



ภาพที่ 5.5 คณะผู้วิจัยประชุมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ
วันที่ 1 มีนาคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.5 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้เชี่ยวชาญ

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีประสบการณ์ด้านการอนุรักษ์ การท่องเที่ยว และผังเมือง มาให้ความรู้เชิงลึก	1. ข้อเสนอแนะด้านข้อมูลเชิงลึก ด้านแผนนโยบาย การบริหารการจัดการ
2. เพื่อการจัดการกรอบแนวความคิด ความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงความสำคัญ และข้อมูลอย่างเป็นระบบ	2. แนวทางการพัฒนาการวิจัยให้ตรงกับวัตถุประสงค์และแนวทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปผลการศึกษาวิจัย

1. กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรม การความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนสิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ มรดกทางสถาปัตยกรรม และวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ทรัพยากรสาธารณะ เป็นต้น
2. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดกิจกรรมนำร่อง ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เช่น เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม กิจกรรมประจำปี อาหารประเพณี การแสดง การละเล่น เป็นต้น
3. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
4. กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจ และการทำงานผู้บริหารของส่วนราชการ เพื่อสอบถามถึงนโยบาย แผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนา แผนปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำมีความเข้มแข็งความร่วมมือของประชาชน ในท้องถิ่นฐานทรัพยากรชุมชน



แผนภาพ 5.3 แผนผังแสดงกระบวนการวิจัย

ที่มา : ดร.บุษเกตุ อินทรปาสาน (2557)

2. ขั้นตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ตารางที่ 5.6 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกพิจารณาข้อเสนอแนะ

ลำดับ	ชื่อ	คุณวุฒิ/ตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน
1	ดร.วีระพันธ์ ชินวัตร	คณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการออกแบบ	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการออกแบบ ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2	รศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
3	ผศ.ดร.สมพงษ์ อำนวยเงินตรา	ประธานกลุ่มสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว และบริการ หัวหน้ากลุ่มสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว และการบริการ	วิทยาลัยนานาชาติ ม.มหิดล
4	ผศ. สุตจิต สนั่นไหว	อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้าน Vernacular Architecture	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ม.รังสิต

สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจาก

ตารางที่ 5.7 แสดงข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ลำดับ	ข้อเสนอแนะ	สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
1	ดร.วีระพันธ์ ชินวัตร ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	เพิ่มการศึกษาเรื่องภูมิสถาปัตย์ ในทางวิชาการ เชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรม
2	รศ.ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)	ใช้หลักการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเป็น เครื่องมือ Importance Performance Assistance (IPA) ในการจัดอันดับศักยภาพ สถานที่ท่องเที่ยว
3	ผศ.ดร. สมพงษ์ อำนวยเงินตรา วิทยาลัยนานาชาติ ม.มหิดล	การมีส่วนร่วมกับชุมชนในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว
4	ผศ. สุตจิต สนั่นไหว ม.รังสิต	ศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการจัดลำดับความสำคัญของ อาคาร กลุ่มอาคาร

3. ขั้นตอนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย

จากการประเมินผลการวิเคราะห์การใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบบันทึก และสำรวจลักษณะทางกายภาพแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม กิจกรรมนำร่อง และการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ส่งผลดีต่อชุมชนเป้าหมายทั้งหมดและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น คือ

1. การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนเรื่องแนวความคิด องค์ความรู้เรื่องการอนุรักษ์ การท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน (Capacity Building) คือ ชุมชนได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมมากขึ้นตามศักยภาพพื้นฐานและความต้องการของชุมชนที่แตกต่างกันไป

2. เกิดการสร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม (Networking) ระหว่างภาคีองค์กรภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาชนในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. เกิดทิศทางและแนวทาง และแนวทางในการพัฒนางานท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในทุกชุมชนเป้าหมายที่สามารถไปสู่การปฏิบัติจริงได้

ผลการวิจัยทั้งสามประการเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของชุมชนที่นำไปสู่เป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



แผนภาพ 5.4 แสดงองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของชุมชน

ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

3.1 ผลการดำเนินโครงการ

การสร้างกิจกรรมให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น

การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนด้านการจัดการการท่องเที่ยว กิจกรรมของโครงการวิจัยสามารถสร้างให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวได้โดยพิจารณาจากปัจจัยดังนี้

1. ระดับความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหาในการจัดสนทนากลุ่ม

เมื่อพิจารณาผลการประเมินการจัดสนทนากลุ่มที่ชุมชนเป้าหมายในชุมชน ชุมชนแสดงความคิดเห็นถึงระดับในภาพรวมดีมาก โดยเฉพาะเรื่องราววัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ที่นำไปสู่ฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวชุมชน สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ส่วนเรื่องเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมสนทนามีความรู้ในระดับปานกลางถึงระดับน้อยมาก ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่แตกต่างกันในชุมชน ซึ่งชุมชนเป้าหมายแต่ละแห่งมีระดับการพัฒนา มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนที่แตกต่างกัน

2. จำนวนชุมชนที่มีการกำหนดทิศทางแนวทางการท่องเที่ยวชุมชนของตนเองร่วมกัน

ผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มพบว่า ในช่วงระยะการสนทนากลุ่มนั้นสามารถวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของตนโดยพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และใช้ผลที่ได้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนในอนาคตที่สอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวชุมชน และอยู่บนฐานแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนมีความรู้ความสามารถในด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ดี มีความเชื่อ มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้เกิดการใช้ปัญญาร่วมกันในการเริ่มคิดหาแนวทางการแก้ไขปัญหาการยกระดับ และการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในด้านการให้บริการ การจัดการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังจากสิ้นสุดการสนทนากลุ่ม

ในการจัดการสนทนากลุ่มมุ่งหวังที่จะเปลี่ยนแปลงผู้เข้าร่วม 3 ด้าน คือ

1. ด้านองค์ความรู้ (Knowledge)
2. ด้านทักษะความสามารถ (Skill)
3. ด้านทัศนคติ (Attitude)

การประเมินผลว่ากระบวนการสร้างการเรียนรู้แก่ชุมชนผ่านการสนทนากลุ่ม ก่อให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าแก่ชุมชน ดังนี้

1. การพิจารณาว่าผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติด้านท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น
2. การพิจารณาว่าชุมชนสามารถนำสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้ไปสู่การปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น

แนวทางการสร้างแรงขับเคลื่อนเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนเอง ด้วยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และทุกภาคส่วน ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ

การพัฒนาอย่างยั่งยืน จากข้อสรุปในประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น และจากการลงสำรวจเก็บข้อมูลในพื้นที่ศึกษา ปัญหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาจึงกำหนดแนวทาง การดำเนินการดังนี้

1. การสร้างจิตสำนึก และความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพ
2. การร่วมกันฟื้นฟู และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ความเป็นย่านการค้า และรากประวัติศาสตร์ชาติไทย
3. การสืบสานเรื่องราวประวัติศาสตร์ของชุมชน และถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง
4. การพัฒนาพื้นที่ตลาดพลูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญเพื่อ ความภาคภูมิใจของชาวตลาดพลู

3.2 ลักษณะของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน

รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน สามารถเรียงลำดับตามระดับการมีส่วนร่วมของภาครัฐจากมากไปน้อย มีดังนี้

1. เครือข่ายแบบจ้างเหมาด้วยสัญญาให้บริการ (Service Contract) ซึ่งภาครัฐเป็นผู้ทำ สัญญาการให้บริการโดยมีผู้รับจ้างหรือผู้รับช่วงในการเชื่อมโยงงานบริการระหว่างสมาชิก ในเครือข่าย เช่น การจ้างเหมาการแสดง กาลเล่นท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดพลู เช่น กระต๊วงแทงเสือ การเชิดสิงโต หรือการจัดพิมพ์ป้ายโฆษณา แผ่นพับต่าง ๆ เป็นต้น
2. เครือข่ายของบริการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) มีวัตถุประสงค์เพื่อลดภาระงาน ที่มีลักษณะซับซ้อนในสายการทำงานหนึ่งๆ ให้กับหน่วยงานอื่นเป็นผู้ดำเนินการแทน ภาครัฐ เพื่อทำหน้าที่บูรณาการการทำงานของผู้เกี่ยวข้องหลัก ๆ โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของ งานที่จะส่งมอบ เช่น การจัดซื้อ การขนส่ง อาหาร หรือผลิตภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยว ด้านอาหาร ด้านสิ่งของการไหว้เจ้า เป็นต้น
3. เครือข่ายการทำงานแบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Ad Hoc) เป็นรูปแบบที่ ภาครัฐต้องการจัดหาหน่วยเฉพาะกิจเพื่อรองรับสถานการณ์พิเศษ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็น เหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น หน่วยลงทะเลเย็น และให้ความช่วยเหลือในเหตุการณ์ภัยพิบัติ ธรรมชาติ เป็นต้น
4. เครือข่ายแบบตัวแทนการให้บริการ (Channel Partnership) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐ ร่วมกับบริษัทเอกชนหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในฐานะตัวแทนภาครัฐ เนื่องจาก หน่วยงานเหล่านี้มีช่องทางที่จะเข้าถึงผู้รับบริการได้ดี และทั่วถึงกว่าหน่วยงานรัฐ เช่น ความร่วมมือกันระหว่างสภาวัฒนธรรมตลาดพลู คณะกรรมการ กลุ่มที่จัดตั้งโดยองค์กร ตลาดพลู (กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีนย่านตลาดพลู กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู กลุ่ม ส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู กลุ่มรักษาย่านตลาดพลู) เป็นต้น
5. เครือข่ายในการกระจายข้อมูล (Information Dissemination) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐ ร่วมกับภาคเอกชนหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในการเผยแพร่ข้อมูลสาธารณะให้กับ ประชาชนในวงกว้าง เช่น การสร้างสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook, Twitter, Line, Website) เป็นต้น

6. เครือข่ายภาคประชาสังคม (Civic Switchboard) ภาครัฐดำเนินการในลักษณะเป็น
ชุมสายการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่างๆ โดยอาศัยความกว้างขวางเป็นตัวเชื่อมโยงให้
เกิดความร่วมมือกันของภาคประชาชนเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม เช่น การบริหารจัดการ
แหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือศูนย์เรียนรู้ของชุมชน เป็นต้น

3.3 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืน

การมุ่งให้เกิดการพัฒนาใด ๆ ด้วยรูปแบบการทำงานแบบเครือข่ายให้มีความยั่งยืนนั้น จำเป็นต้อง
อาศัยปัจจัยพื้นฐานสำคัญหลายประการ ดังนี้

1. สมาชิกเครือข่ายมีความคิดเห็น และเป้าหมายร่วมในการทำงาน
2. เครือข่ายมีแกนนำที่มีความเข้มแข็ง และไม่มีข้อขัดแย้งเชิงผลประโยชน์ (Conflict of Interest)
3. ภารกิจมีความชัดเจน ทั้งในด้านเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และกระบวนการทำงานร่วมกัน
4. สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการระหว่างองค์กรเครือข่าย (Business Model) ที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน กำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการ หลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ที่ยอมรับได้ โครงสร้างการทำงาน เป็นต้น
5. มีการสร้างให้เกิดบรรยากาศในการไว้วางใจซึ่งกันและกัน พร้อมกับช่องทางในการให้สมาชิก
ในเครือข่ายสร้างผลงานและเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง
6. ชุมชนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของในภารกิจของเครือข่าย

การทำงานในรูปแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมแบบเครือข่าย โดยยึดหลักความร่วมมือกันมากกว่าการ
แข่งขันกัน จะเป็นรูปแบบการพัฒนาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในทศวรรษหน้า ลักษณะการทำงานดังกล่าว
จำเป็นต้องมีปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ได้แก่ การที่สมาชิกในเครือข่าย
เล็งเห็นเป้าหมายร่วมกัน มีพันธกิจที่ชัดเจน มีระบบบริหารจัดการองค์กรเครือข่าย (Business Model) ที่
มีประสิทธิภาพแกนนำชุมชนมีความเข้มแข็งและปราศจากความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ มีการสร้างให้
เกิดบรรยากาศความไว้วางใจซึ่งกันและกัน รวมถึงการที่ชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ ในภารกิจของ
เครือข่าย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันพบว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาส่วนใหญ่ยังขาดความรู้
ความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมทั้งทักษะที่จำเป็นเพื่อสร้างให้เกิดกระบวนการทำงานแบบเครือข่ายดังกล่าว

ดังนั้น การพัฒนาในช่วงต่อไปจึงจำเป็นต้องเตรียมแนวทางการพัฒนาบุคลากร การพัฒนา
ศักยภาพชุมชน แผนการบริหารจัดการ รวมทั้งความเข้มแข็งของหน่วยงานราชการ และองค์กรระดับ
ชุมชนให้มีความพร้อมที่จะสามารถทำงานแบบเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



ภาพที่ 5.6 การจัดโครงการอบรม หนูน้อย..นำเที่ยว ยลเสน่ห์..ตลาดพลู ร่วมกับโรงเรียนในพื้นที่
และกรรมการท่องเที่ยว กทม. วันที่ 2-3 พฤษภาคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 5.7 การจัดกิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู วันที่ 17 พฤษภาคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 5.8 การจัดกิจกรรมนำร่อง สอนศิลปะ สานวัฒนธรรม มรดกตลาดพลู...ชุมชนธนบุรี
วันที่ 2 สิงหาคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

3.4 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว และ
อำนวยความสะดวก มาสู่ประเทศชาติเป็นอย่างมากโดยจำแนกได้เป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถสร้าง รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละของรายได้
ประชาชาติ (GDP) และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องใช้กำลังคน ทำให้เกิด
การสร้างงานสร้างอาชีพในภาคบริการจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ให้กับประชาชน
ในพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง
2. ด้านสังคมการท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นจาก
การแลกเปลี่ยนความคิด ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามต่อกัน อีกทั้งยังช่วย กระตุ้นการนำ
ประเพณีวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นมาเผยแพร่ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ห่วงแหนในมรดก
และศิลปวัฒนธรรมของตน ตลอดจนรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
ของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป
3. ด้านการเมือง การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน หย่อนใจ ซึ่งเมื่อได้มาเยือน และเกิด
ความประทับใจ จะช่วยสร้างมิตร และความสัมพันธ์อันดีต่อกันได้โดยง่าย รวมทั้ง
การท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ชาวต่างประเทศ ส่งเสริมให้นานาประเทศรู้จัก
แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่หากว่าไม่ได้รับ
ความร่วมมือจากคนในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การบริหารจัดการ
อย่างไร ก็คงจะไม่เกิดผลสำเร็จได้ อีกทั้งยังต้องมีหลากหลายภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน
คอยให้การควบคุม สนับสนุน ส่งเสริม ให้เป็นไปตามแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้
อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหาร และจัดการแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยทั้งการระดมบุคลากร งบประมาณ และ
เครื่องมือเครื่องใช้ในการบริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้
เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ให้เกิดความยั่งยืน เกิดความสมดุลระหว่าง
เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม คงสภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความงดงามสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และ
วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่สร้างความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และ
ต่างประเทศ ให้ระลึกถึง และกลับมาท่องเที่ยวใหม่

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์
ประเพณี และวัฒนธรรม นั้นมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. คนในท้องถิ่น หรือชุมชน เป็นเจ้าของพื้นที่
2. คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิตให้คนในท้องถิ่น
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพวัฒนธรรมที่แตกต่าง

9. มีการกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น

โดยการที่จะให้คนในท้องถิ่น หรือชุมชน ดำเนินการตามหลักการจัดการดังกล่าวได้นั้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์ให้กับคนในท้องถิ่นได้ทราบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้ จะส่งผลดีอย่างไร กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้าน และผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของคนในท้องถิ่น ต่อการอนุรักษ์ ทรัพยากรทางกรท่องเที่ยว และเป็นกำลังในหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้ง ธรรมชาติ และวัฒนธรรม

3.4.1 แผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1. แผนการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการ

โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและบริหารจัดการ ในชุมชน เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดีนั้น ควรที่จะได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทุกฝ่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกระดับ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรูปแบบของชุมชนท้องถิ่น หากเปิดโอกาส ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวย่อมได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ สามารถพัฒนาการ ท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่น และเป็นการช่วยกันดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้ยังคงอยู่คู่ชุมชน และ เกิดผลกระทบทางบวกซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนได้รับผลกระทบโดยตรงซึ่งเป็นผู้ที่เข้าใจพื้นที่อย่างแท้จริง ทราบปัญหา ความต้องการ นอกจากนี้ยังทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกหวงแหนและตระหนักคุณค่าของทรัพยากร การท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพเข้ามาเป็นกลไกใน การดำเนินงานการท่องเที่ยวของชุมชน

ขั้นตอนสำคัญของการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. กำหนดทิศทาง (Direction Setting) ในการกำหนดทิศทางขององค์กรจะประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goal) ซึ่ง วิสัยทัศน์ (Vision) คือกรอบในการดำเนินงานที่ชัดเจนซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางใน ระยะยาว ภารกิจ (Mission) คือประกาศขององค์กรที่กำหนดว่าจะทำอะไรในปัจจุบัน กำลัง จะทำอะไรในอนาคต และองค์กรเป็นองค์กรแบบใดและจะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรแบบใด ทั้งนี้เพื่อบรรลุสู่ความเป็นเลิศเหนือกว่าคู่แข่ง เป้าหมาย (Goal) คือการบอกสิ่งที่องค์กรปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต โดยมีการกำหนดให้ชัดเจน กระชับ และสามารถวัดได้ ทั้งนี้ การกำหนดเป้าหมายจะมีการกำหนดให้ชัดเจนยิ่งขึ้นกว่าการกำหนดภารกิจที่จะต้องทำสิ่งใด
2. การประเมินสภาพแวดล้อมขององค์กร(Environment Scanning) ในการประเมิน สภาพแวดล้อมขององค์กรนั้นจะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึง จุดแข็ง(Strength -S) จุดอ่อน(Weakness -W) โอกาส(Opportunity -O) และอุปสรรค(Threat -T)

3. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์กร ธุรกิจ โดยอาศัยข้อมูลโอกาสและอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และจุดแข็ง จุดอ่อนที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยผู้บริหารองค์กรจะต้องกำหนด เลือกกลยุทธ์ที่ดีที่สุดและเหมาะสมกับองค์กร ผู้บริหารต้องพยายามตอบคำถามว่าทำอย่างไร องค์กรจึงจะไปถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ได้ โดยใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร กำหนดเป็นกลยุทธ์ ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงระดับที่แตกต่างกันของกลยุทธ์ด้วย
4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารแปลง กลยุทธ์ และนโยบายไปสู่แผนการดำเนินงาน กำหนดรายละเอียดด้านต่าง ๆ เช่น ด้านงบประมาณ หรือวิธีการดำเนินงานซึ่งกระบวนการนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง ภายในด้านวัฒนธรรม โครงสร้าง หรือระบบการบริหาร เพื่อให้สามารถดำเนินการตามกลยุทธ์ ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทั่วไปจะประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการด้วยกันคือ
 1. การกำหนดแผน และการจัดสรรทรัพยากร (Resources Allocation)
 2. การปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของการใช้กลยุทธ์ และการใช้ทรัพยากร
 3. การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนของระบบและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น เรื่องระบบข้อมูลข่าวสาร ระบบบริหารบุคคล (การให้การศึกษา การฝึกอบรม การกระตุ้น ส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพ)
 4. การกระจายกลยุทธ์ (Strategic Deployment) หากองค์กรได้มีการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจขึ้นมาแล้ว แต่ไม่ได้มีการดำเนินการก็จะทำให้เกิด การสูญเปล่า เพราะถึงแม้ว่าแผนงานเหล่านั้นจะเป็นแผนที่ถูกจัดทำมา เป็นอย่างดี ผ่านการระดมความคิดเห็นมาอย่างเข้มข้นเพียงใดก็ตาม หากไม่ ลงมือปฏิบัติก็ย่อมไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมขึ้นมาได้

2. รายละเอียดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

วิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยว ชุมชนร่วมกันจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์เป้าหมาย ยุทธศาสตร์และแนวทางพัฒนา เป็นการกำหนดทิศทางแนวทางการพัฒนาที่มองไปในอนาคต โดยมี การวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และความสามารถขององค์กรที่ผลักดันให้ การพัฒนาไปสู่จุดหมาย ยุทธศาสตร์ที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

1. เป็นการมองออกไปในอนาคต และมีกลยุทธ์รองรับความเจริญเติบโตในอนาคต
2. ต้องสอดคล้องกับศักยภาพ โอกาส ข้อจำกัดต่าง ๆ ของพื้นที่ มีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคบนพื้นฐานของข้อมูล ข้อเท็จจริงที่มีอยู่
3. เป็นการมองปัญหาแบบองค์รวมอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทุกด้าน
4. เกิดจากการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ

ความคิดสร้างสรรค์ คืออะไร

ลักษณะของการคิดที่ดี ควรมีลักษณะ ลึก กว้างไกล และสร้างสรรค์ คำว่า ลึก หมายถึง สิ่งที่มีใช้เพียงสัมผัส มีความเป็นไปได้และมีความชัดเจน เป็นการสร้างภาพที่มีมุมมองอันเกิดจากการวิเคราะห์ การสังเคราะห์อย่างรอบครอบ ไกล เป็นการมองไปข้างหน้าในระยะยาว โดยคำนึงถึงสิ่งอันพึงปรารถนา ส่วนคำว่าสร้างสรรค์นั้นเป็นการพิจารณาเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือที่ต้องใช้อยู่เป็นประจำของมนุษย์ และมีพลังอำนาจมากที่สุดเหนือสิ่งอื่นใดเสมอ ดังนั้นบุคคลจึงไม่เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจในกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนให้เป็นประโยชน์รวมทั้งต้องการให้ได้ชื่อว่าเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้นด้วย

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ แยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ลักษณะความเป็นสากลของมนุษย์ที่พบได้ในทุกสังคม และทุกวัฒนธรรมปรากฏอยู่ในสังคมเสรี ซึ่งส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และในสังคมเปิดหรือสังคมอำนาจนิยม ซึ่งถูกกดดันด้วยเหตุผลทางการเมืองหรือศาสนา หรือถูกบังคับด้วยปัจจัยการเศรษฐกิจ อาจส่งผลเสียต่อบุคคล และทำให้ชุมชนอ่อนแอ
2. การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมซึ่งให้มูลค่ากับความแปลกใหม่ทางวิทยาศาสตร์ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี รวมทั้งทรัพย์สินทางปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ประเภทนี้ต้องการการตลาด และความรู้พื้นฐานด้านข้อกฎหมาย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์ (New Travel Paradigm) และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวแบบเดิมในยุคแรก ๆ ที่ให้ความสนใจกับการพักผ่อนหย่อนใจ (Sun-Sea-Sex Tourism) มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (Sustainable Tourism) และยุคที่สาม ในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญโดยเน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือน (Visitor-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้ ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active -Participation) และเป็นผลให้เกิดการจดจำ และประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place)

หลักการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1. รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งทางด้านกายภาพ โครงสร้างพื้นฐาน วิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งกิจกรรมทางสังคม และเศรษฐกิจ โดยอาศัยการศึกษา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของท้องถิ่น นำมาวิเคราะห์คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว
2. กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการอนุรักษ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน
3. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เสื่อมโทรม หรือถูกทำลายไป ให้กลับคืนมาดังเดิม

4. เป็นการเสริมสร้าง และพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ร่วมกับสังคม ท้องถิ่นกับเยาวชนร่วมสมัย ได้โดยไม่ทำลายคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม

5. กำหนดกฎเกณฑ์ กฎหมาย ข้อบังคับ แนวทางในการพัฒนา และอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม รวมถึงสร้างมาตรการจูงใจให้มีการดำเนินการให้เกิดประสิทธิผล

6. พัฒนาระบบสาธารณูปโภค ที่มีความทันสมัย และปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว แต่ต้องมีความสอดคล้อง ไม่ขัดแย้งต่อสภาพทางกายภาพของชุมชนเดิม

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การบริหารและการจัดการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่หากว่าไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การบริหารจัดการอย่างไร ก็คงจะไม่เกิดผลสำเร็จได้ อีกทั้งยังต้องมีหลากหลายภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน คอยให้การควบคุม สนับสนุน ส่งเสริม ให้เป็นไปตามแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหาร และจัดการแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยทั้งการระดมบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการบริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ให้เกิดความยั่งยืน เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม คงสภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความงดงามสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ ให้ระลึกถึง และกลับมาท่องเที่ยวใหม่

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ ประเพณี และวัฒนธรรม นั้นมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. คนในท้องถิ่น หรือชุมชน เป็นเจ้าของพื้นที่
2. คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิตให้คนในท้องถิ่น
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพวัฒนธรรมที่แตกต่าง
9. มีการกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น

โดยการที่จะให้คนในท้องถิ่น หรือชุมชน ดำเนินการตามหลักการจัดการดังกล่าวได้นั้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์ให้กับคนในท้องถิ่นได้ทราบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้ จะส่งผลดีกับอย่างไร กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้าน และผู้มาเยือน

นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของคนในท้องถิ่น ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางกรท่องเที่ยว และเป็นกำลังในหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งธรรมชาติ และวัฒนธรรม



แผนภาพ 5.5 รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐ และเอกชน
ที่มา Deloitte Research

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ควรมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน และควรมีความร่วมมือกับเครือข่ายภาครัฐ และเอกชน ดังภาพที่แสดงข้างต้น ควรมีการแลกเปลี่ยนความเข้าใจกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่นด้วย เพื่อสร้างความตระหนัก และความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น การระดมสมองการจัดให้มีเวทีเสวนากันระหว่างหน่วยงาน กับผู้นำท้องถิ่น และคนในท้องถิ่น เพื่อมาถกกันกรองทำเป็นแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่นร่วมกัน

แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. การใช้ประโยชน์ของพื้นที่

- การแยกประเภทการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้มีความเหมาะสม
- การฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น
- การจัดสรรพื้นที่ให้มีส่วนสาธารณะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

2. การสร้างสิ่งก่อสร้าง

- การสร้างสิ่งก่อสร้าง ให้มีความกลมกลืนกับสภาพบริบทของชุมชน
- การควบคุมความสูงของอาคารบ้านเรือน
- การบำรุง รักษาสิ่งก่อสร้าง และสภาพแวดล้อม ให้คงคุณค่าอยู่เสมอ

3. การอนุรักษ์

- มีการคุ้มครองคุณค่า โดยการขึ้นทะเบียนวัตถุและพื้นที่ ซึ่งมีคุณค่าที่จะคุ้มครองใน 3 ลักษณะ คือ คุณค่าทางวิทยาการ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ และคุณค่าความงามตามธรรมชาติ

- การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมจะต้องควบคู่ไปกับการพัฒนา โดยต้องดำรงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษของท้องถิ่น
- แม่น้ำ ลำคลอง เป็นแหล่งให้ความรื่นรมย์ ควรดูแล และรักษาความสะอาด
- ต้นไม้ ควรปลูกอย่าทำลาย รวมทั้งให้มีการรักษาหน้าดินไว้
- การพัฒนาโครงการต่าง ๆ เช่น สะพานลอย ถนนร่อมคลอง ควรมีการพิจารณาก่อนที่จะดำเนินการ เนื่องจากอาจก่อให้เกิดการบดบังทัศนียภาพของท้องถิ่นชุมชนได้

4. การคมนาคม

- ถนน และทางเท้ากว้าง และมีบริเวณปลูกต้นไม้ เพื่อให้ร่มเงา
- ระบบถนน ควรสร้างเลียงบริเวณที่จะเป็นพื้นที่อนุรักษ์
- สนับสนุนให้มี ทางเดินเท้า และจักรยานในเขตที่เป็นพื้นที่อนุรักษ์ ควรลดการขับซึ่รถยนต์ในพื้นที่ดังกล่าว

5. บริการสาธารณะ

- ควรจัดปัจจัยพื้นฐานการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการวางแผนพัฒนา และบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง
- ควบคุมการติดป้ายโฆษณา ควรให้ติดเฉพาะย่านที่เป็นพาณิชยกรรม โดยต้องคำนึงถึงการติดแล้วบดบังทัศนียภาพด้วย
- ควบคุมมลภาวะทางเสียงจากกิจกรรมต่าง ๆ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน นั้น “ได้รับการคาดหวังให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรีย์ ในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณาการทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต” เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยว แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงได้รับความนิยมและแพร่หลายค่อนข้างมาก อีกนัยหนึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรีย์ภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย”

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. การอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว (Using Resource Sustainably)
2. การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสียจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว (Reducing Over-consumption and Waste)

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Maintaining Diversity)

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว (Integrating Tourism into Planning)

5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย (Supporting Local Economics)

6. การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากร และสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย (Involving Local Communities)

7. การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน (Consulting Stakeholders and the Public)

8. การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดคล้องแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (Training Staff)

9. การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ และเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย (Marketing Tourism Responsibly)

10. การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน (Undertaking Research)

หลักการพื้นฐานของความยั่งยืน จะต้องได้รับการปฏิบัติภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหมด ไม่จำเพาะแต่การท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง การท่องเที่ยวขนาดเล็ก การท่องเที่ยวราคาแพง หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ Mass Tourism

จะเห็นว่า แนวความคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยม สู่ยุคสมัยสังคมเป็นใหญ่ ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน กล่าวโดยสรุป คือกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้

ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว

พื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร มีศักยภาพในพัฒนาชุมชนตนเองสู่มาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับได้ เนื่องจากชุมชนมีความเข้มแข็งด้านทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานดั้งเดิม หากแต่ต้องได้รับการบริหารจัดการที่ดีเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมจึงกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติไว้ ดังนี้

1. เส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
2. เส้นทางจักรยานท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
3. เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาหารของดีย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
4. กิจกรรมปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน (กรุ่น กลิ่นไออดีต มหกรรมเที่ยว 12 เดือน)

ชุมชนพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร มีศักยภาพ และความพร้อมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวสู่สาธารณะ ประกอบด้วยความพร้อมอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่

1. โปรแกรม/กิจกรรมการท่องเที่ยว

การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตอันแท้จริงของคนในท้องถิ่น กิจกรรมในวิถีชีวิต ได้เรียนรู้ และร่วมได้เห็นความผูกพันระหว่างคนกับทรัพยากร และอัตลักษณ์ของของคนในท้องถิ่น คือหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 การเที่ยวภายในชุมชน

- เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร (ศึกษาลักษณะ ผังเมือง วัด ศาลเจ้า บ้านเรือนโบราณ และร้านอาหาร)
- เส้นทางจักรยานท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร (เชื่อมต่อของ กทม. คลองบางหลวง บ้านศิลปิน ตลาดพลู กะดีจิ้น)
- เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาหารของดีย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

1.2 กิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน เช่น การร่วมกิจกรรมปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน (กรุ่น กลิ่นไออดีต มหกรรมเที่ยว 12 เดือน) ในวิถีชีวิตชุมชนเช่น โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อยตลาดพลู โครงการปั่นจักรยานยลเสน่ห์ตลาดพลู โครงการตื่นตาตื่นใจโลกวัดตลาดพลู โครงการนักท่องเที่ยวอาสารักษ์ย่านตลาดพลู ปลื้มปริ่มยิ้มบ้านฉัน โครงการนารสชาติ อาหารอร่อยตลาดพลู เป็นต้น

1.3 เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น เรียนการเรียงพลู การทำอาหาร ทำขนม (กุยช่าย หมี่กรอบโบราณ ขนมเบื้องไทย เป็นต้น)

1.4 กิจกรรมศึกษาธรรมชาติอื่นๆ เช่น การล่องเรือชมคลองบางหลวง และแม่น้ำเจ้าพระยา

2. บริการด้านการท่องเที่ยว

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริม แต่เมื่อชุมชนดำเนินการท่องเที่ยว และมีการเก็บค่าใช้จ่าย การมีระบบเป็นการแสดงออกถึงความพร้อม และเป็นการนำเสนอความเป็นท้องถิ่นที่มีมิติเชิงลึกเพราะเกิดการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มีนัยมากกว่าการใช้บริการ แต่เป็นบริการที่มาจากภายในผ่านการคิดวิเคราะห์ และเป็นบริการด้านการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนอาทิ ได้แก่

- 2.1 นักสื่อความหมายท้องถิ่น (หนูน้อยนำเที่ยว ยลเสน่ห์.....ตลาดพลู)
- 2.2 ที่พัก (Apartment)
- 2.3 อาหารเด่นดังย่านตลาดพลู (ก๋วยเตี๋ยว ขนมหวาน กระจ่างปลา ข้าวมันไก่ เป็นต้น)
- 2.4 การคมนาคม (รถสาธารณะ เรือ จักรยาน รถส่วนตัว และเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น)
- 2.5 การละเล่น/ การแสดงพื้นบ้าน (การเล่นกระต๊วแทงเสือ การเชิดสิงโต เป็นต้น)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก

การเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อการรองรับ และให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวก สบาย ปลอดภัยในการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด องค์ประกอบ ในการวางแผนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่

- 3.1 การวางผังของสิ่งปลูกสร้างต้องสอดคล้องกลมกลืนกับภูมิวัฒนธรรม และศิลปวัฒนธรรมในชุมชน
- 3.2 การคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มีระบบการจัดการระบบสาธารณสุขโรค
- 3.3 มีระบบการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
- 3.4 มีป้ายหรือหรือแผนที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยว
- 3.5 สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อผู้พิการ เช่น การจัดระเบียบสิ่งกีดขวางบนทางเท้า และเส้นทางสัญจรสาธารณะ ทางลาดสำหรับผู้สูงอายุและผู้สูงอายุ ห้องน้ำสาธารณะเพื่อบุคคลทั่วไป และเพื่อผู้พิการ

4. ระบบการบริหารจัดการ

การที่จะชี้วัดว่าองค์กรที่เข้ามาทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวแทนผลประโยชน์ที่แท้จริงของชุมชนหรือไม่ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

- 4.1 การมีส่วนร่วม
- 4.2 การกระจายบทบาทการทำงาน
- 4.3 การกระจายผลประโยชน์อย่างเสมอภาคและยุติธรรม
- 4.4 มีระบบการทำงานโปร่งใส/ตรวจสอบได้
- 4.5 มีการจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งเข้าสาธารณประโยชน์ของชุมชน
- 4.6 มีมาตรการในการควบคุม และป้องกันผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
- 4.7 มีอัตราค่าบริการที่เป็นมาตรฐานและราคาที่เป็นธรรม เช่น ค่าพาหนะ ที่พัก อาหาร น้ำดื่ม และของที่ระลึก
- 4.8 มีการเก็บสถิติ เพื่อนำไปประมวลผลสำหรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องได้

ผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานการทอ่งเที่ยว

การเตรียมความพร้อมภายในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน และสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวซึ่งหากมีกระบวนการเตรียมความพร้อมทั้ง 2 ด้าน ดังกล่าวแล้ว ผลที่เกิดขึ้นสามารถตอบคำถามได้ในระดับหนึ่ง ว่า “การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา และก่อให้เกิดความยั่งยืนได้ คือ

1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม

- 1.1 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมระหว่างเจ้าของบ้าน และแขกผู้มาเยือน สร้างการเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง
- 1.2 ความเข้าใจใคร่เรียนรู้ของคนภายนอกกระตุ้นความภาคภูมิใจของคนในชุมชน
- 1.3 เกิดการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงานให้กับสมาชิก
- 1.4 สร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่คนในชุมชน เป็นการสร้างชุมชนให้มีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกอย่างมีศักดิ์ศรีเป็นการสร้างโอกาสให้แก่ผู้หญิง ผู้อาวุโสชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน และแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่
- 1.5 การพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 1.6 แบ่งบทบาทในการทำงาน และสร้างความสามัคคีภายในชุมชน

2. ด้านสิ่งแวดล้อม

- 2.1 สร้างจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมในชุมชน และผู้มาเยือน
- 2.2 เกิดแบบแผนการจัดการทรัพยากรโดยชุมชน โดยมีเรื่องการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง และมีกฎกติกาในการดูแลรักษาเพื่อการใช้้อย่างยั่งยืน
- 2.3 มีระบบจัดสรรรายได้เข้าไปดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น กองทุนสิ่งแวดล้อม

3. ด้านเศรษฐกิจ

- 3.1 ก่อให้เกิดรายได้เสริม
- 3.2 มีกองทุนในการต่อยอดงาน และพัฒนางานให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น
- 3.3 มีการกระจายรายได้สู่ส่วนต่าง ๆ ในชุมชน ที่เกิดจากการสร้างงานหรือกิจการที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว

ปัจจัยแห่งความสำเร็จสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน

เครือข่ายธุรกิจชุมชน เป็นการรวมตัวของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาทั้งภายใน และภายนอก เป็นลักษณะการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน มีการช่วยเหลือ เอื้ออาทร การทำงานภายใต้ความรัก ความสามัคคี และสามารถพัฒนาศักยภาพของคน พัฒนากิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายได้อย่างสมดุล และบูรณาการด้านต่างๆ ของชุมชนให้มั่นคง ยั่งยืน และพึ่งตนเองได้

โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ คือ การบริหารจัดการ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการวางแผน ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลและองค์กรเกิดการเรียนรู้ และดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มั่นคง ซึ่งประกอบด้วย

1. กลยุทธ์เกี่ยวกับการจัดการ และพัฒนาเครือข่าย

2. การบริหารจัดการเครือข่ายการเรียนรู้ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน
3. การพิจารณาความเข้มแข็งของเครือข่ายชาวบ้าน ซึ่งประกอบด้วย เครือข่ายในชุมชน เครือข่ายนอกชุมชน
4. โอกาสการขยายผลเครือข่ายองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นประสานกับการเปลี่ยนแปลงเครือข่ายในท้องถิ่น และตระหนักในการปกป้องเครือข่ายประสานเชื่อมโยงกับองค์กรระดับกลาง
5. กลไกพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย การถ่ายทอด ความใฝ่แสวงหาความรู้ จิตสำนึกในการพัฒนาชุมชน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
6. ความสำเร็จของการทำงานขององค์กรเครือข่าย โดยประกอบด้วย การมีสัญญาร่วมกัน การพัฒนาตลอดเวลา มีการเสริมพลังการทำงานมีค่านิยมร่วมกัน มีภาวะผู้นำที่ดี
7. การจัดกระบวนการเรียนรู้ในด้านการพัฒนาความเข้มแข็ง โดยเน้นความสัมพันธ์ ร่วมกันแก้ปัญหาชุมชน พัฒนางค์กรเศรษฐกิจชุมชน วิเคราะห์ และวางแผนระยะยาวในการพัฒนา

การจัดทำแผน,พัฒนาและพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว

มีกระบวนการทำงานดังนี้

1. จัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชน
2. จัดประชุมคณะกรรมการ
3. จัดอบรมให้ความรู้
4. จัดเวทีประชาคมในชุมชน

ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว
2. การอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและประวัติศาสตร์
3. การประชาสัมพันธ์ เช่น โครงการจัดทำเอกสารเผยแพร่การคู่มือการท่องเที่ยวชุมชน ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร การจัดทำสโปตวิทยุ เผยแพร่ผ่านวิทยุกระจายเสียง
4. การพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการ คนชุมชนผู้ประกอบการ เช่น โครงการอบรมการเป็นผู้ประกอบการและเจ้าบ้านที่ดีโครงการสร้างเครือข่าย และพัฒนาศักยภาพกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม
5. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

