่นของชุมชนด้วย ก็คือ สถานีรถไฟตลาดพลู เป็นสถานีรถไฟเล็ก ๆ แต่พลุกพล่านไปด้วยผู้คนมากมาย รถไฟสายนี้วิ่งตรงจากวงเวียนใหญ่ไปสุดปลายทางที่มหาชัย จังหวัดสมุทรสงคราม หรือที่เรารู้จักกันในนามของ ตลาดร่มหุบ และบริเวณรายรอบสถานีรถไฟตลาดพลูเป็นแหล่งรวมร้านอาหารสำหรับคนในชุมชนเอง รวมถึงคนที่เข้าไปเยือนย่านเก่าแห่งนี้ อาทิเช่น ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อยน้ำซุปเข้มข้น ร้านหมี่กรอบดั้งเดิมตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5

ร้านหอยทอดผัดไทเจ้าเก่า ร้านข้าวราดแกงสารพัดชนิด ร้านน้ำใบบัวบกเย็นชื่นใจ ส่วนร้านที่ขึ้นชื่อ ก็คือ ร้านขนมหวานตลาดพลู ซึ่งมีขนมหวานของไทยหลากหลายชนิด เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมชั้น ข้าวเหนียวสังขยา โดยการซื้อต้องมีการหยิบบัตรคิวเพื่อรอซื้อ และขายมายาวนานกว่า 60 ปี ส่วนที่ใต้สะพานตลาดพลู หรือบริเวณที่ถนนรัชดาภิเษก เมื่อก่อนมีตลาดและโรงภาพยนตร์ถึง 2 โรง คือ โรงภาพยนตร์ศรีนครธน หรือเรียกว่า “วิกสูง” เพราะส่วนที่เป็นโรงภาพยนตร์นั้นอยู่ชั้นบน ด้านล่างเป็นตลาด และโรงภาพยนตร์ศรีตลาดพลู หรือเรียกว่า “วิกเตี้ย” แต่ในปัจจุบันโรงภาพยนตร์ทั้งสองแห่งเหลือเพียงแค่ความทรงจำเท่านั้น

ถึงแม้ว่าสภาพปัจจุบันถนนหนทาง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมเมือง จนทำให้ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร อาจจะดูแออัด คับคั่งไปด้วยผู้คน แต่เมื่อมองเข้ามาหรือมาสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร นี้แล้วไม่ว่าจะเป็นภายในวัด ตลาด อาคารบ้านเรือน ก็ยังคงพบกลิ่นอายของชุมชนแบบโบราณที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นที่หาได้ยากในสังคมปัจจุบันของกรุงเทพมหานคร

จากแบบสอบถามจากการสนทนาแบบมีส่วนร่วม (focus group) การสนทนาเชิงลึก (In-depth interview) ประชากรที่อาศัยอยู่ในย่านตลาดพลู และบริเวณใกล้เคียงเพื่อค้นหามรดกทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ด้านวัฒนธรรม และลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ ซึ่งจัดทำเป็นฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิต ด้านความเป็นเอกลักษณ์ และมรดกทางวัฒนธรรม ได้ตามกลุ่มดังนี้

1. ฐานข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ฐานข้อมูลย่านอาคารประวัติศาสตร์
3. ฐานข้อมูลร้านอาหาร และร้านค้า

การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันที่เป็นแรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน การจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการวางแผน การบริการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการยกระดับมาตรฐานการบริหารการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

ตาราง 4.1 ตารางแสดงผลการประมวลผลทางสถิติจากแบบสอบถาม

สถานที่สำคัญทางมรดกวัฒนธรรม	ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ	ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม	ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ด้านวัฒนธรรม	ลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ
1. วัดอินทาราม	4.20	4.60	4.60	4.40
2. วัดราชคฤห์	4.00	4.33	3.67	3.67
3. วัดจันทาราม	3.50	3.50	4.00	5.00
4. วัดโพธินิมิตร	2.00	3.00	2.00	2.00
5. ขนมหวานตลาดพลู	3.50	4.50	4.00	5.00
6. โรงเจ	4.33	5.00	4.33	2.67
7. ศาลเจ้า	4.00	5.00	4.00	4.00
8. แยกตลาดพลู	4.00	4.00	5.00	4.00
9. ลานกีฬา	4.50	4.50	4.00	1.50
10. วัดกันตาทาราม	3.00	3.00	3.00	2.00

พบว่าวัดอินทารามมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะการจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.60 เนื่องจากเป็นพระอารามหลวง และเป็นที่บรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและพระมเหสี และมีพระอนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชประดิษฐานอยู่ นอกจากนี้ด้านลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ ด้านลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.40 และ 4.20 ตามลำดับ เนื่องจากที่ตั้งของวัดอินทารามด้านหลังติดถนนเทอดไท ซึ่งเป็นถนนสายหลักในการสัญจรของพื้นที่ ด้านหน้าติดกับคลองบางกอกใหญ่ มีศาลาภิรมย์ภักดีที่มีความสำคัญ

วัดราชคฤห์ มีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรม ลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.33, 4.00 และ 3.67 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นวัดที่มีรอยพระพุทธบาท และเขามอ ซึ่งเป็นที่เคารพศรัทธาของประชาชนในพื้นที่และนอกพื้นที่ อีกทั้งทำเลที่ตั้งด้านหลังติดถนนเทอดไท ด้านหน้าติดคลองบางกอกใหญ่ รวมถึงมีพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการในย่านตลาดพลูด้วย

วัดจันทาราม มีลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ อยู่ในระดับสูงมาก คะแนนเฉลี่ย 5.00 เนื่องจากเป็นที่ตั้งของตลาดวัดกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญในพื้นที่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้านลักษณะทางการจัดการด้านพื้นที่วัฒนธรรม อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.00 ลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 3.50 เนื่องจากที่ตั้งด้านหลังติดถนนเทอดไท แต่ด้านหน้า คือตลาดวัดกลาง ซึ่งมีแผงร้านค้าบดบังทัศนียภาพของคลองบางกอกใหญ่ อีกทั้งเป็นวัดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงทำให้ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจน้อยกว่า วัดอินทาราม และวัดราชคฤห์

เมื่อจำแนกคุณลักษณะทั้ง 4 ด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางธรรมชาติ และกายภาพ ประชาชนให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่เป็นแหล่งนันทนาการและติดริมแม่น้ำเป็นสำคัญ ด้านลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรม ศาสนาทั้งไทย และจีนมีความสำคัญทางมรดกทางวัฒนธรรมมากกว่าสถานที่ประเภทอื่น ๆ ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ด้านวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่เกี่ยวเนื่องกับการแสดงออกทางวัฒนธรรม เป็นศูนย์รวมของประชาชนในพื้นที่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ และอื่น ๆ เป็นสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการค้า

2. ข้อมูลด้านความเป็นเอกลักษณ์-มรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

สามารถแบ่งได้ตามกลุ่ม ดังนี้

2.1 วัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้ (Tangible cultural heritage)

1. กลุ่มสถาปัตยกรรม

ที่อยู่อาศัย จากการสำรวจพื้นที่ศึกษา สามารถแบ่งประเภทของอาคารภายในย่านตลาดพลู โดยอาศัยการแบ่งตามรูปแบบ และลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคาร ได้ดังนี้

ภาพที่ 4.5 ลักษณะอาคารตึกแถวเก่าบริเวณถนนเทอดไท
ที่มา : ไผทวุธ จุลละนันทน์ (2557)

อาคารพาณิชย์ อาคารประเภทนี้เริ่มมีการก่อสร้างตั้งแต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 3 เป็นต้นมา ซึ่งในย่านตลาดพลูยังคงหลงเหลือลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารพาณิชย์ หรือตึกแถวบางส่วน ซึ่งถือว่าเป็นอาคารที่มีคุณค่า และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ อาคารพาณิชย์เก่ามีอายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป เป็นตึกแถวยุคแรกของย่าน โดยสามารถจำแนกตามโครงสร้างได้ 2 ประเภท คือ อาคารโครงสร้างไม้ที่มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมแบบจีน พบได้บริเวณห้องแถวไม้บริเวณสถานีดับเพลิงตลาดพลู และบริเวณชุมชนข้างวัดราชคฤห์ สำหรับอาคารอีกประเภท คือ อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยใช้ระบบเสา-คาน มีความสูงประมาณ 2-3 ชั้น

โดยชั้นล่างใช้ทำการค้า ส่วนชั้นบนเป็นที่พักอาศัย โครงสร้างพื้นชั้น 2 เป็นโครงสร้างไม้ สำหรับกระเบื้องหลังคาแต่เดิมเป็นกระเบื้องว่าว แต่ในปัจจุบันได้มีการปรับปรุงอาคารโดยใช้กระเบื้องลอนคู่ หรือลอนเล็กแทน ซึ่งได้แก่ ตึกแถวบริเวณท่าน้ำตลาดพลู และริมทางรถไฟด้านตะวันตกของทางยกระดับรัชดาภิเษก สำหรับอาคารตึกแถวที่ไม่มีโครงสร้างหลังคาเป็นกระเบื้องว่าว แต่เป็นหลังคาคอนกรีตแบบเรียบ ด้านหน้าอาคารมีค้ำยันสลักลวดลายทำมาจากคอนกรีต พบได้บริเวณ ชุมชนตลาดพลูทางใน และริมทางรถไฟ

อาคารพักอาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านเดี่ยวเป็นบ้านที่มีบริเวณ และมีรั้วรอบขอบชิด มักเป็นที่อยู่อาศัยดั้งเดิมของบรรพบุรุษ ซึ่งพบเห็นได้น้อยมากภายในย่านนี้ โดยกระจายอยู่ทั้งฝั่งตลาดพลูทางใน และตามซอยวัดกันตาทาราม ซอยวัดโพธินิมิตร ซึ่งเป็นบ้านเก่าแก่ที่ยังคงหลงเหลือสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 6-7 เช่น การแกะสลักเชิงชาย และช่องลม ซึ่งถือว่าเป็นมรดกที่สำคัญทางสถาปัตยกรรม เช่น บ้านคุณวรเกียรติ รักกุศล เป็นต้น

อาคารประเภทอื่นๆ อาคารสาธารณะประโยชน์ที่ยังคงหลงเหลือสถาปัตยกรรมรูปแบบดั้งเดิม และเป็นเอกลักษณ์ เช่น ศาลาภิรมย์ภักดี เป็นศาลาท่าเรือเมล์ขาวที่ยังหลงเหลืออยู่ สถาปัตยกรรมแบบขนมปังขิง หรือศาลาท่ารับเสด็จ ภายในวัดโพธินิมิตร ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้น

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่ยังคงสภาพที่มีเอกลักษณ์ ความดั้งเดิมของท้องถิ่น และยังคงอยากให้ยังคงความเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้ จนถึงลูกหลาน โดยในกลุ่มสถาปัตยกรรม ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. ร้านขายยาอินทรโอสถ
2. บ้านหลวงบุณยมานพพาณิชย์
3. โรงน้ำปลา

ซึ่งยังคงความเก่าแก่ มีสถาปัตยกรรมที่ยังหลงเหลือถึงความดั้งเดิม ความเป็นเอกลักษณ์ มีลักษณะที่มีความโดดเด่นอยู่อย่างเห็นได้ชัดเจน

ภาพที่ 4.6 ศาลาภิรมย์ภักดี (ซ้าย) และ กลุ่มอาคารเรียนพระปริยัติธรรม ในวัดอินทาราม (ขวา)
ที่มา : คณะผู้วิจัย

2. ศาสนสถาน

ภาพที่ 4.7 วัดอินทารามวรวิหาร อนุสาวรีย์พระอนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (กลาง)
พระเจดีย์บรรจุอัฐิของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระอัครมเหสี (ซ้าย)
หน้าบันประดับเครื่องลายครามพระอุโบสถหลังเก่า (ขวา)
ที่มา : ไผทวุธ จุลละนันทน์ (2557)

วัดอินทารามวรวิหาร ตั้งอยู่ถนนเทอดไท แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร ฝ่ายมหานิกาย เป็นวัดเก่าสมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมเรียกว่า “วัดบางยี่เรือนอก” เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เสด็จมาทางเรือจากการที่ทรงอยากปลีกวิเวก และได้พบวัดนี้โดยบังเอิญ ทรงพอพระราชหฤทัย จึงมีพระราชดำริให้บูรณปฏิสังขรณ์ทั่วทั้งอาราม สถาปนาขึ้นเป็นพระอารามหลวงชั้นเอกพิเศษ นอกจากนี้ยังเสด็จมาทรงศีลบำเพ็ญกรรมฐาน ประทับแรม ณ พระตำหนักในวัดอินทาราม ต่อมาในรัชสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 พระยาศรีมหเทพ (เพ็ง) ปลัดบัญชี กรมมหาดไทยข้าราชการในพระองค์ ได้บูรณะวัดนี้ใหม่ โดยสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ขึ้นตรงพื้นดินบริเวณที่ฝังพระบรมศพของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จากนั้นได้อัญเชิญพระสรีรังคารของพระองค์บรรจุไว้ในฐานชุกชีของพระประธานในพระอุโบสถหลังเก่า พระยาศรีเทพได้ขอพระราชทานนามใหม่จากรัชกาลที่ 3 และได้รับพระราชทานนามว่า “วัดอินทาราม” มีปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุที่สำคัญ คือ พระอุโบสถหลังเก่าที่พระเจ้าตากสินมหาราชทรงปฏิสังขรณ์ไว้ ปัจจุบันใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปฉลองพระองค์ของสมเด็จพระเจ้าตากสิน บนหลังคาหน้าบันประดับเครื่องลายคราม

วัดราชคฤห์วรวิหาร ตั้งอยู่ที่ ถนนเทอดไท แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร ฝ่ายมหานิกาย เป็นวัดโบราณสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย โดยนายกองมอญที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร และตั้งบ้านเรือนอยู่ในแขวงบางยี่เรือ เมื่อสร้างเสร็จแล้วมีชื่อเรียกตามสถานที่ตั้งว่า “วัดบางยี่เรือ” บางทีก็เรียกว่า “วัดบางยี่เรือมอญ” หรือ “วัดมอญ” เฉย ๆ ต่อมาในรัชสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรี ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะเป็นพระอารามหลวง พระราชทานนามว่า“วัดราชคฤห์” และเจ้าพระยาพระคลัง (หน) เสนาบดีกรมท่าในขณะนั้น ได้สร้างเขามอประดับด้วยหิน ทะเล บนยอดเขาสร้างมณฑปจัตุรมุขเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาทจำลอง สร้างพระสถูปและนำ พระบรมธาตุมาบรรจุไว้ ปูชนียสถานและปูชนียวัตถุที่สำคัญ ได้แก่ พระอุโบสถเป็น

อาคารก่ออิฐถือปูน ศิลปะแบบจีน ไม่มีช่อฟ้า ใบระกา ประดับประตูหน้าต่าง มีซุ้มเรือนแก้วปูนปั้นบานทาสีแดง ด้านนอก ระหว่างประตูมีซุ้มประดิษฐานพระพุทธรูปยืนปางกวักพระหัตถ์เรียกว่า สุพัตมาณพ (อนาถบิณฑกเศรษฐี) พระประธานในพระอุโบสถเป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องปางมารวิชัย สมัยอยุธยาตอนปลาย มีสถูปเจดีย์อยู่องค์หนึ่งกล่าวกันว่าเป็นที่ฝังพระศพของพระยาพิชัยดาบหัก หลังจากขอให้ประหารชีวิต

ภาพที่ 4.8 วัดราชคฤห์ อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก (ซ้าย) และพระบรมสารีริกพระวิหารใหญ่ (กลาง) พระเจดีย์บรรจุอัฐิพระยาพิชัยดาบหัก (ขวา)
ที่มา : ไผทวุธ จุลละนันทน์ (2557)

วัดโพธินิมิตร ตั้งอยู่ที่ ซอยเทอดไท 19 แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี เดิมเป็นที่ดินกรรมสิทธิ์ของโยมโพ-โยมมิ เป็นบิดา มารดาของสมเด็จพระวันรัตน (แดง สีสวฑฒโน) วัดสุทัศน์เทพวราราม เมื่อบิดา มารดาถึงแก่กรรมแล้ว ที่ดินแปลงนี้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของสมเด็จพระวันรัตน และได้สร้างอุทิศเป็นพระอารามเรียกชื่อว่า**"วัดโพมิ"** เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้ท่านทั้งสอง และเพื่อเป็นการแสดงความศรัทธาอย่างมุ่งมั่นในพระพุทธศาสนา ในปีต่อมาได้ขอพระราชทานวิสุงคามสีมา

เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2417 และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานนามวัดใหม่ว่า **"วัดโพธินิมิตร"** ชาวบ้านนิยมเรียกกันว่า**"วัดโพธิตลาดพลู"** พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวง เมื่อพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงจัดชั้นและประเภทของพระอารามหลวง วัดโพธินิมิตรสถิตมหาสีมาราม อยู่ในชั้นตรีประเภทสามัญปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุที่สำคัญภายในวัด ได้แก่พระอุโบสถ มีลักษณะสถาปัตยกรรมทรงไทยหลังคามุขลด ประดับช่อฟ้าใบระกา รอบนอกมีเสารับพาไลห่างจากผนัง 1 วา ใบเสมาติดกับตัวพระอุโบสถด้านในตามช่องหน้าต่างเป็นภาพวาดวัดต่างๆ เช่น วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดสุทัศน์เทพ-วราราม และวัดราชนัดดาราม พระประธานในพระอุโบสถ เป็นพระพุทธรูปหล่อลงรักปิดทองปางมารวิชัย มีพระสาวกนั่งคุกเข่าประนมหัตถ์บนฐานชุกชี 4 ด้าน 4 องค์พลับพลารับเสด็จรัชกาลที่ 5 เป็นอาคารทรงไทยสร้างใหม่ในปี พ.ศ. 2511 แทนของเดิมที่สร้างเป็นพลับพลาเครื่องไม้สำหรับรับเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐิน ปัจจุบันใช้เป็นห้องสมุด ชื่อห้องสมุดโพ-มิประชาอุทิศ, ศาลาท่าน้ำเป็นศาลาที่ปลูกต่อเนื่องกับท่าขึ้นลงเรือ ซึ่งตั้งอยู่ริมคลองสำเหร่ อยู่ทางด้านหลังพระอุโบสถ มีหลังคามุงกระเบื้องหน้าบันประดับช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ ทำเป็นอย่างทรงโรงมีขนาด 2 ห้อง มีหลังคาพาไลโดยรอบ

ตอนใต้ของพาไลทั้ง 2 ข้างยกพื้นปูกระดานให้คนนั่งพักได้ พื้นที่ตรงกลางศาลาเปิดช่องไว้สำหรับคนเดิน “เสมา”หรือ“สีมา” คือ เขตกำหนดที่ร่วมกระทำสังฆกรรมของสงฆ์ตามพระพุทธบัญญัติ กำหนดให้มีขนาดไม่น้อยกว่าเขตหัตถบาสของภิกษุ 21 รูป และให้มีขนาดไม่ใหญ่กว่า 3 โยชน์ เสมาทำด้วยแผ่นหินเจียรปลายให้โค้งแหลมจะปักเป็นที่หมายแสดงเขตแดนพัทธสีมาอยู่ 8 ตำแหน่งด้วยกัน เสมาที่วัดโพธินิมิตรนี้มี 2 ชนิด คือ ชนิดที่ 1 คือ มหาเสมา ซึ่งวัดโพธินิมิตเป็นวัดที่เป็นมหานิกายวัดเดียวที่มีมหาเสมา นอกนั้นเป็นวัดฝ่ายธรรมยุตินิกาย (วัดที่มีมหาเสมามีอยู่ 4 วัดด้วยกันคือ วัดราชประดิษฐ์สถิตยสีมาราม วัดราชบพิตรสถิตมหาสีมาราม วัดบรมนิวาส และวัดโพธินิมิต) มหาเสมาที่วัดนี้นั้นบางหลักมีคนไปพ่นสีทองทับ ส่วนชนิดที่ 2 เป็นเสมาที่อยู่โดยรอบและติดกับผนังพระอุโบสถ ทำด้วยหินอ่อน ปิดทองประดับกระจกมีตราประจำยามอยู่ตรงกลาง ด้านบนทำเป็นรูปคล้ายอุณาโลมมีรัศมี

ภาพที่ 4.9 มหาเสมา (ซ้าย) และเสมาที่ทำเป็นรูปอุณาโลมมีรัศมีติดกับผนังพระอุโบสถ (ขวา)
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ภาพที่ 4.10 พลับพลารับเสด็จสมัยรัชกาลที่ 5
ที่มา : คณะผู้วิจัย

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มศาสนสถาน ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. วัดอินทารามวรวิหาร
2. วัดราชคฤห์วรวิหาร
3. วัดโพธินิมิตรสถิตมหาสีมาราม

ซึ่งในแต่ละศาสนสถาน มีประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับบูรพมหากษัตริย์ และมีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และความศักดิ์สิทธิ์ของปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุ มีสถาปัตยกรรมที่มีความสวยงาม และเป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของคนในท้องถิ่น