เนื่องจากชุมชนมีการจัดงานอย่างต่อเนื่องในบางเทศกาล และนานๆครั้งจะจัดงานบางอย่าง เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีคุณค่าจนสามารถดึงดูดให้คนในชุมชน คนพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานได้ และสามารถฟื้นฟูงานประเพณี งานเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ได้นำเสนอสินค้าท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และนำดึงดูดใจให้เป็นทางเลือกใหม่สำหรับตลาดในประเทศ ฯลฯ นอกจากนั้นยังมีการแสดงนาฏศิลป์เด็กนักเรียนในท้องถิ่น การส่งเสริมการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ในชุมชน ภูมิปัญญาวัฒนธรรม จึงควรมีแบบแผนในการบริหารจัดการอย่างมีระบบและมีกลไกในการดำเนินงาน

สำหรับกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมสำหรับชุมชนแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับขึ้นอยู่กับ การเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานที่จัดและปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนี้

1. กิจกรรมระดับชุมชน
2. กิจกรรมระดับเมือง
3. กิจกรรมระดับประเทศ

1. กิจกรรมระดับชุมชน

หมายถึง กิจกรรมที่น่าสนใจในระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่นที่สามารถดึงดูด ความสนใจนักท่องเที่ยวทั่วไป ควรมีการจัดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสถานที่จัดงานมีศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการบริการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง

กิจกรรมงานระดับชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมระดับเมืองและกิจกรรม ระดับประเทศได้ เช่น งานเทศกาลพระเกียรติพระเจ้าตากสินมหาราช งานยลเสน่ห์....ตลาดพลู งานสอนศิลปะ สานวัฒนธรรมตลาดพลู มรดกชุมชนธนบุรี

แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาล และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชุมชนนั้น ได้วางแผนการศึกษา และกระบวนการทำงานไว้ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานเทศกาลและประเพณี ที่ได้รวบรวมไว้ในหนังสือต่าง ๆ การอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาล และประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร สิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับงานเทศกาล ประเพณี และ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งโดยตรง และทางอ้อม
3. ศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่สุ่มตัวอย่างจากข้าราชการ และผู้เกี่ยวข้องในจังหวัด ต่างๆ
4. ศึกษาสภาพความเป็นอยู่จริงโดยตรงในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะงานเทศกาล และ ประเพณีที่ชุมชนเคยมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการจัดงาน

2. กิจกรรมระดับเมือง

หมายถึง กิจกรรมที่สามารถนำเสนอขายในระดับชาติได้ มีการจัดอย่างต่อเนื่องรวมทั้ง สถานที่จัดงานมีศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการท่องเที่ยวอย่างดี

3. กิจกรรมระดับประเทศ

กิจกรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของไทยสามารถนำเสนอขายได้ในระดับสากลต่อเนื่อง เป็นประจำทุกปี สร้างการรับรู้ผ่านสื่อทั้งในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และสถานที่จัดงานมีศักยภาพ ของสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยว ควรนำข้อมูลมาประกอบการพิจารณาในการวาง มาตรการอนุรักษ์ และส่งเสริมงานเทศกาลและประเพณี โดยคำนึงถึง ปัญหาโดยทั่วไปของการจัดงาน เทศกาลและประเพณีตลอดจนข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงการจัดงาน และผลกระทบของ การจัดงานโดยชุมชนที่มีต่อท้องถิ่น

ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดงานเทศกาล และประเพณี

สืบเนื่องจากการจัดทำความเห็นและข้อเสนอ กิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู เพื่อการอนุรักษ์การเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของ คณะวิจัยซึ่งพบว่าการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนในการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ในปัจจุบันไม่สามารถดำเนินการได้เต็มที่ เพราะขาดแรงสนับสนุนจากภาครัฐในการดำเนินการ ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น ในบางด้าน รัฐได้เข้ามาเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ส่งผลให้แนวทางการพัฒนามีลักษณะเป็นแนวทางกว้าง ขาดความเจาะจง และเหมาะสมกับบริบท ในแต่ละชุมชน ฉะนั้นการเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งจะเป็นทางออกหนึ่งที่จะทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นของไทยมีความเข้มแข็ง

ปัญหาโดยทั่วไปของการจัดงานเทศกาลและประเพณีในชุมชน

สำหรับปัญหาของการจัดงานเทศกาล และประเพณีในชุมชนพอสรุปได้ ดังนี้

1. ในการจัดงานเทศกาลและประเพณีนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในจังหวัดทั้ง ภาครัฐบาล และภาคเอกชน แต่การดำเนินงานจริงมักขาดการประสานงานที่ดีเนื่องจากขาดความ พร้อมเพียงในการเตรียมการ และดำเนินงาน
2. งานประเพณีอย่างประสบความสำเร็จเพราะความสามารถส่วนตัวของผู้นำท้องถิ่น หรือ เกิดจากการผลักดันขึ้นมาจากกลุ่มบุคคลเฉพาะกลุ่ม จึงทำให้งานนั้น ๆ ประสบผลสำเร็จ เฉพาะในยุคที่ บุคคลเหล่านั้น ๆ ดำรงตำแหน่งบริหารอยู่เท่านั้น
3. ในการจัดงานแต่ละครั้ง ชุมชนเจ้าของงานส่วนมากมุ่งเน้นความสำเร็จในด้านการโฆษณา ประสิทธิภาพในการจัดงานของผู้นำท้องถิ่น การค้า และหวังผลเลิศทางด้านรูปธรรมจากการจัดงานสูง จนทำให้คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม และทางด้านจิตใจของงานประเพณีนั้น ๆ ถูกกลืนหายไป
4. รูปแบบการนำเสนองานส่วนใหญ่ยังขาดความลึกซึ้ง ในด้านรากฐานทาง วัฒนธรรม ทั้งทางตรง และทางอ้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรากฐาน ทางด้านมานุษยวิทยา (Anthropology) สังคมวิทยา (sociology) และทางศิลปวัฒนธรรม
5. รูปแบบการนำเสนองานควรควบคุมให้อยู่ในกรอบของจริยธรรมอันดีงาม กระบวนการนำเสนอ ซึ่งทำให้คุณค่าของงานเสื่อมถอยลงไป และภาพพจน์ของท้องถิ่นเสื่อมเสีย
6. การนำเสนองานประเพณีอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรมเกินไป ทำให้มีลักษณะฉาบฉวย แข็งกระด้างจนลดคุณค่าทางจิตใจของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ และทำลายศรัทธาของนักท่องเที่ยวที่ มาจากถิ่นอื่น
7. ในพื้นที่ที่จัดงานหรือบริเวณเกี่ยวเนื่องยังขาดการเตรียมการด้านกายภาพ และการพัฒนาทั้ง ทางด้านคุณภาพ และจำนวนของบุคลากรในสาขาธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น วิทยาการการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่จำหน่ายตั๋วรถบริการ และบริการที่มีความรู้ความเข้าใจการบริการพอสมควร
8. ขาดการประสานงานที่ขยายขอบข่ายเชื่อมโยงในการขายบริการระหว่างตัวแทนของบริษัท ท่องเที่ยว
9. การจัดงานยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ และครบวงจร เช่น ยังไม่มีการ จัดทำเอกสารฉบับพิเศษ เพื่อประชาสัมพันธ์งานที่จัดขึ้นแทรกในหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับภาษาไทยและ

ภาษาต่างประเทศตลอดจนการนำเสนอบทความพิเศษและภาพประกอบตีพิมพ์ในนิตยสารอื่น ๆ ที่แพร่หลายอยู่แล้ว รวมทั้งในนิตยสารและการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงทุกระดับ

ข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงการจัดงาน

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานเทศกาล และประเพณี จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น พอสรุป และจำแนกข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. การวางแผน
2. การนำเสนอ
3. การบริการ
4. การประชาสัมพันธ์
5. สิ่งอำนวยความสะดวกในงาน

1. การวางแผน

1.1 ในการจัดงาน ควรมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างสรรค์ และอนุรักษ์อย่างแท้จริง การบริหารงานมีโครงสร้างการบริหารงานอย่างไม่เป็นทางการโดยมีคณะกรรมการหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ทั้งจากบุคลากรของสถาบันสงฆ์ และประชาชนร่วมกันปรึกษาหารือ ทั้งการกำหนดโครงการ และการดำเนินงาน

1.2 ในการจัดงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนเข้าร่วมจัดกิจกรรมอย่างกว้างขวาง และควรให้ประชาชนในจังหวัดนั้น ๆ ตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของงาน เพื่อก่อให้เกิดการประสานประโยชน์ร่วมกัน

1.3 นอกเหนือจากความร่วมมือ ในการจัดงานแต่ละแห่ง ควรมีการร่วมมือระหว่างหน่วยงานอื่น ที่มีบทบาทในการส่งเสริม และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ เช่น กรมศิลปากร และศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือสถาบันการศึกษาที่มีบทบาทในด้านนี้ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

1.4 ในการจัดงานแต่ละครั้ง ควรศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างงานที่จัดขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งในด้านระยะเวลา สถานที่ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านระยะเวลา สถานที่ ทั้งที่เป็นแหล่งธรรมชาติโบราณสถาน และผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ตลอดจนความสะดวกเรื่องที่พัก และความปลอดภัย โดยจัดทำโปรแกรมเพื่อการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

1.5 ควรคำนึงถึงความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ ช่วงฤดูการพักผ่อนของประชาชนในแต่ละภูมิภาคของโลก และการขยายบริการที่อยู่ในอัตราที่ไม่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง

1.6 ควรจัดสัมมนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ของชุมชนกับบริษัทนำเที่ยวของเอกชนองค์กรเอกชนอื่น ๆ ที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่การสื่อสาร การคมนาคม และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ และเอกชน ตลอดจนตัวแทนของสถาบันการศึกษาวิชัย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ การส่งเสริมงานเทศกาล และประเพณี

2. การนำเสนอ

2.1 ลักษณะรูปแบบ และกระบวนการของงานเทศกาลและประเพณี ควรดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ หรือการสร้างสรรค์อย่างมีลักษณะเฉพาะของตน

2.2 มีการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น จัดให้มีการประกวด การแสดง การอนุรักษ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์หรืองานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ในแต่ละท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น

2.3 ควรสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรม (cultural tour) ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการหยั่งรากฐานทางวัฒนธรรมให้ลึกซึ้ง และกว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อผลการขยายตลาด ในอนาคต

2.4 ควรแสดงถึงความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องในคุณค่าต่าง ๆ ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ คติชนวิทยา วรรณศิลป์ คีตศิลป์ และศิลปะการแสดงต่าง ๆ

2.5 ควรนำรูปแบบด้านจิตรศิลป์ และประยุกตศิลป์ ทั้งทางด้านทัศนศิลป์ (visual art) และนฤมิตศิลป์ (creative) ปรากฏร่วมอยู่ในรูปแบบการนำเสนอด้วยเพื่อคุณค่าเชิงสุนทรียศาสตร์ อันจะเป็นการสร้างสรรค์ทางด้านจิตใจให้แก่สังคมโดยทั่วไป

3 การบริการ

3.1 ควรให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงานให้มากขึ้น ทั้งในด้านที่พัก อาหาร ความสะอาด และความปลอดภัย เช่น ควรจะที่จอดรถให้เพียงพอ จัดเส้นทางเดินรถให้เหมาะสมรวมทั้งจัดห้องสุขา ที่สะอาด และปลอดภัยไว้อย่างเพียงพอ เป็นต้น

3.2 ควรจัดเตรียมยานพาหนะให้เพียงพอ และในบางจุดที่จำเป็นต้องควรมีรถรับส่งผู้มาเที่ยวงานโดยมีมาตรการควบคุมราคาค่าบริการให้พอเหมาะ

3.3 การจัดงานควรเตรียมขยายบริการครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวระดับกลางที่มีกำลังซื้อน้อยตลอดจนเยาวชนที่ต้องการสถานที่ที่สะอาด และปลอดภัย โดยเตรียมสถานที่ให้กางเต็นท์ที่พักชั่วคราวได้ หรืออาจจัดที่พักชั่วคราวในรูปเกสต์เฮาส์ หรือเตรียมที่ที่จะสามารถจัดเป็นที่พักชั่วคราวสำหรับประชาชนทั่วไป เช่น ศาลาวัด โรงเรียน หรืออาคารอเนกประสงค์ของจังหวัด เป็นต้น

3.4 ควรมีศูนย์รวบรวมข้อมูล และบริการทางด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวพร้อมทั้งผลิตสื่อหลากหลายรูปแบบเผยแพร่

4 การประชาสัมพันธ์

4.1 ควรมีการตระหนักการประชาสัมพันธ์งานล่วงหน้าอย่างน้อย 10 เดือน โดยเริ่มประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ ไปจนถึงวันงานในทุกระดับทั่วประเทศ ทั้งระดับจังหวัด และอำเภอโดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับกำหนดงานกิจกรรม ตลอดจนข้อมูลด้านการคมนาคม ที่พัก และความเป็นมาของงานนั้น ๆ ให้มากขึ้นด้วย

4.2 ควรปรับปรุงเผยแพร่ ตารางแผนการท่องเที่ยวที่ครบวงจรในรอบปี เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคมไปจนถึงวันเดือนธันวาคมว่ามึงงานอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ลักษณะงานเป็นอย่างไร พร้อมภาพประกอบที่น่าสนใจ

4.3 ควรปรับปรุงงานด้านประชาสัมพันธ์โดยการติดตั้งแผ่นภาพโปร่งแสง โฆษณาขนาดใหญ่ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ ที่เป็นภาพเกี่ยวกับงานวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวตามศูนย์การค้าใหญ่ ๆ

4.4 ควรขยายงานประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศที่เป็นตลาดสำคัญในการท่องเที่ยวของไทย เช่น การจัดงานเทศกาล และนิทรรศการการสาธิตประกอบ โดยเน้นการโฆษณาเผยแพร่ทางสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในประเทศนั้น ๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน

1. การจัดพื้นที่ของงาน มีการจัดพื้นที่ของชุมชนอย่างชัดเจน และมีการนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์มาจัดแสดงได้อย่างสวยงาม มีการแบ่งโซนสำหรับจำหน่ายสินค้าอาหารการกินไว้อย่างเป็นระเบียบ

2. ไฟฟ้า ภายในงานมีแสงสว่างจากไฟฟ้าเพียงพอ มีการประดับแสงกันอย่างสวยงาม

3. ห้องน้ำ มีห้องน้ำจัดไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวหลายจุด สะอาด ถูกสุขลักษณะ มีพนักงานทำความสะอาดคอยดูแล

4. ถังขยะ มีการจัดถังขยะไว้ให้ตามจุดต่างๆของงาน และมีพนักงานเก็บขยะไว้คอยให้บริการกับนักท่องเที่ยวด้วย

5. โต๊ะ-เก้าอี้ ภายในงานมีการจัดโต๊ะ-เก้าอี้ไว้บริการนักท่องเที่ยว

6. พนักงานรักษาความปลอดภัยมีจัดไว้รักษาความปลอดภัยด้านหน้าทางเข้างาน และภายในงานด้วย

7. จราจรด้านทางเข้างาน มีการจัดจราจรไว้คอยดูแลให้ความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทำให้ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย

ผลพลอยได้ที่เกิดจากการจัดงานเทศกาล และประเพณีที่มีต่อท้องถิ่น

สำหรับผลพลอยได้ที่เกิดจากการจัดงานเทศกาล และประเพณีที่มีต่อท้องถิ่น มีดังนี้

1. เป็นการรักษาประเพณีเก่า ๆ ของท้องถิ่นให้คงอยู่
2. ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้นได้รู้จัก และเข้าใจในประเพณีของท้องถิ่นของตนดีขึ้น และเกิดความตื่นตัวที่จะร่วมมือจัดงานมากขึ้น

3. ทำให้มีการอนุรักษ์งานประเพณีของท้องถิ่นไว้ไม่ให้เลือนหายไปจากประชาชนรุ่นหลัง

4. การแสดง และแสงเสียงช่วยให้ประชาชน ทั้งที่มาจากต่างถิ่นและประชาชนในจังหวัดนั้น ๆ เองได้ทราบประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น ซึ่งไม่เคยได้ศึกษา และไม่ปรากฏในตำราประวัติศาสตร์ที่สอนในโรงเรียน ซึ่งจะทำให้เกิดความรักถิ่นฐาน และภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดของตนเอง

5. สื่อมวลชนที่ไปเที่ยวชมงาน จะช่วยเผยแพร่งานให้วงชนได้เข้าใจงานประเพณีนั้น ๆ อย่างถูกต้องขึ้นเนื่องจากบางครั้งยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่

6. ด้วยความร่วมมือจากกองการท่องเที่ยวกรุงเทพ ทำให้เกิดผลดีต่อการจัดงานเทศกาล และประเพณีทางจังหวัดเพียงแต่ดึงข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด จากหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการจัดงานนั้น ๆ

7. ทำให้กระบวนการนำเสนอมีลักษณะแปลกใหม่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

8. ทำให้จังหวัดที่จัดงานเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดก็เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น

9. ทำให้รายได้ของจังหวัดดีขึ้น เนื่องจากมีผู้มาเที่ยวมากขึ้น
10. การเน้นหนักการจัดงานเทศกาล และประเพณีในท้องถิ่นต่าง ๆ มีส่วนช่วยสงวนเงินตราไว้ให้ออกนอกประเทศ

การส่งเสริมวัฒนธรรม และประเพณีไทย

เนื่องจากวัฒนธรรม และประเพณีไทย มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของสังคมไทยดังที่กล่าวในตอนต้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการส่งเสริมเพื่อให้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติสืบทอดต่อไปให้แก่เยาวชนไทยรุ่นหลังในอนาคต และยังคงดำรงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยอีกด้วย ดังนั้นตามทัศนะของผู้เขียนเห็นว่าควรมีวิธีการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีไทยดังนี้

1. ผู้นำประเทศหรือรัฐบาลต้องให้การสนับสนุนนโยบายในการรณรงค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมไทยซึ่งรัฐบาลได้เริ่มทำมาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2536 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน โดยกำหนดให้ปี พ.ศ. 2538 – พ.ศ. 2540 เป็นปีสืบสานวัฒนธรรมไทย มอบให้สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ

2. จากผลในข้อ 1 ดังนั้นกระทรวงศึกษาธิการควรจัดวิชาเกี่ยวกับประเพณี และวัฒนธรรมไทย ตลอดจนประวัติศาสตร์ชาติไทยเข้าไปเป็นหลักสูตรในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา เพื่อเป็นการปูพื้นฐานเบื้องต้นให้ศึกษาเรียนรู้จะได้ซึมซาบเข้าไปทีละเล็กทีละน้อย การปลูกฝังในเรื่องนี้จำเป็นต้องสั่งสมมาเรื่อย ๆ จะอยู่ในช่วงใดช่วงหนึ่งของชีวิตไม่ได้

3. หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ควรให้ความร่วมมือช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมวัฒนธรรม และประเพณีอย่างจริงจังไม่ใช่เป็นเพียงแฟชั่นนิยมเป็นพัก ๆ แล้วก็เลิกไป

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทอย่างยิ่งในการส่งเสริมวัฒนธรรม และประเพณีไทย โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นแกนหลักดึงดูดทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ให้มาชมความแปลกตาของสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองไทย

5. คนไทยทุกคนต้องมีอัธยาศัยไมตรีตรงมาต่อกัน โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ไม่เอารัดเอาเปรียบ ให้ความช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ ด้วยใบหน้าที่มีรอยยิ้มอยู่เสมอ

6. รัฐบาล และคนไทยทุกคนช่วยกันกำจัดปราบปรามภัยสังคมให้หมดไปดังคำขวัญที่ว่า “อย่าปล่อยให้คนชั่วลอยนวล” คำขวัญนี้ตีมากำหนดออกเผยแพร่ทางโทรทัศน์ได้ชมกันทั่วประเทศ ถือว่าเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

7. สถาบันครอบครัวนับว่าสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดเริ่มต้นในการปลูกฝังค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมไทยได้ดีที่สุด

8. สถาบันทางศาสนา วัด พระสงฆ์ มีส่วนปลูกฝัง ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมของไทยได้อย่างมาก เช่น จัดงานตามประเพณีในวันสำคัญทางพุทธศาสนาให้ดึงดูดความสนใจของชาวบ้านหรือสังคมให้มาก เพราะประเพณีในวันสำคัญทางศาสนาเหล่านั้นจะช่วยกล่อมเกลาชัดเกล้า ปลูกฝังนิสัยที่ดีงามอยู่ในกรอบของศีลธรรมให้กับพุทธศาสนิกชนที่ไปร่วมทำบุญได้มาก นอกจากนี้วัดควรเปิดสอนธรรมในวันเสาร์ หรือวันอาทิตย์ให้กับนักเรียน และเยาวชน เมื่อเรียนจบหลักสูตรแล้วก็ให้ใบประกาศนียบัตรให้ถือเป็นสิ่งสร้างความสนใจให้ไปเรียน

9. จัดการประกวดแข่งขันนักเรียนหรือเยาวชนที่มีมารยาทในสังคมงาม ในลักษณะประเภทต่าง ๆ เป็นการปลูกฝัง และส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีไทยได้ในอีกรูปแบบ

10. มีการเสนอข่าวสารประชาสัมพันธ์ประกาศเกียรติคุณให้กับบุคคลที่ประพฤติตนเป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง และกระทำสม่ำเสมอโดยไม่ได้หวังสิ่งตอบแทน

11. แต่ละจังหวัดช่วยกันฟื้นฟู ส่งเสริม สนับสนุน ประเพณีวัฒนธรรมไทยในท้องถิ่นของตน ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในเมืองไทย และต่างประเทศ

12. ไม่ควรลอกเลียนแบบประเพณีวัฒนธรรมต่างประเทศมากเกินไปจนเกินความจำเป็น เพราะจะกลายเป็นการทำลายวัฒนธรรม และประเพณีไทยโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

13. จะต้องประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ทางโทรทัศน์ ทางอินเทอร์เน็ต วารสารการท่องเที่ยว เพื่อจะได้กระจายเผยแพร่ออกไปทั่วโลก ทำให้ชาวโลกได้รู้จักวัฒนธรรมไทย

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558 นั้น เน้นการบริหารจัดการเครือข่าย และทรัพยากรมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวที่เป็น 5 เครือข่าย 5 ยุทธศาสตร์

5 เครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

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

5 ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์
2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และช่วยส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว
3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย
4. ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว
5. ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการเครือข่ายและทรัพยากรมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวที่เป็น 5 เครือข่าย 5 ยุทธศาสตร์นั้น เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร์ในอนาคตให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

มีเป้าประสงค์คือ อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และช่วยส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย

มีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งการสร้างกลไกความร่วมมือ การปรับโครงสร้างองค์กร เสริมศักยภาพชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึกด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถการบริการแก่ผู้ให้บริการและบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้มีจริยธรรมและบังคับใช้กฎหมายเพื่อร่วมควบคุมการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร รวมถึงยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน นี้ทำให้การพัฒนาของย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรในอนาคตนี้ มีแนวทางที่จะได้รับการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมโดยมียุทธศาสตร์รองรับ จากกรอบทิศทางของรัฐบาลได้ชี้แนะให้ชุมชนตลาดพลูตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร โดยโครงการต่างๆที่ชุมชนได้ร่วมกันคิดค้นขึ้นนั้นเกิดจากการที่คณะนักวิจัยได้จัดเวทีสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน ประชาชนในย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรและย่านใกล้เคียง รวมทั้งผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ หลายภาคส่วน อาทิเช่น เขตธนบุรี กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผังเมืองกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยว

เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวขึ้นซึ่งจะเกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ก็ต่อเมื่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรได้มีส่วนร่วมในการนำแผนพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับภายใต้วัตถุประสงค์เป้าหมาย แนวทางการดำเนินงานและการติดตามประเมินผล ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทั้งภาคส่วน อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการที่จะนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ

1.2 เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการต่างๆให้เหมาะสมต่อนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เป้าหมาย

2.1 หน่วยงานภาครัฐเอกชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับ

2.2 มีระบบบริหารจัดการต่างๆที่เอื้อต่อการนำนโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

3. แนวทางการดำเนินงาน

3.1 สร้างความเข้าใจในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย

1. จัดประชุมชี้แจงแก่บุคลากรในหน่วยงานของรัฐ เอกชนและชุมชนให้เข้าใจในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดพลู -วัดโพธิ์นิมิตรเพื่อที่จะสามารถจัดทำแผนปฏิบัติการในส่วนที่ตนหรือหน่วยงานของตนเกี่ยวข้องกับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ฝึกอบรมบุคลากรของรัฐ เอกชนและชุมชนให้เกิดความเข้าใจในการจัดทำแผนฯ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำแผนฯไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับ
3. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แผนฯแก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการยอมรับและการให้ความร่วมมือในการนำแผนฯสู่การปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน

3.2 การบริหารจัดการเพื่อให้เป็นไปตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย

1. จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการด้านบริหารและประสานแผนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ
2. ส่งเสริมให้ดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานมีการประสานงานและร่วมมือกันภายใต้แนวทางการทำงานที่สอดคล้องกัน
3. สนับสนุนให้การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติและจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2555-2558
4. จัดทำและเผยแพร่เอกสารประกอบการดำเนินงานตามแผนฯ
5. กำหนดเป้าหมาย กิจกรรมของแผนการปฏิบัติของชุมชนให้ชัดเจน
6. ส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูล ข่าวสาร ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

มีการเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลซึ่งกันเริ่มจากการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อมาพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพ และดำเนินการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่น และแสวงหาภาคีเครือข่ายกลุ่มชุมชนที่มีองค์ความรู้ท้องถิ่น มาช่วยกันพัฒนา และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยดูตัวอย่างจากการที่ชุมชนใกล้เคียงที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและยิ่งเมื่อกระแสของการพัฒนาประเทศด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศจึงถือเป็นจังหวะที่ดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เราได้เผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Cultural Tourism การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ

จากหลายภาคส่วน ทั้งในส่วนขององค์ความรู้ตามหลักฐานที่ปรากฏ การสืบทอดให้คงอยู่ และการดำเนินการต่อไป โดยชุมชนจะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของต่อไปได้โดยทางผู้ศึกษามีการวางแผนทางในการพัฒนาโดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารเบื้องต้น สร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัยและเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย กับตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานทางภาครัฐ และเอกชน สรุปผลการวิจัย จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจัดทำเอกสารบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี และจัดทำกิจกรรมนาร่องในเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

ประโยชน์ของการจัดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

1. ชุมชนในท้องถิ่นมีจุดมุ่งหมายและแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน
2. ชุมชนในท้องถิ่นสามารถจัดและบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้บริหาร บริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ
4. แนวทางการพัฒนาที่เป็นการประสานความร่วมมือ ระหว่างองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาร่วมกัน
5. สามารถกำกับดูแล ติดตามผล และประเมินผลการพัฒนาได้ตามแผนกลยุทธ์ การพัฒนาที่ทำเขตธนบุรีได้ เป็นการกำหนดทิศทางในการบริหารจัดการในอนาคต ภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาคม เพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาที่ทำให้การดำรงชีวิตประชาชนมีความสุข มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่สิ่งเหล่านี้จะบรรลุตามเป้าหมายได้ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุก ๆ คน ในการที่จัดการบริหารสู่การปฏิบัติที่ดีอย่างมีระบบ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกับการบริหารจัดการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

มีเป้าประสงค์คือ อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

1. โครงการนาร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน
 - การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวนำมาจัดประชุมเวทีสาธารณะสอบถามความคิดเห็นของชุมชนในการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมและชุมชนมีความคิดเห็น
2. โครงการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดทำฐานข้อมูล
 - มีการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรม
 - กิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันจัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและเป็นฐานข้อมูลเชิงลึก

3. โครงการรื้อฟื้นโครงการ “กลุ่มเยาวชนกึ่งพลู” ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนที่เคยผ่านการอบรมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเข้ามาแกนนำในการสืบค้นข้อมูลประวัติศาสตร์

4. โครงการฟื้นฟูและปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว

5. การจัดทำเส้นทาง รายการนำเที่ยวที่หลากหลาย

- มีการรวบรวมรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวและประเภทแหล่งท่องเที่ยว นิทาน ตำนาน แผนที่ตั้ง
- จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้
- สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

6. การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องขอความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อกระตุ้นความร่วมมือและการสร้างจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

7. โครงการกิจกรรมการแสดงของนักเรียนในพื้นที่เพื่อให้นักแสดงได้มีโอกาสอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน การแสดงรำวงคาดเชือก สนับสนุนให้เยาวชนได้มีโอกาสแสดงออกกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมโดยสอนนักท่องเที่ยวจากผู้มาเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และช่วยส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่าย

1. โครงการตลาดนัด ณ อาหารดีอาหารอร่อย

- มุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน
- ใช้วัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติบรรจุอาหารให้กับนักท่องเที่ยว
- กิจกรรมทำกุยช่ายต้นตำรับใส่ไส้ต่างๆเพื่อเป็นการเรียนรู้สูตรการทำอาหารท้องถิ่น

2. โครงการ Street Food Good Taste the Best in ASEAN at Talad Phlu

- การประกวดอาหารอร่อยที่เป็นนิยมเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารย่านตลาดพลูให้เป็นที่รู้จักและมีมาตรฐานสากล

3. การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

- ขอความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อกระตุ้นความร่วมมือ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย

มีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งการสร้างกลไกความร่วมมือ การปรับโครงสร้างองค์กร เสริมศักยภาพชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขต

โครงการนำร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน

- การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว นำมาจัดประชุมเวทีสาธารณะสอบถามความคิดเห็นของชุมชนในการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมและชุมชนมีความคิดเห็น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึกด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น

1. โครงการ สราญใจไปกับชุมชนตลาดพลู

- การอบรมเยาวชนและชาวชุมชนให้เตรียมความพร้อมด้านศักยภาพในการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นให้เกิดความเข้าใจและสามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดีได้

2. โครงการปลื้มปริ่มยิ้มที่บ้านฉัน

- จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเป็นการสร้างจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถการบริการแก่ผู้ให้บริการและบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้มีจริยธรรมและบังคับใช้กฎหมายเพื่อร่วมควบคุมการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน

- โครงการเตรียมความพร้อมด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว
- เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศและคุณภาพชีวิตสังคมที่ดีจนเกิดเป็นจิตสำนึกทางการบริการท่องเที่ยวซึ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
- การพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีทัศนคติให้เกิดความรู้สึภาคภูมิใจในท้องถิ่น

3.4.2 ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต โครงการ “ Street Food Good Taste the Best in ASEAN at Talad Phlu”

แข่งขันทำอาหาร เพื่อให้ผู้สนใจสร้างสรรค์เมนูอาหารแปลกใหม่ หรือสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหาร เพื่อส่งเสริมพัฒนาบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำอาหาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อคนในสังคม และเพื่อการสืบสาน อนุรักษ์อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

การประกวดอาหารอร่อยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป โดยแบ่งประเภทการแข่งขันสำหรับบุคคลทั่วไปกับร้านอาหารในชุมชนเพื่อเป็นการสร้างความตระหนักในการประกอบอาหารดั้งเดิม และมีการสร้างสรรค์ต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูต่างๆ โดยแข่งขันการประกอบอาหารดั้งเดิม อาหารฟิวชั่น

หลักการและเหตุผล

อาหารฟิวชั่น (Fusion Food) หมายถึง คืออาหารที่ผสมผสานกันระหว่าง วัตถุดิบและสไตล์อาหารตั้งแต่ 2 สัญชาติขึ้นไป โดยยังคำนึงถึงความลงตัวของรสชาติ และ การจัดแต่งหน้าตาของอาหารนั้นๆ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า อาหารฟิวชั่นคือ "อาหารผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม" เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป มีแนวโน้มที่คนรุ่นใหม่ชอบการผสมผสานของวัฒนธรรม ความทันสมัย ความแปลกใหม่ การตกแต่งอย่างมีสไตล์ เก๋ไก๋ ให้เข้ากับอาหาร ซึ่งต้องใช้ “จินตนาการ” ของผู้ประกอบการอาหาร บวกกับ “ความคิดสร้างสรรค์” สิ่งที่สำคัญในการประกอบอาหารฟิวชั่นต้อง มีความเข้าใจอาหารแต่ละชนิดและรูปแบบการตกแต่งอาหารแต่ละชาติ ด้วยความต้องการเหล่านี้

ในฐานะผู้ประกอบการร้านอาหารของย่านตลาดพลูเป็นย่านที่มีอาหารดั้งเดิม รสชาดยอดเยี่ยม จึงให้ความสนใจที่จะคิดหาอะไรใหม่ๆ มารองรับกับตลาดของคนรุ่นใหม่ ให้ได้ลิ้มลองอาหารที่มีความดั้งเดิมและตกแต่งอาหารอย่างสวยงามทันสมัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการประกอบอาหารจากเมนูอาหารของร้านอาหารย่านตลาดพลูโดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในตลาดพลู
2. เพื่อให้ได้รายการอาหารฟิวชั่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน
3. เพื่อให้ชาวชุมชนตลาดพลูและนักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงประโยชน์ และเพิ่มความนิยมการบริโภคทรัพยากรในท้องถิ่น

ผู้รับผิดชอบโครงการ

คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู

กลุ่มการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต

- กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีนย่านตลาดพลู
- กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู
- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู
- กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู

หน่วยงานจัดโครงการ

- เขตธนบุรี
- กองการท่องเที่ยว กทม.
- สภาวัฒนธรรมธนบุรี
- กรมอนามัย สาธารณสุข

ประเภทของการประกวด

ประเภทอาหารคาว วัตถุดิบหลักคือ กุ้งแช่

คุณสมบัติผู้เข้าแข่งขัน

บุคคลทั่วไป ทีมละไม่เกิน 3 คน

กติกาการแข่งขัน

1. ผู้เข้าแข่งขัน จะต้องส่งรายการอาหาร วัตถุดิบ อุปกรณ์ วิธีการปรุงอาหาร พร้อมอธิบายประโยชน์ทางสุขภาพของอาหารจานนั้น ส่งภายในวันที่ 15 กรกฎาคม 2558
2. ผู้เข้าแข่งขันมีเวลาในการปรุงอาหารเป็นเวลา 2 ชั่วโมงภายในพื้นที่ (โต๊ะ) ขนาด 240 x 60 ตารางเซนติเมตรและต้องนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการโดยอธิบายถึงแนวความคิด และประโยชน์ทางสุขภาพของอาหารฟิวชั่นจานนั้น เป็นเวลา 5 นาที และคณะกรรมการแสดงความคิดเห็นเป็นเวลา 5 นาที
3. ในวันแข่งขัน ผู้เข้าแข่งขันทุกคนต้องลงทะเบียนในช่วงเวลา 8.00-8.30 น.
4. อาหารที่ผ่านการปรุงต้องเพียงพอต่อการประเมินจากกรรมการ 4 ท่าน และเพื่อการนำเสนออีก 1 ชุด

การสนับสนุนจากโครงการ

1. เงินจำนวน 1,000 บาทต่อ 1 ทีมสำหรับวัตถุดิบและอุปกรณ์ อื่นๆ
2. กุ้งแช่ ทีมละ 500 กรัม
3. ผ้าเช็ดมือ/กระดาษชำระ หมวกทำอาหาร
4. อาหารกลางวัน สำหรับ ผู้เข้าแข่งขัน

กรรมการตัดสินอาหารฟิวชั่น

1. โภชนากรผู้เชี่ยวชาญ จากสมาคมภัตตาคารไทย
2. อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านอาหาร จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
3. อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านธุรกิจบริการ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารณ
4. อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสถาบันประกอบอาหารนานาชาติ
5. สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว
6. ฟู้ดสไตล์ลิสต์ นิตยสารเลมอนฟาร์ม

ตาราง 5.8 รายละเอียดค่าใช้จ่าย/งบประมาณสนับสนุนจากผู้ประกอบการร้านอาหารย่านตลาดพลู

ลำดับ Item	รายการ Description	จำนวน QTY	ราคา/หน่วย/ บาท Unit Price	จำนวนเงิน Amount	หมายเหตุ Remarks
1	ค่าตอบแทนกรรมการ ตัดสิน ค่าอาหารกลางวัน ค่าขนมเบรค ค่าน้ำขวด	4 ท่าน 25 ท่าน (2 มื้อ) 25 ท่าน (2 มื้อ) 25 ท่าน (4 ขวด)	1,500 30 5 5	6,000 1,500 250 500	** รวม 8,250 **
2	ค่าเงินรางวัล 4 รางวัล รางวัล 1 = 2,000 รางวัล 2 = 1,500 รางวัล 3 = 1,000	4 รางวัล	2,000 1,500 1,000	4,500	
4	ค่าพืด (ที่ระลึก แบบสอบถาม)	200 อัน	8	1,600	
5	ค่าพิมพ์โปสเตอร์กันน้ำ	50 ใบ	25	1,250	
6	ค่ากระดาษพิมพ์ใบ ประกาศนียบัตร (สี)	1 รีม	500	500	
7	ค่าพิมพ์ไวนิล 1x3 เมตร ติดตรงสะพาน 2 ด้าน	2 ผืน	1,000	2,000	
8	ค่าจ้าง แจก แบบสอบถาม 1 วัน	2 ท่าน	500	1,000	
9	ค่าเงินสนับสนุน ทีมผู้เข้าแข่งขัน	10 ทีม	1,000	10,000	
10	ค่าอาหาร สำหรับทีมงาน และ กรรมการตัดสิน	20 ท่าน	100	2,000	
	รวมทั้งสิ้น			31,100 บาท	

เกณฑ์ให้คะแนน

คณะกรรมการจะแยกให้คะแนนของอาหารพิวซ์ตามเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

รายละเอียดคะแนน

1. คุณค่าทางโภชนาการ 30 %
 - ความเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ
 - ความถูกต้องของวิธีการเตรียมและการปรุงอาหารเพื่อรักษาคุณค่าทางอาหาร
2. รสชาติ 30 %
 - ความกลมกล่อมของอาหาร
 - ความซับซ้อนของการปรุงอาหาร
 - ความคิดสร้างสรรค์ของอาหาร
 - ความสวยงามของอาหารและการจัดวาง
3. ความถูกสุขลักษณะ 25 %
 - ความสะอาดของผู้เข้าแข่งขัน
 - กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ
 - การปรุงอาหาร
4. การนำเสนออาหาร 15 %
 - ความสามารถในการนำเสนอ และความน่าสนใจ
 - ความเป็นไปได้ในการนำรายการอาหารไปปรุงรับประทานในชีวิตประจำวันและสามารถนำมาขายได้

เกณฑ์การตัดสิน

ทีมที่คะแนนรวมสูงสุดจะได้รับรางวัลชนะเลิศ ทีมที่ได้คะแนนรองลงมาได้รางวัลรองชนะเลิศ และรองชนะเลิศอันดับสอง ตามลำดับ

รางวัล

- รางวัลชนะเลิศเงินสด 2,000 บาท เกียรติบัตร
- รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 1 เงินสด 1,500 บาท เกียรติบัตร
- รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ 2 เงินสด 1,000 บาท เกียรติบัตร
- หมายเหตุผู้เข้าร่วมแข่งขันทุกท่านจะได้รับเกียรติบัตร

กำหนดการจัดงาน “Street Food Good Taste the Best in ASEAN at Talad Phlu”

วันศุกร์ ที่ 9 ตุลาคม 2558 ณ ลานกิจกรรมแยกตลาดพลู

08.00-08.30 น.	ผู้เข้าร่วมการแข่งขันลงทะเบียน/รายงานตัว
08.30-09.00 น.	พิธีเปิดการแข่งขัน โดยผู้อำนวยการสำนักงานเขตธนบุรี แนะนำคณะกรรมการตัดสินอาหารฟิวชั่น
09.00-11.00 น.	เริ่มแข่งขันการทำอาหารเพื่อสุขภาพ
11.00-12.00 น.	ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน นำเสนออาหารและคณะกรรมการให้คะแนน
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารตามอัธยาศัย
13.00-14.00 น.	ประกาศผลการตัดสินมอบรางวัลและพิธีปิดการแข่งขันโดยประธานกรรมการ การท่องเที่ยวตลาดพลู