3. กลุ่มอาหาร

อาหารสามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ คุณค่าโภชนาการ ภูมิปัญญาดั้งเดิม และวัฒนธรรมของชาติพันธ์นั้น ๆ ได้ ซึ่งถือว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ และสามารถถ่ายทอดถึงคนรุ่นหลังได้ ซึ่งในย่านตลาดพลูในอดีตเคยเป็นที่อยู่อาศัยของข้าราชบริพาร และคนจีนยุคแรก ๆ ทำให้อาหารการกินได้รับอิทธิพลจากกลุ่มคนเหล่านี้ จึงเป็นที่มาของอาหารที่ขึ้นชื่อของย่านตลาดพลู อาทิเช่น ร้านหมี่กรอบจีนหลี ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ร้านขนมหวานตลาดพลู ร้านขนมเบื้อง ร้านขนมเบื้องญวน ร้านหมี่ตงเล้ง ซึ่งมีทั้งที่เป็นร้านค้าถาวร และเป็นรถเข็น โดยจะอยู่บริเวณสถานีรถไฟตลาดพลูจะมีผู้ใช้บริการมากในช่วงเวลาเย็น นอกจากนี้ยังทำเป็นอุตสาหกรรมเพื่อส่งออกไปขายยังนอกพื้นที่ได้แก่ ขนมกุ๋ยฉ่าย ซึ่งเริ่มทำในปี พ .ศ.2475 โดยชาวจีนที่อพยพมาจากเมืองฮ้วยเลี้ยง ประเทศจีน ซึ่งปัจจุบันอยู่บริเวณซอยโรงเจ หรือการทำขนมไหว้ เริ่มทำกันมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งจะสัมพันธ์กับเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ของจีน อาทิเช่น ขนมเปี๊ยะดั้งเดิมอยู่บริเวณสถานีดับเพลิงตลาดพลู ขนมไหว้พระจัน ขนมบะจ่าง จีจ่าง ซึ่งจะตั้งอยู่บริเวณตลาดวัดกลาง นอกจากนี้ในตลาดวัดกลางเองก็ยังมีอาหารหรือขนมที่เป็นอาหารดั้งเดิมของพื้นที่ อาทิเช่น ร้านขนมหวาน ร้านเป็ดพะโล้ เป็นต้น

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มอาหารคาว-หวาน(ในเวลากลางวัน) ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. กุ๋ยฉ่าย
2. หมี่กรอบจีนหลี
3. ขนมหวานเจ๊เฮียง

ส่วนอาหารคาว-หวาน (ในเวลาเย็น ถึงกลางคืน) ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. กระเพาะปลา
2. บะหมี่ปู
3. ผัดไทยตลาดพลู

อาหารคาว-หวาน ย่านตลาดพลูสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ คุณค่าโภชนาการ ภูมิปัญญาดั้งเดิม และวัฒนธรรมของชาติพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ และสามารถถ่ายทอดถึงคนรุ่นหลังได้ซึ่งในย่านตลาดพลูในอดีตได้อย่างดี

ภาพที่ 4.11 บรรยากาศการรอซื้อขนมหวานตลาดพลู (บนซ้าย) ร้านขนมเบื้องไทย ตลาดพลู (บนขวา) ร้านกล้วยเชื่อมแม่กิมเอ็ง (ล่างกลาง)

ที่มา : คณะผู้วิจัย

ภาพที่ 4.12 ร้านเป็ดพะโล้ตลาดวัดกลาง (ซ้าย) กุ๋ยฉ่ายตลาดพลู (กลาง) ร้านลิ้มโภชนา ข้าวมันไก่ดั้งเดิม (ขวา)

ที่มา : คณะผู้วิจัย

2.2 วัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible cultural heritage)

การจัดงานบุญประเพณีเพื่อสืบสานจารีตประเพณีดั้งเดิม และฟื้นฟูให้คงคุณค่าดั้งเดิม ทั้งงานบุญที่เกี่ยวกับศาสนา หรืองานประเพณีที่เกี่ยวโยงกับวิถีพื้นบ้าน สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของเชื้อชาติหรือกลุ่มชาติพันธ์ของตัวเอง โดยในย่านตลาดพลูมีกลุ่มชาติพันธ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ ไทย จีน และมอญ แต่ชาวมอญได้สูญหายไปจากย่านตลาดพลูแต่ยังคงมีจารึก ว่าเคยมีชาวมอญอาศัยอยู่บริเวณวัดราชคฤห์

1 ประเพณีไทย ประเพณี และพิธีกรรมที่สำคัญในย่านตลาดพลู ได้แก่ ประเพณีชักพระวัดนางชีจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรม 2 ค่ำ เดือน 12 โดยขบวนเรือจะเริ่มต้นจากวัดนางชี ผ่านคลองบางหลวง และคลองบางกอกน้อย ระหว่างทางจะมีการตั้งโต๊ะหมู่บูชาเป็นระยะ รวมถึงมีการแสดงของท้องถิ่น อาทิ กระตั้วแทงเสือ หัวล้านชนกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีลอยกระทงที่ยังคงเป็นที่นิยมของคนในพื้นที่และคนทั่วไปให้ความสนใจ อีกทั้งงานไหว้พระบาทวัดราชคฤห์ ซึ่งจะจัดพร้อมกับการเฉลิมฉลองเจ้าพ่อเขาตก ซึ่งถือเป็นงานประจำปีของวัด จัดขึ้นปลายเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ภายในงานจะมีมหรสพการแสดง งิ้ว ลิเก โดยเริ่มตั้งแต่เวลา 18.00-24.00 น. แต่ในอดีตจะจัดงานทั้งวันทั้งคืนต่อเนื่องเป็นเวลา 7 วัน แต่ในปัจจุบันชาวบ้านไม่ได้ให้ความสนใจเท่าไหร่นัก จึงลดเวลาในการจัดงานในแต่ละวัดก็จะมีงานประจำปีจัดติดต่อกันตลอดอาทิเช่น งานประจำปีของวัดอินทาราม จัดในเดือนมีนาคม เป็นต้น ส่วนงานประเพณีอื่นๆของไทยไม่แตกต่างจากที่อื่นมากนัก ที่สำคัญๆได้แก่ งานแห่เทียนพรรษาของวัดโพธินิมิตร ซึ่งจะเป็นงานใหญ่ของในพื้นนี้ ในปัจจุบันการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ได้ลดน้อยลงไป เนื่องจากได้มีการย้ายที่อยู่อาศัยของคนดั้งเดิมออกไปนอกพื้นที่ตลาดพลูปัจจุบัน

2. ประเพณีจีน ประเพณีและพิธีกรรมจีน เนื่องจากในย่านตลาดพลู เป็นย่านเก่าแก่ที่มีชาวจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนได้จากศาลเจ้าต่าง ๆ ในพื้นที่ และยังคงเป็นที่เคารพของประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่ตลาดพลู ทำให้ยังคงมีขนบธรรมเนียมประเพณีจีนให้เห็นอยู่ในทุกเทศกาล รวมถึงการทำอาหารคาว หวาน ที่ใช้ในเทศกาลต่าง ๆ ของชาวจีน อีกทั้งยังส่งไปขายตามสถานที่อื่น ๆ อาทิเช่น ซาลาเปาลูกท้อ ขนมเปี๊ยะ บ๊ะจ่าง ขนมเข่ง ขนมเทียน เป็นต้น เทศกาลที่สำคัญของชาวจีนได้แก่ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลไหว้ขนมจ้างหรือจั่ง เทศกาลสารทจีน เทศกาลไหว้พระจันทร์ และเทศกาลกินเจ ซึ่งเทศกาลกินเจจะมีประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่มาร่วมงานจำนวนมาก เนื่องจากในพื้นที่มีโรงเจขนาดใหญ่ และร้านค้าในพื้นที่จะหันมาขายอาหารเจเป็นจำนวนมาก

เทศกาลไหว้ขนมจ้างหรือจั่งจะมีการทำขนมไว้ล่วงหน้า 2-3 สัปดาห์ โดยใช้พื้นที่ลานวัดอินทารามในการทำและผูกขนม จากนั้นจึงทำไปแช่ไว้ให้ห้องเย็นเพื่อรอการส่งขายไปยังสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีพิธีฉลองวันเกิดของศาลเจ้าต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่ และมีพิธีไหว้สิ้นปี หรือก๊วยนี้โจ่ยจัดในช่วงเดือนธันวาคมก่อนถึงเทศกาลไหว้ขนมอี๋ ซึ่งศาลเจ้าพ่อพระเพลิงจะมีการจัดงานใหญ่ มีการเชิดสิงโต และการแสดงงิ้ว เป็นต้น ซึ่งในช่วงไหว้เจ้าจะมีผู้คนที่เคยอาศัยอยู่ในพื้นที่และคนนอกพื้นที่เดินทางมาสักการะเป็นจำนวนมาก ซึ่งงานไหว้เจ้าในแต่ละศาลเจ้าจะจัดไม่ตรงกันทำให้ตลอดเดือนธันวาคม ในพื้นที่จะคึกคักไปด้วยการไหว้เจ้าในแต่ละศาล

ภาพที่ 4.13 แสดงบรรยากาศพิธีไหว้สิ้นปีของศาลเจ้าพ่อพระเพลิง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

3. ประเพณีอื่น ๆ นอกจากงานสำคัญทางศาสนาแล้วยังมีงานสำคัญสำหรับประชาชนในย่านตลาดพลู และฝั่งธนบุรี นั้นก็คือ วันปราบดาภิเษกสมเด็กพระเจ้าตากสินมหาราชในวันที่ 28 ธันวาคม ของทุกปี โดยเป็นพระราชพิธีที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์เสด็จพระราชดำเนินมาทรงวางพานพุ่มสักการะที่พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชที่วงเวียนใหญ่ ในวันที่ 27 ธันวาคม ของทุกปี จะมีขบวนแห่ทำพิธีสักการะของประชาชน โดยเริ่มต้นจากวัดอินทารามมาจนถึงวงเวียนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการเฉลิมฉลองด้วยการแสดงต่างๆ เช่น การเชิดสิงโตและมังกร เป็นต้น นอกจากนี้ในเดือนมีนาคมของทุกปียังมีวันเฉลิมพระชนมพรรษาของสมเด็จพระเจ้า-ตากสินมหาราช โดยจะมีการจัดงานเฉลิมฉลอง 10 วัน 10 คืน โดยจะมีการแสดงเชิดสิงโต และมังกรตะกร้อลอดบ่วง การแสดงดนตรี และงิ้ว เป็นต้น

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มประเพณี และกิจกรรมของชุมชน ได้จัดลำดับความสำคัญไว้ ดังนี้

1. งานเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
2. การเชิดสิงโต และมังกร
3. มวยคาดเชือก

กิจกรรมดังกล่าวทำให้ผู้คนภายในหรือภายนอกย่านเกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งแต่ละกิจกรรมมีผู้คนเข้าร่วมมากน้อยแตกต่างกันตามลักษณะกิจกรรม และเชื้อชาติ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตของย่านนี้ได้เป็นอย่างดี

3. ผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรจะทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ในชุมชน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือกิจกรรมวันพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวใช้เป็นแนวทางในการวางแผนตลอดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดท่องเที่ยวชุมชน อาทิ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนบริหาร จัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนย่อมเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมของตนได้ดีกว่าคนนอกเพื่อให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้ตลาดเก่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นตลาดที่ยั่งยืน

3. ทำให้เป็นตลาดเก่าที่แสดงวิถีชีวิตของชุมชนควรมีกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนถิ่นนั้นทั้งด้านศิลปะ และวัฒนธรรม เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนรวมถึงให้ความรู้กับผู้มาเยือนด้วย

4. ควรจัดเส้นทางจราจร โดยเฉพาะตลาดเก่าที่มีนักท่องเที่ยวมาก การวางสินค้าล้ำเส้นทางเดินทำให้คับแคบ จึงควรมีการจัดระเบียบการวางจำหน่ายสินค้าไม่ให้ล้ำทางเดินรวมถึงการจัดเส้นทางแบบ One way เพื่อให้การชมสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อยโดยการนำคุณค่าของวิถีชีวิตชาวบ้านสวนฝั่งธนบุรีมาเป็นแนวทางหลักเพื่อหาอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดพลูและเพื่อสร้างความกลมกลืนทางวัฒนธรรมระหว่างชุมชนและบริบทของพื้นที่ โดยส่งผ่านคุณค่าของวิถีชีวิตในด้านต่างๆ ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา (เช่น การสื่อสาร นิทาน บทประพันธ์แววัน สะท้อนวิถีชีวิตเด็กชาวบ้านสวน เป็นต้น) อาชีพ ความเชื่อ และศิลปะท้องถิ่น ไปสู่สังคมโดยรวม เป็นต้น

กรณีศึกษาจากต่างประเทศ ควรสร้างความตระหนักของชุมชน โดยอาศัยศูนย์กลางทางจิตใจของคนในชุมชนให้ร่วมกันระดมทุนมาบูรณะ และดูแลรักษาบริเวณที่วัดอินทารามเพื่อเป็นการสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชในครั้งที่พระองค์ยังมีพระชนม์ชีพ ใช้ระบบอาสาสมัครผลัดเปลี่ยนกันมาดูแลสถานที่และร่วมกันจัดกิจกรรมเทิดพระเกียรติ และการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนสินค้าและการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างครบครัน อาทิเช่น ที่พัก การคมนาคมขนส่ง อาหาร และเครื่องดื่ม Tour Operator Tour Agencies สินค้าของที่ระลึก และโครงสร้างอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดบ้านให้สวยงามตามฮวงจุ้ย โดยยึดหลักสะอาด น่าอยู่ ชุมชนควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มรดกทางสถาปัตยกรรมควบคู่กับการท่องเที่ยว

4. ฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

ภาพที่ 4.14 ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่ตลาดพลู

ที่มา Google Earth - Application

ตลาดพลูเป็นชื่อที่ได้จากการเป็นศูนย์กลางการค้าขายหมากพลูของบางกอกสมัยต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งแต่เดิมตลาดหมากพลูตั้งเรียงรายริมฝั่งคลองบางหลวง ตั้งแต่วัดราชคฤห์ไปจรดวัดอินทาราม ลึกเข้าไปด้านหลังวัด (ปัจจุบันคือด้านหน้า วัดติดถนนเทอดไทย) เป็นสวนหมากของชาวจีนแหล่งใหญ่ที่สุดในบางกอก ผู้สนใจอยากสัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิม สามารถเดินลัดเลาะ ไปตามถนนเลียบแม่น้ำข้างวัดจะเห็นอาคารพาณิชย์ บ้านเรือนอาศัยแบบจีน ที่มีลวดลายปูนปั้น กับลายไม้ฉลุประดับหลงเหลือให้ชมอยู่บ้าง

ตลาดพลูเป็นชุมชนเก่าแก่ซึ่งมีอาคารประวัติศาสตร์ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 และ 5 ซึ่งยังมีอาคารเรือนไม้ที่มีรายละเอียดที่น่าสนใจอยู่ในบริเวณถนนตลาดพลูใน ซึ่งเป็นเส้นทางริมน้ำ รวมถึงตึกแถวในรูปแบบโคโลเนียล และแบบจีน ในพื้นที่ย่านการค้าที่อยู่ริมถนนเทอดไท และซอยย่อยจนถึงสมัยเปลี่ยนแปลงการปกครองที่เป็นตึกแถวขนาดเล็กรูปแบบเรียบง่าย แต่มีองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่กลมกลื่นกับอาคารเก่าอื่น ๆ แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร รวมถึงกิจกรรม ประเพณีที่สำคัญ ๆ ของตลาดพลูจะได้ทำการรวบรวมเป็นฐานข้อมูลไว้ดังนี้

4.1 ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ภาพที่ 4.15 วิหารวัดราชคฤห์วรวิหาร
ที่มา ไผทวุธ จุลละนันทน์ (2557)

1. วัดราชคฤห์

ความเป็นมาของวัดราชคฤห์วรวิหารนามเดิมชื่อ วัดวังน้ำวน เพราะวัดตั้งอยู่ติดคลองน้ำ 3 สาย คือ คลองบางกอกใหญ่ (อยู่ด้านทิศใต้ของวัด) คลองบางน้ำชน (อยู่ทิศตะวันออกของวัด) และคลองท่าพระ (อยู่ด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือของวัด) มาจรดชนติดกันเป็นเหมือนสี่แยกเวลาน้ำทะเลหนุนขึ้น น้ำเค็มไหลทะลักเข้ามาตามคลองบางกอกใหญ่บ้าง ไหลทะลักเข้ามาทางคลองบางน้ำชนบ้างส่วนคลองบางกอกใหญ่ตามปกติน้ำจืดจะไหลมาตามคลองทางเขตภาษีเจริญ ก็ไหลมาชนกับน้ำเค็ม ตรงกันข้ามระหว่างคลองท่าพระน้ำจืดก็ไหลมาชนกับคลองบางกอกใหญ่ จึงทำให้น้ำที่ไหลมานั้นชนกัน ทำให้น้ำเกิดการหมุนเวียนเป็นวังวนขึ้น ชาวบ้านจึงเรียกสถานที่แถบนั้นว่าวังน้ำวน สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้กู้เอกราชได้เสร็จแล้ว จึงได้สร้างเมืองขึ้นใหม่ให้เป็นราชธานี สถาปนาชื่อว่า “กรุงธนบุรี” และได้ขึ้นครองราชย์ จากนั้นพระองค์พร้อมด้วยทหารคู่ใจ คือพระยาสีหราชเดโช (พระยาพิชัยดาบหัก) ได้ทำการบูรณปฏิสังขรณ์วัดบางยี่เรือเหนือมีสร้างพระอุโบสถสร้างพระปรางค์เหลี่ยมย่อไม้ยี่สิบ อยู่ทั้ง 4 ด้านของพระอุโบสถสร้างพระเจดีย์บรรจุพระบรมธาตุที่นำมาจากกรุงราชคฤห์แห่งประเทศอินเดียสร้างพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง และสร้างภูเขาจำลอง (ภูเขามอ) พร้อมทั้งสถูปนำเอาพระบรมธาตุมาบรรจุไว้เพื่อให้เป็นที่สักการบูชาแก่พุทธศาสนิกชนสืบมา ต่อมาพระเจ้าตากสินมหาราชได้สวรรคต ส่วนพระยาสีหราชเดโชได้สิ้นชีวิตลงตามพระเจ้าตากสิน ได้นำศพมาบรรจุไว้ที่วัดบางยี่เรือ

ที่อยู่ : เลขที่ 434 ถนนเทอดไท แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โทร : 02-4652908

e-mail: tachawanto@watrajkrueh.com : **URL** : http://www.watrajkrueh.com/index.html

ภาพที่ 4.16 พระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง วัดราชคฤห์
ที่มา http://www.watrajkrueh.com/ (2557)

2. วิหารพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง

พระยาพิชัยดาบหักได้สร้างพระปางนอนหงายนี้ขึ้น เพื่อเป็นการบำเพ็ญบุญอุทิศกุศลให้ผู้ที่ตนไปฆ่าทหารชาวบ้านล้มตายไปเป็นจำนวนมาก (เป็นเหมือนชดใช้กรรมที่ฆ่าคนตายไป)

ภาพที่ 4.17 ศาลเจ้าพ่อเขาตก วัดราชคฤห์
ที่มา http://www.watrajkrueh.com/ (2557)

3. ศาลเจ้าพ่อเขาตก

ปี พ.ศ.2525 ได้มีสาธุชนตั้งกองทุนในการก่อสร้างศาลเจ้าพ่อเขาตกขึ้นใหม่ โดยได้รับอนุมัติจากท่านเจ้าอาวาส (พระพิพัฒน์ธรรมคณี) สร้างใหม่เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังก่ออิฐถือปูนเป็นศิลปะแบบเก๋งจีน และทำรั้วกำแพงข้างศาลด้วย

ภาพที่ 4.18 หอระฆัง (เก่า) วัดราชคฤห์
ที่มา http://www.watrajkrueh.com/ (2557)

4. หอระฆัง (เก่า)

หอระฆังเก่าที่ซ่อนตัวอยู่ภายในกลุ่มบ้านเรือน ที่อยู่ด้านข้างวัดราชคฤห์ ในสมัยก่อนจะมีเจดีย์รอบๆมากมาย ต่อมาเมื่อมีคนมากขึ้นจึงรื้อเจดีย์ออก แล้วสร้างบ้านขึ้นแทน

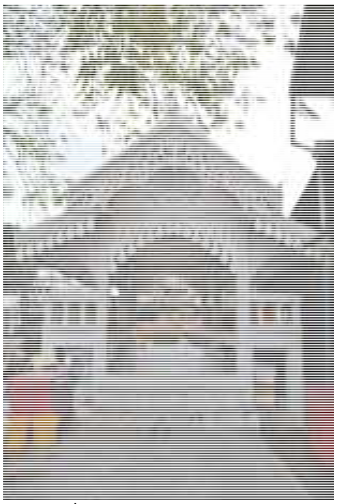
ภาพที่ 4.19 วัดอินทาราม
ที่มา ไผทวุธ จุลละนันทน์ (2557)

5. วัดอินทาราม

เป็นวัดสำคัญของสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานี เป็นวัดอนุสรณ์สันติสถานที่สมเด็จพระเจ้าตากสิน-มหาราช ทรงประกอบพระราชกุศล มีโบราณวัตถุที่เกี่ยวเนื่องกับพระองค์เป็นชีวิตจิตใจหลายอย่างที่นับว่าสำคัญน่าชมและศึกษาคือพระแท่นบรรทมไสยาสน์เป็นพระราชอาสน์ที่พระองค์ทรงประทับแรมทรงศีลแลทรงเจริญกรรมฐานประวัติที่น่าศึกษาของวัดนี้ คือเป็นที่ประดิษฐาน(ฝัง)พระบรมศพของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีเมื่อพุทธศักราช 2327 และบรมศพพระอัครมเหสีของพระองค์ ก็ได้ถวายพระเพลิงและบรรจุพระบรมอัฐิไว้ ณ วัดนี้ทั้งสองพระองค์

วัดอินทารามขณะนี้เป็นอารามหลวงชั้นตรีชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่ที่ถนนเทอดไท ปากคลองบางยี่เรือ ริมคลองบางกอกใหญ่(คลองบางหลวง) แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร แต่เดิมหน้าวัดอยู่ทางคลองบางกอกใหญ่แต่เมื่อตัดถนนแล้ว จึงใช้ทางหลวงเป็นหน้าวัดด้วย

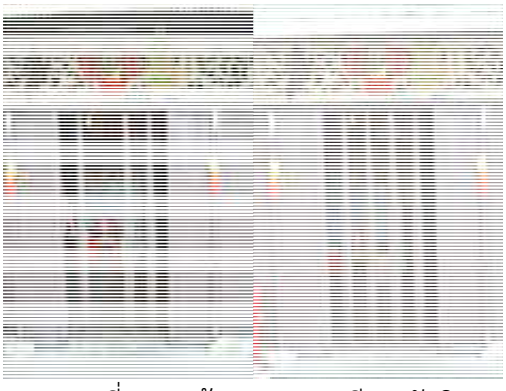
ที่อยู่ ถนน เทอดไท แขวง บางยี่เรือ เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 **โทร.** 02 472 2772