3. การสร้างองค์กร และกลไกในการจัดการท่องเที่ยวให้ชุมชนมีส่วนร่วม

การส่งเสริมให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการและดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้รูปแบบที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกระบวนการ เริ่มจากการสืบหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การร่วมกันคิดและหาวิธีการแก้ปัญหา การวางนโยบายและแผน โครงการต่างๆที่สามารถพัฒนาจากความคิดเห็นของชุมชน และจากการร่วมกันจัดกับหน่วยงานภายนอก เมื่อได้แผนโครงการสามารถนำมาประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของแหล่งท่องเที่ยวในย่านตลาดพลู เพื่อกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์จากชุมชน

วัตถุประสงค์การจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถดำเนินการจากความต้องการของชุมชนเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง การบริหารการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่ผลลัพธ์ในทางที่ดีด้านต่าง ๆ เช่น การสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ให้กับตลาดท่องเที่ยวของตลาดพลู และการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.4.3 (ร่าง)

โครงสร้างของผู้ดำเนินงานในองค์กร และบทบาทความรับผิดชอบในการพัฒนา พื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

การจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถดำเนินการจากความต้องการของชุมชนเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะนำไปสู่ผลลัพธ์ในทางที่ดีด้านต่าง ๆ เช่น การสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ให้กับตลาดท่องเที่ยวของตลาดพลู และการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พื้นที่ย่านตลาดพลูจึงจำเป็นต้องมีองค์กรเพื่อการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นชุมชนเข้มแข็งต่อไป

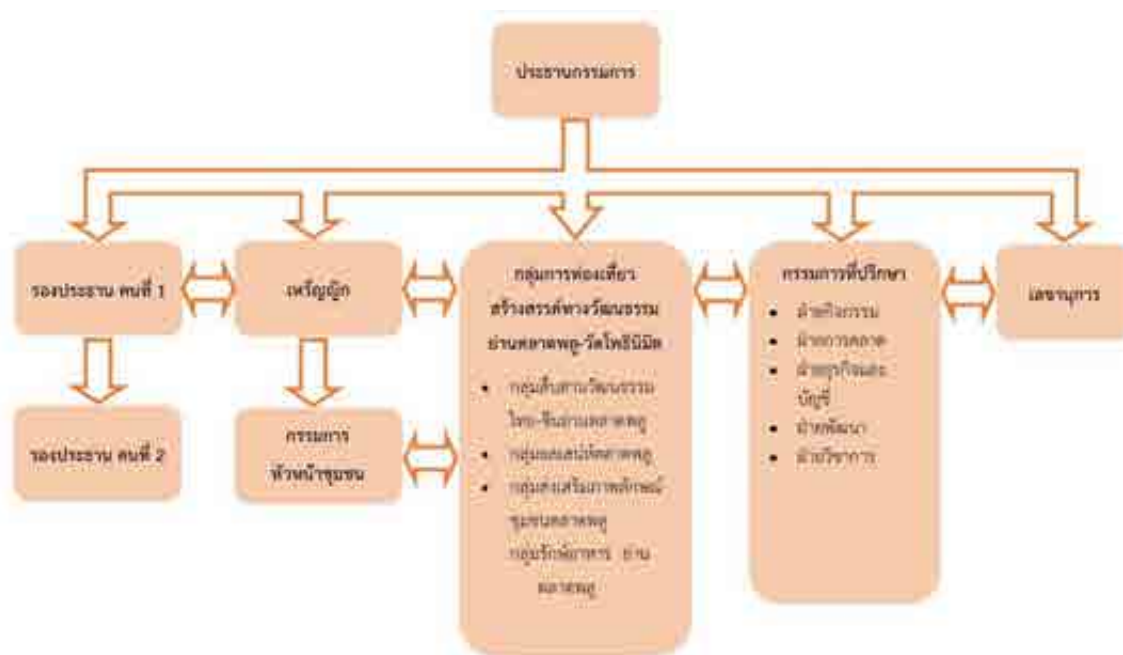
คณะกรรมการบริหารจัดการองค์กรย่านตลาดพลู ประกอบด้วย

1. ประธานกรรมการ (ผู้อำนวยการเขตธนบุรี)
2. รองประธาน คนที่ 1 (นางสาวสุนิษฐ์ นิตพรวิสิฐ อาชีพ เจ้าของกิจการหมี่กรอบเงินหลี่)
3. รองประธาน คนที่ 2 (นายพิสิทธิ์ ชุ่มวิจิตร ประธาน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน เขตธนบุรี)
4. เลขานุการ (นายประวิทย์ ดุสิตา อาชีพ ข้าราชการครู โรงเรียนวัดราชคฤห์)
5. เกรียน (นายพิระวัฒน์ ภูณโณวัฒน์ อาชีพ เจ้าของร้านเพชรทองยิ่งเฮง)
6. กรรมการที่ปรึกษา

กรรมการที่ปรึกษาทั้ง 5 ฝ่าย คือ

1. ฝ่ายกิจกรรม (นางสาวศิริพร สอนดอน นักพัฒนาสังคมชำนาญการ)
2. ฝ่ายการตลาด (นายภัทรเมธว อนุเวช นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ)
3. ฝ่ายธุรกิจและบัญชี (นายเกียรติศักดิ์ เกียรติมงคล อาชีพ เจ้าของกิจการ)
4. ฝ่ายพัฒนา (นางกิมเอ็ง ภายธรรมกุล อาชีพ เจ้าของกิจการกล้วยเชื่อม)
5. ฝ่ายวิชาการ (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ ภูวนารถ)

7. หัวหน้าชุมชน



โครงสร้างองค์กร คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู

แผนภาพ 5.6 : โครงสร้างของผู้ดำเนินงานในองค์กร

ที่มา : พิมอร แก้วแดง (2557)

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. ประธานกรรมการ (ผู้อำนวยการเขตธนบุรี) ได้รับแต่งตั้งจากกลุ่มชุมชนในย่านตลาดพลู วาระการดำรงตำแหน่งตามอายุราชการ

หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. รับผิดชอบในฐานะผู้นำของคณะกรรมการในการกำกับ ติดตาม ดูแลการบริหารงานของ คณะกรรมการบริหาร และคณะอนุกรรมการอื่นๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนงานที่กำหนดไว้
2. เป็นประธานในที่ประชุมใหญ่และที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ และควบคุมการประชุมดังกล่าวให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย
3. ลงลายมือชื่อในเอกสารต่าง ๆ ในนามขององค์กร
4. ควบคุมดูแลการดำเนินงานทั่วไปของสหกรณ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและอยู่ใน วัตถุประสงค์ขององค์กร
5. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

2. รองประธาน คนที่ 1 (นางสาวสุนิษฐ์ นิตพริวิสิทธิ์ อาชีพ เจ้าของกิจการหมี่กรอบเงินหลี่)

3. รองประธาน คนที่ 2 (นายพิสิทธิ์ ชุ่มวิจิตร ประธาน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนเขตธนบุรี)

หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ปฏิบัติการในอำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการแทนประธานกรรมการเมื่อประธานกรรมการไม่อยู่หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้
2. ปฏิบัติการตามที่ประธานกรรมการมอบหมายให้
3. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

4.เลขานุการ (นายประวิทย์ ดุสิตา อาชีพ ข้าราชการครู โรงเรียนวัดราชคฤห์)

หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. จัดทำรายงานการประชุมใหญ่ และรายงานการประชุมคณะกรรมการดำเนินการทุกครั้ง
2. ดูแลรักษาเอกสาร และรายงานการประชุมของสหกรณ์ให้เรียบร้อยอยู่เสมอ
3. แจ้งนัดประชุมไปยังบรรดาสมาชิก หรือกรรมการดำเนินการ แล้วแต่กรณี
4. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

5.เหรัญญิก (นายพีระวัฒน์ ภิญโญวัฒน์ อาชีพ เจ้าของร้านเพชรทองยิ่งเฮง)

หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ควบคุม ดูแล ตรวจสอบการรับจ่ายและเก็บรักษาเงินและทรัพย์สินของสหกรณ์ให้เป็นไป โดยถูกต้องเรียบร้อย
2. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

6.กรรมการที่ปรึกษา

กรรมการที่ปรึกษาทั้ง 5 ฝ่าย คือ

1. ฝ่ายกิจกรรม (นางสาวศิริพร สอนดอน นักพัฒนาสังคมชำนาญการ)
2. ฝ่ายการตลาด (นายภัทรเมธ อนุเวช นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ)
3. ฝ่ายธุรกิจและบัญชี (นายเกียรติศักดิ์ เกียรติมงคล อาชีพ เจ้าของกิจการ)
4. ฝ่ายพัฒนา (นางกิมเอ็ง กายธรรมกุล อาชีพ เจ้าของกิจการกล้วยเชื่อม)
5. ฝ่ายวิชาการ (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ ภูวนารถ)

หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะแก่ประธานและสมาชิกองค์กร
2. ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินการและการจัดกิจกรรม
3. ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก โดยให้การศึกษาและอบรมแก่สมาชิก และผู้ที่สนใจให้ทราบถึงเจตนารมณ์ หลักวิธีการ และการบริหารงาน
4. ร่วมประชุม สัมมนาวิชาการ ตามวาระและโอกาส

7. หัวหน้าชุมชน

หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. รับผิดชอบ กำกับดูแล ควบคุมงานในหน้าที่รับผิดชอบของงานพัฒนาชุมชน งานชุมชนเมือง และงานส่งเสริมความเข้มแข็งภาคประชาชน
2. งานสำรวจข้อมูลความจำเป็นพื้นฐานในเขตพื้นที่รับผิดชอบ
3. งานให้คำปรึกษา แนะนำ และบริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน
4. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

การประชุมและองค์ประชุม

ให้คณะกรรมการดำเนินการประชุมกันตามคราวที่มีกิจธุระ แต่จะต้องมีการประชุมกันเดือนละหนึ่งครั้งเป็นอย่างน้อย ให้ประธานกรรมการ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย นัดเรียกประชุม คณะกรรมการได้ ในกรณีที่เป็นการประชุมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อบังคับ ระเบียบ และเรื่องที่สำคัญอื่น ๆ ของสหกรณ์ ให้แจ้งเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมสหกรณ์ และเจ้าหน้าที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ทราบด้วยทุกคราวในการประชุมคณะกรรมการดำเนินการ ต้องมีกรรมการดำเนินการมาประชุม ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการดำเนินการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

กำหนดเวลาอยู่ในตำแหน่ง

คณะกรรมการดำเนินการองค์กรมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละหนึ่งปี นับแต่วันเลือกตั้งในวาระเริ่มแรกเมื่อครบรอบหนึ่งปีนับแต่วันเลือกตั้งให้กรรมการดำเนินการองค์กรออกจากตำแหน่งเป็นจำนวนหนึ่งในสองของกรรมการดำเนินการขององค์กรทั้งหมด โดยมีมติที่ประชุมใหญ่ในพิจารณาทั้งคณะหรือรายบุคคล และให้ถือว่าเป็นการพ้นจากตำแหน่งตามวาระในปีต่อไปให้กรรมการดำเนินการที่อยู่ในตำแหน่งจนครบวาระ หรืออยู่นานที่สุดออกจากตำแหน่งสลับกันไปทุก ๆ ปี

เมื่อครบกำหนดแล้วหากยังไม่มีเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการชุดใหม่ ก็ให้คณะกรรมการดำเนินการชุดเดิมรักษาการไปจนกว่าจะมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการชุดใหม่ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชีขององค์กร กรรมการดำเนินการสหกรณ์ซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกตั้งซ้ำอีกได้แต่ต้องไม่เกินสองวาระติดต่อกัน

ในกรณีที่กรรมการดำเนินการต้องพ้นจากตำแหน่งทั้งคณะ ให้กรรมการดำเนินการที่ได้รับเลือกตั้งใหม่อยู่ในตำแหน่งได้เช่นเดียวกับกรรมการดำเนินการชุดแรก และให้นำความในวรรคหนึ่งมาใช้บังคับโดยอนุโลม

การพ้นจากตำแหน่ง

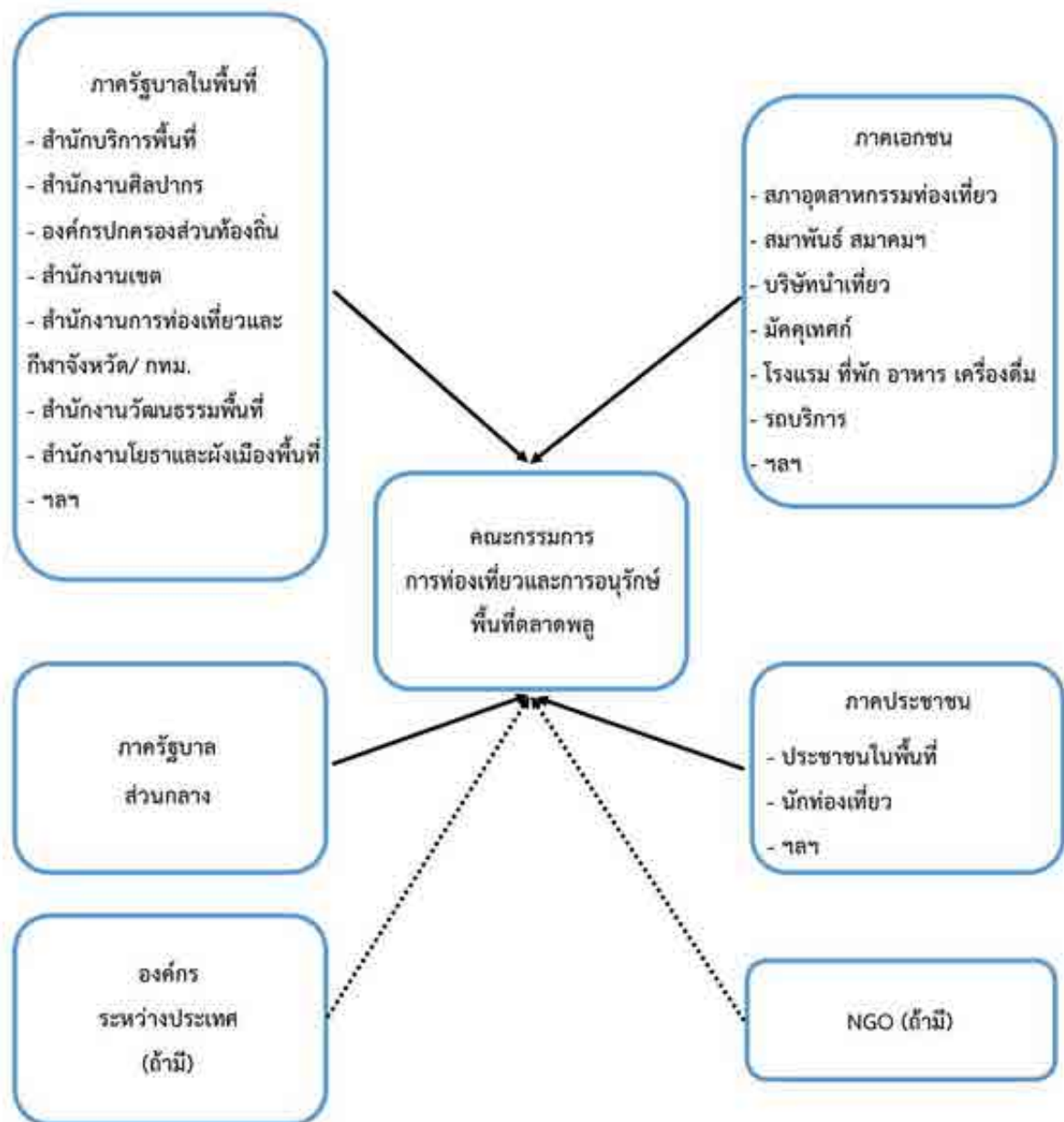
กรรมการดำเนินการต้องพ้นจากตำแหน่ง เพราะเหตุอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

1. ถึงคราวออกตามวาระ
2. ลาออกโดยแสดงความจำนงเป็นหนังสือต่อคณะกรรมการดำเนินการ หรือลาออกต่อที่ประชุมใหญ่ขององค์กร
3. ที่ประชุมใหญ่ลงมติถอดถอนทั้งคณะ หรือรายบุคคล

ตำแหน่งกรรมการว่างลงก่อนถึงคราวออกตามวาระ ถ้าตำแหน่งกรรมการดำเนินการว่างลงก่อนถึงคราวออกตามวาระ ให้กรรมการดำเนินการที่เหลืออยู่ดำเนินการต่อไปจนกว่าจะมีการประชุมใหญ่คราวถัดไป แต่ถ้าจำนวนกรรมการดำเนินการลดลงจนเหลือน้อยกว่าองค์ประชุม ให้กรรมการที่เหลือจัดให้มีการประชุมใหญ่วิสามัญขึ้นโดยเร็วในกรณีที่ตำแหน่งประธานกรรมการว่างลงก่อนถึงคราวออกตามวาระ ให้กรรมการดำเนินการที่เหลือจัดให้มีการประชุมใหญ่วิสามัญ เพื่อเลือกตั้งประธานกรรมการโดยเร็ว เว้นแต่ในกรณีที่วาระการดำรงตำแหน่งประธานกรรมการเหลืออยู่ นับถึงวันสิ้นปีทางบัญชีไม่ถึงหนึ่งร้อยแปดสิบวัน และมีรองประธานกรรมการ กับกรรมการอื่นปฏิบัติหน้าที่ได้โดยไม่เกิดความเสียหายต่อสหกรณ์ อาจให้มีการเลือกตั้งประธาน กรรมการดำเนินการในการประชุมใหญ่สามัญประจำปีคราวถัดไปก็ได้ กรรมการดำเนินการ ซึ่งได้รับเลือกตั้งแทนตำแหน่งที่ว่าง ให้อยู่ในตำแหน่งได้เท่ากำหนดเวลาตามวาระที่เหลืออยู่ของผู้ที่ตนแทน

4. แผนงานด้านการสร้างเครือข่าย

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้ประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงโครงการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ การเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาต้นแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อันมีจุดหมายไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหารูปแบบ สร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยใช้การท่องเที่ยวสร้างสรรค์จะเป็นเครื่องมือให้ชุมชนได้มีโอกาสในการใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กำหนดและจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และที่สำคัญสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมากขึ้น พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน (Social Responsible Tourism)”



แผนภาพ 5.7 องค์ประกอบของคณะกรรมการการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ พื้นที่ตลาดพลู
ที่มา สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว
ประยุกต์โดย ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

5. โครงสร้างของผู้ดำเนินงานในองค์กร และบทบาทความรับผิดชอบในการพัฒนา

ประธานกรรมการ เป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำ มีความคิดริเริ่ม สามารถประสานงานกับคนในชุมชนและประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ยอมรับฟังความคิดเห็นของชุมชน พุดคุยปัญหา

รองประธาน ทำหน้าที่ช่วยแบ่งเบาภาระของประธานกรรมการ และติดตามงานที่ได้มอบหมายอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน

เลขานุการ เป็นผู้ประสานงานระหว่างคณะกรรมการดำเนินงานกับชุมชน

ற்றுญிக ควบคุมดูแลการบริหารเงินและรายงานต่อชุมชนอย่างสม่ำเสมอ จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย

กรรมการทั้ง 4 ฝ่าย คือ ฝ่ายกิจกรรม ฝ่ายการตลาด ฝ่ายธุรกิจ และบัญชี ฝ่ายพัฒนา

หน้าที่ของคณะกรรมการฯ คือ

1. ควบคุมดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย กำหนดกฎระเบียบ แบบแผนการทำงานอย่างมีส่วนร่วมของคนชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน การมีส่วนร่วมของชุมชน และร่วมกัน ประชุม ปรีกษาหารือ ด้านการเตรียมความพร้อมทางการท่องเที่ยวของชุมชน การวางแผนด้านการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมประเพณีของชุมชน ปรับปรุง พัฒนา และแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน รวมทั้งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา เช่น การคมนาคม ความปลอดภัยในทรัพย์สิน

2. ร่วมดำเนินการ ประสานงาน ผลักดันนโยบายด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม

3. สร้างสรรค์พัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อมรดกวัฒนธรรม และความคิดเห็นของชุมชนเป็นหลัก

4. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของการท่องเที่ยวและประเมินผลการทำงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการแต่ละฝ่าย ประกอบด้วยหัวหน้าฝ่าย หัวหน้าแผนก และเจ้าหน้าที่ประจำแผนก ควรมีการจัดการประชุมฝ่ายอย่างน้อยเดือนละครั้ง เพื่อทำความเข้าใจร่วมกัน ติดตามงาน กรรมการมีวาระ 2 ปี

6. แผนการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว

1. การเตรียมความพร้อมด้านต่างๆไป เป็นการจัดการอำนวยความสะดวกให้กับคนในชุมชน และขยายผลไปถึงนักท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการทำความเข้าใจบทบาทหน้าที่ด้านการดำเนินงานทางการท่องเที่ยว มีการจัดประชุมกับประชาชนในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้านผลกระทบที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การขัดแย้งทางวัฒนธรรม มลภาวะ การรุกร้าความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยในทรัพย์สิน วางแผนการดำเนินงานการท่องเที่ยว แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

2. การจัดทำแผนงาน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว

1. โครงการนำร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน มีการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว และนำมาจัดประชุมเวทีสาธารณะ สอบถามความคิดเห็นของชุมชน ในการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสม และชุมชนมีความคิดเห็น และสามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. โครงการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดทำฐานข้อมูล มีการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว ร่วมกันจัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยว ในท้องถิ่น และเป็นฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่มาจากชุมชนซึ่งจะมีข้อมูลเชิงลึก

3. โครงการสืบค้นประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น รื้อฟื้นโครงการกลุ่มเยาวชน กิ่งพลู ซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้ผ่านการอบรมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของเยาวชน ซึ่งเยาวชนกลุ่มนี้เป็น เยาวชนในชุมชนตลาดพลู มีจิตสำนึกในการเก็บข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของชุมชน มีการอบรมเทคนิค การวิจัยเชิงประวัติศาสตร์แบบมีส่วนร่วม ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ระดับลึกกับผู้อาวุโส ในชุมชน จัดทำสรุป และรายงานผลเสนอนักวิจัยเพื่อปรับปรุง เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กับผู้อาวุโส เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล จัดกิจกรรมเปิดเวทีย่อยเพื่อตรวจสอบข้อมูลระดับต้น ปรับปรุงข้อมูล จัดกิจกรรมเปิดเวทีสาธารณะเพื่อตรวจสอบข้อมูลครั้งสุดท้าย จะได้ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชนที่มาจาก การมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งผลที่ได้จากกิจกรรมนี้ทำให้เยาวชนสามารถรับรู้เรื่องราวโดยตรง จากผู้อาวุโสและผู้รู้ในชุมชน กิจกรรมนี้ทำให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นผู้สืบทอด และดูแลชุมชนต่อไปในอนาคตกิจกรรมการ ฟื้นฟูและส่งเสริมงานประเพณีในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในชุมชนมีการศึกษาดูงานชุมชนใกล้เคียงที่ประสบความสำเร็จ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อจะได้พบเห็นประสบการณ์ตรง สามารถซักถามแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และนำมาถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงานเพื่อนำมาปรับใช้ กับชุมชนของตนและสามารถนำมาจัดทำแผนชุมชน โครงการเยาวชนคนรักตลาดพลูเปิดโอกาสให้ เยาวชนในชุมชนร่วมกันร่วมดูแล และแหล่งท่องเที่ยว

4. โครงการฟื้นฟู และปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว

5. โครงการนักท่องเที่ยวอาสาทำกิจกรรมในชุมชน

6. การจัดทำเส้นทาง รายการนำเที่ยวที่หลากหลาย โดยรวบรวมข้อมูลเหล่านี้

- รายชื่อแหล่งท่องเที่ยวและประเภทของแหล่งท่องเที่ยว นิทาน ตำนานแผนที่ที่ตั้ง แผนที่จำลอง ขนาดและคำอธิบายของแหล่งท่องเที่ยว
- จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
- การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้

7. การจัดอบรมโครงการนำชมท้องถิ่นให้กับเยาวชนและประชาชนเพื่อเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรท้องถิ่นให้เกิดความเข้าใจ และสามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดี

8. จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นกับคณะกรรมการชุมชน เพื่อกระตุ้นความร่วมมือ และสร้างจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

9. การกำหนดมาตรการการรักษาความปลอดภัย

7. แผนการบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยว

1. การเตรียมพร้อมด้านการจัดหานักท่องเที่ยว เป็นการเตรียมพร้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและมีความสนใจอยากมาเยี่ยมเยือน

1. การจัดทำใบปลิวและแผ่นพับที่ระบุข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประวัติสิ่งที่น่าสนใจ การเดินทาง วันเวลาในการเปิดปิด การติดต่อ กิจกรรมที่ห้ามพลาด
2. การร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น สำนักงานเขตธนบุรีในการประชาสัมพันธ์
3. การเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง
4. การส่งข้อมูลแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ยังธุรกิจการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว เรือรับจ้างนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว

2. การเตรียมพร้อมด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยพยายามให้คนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการดีภายในชุมชนตนเองก่อน เพื่อจะเสริมสร้างบรรยากาศและคุณภาพชีวิตสังคมที่ดี จนเกิดเป็นจิตสำนึกทางการบริการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

1. พัฒนาบุคลิกภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจ
2. อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย
3. ให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว ไม่เอารัดเอาเปรียบ มีการควบคุมราคาสินค้า
4. จำหน่ายสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐาน
5. ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัยเมื่ออยู่ในชุมชน

8. การเตรียมพร้อมด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยว

1. การพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว ให้มีความรู้สึกเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ไม่ต่อต้าน หรือขัดขวางการท่องเที่ยว พัฒนาทัศนคติให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น สามารถปรับตัวเข้ากับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมให้ชุมชนมีจิตสำนึกในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

9. แผนการเงิน

มีการระดมทุนจากภายในชุมชน ร้านค้าต่างๆ การนำรายได้มาสู่ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรายได้หลัก หรือรายได้เสริม เพื่อที่จะได้รับการร่วมมือจากชุมชน ชุมชนสามารถจัดทำหนังสือที่รวบรวมภาพวิถีชีวิตของชาวตลาดพลูให้นักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ต้องเกิดจากการบริหารจัดการและการกระจายผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยุติธรรม หรือสามารถขอบริจาคจากบริษัทต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การบริจาคเพื่อลดภาษี

1 แผนการหารายได้ของแหล่งท่องเที่ยว

- เงินงบประมาณ
- เงินนอกงบประมาณ
- เงินสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น

2 แผนการใช้จ่ายของแหล่งท่องเที่ยวควรครอบคลุม

- ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในด้านการเงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการ
- ค่าใช้จ่ายด้านการดำเนินการ ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ ครุภัณฑ์
- เงินสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น อาทิ กรมการท่องเที่ยว องค์การบริหารอื่นๆ
- พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ยูเนสโก กองทุนต่างๆ เป็นต้น

3. แผนการใช้จ่ายของแหล่งท่องเที่ยวควรครอบคลุม

- ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในด้านการเงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการ
- ค่าใช้จ่ายด้านการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ ครุภัณฑ์
- ค่าใช้จ่ายด้านการลงทุนและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์
- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อาคารเอนกประสงค์ พิพิธภัณฑ์ ห้องสุขา ถนน
- ค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

4. แผนการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

- จ้างแรงงานท้องถิ่น
- ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น

10. แผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

มีแนวทางในการจัดการ 5 แนวทาง ดังนี้

1. การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ โดยมีกิจกรรม การจัดแสดงนิทรรศการ ของดีที่น่าสนใจในตลาดพลู การสัมภาษณ์เชิงอัตชีวประวัติของบุคคล และเรื่องราวชีวิตของคนในชุมชนและสถานที่ที่การเดินทางเปลี่ยนแปลง การจัดเวทีเสวนาร่วมกับนักวิชาการภายนอก ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และการถ่ายทอดข้อมูลประวัติศาสตร์ของชุมชน เป็นการสร้างจิตสำนึกของเยาวชนในการสืบทอดประวัติศาสตร์ เป็นการเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาและโรงเรียนโดยรอบเข้ามาสู่กระบวนการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ยังมีการออกอากาศเสียงตามสายในชุมชนเพื่อบอกเล่าเรื่องราว ประวัติของชุมชน

นักท่องเที่ยวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวนี้มีความคาดหวังว่าจะได้ความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวตามสมควรก่อนที่จะมาถึงปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้านในแหล่งท่องเที่ยวนั้นโดยเฉพาะที่อยู่ต่างภูมิภาค และวัฒนธรรมย่อมต้องการเห็นภาพรวมเปรียบเทียบกับระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ของตนเพื่อความเข้าใจในวัฒนธรรมและความคิดของคนในสมัยเดียวกัน แต่ต่างภูมิภาคตนมาก

นักท่องเที่ยวท้องถิ่นการท่องเที่ยวในแหล่งโบราณสถานเป็นความภาคภูมิใจที่ได้เห็นความเจริญพัฒนาการของประเทศของตน เนื่องจากมีความรู้ทางประวัติของประเทศ เป็นภูมิหลังมาก่อนการจัดการในเรื่องของการให้ความรู้ มีความจำเป็นและมีความสำคัญ สำหรับแนวทางจัดการ มีอยู่ 3 ทาง ได้แก่

1. ข้อมูลของโบราณสถาน

- ศึกษาเพื่อเรียบเรียง ความเป็นมาของโบราณสถาน ตามหลักฐานที่มีอยู่
- ความสำคัญของต่อโบราณสถานในเชิงประวัติศาสตร์
- ลักษณะทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม ภูมิปัญญา
- ความเชื่อของท้องถิ่นเกี่ยวกับโบราณสถาน เช่น ตำนาน นิทานท้องถิ่น เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว อาจจัดออกมาในรูปของหนังสือ แผ่นพับ, แผ่นป้าย โดยใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย แปลเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- การจัดการให้มีศูนย์ข้อมูลที่แหล่งโบราณสถานแสดงข้อมูลในลักษณะภาพถ่าย แผ่นผัง คำอธิบาย ที่นักท่องเที่ยวอาจหาความรู้ด้วยตนเองได้
- จัดให้มีวิทยากรอธิบายภาพรวมในบางโอกาส
- จัดตั้งศูนย์ข้อมูลที่มี หนังสือนำชมโบราณสถาน เนื่องจากตลาดพลูยังไม่มีการจัดทำหนังสือนำชมหรือสื่อการเรียนรู้ ซึ่งปัจจุบันมีเพียงสื่อสิ่งพิมพ์ประวัติของวัดอินทารามเท่านั้น จึงควรมีการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับประวัติของแหล่งท่องเที่ยวในตลาดพลู รวมทั้งแผนที่ท่องเที่ยว ภาพถ่าย ของที่จำเป็น ที่นั่งพักผ่อน ห้องสุขา บริการฝากสิ่งของ และติดตามของหาย

2. การจัดให้มีวิทยากรนำชม

- กรณีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางร่วมกัน เป็นกลุ่ม ความต้องการวิทยากรนำชม นอกเหนือจากมีคุณค่าของกลุ่มมีสูงกว่า
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มย่อย วิทยากรนำชม ควรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับโบราณสถานนั้นอย่างดีเยี่ยม มีความรู้ในด้านการศึกษา เปรียบเทียบกับการในภูมิภาคอื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีอันเป็นพื้นฐานที่ จำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความเชื่อถือ

2. การจัดการด้านภูมิทัศน์

ภูมิทัศน์ของโบราณสถาน เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการทรัพยากรอย่างหนึ่ง พื้นที่ต้องมีความสะอาดของสถานที่ ขอบเขตของพื้นที่เป็นพื้นฐาน โดยมีการจัดการอย่าง ดังนี้

1. ปรับพื้นที่ให้เป็นไปตามลักษณะเดิม ปรับให้อยู่ในระดับนั้นเดิม และควรปรับปรุงให้มีทางลาดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ เด็ก คนมีครรภ์ตลอดจนคนพิการให้สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก และได้รับความปลอดภัย

2. ปลุกพันธุ์ไม้ในพื้นที่โบราณสถาน พันธุ์ไม้ควรเป็นไม้พื้นถิ่นที่ไม่สูงเกินกว่าโบราณสถานปลูกในตำแหน่งที่สมควร ตามที่ได้ร่างไว้ในแบบแปลนหากจำเป็นต้องปลูกต้นไม้ใหญ่ควรเลือกพันธุ์ไม้ในท้องถิ่น และไม่ปลูกใกล้ชิดโบราณสถานมากนัก สำหรับจัดภูมิทัศน์กรณีที่มีต้นไม้ใหญ่ขึ้นในเขตโบราณสถานมาแต่เดิม ก่อนการอนุรักษ์ปรับปรุง หากไม่เป็นอันตรายต่อตัวโบราณสถานควรรักษาไว้

3. การปลูกพันธุ์ไม้ในพื้นที่ ต้องทำโดยรอบคอบ ควรเลือกพันธุ์ไม้ที่มีความแข็งแรง ไม่เปราะง่าย และไม่ทำลายภูมิทัศน์ของโบราณสถานรูปแบบของการจัดภูมิทัศน์ทำให้ความสำคัญต่อโบราณสถานมิใช่ให้โบราณสถานเป็นส่วนประกอบของภูมิทัศน์ เช่น การจัดสวนสาธารณะ

4. การให้โจทย์นักเรียนนักศึกษาในพื้นที่ เป็นภาคปฏิบัติของนักศึกษาในการมีส่วนร่วมจัดการย่านตลาดพลู เพื่อร่วมกันฟื้นฟู เช่น ชี้นวาทหน้าบ้านก็สวยได้

5. นักศึกษาช่วยกันสอบถามความคิดเห็นของชุมชนแล้วจึงปรับปรุงด้านกายภาพเป็นหลัก เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับขนาดของบ้านพัก การออกแบบที่วางหนังสือพิมพ์ การออกแบบที่วางต้นไม้บริเวณหน้าบ้าน และการออกแบบชี้นวาทของหน้าบ้าน โดยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวเมืองที่ชอบเอาของมาประดับตกแต่งหน้าบ้าน สามารถเป็นที่วางชิ้นงานศิลปะในช่วงเทศกาล เอาผ้าและสิ่งต่างๆ ประดับตกแต่งกลายเป็น (Street Furniture) ขั้นตอนการออกแบบ มีการสอบถามความต้องการของชาวบ้าน ขนาดและข้าวของที่ต้องการนำมาแสดงการออกแบบให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์

6. การรักษาความสะอาดของพื้นที่ทั้งภายใน และภายนอกแหล่งท่องเที่ยว

3. แผนการจัดการด้านบริการพื้นฐาน

สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องสุขา การจัดการในด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัยอย่างเหมาะสม ได้แก่

1. ด้านการคมนาคม

- จัดให้มีเส้นทางคมนาคมมายังแหล่งโบราณแห่งอื่นได้
- จัดให้มีเส้นทางติดต่อเชื่อมโยงไปยังโบราณสถานแห่งอื่นได้
- ทำป้ายนอกเส้นทางไปยังแหล่งโบราณสถาน
- ทำเครื่องหมายสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
- ทำป้ายจราจรที่ชัดเจน มีขนาดตามมาตรฐานสากล

2. ด้านการอำนวยความสะดวก

- จัดการให้มีที่จอดรถที่สามารถรองรับแหล่งนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ได้ ที่จอดรถควรจอดนอกขอบเขตโบราณสถานเพื่อไม่ให้โบราณสถานได้รับผลกระทบจากความสั่นสะเทือนและมลภาวะทางฝุ่นควันได้
- จัดทำทางเดินเท้าไป ยังแหล่งโบราณสถาน
- แสงสว่าง ห้องสุขา ที่นั่งพักผ่อน ป้ายอธิบายความรู้ ร้านขายของที่ระลึกทั้งหมดต้องจัดทำจากวัสดุที่มีความกลมกลืน กับโบราณสถาน
- ต้องไม่ใช่สิ่งทำให้เกิดลักษณะเด่นชมโบราณสถาน
- การออกแบบอาคารต้องให้มีความสูงน้อยกว่าโบราณสถาน อยู่ในตำแหน่งที่ไปยังภูมิทัศน์ของโบราณสถาน
- ควรปลูกพันธุ์ไม้ท้องถิ่น ตามแบบร่างขึ้นเพื่อช่วยพรางลักษณะแปลกปลอมของอาคารที่ก่อสร้างใหม่
- จัดหาที่นั่งพักผ่อน
- จัดหาที่นั่งขยะมูลฝอย ตั้งตามตำแหน่งที่เหมาะสม ควรเลือกถังขยะที่แยกประเภทขยะ
- จัดการเรื่องระบายน้ำ ในขอบเขตโบราณสถาน
- สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องวางสาย ท่อ ควรวางใต้พื้นดิน และต้องตรวจสอบให้มีความปลอดภัยด้านการพ่นแรม

- จัดการให้มีการพักแรมในพื้นที่ใกล้เคียงกับโบราณสถาน หากมีศักยภาพในการจัดการได้ หรือท้องถิ่นนั้นมีสิ่งน่าสนใจควรแก่การพักแรม
- อาจจัดในรูปของการพักรวมกับเจ้าของบ้าน (Homestay)
- ลักษณะของบ้านพัก (guest house)
- ไม่ว่ารูปแบบของการพักแรม จะเป็นเช่นใดก็ตามควรแนะนำให้ผู้ดำเนินการจัดการตามรูปแบบที่ไม่ขัดต่อระเบียบ และวัฒนธรรมของชุมชน ต้องเน้นเรื่องความสะดวกปลอดภัยด้วย

4. แผนการจัดการด้านความปลอดภัย

เป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับโบราณสถาน ต้องทำควบคู่กันไป

1. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การให้ความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดความมั่นใจในการที่จะเที่ยวชมแหล่งนั้นการจัดการที่ควรทำ 4 ด้าน ได้แก่
 - การทำป้ายเตือนจุดอันตราย ควรอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ง่าย
 - ทางเดินต่างระดับ
 - บันไดสูงชัน
 - ถนน-ทางเดินลื่น อาจมีจุดอันตรายอื่น ตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว
2. การจัดบุคลากรเดินตรวจ การเดินตรวจพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวโดยใช้บุคลากร ควรอบรมให้มีความสามารถในการช่วยเหลือเบื้องต้นด้วย (นอกเหนือไปจากการดูแลความปลอดภัยตามปกติ) มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อบันทึกสถานการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว
3. การจัดให้มีการจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นธรรม เช่น สินค้า ประเภทเดียวกัน ควรมีราคาเท่ากัน ตีตราราคาที่ตัวสินค้าอย่างเปิดเผย สินค้ามีคุณภาพตรงตามที่ได้กล่าวไว้ในแผ่นโฆษณา คำรับรองที่พิมพ์กำกับมา ตัวสินค้าก็ไม่ควรมีการจำหน่ายสินค้าที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวและคุณภาพ
4. การจัดบริการติดตามของหาย สิ่งของที่นักท่องเที่ยวลืมหรือทำหาย ควรมีบริการให้ผู้เป็นเจ้าของ สามารถติดตามได้ และจัดให้มีห้องเก็บ

5. แผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมและเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งแยกกิจกรรมในการดำเนินโครงการ แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ดังนี้

1. จัดกิจกรรมการแสดงของนักเรียนในพื้นที่ ณ บริเวณลานจอดรถ เพื่อให้ให้นักแสดงได้มีโอกาสอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การแสดงรำมวยคาดเชือก ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีค่าและสืบเนื่องมาช้านาน สนับสนุนให้เยาวชนได้มีความมั่นใจในการแสดงออก ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีกิจกรรมรวมกลุ่มสัมพันธ์ ก่อให้เกิดความรักความสามัคคี ภายในชุมชน โดยการนำ เอาศิลปะเข้ามาเป็นตัวเชื่อมอย่างกลมกลืน และถ่ายทอดสืบลูกหลาน จนถึงปัจจุบัน ต่อยอดกิจกรรมนี้โดยการสอนการแสดงรำมวยคาดเชือก วิธีการคาดเชือก เพื่อเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมและเป็นการเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้ดูมาเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชน

2. จัดตลาดนัด อาหารดีอาหารอร่อย โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน พร้อมขอความร่วมมือร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และใช้วัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติบรรจุอาหารให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวบรวมอาหารเด่นดังในชุมชนมาให้ได้พบปะกัน มีกิจกรรมต่อยอดให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองการทำกุยฉ่ายไส้ไส้ต่างๆเพื่อเป็นการเรียนรู้สูตรการทำอาหารท้องถิ่น

3. “โครงการ Street Food Good Taste the Best in ASEAN at Talad Phlu” การประกวดอาหารอร่อยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป โดยแบ่งประเภทการแข่งขันสำหรับบุคคลทั่วไป กับร้านอาหารในชุมชนเพื่อเป็นการสร้างความตระหนักในการประกอบอาหารดั้งเดิม และมีการสร้างสรรค์ต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูต่าง ๆ โดยแข่งขันการประกอบอาหารดั้งเดิม อาหารฟิวชั่น อาหารเมนูจานเด็ดของอาเซียน มีการเชิญกรรมการตัดสินจากคนในชุมชน สถาบันด้านอาหาร เข้ามาร่วมพิจารณาพื้นที่ร้านอาหารที่รักษาสภาพและสูตรอาหารที่เอร็ดอร่อย และเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารย่านตลาดพลูให้เป็นที่รู้จัก และมีมาตรฐานสากล

3.5. สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่า ให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน

การดำเนินการศึกษาวิจัยใช้แนวความคิดด้านการจัดการองค์ความรู้ ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล โดยจะมีการจัดการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักวิจัย องค์กรการปกครองท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงาน องค์กรในชุมชน และประชาชน ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่ายทอดและถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ด้านการศึกษาวิจัยและแนวทางการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพองค์กรต่างๆดังกล่าวในการสังเคราะห์ และจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการกำหนดนโยบาย และแผนกลยุทธ์ แก่ภาคประชาชนในเรื่องการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยในการนำไปใช้ประกอบเป็นมูลในการกำหนดมาตรการ กฎเกณฑ์ต่างๆ โดยองค์กร หรือหน่วยงานของรัฐ

2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน

รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการจัดการโดยชุมชนและอยู่บนพื้นฐานของชุมชน โดยการผสมผสานสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมต่างๆเพื่อเสริมการดำเนินงานท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเอง นำไปสู่การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนในชุมชน ทำให้เกิดการอนุรักษ์ และภูมิใจในชุมชน โดยการรณรงค์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านทางสื่อหลายรูปแบบตลอด จนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวด้านการท่องเที่ยวทุกฤดูกาลตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าด้านทางสังคมและวัฒนธรรม การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ บทความเผยแพร่ ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายใน ประเทศและระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

3. เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน

การรวบรวมข้อมูลที่สำคัญในแหล่งวัฒนธรรมดั้งเดิมในพื้นที่ศึกษา มาจัดระเบียบข้อมูล โดยการแปลงผลการศึกษาเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นรูปธรรมในรูปแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การแปลงผลการศึกษาเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นรูปธรรมในรูปแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวสร้างระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์เกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสร้างดัชนีชี้วัดด้านวัฒนธรรมกับการพัฒนาเพื่อประโยชน์ในการบริหารงานและการติดตามประเมินผล โดยการการพัฒนาและสร้างความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมไทยส่งเสริมและประสานชุมชนและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจและขีดความสามารถในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อท้องถิ่น การสร้างทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่นการท่องเที่ยว ต้องการให้ประชาชนได้เรียนรู้การสร้างอาชีพเพื่อให้ประชาชนที่ไม่มีงานทำมีอาชีพที่สุจริต การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่ประสิทธิภาพการผลิต

4. เพื่อกำหนดทิศทางการบริการจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจะมีความเป็นไปได้สูงในการนำไปปฏิบัติ เนื่องจากเป็นผลงานที่ทุกภาคส่วนในชุมชนร่วมกันศึกษาและจัดทำ จึงมีความสอดคล้องกับบริบทและภูมิสังคมของชุมชนอยู่บนศักยภาพของเนื้อที่ และความสามารถในการบริหารจัดการของท้องถิ่นได้ ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ ได้ โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ทั้งใน และระหว่างประเทศ ส่งเสริม และประสานชุมชนและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจ และขีดความสามารถในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อท้องถิ่น สนับสนุนการจัดทำ และประสานแผนปฏิบัติการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางด้านวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา การสนับสนุนการจัดทำ และประสานแผนปฏิบัติการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางด้านวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา

ตาราง 5.9 ผลสำเร็จของโครงการวิจัยและประโยชน์ที่ได้คาดว่าจะได้รับ

วัตถุประสงค์ ของโครงการ	Out Put/ ผลผลิต	Out Come/ ผลลัพธ์	การนำ ผลงานวิจัย ไปใช้ประโยชน์	ผู้ที่จะนำวิจัย ไปใช้ ประโยชน์	ผลผลิต งานวิจัย ที่ต้องส่ง มอบ
1. เพื่อศึกษา ความเป็นไปได้ในการ บริหารจัดการ ชุมชนย่าน เมืองเก่าให้มี การท่องเที่ยว สร้างสรรค์ และยั่งยืน	1. กำหนด นโยบาย และ แผนกลยุทธ์ แก่ภาค ประชาชนใน เรื่องการ พัฒนาทุนทาง วัฒนธรรมสู่ การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	1. ฐานข้อมูล ทุนทาง วัฒนธรรมใน พื้นที่บริเวณริม แม่น้ำ เจ้าพระยาสาย เก่า บริเวณ ตลาดพลูและ วัดโพธิ์นิมิตร ชุมชนสามารถ นำแนว ทางการ พัฒนาการ บริหารจัดการ การท่องเที่ยว สร้างสรรค์เชิง วัฒนธรรมไป เป็นแนวทาง ปฏิบัติเพื่อ สร้างชุมชนที่ นำไปสู่การ พัฒนาชุมชน อย่างยั่งยืน	1. การใช้ ประโยชน์เชิง นโยบาย:องค์กร การปกครองส่วน ท้องถิ่น เช่น ใช้ ประโยชน์จาก ผลงานวิจัยใน การนำไปใช้ ประกอบเป็นมูล ในการกำหนด มาตรการ กฎเกณฑ์ต่างๆ โดยองค์กร หรือ หน่วยงานของรัฐ	1. หน่วยงาน จากภาครัฐ และ ภาคเอกชน	1. รายงาน ฉบับสมบูรณ์
2. เพื่อ วิเคราะห์ สถานการณ์ ปัจจุบันของ การขับเคลื่อน การท่องเที่ยว อย่าง	2. รณรงค์การ ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ผ่านทางสื่อ หลายรูปแบบ ตลอด จนการ	2. คู่มือ ทางการ ท่องเที่ยว สร้างสรรค์เชิง วัฒนธรรม และการรับรู้ ของสาธารณะ	2. การใช้ ประโยชน์เชิง วิชาการ: บทความเผยแพร่ ภาคอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวมีการ สร้างเครือข่าย	2. ชุมชน ท้องถิ่น/ ผู้นำ ชุมชน/สมาชิก ในชุมชน	2.คู่มือการ บริหาร จัดการ ท่องเที่ยว สร้างสรรค์ เชิง วัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ ของโครงการ	Out Put/ ผลผลิต	Out Come/ ผลลัพธ์	การนำ ผลงานวิจัย ไปใช้ประโยชน์	ผู้ที่จะนำวิจัย ไปใช้ ประโยชน์	ผลผลิต งานวิจัย ที่ต้องส่ง มอบ
สร้างสรรค์ใน ชุมชน	จัดกิจกรรม การท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการ เคลื่อนไหว ด้านการ ท่องเที่ยวทุก ฤดูกาลตลอด ทั้งปี เพื่อ ส่งเสริมการ เจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ และ ความก้าวหน้า ด้านทางสังคม และวัฒนธรรม	เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์บน พื้นฐานการ พัฒนาอย่าง ยั่งยืน	เพื่อเผยแพร่ แนวคิด การ ศึกษาวิจัย และ ความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยว สร้างสรรค์เชิง วัฒนธรรม ออกไปในหมู่ ประชาชน ทั้ง ภายใน ประเทศ และระหว่าง ประเทศอย่าง กว้างขวาง		
3. เพื่อสร้าง ฐานข้อมูล การท่องเที่ยว สร้างสรรค์เชิง วัฒนธรรมใน ชุมชน	3. การแปลง ผลการศึกษา เพื่อสรรค์สร้าง มูลค่าการ ท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ทางเศรษฐกิจ สังคมและ สิ่งแวดล้อม ให้เป็น รูปธรรมใน รูปแบบสินค้า และบริการ ด้านการ ท่องเที่ยว สร้างระบบ	3 การพัฒนา และสร้าง ความ ภาคภูมิใจใน ศิลปวัฒนธรรม ไทยส่งเสริม และประสาน ชุมชนและ องค์กรบริหาร ส่วนท้องถิ่นให้ มีความรู้ความ เข้าใจและขีด ความสามารถ ในการ สร้างสรรค์	3. การสร้างทุน ทางสังคม ทุนทาง วัฒนธรรม เพื่อ ประโยชน์ในเชิง พาณิชย์ เช่นการ ท่องเที่ยว ต้องการให้ ประชาชนได้ เรียนรู้การสร้าง อาชีพเพื่อให้ ประชาชนที่ไม่มี งานทำมีอาชีพที่ สุจริต การ ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่	3. ผู้ประกอบการ ด้านการ ท่องเที่ยว	3. คู่มือ เส้นทางการ ท่องเที่ยว สร้างสรรค์ เชิง วัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ ของโครงการ	Out Put/ ผลผลิต	Out Come/ ผลลัพธ์	การนำ ผลงานวิจัย ไปใช้ประโยชน์	ผู้ที่จะนำวิจัย ไปใช้ ประโยชน์	ผลผลิต งานวิจัย ที่ต้องส่ง มอบ
	ฐานข้อมูลที่ สมบูรณ์ เกี่ยวกับ ทรัพยากรทาง วัฒนธรรมและ สร้างดัชนีชี้วัด ด้าน วัฒนธรรมกับ การพัฒนาเพื่อ ประโยชน์ใน การ บริหารงาน และการ ติดตาม ประเมินผล	วัฒนธรรมเพื่อ ท้องถิ่น	ก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่ ประสิทธิภาพการ ผลิต		
4. เพื่อ กำหนด ทิศทางและ การบริการ จัดการการ ท่องเที่ยว สร้างสรรค์เชิง วัฒนธรรมที่ ชัดเจน	4. การสร้าง เครือข่าย ความร่วมมือ จากภาคส่วน ต่างๆเพื่อทำ ให้เกิดการ จัดการ ท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ อย่างเป็น รูปธรรมจาก ภาครัฐ ภาค ธุรกิจ ทั้งใน และระหว่าง ประเทศ	4. ส่งเสริมและ ประสานชุมชน และองค์กร บริหารส่วน ท้องถิ่นให้มี ความรู้ความ เข้าใจและขีด ความสามารถ ในการ สร้างสรรค์ วัฒนธรรมเพื่อ ท้องถิ่น สนับสนุนการ จัดทำและ ประสาน แผนปฏิบัติ การระหว่าง หน่วยงานที่	4. การสนับสนุน เวทีวัฒนธรรมใน รูปแบบที่ หลากหลาย เช่น การสนับสนุน กิจกรรมทาง วัฒนธรรมที่ริเริ่ม โดยชุมชน ท้องถิ่น การสร้าง เวทีเสนอผลงาน และเผยแพร่งาน ด้าน ศิลปวัฒนธรรม การพัฒนาระบบ หัวใจและ กระบวนการ สร้างสรรค์ด้าน ศิลปวัฒนธรรม	4.สนับสนุน การจัดทำและ ประสาน แผนปฏิบัติ การระหว่าง หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องทั้ง ภาครัฐและ เอกชนให้ สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนว ทางด้าน วัฒนธรรมเพื่อ การพัฒนา	

วัตถุประสงค์ ของโครงการ	Out Put/ ผลผลิต	Out Come/ ผลลัพธ์	การนำ ผลงานวิจัย ไปใช้ประโยชน์	ผู้ที่จะนำวิจัย ไปใช้ ประโยชน์	ผลผลิต งานวิจัย ที่ต้องส่ง มอบ
		เกี่ยวข้องกับ ภาครัฐและ เอกชนให้ สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และ แนวทางด้าน วัฒนธรรมเพื่อ การพัฒนา	แก่การสร้าง ผลงานที่มีคุณค่า ต่อสังคม		

5. ประโยชน์ของการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ภาครัฐที่ได้รับประโยชน์

1. สนับสนุนให้มีการเรียนรู้ ชุมชนมีความเป็นเอกภาพ และเป็นชุมชนเข้มแข็ง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนกับภาครัฐท้องถิ่น
2. มรดกวัฒนธรรมมีการจัดการอย่างยั่งยืน เป็นต้นทุนในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ให้ดีขึ้น
3. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนที่ผลิตได้อีกด้วย

ภาคธุรกิจเอกชนที่ได้รับประโยชน์

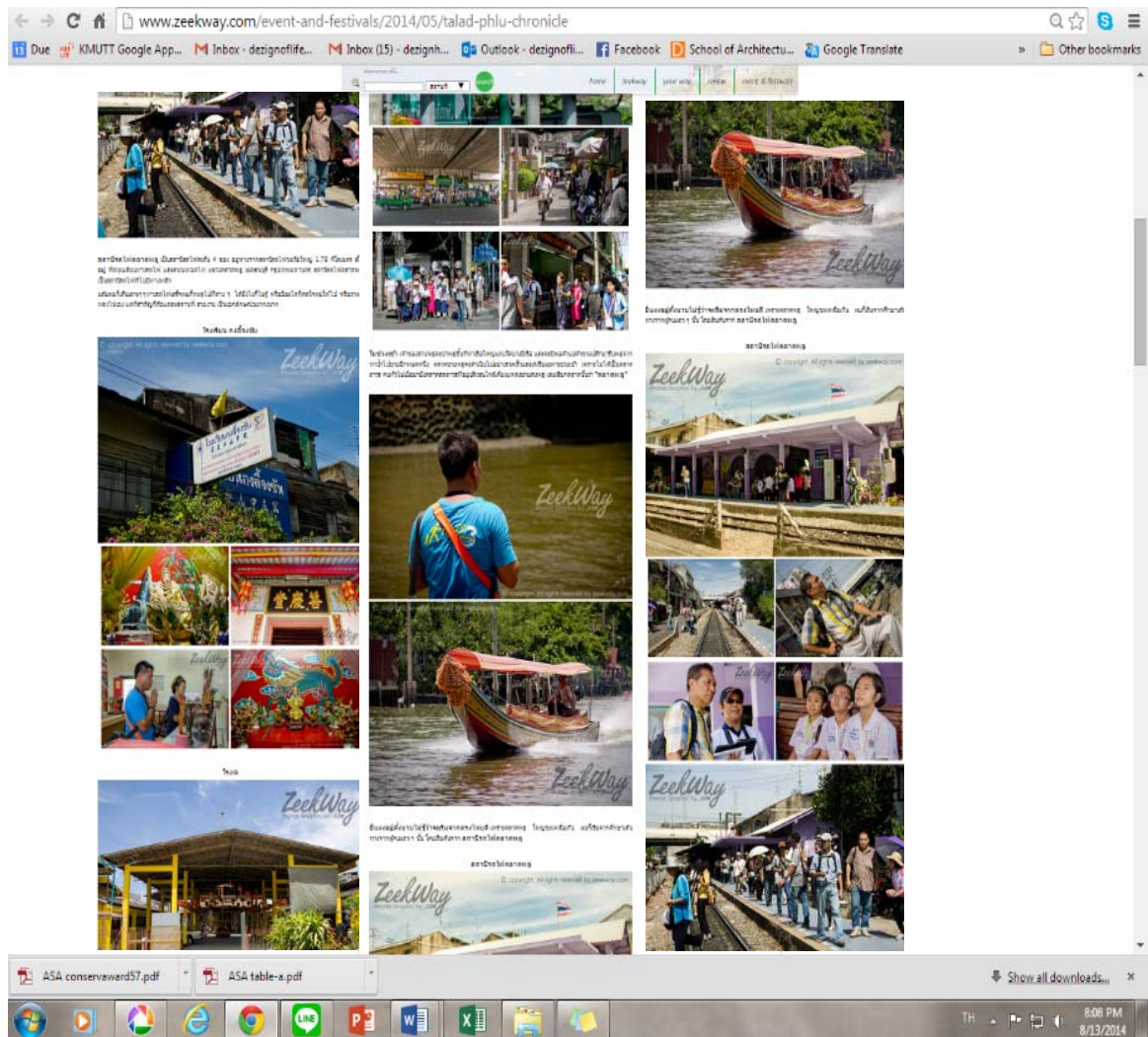
1. มีแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ คุณค่า และยั่งยืน
2. การสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการรักษาและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ฟื้นฟูวัฒนธรรม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น
3. การวางแผนเพื่อการลงทุนที่คุ้มค่า มีความมั่นใจที่จะลงทุนกับธุรกิจการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

นักท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์

1. การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีตามความคาดหวัง
2. คุ้มค่ากับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งสินค้าและบริการ
3. นักท่องเที่ยวมีส่วนในการสนับสนุนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน และชุมชนได้รับประโยชน์แน่นอน

ภาคประชาชนที่ได้รับประโยชน์

1. ได้รอบความคิดและแนวทางในการพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการและเกิดการเก็บหลักฐานเชิงประจักษ์ไว้สำหรับเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการตรวจสอบและประเมินตนเอง เพื่อการปรับประยุกต์ใช้สำหรับผู้ที่นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการศึกษาและการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อไป
2. เป็นการสร้างคุณภาพ และยกระดับการท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม ก่อให้เกิดการวางแผนการดำเนินงานการเก็บรักษามรดกทางวัฒนธรรม และการประเมินตนเองให้ได้มาตรฐาน และเพื่อการเพิ่มศักยภาพชุมชนอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการเลือกใช้บริการที่ได้การรับรองมาตรฐาน



ภาพที่ 5.10 เว็บไซต์รวบรวมข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว, โรงแรม, ที่พัก, ร้านอาหารและข่าวสารต่างๆ
ด้านร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว
ที่มา <http://www.zeekway.com/event-and-festivals/2014/05/talad-phlu-chronicle>



ภาพที่ 5.11 สื่อ Social Network: Facebook สกว.หนุน มจร. นำร่องโครงการ “ยลเสน่ห์...ตลาดพลู” ที่มา <https://www.facebook.com>

สคริปต์รายการวิทยุ

รายการวิทยุ “จุดประกาย ขยายประเด็น” ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยระบบ FM. 92.50 เมกะเฮิรตซ์และ AM. 891 กิโลเฮิรตซ์ ออกอากาศประจำวันอังคารและวันพฤหัสบดี ในช่วงระหว่างเวลา 09.10 – 10.00 นาฬิกา
สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ในระหว่างช่วงเวลา 10.30 – 10.50 น. วันพุธที่ 13 ส.ค. 2557 ออกอากาศ วันอังคารที่ 19 สิงหาคม 2557 เวลา 09.00 – 10.00 น.

สัมภาษณ์ ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน ตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โทร. 089 126 2422

เบอร์ติดต่อสำรองโทร 08 3015 6362 คุณสิวพร สำนักงาน สกว.

ดำเนินรายการโดย หนึ่งนุช บุญมาวงศ์ / ทรงพล ชูเวช

ผู้สื่อข่าว – ประสานงาน สุรพงษ์ ชโนวรรณ โทร. 08 8099 5195 08 3069 9908

ประเด็น ผลงานวิจัยตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต รองรับ AEC

เกริ่นนำ

ธุรกิจท่องเที่ยวไทย ในช่วงเปลี่ยนผ่านไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ธุรกิจท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 12 สาขาภาคบริการที่ต้องเปิดเสรีทางการค้า และคาดการณ์ว่าจะเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายที่จะตามมา ด้วยเหตุนี้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จึงให้การสนับสนุนงานวิจัย โครงการศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี : กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต เพื่อรองรับการเปิด AEC ในปี 2558

วันนี้รายการ “จุดประกาย ขยายประเด็น” ได้รับเกียรติจาก ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน ซึ่งเป็นผู้ทำวิจัย การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว เช้ามาพูดคุยรายละเอียดในเรื่องนี้

ขณะนี้ ดร.บุษเกตน์ อยู่ในสายแล้ว ครับ.....

สวัสดีครับท่านอาจารย์

ประเด็นคำถามสัมภาษณ์

- 1 โครงการศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี : กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต ความเป็นมาและความสำคัญอย่างไร
2. ผลงานวิจัยที่ได้รับของพื้นที่ตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิต
3. อาจารย์มองภาพรวมธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศในขณะนี้อย่างไร และอะไร คือสิ่งที่เราต้องพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรีของพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต
4. ในส่วนภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างไรดี

ภาพที่ 5.12 รายการวิทยุ 92.5 MHz และ AM 891 kHz สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

กรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ รายการ “จุดประกาย ขยายประเด็น”

ออกอากาศ วันที่ 19 สิงหาคม 2557 เวลา 09.00-12.00 น.

ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

ปลุกคน "ตลาดพลู" ตื่นตัว ภูมิใจท้องถิ่น

สู่มติการก่อตั้งเครือข่ายสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม



การ จัดโครงการปลุกคนตื่นตัว "ตลาดพลู...ตลาดพลู" ในพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

นายสมศักดิ์ นาคพาณิชย์ เป็นประธานโครงการนี้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

นายสมศักดิ์ นาคพาณิชย์ เป็นประธานโครงการนี้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ

นายสมศักดิ์ นาคพาณิชย์ เป็นประธานโครงการนี้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท อีสท์ เอเชียติก จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่บริเวณใต้สะพานพระรามแปดและสะพานพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปลุกจิตสำนึกของชาวตลาดพลูให้ตื่นตัวในท้องถิ่นของตนเอง และร่วมกันพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งค้าขายที่มีคุณภาพ



ภาพที่ 5.14 สัมมนาวิชาการ เรื่อง “เสวนาสืบสานวิถีวัฒนธรรมบางกอกประวัติศาสตร์ และมรดกสถาปัตยกรรมชุมชนที่กำลังจะหายไป: คลองบางหลวง แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า” ในวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ณ ห้องจูปีเตอร์ 11 อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพค เมืองทองธานี
ที่มา : จดหมายเวียนเชิญเป็นวิทยากรงานสัมมนาวิชาการ ในงานสถาปนิก’57

3.7 สรุปการใช้ประโยชน์จากการวิจัย

1. ด้านนโยบาย

1. หน่วยงานระดับภูมิภาค จังหวัด เขต (อำเภอ) : สำนักงานเขตธนบุรี กรมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร
2. หน่วยงานส่วนท้องถิ่น (ระดับปฏิบัติการ) : หน่วยงานส่วนท้องถิ่นระดับชุมชนสถานศึกษา รร.ราชคฤห์ รร.อินทราธรรม รร.โพธิ์นิมิตร รร.กงลี้จันชน วัดราชคฤห์ วัดอินทราธรรม วัดจันทราธรรม วัดโพธิ์นิมิตร
3. หน่วยงานระดับชาติ (ระดับนโยบาย) และหน่วยงานปฏิบัติการระหว่างประเทศ : กระทรวงการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กทม สำนักงานผังเมือง หน่วยงานภาครัฐสามารถประสานงานกับหน่วยงานที่มีอยู่ในเมือง และสร้างประโยชน์ร่วมกันผ่านความคิดริเริ่มของภาครัฐและภาคเอกชน ส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศ
4. ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 10) มีการดำเนินการผลักดันเรื่องการเพิ่มคุณค่า (Value creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านสาธารณะ

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม มีการสืบค้นข้อมูลประวัติศาสตร์ เช่น ประวัติศาสตร์ชุมชน ของดีภายในชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว
2. สร้างความสนใจให้สื่อมวลชนเข้าใจถ่ายทอดทำสารคดี รายการวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ Music Video เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ 5ถ่ายทอดวิธีการเรียนรู้ และใช้ความรู้ในการถ่ายทอดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้
3. รูปแบบกิจกรรม สร้างกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ และเกิดกระบวนการพัฒนา

3. ด้านเศรษฐกิจและสังคม ชุมชนและพื้นที่

1. ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ เศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่การรักษา ฟื้นฟู โดยมีความสมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
2. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
3. แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ 1. มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ 2. เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม 3. งานช่างฝีมือและหัตถกรรม 4. อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์ 5. การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และ 6. การขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. ด้านพาณิชย์

1. การผลิตสินค้าชุมชนและของที่ระลึก
2. การพัฒนาฐานการผลิตและองค์ประกอบสนับสนุนทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

5. ด้านวิชาการ

1. การสร้างองค์ความรู้หลักสูตรด้านสถาปัตยกรรมและผังเมือง การออกแบบชุมชนเมือง ภูมิสถาปัตยกรรม การอนุรักษ์การท่องเที่ยว
2. การนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการ : นิทรรศการ การบรรยาย ระดับชาติ และนานาชาติ
3. การพิมพ์เผยแพร่วารสาร สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ รูปเล่มรายงาน e-book

6. ด้านการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1. ยกระดับองค์ความรู้งานวิจัย การท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยชุมชน ผู้ประกอบการ โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ ให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม
2. ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดผู้คนที่สนใจในการปรับปรุงเมือง
3. พัฒนาและสร้างประชากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพิ่มขึ้น สร้างงานใหม่ๆ ในภาคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น มัคคุเทศก์ งานด้านขนส่ง ช่างฝีมือของท้องถิ่น พนักงานต้อนรับ
4. การพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative entrepreneurs)

4. ขั้นตอนที่ 4 ข้ออุปสรรคในการวิจัย

1. การเก็บข้อมูล

การจัดทำแบบสัมภาษณ์สำหรับประเมินและวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยจัดทำแบบสัมภาษณ์ซึ่งมีมากเกินไปและเนื้อหาในคำถามเป็นศัพท์ทางวิชาการ ทำให้ผู้ตอบคำถามตอบไม่ตรงประเด็น อีกทั้งได้ใช้คำถามปลายเปิดในการสัมภาษณ์ ทำให้การนำผลมาวิเคราะห์ค่อนข้างจะยากและไม่ลงลึกในรายละเอียดเท่าที่ควร

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การสร้างแบบสอบถามในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายเปิด และไม่สามารถระบุความชัดเจนในแบบสอบถามได้

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจ ได้รับการตอบรับจากผู้เข้าร่วมงานน้อย เนื่องจากผู้ร่วมกิจกรรมยังไม่คุ้นเคยกับการจัดกิจกรรมทางวิชาการ จึงใช้การสังเกต และการสัมภาษณ์แทนการตอบแบบสอบถาม

3. การมีส่วนร่วมของชุมชน

ควรศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดเวทีสนทนากลุ่ม เพื่อกำหนดแผนและนโยบายการบริหารจัดการชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะได้ข้อมูลการค้นคว้าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำฐานข้อมูลทางวัฒนธรรมและการบริการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

5. ขั้นตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

1. การศึกษาการบูรณาการกับการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนท้องถิ่น
2. การนำแผนงานหรือโครงการไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อสร้างแรงจูงใจในพื้นที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการ และที่มาของงบประมาณ รวมถึงแผนงานในการดำเนินงานช่วงเวลาต่างๆ
3. การนำแผนงานการบริหารโครงการ มาศึกษาแนวทางปฏิบัติที่ดีในการเตรียมความพร้อมด้านการปรับภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อม เพื่อการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ได้มาตรฐานด้านการสื่อสาร และการบริการการท่องเที่ยวต่อไป

ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการย่อย 2

ชื่อ - นามสกุล

(ภาษาไทย) ดร. บุษเกตน์ อินทรปาสาน

(ภาษาอังกฤษ) Dr. Budsakayt Intarapasan

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 3100600969618

ตำแหน่งปัจจุบัน : รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา

หน่วยงาน และสถานที่ที่ติดต่อดีสะดวก : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และ
การออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มือถือ 089-126-2422, ทำงาน 02-470-7888, โทรสาร 02-452-3792,

อีเมล : budsakayt.int@kmutt.ac.th

ประวัติการศึกษา

2552 มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปริญญาเอกปรัชญา สาขาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรม

และการท่องเที่ยว คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ หลักสูตรนานาชาติ

2543 The Savannah College of Art and Design, Georgia., USA. (SCAD) USA.

ปริญญาโท คณะศิลปกรรม ออกแบบตกแต่งภายใน

2533 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาสถาปัตยกรรมภายใน

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สถาปัตยกรรมด้านสิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความเป็นสากล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทำเสร็จแล้ว :

2554 i2012 Interdependence 2012, Global Conference & Expo

Duration: May 15-18, 2012 at Vancouver Canada

Responsibility: The subcommittee for the international conference

TRANSED 2012, 13th International Conference on 'Mobility and Transport
for Elderly and Disabled Persons

Duration: September 17-22, 2012 at India

Poster presentation in Modification of Historical and Natural Heritage
Places: Accessibility by design for Barrier-Free Cultural Tourism

2553 Universal Design 2010 (The 3rd International Conference for
Universal Design in HAMAMATSU, Japan 2010). Article: Barrier-free design
making the environment
In-Accessible to heritage places in GMS

2553 The International Association of Universities and Colleges of Art,
Design and Design (COMULUS) Shanghai conference 2010.

2552 i-CRETe 2009 [International Convention for Rehabilitation
Engineering and Assistive Technology] and ICAT 2009 (International
Conference for Accessible Tourism). Article: Cultural Heritage Friendly
without Barriers (CHF-Bs)

2550 ICAT 2007 [International Conference for Accessible Tourism]
International Conference

2548 idn Design Conference 2005 International Design Conference,
Singapore

The International Association of Universities and Colleges of Art, Design
and Design (COMULUS) Singapore conference 2005.

ผู้ช่วยนักวิจัย

ชื่อ - นามสกุล

(ภาษาไทย) ดร. มนสิรดา ทองเกิด

(ภาษาอังกฤษ) Ms.Monsirada Thongkerd

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 3199700070259

ตำแหน่งปัจจุบัน : รักษาการ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ และวิจัย/

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว

หน่วยงาน และสถานที่ติดต่อได้สะดวก : สถาบันเทคโนโลยีการบิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี

วิทยาเขตจักรพงษ์ขุนวรณารถ กรุงเทพฯ

มือถือ 091-750-0057 อีเมล mannawika@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

- 2557 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ปริญญาเอก วิทยาศาสตร์สุขภาพบัณฑิต
สาขาการจัดการจัดการธุรกิจบริการระหว่างประเทศ
- 2550 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการการท่องเที่ยว
- 2543 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการท่องเที่ยว
สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม/ธุรกิจบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำเสร็จแล้ว :

- 2557 Service Marketing Strategy of Souvenir Business for World Heritage Site:
Historical Park of Thailand.

ผู้ช่วยนักวิจัย

ชื่อ - นามสกุล

(ภาษาไทย) ดร. พิมอร แก้วแดง
(ภาษาอังกฤษ) Miss Pim-on Kaewdang
เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 3101500210831
ตำแหน่งปัจจุบัน : หัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยว
หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก : คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มือถือ 083-091-9322, ทำงาน 02-549-4939, โทรสาร 02-577-5017,
อีเมล pimonboom@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

2554 มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปริญญาเอก สาขาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรมและการท่องเที่ยว คณะ
สถาปัตยกรรมศาสตร์ หลักสูตรนานาชาติ

2546 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาโท Cultural Management

2542 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยว (เกียรตินิยม อันดับ 2)

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทำเสร็จแล้ว :

2554 การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมในสถานศึกษา กรณีศึกษา
เปรียบเทียบการบริหารจัดการโดยเอกชนกับบุคลากรของสถานศึกษา (มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

2555 รายงานโครงการวิจัยปฏิบัติการ เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการ
สอนเชิงบูรณาการ กับการทำงาน (Work integrated Learning: WiL) หลักสูตร
สาขาวิชาการโรงแรมสำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (สภากาการศึกษา)

ผู้ช่วยนักวิจัย

ชื่อ - นามสกุล

(ภาษาไทย) น.ส.ศิริวรรณ ฉัตรธีรภูมิมงคล

(ภาษาอังกฤษ) Ms.Siriwan Chadhirunmongkol

เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 3102400472941

ตำแหน่งปัจจุบัน : นักคอมพิวเตอร์

หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มือถือ 081-567-9979, ทำงาน 02-470-7877, โทรสาร 02-452-3792,

อีเมล siriwan.cha@kmutt.ac.th

ประวัติการศึกษา

2550 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ปริญญาโทครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

2541 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำเสร็จแล้ว :

2550 การสร้างสื่อหนังสือเสียง เรื่องนกในประเทศไทย สำหรับนักเรียนพิการทางสายตา ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสอนคนตาบอดกรุงเทพ (ได้รับรางวัลชนะเลิศ การประกวดสื่อการศึกษาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ในงานสัมมนาวิชาการ “รวมพลคนทำสื่อ ครั้งที่ 3” วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล)

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ :

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.

กฤษณ สมบุศย์รุ่งเรือง. 2553. การศึกษาอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านชุมชนตลาดพลู

เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

คณะสงฆ์วัดโพธิ์นิมิต. 2518. ครบรอบ 100 ปี วัดโพธิ์นิมิต. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สามมิตร.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2544. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. 2542. การเมืองไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สารคดี

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2549. การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ปรีชา แดงโรจน์. 2544. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไพร แอนด์ ไพร พรินติ้ง.

พจนา สอนศรี. 2553. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

พวงร้อย กล่อมเอี้ยง และคณะ. 2547. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นวิถีชีวิตย่านตลาดพลู

จากคลองบางหลวงถึงคลองด่าน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

มนัส สุวรรณ และคณะ. 2541. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟู

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย.

มันทนา สามารถและคณะ. 2543. ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเข้มแข็งของประชาตำบล. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วศิน ปัญญาวุธตระกูล. 2548. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ

วัฒนธรรมในพื้นที่ระบียงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

สมพันธ์ เตชะอธิก. 2540. การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์

สินธุ์ สโรบล. 2547. การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ : ประชาคมวิจัย

สำนักงานเขตธนบุรี. ธนบุรีไกด์ (คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เขตธนบุรี). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

ประวัติและผลงานสมเด็จพระวันรัตน์ (แดง). 2557 กรุงเทพฯ : มปท.

สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช. 2552 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ดอกเบี๋ย

สมโภชพระอารามหลวง 120 ปี (วัดโพธิ์นิมิตสถิตมหาสีมาราม). 2537 กรุงเทพฯ : ส.แสงรุ่งเพ็ชร.

บรรณานุกรม(ต่อ)

ภาษาอังกฤษ

- Clare A. Gunn. 1994 **Tourism Planning : Basics, Concepts, Cases**. Boca rayton FL.USA : Taylor & Francis.
- Foster, Douglas W. 1985.**Travel and tourism management**. Basingstoke,Hampshire, UK : Macmillan Educational.
- P. Burns, Marina Novelli. 2008.**Tourism Development: Growth, Myths, and Inequalities**. Oxfordshire, UK : CABI.
- Richards, G. and C. Raymond 2000. **Creative tourism**. ATLAS News, No. 23
- Wurzburger, R., A. Pattakos and . Pratt (2009), **Creative Tourism: A Global Conversation**, Santa Fe, New Mexico, USA : Sunstone Press.

อินเทอร์เน็ต

- http://vclass.mgt.psu.ac.th/~465-302/2006-1/Assignment-03/BPA_29_02/index.htm : กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว,: 2545
- <http://tourismindustrydp004kench.blogspot.com/2010/09/my-lecture-10.html> : กฎหมายสำคัญของไทยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, วันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2553
- <http://www.siamfreestyle.com/forum/index.php?showtopic=1922>. : การท่องเที่ยวเชิงแนวคิดผลิตซ้ำหรือนวัตกรรมใหม่, วันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2551

รูปภาพ

อ้างอิงตามที่มาด้านล่างของภาพ กรณีที่ไม่มีการอ้างอิง เป็นรูปถ่ายของทีมวิจัย

ภาคผนวก

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว¹

1. กฎหมาย

การท่องเที่ยว คือการกระทำของการเดินทางโดยจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ องค์การการท่องเที่ยวของยูเอ็น (World Tourism Organization (a United Nations body) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวจะกล่าวถึงการเดินทาง โดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตร จากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งนารายได้จากประชาชนชาวไทย และชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทย ได้มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามการปฏิรูประบบราชการ ซึ่งอาศัยกฎหมาย พ.ร.บ. ระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 และพ.ร.บ. ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เกี่ยวกับการโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ รวมทั้งการแก้ไขบทบัญญัติให้สอดคล้องกับการโอนอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ต้องโอนภาระงานด้านพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว ด้านพัฒนาบริการท่องเที่ยว และ ด้านทะเบียนธุรกิจนาเที่ยวไปให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้งนี้ สำนักทะเบียนธุรกิจนาเที่ยวและมัคคุเทศก์ จะยังคงทำหน้าที่ตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนาเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 จนกว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะรับโอนภารกิจไปดำเนินการหลังเดือนตุลาคม 2547 ไปแล้ว

นับแต่ปี 2546 ททท. จึงได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก

กฎหมายสำคัญของไทยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว² แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กฎหมายเกี่ยวกับองค์การที่ดูแลสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยทั่วไป มีกฎหมายสำคัญจำนวน 4 ฉบับ ได้แก่

1. ระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งทุน และเงินสำรองของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 2. พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545
 3. พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2544
 4. พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ถึง2546
- (รวม 5 ฉบับ)

1.2 กฎหมายควบคุมนักท่องเที่ยว มีกฎหมายสำคัญ จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1. พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ.2522, 2523 และ 2542
2. พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ.2469 ถึง 2548

¹ http://vclass.mgt.psu.ac.th/~465-302/2006-1/Assignment-03/BPA_29_02/index.htm

² นาย วัชรเวศิน จิราวรรณกุล เชียงราย อ.แม่สาย, ภาคเหนือ, Thailand น.ศ.ม.ธุรกิจบัณฑิตย์
<http://tourismindustrydpu004kench.blogspot.com/2010/09/my-lecture-10.html>

ฉบับ ได้แก่

1.3 กฎหมายควบคุมดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว มีกฎหมายสำคัญ จำนวน 18

1. พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ.2504
2. พระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ.2535 และ 2546
3. พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ.2507, 2522 และ 2528
4. พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484, 2522 และ 2525
5. พระราชบัญญัติแร่ พ.ศ. 2510, 2522 และ 2534
6. ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2520
7. พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ.2485
8. พระราชบัญญัติรักษาคอลง รศ. 121
9. พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2535
10. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535
11. พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และ 2535
12. พระราชบัญญัติสุสานและฌาปนสถาน พ.ศ. 2528
13. พระราชบัญญัติว่าด้วยลักษณะฐานะของวัดบาทหลวงโรมันคาทอลิกในกรุงสยาม ตามกฎหมาย ร.ศ. 128
14. พระราชบัญญัติการประมง พ.ศ. 2490 และ 2528
15. พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2512, 2522 และ 2535
16. พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของชานเมืองพ.ศ.2535
17. พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ.2518, 2525 และ 2535
18. พระราชบัญญัติควบคุม พ.ศ. 2522, 2535 และ 2543

2.1.4 กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว มี 22 ฉบับ

1. พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535
2. พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547
3. พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509, 2521, 2525 และ 2546
4. พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ.2535
5. พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ.2528, 2537, 2544
6. พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2535
7. พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2520, 2534 และ 2544