ภาพที่ 4.20 ศาลาภิรมย์ภักดี
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2557)

6. ศาลาภิรมย์ภักดี

ศาลาแห่งนี้ก็คือท่าเรือเมล์ขาว ซึ่งเป็นเรือเมล์ของพระยาภิรมย์ภักดีที่วิ่งรับส่งคนในคลองบางหลวงสมัยก่อน ตอนนี้ก็เหลืออยู่เพียงแห่งเดียวที่ท่าน้ำวัดอินทาราม



ภาพที่ 4.21 บ้านประตูตะเกียบ วัดอินทาราม
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2557)

7. บ้านประตูตะเกียบ

ห้องแถวห้องนี้มีประตูที่แปลกไม่เหมือนใคร อาจจะเห็นเป็นประตูลูกกรงไม้ธรรมดา รูปทรงตะเกียบ 4 แท่งวางห่างกันพอประมาณ คนลอดออกไม่ได้ แต่หากต้องการจะออกก็จะต้องยกแท่งตะเกียบออกเสียก่อน ซึ่งเป็นประตูแบบที่ชาวจีนแต้จิ๋วเขานิยมทำกัน

ภาพที่ 4.22 ทางเข้าบ้านโรงนึ่งปลาทูเก่า และด้านใน
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2557)

8. โรงนึ่งปลาทู

ในอดีตตลาดพลูมีโรงนึ่งปลาทูอยู่หลายโรง แต่ได้เลิกกิจการกันไปหมดแล้ว แต่ยังเหลือร่องรอยของโรงนึ่งปลาทูอยู่ริมคลองบางกอกใหญ่บริเวณใกล้ท่าเรือตลาดพลูในปัจจุบัน

ภาพที่ 4.23 วัดจันทารามวรวิหาร
ที่มา smallworld @ http://www.weekendhobby.com

9. วัดจันทารามวรวิหาร

เดิมมีชื่อว่า วัดบางยี่เรือกลาง หรือ วัดกลาง เพราะอยู่กลางระหว่างวัด 2 วัด คือวัดบางยี่เรือใน (วัดราชคฤห์ ปัจจุบัน) กับวัดอินทาราม กล่าวคือเมืองธนบุรีเดิมในสมัยที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ตั้งอยู่ที่

วัดศาลา 4 หน้า (วัดคูหาสวรรค์ ปัจจุบัน) ในคลองบางกอกใหญ่จากเมืองเก่ามาก็ถึงวัดราชคฤห์ก่อน จึงเรียกวัดราชคฤห์ว่า วัดบางยี่เรือใน(เหนือ) ส่วนวัดจันทารามอยู่กลางจึงเรียกว่า วัดบางยี่เรือกลาง ถัดมาก็ถึงวัดอินทาราม จึงเรียกว่า วัดบางยี่เรือนอก(ใต้)

ภาพที่ 4.24 ภายในศาลเจ้าตึกดิน
ที่มา : คณะผู้วิจัย

10. ศาลเจ้าตึกดิน (โถวหลงซัน)

อยู่ในโรงเรียนกงลี้จงซันเก่า ศาลเจ้าตึกดิน หรือ โถวหลงซัน หรือ เทพปุนเถ้ากง เป็นศาลเจ้าคู่ชุมชนจีนเพราะเปรียบเสมือนเจ้าที่ คุ้มครองให้คนในชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข ทำมาค้าขึ้น ชาวจีนโพ้นทะเลจึงนิยมสร้างไว้ในชุมชน เมื่อตั้งถิ่นฐานได้เป็นหลักแหล่ง ศาลเจ้าแห่งนี้ตั้งมาเมื่อใดไม่ทราบแน่ชัด แต่คนเก่าแก่ในชุมชนที่อายุมากกว่า 80 ปี บอกว่าเห็นศาลเจ้านี้ตั้งแต่จำความได้

ภาพที่ 4.25 ศาลเจ้ากวนอู
ที่มา : http://www.siamliondance.com/

11. ศาลเจ้ากวนอู

เป็นศาลเจ้าเก่าแก่สร้างมาประมาณ 200 ปี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นที่นับถือของชนชาวจีนอย่างมาก ช่วงเดือนเมษายนวันเกิด กรกฎาคมมีงานประจำปีวันเกิดเจ้าพ่อกวนอู เดือนสิงหาคมมีงานวันเกิดเทพเจ้า 5 พระองค์ และเดือนธันวาคมมีงานเผ่งอั่งฮี่

ที่อยู่ 734 มะลิทอง เทอดไท22 ถ.เทอดไท ตลาดพลู ธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

ภาพที่ 4.26 ศาลเจ้าพระเพลิง(เก่า)
ที่มา : คณะผู้วิจัย

12. ศาลเจ้าพระเพลิง

เป็นศาลเก่าแก่คู่กับชาวตลาดพลูมานาน ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2518 อยู่หลังบริเวณสถานีดับเพลิงตลาดพลู ต่อมาได้ถูกเพลิงไหม้ จึงได้อัญเชิญเจ้าพ่อพระเพลิง ไปยังศาลใหม่ริมถนนเทอดไท 20 ในพ.ศ. 2534

ภาพที่ 4.27 สถานีรถไฟตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

13. สถานีรถไฟตลาดพลู

สร้างขึ้นสมัย รัชกาลที่ 5 พร้อมกับทางรถไฟสายคลองสาน – มหาชัย เป็นสถานีรถไฟที่ยังคงมีความสำคัญ เพราะเป็นหนึ่งในสถานีรถไฟสายแม่กลอง มีสถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ที่เป็นต้นทาง ทุกวันนี้ยังมีขบวนรถไฟที่ขนส่งทั้งคน และสิ่งของผ่านเข้าออกอยู่ทุกวัน

ภาพที่ 4.28 ภายในตลาดวัดกลางยามเช้า
ที่มา : คณะผู้วิจัย

14. ตลาดวัดกลาง

เป็นตลาดริมน้ำหน้าวัดจันทาราม เป็นตลาดศูนย์กลางของย่านตลาดพลู ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางการค้าขายที่สำคัญของตลาดพลูในปัจจุบัน ซึ่งวิวัฒนาการมาจากตลาดน้ำในอดีต ที่เปลี่ยนแปลงมาเป็นตลาดบนบกในปัจจุบัน

4.2 ฐานข้อมูลย่านอาคารประวัติศาสตร์

ถนนเทอดไท ตลาดพลู ถนนเทอดไทเป็นถนนที่ตัดใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 7 เชื่อมถนนอินทรพิทักษ์ที่มาจากวงเวียนใหญ่ ต่อเนื่องจากสะพานพระพุทธยอดฟ้า ไปยังถนนบางบอน ถนนเพชรเกษม ภูมิทัศน์โดยรวมจึงเป็นตึกแถวสมัยใหม่เกือบทั้งหมด โดยตึกแถวช่วงผ่านสี่แยกตลาดพลู มีลักษณะเป็นตึกแถวสูง 4 ชั้นมีบางช่วงเป็น 2 ชั้น ไปถึงวัดโพธินิมิตร และวัดอินทาราม บริเวณที่ยังเป็นตึกแถวเก่าหันด้านหน้าเข้าหาถนนที่หลงเหลือ คือตึกแถวครึ่งปูนครึ่งไม้ 2 ชั้นหน้าซอยเทอดไท 2 ตรงกันข้ามกับตึกแถวก่ออิฐถือปูน รูปแบบนีโอคลาสสิค 2 ชั้นหน้าซอยเทอดไท 20 กลุ่มบ้านไม้ข้างหน้า ศาลเจ้าสูงใกล้ทางเข้าวัดโพธินิมิตรและกลุ่มตึกแถว 2 ชั้นหลังคาทรงปั้นหยา บริเวณทางเข้าสถานีรถไฟเท่านั้น

ภาพที่ 4.29 โรงสีง่วนไถ่ และ ร้านของชำข้างโรงสีเก่า
ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สามแยกซอยเทอดไท 22 ที่มีเรือนแถวไม้ ร้านขายของชำบ้านไม้และโรงสีง่วนไถ่ ที่ปิดกิจการไปแล้ว เหลือแต่โกดังข้างเคียงที่ยังใช้เก็บของอยู่

ภาพที่ 4.30 ตึกแถวแยกร้านทอง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สามแยกซอยเทอดไท 20 เป็นกลุ่มตึกแถวปูนแบบตะวันตกผสมจีนทั้งสองฝั่งถนน มีร้านทองริมน้ำที่เหลืออยู่ร้านเดียวคือ ห้างทองย่งเส็ง ถือเป็นภูมิทัศน์ที่เด่นและสำคัญสื่อถึงอดีตของตลาดพลู

ภาพที่ 4.31 สี่แยกตลาดพลูที่มีอาคารแถวรูปแบบตะวันตกผสมจีน
ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สี่แยกซอยเทอดไท 18 และทางไปท่าเรือตลาดพลูซึ่งถูกเรียกกันมาว่าเป็นสี่แยกตลาดพลู ภูมิทัศน์ในจุดนี้มีตึกแถวปูน 3 ชั้น รูปแบบตะวันตกผสมจีนอยู่ตรงหัวหัวมุม มีรูปปั้นอินทรีเป็นสัญลักษณ์สำคัญของย่านนี้ แต่เดิมเป็นร้านทองต่อมาเป็นร้านอาหารครัวบางหลวง นอกจากนี้ยังมีตึกแถว 2 ชั้นแบบจีนอยู่ต่อเนื่อง ตามแนวถนนตลาดพลูทางในทั้งสองฝั่ง โดยฝั่งที่อยู่ริมน้ำ มีตรอกเขาไปยังโรงงานเก่า บริเวณสี่แยกนี้ยังถูกใช้เป็นที่รวมพลของคณะเชิดสิงโตหลังจากจบขบวนแห่งานพิธีของวัด และศาลเจ้าต่างๆ โดยเป็นที่แสดงการต่อตัวของแต่ละคณะซึ่งถือเป็นการปิดท้ายจบขบวนแห่ในวันนั้น

ภาพที่ 4.32 เรือนแถวไม้โรงน้ำปลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สี่แยกซอยเทอดไท 16 ภูมิทัศน์หน้าเรือนแถวไม้โรงน้ำปลา และสถานีดับเพลิงตลาดพลู มีเรือนแถวไม้ ขนาบสองข้างก่อนขึ้นสะพานข้ามคลองบางน้ำชน ถือเป็นภูมิทัศน์ที่เด่นและสำคัญรองลงมา

ภาพที่ 4.33 ซอยวัดราชคฤห์ (ชุมชน)
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ถนนตลาดพลูทางด้านในที่เป็นซอยในวัดราชคฤห์ มีบางส่วนที่ผ่านในชุมชนพื้นที่ส่วนที่ติดคลองบางน้ำชน ที่เป็นบ้านเรือนแถวไม้เก่า อาคารไม้สำคัญคือ ร้านค้าเครื่องจักสานและพื้นที่ก่อนเข้าเขตตลาดวัดกลางซึ่งมีเรือนแถวไม้เก่าอยู่ อาคารไม้สำคัญ คือร้านขายยาแผนโบราณอินทรโอสถ โดยที่ซอยตลาดพลูทางในนั้นแคบกว้างเพียง 1.5 เมตร และบางบริเวณอาคารมีหลังคากันสาดยื่นยาวทำให้ค่อนข้างทึบ แต่ยังมีบรรยากาศชุมชนริมน้ำอยู่

สมัยก่อน หมอแผนโบราณมีมากในแถวตลาดพลู โดยมีร้านขายยาเก่าแก่อยู่หลายแห่ง มีร้านหมอกิม ร้านหมอเฮง หมอจีนรักษากระดูกอยู่ที่ริมทางรถไฟ ร้านเก่าแก่คือ ร้านอินทรโอสถ ร้านยาหอมตรา 5 นกกระเรียน และยาหอมตรา 5 เจดีย์ สูตรยาสมุนไพรต่างๆ มาจากพระอาจารย์ชื่อดังของวัดในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น หลวงพ่อเอี่ยม เจ้าอาวาสวัดหนัง สมัยก่อนยาสมุนไพรจะมาส่งทางเรือถึงท่าเรือวัดราชคฤห์ ปัจจุบันต้องไปซื้อเองจากร้าน เจ้ากรมเป๋อที่เยาวราช บ้างสั่งจากเมืองจีน นอกจากร้านยาแผนโบราณยังมีร้านหมอบุญรอด ซึ่งเป็น คลินิกแผนปัจจุบัน ของพันโท นายแพทย์บุญรอด ศิริเวชกุล นายแพทย์ผู้ทำงานบุกเบิกเกี่ยวกับ การพัฒนาการผลิตยาปฏิชีวนะในประเทศไทย โดยเคยทำงานกับ Sir Howard Florey นักวิจัยระดับโลกในการพัฒนายาปฏิชีวนะให้ใช้ได้จริง ยังมีข้าราชการคนสำคัญที่มีบ้านอยู่ในบริเวณนี้ เช่น หลวงบุณยมานพพาณิชย์ ซึ่งเป็นทายาทของนายต่าง บุณยมานพ (แซ่ลิ้ม) คหบดีคนสำคัญ เป็นนักเขียนที่มีชื่อในนามปากกา แสงทอง เขียนบทภาพยนตร์บันเทิงคดีที่สร้างโดยชาวไทยล้วนๆ เป็นครั้งแรก “โชคสองชั้น” ใน พ.ศ. 2470 และเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ศรีกรุงเป็นประจำ เป็นบุตรคนแรกของมหาอำมาตย์ตรี พระยาสัตยพรตสุนันท์ (ทองบุ๋น บุณยมานพ) ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในวงการกฎหมายของประเทศ เพราะเป็นหนึ่งในคณะกรรมการ ร่างประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ฉบับแรกในปี พ.ศ. 2462 เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งหลวงสกลสัตยาทร ผู้พิพากษาศาลแพ่งในขณะนั้น ลูกเขยคนสำคัญของ นายต่าง บุณยมานพ อีกท่าน คือ พลตรีพระวิภัติภูมิประเทศ เจ้ากรมแผนที่ทหารบก ในช่วงที่ประเทศไทยได้เริ่มมีการทำแผนที่จากภาพถ่ายทางอากาศ นอกจากนี้ยังมี หลวงสาทรราชธน ผู้ช่วยพระคลังมณฑลจันทบุรี หลวงประจักษ์สรรพากร รองอธิบดีกรมสรรพากร

ภาพที่ 4.34 ทางเข้าบ้านของนายต่าง บุณยมานพ และบ้านไม้เก่าหลังตึกแถว
ที่มา : คณะผู้วิจัย

4.3 ฐานข้อมูลร้านอาหาร และร้านค้า

ภาพที่ 4.35 ร้านสุณีข้าวหมูแดงตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

1. ร้านสุณีข้าวหมูแดงตลาดพลู

ตั้งอยู่ริมทางรถไฟ เจ้าของคือ คุณสุณี ลิ้มเฉลิม ประกอบกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 โดยสืบทอดกิจการจากครอบครัวสามี ที่เป็นคนแต้จิ๋ว เมื่อก่อนตั้งอยู่บริเวณสถานีรถไฟ และได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่ปัจจุบัน และได้เปลี่ยนสูตรจากแต้จิ๋วเป็นสูตรแคะ จากเมืองเหมยเซียน มีความพิเศษที่การคัดหมูที่มีคุณภาพ น้ำหมักหมูแดงเป็นน้ำเคี่ยวกระดูกหมูอย่างเข้มข้น ใส่งา กระเทียม และน้ำตาลแดง โดยน้ำราดใช้งาแทนถั่วลิสง

ภาพที่ 4.36 กระเพาะปลานายบ๊วย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

2. ร้านกระเพาะปลานายบ๊วย

ตั้งอยู่ปากซอยเทอดไท 21 เจ้าของคือ คุณภาวิกา ชัยเชิดชู สืบทอดกิจการจากพ่อสามี คือ นายบ๊วย แซ่ไหล เป็นคนแต้จิ๋ว สมัยก่อนหาบขายในสวนแถวตลาดพลูเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตอนนี้เป็นรุ่นที่ 3 มีอายุมากกว่า 80 ปี เป็นกระเพาะปลามีสูตรพิเศษมาจากอาม่า รสดั้งเดิมไม่มีเส้น ล้างกระเพาะปลาให้สะอาด แช่ล้างน้ำนานหลายน้ำ เลือดนิ่ม หน่อไม้สดหั่นขวาง แป้งที่ใช้เป็นแป้งพิเศษไม่คืนตัวง่าย หม้อกระเพาะปลาแยกระหว่างมีหน่อไม้กับไม่มี และเครื่องในกับน่องไก่ น้ำต้นเชื้อต้องเคี่ยวกระดูกไก่ทั้งวัน โดยที่ยังคงใช้เตาถ่านประกอบการทำกระเพาะปลา แม้ในรถเข็นยังใช้เตาถ่านอยู่

ภาพที่ 4.37 ร้านเจ้เองกระเพาะปลา กุ๋ยช่าย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

3. ร้านเจ๊เอ็งกระเพาะปลา กุ๋ยช่าย

ตั้งอยู่ในซอยเทอดไท 27 ร้านเป็นรถเข็น เจ้าของคือเจ้เอง คุณสิริวรรณ เมธาชูโชค เป็นร้านขายกระเพาะปลา กุ๋ยช่าย บ๊ะจ่างปัจจุบันเปิดขายมานานกว่า 70 ปี โดยสืบทอดกิจการมาจากบิดา คนจีนแต้จิ๋วชื่อลี้ อ้วน เต๋า ซึ่งเคยทำบ๊ะจ่างส่งสำเพ็งมาก่อน ได้สูตรจากอาโกวที่เมืองจีน กระเพาะปลาต้องเลือกกระเพาะปลาที่สะอาด นุ่ม ทอดน้ำมันครั้งเดียว จะนุ่มเวลาแช่น้ำ น้ำซุปเป็นน้ำต้มกระดูกไก่ บ๊ะจ่างต้องเอาส่วนผสมมาผัดก่อนให้หอมแล้วถึงห่อ รสหวานคือใส่เผือกให้มีรสหวานเล็กน้อย ใส่แปะก๊วยเชื่อม ถ้าไม่เชื่อมก่อนจะขม กุ๋ยช่ายไส้หน่อไม้จะอ่อนนุ่ม เอามาจากปราจีนบุรี เลือกที่ไม่มีเสี้ยน

ภาพที่ 4.38 ร้านเป๋งล้ง กุ๋ยช่ายเจ้าดั้งเดิมตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

4. ร้านเป๋งล้ง กุ๋ยช่ายเจ้าดั้งเดิมตลาดพลู

ตั้งอยู่บริเวณวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณจันทนา เหล่าบวรพงษ์ สืบทอดกิจการจากครอบครัวสามี ซึ่งอาม่าของสามีเคยทำ และสามีคือคุณเป๋งล้ง แซ่เล้า คนจีนแต้จิ๋ว ประกอบกิจการมามากกว่า 100 ปี มีลักษณะพิเศษคือ เป็นกุ๋ยช่ายสีชมพูซึ่งใช้ในการไหว้เจ้า พิธีสำคัญต่างๆ โดยใช้เทคนิคการนวดแป้งแบบดั้งเดิม กวนแป้งโดยใช้ไฟอ่อนจนแป้งสุก กวนแล้วนึ่งแล้วนวดอีกจนเหนียวนุ่ม ไม่แข็งไปหรือนิ่มไป ไม่ใช้สารกันบูดในแป้ง แป้งห่อไส้เป็นสีชมพู เป็นรูปทรงสามเหลี่ยม คล้ายปอด เรียกว่า ถ่อก้วย ซึ่งร้านเป๋งล้งเป็นญาติกับทางร้านแก้วข้าวมันไก่ และเนื้อเปื่อยตลาดพลู

ภาพที่ 4.39 ร้านกิมเม้งกุ๋ยช่าย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

5. ร้านกิมเม้งกุ๋ยช่าย

ตั้งอยู่บริเวณแยกตลาดพลู หน้าโรงรับจำนำ เจ้าของคือ คุณกิมเม้ง ชลธรมิ่งสกุล เป็นร้านขายกุ๋ยช่ายที่เก่าแก่เจ้าหนึ่งของตลาดพลู ขายมานานกว่า 70 ปี โดยได้รับสูตรมาจากบรรพบุรุษของภรรยาปัจจุบันทำขายวันละ 400 ลูกและส่งขายไปยัง วังหลัง และเยาวราช มีไส้ทั้งหมด 3 ไส้ ได้แก่ หน่อไม้ มันแกว เผือกความพิเศษอยู่ที่เป็นการทำกุ๋ยช่ายแบบแป้งนิ่ม รสชาติดีนิ่มๆเหนียวๆ เคล็ดลับอยู่ที่การทำแป้งข้าวเจ้าที่ต้องเอาข้าวเจ้าแช่น้ำมาบดละเอียดผสมกับแป้งข้าวเจ้า กุ๋ยช่ายต้องขยำกับเกลือจนไม่เผ็ดแล้วผสมกุ้งสับด้วย

ภาพที่ 4.40 ร้านกุ๋ยช่ายตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

6. ร้านกุ๋ยช่าย ตลาดพลู

ตั้งอยู่แยกตลาดพลู บริเวณหน้าร้านทอง เจ้าของคือ คุณอัจฉราวรรณ ธเนศสุวรรณ เป็นร้านขายกุ๋ยช่ายที่เริ่มมาจากการทำรับประทานกันเองในครอบครัวมาก่อนประกอบกิจการ ขายมานานกว่า 50 ปี ความพิเศษอยู่ที่การทำกุ๋ยช่ายให้แป้งบางไส้เยอะ น้ำจิ้มสูตรพิเศษ จัดจ้านเปรี้ยว และเผ็ด

ภาพที่ 4.41 ร้านแก้วข้าวมันไก่
ที่มา : คณะผู้วิจัย

7. ร้านแก้วข้าวมันไก่

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 21 เจ้าของคือ เฮียแก้ว หรือคุณทวี ชโลทวิกษิต เป็นคนจีนแต้จิ๋วแซ่เล้า เปิดขายมา 36 ปี ในสมัยก่อนร้านเปิด 02.00 น. ปิด 14.00 น. เนื่องจากสมัยก่อนคนที่เลิกจากการเที่ยวแล้วมากินเยอะ ปัจจุบันปรับเปลี่ยนเวลาตามกลุ่มลูกค้าเป็นเปิด 04.00 น. ปิด 17.00 น. เคล็ดลับที่สำคัญคือ ใช้ไก่ตอนเนื้อนุ่มไม่ใช่ไก่ขาวที่จับขายทุก 45 วัน ไก่ตอนเลี้ยงนานกว่าเนื้อแน่นนุ่ม ข้าวมันหุงหม้อใหญ่ๆ วันละ 250 กิโล ไก่วันละ 24 ตัว น้ำมันจากไก่เอามาเจียว ของที่ใช้ต้องสดใหม่เสมอ พิถีพิถันกับการปรุงต้องชั่งส่วนผสมที่แน่นอน ไก่เลาะมาใหม่ๆ จะสดนิ่มไม่แห้งน่าทาน ถ้าทิ้งไว้นานจะแห้ง ต้มไก่ในช่วงเช้าแต่ขายดีจึงไม่มีการค้าง น้ำซุปใส่รากผักชี ใบเตย

ภาพที่ 4.42 ร้านลิ้มโภชนา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

8. ร้านลิ้มโภชนา

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 25 เจ้าของคือ คุณพรพรรณ มาตสุวรรณากิจ เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 32 ปี โดยสืบทอดมาจากสามี เฮียลิ้ม ซึ่งเป็นคนจีนแต้จิ๋ว จากนครปฐม แต่ก่อนตั้งอยู่บริเวณซอย 21 เช่าร้านสู่ศุภอรรถข้างแก้วข้าวมันไก่ ย้ายมาอยู่ที่ปัจจุบันเมื่อตึกเสร็จ มีความพิเศษที่หุงข้าวหม้อต่อหม้อ ใช้น้ำมันไก่นำมาเจียวกระเทียมแล้ว เอาน้ำแกงใส่ จากนั้นเทลงผสมหุงข้าว สูตรแต้จิ๋ว

หุงข้าวใช้ไฟแรงแล้วเบาลงให้ร้อนนาน น้ำต้มไก่เหลือจากหุงข้าว นำมาทำน้ำแกงโดยใส่เลือด ผักกาดดอง แต่ก่อนนั้นใช้ฟัก และหัวไชเท้าด้วยแต่คนไม่ชอบ ไก่เองก็มีสูตร เวลาต้มต้องเน้นให้น้ำเดือด แล้วค่อยเบาไฟลง ต้มจนสุก ถ้าต้มนานขึ้นเนื้อจะเหนียวแต่นุ่มกว่า มีความน่าสนใจอีกประการคือเป็นร้านที่เปิด 24 ชั่วโมงมานานตั้งแต่ 20 ปีที่แล้ว

ภาพที่ 4.43 ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทร์เพ็ญ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

9. ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทร์เพ็ญ

ตั้งอยู่บริเวณหน้าสถานีรถไฟตลาดพลู ริมถนนเทอดไทระหว่างซอย 16 กับ 18 เจ้าของคือ คุณครรชิต นิตยานนท์ เป็นร้านเก่าแก่ที่เปิดขายมานานกว่า 60 ปี สืบทอดมากจากบรรพบุรุษ คือ คุณลิ้ม เคียกเซ้ง เป็นคนจีนแต้จิ๋ว มีชื่อเสียงโด่งดังในเรื่องน้ำซุปแลเนื้อเปื่อย มีเคล็ดลับในการทำน้ำซุปคือ ใส่กระดูกขาวัว เนื้อสามชั้นทั้งผืน และเทเครื่องปรุงทุกอย่างลงในหม้อก๋วยเตี๋ยว แล้วเติมน้ำสะอาดลงไปให้เต็ม ใช้ไฟอ่อนๆ ต้มเคี่ยวนานประมาณ 4-5 ชั่วโมง จนได้น้ำซุปก๋วยเตี๋ยวเนื้อวัวออกรสหวานจากไขกระดูก และดึงรสเนื้อเปื่อยออกมาได้มากที่สุด เนื้อนุ่มกำลังดี ไม่เหนียวหรือเละจนเกินไป พร้อมกับมีกลิ่นหอมจากเครื่องเทศทุกชนิด ในขณะที่กำลังต้มเนื้ออยู่นั้น จะมีน้ำมันจากเนื้อสามชั้นวัวกระจายอยู่บนผิวน้ำซุป ใช้ทัพพีช้อนตักเอาไขมันออกให้หมด ต้มเคี่ยวไปสักพัก เนื้อสามชั้นจะเป็นเนื้อเปื่อยนุ่มอร่อยแล้วค่อยหั่นเป็นชิ้นๆ นอกจากนี้ยังมีเนื้อสดธรรมดา และเนื้อกรอบหรือเนื้อน่องลาย ลูกชิ้นธรรมดาและลูกชิ้นเอ็น ส่วนเครื่องในก็มีตับ หัวใจ ม้าม ผ้าขี้ริ้ว เอ็น ปอด ไส้อ่อน ขอบกระด้ง

ภาพที่ 4.44 ร้านบะหมี่ตงเล้ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

10. ร้านบะหมี่ตงเล้ง

ตั้งอยู่บริเวณตลาดริมทางรถไฟ ซอยเทอดไท 25 เจ้าของคือคุณฮ้วง หรือคุณพิเชษฐ์ ธรรพวิวัฒนา เป็นร้านบะหมี่เก่าแก่ที่มีชื่อเสียงในตลาดพลูเปิดมานานกว่า 60 ปี โดยสืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ คือนายหลี่ ตงเล้ง เป็นคนจีนแต้จิ๋ว ความพิเศษของร้านนี้คือ ทำเส้นบะหมี่เอง เส้นเล็กบางกว่าแต่เหนียวนุ่มกว่า ใช้ไข่ใบใหญ่และใส่ไข่มากเป็นพิเศษ เลือกแป้งที่เกรดดีที่สุด ส่วนหมูแดงหมักข้ามคืน ลูกชิ้นปลาทำเอง หมูกรอบหอมทอดในน้ำมันที่ไม่ร้อนและเย็นเกินไป

ภาพที่ 4.45 ร้านบะหมี่นายก้า
ที่มา : คณะผู้วิจัย

11. ร้านบะหมี่นายก้า

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 27 เจ้าของคือ คุณประเสริฐ เมธาลิขิต เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 90 ปี โดยเริ่มมาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่หลี่ เป็นพี่น้องกับร้านหมี่ตงเล้ง นายก๊า เริ่มทำบะหมี่ก่อนเป็นเจ้าแรกในย่านนี้ ในสมัยก่อน ตีแป้ง นวดเส้นด้วยมือ นวดแล้วเอาไปเข้าเครื่องรีดตัด บิดาเป็นคนทำเส้นด้วยมือ ต่อมาบิดาไปสั่งทำเครื่องรีด ตัดเส้นบะหมี่ มาตั้งแต่ 50-60 ปีมาแล้ว จนร้านที่ทำเครื่องรีดบะหมี่ทำเครื่องขาย กลายเป็นที่แพร่หลายต่อมา สมัยก่อนตีมือใช้ไม้กระทุ้ง ปัจจุบันยังเก็บไม้ท่อนนั่นไว้บูชาจนทุกวันนี้ ความพิเศษของร้านนี้คือ เส้นบะหมี่ทำเอง 20 กิโล โดยใช้ไข่ 100 กว่าฟองต่อวัน หมูแดงคัดพิเศษแล้วนำไปด้วยย่างเตาถ่าน น้ำซุปต้มกระดูกหมู

ภาพที่ 4.46 ร้านหลุยส์บะหมี่เกี๊ยวกุ้งลูกชิ้นปลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

12. ร้านหลุยส์บะหมี่เกี๊ยวกุ้งลูกชิ้นปลา

ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดรัชดาภิเษก เจ้าของคือ คุณคมคาย เกิดวิชัย เป็นร้านบะหมี่ หมูแดง เกี๊ยวกุ้ง ลูกชิ้นปลา ฮือก๊วย แม้จะเปิดให้บริการมาเพียง 12 ปี แต่ร้านนี้จัดเป็นร้านหนึ่งที่มีชื่อเสียงในตลาดพลู สามีเดิมแซ่ลี้ ปัจจุบันนามสกุลแสงสิริสกุล เดิมทำก๋วยฉ่าย อยู่ตรอกโรงเจ

ภาพที่ 4.47 ร้านเตี๋ยเย็นตาโฟ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

13. ร้านเตี๋ยเย็นตาโฟ

ตั้งอยู่บริเวณริมทางรถไฟ ตลาดพลู เจ้าของคือ คุณวรพล เสริมเกียรติกุล เป็นร้านขายเย็นตาโฟแบบดั้งเดิม เปิดในบริการมานานกว่า 70 ปี เทคนิคพิเศษของร้านคือ นำผักบุ้งไปลวกน้ำร้อนก่อน แล้วจึงใช้กรรไกรตัดเป็นชิ้นๆทำให้สดกรอบไม่นิ่มหรือดิบจนเกินไป ซอสเย็นตาโฟที่นี่มีสีแดงไปทางส้ม ลูกชิ้นปลาทำเองมีขนาดเล็กกว่าปกติ แต่มีกลิ่นพริกไทยโดดเด่น เน้นการปรุงทีละชาม

ภาพที่ 4.48 ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี
ที่มา : คณะผู้วิจัย

14 ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 18 ใกล้กับท่าเรือตลาดพลู เจ้าของคือนางอารมณ์ นิติพรวิสิษฐ์ เอี่ยมองอาจ เปิดมานานกว่า 100 ปี สืบทอดกิจการมาจากพ่อสามี คือ จีนหลี แซ่ผู่ เป็นคนจีนไหหลำผัดหมี่ควันโขมงริมคลองบางหลวง ตรงท่าน้ำ ล้นเกล้ารัฐกาลที่ 5 เสด็จผ่านมาพ่อของสามีจึงได้ผัดถวาย หลังจากนั้นลูกสะใภ้เป็นคนรับสืบทอดกิจการแทนพ่อสามี และลุกสาวสองคนได้สืบทอดกิจการต่อไป และมีเมนูอาหารเพิ่ม เช่นปลากะพงนึ่งซีอิ้วปลาจะระเม็ดนึ่งบ๊วย ปลิงทะเล อาหารไทยอร่อยคือ ต้มส้มปลากระบอก แกงเลียง แกงส้มปูทะเล ยำถั่วพู ปูผัดผงกะหรี่ ความพิเศษคือ การผัดหมี่กรอบที่ไม่เหมือนใคร นำเส้นหมี่แช่น้ำ แล้วทอดน้ำมันเดือดๆ คั่วกับเนื้อปูเป็นก้อนและเครื่องปรุงจนได้ที่ หมี่จึงกรอบเหลืองแห้ง ผึ่งในตะแกรงให้สะเด็ดน้ำมัน และโปะลงไข่ดิบจนสุกเรียกไข่นอก มีให้เลือกว่าทำไข่นอก หรือไข่ใน คือตอกใส่ไปเลยตอนผัด ปัจจุบันทำแต่ไข่ใน ไม่ค่อยมีคนสั่งไข่นอก

ภาพที่ 4.49 ร้านแสบ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

15. ร้านแสบ

ตั้งอยู่ข้างสถานีรถไฟตลาดพลู เจ้าของคือ คุณสว่าง ปรีอารมณ์ และคุณวิชัย โพธิวัตร เปิดร้านมาประมาณ 40 ปี สมัยก่อนขาย 3 โมงเย็น จนถึง ตี 1 เพราะมีคนมาเที่ยวกลางคืนเยอะ และเป็นตลาดโต้รุ่ง

ปัจจุบันขายเที่ยงเลิก 20.30 น. แทน แต่เดิมเป็นลูกจ้างร้านเส่ยโภชนา ซึ่งเถ้าแก่เป็นคนจีนแต้จิ๋ว พอเจ้าของเสียชีวิต จึงออกมาเปิดร้านเอง มีความพิเศษที่มีเมนูอาหารเกือบ 50 อย่าง ปลา กุ้ง ต้องเลือกเองเป็นของสด ไม่ค้างคืน จากตลาดวัดกลางและปรับปรุงรสชาติตามใจลูกค้าด้วย คิดค้นจากอาหารสิบกว่าอย่าง ปัจจุบันมีมากกว่า 50 อย่าง อาหารขึ้นชื่อ ต้มยำขี้เมาทะเล หรือ ต้มโคล้ง ต้มแซ่บปลาหมึกทอด ปลาเก๋าสามรส ยำปลาดุกฟู หมูป่าผัดเผ็ด นำหมูป่ามาจากมาเลเซีย

ภาพที่ 4.50 ร้านสหายโภชนา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

16. ร้านสหายโภชนา

ตั้งอยู่บริเวณริมถนนเทอดไท เจ้าของคือ คุณสมชาย ทัฬหะกาญจนากุล เป็นร้านขายข้าวขาหมูสูตรแต้จิ๋ว สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 50 ปี ใช้เครื่องยาจีนป่วยกั๊กอบเชย ชงเจียว ซีอิ๊วที่ใช้ไม่ดำ แต่ขาหมูแดงกว่าเจ้าอื่น เพราะใส่น้ำตาลแดง แต่ก่อนขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อยมานานกว่าประมาณ 70 ปี เลิกไปเพราะเนื้อราคาแพงขึ้นและเกิดโรคแอนแทรคระบาด แรกเริ่มก๋งทำกิจการจักสาน แต่พ่อเปลี่ยนมาทำอาหารแทน

ภาพที่ 4.51 ร้านครัวบางหลวง ที่มา : คณะผู้วิจัย

17. ร้านครัวบางหลวง

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 18 เจ้าของคือ คุณสมชาย กิตติพัฒน์ถาวร เป็นร้านอาหารตามสั่ง เปิดให้บริการเพียง 10 ปี แต่เดิมคุณพ่อเป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่คู ซึ่งอาคุง คุณแม่เป็นคนไทย อยู่ในตลาดพลู มาตั้งแต่บรรพบุรุษ เป็นตึกแถวห้องหัวมุมถนนตลาดพลูและซอยเทอดไท 18 มีลวดลายปูนปั้นเฉพาะของตึกแถวแบบจีนในยุคนั้น บนป้ายร้านคือพญาอินทรีเด่นเป็นสัญลักษณ์คู่ตลาดพลู ความพิเศษคือ อาหารเน้นความสดของวัตถุดิบ แม่ครัวทำอาหารได้เร็วทันใจ โดยมีจานหลัก คือ ข้าวผัดน้ำพริกกะปิ ที่คิดค้นสูตรเองที่ได้รสชาติของน้ำพริก

ภาพที่ 4.52 ร้านสุริยากาแฟ ลิ้มฮะฮวด
ที่มา : คณะผู้วิจัย

18. ร้านสุริยากาแฟ ลิ้มฮะฮวด

ตั้งอยู่บริเวณ ตึกแถวหลังตลาดวัดกลาง เจ้าของคือ คุณวิชัย เลิศธานินวานิช มีชื่อจีนคือลิ้มซ่องจุ๊ย เป็นร้านกาแฟเจ้าเก่าที่เปิดขายมานานกว่า 90 ปี สืบทอดกิจการจากรุ่นบิดา ที่เป็นคนจีนแต้จิ๋ว ความพิเศษคือ เครื่องดื่มทุกแก้วชงแบบเข้มข้นมากกว่าที่อื่น 2 เท่า โดยเฉพาะกาแฟเย็นหวานมัน ส่วนชานำเข้ามาจากอินโดนีเซีย เครื่องมือ หม้อต้มกาแฟ กระป๋องตักกาแฟ สั่งทำให้ใหญ่กว่าปกติ ถุงกาแฟ ผ้าสั่งทำพิเศษ เรียกว่าผ้าสำลี มีขนาดยาวพิเศษ สั่งเย็บจากเยาวราช ต้องเลือกผ้าที่มีความหนา และความยาวพอดี นอกจากนี้ภายในร้านยังมีการเก็บรักษาเครื่องมือเก่าแก่ที่เป็นทองเหลืองของบรรพบุรุษไว้ รวมถึงตะเกียงเจ้าพายุเก่า เก้าอี้ม้านั่ง และโต๊ะไม้สักในร้านเป็นของเก่าสั่งซื้อมาตั้งแต่เก้าอี้ตัวละ 10 บาท ส่วนโต๊ะราคา 40 บาท

ภาพที่ 4.53 ร้านตั้งเจียงฮวด ที่มา : คณะผู้วิจัย

19. ร้านตั้งเจียงฮวด

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดกลาง เป็นร้านขายส่ง ขายขนมเปี๊ยะดั้งเดิม ขนมสิงโต รับขายกี่จ่าง รับขายของส่งทั่วไป ขนมทั่วไป ของเล่น เจ้าของปัจจุบันคือคุณพัชรี ไกรทองสุก (เจ้ใหญ่) สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ คนจีนแต้จิ๋ว โดยที่คุณพ่อปัจจุบันอายุ 98 ปี เป็นคนตั้งร้านสูตรขนมเปี๊ยะ กี่จ่าง เป็นสูตรจากบรรพบุรุษที่ประเทศจีน นำส่งยุโรปมากกว่าแสนลูก ใช้เวลาในการทำ 2 เดือน เชือกมัดต้องเป็นเชือกขาวอย่างดีเคยใช้เชือกกล้วยและปอมัด และจ้างคนผูก ข้าวเหนียวคัดพิเศษ ต้องต้มแล้วใส ไม่ขุ่นไม่มีข้าวที่แข็งติดเป็นเม็ดอยู่ข้างใน ข้าวเหนียวต้องไม่มีข้าวเจ้าปนมาหรือให้น้อยที่สุดเพราะข้าวเจ้าจะทำให้ขุ่นหรือแข็งอยู่ข้างใน กี่จ่างหรือขนมจ้างใช้รับประทานทั่วไป ร้านขนมเปี๊ยะดั้งเดิมทำมาก่อน กี่จ่างทำมา 60 ปี แต่ขนมเปี๊ยะกว่า 70 ปี

ภาพที่ 4.54 ร้านอิ๋วก้วย ตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

20. ร้านอิ๋วก้วย ตลาดพลู

ตั้งอยู่บริเวณตลาดริมทางรถไฟ เจ้าของคือ คุณไก่ ตั้งอัถรฐากูร เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 70 ปี โดยสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่ตั้ง โดยอากงเริ่มขายเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลงในสมัยก่อนร้านตั้งอยู่บริเวณลานริมน้ำ วัดราชคฤห์ ความพิเศษคือ ใช้เตาถ่านตั้งกระทะทอดน้ำมันแบบดั้งเดิม

ภาพที่ 4.55 ร้านหมวย-หลี น้ำแข็งไส
ที่มา : คณะผู้วิจัย

21. ร้านหมวย-หลี น้ำแข็งไส

ตั้งอยู่บริเวณเพิงถาวรริมทางรถไฟและถนนเทอดไท เจ้าของคือ คุณสุภาพ แซ่เฮ้ง เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 70 ปี สืบทอดกิจการจากรุ่นบิดาคือคุณปักเซ้า แซ่เฮ้ง เป็นคนจีนแต้จิ๋ว ในอดีตไม่มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่งก่อนแบกขนมน้ำแข็งหาบขายจากในสวน น้ำแข็งเป็นก้อนมีที่ขูดไสเสียบไม้ ต่อมาจึงเริ่มทำเป็นแผงขาย เคล็ดลับคือทำสลิ่ม กะทิ กวนเอง รมควันเทียนหอม ทำมาจากแป้งอย่างดีจากนครปฐม ถั่วอย่างดี ตั้งเตาผสม ใช้มือกดทำเอง ต่อมาไอศครีมกะทิไข่แข็ง ไข่สดตักกับไอครีม 3 ลูก ไอครีมทำเองใช้มือ หลังจากเครื่องเสีย เลยรับไอศครีมที่ทำเสร็จแล้ว มามีหลายรส ดั้งเดิมคือกะทิ ของผสมในขนม เช่น มันเชื่อมเผือกเชื่อม สัปปะรด ทำเอง

ภาพที่ 4.56 ร้านขนมเบื้องญวน สุอาภา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

22. ร้านขนมเบื้องญวน สุอาภา

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 18 หรือตรงแยกตลาดพลู เจ้าของคือ คุณสุอาภา บรรดาลสุขสันต์ ร้านเป็นรถเข็นขายขนมเบื้องญวนโดยขายมานานกว่า 17 ปี เป็นสูตรโบราณสืบทอดมาจากมารดา มีความพิเศษคือ ใช้เตาถ่านในการทำแบบโบราณ เพราะสามารถควบคุมความร้อนได้ดีและร้อนระอุทั่วกระทะดีกว่าเตาแก๊ส ทำให้ขนมเบื้องญวนมีความหอมกว่า

ภาพที่ 4.57 ร้านตั้งสี่หมง ของไหว้ โกวอุ่ย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

23. ร้านตั้งสี่หมง ของไหว้ โกวอุ่ย

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 30 เจ้าของคือ คุณนวพร คล่องดำเนินกิจ ประกอบกิจการขายของไหว้เจ้า สืบทอดกิจการจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นคนจีนแต้จิ๋วมานานกว่า 50 ปี โดยเริ่มมาจากปู่ที่ประกอบกิจการนี้ที่ประเทศจีน ทำให้ของไหว้มาจากประเทศจีน พอช่วงที่พ่อมาเมืองไทย พ่อไม่อยากทำกิจการนี้ แต่แม่ขอร้องจึงทำมาจนถึงรุ่นลูก

ภาพที่ 4.58 ร้านโล้ว เจ็ง เซี้ยง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

24. ร้านโล้ว เจ็ง เซี้ยง

ตั้งอยู่บริเวณตลาดวัดกลาง เจ้าของคือ คุณกมล วิสุทธิ์เสนีวงศ์ เป็นร้านขายเครื่องจักสาน ขนมไหว้ ของใช้แม่ค้า ของไหว้เทศกาลทุกชนิด เปิดมานานกว่า 55 ปี พ่อเป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่โล้ว ส่วนทางแม่ แซ่ตั้ง โดยสืบทอดกิจการจากป้า ที่รับของจักสานมาจาก บางปะหัน อยุธยา ขนมไหว้เทศกาลต่างๆ ไหว้พระจันทร์ ตรุษจีน สาร์ทจีน กระทง รับมา แต่ กี่จ่าง บ๊ะจ่างทำเอง ขายส่ง กำไร 1-2 บาท เท่านั้น

ภาพที่ 4.59 ร้านอินทรโอสถ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

25. ร้านอินทรโอสถ

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดราชคฤห์ เป็นที่ธรณีสงฆ์ของวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณนพดล ศรแพทย์ เป็นร้านขายยาแผนโบราณที่เปิดมานานกว่า 100 ปี โดยสืบทอดกิจการมาตั้งแต่รุ่นทวด อาก๋งเป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่กั่ว ส่วนอาม่า แซ่จิ้น มีการบดยา และผสมเองมาแต่บรรพบุรุษที่เป็นคนจีน ในแง่สถาปัตยกรรม คือ ยังคงอนุรักษ์อาคารไม้ไว้อย่างสมบูรณ์ รวมถึง ช่องขนของทางเพดาน บานประตูและตู้ยาไม้สัก อุปกรณ์ต่างๆ ในการปรุงยาสมุนไพร

ภาพที่ 4.60 ร้านขายเครื่องจักสาน
ที่มา : คณะผู้วิจัย

26. ร้านขายเครื่องจักสาน

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณวิวัฒน์ วงศ์ทศพร เป็นบ้านไม้ผนังปูน 2 ชั้น โดยสืบต่อกิจการจากบรรพบุรุษที่เป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่ลิ้ม ร้านขายเครื่องจักสาน มีหลังคาจั่วป้าน รูปแบบเรียบง่าย แต่ก่อนบ้านเป็นบ้านไม้ทั้งหลังต่อมาไฟไหม้จึงสร้างใหม่เมื่อ ปี 2506 สมัยก่อนโรงเรียนวัดเป็นอาคารไม้มุงกระเบื้องว่าว ร้านรอบๆ เป็นบ้านไม้ทั้งหมด มีหอระฆังเก่าของวัดเท่านั้นที่ก่ออิฐถือปูน มีเจดีย์รอบๆ แทบเป็นทุ่งเจดีย์ ต่อมาคนมากขึ้นจึงรื้อเจดีย์สร้างบ้าน บ้านรอบๆหอระฆังเคยเป็นโรงงานขนมปังซึ่งเลิกไปแล้ว อาชีพร้านขายเครื่องจักสานเกิดขึ้น เพราะมีความต้องการเข่ง เพื่อเก็บพลูจากในสวนเข่งที่ใช้สมัยก่อน มีการสานเป็นรางหกเหลี่ยมขอบเย็บไม้ไผ่ มีครอบถักด้วยไม้ไผ่ หมุนเกลียวบิด มีฐานเป็นหวาย สมัยนี้ไม่มีคนทำแล้ว

ภาพที่ 4.61 โรงน้ำปลาเฮ้าเต็กเช้ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

27. โรงน้ำปลาเฮ้าเต็กเช้ง

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 16 เช่าที่ดินเป็นของทายาทพระเสริม พาณิชย์ (เสริม ชูโต) เจ้าของคือคุณเหลียงเต็ง แซ่เฮ้า (เลิศปิติวิทย์) เป็นอาคารไม้เก่าผังเป็นรูปตัว C ยาว 10 ช่วงเสา เป็นโรงบรรจุน้ำปลาอยู่ 4 คูหาหัวมุมโรงน้ำปลาดำเนินกิจการมาตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ ซึ่งเป็นคนจีนแต้จิ๋ว มานับร้อยกว่าปี ตั้งแต่ยังไม่มีถนนเทอดไท คนในตระกูลทำ โรงน้ำปลา โรงซีอิ้ว โรงเต้าเจี้ยว มาตลอดจนถึงรุ่น คุณเหลียงเต็ง เมื่อเรียนหนังสือจบมาพ่อให้แจวเรือส่งน้ำปลา เต้าเจี้ยว มีเรือส่งของหลายลำ สมัยก่อนจะมีเรือขนส่งน้ำตาลปี๊บจากดำเนินสะดวกมาทีเป็นสิบลำ มีการขนส่งเกลือมาจากมหาชัยด้วย ปัจจุบันโรงงานทำเต้าเจี้ยวเลิกไปแล้วเพราะญาติแยกย้ายกันไปทำที่อื่น ส่วนน้ำปลาทำที่ระยองแล้วมาบรรจุที่นี่แทน มีตราจิงโจ้ นางฟ้า แมวดำ ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน ในอดีตห้องที่อยู่ริมน้ำริมน้ำเคยเป็นที่ทำการไปรษณีย์ตลาดพลู มีท่าเรือสำหรับรับส่งพัสดุภัณฑ์ต่างๆ

ภาพที่ 4.62 ร้านขนมหวานตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

28. ร้านขนมหวานตลาดพลู

ตั้งอยู่ในตึกแถวเลขที่ 1126 ริมถนนเทอดไท ซอยเทอดไท 25 เจ้าของร้านคือ คุณสุลาลัย ผดุงวนากุล โดยสืบทอดมาจากคุณทวดน้อย วนากุล ถ้านับจนถึงปัจจุบันกว่า 70 ปี ที่ประกอบการในตลาดพลู มีขนมหวานไทยที่ขึ้นชื่อโดยขนมหวานไม่หวานจนเกินไป มีชื่อเสียงมากคือ ขนมชั้นใบเตย หอมหวาน เน้นความสดใหม่ ทำสดๆวันต่อวันไม่มีค้างคืน ไม่ใส่สารกันบูด โดยที่ขนมตัดเป็นชิ้นเล็ก เช่น ตะโก้ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ห่อใบตองแบบดั้งเดิม ราคาเพียงห่อละ 6 บาท ยังมีขนมหม้อแกง ขนมสังขยาฟักทองที่คว้านฟักทองทั้งลูก ที่ขายเป็นถาดและเป็นลูกใหญ่ โดยร้านเปิดให้บริการ ช่วงสาย และมีบัตรคิวให้ลูกค้ารอตามคิวเนื่องจากมีผู้ซื้อมากจึงต้องจัดระเบียบ

ภาพที่ 4.63 ร้านสรินทิพย์ขนมเบื้องไทย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

29. ร้านสรินทิพย์ขนมเบื้องไทย

ตั้งอยู่หน้าตลาดรัชดาภิเษก เจ้าของ คือ คุณนภากร กษิดิศและสรินทิพย์ มีชูนุชทร์ เริ่มทำขนมเบื้องตั้งแต่สมัยคุณยายซึ่งเป็นคนอยุธยา แต่รุ่นคุณแม่มาโตที่ตลาดพลู เรียนหนังสือถึงแค่ ป.3 ที่โรงเรียนวัดมอญ ออกมาขายของในตลาดพลู คุณพ่อเป็นคนวัดม่วง แต่ย้ายไปอยู่บางกอกใหญ่ คุณยายขายขนมไทยมาก่อน คุณแม่เป็นคนปรับปรุงสูตรจนขายดี เริ่มทำขายมานานกว่า 70 ปี ถึงปัจจุบัน ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ต้องขายไปวิ่งหนีลูกระเบิดไป ใช้แป้งสูตรพิเศษ จากการคั่วถั่วเขียวนึ่งบด และการทำไส้หวาน ไส้เค็มที่ไม่เหมือนใคร ไส้เค็มทำจากมะพร้าวขูดผสมกุ้งสับ ส่วนไส้หวานมีสีแดงเหมือนไส้เค็ม

ภาพที่ 4.64 ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม
ที่มา : คณะผู้วิจัย

30. ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม

ตั้งรถเข็นอยู่หน้าซอยเทอดไท 20 เจ้าของคือ คุณกิมเอง กายธรรมกุล ป้ากิมเองเป็นคนตลาดพลู โดยกำเนิด บรรพบุรุษเดิมแซ่เตียว เป็นคนจีนฮกเกี้ยน สมัยรุ่นคุณแม่ ทำกล้วยปิ้งขาย แต่พอถึงรุ่นป้ากิมเอง เปลี่ยนมาเป็นขนมหวานด้านมันเชื่อมแทน โดยทำขายมากว่า 30 แล้ว วัตถุดิบกล้วยทั้งหมดสั่งมาจากเพชรบุรี สั่งมา 80 กิโลกรัม ต่อวัน มันสำปะหลัง สั่งมาวันละ 100 กิโลกรัม ปอกแล้วใช้ได้แค่ 30 กิโลกรัม ที่ไม่มีใครทำในปัจจุบัน คือ กล้วยหักมุกเชื่อม ปัจจุบันมีน้องสาวและหลานมาช่วยกันทำเพราะทำไม่ทันกล้วยเชื่อมขายหมดทุกวัน

ภาพที่ 4.65 ร้านนิอ่างน้ำแข็งไสโต้รุ่ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

31. ร้านนิอ่างน้ำแข็งไสโต้รุ่ง

ตั้งรถเข็นริมทางรถไฟตรงข้ามกับเพิงขายอาหารข้างสถานีรถไฟตลาดพลู เจ้าของคือคุณ พร อัครเสถียร เป็นร้านที่เปิดขายมาประมาณ 50 ปีในตลาดพลูเดิมซึ่งมีส่วนของตลาดโต้รุ่ง เมื่อตลาดพลูและตลาดโต้รุ่งโดนเวนคืนสร้างสะพานถนนรัชดาภิเษกจึงย้ายมาในที่ปัจจุบัน เริ่มมีชื่อเสียงช่วงสงครามเวียตนาม เพราะนักเที่ยวกลางคืนมีของหวานยอดนิยมคือกล้วยปั่นผลไม้ปั่น สดและไอศครีมไข่แข็ง

ภาพที่ 4.66 ร้านตั้งง่วนฮะ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

32. ร้านตั้งง่วนฮะ กุ่ยสือ

ตั้งอยู่ในตึกแถวริมถนนเทอดไท เลขที่ 1163 ตรงข้ามซอยเทอดไท 22 เจ้าของร้านชื่อ คุณวิรัช ติระจินดาสกุล ทำขนมไหว้เจ้าต่างๆ ขนมเปี๊ยะ ขนมจั่นอับ ขนมน้ำตาล สิงโต มากว่า 70 ปีแล้ว ทำมาตั้งแต่รุ่นอาก๋งซึ่งเป็นคนจีนแต้จิ๋วจนถึงรุ่นพ่อซึ่งอพยพมาเมืองไทย ใช้ชื่อเดียวกับร้าน คือ ตั้งง่วนฮะ แต่เมื่อเรียนที่โรงเรียนในย่านนี้ ใช้ชื่อ ตั้งง่วนเทียม ร้านแต่เดิมอยู่ริมคลองบางหลวง ด้านหนึ่งติดร้านทองย่งเส็งอีกข้างหนึ่งติดร้านหมี่กรอบจีนหลี ต่อมาถูกเวนคืนที่เพื่อสร้าง สะพานถนนรัชดาภิเษกจึงย้ายมาที่ปัจจุบัน ขนมเปี๊ยะที่วางขาย เจ้าของร้านทำไส้เองหมด ปัจจุบันยังทำกับภรรยาเพียง 2 คน โดยที่ลูกหลานไปเปิดบริษัทค้าขาย และคงไม่มีทายาทสืบต่อเมื่อแก่ตัวลงกว่านี้

ภาพที่ 4.67 ร้านขายยาบ้วนสุนตึ๊ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

33. ร้านขายยา บ้วนสุนตึ๊ง ตั้งแกฮึ้ง ยาหอมตรา 5 นกกระเรียน

ตั้งอยู่ในตึกแถวริมถนนเทอดไท ใกล้ร้านตั้งง่วนฮะ เจ้าของคือคุณสุนีย์ ตาคะนานันท์ อาก๋งเป็นคนตั้งร้าน ชื่อตั้งกิมเฮง เป็นคนจีนแต้จิ๋ว เป็นหมอยาอยู่เมืองจีน หลังจากอพยพมาเมืองไทย ประกอบอาชีพอื่นแล้วจึงกลับมาขายยาจีน และมีการจด ตำรับยาจีนของตนเอง ด้านยาหอม ยาผิวหนัง มีโรงงานอยู่ย่านวัดไร่ขิง สมัยก่อนอยู่ริมทางรถไฟ แต่โดนถนนรัชดาภิเษก ตัดผ่านจึงย้ายมาอยู่ในตึกแถวริมถนน

ภาพที่ 4.68 ร้านตัดผมลุงวิเชียร
ที่มา : คณะผู้วิจัย

34. ร้านตัดผมลุงวิเชียร

ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 323 ซอยเทอดไท 21 หรือ ตรอกโรงเจ เจ้าของคือคุณวิเชียร นนทแก้ว เดิมคุณลุงเริ่มกิจการเมื่อ 60 ปีมาแล้ว จนมีร้านตัดผมใหญ่อยู่ที่สี่แยกตลาดพลู ต่อมาโดนเวนคืนที่เพื่อสร้างสะพานถนนรัชดาภิเษก จึงเลิกกิจการมาเปิดร้านขนาดเล็กคูหาเดียวในเรือนแถวไม้ โดยยังเก็บเก้าอี้ตัดผมรุ่นเก่าและกระจกเงาที่มีคำอวยพรภาษาจีนติดไว้ ตั้งแต่เริ่มกิจการไว้จนถึงปัจจุบัน

ภาพที่ 4.69 ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

35. ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง

ตั้งอยู่ในตึกแถว ซอยเทอดไท 20 หลังร้านตัดเสื้อซิลเวอร์ เจ้าของคือ ป้าอ้อย หรือ คุณสดศิริวรวรรณ เป็นคน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ แต่มาอยู่ตลาดพลูตั้งแต่อายุ 12 ปี ปัจจุบันอายุ 62 ปี เริ่มขายอาหารครั้งแรกคือเปิดร้านขายเนื้อเปื่อย ในตลาดหน้าโรงหนังวิกเตี้ย จนย้ายมาเช่าที่ในตึกปัจจุบัน ประกอบกิจการมากว่า 35 ปี ทำอาหารตามสั่ง ป้าอ้อยและสามีซื้อวัตถุดิบอาหารด้วยตัวเอง เตรียมอาหารด้วยตัวเองจนถึงลงมือทำเอง มีอาหารขึ้นชื่อคือหมี่กระเฉด ไข่เจียวหมูสับ กุ้งสับที่คนในชุมชนนิยมสั่ง

ภาพที่ 4.70 ร้านลิ้มเชิญชิม
ที่มา : คณะผู้วิจัย

36. ร้านลิ้มเชิญชิม

ตั้งอยู่ในเพิงริมทางรถไฟติดกับเพิงขายอาหารหลักที่มีร้านอาหารชื่อดังรวมอยู่หลายร้านเจ้าของคือ คุณลักษณ์ ธีระพรเศรษฐ์ แซ่เดิม คือแซ่เฮ้ง เป็นคนจีนแต้จิ๋ว ขายข้าวมันไก่และก๋วยเตี๋ยว เนื้อเปื่อย ขายมากว่า 40 ปี เดิมอาก๋งมีอาชีพทำสวนพลูและขายพลู ตั้งแต่สมัย ร. 5 ต่อมาคุณพ่อมี อาชีพเลี้ยงหมู ในตรอกคุณพระ ได้สูตรการปรุงอาหารมาจากเพื่อนซึ่งเลิกกิจการจึงมาขายที่นี่มีจุดเด่นที่มีอาหารหลักของย่านนี้ทั้ง 2 อย่าง คือข้าวมันไก่ และก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อย

ภาพที่ 4.71 ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส
ที่มา : คณะผู้วิจัย

37. ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส

ตั้งอยู่ในเพิงหลังตึกแถวริมทางรถไฟขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อยเจ้าของกิจการคือ คุณมณี บุญนิมิตร ภักดีสืบทอดกิจการของคุณพ่อ ซึ่งเดิมแซ่เฮ้า ชื่อตือ ขายมากว่า 50 ปีเดิมในรุ่นคุณปู่ นั้นทำสวนพลูต่อมาคุณพ่อแยกมาทำก๋วยเตี๋ยวขายเคยขายเย็นตาโฟและเปลี่ยนเป็นเนื้อเปื่อยที่ริมถนนสี่แยกตลาดพลูเดิม ต่อมาจอมพลสฤษดิ์สั่งเลิกขายของริมถนนจึงย้ายมาขายบนสถานีและที่เพิงริมทางรถไฟในปัจจุบันมีสูตรแตกต่างจากเนื้อเปื่อยเจ้าอื่นๆในย่านคือ เคี่ยวน้ำซุปเครื่องเทศยาจีนแบบน้ำใสไม่มีสีแบบเจ้าอื่น

ภาพที่ 4.72 ร้านท่งอัน
ที่มา : คณะผู้วิจัย

38. ร้านท่งอัน

ตั้งร้านมาราว 70 ปีแล้ว โดยคุณพ่อเป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่เตีย อพยพมาจากเมืองจีนแต่เดิมคุณพ่อเคยเป็นลูกจ้างร้านขายยาร้านอื่นมาก่อนแต่ต่อมาเปิดกิจการเองโดยเช้งห้องแถวริมถนนซอยเทอดไท 18 นี้ จากทายาทนายต่างบุณยมานพ ตั้งแต่ตึกแถวเริ่มสร้างใหม่ โดยปัจจุบันขายยาแผนปัจจุบันด้วย

ภาพที่ 4.73 ร้านสุราซ่งกัง ตราเสือโคร่ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

39. ร้านสุราซ่งกัง ตราเสือโคร่ง

ตั้งอยู่ในซอยเทอดไท 33 เจ้าของคือคุณ วิสิษฐ์ เหล่าธนาวณิชย์ โดยเริ่มทำสุรามากว่า 70 ปีแล้ว เริ่มจากคุณพ่อแซ่ล้อนำสูตรมาจากเมืองจีน โดยทำกับญาติผู้ใหญ่แซ่เล่า ชื่อร้านเล่าจี่ชุนแถวหัวลำโพง คนจีนส่วนใหญ่เมื่ออพยพมาถึงไทยจะเป็นกุลีก่อน ทำงานแบกหามต้องการยาชูกำลัง โดยที่ชาวจีนส่วนหนึ่งที่มีสูตรยาดองจึงได้เริ่มทำ โดยเริ่มแรกร้านเหล้าสมุนไพรจีนส่วนใหญ่นำยาสมุนไพรของตนไปดองตามโรงกลั่นเหล้า ที่อยู่ในหัวเมืองต่างๆ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2502 จอมพลสฤษดิ์อนุญาตให้สัมปทานเปิดโรงกลั่นสุราในกรุงเทพ คือ โรงงานสุราบางยี่ขัน โดยให้แก่ นายสหัส มหาคุณ จากนั้นคุณวิสิษฐ์จึงได้เปลี่ยนมาดองเหล้าที่โรงสุราในกรุงเทพฯ คือที่โรงงานสุราบางยี่ขัน โดยมีถังไม้สักใส่ยาสมุนไพรดองกับเหล้าโรง ในปีพ.ศ. 2505 หลังจากโรงงานสุราบางยี่ขันได้ปิดตัวลง ทางร้านได้ย้ายไปทำการดองเหล้าที่โรงเหล้าในเขตจังหวัดราชบุรีแทนจนถึงปัจจุบัน

5. งานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมปัจจุบันย่านชุมชนตลาดพลู

ตารางที่ 4.2 แสดงงานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมปัจจุบันย่านชุมชนตลาดพลู

วันที่	เทศกาล	สถานที่
31 มกราคม	งานง่วนเชียว	ศาลเจ้ากวนอู
10 กุมภาพันธ์	งานง่วนเชียว	ศาลเจ้าตึกดิน
11-17 กุมภาพันธ์	งานฉลองวัดราชคฤห์	วัดราชคฤห์
23-30 มีนาคม	งานฉลองวัดอินทาราม	วัดอินทาราม
14 มิถุนายน	งานแห่ประจำปี	ศาลเจ้ากวนอู
20 กรกฎาคม	งานแห่เทียนพรรษา วัดโพธินิมิต	วัดโพธินิมิตร
2 สิงหาคม	งานแห่ประจำปี	ศาลเจ้ากวนอู
20 สิงหาคม	งานเทกระจาด	ศาลเจ้ากวนอู
15 กันยายน	งานแป๊ะบ่วยชิวจับ	ศาลเจ้าตึกดิน
5-13 ตุลาคม	งานเทศกาลกินเจ	ตลาดพลู
7-8 ธันวาคม	งานเซียซิ้ง	ศาลเจ้ากวนอู
12 ธันวาคม	งานแห่ประจำปี	ศาลเจ้าพระเพลิง
18 ธันวาคม	งานเซียซิ้ง	ศาลเจ้าตึกดิน
27 ธันวาคม	งานแห่ราชาภิเษกพระเจ้าตากสินมหาราช	วัดอินทาราม

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) แสดงงานเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมปัจจุบัน และกิจกรรมเสริมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านชุมชนตลาดพลู

ชื่อโครงการ	ลักษณะกิจกรรม	ระยะเวลา	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	สถานที่	ผู้รับผิดชอบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
มกราคม					
1. โครงการหน้าบ้านฉันน่ามอง	การทำความสะอาดบ้านเรือนเพื่อต้อนรับปีใหม่ตรุษจีน	วันที่ 11 ม.ค. วันปีใหม่ วันเด็ก	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ทุกบ้านและสถานที่สำคัญในเขตพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. งานง่วนเชียว งานแห่สิงโต เทศกาลของไหว้เจ้า งานแห่ประจำปี	งานแห่สิงโต	วันที่ 31 ม.ค. วันตรุษจีน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวนอูตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
กุมภาพันธ์					
1. โครงการตลาดพลู บ้านฉันดีงาม	การเดินเที่ยวตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์แรกของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	สถานที่สำคัญในย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3. ชุนชนในพื้นที่ 4. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. วันมาฆบูชา	จัดกิจกรรมทางศาสนาและนิทรรศการ	วันมาฆบูชา	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	งานฉลองประจำปี -วัดราชคฤห์ -วัดอินทารามวรวิหาร -วัดโพธินิมิตรสถิตมหาศรีมาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. งานง่วนเชียว	งานแห่ประจำปี	10 ก.พ.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ศาลเจ้าตึกดินตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

				5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4.	**งานฉลองวัดราชคฤห์**	งานประจำปี	งานเทศการประเพณีประจำปี	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดราชคฤห์	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
5.	**โครงการงานอาหารดีอาหารอร่อย ตลาดพลู**	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิต	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

มีนาคม					
1. โครงการเจ้าบ้านที่ดีเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม	1. จัดอบรมสัมมนาให้สมาชิกในชุมชนเข้าใจศักยภาพและปลูกจิตสำนักที่ดีต่อชุมชน 2. การอบรมมัคคุเทศก์อาวุโสสำหรับปราชญ์ชาวบ้านและยุวมัคคุเทศก์สำหรับเยาวชน	วันเสาร์สัปดาห์แรกของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักเรียน 6. ผู้อาวุโส	ร.ร. วัดราชคฤห์ ตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการปั่นจักรยานยลเสน่ห์ตลาดพลู	ปั่นจักรยานเส้นทางเชื่อต่อ คลองบางหลวง-ตลาดพลู ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู		1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	สถานที่สำคัญในย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. งานฉลองวัดอินทาราม	งานประจำปี	งานเทศการประเพณีประจำปี	1. ชุนชนในพื้นที่ 3. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 4. เขตธนบุรี	งานฉลองประจำปีวัดอินทาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู

			5. กทม. 6. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิต	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
เมษายน					
1. โครงการรำลึกวันประสูติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช	1. ศิลปะการแสดงมรดกมวยคาดเชือกสมเด็จพระเจ้าตากสิน 2. กาลเล่นสงกรานต์ไทย-มอญ	1. วันอนุรักษ์มรดกไทย 2 เม.ย. 2. วันประสูติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดอินทาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการงานสงกรานต์สองวัฒนธรรม	3. จัดกิจกรรมสงกรานต์ไทย-มอญ	13-15เม.ย.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี	วัดอินทาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู

			4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิต	1 ชุนชนในพื้นที่ 3. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
พฤษภาคม					
1. วันวิสาขบูชา	จัดกิจกรรมทางศาสนา นิทรรศการ	วันวิสาขบูชา	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	งานฉลองประจำปี -วัดราชคฤห์ -วัดอินทาราม -วัดโพธินิมิตรสถิตมหาศรีมาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการตื่นตาตื่นใจไฉไลกวี ตลาดพลู	กิจกรรมการเขียนเรียนรู้วรรณกรรมโดย โบตั๋น	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี	ร.ร. กงลี้จงซัน ศาลเจ้าตึกดิน เก่า	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู

			4. กทม. 5. นักเรียน 6. ผู้อาวุโส 7. ประชาชนทั่วไป		- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
8. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู		วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	แยกตลาดพลู	3. ชุนชนในพื้นที่ 4. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
มิถุนายน					
1. โครงการงานกิจกรรมย้อนยุคคลองบางหลวงรำลึก	จัดกิจกรรมนิทรรศการเล่าประวัติศาสตร์ตลาดพลูย้อนยุค		1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดโพธินิมิตรสถิตมหาศรีมาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู

	ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู		2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
กรกฎาคม					
1. วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา	1. ประเพณีแห่เทียนพรรษา 2. การประกวดต้นเทียนสร้างสรรค์จากศิลปินท้องถิ่นและศิลปินร่วมสมัย	งานแห่เทียนพรรษา	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดโพธินิมิตรสถิตมหาศรีมาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการนักท่องเที่ยวอาสารักษ์ย่านตลาดพลู ปลื้มปริ่มยิ้มบ้านฉัน	กิจกรรมร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนร่วมกันจัดกิจกรรมการพัฒนาย่านเก่าเพื่อเชิดชูเอกลักษณ์อัตลักษณ์ เพื่อคนรุ่นใหม่	วันสิ่งแวดล้อมโลก 5 มิ.ย.	1. ชุนชนในพื้นที่ 3. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 4. เขตธนบุรี 5. กทม. 6. นักท่องเที่ยว		1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	2. ชุนชนในพื้นที่ 7. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 8. เขตธนบุรี 9. กทม. 10. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	4. ชุนชนในพื้นที่ 5. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
สิงหาคม					
1. งานแห่ศาลเจ้าพ่อกวนอู	งานฉลองเทศกาลประจำปี	2 ส.ค.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวนอู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. งานเทกระจาด	งานฉลองเทศกาลประจำปี	20 ส.ค.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวนอู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

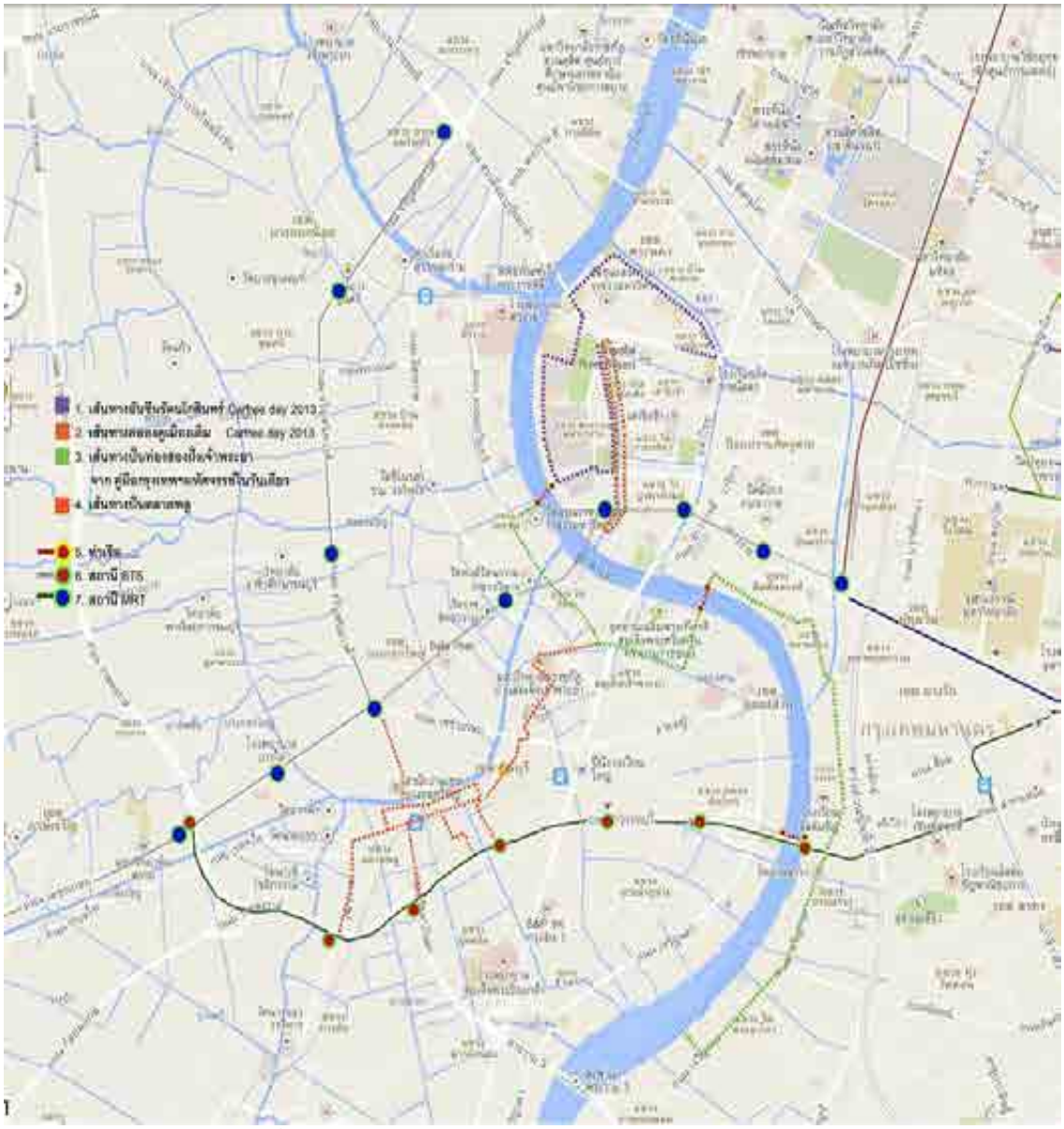
3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
กันยายน					
1. งานแป๊ะบ่วยชิวจับ	งานฉลองเทศกาลประจำปี		1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้าตึกดิน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการนานารสชาติ อาหารอร่อย ตลาดพลู Street Food good taste: The best in ASEAN at Talad Phlu	การประกวดอาหารอร่อยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป		1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	แยกตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม .
ตุลาคม					
1. โครงการถือศีลกินผัก	1. งานฉลองเทศกาลประจำปี 2. ประกวดอาหารไชน่าทาวน์ฝั่งธน China Town Thonburi Veg. Creative Fusion/ Authentic Food	เทศกาลกินเจตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	โรงเจย่านตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

2. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การชื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม .
พฤศจิกายน					
1. โครงการลอยกระทง ริมคลองบางหลวง ตลาดพลู	กิจกรรมลอยกระทง กาบหมากและลอยกระทงบัวสาย	วันลอยกระทง 16 พ.ย.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ท่าน้ำวัดต่าง ๆ ย่านตลาดพลู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การชื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
ธันวาคม					
1. งานเชียซิ้ง	งานฉลองเทศกาลประจำปี	7-8 ธ.ค.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวนอู	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. งานแห่ศาลเจ้าพ่อพระเพลิง	งานฉลองเทศกาลประจำปี	12 ธ.ค.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้าพระเพลิง	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. งานเชียซิ้ง	งานฉลองเทศกาลประจำปี	18 ธ.ค.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ศาลเจ้าตึกดิน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. โครงการพระมหากษัตริย์มหาราชพระองค์เดียวในสมัยอาณาจักรธนบุรี Light and Sound	งานแห่ราชาภิเษกพระเจ้าตากสินมหาราช	28 ธ.ค.	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดอินทาราม	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย	การซื้อ ช้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์สุดท้ายของเดือน	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร	1. ชุนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.



ภาพที่ 4.74 โครงข่ายทางจักรยานตลาดพลู-กรุงรัตนโกสินทร์
ที่มา : Google ดัดแปลง : คณะผู้วิจัย

6. กิจกรรม

6.1 เส้นทางจักรยานตลาดพลู (Talad Phlu Bicycle Tour) เนื่องจากการขยายตัวของการใช้จักรยานในปัจจุบัน ทำให้มีปริมาณนักท่องเที่ยว ที่เดินทาง โดยใช้จักรยานไปยังแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และชุมชนต่างๆในพื้นที่เมืองมากขึ้น การใช้จักรยานยังมีผลกระทบต่อชุมชนน้อยกว่าการเดินทางโดยรถยนต์ หรือรถโดยสารขนาดใหญ่ต่าง ๆ ทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตของชุมชนโดยเฉพาะชุมชน ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ ที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อวิถีชีวิต ทั้งที่เป็นมรดกทางกายภาพ และมรดกที่จับต้องไม่ได้ โดยที่หน่ายงานท้องถิ่น เช่น กรุงเทพมหานคร โดยกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว ได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวโดยใช้จักรยานไว้หลายเส้นทาง ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ เช่น เส้นทางอันซีนรัตนโกสินทร์ (Unseen Rattanakosin Route) และ เส้นทางคลองคูเมืองเดิม (Old City Moat Route) ซึ่งใช้ในงาน Bangkok Car free Day ในการชม เขตเมืองประวัติศาสตร์ กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นในและชั้นกลาง นอกจากนี้ ได้มีเส้นทางเพิ่มเติม ในบริเวณใกล้เคียงกับพื้นที่ศึกษาตลาดพลูและวัดโพธินิมิตร คือ ปั่นท่องสองฝั่งเจ้าพระยา ซึ่งเป็นหนึ่งใน 15 แผนที่แหล่งท่องเที่ยว จากหนังสือ กรุงเทพฯ มหัศจรรย์ในวันเดียว ของ กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยเริ่มต้นจากวัดอรุณราชวราราม ปั่นชมวัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด และชุมชนในบริเวณ กะดีจีน ไปจนถึงท่าดินแดงและข้ามเรือไปยังบางรักปั่นไปถึงเอเชียทีค

ภาพที่ 4.75 ทำบุญไหว้พระ 15 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในตลาดพลู
ที่มา : ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล (2557) - คณะผู้วิจัย

นอกจากนี้การขยายตัวของ เส้นทางรถไฟฟ้า BTS และ MRT สายสีน้ำเงิน และสีม่วงในย่านพื้นที่ตลาดพลู โดยมีสถานีรถไฟฟ้า BTS 3 สถานีที่สามารถเดินทางสู่พื้นที่ตลาดพลูได้ในระยะใกล้และ สถานี MRT 2 สถานี ซึ่งเชื่อมต่อพื้นที่ธนบุรีกับใจกลางกรุงเทพมหานครแผนที่โครงข่ายทางจักรยานตลาดพลู-กรุงรัตนโกสินทร์โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนต่อเนื่องกับแผนงานและนโยบายของ กองการท่องเที่ยว กทม.ที่ได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวไว้แล้ว โดยเส้นทางท่องเที่ยวจักรยานตลาดพลูสามารถเชื่อมต่อกับเส้นทางปั่นท่องเที่ยวย่านกะดีจีนและปั่นท่องสองฝั่งเจ้าพระยา คือ สามารถเชื่อมต่อกันที่ ถนนอินทรพิทักษ์ วงเวียนใหญ่ ถนนอิสรภาพ ทำให้มีทางเลือกในการท่องเที่ยวนอกจากการปั่นไปท่าดินแดงแล้วข้ามฟากไปถนนเจริญกรุงเลียบแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังเอเชียทีคซึ่งเป็นระยะทางไกล นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวชมชุมชนริมคลองบางหลวง หรือแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าแทนได้อีกเส้นทางหนึ่ง

2. ยังสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวจากระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ คือ ระบบรถไฟฟ้า BTS และ MRT โดยที่ BTS นั้นมีสถานีถึง 3 สถานีที่อยู่ใกล้ คือ 1. สถานีโพธินิมิตร 2. สถานีตลาดพลู (ตรงข้ามห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์) 3. สถานีวุฒากาศ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานตาม เส้นทางมายังตลาดพลูได้โดยง่ายและสถานี BTS ทุกสถานีสามารถนำรถจักรยานขึ้นไปได้ ทางด้านสถานี MRT สายสีน้ำเงิน ที่แยกไฟฉาย และที่ถนนจรัญสนิทวงศ์ 13 นักท่องเที่ยวสามารถนำจักรยานพับเข้าได้โดยที่สถานี MRT ทั้งสองแห่งสามารถต่อเชื่อมกับเส้นทางจักรยาน มายังตลาดพลูได้โดยทางถนนอิสรภาพ และถนนจรัญสนิทวงศ์ ซึ่งในอนาคต ผู้ขับขี่จักรยานอาจจะสามารถเชื่อมต่อกับการจราจรทางน้ำได้เช่นกัน

3. การทำแผนที่นี้เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวง (แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า) ได้สะดวกยิ่งขึ้น สร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนใน พื้นที่ตลาดพลูและยังเสริมรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการค้าขายได้อีกด้วย

ภาพที่ 4.76 ปั่นจักรยานชมย่านอาคารประวัติศาสตร์ ตลาดพลู

ที่มา : ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล (2557) - คณะผู้วิจัย

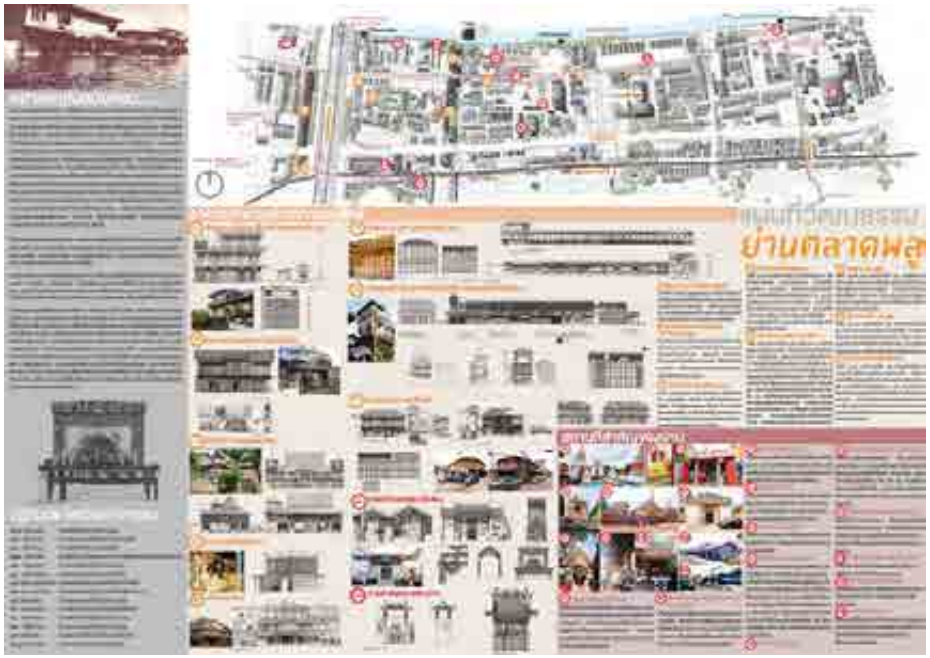
6.2 เส้นทางย่านอาคารประวัติศาสตร์ ตลาดพลูเป็นชุมชนเก่าแก่ซึ่งมีอาคารประวัติศาสตร์ชุมชนตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 และ 5 ซึ่งยังมีอาคารเรือนแถวไม้ที่มีรายละเอียดที่น่าสนใจอยู่ในบริเวณถนนตลาดพลูในซึ่งเป็น เส้นทางริมน้ำ เช่น โรงสีเก่า โรงน้ำปลา ร้านขายยาโบราณ ร้านค้าเครื่องจักสาน รวมถึงบ้านเรือนในตรอกโรงเจ และซอยข้างวัดโพธินิมิตร ที่มี ศูนย์สุขภาพชุมชน ร้านตัดผม ที่ทำการชุมชนริมคลองย่อยและถนนรวมถึงตึกแถวในรูปแบบโคโลเนียล และแบบจีนในพื้นที่ย่านการค้า ที่อยู่ริมถนนเทอดไทและซอยย่อยจนถึงสมัยเปลี่ยนแปลงการปกครองที่เป็นตึกแถวขนาดเล็กรูปแบบเรียบง่าย แต่มีองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่กลมกลืนกับอาคารเก่าอื่น ๆ

ภาพที่ 4.77 ปั่นจักรยานชิมมรดกอาหารไทย ตลาดพลู
ที่มา : ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล (2557) - คณะผู้วิจัย

6.3 เส้นทางมรดกอาหารไทยตลาดพลู ตลาดพลูเป็นแหล่งสินค้าขึ้นชื่อมากมายซึ่งแต่เดิมเป็นที่ค้าขายหมากพลูที่ส่งขายทั่วกรุงเทพ และจังหวัดข้างเคียง แต่ต่อมาเป็นตลาดที่สำคัญของพื้นที่ฝั่งตะวันตกของกรุงเทพฯ สืบเนื่องมาจากชุมชนจีนที่อาศัยอยู่ จึงมีของขึ้นชื่อ เช่น ขนมกุ๋ยช่ายซึ่งมีแหล่งผลิตสำคัญในตรอกโรงเจ อาหารสำหรับไหว้ตามเทศกาลของคนจีนต่าง ๆ รวมถึงของไหว้ และอาหารขึ้นชื่อสำคัญของคนจีน คือ เส้นบะหมี่ ซึ่งมีทั้ง บะหมี่เกี๊ยวน้ำ หลายร้าน หมี่กรอบจีนหลี ซึ่งเป็นตำนานสมัยก่อนที่เคยได้ถวายล้นเกล้ารัชกาลที่ 5 ขนมไทยชนิดต่าง ๆ ที่ตกทอดมาหลายชั่วอายุคน

6.4 แผนที่วัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

ภาพที่ 4.78 แผนที่วัฒนธรรมตลาดพลู: แผนที่อาหารแนะนำ
ที่มา : ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล (2557)



ภาพที่ 4.79 แผนที่วัฒนธรรมตลาดพลู: แผนที่อาคารเก่าควรค่าแก่การอนุรักษ์

ที่มา : ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล (2557)

7. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนในชุมชน

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นมาจากความเจริญทางด้านการคมนาคม เศรษฐกิจการค้าในบริเวณย่านตลาดพลูจึงเกิดการขยายตัวขึ้น เนื่องจากมีการบรรทุกสินค้าจำพวกอาหารทะเลและสินค้าอื่น ๆ จากมหาชัยลงที่ตลาดพลู การค้าแถบย่านนี้จึงคึกคัก การค้าขายต่าง ๆ ในย่านนี้เจริญขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มของชาวจีนที่อาศัยอยู่ในย่านตลาดพลูเป็นส่วนใหญ่ มักเป็นเจ้าของธุรกิจการค้าต่าง ๆ มากมาย เช่น โรงสีข้าว โรงฆ่าหมู โรงน้ำแข็ง โรงนึ่งปลาทู โรงพิมพ์ หรือแม้แต่โรงยาฝิ่น ซึ่งปรากฏในสมัยครั้งยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งผิดกฎหมาย

ความเจริญด้านเศรษฐกิจของย่านตลาดพลูในช่วงปี พ.ศ. 2490 ทำให้ย่านตลาดพลูเป็นย่านที่เจริญที่สุดโดยเฉพาะบริเวณจุดที่มีการค้าขาย รวมทั้งโรงภาพยนตร์ศรีนครธน ซึ่งกลายเป็นแหล่งรวมกลุ่มคนในชุมชนย่านตลาดพลูให้มาจับจ่ายใช้สอย และพบปะสังสรรค์กัน แต่เมื่อมีการสร้างถนนรัชดา-ท่าพระ ทำให้ต้องอพยพย้ายออกไป ธุรกิจที่เคยเจริญเติบโตบางธุรกิจก็ต้องเลิกกิจการ เศรษฐกิจการค้าต่าง ๆ จึงค่อย ๆ ซบเซาลงไป และไม่มีภาพของย่านเศรษฐกิจการค้าที่เคยคึกคัก รุ่งเรืองเหมือนดังเช่นในอดีต

ความสัมพันธ์ของคนตลาดพลูเกิดขึ้นภายใต้บริบทของวัฒนธรรม ศาสนา การเมือง ซึ่งเป็นผลมาจากการอยู่ใกล้อำนาจรัฐ ในช่วงระยะเวลานี้สังคมและการเมืองมีความซับซ้อนน้อยกว่าสมัยหลัง ๆ ดังนั้น

ความสัมพันธ์จึงค่อนข้างชัดเจน การศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง จะศึกษาบนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงความเคลื่อนไหวของสังคม

องค์ประกอบทางสังคมของย่านตลาดพลู ยังคงประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้าง และลูกจ้าง ในรูปแบบต่าง ๆ กัน ผู้คนในย่านนี้มีการพึงพากันสูงมาก มีการโยกย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยมาจากแหล่งอื่นเข้ามาในพื้นที่ของตลาดพลู มีทั้งกลุ่มคนไทยดั้งเดิม และผู้ที่อพยพย้ายถิ่นหนีภัยสงครามในช่วงเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 รวมทั้งคนไทยที่อพยพเคลื่อนย้ายเข้ามาภายหลัง มีกลุ่มของชาวจีนที่สันนิษฐานว่าตามเสด็จสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเข้ามาอาศัยตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี และมีการอพยพเข้ามาอีกในภายหลังซึ่งเป็นกลุ่มที่จัดได้ว่ามีจำนวนมากที่สุด กลุ่มของชาวไทยมุสลิมที่มีการอพยพหนีภัยสงคราม เข้ามาจากเมืองปัตตานี ในสมัยรัชกาลที่ 1 รวมทั้งที่มีการอพยพย้ายถิ่นมาจากอยุธยาและที่อื่น ๆ และกลุ่มของชาวมอญที่มีหลักฐานว่าเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในย่านนี้ และต่อมาได้สร้างวัดบางยี่เรือมอญ (วัดราชคฤห์) ขึ้น ซึ่งต่อมาไม่ปรากฏว่ามีกลุ่มมอญเหล่านี้อาศัยอยู่ในบริเวณนี้อีก

จากการที่กลุ่มคนต่าง ๆ เหล่านี้ได้สร้างชุมชน และเป็นจุดกำเนิดทางศิลปวัฒนธรรมของย่านชุมชนตลาดพลู ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของตนเองนั้น สร้างชื่อเสียงให้กับตลาดพลูมาได้จนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ดี การรวมกลุ่มของคนในชุมชนที่อยู่อาศัยในย่านตลาดพลูนี้ มีความใกล้ชิดกัน จึงมีความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มซึ่งเป็นไปในทิศทางแห่งการยอมรับซึ่งกันและกัน และพบว่ามีการผสมผสาน แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคนภายในชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มของชาวไทย และชาวจีน

ทางด้านศาสนา และความเชื่อของคนในชุมชน ต่างก็มีความเชื่อ หรือศรัทธาในศาสนาของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงพิธีกรรมบางพิธีกรรมที่มีอยู่เดิม ให้เป็นไปตามสภาพของเศรษฐกิจ สังคมที่เปลี่ยนไป แต่ก็ยังคงความมีเอกลักษณ์ของตนเองอยู่ ส่วนในกลุ่มเยาวชนอาจจะมีความสนใจ

ในเรื่องของศาสนาน้อยลงในกลุ่มของชาวไทยพุทธ ชาวจีน แต่ในกลุ่มของชาวมุสลิม ยังคงให้ความสำคัญ และมีความยึดมั่นในศาสนาอย่างเหนียวแน่น เนื่องจากมีการควบคุมโดยผู้ใหญ่ของชุมชน ให้ต้องทำตามบทบัญญัติของศาสนาอย่างเคร่งครัด

อย่างไรก็ดี วัด ก็ยังคงเป็นสถานที่ที่รวมกลุ่มของคนในชุมชน ในทุกเชื้อชาติ ภาษา และเป็นแหล่งที่ทุกคนเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยจะสังเกตว่า วัดราชคฤห์ เป็นวัดมอญ แต่คนในชุมชนเอง ทั้งไทย จีน ก็ยังคงมาเข้าร่วมทำกิจกรรมที่ทางวัดได้จัดขึ้นอย่างเป็นประจำ สามารถสร้างสัมพันธ์ได้ไม่เว้นแม้กระทั่งชาวมุสลิมเอง

ตัวอย่างเช่น กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีนย่านตลาดพลู ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการสืบสานวัฒนธรรม เชื่อมโยงทางสังคม และศิลปวัฒนธรรมไทย และจีน การสร้างกิจกรรมร่วมกัน เช่น การจัดตั้งกลุ่มกงลี้จงซัน เป็นโรงเรียนที่สอนภาษาจีน และภาษาไทย การนำนักเรียนมาเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน กลุ่มรักษ์อาหารย่านตลาดพลู ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการสอนทำอาหารที่มีชื่อเสียงของตลาดพลู เพื่อเป็นการอนุรักษ์สูตร และการทำอาหารที่เป็นสูตรดั้งเดิมของตลาดพลู เช่น การทำขนมกุ๋ยช่าย ขนมเบื้องไทย บ๊ะจ่าง จี่จ่าง หมี่กรอบ และขนมหวาน เป็นต้นนอกจากจะมีการอนุรักษ์สูตรอาหารที่เป็นดั้งเดิมแล้ว โดยการปรับแต่งสูตรอาหาร และการตกแต่งอาหารให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น ทำให้คนในชุมชน ได้มีการสืบสาน อนุรักษ์ และต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน

8. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนภายนอกชุมชน

ในส่วนของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนภายนอกชุมชนนั้น จะมองไปถึงตลาด คือเป็นพื้นที่ที่คนในและคนภายนอกชุมชนเข้ามาใช้บริการพื้นที่มากที่สุด อีกทั้งวัด ก็ยังเป็นสถานที่ซึ่งทั้งคนทั้งสองกลุ่มมาพบปะ และร่วมกันทำกิจกรรมที่สำคัญทางศาสนา โดยมีงานประเพณีต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมของทางวัด เพื่อสร้างสัมพันธ์ได้มากที่สุด โรงเรียนเองก็มีบทบาทเนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่จะไม่เดินทางไปเรียนไกลพื้นที่ แต่ครูมักจะเป็นคนจากภายนอกเข้าไปสอน เช่น ครูประจำที่โรงเรียนย่านตลาดพลู หรือครูจีนเอง ที่จำเป็นต้องเดินทางมาจากประเทศจีน แต่ภายหลังรัฐบาลไทยได้ออกพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์บังคับให้ครูทุกคนต้องพูด และเขียนภาษาไทยได้ ครูโรงเรียนจีนในย่านนี้ส่วนใหญ่เพิ่งย้ายมาอยู่ ยังไม่รู้ภาษาไทยเท่าไรจึงต้องลาออกไป ในที่สุดตัวของโรงเรียนไคเหม็งก็ต้องปิดตัวเองลง นอกจากนี้พระยังทำหน้าที่เป็นครูด้วย อาจเป็นคนในพื้นที่หรือย้ายมาจากนอกพื้นที่ แต่เจ้าของมักจะเป็นคนในพื้นที่ส่วนใหญ่ ดังนั้นโรงเรียนจึงเป็นพื้นที่ ที่คนในและคนภายนอกสามารถมาสร้างความสัมพันธ์ลักษณะใดลักษณะหนึ่งได้

ส่วนสถานประกอบการ เป็นชาวจีน และส่วนใหญ่เป็นจีนนอก ซึ่งน่าจะสัมพันธ์กับเจ้าของสถานประกอบการ เช่น ถ้าเป็นโรงเลื่อย จะเป็นจีนไหหลำ โรงสีเป็นจีนแต้จิ๋ว รวมทั้งกระบวนการซื้อและขายของสถานประกอบการต้องสร้างความสัมพันธ์และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับภายนอกพื้นที่ค่อนข้างมาก ซึ่งการสานสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะเป็นความสัมพันธ์ที่ดี หรือไม่ค่อยดีนัก ทั้งสถานประกอบการและสถานบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานานแล้ว หรือแม้กระทั่งสถานประกอบการ หรือสถานบริการที่เพิ่งจะดำเนินกิจการใหม่ในย่านตลาดพลูนี้ ต่างก็เป็นสถานที่ดึงดูดให้คนภายนอกเข้ามาสร้างสัมพันธ์กับคนตลาดพลูมากขึ้นได้

ตัวอย่างเช่น กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู โดยมีกิจกรรมการปั่นจักรยาน และการเดินชม ตามเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวจากรถไฟฟ้า เรือ และจักรยาน เข้าด้วยกัน ตามเส้นทางคลองบางหลวง-ตลาดพลู และ

ชมทัศนียภาพของย่านเมืองเก่าที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งวิถีชีวิตชุมชน และอาคารย่านประวัติศาสตร์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวจากภายนอกเข้ามาเยี่ยมชม จะทำให้ส่งเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น และสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนจากการบอกต่อ

9. ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน กับองค์การผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกชุมชน

ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน กับองค์กรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกชุมชน ภาครัฐ ก็เป็นองค์กรหนึ่งซึ่งมีความสัมพันธ์กับคนในชุมชนตลาดพลูหลายประการ ตั้งแต่การเรียกเก็บภาษีอากร ทั้งทางตรง และทางอ้อม การสร้างสมบัติสาธารณะ เช่น สะพาน ถนน คลอง ประตูน้ำ รถไฟฟ้า การดูแลความปลอดภัยในทรัพย์สินและบ้านเรือน กระบวนการการเรียกเก็บภาษีได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 100 ปี ขณะเดียวกันกระบวนการผลิตได้พัฒนาจากการผลิตเพื่อยังชีพไปสู่การผลิตเพื่อการค้า บทบาทของรัฐได้เข้ามามีบทบาทค่อนข้างมากในย่านตลาดพลู เช่น การเตรียมการและการช่วยดับไฟ ในย่านนี้มักมีไฟไหม้บ่อยครั้ง แต่ครั้งที่ลุกลามมากที่สุดคือ ในปี พ.ศ. 2466 ไฟไหม้โรงสีเซี่ยงเฮงจั่น รวมทั้งห้องแถว 9 ห้อง และบ้านคนในชุมชนอีก 6 หลัง ทำความเสียหายมาก นอกจากนี้การเตรียมการเตรียมการป้องกันไฟไหม้โดยให้เรือกลไฟของทหารเรือจากกรมทหารเรือเองแล่นไปจอดที่ตลาดพลูในช่วงเที่ยงคืน พอย่ำรุ่งเรือกลไฟของทหารเรือก็จะแล่นกลับกรมเป็นอย่างนี้ทุกคืน นอกจากนี้เหตุการณ์เกิดอุทกภัยในปี พ.ศ. 2460 รัฐได้ดำเนินการส่งลูกเสือจากโรงเรียนสวนกุหลาบ และโรงเรียนวัดบวรนิเวศวิหาร รวมทั้งครู และผู้กำกับ มาช่วยในพื้นที่ที่ถูกน้ำท่วม

การขุดคลองลัดบางกอก ในสมัยก่อนของภาครัฐ ก็ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพกล่าวคือ ทำให้สภาพลำน้ำเจ้าพระยาที่ไหลผ่านย่านตลาดพลูกลายเป็นลำคลองบางกอกใหญ่ หรือคลองบางหลวงไป นโยบายของภาครัฐที่ส่งผลต่อมาให้ตลาดพลู คือ การตัดสินทางรถไฟสายท่าจีน ระยะทางจากสถานีคลองสาน-มหาชัย ในปี พ.ศ. 2444 เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ก็ได้มีการออกคำสั่งให้ประชาชนเลิกกินหมาก นโยบายนี้ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพการทำสวนพลูอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

หลังจากนั้น การตัดถนนเทอดไท ผ่านเข้ามาในย่านตลาดพลู ช่วงปี พ.ศ. 2487 ได้ส่งผลทำให้ย่านตลาดพลูมีความเจริญขึ้นมากมาย จนกลายเป็นย่านที่เป็นศูนย์กลางการค้าของฝั่งธนบุรี ชาวสวนได้ทยอยกันขายที่ดินเพื่อสร้างเป็นตึกแถว หรือบ้านเช่ากันมากจนทำให้ตลาดพลูค่อย ๆ หายไป และในปี พ.ศ. 2526 รัฐบาลได้มีนโยบายพัฒนาเส้นทางการคมนาคมให้สะดวกขึ้น จึงมีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระขึ้นอีกสายหนึ่ง ทำให้สวนพลูที่เคยหลงเหลืออยู่จึงแทบหมดสิ้นไปจากย่านนี้ ต่อมาเมื่อตัดถนนตากสิน-เพชรเกษมผ่านย่านตลาดพลูในปี พ.ศ. 2538 ซึ่งผลจากการตัดถนนทั้ง 2 สาย ทำให้ย่านตลาดพลูสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ทางกายภาพ ที่เคยเป็นในอดีต รวมถึงภาพลักษณ์ของศูนย์กลางการค้าที่เจริญมากแห่งหนึ่งในฝั่งธนบุรี เนื่องจากผู้คนในชุมชนเองต่างก็พากันอพยพออกไปเป็นจำนวนมาก จากการที่บ้านเรือน และร้านค้าหลายแห่งได้ถูกเวนคืนที่ดินเพื่อสร้างถนนดังกล่าว

ตัวอย่างเช่น กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู โดยทางภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชน ร่วมกันส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เมื่อทางชุมชนมีการจัดกิจกรรม หรือโครงการ ทั้งในด้านแผนนโยบาย และงบประมาณ เพื่อให้กิจกรรมหรือโครงการดังกล่าวดำเนินไปได้อย่างลุล่วงและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ สู่บุคคลภายนอก และทำให้ชุมชนตลาดพลูเองมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมากขึ้น

10. บทบาทของย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558 นั้น เน้นการบริหารจัดการเครือข่ายและทรัพยากรมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวที่เป็น 5 เครือข่าย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. เครือข่ายการท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ
3. เครือข่ายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
4. เครือข่ายการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
5. เครือข่ายการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ มีเป้าประสงค์คือ อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และช่วยส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย โดยมีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งการสร้างกลไกความร่วมมือ การปรับโครงสร้างองค์กร เสริมศักยภาพชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึกด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพ และเสริมสร้างขีดความสามารถการบริการแก่ผู้ให้บริการและบริหารแหล่งท่องเที่ยว ให้มีจริยธรรมและบังคับใช้กฎหมายเพื่อร่วมควบคุมการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร รวมถึงยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน นี้ทำให้การพัฒนาของย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตรในอนาคตนี้ มีแนวทางที่จะได้รับการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมโดยมียุทธศาสตร์รองรับ เริ่มจากการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความสนในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อมาพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพและดำเนินการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น และแสวงหาภาคีเครือข่ายกลุ่มชุมชนที่มีองค์ความรู้ท้องถิ่น มาช่วยกันพัฒนา และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยดูตัวอย่างจากการที่ชุมชนใกล้เคียงที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยิ่งเมื่อกระแสของการพัฒนาประเทศด้านนโยบาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศ จึงถือเป็นจังหวะที่ดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เรามีมาเผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปใน

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Cultural Tourism การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งในส่วนขององค์ความรู้ตามหลักฐานที่ปรากฏ การสืบทอดให้คงอยู่ และการดำเนินการต่อไป โดยชุมชนจะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถอนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของต่อไปได้

โดยทางผู้ศึกษามีการวางแนวทางในการพัฒนาโดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารเบื้องต้น สร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัยและเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย กับตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานทางภาครัฐและเอกชน สรุปผลการวิจัย จัดทำเอกสารบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี และจัดทำกิจกรรมนำร่องในเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

11. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

จากที่ได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส SWOT Analysis ของย่านตลาดพลู - วัดโพธินิมิตร ในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมนั้น มีการวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรค ในด้านต่าง ๆ ตาม Cultural Heritage Value ดังนี้

1. ด้านประวัติศาสตร์ Historical Value

1.1 ขาดการเชื่อมโยง การสื่อความหมาย การถ่ายทอดด้านประวัติศาสตร์ในคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญ

1.2 ขาดการบูรณาการปฏิสังขรณ์สิ่งที่มีคุณค่า

2. ด้านสังคม Social Value

2.1 ขาดศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว

2.2 ปัญหาการขยายเส้นทางการคมนาคมให้กว้างขึ้น เป็นไปได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่

2.3 ควรมีการปรับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การรักษาความสะอาดของอาคาร

2.4 บ้านเรือน รวมถึงส่วนของหน้าบ้าน หรือบริเวณพื้นที่สาธารณะ

2.5 ขาดการประสานงานระหว่างชุมชนเครือข่ายในการจัดกิจกรรม

3. ด้านศิลปวัฒนธรรม Cultural Value

3.1 ขาดการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ การสื่อสารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสู่กลุ่มเป้าหมาย

3.2 ขาดสถานที่ส่วนกลางในกาทำกิจกรรมส่วนกลางของชุมชน

4. ด้านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม Spiritual Value

ประเพณีบางอย่างได้สูญหายไปแล้ว และมิได้ถูกนำมาอนุรักษ์ และฟื้นฟูใหม่

12. สรุปเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของย่านตลาดพลู -วัดโพธินิมิตร

“ตลาดพลู สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ตลาดการค้าโบราณ มรดกทางอาหารไทย จีน”

ผลจากการระดมสมอง และการจัดการสนทนาแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจชุมชน และภาคประชาชน สามารถสรุปความคิดเห็นจากกลุ่มดังกล่าวออกมาเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของย่านตลาดพลู – วัดโพธินิมิตร ดังนี้

พระนามของ “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” ศ.ดร.นิธิ เอียวศรีวงศ์ กล่าวถึงวาระสุดท้ายของพระเจ้าตากสินมหาราชไว้ในหนังสือ “การเมืองไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี” หน้า 575 ว่า “พระพุทธยอดฟ้าฯ จึงมีรับสั่งให้เอาไปประหารชีวิตสำเร็จโทษเสีย เพชฌฆาตกับผู้คุมก็ลากเอาตัวขึ้นแคร่หามไปกับทั้งสังขลิกพันธนาการ เจ้าตากสินจึงว่าแก่ผู้คุมเพชฌฆาตว่า ตัวเราก็สิ้นบุญจะถึงที่ตายแล้ว ช่วยพาเราแวะเข้าไปหาท่านผู้สำเร็จราชการ จะขอเจรจาด้วยสักสองสามคำผู้คุมก็ให้หามเข้ามา ครั้นพระพุทธยอดฟ้าฯได้ทอดพระเนตร จึงโบกพระหัตถ์มิให้นำมาเฝ้า ผู้คุมแลเพชฌฆาตก็ให้หามออกไปนอกพระราชวัง ถึงหน้าป้อมวิชัยประสิทธิ์ ก็ประหารชีวิตตัดศีรษะเสีย ถึงแก่พิราลัยจึงรับสั่งให้เอาศพไปฝัง ณ วัดบางยี่เรือใต้”

ขณะที่ปรีดา ศรีชลาลัย กล่าวถึงวาระสุดท้ายของพระเจ้าตากสินฯไว้ในบทความเรื่อง “ปีสุดท้ายของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” ในนิตยสารศิลปวัฒนธรรม ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนธันวาคม 2524 ว่า “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชถูกปลงพระชนม์ ณ พระวิหารที่ประทับในวัดแจ้ง (คือวัดอรุณราชวราราม ปัจจุบันนี้) รวมวันตั้งแต่เสด็จออกทรงผนวชจนถึงวันถูกปลงพระชนม์ เป็น 28 วัน โหรจดไว้ว่าดับขันธ์ ไม่ใช้คำว่าสิ้นพระชนม์ หรือสวรรคต ก็เพื่อยืนยันว่า พระองค์ท่านถูกปลงพระชนม์ทั้งที่ทรงเพศเป็นพระภิกษุ จึงใช้คำว่าดับขันธ์ เพื่อให้เข้าใจว่ามิได้สวรรคตเมื่อลาผนวชออกมา ความจริงพระองค์ดำรงสมณเพศจนตลอดพระชนม์ชีพ เมื่อการปลงพระชนม์เสร็จเรียบร้อยแล้ว เชิญพระศพไปฝังไว้ที่วัดอินทาราม บางยี่เรือ ใกล้ตลาดพลู คลองบางหลวง (เวลานั้นยังเรียกวัดบางยี่เรือ)”

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้คนชุมชนย่านตลาดพลู ต่างรู้สึกถึงความเสียสละของพระองค์ท่านที่ทรงกอบกู้เอกราชได้ และจนถึงวาระสุดท้ายของพระชนม์ชีพ และเชิญพระศพไปฝังที่วัดอินทาราม บางยี่เรือใกล้กับตลาดพลูนั่นเอง ส่วนคำว่า “ตลาดการค้าโบราณ” กล่าวถึงในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ หมากและพลูยังเป็นของจำเป็นสำหรับประชาชนส่วนใหญ่อาชีพปลูกพลูขายจึงดำเนินไปอย่างเป็นล่ำเป็นสัน โดยเฉพาะบริเวณ 2 ฝั่งคลองบางกอกใหญ่ และคลองแยก เช่น คลองบางไส้ไก่ คลองบางสะแก และคลองด่าน สวนพลูที่มีชื่อเสียงว่าเป็นพลูชนิดดีในสมัยนั้นได้แก่ สวนพลูแถบวัดบางยี่เรือ วัดอินทาราม และวัดจันทาราม ซึ่งรวมเรียก “สวนพลูบางยี่เรือ” ในช่วงเช้า เจ้าของสวนพลูจะนำพลูใส่เข่งบรรทุก เรือมาขึ้นที่ท่าใหญ่แถบวัดบางยี่เรือ และจะมีพ่อค้าแม่ค้าขายปลีกมารับพลูจากท่าน้ำไปขายอีกทอดหนึ่ง ตลาดขายพลูจะดำเนินไปอย่างรวดเร็ว และเร่งรีบเฉพาะช่วงเช้า มิได้เป็นตลาดถาวร คนทั่วไปเมื่อมายังตลาดสดถาวรที่อยู่บริเวณใกล้เคียงแหล่งขายส่งพลู จึงเลยมักเรียกตลาดนั้นว่า “ตลาดพลู”

ส่วนคำว่า “มรดกทางอาหารไทย จีน” มีร้านอาหารมากมายในย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ซึ่งมีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น กุ๋ยช่าย ตลาดพลู ข้าวมันไก่ ก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อย ขนมหวานตลาดพลู ร้านหมี่กรอบ ร.5 ซึ่งเป็นร้านดั้งเดิม สมัยรัชกาลที่ 5 ทำให้เป็นการเพิ่มคุณค่าและมรดกทางอาหารของชาวไทย และจีนจนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเป็นอย่างมาก

ภาพที่ 4.80 คลองบางหลวงในอดีต

ที่มา : http://thainationhistory.blogspot.com

13. สรุปผลจากการจัดกิจกรรมนำร่อง “ยลเสน่ห์ ตลาดพลู”

สามารถวิเคราะห์ผลความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมของโครงการ ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.3 ตารางแสดงจำแนกจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	**ข้อมูลทั่วไป**	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1. เพศ	- หญิง	54	45.76
	- ชาย	64	54.24
2. อายุ	- ต่ำกว่า 20 ปี	8	6.78
	- 20-29 ปี	13	11.02
	- 30-39 ปี	25	21.19
	- 40-49 ปี	29	24.58
	- 50-59 ปี	24	20.34
	- 60 ปีขึ้นไป	19	16.10
3. การศึกษา	- ประถมศึกษา	8	6.78
	- มัธยมศึกษา	18	15.25
	- อนุปริญญา/ปวส.	6	5.08
	- ปริญญาตรี	58	49.15

	- ปริญญาโท	23	19.49
	- อื่นๆ	5	4.24
4. อาชีพ	- นักเรียน/นักศึกษา	11	9.32
	- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22	18.64
	- พนักงานบริษัท/เอกชน	35	29.66
	- เกษตรกร	2	1.69
	- ตกงาน	4	3.39
	- พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	8.47
	- ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	34	28.81
5. รายได้ต่อเดือน	- ต่ำกว่า 5,000 บาท	13	11.02
	- 5,001-10,000 บาท	15	12.71
	- 10,001-15,000 บาท	22	18.64
	- 15,001-20,000 บาท	20	16.95
	- 20,001-25,000 บาท	12	10.17
	- 25,001 บาทขึ้นไป	35	29.66
6. ได้รับข่าวการจัดกิจกรรมจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	- อีเมล์ E-Mail	28	23.73
	- เฟสบุ๊ค Facebook	24	20.34
	- โปสเตอร์	26	22.03
	- ใบปลิว	7	5.93
	-การบอกกล่าวจากบุคคลใกล้เคียง	51	43.22
	- อื่นๆ	11	9.32

14. สรุปผลข้อมูล

ส่วนที่ 1 สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม ได้ดังนี้

1. เพศ ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเป็นเพศชาย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 54.24 และเป็นเพศหญิงจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 45.76
2. อายุ ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.58 เรียงลำดับรองลงมาอยู่ในอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.19 ในอายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.34 ในอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 ในอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.02 และอายุของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.78
3. การศึกษา ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 49.15 เรียบลำดับรองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.49 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 ระดับประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.78 ระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 และอื่น ๆ คือระดับปริญญาเอก ระดับต่ำกว่าประถมศึกษา มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.24
4. อาชีพ ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือเอกชน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.66 เรียงลำดับรองลงมาคือ มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.81 มีอาชีพเป็นข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.64 มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.32 มีอาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.47 และตกงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39
5. รายได้ต่อเดือน ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.66 เรียงลำดับรองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.95 รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.71 รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.17 และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.02
6. การรับข่าวสารกิจกรรม ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า โดยส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารกิจกรรมจากการบอกกล่าวจากบุคคลใกล้เคียงมากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 43.22 เรียงลำดับรองลงมาคือ ได้รับจากอีเมล์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.73 จากโปสเตอร์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 22.03 จากเฟสบุ๊ค (Face book) จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.34 จากใบปลิว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93 และอื่น ๆ คือเดินผ่านมาเห็นมีการจัดกิจกรรมเลยเข้าร่วมด้วย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมในครั้งนี้

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ
4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตาราง 4.4 ตารางการประเมินการจัดกิจกรรม

รายการประเมิน	μ	σ	ระดับความพึงพอใจ
การจัดกิจกรรม			
1. ความเหมาะสมของสถานที่จัดกิจกรรม	4.08	0.85	มาก
2. บรรยากาศของกิจกรรม	3.92	0.77	มาก
3. พื้นที่ / ขนาด ในการจัดกิจกรรม	3.75	0.92	มาก
4. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	3.74	0.92	มาก
5. คุณภาพอาหาร	4.31	0.70	มาก
6. อยากให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้ในครั้งต่อไป	4.58	0.60	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.06**	**0.79**	มาก

จากตารางการประเมินการจัดกิจกรรม อธิบายได้ว่าความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมยลเสน่ห์..ตลาดพลู มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 ระดับความพึงพอใจมาก และพิจารณารายข้อ ในส่วนเรื่องความเหมาะสมของสถานที่จัดกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เรื่องบรรยากาศของกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เรื่องพื้นที่/ขนาดในการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เรื่องระยะเวลาในการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เรื่องคุณภาพอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และเรื่องของความต้องอยากให้มีการจัดกิจกรรมแบบนี้ในครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

15. สรุป

ความเป็นมาและความสำคัญของย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี ซึ่งตั้งอยู่บริเวณริมคลองบางกอกน้อย หรือคลองบางหลวง เป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สำคัญตั้งแต่สมัยธนบุรี จนกระทั่งถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ชุมชนตลาดพลูเคยเป็นแหล่งปลูกหมากพลูที่ใหญ่ที่สุด เป็นที่รวบรวมสินค้าที่ส่งสินค้าทั้งในเขตฝั่งธนบุรีและพระนคร รวมถึงที่อื่น ๆ และยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยา กับคลองสายต่าง ๆ อีกมากมายทำให้ความเป็นอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดพลูได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เนื่องมาจากการย้ายราชธานีไปยังฝั่งพระนคร ทำให้ชาวจีนบางส่วนย้ายไปประกอบอาชีพยังฝั่งพระนคร มีการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เพื่อเชื่อฝั่งพระนคร กับฝั่งธนบุรี ทำให้การคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง และมีการสร้างบ้านเรือน ห้องแถว หรือห้องเช่า เพื่อรองรับการเข้ามาทำงานของคนจากต่างถิ่น มีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระ ทำให้คร่อมพื้นที่ตลาดพลู ซึ่งจากเดิมเคยเป็นศูนย์กลางการค้าขายของที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น กลับกลายเป็นการเปิดธุรกิจบริการ บันเทิงขึ้นมากมายอย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าความเจริญทางวัตถุที่เข้ามาทำให้ชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตรนั้น เกิดการเปลี่ยนแปลงมากเพียงใด มรดกที่ยังคงแสดงถึงเอกลักษณ์ทางด้านงานศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญก็ยังคงมีปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐานอยู่จนถึงปัจจุบัน

ในย่านตลาดพลูมีวัดที่สำคัญที่แสดงถึงหลักฐานทางศิลปะ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของคนในชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร ที่ยังปรากฏให้เห็นในปัจจุบันและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะทางด้านสถาปัตยกรรม ก็ยังคงปรากฏให้เห็นในย่านตลาดพลู

มรดกทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางธรรมชาติ และกายภาพ ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ด้านวัฒนธรรม และลักษณะทางเศรษฐกิจ และอื่น ๆ พบว่า วัดอินทารามมีลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และลักษณะการจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับสูงมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.60 เนื่องจากเป็นพระอารามหลวง และเป็นที่บรรจุพระบรมอัฐิของพระเจ้าตากสินมหาราชและพระมเหสี และมีพระอนุสาวรีย์พระเจ้าตากสินมหาราชประดิษฐานอยู่ นอกจากนี้ด้านลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ ด้านลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.40 และ 4.20 ตามลำดับ เนื่องจากที่ตั้งของวัดอินทารามด้านหลังติดถนนเทอดไท ซึ่งเป็นถนนสายหลักในการสัญจรของพื้นที่ ด้านหน้าติดกับคลองบางกอกใหญ่ มีศาลาภิรมย์ภักดีที่มีความสำคัญ

วัดราชคฤห์ มีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรม ลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.33, 4.00 และ 3.67 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นวัดที่มีรอยพระพุทธบาทและเขามอ ซึ่งเป็นที่เคารพศรัทธาของประชาชนในพื้นที่และนอกพื้นที่ อีกทั้งทำเลที่ตั้งด้านหลังติดถนนเทอดไท ด้านหน้าติดคลองบางกอกใหญ่ รวมถึงมีพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการในย่านตลาดพลูด้วย

วัดจันทาราม มีลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ อยู่ในระดับสูงมาก คะแนนเฉลี่ย 5.00 เนื่องจากเป็นที่ตั้งของตลาดวัดกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญในพื้นที่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้านลักษณะทางการจัดการด้านพื้นที่วัฒนธรรม อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.00 ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 3.50 เนื่องจากที่ตั้งด้านหลังติด ถนนเทอดไท ด้านหน้าคือ

ตลาดวัดกลาง ซึ่งมีแผงร้านค้าบดบังทัศนียภาพของคลองบางกอกใหญ่ อีกทั้งเป็นวัดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงทำให้ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจน้อยกว่า วัดอินทาราม และวัดราชคฤห์ด้านความเป็นเอกลักษณ์ทางมรดกวัฒนธรรมพื้นที่ย่านตลาดพลู ที่สามารถจับต้องได้ แบ่งได้เป็นกลุ่มสถาปัตยกรรม ซึ่งได้แก่ที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ อาคารพักอาศัยประเภทบ้านเดี่ยว อาคารประเภทอื่น ๆ โดยจากที่ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่ยังคงสภาพที่มีเอกลักษณ์ ความดั้งเดิมของท้องถิ่น และยังคงอยากให้ยังคงความเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้ จนถึงลูกหลาน โดยในกลุ่มสถาปัตยกรรม ได้จัดลำดับไว้ คือ ร้านขายยาอินทรโอสถ บ้านป้านัท และโรงน้ำปลา ซึ่งยังคงความเก่าแก่ มีสถาปัตยกรรมที่ยังหลงเหลือถึงความดั้งเดิม ความเป็นเอกลักษณ์มีลักษณะที่มีความโดดเด่นอยู่อย่างเห็นได้ชัดเจน

ศาสนสถาน สามารถจัดลำดับไว้ คือ วัดอินทารามวรวิหาร วัดราชคฤห์วรวิหาร และวัดโพธินิมิตรสถิตมหาสีมาราม ซึ่งในแต่ละศาสนสถาน มีประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับบูรพมหากษัตริย์ และมีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และความศักดิ์สิทธิ์ของ ปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุ มีสถาปัตยกรรม ที่มีความสวยงาม และเป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของคนในท้องถิ่น

กลุ่มอาหารคาว-หวาน ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ คุณค่าทางโภชนาการ ภูมิปัญญาดั้งเดิม และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ ที่ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ โดยจากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มอาหารคาว-หวาน (ในเวลากลางวัน) ได้จัดลำดับไว้ คือ กุ๋ยฉ่าย หมี่กรอบจีนหลี และขนมหวานเจ๊เฮียง ส่วนอาหารคาว-หวาน (ในเวลาเย็น ถึงกลางคืน) ได้จัดลำดับไว้ คือ กระเพาะปลา บะหมี่ปู และผัดไทยตลาดพลู

ส่วนสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ในกลุ่มประเพณี และกิจกรรม จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มประเพณี และกิจกรรมของชุมชน ได้จัดลำดับไว้ คือ งานเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช การเชิดสิงโตและมังกร และมวยคาดเชือก ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวทำให้ผู้คนภายในหรือภายนอกย่านเกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งแต่ละกิจกรรมมีผู้คนเข้าร่วมมากน้อยแตกต่างกันตามลักษณะกิจกรรม และเชื้อชาติ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตของย่านนี้ได้เป็นอย่างดี

เส้นทางการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่

1. เส้นทางจักรยานตลาดพลู เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน และสร้างความต่อเนื่องกับแผนงานการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
2. เส้นทางย่านอาคารประวัติศาสตร์ ที่เป็นย่านชุมชนเก่าแก่ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 และยังมีอาคารเรือนแถวไม้ที่ยังคงหลงเหลือความงดงามอยู่อย่างน่าสนใจ
3. เส้นทางมรดกทางอาหารไทยตลาดพลู เป็นแหล่งสินค้าขึ้นชื่อมากมาย มีอาหารขึ้นชื่อทั้งกลางวัน และกลางคืน ที่น่าลิ้มลอง มีแหล่งผลิตอาหารต่าง ๆ ที่สำคัญ และตกทอดมาหลายชั่วอายุคน

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย “โครงการย่อยที่ 2 เรื่องโครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร” มีจุดมุ่งหมายเพื่อการจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

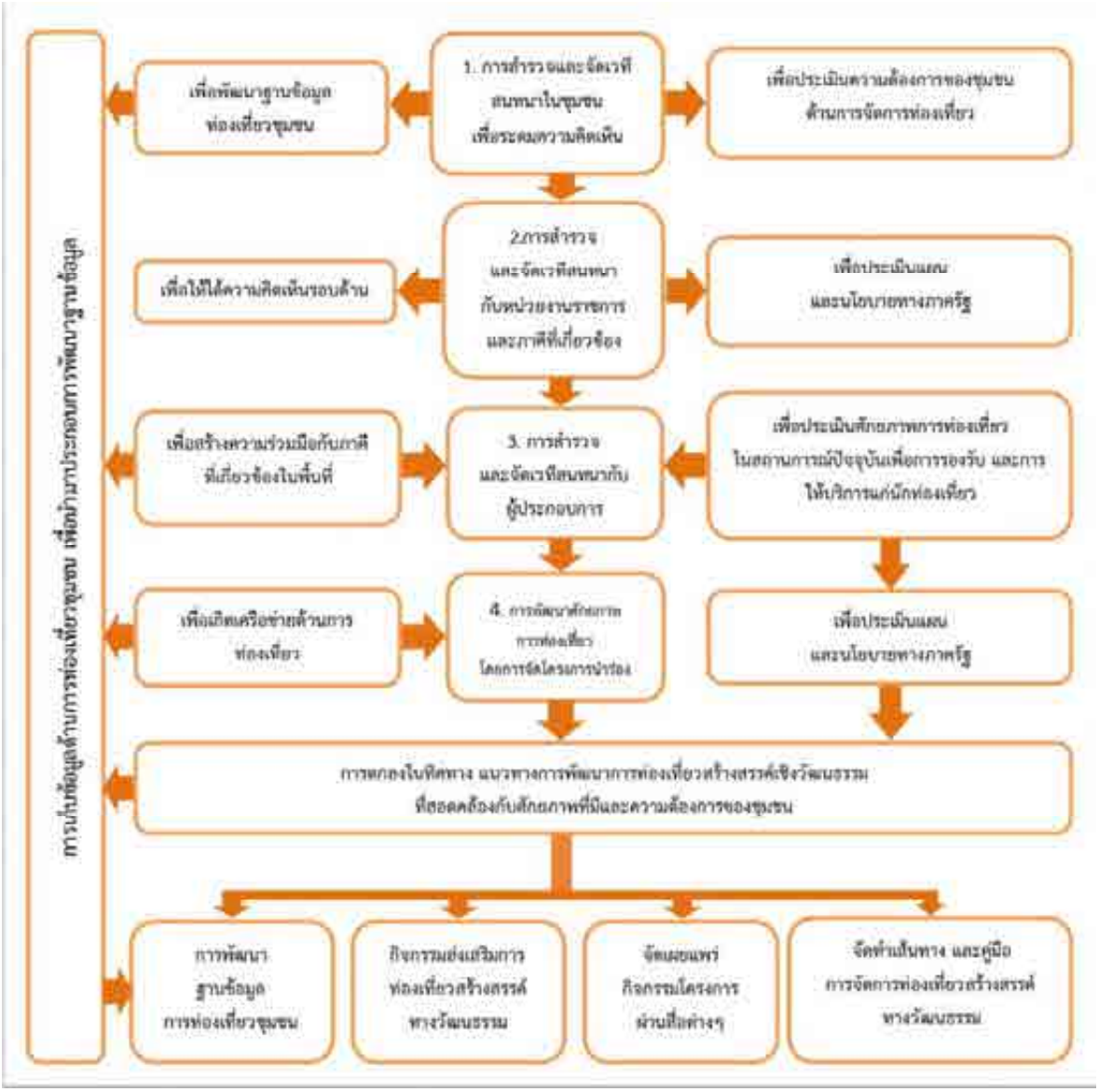
1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่าให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน
2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน
3. เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน
4. เพื่อกำหนดทิศทาง และการบริการจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

ผลการศึกษาและนำเสนอเนื้อหาในบทสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ซึ่งได้ผลการวิจัยสรุปเป็น 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาวิจัย
ขั้นตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ
ขั้นตอนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย
ขั้นตอนที่ 4 ข้ออุปสรรคในการวิจัย
ขั้นตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

1 ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ในการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน คณะผู้วิจัยได้เพิ่มขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มชุมชนเป้าหมายภายใต้โครงการการศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมนี้โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผน กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นนั้นอาศัยการปรึกษาหารือ ประมวลผลจากฝ่ายต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับภาคประชาชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการตามที่คาดหวังคณะผู้วิจัยได้นำผลสรุปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในเวทีสาธารณะพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะ จากทุกประเด็นข้อคิดเห็นนำผลสรุปได้ดังต่อไปนี้



แผนภาพ 5.1 แสดงการดำเนินการภายใต้โครงการศึกษาวิจัยจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:
กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร
ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบต่างๆของโครงการแล้ว พบว่ากิจกรรมทั้งหมดมีความสอดคล้อง เชื่อมโยง และส่งเสริมซึ่งกันและกัน (Synergy) นับเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการบรรลุถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการได้เป็นอย่างดี ก่อให้เกิดผลเชิงบวกต่อชุมชนเป็นอย่างมาก

แผนกิจกรรมภายใต้โครงการศึกษาวิจัยจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร

แผนภาพ 5.2 แสดงกิจกรรมภายใต้โครงการศึกษาวิจัยการบริหารการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธินิมิตร
ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

ภาพที่ 5.1 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับกลุ่มผู้นำชุมชน ประชาชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง วันที่ 12 มกราคม 2557

ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.1 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้นำชุมชน

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. การนำเสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัยในผู้นำชุมชนรับทราบ	1. ผู้นำชุมชนรับทราบการปฏิบัติงานวิจัย
2. นำเสนองานด้านการอนุรักษ์/การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ประสบผลสำเร็จแล้ว เป็นกรณีศึกษา	2. ผู้นำชุมชนสามารถเข้าใจแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงฟื้นฟูชุมชนตนเอง
3. ศึกษาชุมชน ด้านการท่องเที่ยวชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมดั่งเดิมในชุมชน และการหาเก็บข้อมูลพื้นฐาน ทางวัฒนธรรม	3. ผู้นำชุมชนนำเสนอจุดอ่อน จุดเข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ของพื้นที่ชุมชนเองได้
4. เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ของชุมชนตลาดพลู	4. แนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว/ เศรษฐกิจ และการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ภาพที่ 5.2 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง
วันที่ 19 มกราคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.2 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชน

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1.การนำเสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ผู้นำชุมชนรับทราบ	1. กลุ่มผู้ประกอบการรับทราบการปฏิบัติงานวิจัย
2. นำเสนองานด้านการอนุรักษ์/ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ประสบผลสำเร็จแล้ว เป็นกรณีศึกษา	2. กลุ่มผู้ประกอบการสามรถมองเห็นศักยภาพของการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และดารรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต
3. กลไก การเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการ	3. ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการกับชุมชน เพื่อสร้างโอกาสในการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียง

ภาพที่ 5.3 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับภาครัฐ หลายภาคส่วน เช่น เขตธนบุรี ททท. ผังเมือง กทม.
วันที่ 13 มีนาคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.3 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับภาครัฐ-1

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. การศึกษาแผน นโยบาย งบประมาณ แนวทางการปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐ ในการพัฒนาท้องถิ่น และการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรม	1. การบูรณาการโครงสร้างพื้นฐานกับเครือข่ายภาครัฐบาล และแนวทางการส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน
2. การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชุมชุน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม	2. แนวทางกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน และงบประมาณการลงทุน เพื่อการพัฒนาให้ได้มาตรฐาน

ภาพที่ 5.4 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับภาคประชาสังคม
เพื่อทำประชาพิจารณ์เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน
วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2557 และ วันที่ 2 เมษายน 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.4 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับภาครัฐ-2

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. การนำเสนอ และการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นพัฒนา	1. การเชื่อมโยงข้อมูลโดยรอบด้าน
2. การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน การรับรู้ การมีส่วนร่วมของชุมชน และผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย	2. รวบรวมความคิดเห็นจากประชาชน เพื่อจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งสำคัญในพื้นที่
3. ศึกษาการมีระดับส่วนร่วม ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดบริหารจัดการ	3.การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว