

3. กิจกรรมปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน ย่านตลาดพลู - วัดโพธิ์นิมิตร
(กลุ่มคลื่นไออดีต มหกรรมเที่ยว 12 เดือน)

มกราคม

กิจกรรมหน้าบ้านนำมอง
งานง่วนเขียว
งานแห่สิงโต
งานของดีตลาดพลู

กุมภาพันธ์

งานฉลองวัดราชคฤห์
กิจกรรมบ้านอันดามัน
งานง่วนเขียว
งานของดีตลาดพลู

มีนาคม

งานฉลองวัดอินทาราม
อบรมยุวมัคคุเทศก์
อบรมมัคคุเทศก์อาวุโส
สืบค้นประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น
งานของดีตลาดพลู

เมษายน

งานสงกรานต์ ไทย-มอญ
มวยคาดเชือกพระเจ้าตากสิน
เยาวชนคนรักย์ตลาดพลู
งานของดีตลาดพลู

พฤษภาคม

โครงการต้นตาทื่นใจใจไล -
กวีตลาดพลู
งานของดีตลาดพลู

มิถุนายน

งานคลองบางหลวงรำลึก
งานนักท่องเที่ยวอาสารักษ์ชุมชน
งานของดีตลาดพลู

กรกฎาคม

งานแห่เทียนพรรษา
งานปลื้มปรี๋ม ยั้มบ้านฉััน
งานของดีตลาดพลู

สิงหาคม

งานประจำปีศาลเจ้ากวนอู
งานเทกระเจาด
งานของดีตลาดพลู

กันยายน

งานแป๊ะบ่วยชีวจับ
โครงการนาราสชาติ
อาหารอร่อย ตลาดพลู

ตุลาคม

งานแป๊ะบ่วยชีวจับ
โครงการนาราสชาติ
อาหารอร่อย ตลาดพลู

พฤศจิกายน

งานถือศีลกินเจ
งานของดีตลาดพลู

ธันวาคม

งานสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
งานแห่ศาลเจ้าพ่อพระเพลิง
งานเซียงซัง
งานของดีตลาดพลู

3. (ร่าง)

คู่มือการบริหารจัดการ

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณ

แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี

กรณีศึกษา : พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต



สี่แยกตลาดพลู

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวก มาสู่ประเทศชาติเป็นอย่างมากโดยจำแนกได้เป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่

ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถสร้าง รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละของรายได้ประชาชาติ (GDP) และ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องใช้ง่ำลังคน ทำให้เกิดการจ้างงานสร้างอาชีพในภาคบริการจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง

ด้านสังคม การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามต่อกัน อีกทั้งยังช่วย กระตุ้นการนำประเพณีวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นมาเผยแพร่ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ห่วงแหนในมรดก และศิลปวัฒนธรรมของตน ตลอดจนรักษาสีงแวดล้อม และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดได้

ด้านการเมือง การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน หย่อนใจ ซึ่งเมื่อได้มาเยือน และเกิดความประทับใจ จะช่วยสร้างไมตรี และความสัมพันธ์อันดีต่อกันได้โดยง่าย รวมทั้งการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ชาวต่างประเทศ ส่งเสริมให้นานาประเทศรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

การบริหารและการจัดการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่หากว่าไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การบริหารจัดการอย่างไร ก็คงจะไม่เกิดผลสำเร็จได้ อีกทั้งยังต้องมีหลากหลายภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน คอยให้การควบคุม สนับสนุน ส่งเสริม ให้เป็นไปตามแผนการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่หากว่าไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การบริหารจัดการอย่างไร ก็คงจะไม่เกิดผลสำเร็จได้ อีกทั้งยังต้องมีหลากหลายภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน คอยให้การควบคุม สนับสนุน ส่งเสริม ให้เป็นไปตามแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหาร และจัดการแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยทั้งการระดมบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการบริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ให้เกิดความยั่งยืน เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมคงสภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความงดงามสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่สร้างความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ ให้ระลึกถึง และกลับมาท่องเที่ยวใหม่

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ประเพณี 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 และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ต้องธำรงไว้ให้กับคนในท้องถิ่นได้ทราบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้ จะส่งผลดีกับอย่างไร กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้าน และผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของคนในท้องถิ่น ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางกรท่องเที่ยว และเป็นกำลังในหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งธรรมชาติ และวัฒนธรรม

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวควรมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนและควรมีความร่วมมือกับเครือข่ายภาครัฐ และเอกชน ดังภาพที่แสดงข้างต้น ควรมีการแลกเปลี่ยนความเข้าใจกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่นด้วย เพื่อสร้างความตระหนัก และความเข้าใจที่ตรงกัน เช่นการระดมสมองการจัดให้มีเวทีเสวนากันระหว่างหน่วยงาน กับผู้นำท้องถิ่น และคนในท้องถิ่น เพื่อมาถกกันกรองทำเป็นแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่นร่วมกัน

1. แผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

1. แผนการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการ

โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและบริหารจัดการในชุมชน เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดีนั้น ควรที่จะได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกๆระดับ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรูปแบบของชุมชนท้องถิ่น หากเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวย่อมได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่น และเป็นการช่วยกันดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้ยังคงอยู่คู่ชุมชน และเกิดผลกระทบทางบวกซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนได้รับผลกระทบโดยตรงซึ่งเป็นผู้ที่เข้าใจพื้นที่อย่างแท้จริง ทราบปัญหา ความต้องการ นอกจากนี้ยังทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกหวงแหนและตระหนักคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพเข้ามาเป็นกลไกในการดำเนินงานการท่องเที่ยวของชุมชน

ขั้นตอนสำคัญของการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. กำหนดทิศทาง (Direction Setting) ในการกำหนดทิศทางขององค์กรจะประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goal) ซึ่ง วิสัยทัศน์ (Vision) คือ กรอบในการดำเนินงานที่ชัดเจนซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในระยะยาว ภารกิจ (Mission) คือ ประการขององค์กรที่กำหนดว่าจะทำอะไรในปัจจุบัน กำลังจะทำอะไรในอนาคต และองค์กรเป็นองค์กรแบบใดและจะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรแบบใด ทั้งนี้เพื่อบรรลุสู่ความเป็นเลิศเหนือกว่าคู่แข่ง เป้าหมาย

(Goal) คือการบอกสิ่งที่องค์กรปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต โดยมีการกำหนดให้ชัดเจน กระชับ และสามารถวัดได้ ทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายจะมีการกำหนดให้ชัดเจนยิ่งขึ้นกว่าการกำหนดภารกิจว่า จะต้องทำอะไร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมขององค์กร (Environment Scanning) ในการประเมินสภาพแวดล้อมขององค์กรนั้นจะประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึง จุดแข็ง (Strength -S) จุดอ่อน (Weakness -W) โอกาส (Opportunity -O) และอุปสรรค (Threat -T)
3. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวขององค์กร ธุรกิจโดยอาศัยข้อมูลโอกาสและอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และจุดแข็ง จุดอ่อนที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยผู้บริหารองค์กรจะต้องกำหนด เลือกกลยุทธ์ที่ดีที่สุดและเหมาะสมกับองค์กร ผู้บริหารต้องพยายามตอบคำถามว่าทำอย่างไรองค์กรจึงจะไปถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ได้ โดยใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรกำหนดเป็นกลยุทธ์ ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงระดับที่แตกต่างกันของกลยุทธ์ด้วย
4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารแปลงกลยุทธ์ และนโยบายไปสู่แผนการดำเนินงาน กำหนดรายละเอียดด้านต่าง ๆ เช่น ด้านงบประมาณ หรือวิธีการดำเนินงานซึ่งกระบวนการนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงภายในด้านวัฒนธรรม โครงสร้าง หรือระบบการบริหาร เพื่อให้สามารถดำเนินการตามกลยุทธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทั่วไปจะประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการด้วยกันคือ
 - การกำหนดแผน และการจัดสรรทรัพยากร (Resources Allocation)
 - การปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของการใช้กลยุทธ์ และการใช้ทรัพยากร
 - การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนองระบบและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น เรื่องระบบข้อมูลข่าวสาร ระบบบริหารบุคคล (การให้การศึกษา การฝึกอบรม การกระตุ้น ส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ)
5. การกระจายกลยุทธ์ (Strategic Deployment) หากองค์กรได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจขึ้นมาแล้ว แต่ไม่ได้มีการดำเนินการก็ทำให้เกิดการสูญเปล่า เพราะถึงแม้ว่าแผนงานเหล่านั้นจะเป็นแผนที่ถูกจัดทำมาเป็นอย่างดี ผ่านการระดมความคิดเห็นมาอย่างเข้มข้นเพียงใดก็ตาม หากไม่ลงมือปฏิบัติก็ย่อมไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมขึ้นมาได้



ตึกแถวริมถนนเลียบทางรถไฟ

2. รายละเอียดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

วิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยว ชุมชนร่วมกันจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์เป้าหมาย ยุทธศาสตร์และแนวทางพัฒนา เป็นการกำหนดทิศทางแนวทางการพัฒนาที่มองไปในอนาคต โดยมีการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และความสามารถขององค์กรที่ผลักดันให้การพัฒนาไปสู่จุดหมาย ยุทธศาสตร์ที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

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

ความสร้างสรรค์ 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 ซึ่งส่งเสริมความสร้างสรรค์ และในสังคมเปิดหรือสังคมอำนาจนิยม ซึ่งถูกกดดันด้วยเหตุผลทางการเมือง หรือศาสนา หรือถูกบังคับด้วยปัจจัยการเศรษฐกิจ อาจส่งผลเสียต่อบุคคล และทำให้ชุมชนอ่อนแอลง
2. การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมซึ่งให้มูลค่ากับความแปลกใหม่ทางวิทยาศาสตร์ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี รวมทั้งทรัพย์สินทางปัญญา ความสร้างสรรค์ประเภทนี้ต้องการการตลาด 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 โดยอาศัยการศึกษาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของท้องถิ่น นำมาวิเคราะห์คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว
2. กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการอนุรักษ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน
3. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เสื่อมโทรม หรือถูกทำลายไป ให้กลับคืนมาดังเดิม

4. เป็นการเสริมสร้าง และพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถดำเนินกิจกรรมทาง การท่องเที่ยว ร่วมกับสังคม ท้องถิ่นกับเยาวชนร่วมสมัย ได้โดยไม่ทำลายคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม

5. กำหนดกฎเกณฑ์ กฎหมาย ข้อบังคับ แนวทางในการพัฒนา และอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม ร่วมถึงสร้างมาตรการจูงใจให้มีการดำเนินการให้เกิดประสิทธิผล

6. พัฒนาระบบสาธารณูปโภค ที่มีความทันสมัย และปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว แต่ต้องมีความสอดคล้อง ไม่ขัดแย้งต่อสภาพทางกายภาพของชุมชนเดิม

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การบริหารและการจัดการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่หากว่าไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การบริหารจัดการอย่างไร ก็คงจะไม่เกิดผลสำเร็จได้ อีกทั้งยัง ต้องมีหลากหลายภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัน คอยให้การควบคุม สนับสนุน ส่งเสริม ให้เป็นไปตามแผนการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงต้องอาศัยทั้งการระดมบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการ บริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ให้เกิดความยั่งยืน เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม คงสภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความงดงามสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ ให้ระลึกถึง และกลับมาท่องเที่ยวใหม่

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ประเพณี และ วัฒนธรรม นั้นมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

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

โดยการที่จะให้คนในท้องถิ่นหรือชุมชน ดำเนินการตามหลักการจัดการดังกล่าวได้นั้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์ให้กับคนในท้องถิ่น ได้ทราบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้ จะส่งผลดีกับอย่างไร กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้าน และผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้ และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของคนในท้องถิ่น ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และเป็นกำลังในหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้ง ธรรมชาติ และวัฒนธรรม

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ควรมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน และควรมีความร่วมมือกับเครือข่ายภาค รัฐ และเอกชน ดังภาพที่แสดงข้างต้น ควรมีการแลกเปลี่ยนความเข้าใจกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่น ด้วย เพื่อสร้างความตระหนัก และความเข้าใจที่ตรงกัน เช่นการระดมสมองการจัดให้มีเวทีเสวนากันระหว่างหน่วยงาน กับผู้นำท้องถิ่น และคนในท้องถิ่น เพื่อมาถกกันหรือทำเป็นแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่นร่วมกัน

แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. การใช้ประโยชน์ของพื้นที่

- การแยกประเภทการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้มีความเหมาะสม
- การฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น
- การจัดสรรพื้นที่ให้มีสวนสาธารณะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

2. การสร้างสิ่งก่อสร้าง

- การสร้างสิ่งก่อสร้าง ให้มีความกลมกลืนกับสภาพบริบทของชุมชน
- การควบคุมความสูงของอาคารบ้านเรือน
- การบำรุง รักษาสิ่งก่อสร้าง และสภาพแวดล้อม ให้คงคุณค่าอยู่เสมอ

3. การอนุรักษ์

- มีการคุ้มครองคุณค่า โดยการขึ้นทะเบียนวัตถุและพื้นที่ ซึ่งมีคุณค่าที่จะคุ้มครองใน 3 ลักษณะ คือ คุณค่าทางวิทยาการ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ และคุณค่าความงามตามธรรมชาติ
- การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมจะต้องควบคู่ไปกับการพัฒนา โดยต้องยังคงดำรงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษของท้องถิ่น
- แม่น้ำ ลำคลอง เป็นแหล่งให้ความรื่นรมย์ ควรดูแล และรักษาความสะอาด
- ต้นไม้ ควรปลูกอย่าทำลาย รวมทั้งให้มีการรักษาหน้าดินไว้
- การพัฒนาโครงการต่าง ๆ เช่น สะพานลอย ถนนคร่อมคลอง ควรมีการพิจารณาก่อนที่จะดำเนินการ เนื่องจากอาจก่อให้เกิดการบดบังทัศนียภาพของท้องถิ่นชุมชนได้

4. การคมนาคม

- ถนน และทางเท้ากว้าง และมีบริเวณปลูกต้นไม้ เพื่อให้ร่มเงา
- ระบบถนน ควรสร้างเลียบบริเวณที่จะเป็นพื้นที่อนุรักษ์
- สนับสนุนให้มี ทางเดินเท้า และจักรยานในเขตที่เป็นพื้นที่อนุรักษ์ ควรลดการขับซื้อรถยนต์ในพื้นที่ดังกล่าว

5. บริการสาธารณะ

- ควรจัดปัจจัยพื้นฐานการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนพัฒนา และบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง
- ควบคุมการติดป้ายโฆษณา ควรให้ติดเฉพาะยานที่เป็นพาณิขยกรรม โดยต้องคำนึงถึงการติดตั้งแล้วบดบังทัศนียภาพด้วย
- ควบคุมมลภาวะทางเสียงจากกิจกรรมต่าง ๆ

3. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน

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

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1. การอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างพอที ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว (Using Resource Sustainably)
2. การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสียจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อม ที่ถูกทำลายในระยะยาว 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 โดยสอดแทรกแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว (Training Staff)
9. การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ และเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย (Marketing Tourism Responsibly)
10. การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน (Undertaking Research)

หลักการพื้นฐานของความยั่งยืน จะต้องได้รับการปฏิบัติภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดไม่จำเพาะแต่การท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง การท่องเที่ยวขนาดเล็ก การท่องเที่ยวราคาแพง หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวคณะใหญ่ Mass Tourism จะเห็นได้ว่า แนวความคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยม สู่ยุคสมัยสังคมเป็นใหญ่ ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน กล่าวโดยสรุป คือกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการกำไรแต่ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้

ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว

พื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร มีศักยภาพในพัฒนาชุมชนตนเองสู่มาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับได้ เนื่องจากชุมชนมีความเข้มแข็งด้านทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานดั้งเดิม หากแต่ต้องได้รับการบริหารจัดการที่ดีเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมจึงกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติไว้ 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 และอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่น คือ หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่

1. การเที่ยวภายในชุมชน
 - เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร (ศึกษาลักษณะ ผังเมือง วัด ศาลเจ้า บ้านเรือนโบราณ และร้านอาหาร)
 - เส้นทางจักรยานท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร (เชื่อมต่อของ กทม. คลองบางหลวง บ้านศิลปิน ตลาดพลู กะดีจีน)
 - เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาหารของดีย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
2. กิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน เช่น การร่วมกิจกรรมปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน (กรุ่น กลิ่นไออดีต มหกรรมเที่ยว 12 เดือน) ในวิถีชีวิตชุมชนเช่น โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อยตลาดพลู โครงการปั่นจักรยานยลเสน่ห์ตลาดพลู โครงการตื่นตาตื่นใจโลกวีตตลาดพลู โครงการนักท่องเที่ยวอาชีพย่านตลาดพลู ปลื้มปริ่มยิ้มบ้านฉัน โครงการน่านาสชาติ อาหารอร่อยตลาดพลู เป็นต้น
3. เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น เรียนการเรียงพลู การทำอาหาร ทำขนม (กุยช่าย หมี่กรอบโบราณ ขนมเบ็ญไทย เป็นต้น)
4. กิจกรรมศึกษาธรรมชาติอื่นๆ เช่น การล่องเรือชมคลองบางหลวง และแม่น้ำเจ้าพระยา

2. บริการด้านการท่องเที่ยว

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริม แต่เมื่อชุมชนดำเนินการท่องเที่ยว และมีการเก็บค่าใช้จ่าย การมีระบบเป็นการแสดงออกถึงความพร้อม และเป็นการนำเสนอความเป็นท้องถิ่นที่มีมิติเชิงลึกเพราะเกิดการปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่นที่มีนัยมากกว่าการใช้บริการ แต่เป็นบริการที่มาจากภายในผ่านการคิดวิเคราะห์ และเป็นบริการด้านการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนอาทิ ได้แก่

1. นักสื่อความหมายท้องถิ่น (หนูน้อยนำเที่ยว ยลเสน่ห์.....ตลาดพลู)
2. ที่พัก (Apartment)
3. อาหารเด่นดังย่านตลาดพลู (กุยช่าย ขนมหวาน กระเพาะปลา ข้าวมันไก่ เป็นต้น)
4. การคมนาคม (รถสาธารณะ เรือ จักรยาน รถส่วนตัว และเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น)
5. การละเล่น/ การแสดงพื้นบ้าน (กาละเล่นกระต๊วงแทงเสือ การเชิดสิงโต เป็นต้น)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก

การเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการรองรับ และให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความ สะดวกสบายปลอดภัยในการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด องค์ประกอบ ในการวางแผนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่

1. การวางผังของสิ่งปลูกสร้างต้องสอดคล้องกลมกลืนกับภูมิวัฒนธรรม และศิลปวัฒนธรรมในชุมชน
2. การคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มีระบบการจัดการระบบสาธารณสุข
3. มีระบบการป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
4. มีป้ายหรือหรือแผนที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยว
5. สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อผู้พิการ เช่น การจัดระเบียบสิ่งกีดขวางบนทางเท้า และเส้นทางสัญจร สาธารณะ ทางลาดสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ ห้องน้ำสาธารณะเพื่อทุกคนทั่วไป และเพื่อผู้พิการ

4. ระบบการบริหารจัดการ

การที่จะชี้วัดว่าองค์กรที่เข้ามาทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวแทนผลประโยชน์ที่แท้จริงของ ชุมชนหรือไม่ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วม
2. การกระจายบทบาทการทำงาน
3. การกระจายผลประโยชน์อย่างเสมอภาคและยุติธรรม
4. มีระบบการทำงานโปร่งใส/ตรวจสอบได้
5. มีการจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งเข้าสาธารณประโยชน์ของชุมชน
6. มีมาตรการในการควบคุม และป้องกันผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
7. มีอัตราค่าบริการที่เป็นมาตรฐานและราคาที่เป็นธรรม เช่น ค่าพาหนะ ที่พัก อาหาร น้ำดื่ม และ ของที่ระลึก
8. มีการเก็บสถิติ เพื่อนำไปประมวลผลสำหรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องได้

ผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานการท่องเที่ยว

การเตรียมความพร้อมภายในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน และสร้างความ พึงพอใจให้นักท่องเที่ยวซึ่งหากมีกระบวนการเตรียมความพร้อมทั้ง 2 ด้าน ดังกล่าวแล้ว ผลที่เกิดขึ้นสามารถตอบคำถามได้ ในระดับหนึ่ง ว่า “การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา และก่อให้เกิดความยั่งยืนได้ คือ

1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม

- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมระหว่างเจ้าของบ้าน และแขกผู้มาเยือนสร้างการเคารพในวัฒนธรรม ที่แตกต่าง
- ความเข้าใจใคร่เรียนรู้ของคนภายนอกกระตุ้นความภาคภูมิใจของคนในชุมชน
- เกิดการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงานให้กับสมาชิก
- สร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่คนในชุมชน เป็นการสร้างชุมชนให้มีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกอย่างมีศักดิ์ศรี เป็นการสร้างโอกาสให้แก่ผู้หญิง ผู้อาวุโสชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน และแสดงศักยภาพ ได้อย่างเต็มที่
- การพัฒนาคุณภาพชีวิต
- แบ่งบทบาทในการทำงาน และสร้างความสามัคคีภายในชุมชน

2. ด้านสิ่งแวดล้อม

- สร้างจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมในชุมชน และผู้มาเยือน
- เกิดแบบแผนการจัดการทรัพยากรโดยชุมชน โดยมีเรื่องการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง และมีกฎกติกาในการดูแลรักษาเพื่อการใช้้อย่างยั่งยืน
- มีระบบจัดสรรรายได้เข้าไปดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น กองทุนสิ่งแวดล้อม

3. ด้านเศรษฐกิจ

- ก่อให้เกิดรายได้เสริม
- มีกองทุนในการต่อยอดงาน และพัฒนางานให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น
- มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน ที่เกิดจากการสร้างงานหรือกิจการที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว

ปัจจัยแห่งความสำเร็จสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชน

เครือข่ายธุรกิจชุมชน เป็นการรวมตัวของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาทั้งภายใน และภายนอก เป็นลักษณะการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน มีการช่วยเหลือ เอื้ออาทร การทำงานภายใต้ความรัก ความสามัคคี และสามารถพัฒนาศักยภาพของคน พัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายได้อย่างสมดุล และบูรณาการด้านต่าง ๆ 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 การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นประสานกับ
5. การเปลี่ยนแปลงเครือข่ายในท้องถิ่น และตระหนักในการปกป้องเครือข่ายประสานเชื่อมโยงกับองค์กรระดับกลาง
6. กลไกพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย การถ่ายทอด ความใฝ่แสวงหาความรู้ จิตสำนึกในการพัฒนาชุมชน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนา
7. ความสำเร็จของการทำงานขององค์กรเครือข่าย โดยประกอบด้วย การมีสัญญาร่วมกัน การพัฒนาตลอดเวลา มีการเสริมพลังการทำงานมีค่านิยมร่วมกัน มีภาวะผู้นำที่ดี
8. การจัดกระบวนการเรียนรู้ในด้านการพัฒนาความเข้มแข็ง โดยเน้นความสัมพันธ์ ร่วมกันแก้ปัญหาชุมชน พัฒนาองค์กรเศรษฐกิจชุมชน วิเคราะห์ และวางแผนระยะยาวในการพัฒนา

การจัดทำแผน,พัฒนาและพัฒนากิจการการท่องเที่ยว

มีกระบวนการทำงานดังนี้

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

ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว
2. การอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและประวัติศาสตร์
3. การประชาสัมพันธ์ เช่น โครงการจัดทำเอกสารเผยแพร่การคู่มือการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร การจัดทำสโปตวิทยุ เผยแพร่ผ่านวิทยุกระจายเสียง
4. การพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการ คนชุมชนผู้ประกอบการ เช่น โครงการอบรม การเป็นผู้ประกอบการและเจ้าบ้านที่ดีโครงการสร้างเครือข่าย และพัฒนาศักยภาพกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม
5. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

เนื่องจากชุมชนมีการจัดงานอย่างต่อเนื่องในบางเทศกาล และนานๆครั้งจะจัดงานบางอย่าง เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีคุณค่าจนสามารถดึงดูดให้คนในชุมชน คนพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานได้ และสามารถฟื้นฟูงานประเพณี งานเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ได้นำเสนอสินค้าท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และน่าดึงดูดใจให้เป็นทางเลือกใหม่สำหรับตลาดในประเทศ ฯลฯ นอกจากนั้นยังมีการแสดงนาฏศิลป์เด็กนักเรียนในท้องถิ่น การส่งเสริมการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ในชุมชน ชมศิลปวัฒนธรรม จึงควรมีแบบแผนในการบริหารจัดการอย่างมีระบบและมีกลไกในการดำเนินงาน สำหรับกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมสำหรับชุมชนแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับขึ้นอยู่กับการเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานที่จัดและปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนี้

1. กิจกรรมระดับชุมชน
2. กิจกรรมระดับเมือง
3. กิจกรรมระดับประเทศ

1. กิจกรรมระดับชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่น่าสนใจในระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวทั่วไป ควรมีการจัดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสถานที่จัดงานมีศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการบริการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง

กิจกรรมงานระดับชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมระดับเมืองและกิจกรรมระดับประเทศได้ เช่น งานเทิดพระเกียรติพระเจ้าตากสินมหาราช งานยลเสน่ห์....ตลาดพลู งานสอนศิลปะ สานวัฒนธรรมตลาดพลู มรดกชุมชนธนบุรี

แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาล และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชุมชนนั้น ได้วางแผนการศึกษา และกระบวนการทำงานไว้ดังนี้

- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานเทศกาลและประเพณี ที่ได้รวบรวมไว้ในหนังสือต่าง ๆ
- การอนุรักษ์และฟื้นฟูงานเทศกาล และประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย
- ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร สิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับงานเทศกาล ประเพณี และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งโดยตรง และทางอ้อม
- ศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่สุ่มตัวอย่างจากข้าราชการ และผู้เกี่ยวข้องในจังหวัดต่าง ๆ
- ศึกษาสภาพความเป็นอยู่จริงโดยตรงในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะงานเทศกาล และประเพณีที่ชุมชนเคยมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการจัดงาน

2. กิจกรรมระดับเมือง หมายถึง กิจกรรมที่สามารถนำเสนอขายในระดับชาติได้ มีการจัดอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสถานที่จัดงานมีศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการท่องเที่ยวอย่างดี

3. กิจกรรมระดับประเทศ กิจกรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของไทยสามารถนำเสนอขายได้ในระดับสากลต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี สร้างการรับรู้ผ่านสื่อทั้งในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และสถานที่จัดงานมีศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ควรนำข้อมูลมาประกอบการพิจารณาในการวางมาตรการอนุรักษ์ และส่งเสริมงาน

เทศกาลและประเพณี โดยคำนึงถึง ปัญหาโดยทั่วไปของการจัดงานเทศกาลและประเพณีตลอดจนข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงการจัดงาน และผลกระทบของการจัดงานโดยชุมชนที่มีต่อท้องถิ่น

ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดงานเทศกาล และประเพณี

สืบเนื่องจากการจัดทำความเห็นและข้อเสนอ กิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู เพื่อการอนุรักษ์ การเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของคณะวิจัย ซึ่งพบว่าการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคประชาชนในการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นในปัจจุบันไม่สามารถดำเนินการได้เต็มที่ เพราะขาดแรงสนับสนุนจากภาครัฐในการดำเนินการ ในขณะเดียวกันการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น ในบางด้าน รัฐได้เข้ามาเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ส่งผลให้แนวทางการพัฒนามีลักษณะเป็นแนวทางกว้าง ขาดความเจาะจง และเหมาะสมกับบริบทในแต่ละชุมชน ฉะนั้นการเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งจะเป็นทางออกหนึ่งที่จะทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นของไทยมีความเข้มแข็ง

ปัญหาโดยทั่วไปของการจัดงานเทศกาลและประเพณีในชุมชน

สำหรับปัญหาของของการจัดงานเทศกาล และประเพณีในชุมชนพอสรุปได้ ดังนี้

1. ในการจัดงานเทศกาลและประเพณีนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในจังหวัดทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชน แต่การดำเนินงานจริงมักขาดการประสานงานที่ดีเนื่องจากขาดความพร้อมเพียงในการเตรียมการ และดำเนินงาน
2. งานประเพณีอย่างประสบความสำเร็จเพราะความสามารถส่วนตัวของผู้นำท้องถิ่น หรือเกิดจากผลักดันขึ้นมาจากกลุ่มบุคคลเฉพาะกลุ่ม จึงทำให้งานนั้น ๆ ประสบผลสำเร็จ เฉพาะในยุคที่บุคคลเหล่านั้น ๆ ดำรงตำแหน่งบริหารอยู่เท่านั้น
3. ในการจัดงานแต่ละครั้ง ชุมชนเจ้าของงานส่วนมากมุ่งเน้นความสำเร็จในด้านการโฆษณา ประสิทธิภาพในการจัดงานของผู้นำท้องถิ่น การค้า และหวังผลเลิศทางด้านรูปธรรมจากการจัดงานสูง จนทำให้คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม และทางด้านจิตใจของงานประเพณีนั้น ๆ ถูกกลบหายไป
4. รูปแบบการนำเสนองานส่วนใหญ่ยังขาดความลึกซึ้ง ในด้านรากฐานทาง วัฒนธรรม ทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรากฐาน ทางด้านมานุษยวิทยา (Anthropology) สังคมวิทยา (sociology) และทางศิลปวัฒนธรรม
5. รูปแบบการนำเสนองานควรควบคุมให้อยู่ในกรอบของจริยธรรมอันดีงาม กระบวนการนำเสนอ ซึ่งทำให้คุณค่าของงานเสื่อมถอยลงไป และภาพพจน์ของท้องถิ่นเสื่อมเสีย
6. การนำเสนองานประเพณีอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรมเกินไป ทำให้มีลักษณะฉาบฉวยแข่งกระด้างจนลดคุณค่าทางจิตใจของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ และทำลายศรัทธาของนักท่องเที่ยวที่มาจากถิ่นอื่น
7. ในพื้นที่ที่จัดงานหรือบริเวณเกี่ยวเนื่องยังขาดการเตรียมการด้านกายภาพ และการพัฒนาทั้งทางด้านคุณภาพ และจำนวนของบุคลากรในสาขาธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น วิทยากรการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่จำหน่ายตั๋วรถบริการ และบริการที่มีความรู้ความเข้าใจการบริการพอสมควร
8. ขาดการประสานงานที่ขยายขอบข่ายเชื่อมโยงในการขายบริการระหว่างตัวแทนของบริษัทท่องเที่ยว
9. การจัดงานยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ และครบวงจร เช่น ยังไม่มีการจัดทำเอกสารฉบับพิเศษ เพื่อประชาสัมพันธ์งานที่จัดขึ้นแทรกในหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาต่างประเทศตลอดจนการนำเสนอบทความพิเศษและภาพประกอบตีพิมพ์ในนิตยสารอื่น ๆ ที่แพร่หลายอยู่แล้ว รวมทั้งในนิตยสารและการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงทุกระดับ

ข้อเสนอแนะเบื้องต้นในการปรับปรุงการจัดงาน

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานเทศกาล และประเพณี จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น พอสรุปและจำแนกข้อเสนอแนะได้ดังนี้

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

1. การวางแผน

1. ในการจัดงาน ควรมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างสรรค์ และอนุรักษ์อย่างแท้จริงการบริหารงานมีโครงสร้างการบริหารงานอย่างไม่เป็นทางการโดยมีคณะกรรมการหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ทั้งจากบุคลากรของสถาบัน สงฆ์ และประชาชนร่วมกันปรึกษาหารือ ทั้งการกำหนดโครงการ และการดำเนินงาน
2. ในการจัดงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนเข้าร่วมจัดกิจกรรมอย่างกว้างขวาง และควรให้ประชาชนในจังหวัดนั้น ๆ ตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของงาน เพื่อก่อให้เกิดการประสานประโยชน์ร่วมกัน
3. นอกเหนือจากความร่วมมือในการจัดงานแต่ละแห่ง ควรมีการร่วมมือระหว่างหน่วยงานอื่น ที่มีบทบาทในการส่งเสริม และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ เช่น กรมศิลปากร และศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือ สถาบันการศึกษาที่มีบทบาทในด้านนี้ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. ในการจัดงานแต่ละครั้ง ควรศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างงานที่จัดขึ้นกับทรัพยากร
5. การท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งในด้านระยะเวลา สถานที่ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านระยะเวลา สถานที่ ทั้งที่เป็นแหล่งธรรมชาติโบราณสถาน และผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ตลอดจนความสะดวกเรื่องที่พัก และความปลอดภัย โดยจัดทำโปรแกรมเพื่อการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น
6. ควรคำนึงถึงความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ ช่วงฤดูการพักผ่อนของประชาชนในแต่ละภูมิภาคของโลก และการขยายบริการที่อยู่ในอัตราที่ไม่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง
7. ควรจัดสัมมนาร่วมระหว่างหน่วยงานต่างๆ ของชุมชนกับบริษัทนำเที่ยวของเอกชน องค์กรเอกชนอื่น ๆ ที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่การสื่อสาร การคมนาคม และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ และเอกชน ตลอดจนตัวแทนของสถาบันการศึกษาวิจัย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ การส่งเสริมงานเทศกาล และประเพณี

2. การนำเสนอ

1. ลักษณะรูปแบบ และกระบวนการของงานเทศกาลและประเพณี ควรดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ หรือการสร้างสรรค์อย่างมีลักษณะเฉพาะของตน
2. มีการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น จัดให้มีการประกวด การแสดง การอนุรักษ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์หรืองานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ในแต่ละท้องถิ่นต่าง ๆ
3. ควรสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรม (cultural tour) ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการหยั่งรากฐานทางวัฒนธรรมให้ลึกซึ้ง และกว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อผลการขยายตลาดในอนาคต
4. ควรแสดงถึงความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องในคุณค่าต่าง ๆ ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ คติชนวิทยา วรรณศิลป์ คีตศิลป์ และศิลปะการแสดงต่าง ๆ
5. ควรนำรูปแบบด้านจิตรศิลป์ และประยุกตศิลป์ ทั้งทางด้านทัศนศิลป์ (visual art) และนฤมิตศิลป์ (creative) ปรากฏร่วมอยู่ในรูปแบบการนำเสนอด้วยเพื่อคุณค่าเชิงสุนทรียศาสตร์ อันจะเป็นการสร้างสรรคทางด้านจิตใจให้แก่สังคมโดยทั่วไป

3 การบริการ

1. ควรให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงานให้มากขึ้น ทั้งในด้านที่พัก อาหาร ความสะอาด และความปลอดภัย เช่น ควรจะที่จอดรถให้เพียงพอ จัดเส้นทางเดินรถให้เหมาะสมรวมทั้งจัดห้องสุขาที่สะอาด และปลอดภัย ไว้อย่างเพียงพอ เป็นต้น
2. ควรจัดเตรียมยานพาหนะให้เพียงพอ และในบางจุดที่จำเป็นต้องมีรถรับส่งผู้มาเที่ยวงานโดยมีมาตรการควบคุมราคาค่าบริการให้พอเหมาะ
3. การจัดงานควรเตรียมขยายบริการครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวระดับกลางที่มีกำลังซื้อน้อยตลอดจนเยาวชนที่ต้องการสถานที่ที่สะอาด และปลอดภัย โดยเตรียมสถานที่ให้กางเต็นท์ที่พักชั่วคราวได้ หรืออาจจัดที่พักชั่วคราวในรูปแบบเกสต์เฮาส์ หรือเตรียมที่ที่จะสามารถจัดเป็นที่พักชั่วคราวสำหรับประชาชนทั่วไป เช่น ศาลาวัด โรงเรียน หรืออาคารอเนกประสงค์ของจังหวัด เป็นต้น
4. ควรมีศูนย์รวบรวมข้อมูล และบริการทางด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวพร้อมทั้งผลิตสื่อหลากหลายรูปแบบเผยแพร่

4 การประชาสัมพันธ์

1. ควรมีการตระหนักการประชาสัมพันธ์งานล่วงหน้าอย่างน้อย 10 เดือน โดยเริ่มประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ ไปจนถึงวันงานในทุกระดับทั่วประเทศ ทั้งระดับจังหวัด และอำเภอโดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับกำหนดงานกิจกรรม ตลอดจนข้อมูลด้านการคมนาคม ที่พัก และความเป็นมาของงานนั้น ๆ ให้มากขึ้นด้วย
2. ควรปรับปรุงเผยแพร่ ตารางแผนการท่องเที่ยวที่ครบวงจรในรอบปี เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคมไปจนถึงวันเดือนธันวาคมว่ามีงานอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ลักษณะงานเป็นอย่างไร พร้อมภาพประกอบที่น่าสนใจ
3. ควรปรับปรุงงานด้านประชาสัมพันธ์โดยการติดตั้งแผ่นภาพโปร่งแสง โฆษณขนาดใหญ่ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ ที่เป็นภาพเกี่ยวกับงานวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวตามศูนย์การค้าใหญ่ ๆ
4. ควรขยายงานประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศที่เป็นตลาดสำคัญในการท่องเที่ยวของไทย เช่น การจัดงานเทศกาล และนิทรรศการการสาธิตประกอบ โดยเน้นการโฆษณาเผยแพร่ทางสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในประเทศนั้น ๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน

1. การจัดพื้นที่ของงาน มีการจัดพื้นที่ของชุมชนอย่างชัดเจน และมีการนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์มาจัดแสดงได้อย่างสวยงาม มีการแบ่งโซนสำหรับจำหน่ายสินค้า อาหารการกินไว้อย่างเป็นระเบียบ
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. ทำให้มีการอนุรักษ์งานประเพณีของท้องถิ่นไว้มิให้ลบเลือนไปจากประชาชนรุ่นหลัง
4. การแสดง และแสงเสียงช่วยให้ประชาชน ทั้งที่มาจากต่างถิ่นและประชาชนในจังหวัดนั้น ๆ เองได้ทราบประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น ซึ่งไม่เคยได้ศึกษา และไม่ปรากฏในตำราประวัติศาสตร์ที่สอนในโรงเรียน ซึ่งจะทำให้เกิดความรักถิ่นฐาน และภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดของตนเอง
5. สื่อมวลชนที่ไปเที่ยวชมงาน จะช่วยเผยแพร่งานให้วงชนได้เข้าใจงานประเพณีนั้น ๆ อย่างถูกต้องขึ้น เนื่องจากบางครั้งยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่
6. ด้วยความร่วมมือจากกองการท่องเที่ยวกรุงเทพ ทำให้เกิดผลดีต่อการจัดงานเทศกาล และประเพณีทางจังหวัดเพียงแต่ตั้งข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัด จากหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการจัดงานนั้น ๆ
7. ทำให้กระบวนการนำเสนอมีลักษณะแปลกใหม่ น่าสนใจมากยิ่งขึ้น
8. ทำให้จังหวัดที่จัดงานเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดก็เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น
9. ทำให้รายได้ของจังหวัดดีขึ้นเนื่องจากมีผู้มาเที่ยวมากขึ้น
10. การเน้นหนักการจัดงานเทศกาล และประเพณีในท้องถิ่นต่าง ๆ มีส่วนช่วยสงวนเงินตราไว้ในประเทศ

การส่งเสริมวัฒนธรรม และประเพณีไทย

เนื่องจากวัฒนธรรม และประเพณีไทย มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของสังคมไทยดังที่กล่าวในตอนต้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการส่งเสริมเพื่อให้เป็นแบบอย่างในการปฏิบัติสืบทอดต่อไปให้แก่เยาวชนไทยรุ่นหลังในอนาคต และยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยอีกด้วย ดังนั้นตามทัศนะของผู้เขียนเห็นว่าควรจะมีวิธีการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีไทยดังนี้

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

2. จากผลในข้อ 1 ดังนั้นกระทรวงศึกษาธิการควรจัดวิชาเกี่ยวกับประเพณี และวัฒนธรรมไทยตลอดจนประวัติศาสตร์ชาติไทยเข้าไว้เป็นหลักสูตรในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา เพื่อเป็นการปูพื้นฐานเบื้องต้นให้ศึกษาเรียนรู้จะได้ซึมซาบเข้าไปที่ละเล็กทีละน้อย การปลูกฝังในเรื่องนี้จำเป็นต้องสั่งสมมาเรื่อย ๆ จะอยู่ในช่วงใดช่วงหนึ่งของชีวิตไม่ได้

3. หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน ควรให้ความร่วมมือช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมวัฒนธรรม และประเพณีอย่างจริงจังไม่ใช่เป็นเพียงแฟชั่นนิยมเป็นพัก ๆ แล้วก็เลิกไป

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทอย่างยิ่งในการส่งเสริมวัฒนธรรม และประเพณีไทย โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นแกนหลักดึงดูดทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ให้มาชมความแปลกตาของสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองไทย

5. คนไทยทุกคนต้องมีอัธยาศัยไมตรีตรงดงามต่อกัน โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ไม่เอารัดเอาเปรียบให้ความช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ ด้วยใบหน้าที่มีรอยยิ้มอยู่เสมอ

6. รัฐบาล และคนไทยทุกคนช่วยกันกำจัดปราบปรามภัยสังคมให้หมดไปดังคำขวัญที่ว่า “อย่าปล่อยให้คนชั่ว

ลอยนวล” คำขวัญนี้ดีมากนำออกเผยแพร่ทางโทรทัศน์ได้ชมกันทั่วประเทศ ถือว่าเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

7. สถาบันครอบครัวนับว่าสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดเริ่มต้นในการปลูกฝังค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทยได้ดีที่สุด

8. สถาบันทางศาสนา วัด พระสงฆ์ มีส่วนปลูกฝัง ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมของไทยได้อย่างมาก เช่น จัดงานตามประเพณีในวันสำคัญทางพุทธศาสนาให้ดึงดูดความสนใจของชาวบ้านหรือสังคมให้มาก เพราะประเพณีในวันสำคัญทางศาสนาเหล่านั้นจะช่วยกล่อมเกลาชัดกลา ปลูกฝังนิสัยที่ดีงามอยู่ในกรอบของศีลธรรมให้กับพุทธศาสนิกชนที่ไปร่วมทำบุญได้มาก นอกจากนี้วัดควรเปิดสอนธรรมในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ให้กับนักเรียน และเยาวชน เมื่อเรียนจบหลักสูตรแล้วก็ให้ใบประกาศนียบัตรให้ถือเป็นสิ่งเร้าความสนใจให้ไปเรียน

9. จัดการประกวดแข่งขันนักเรียนหรือเยาวชนที่มีมารยาทในสังคมงดงามในลักษณะประเภทต่าง ๆ เป็นการปลูกฝัง และส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีไทยได้ในอีกรูปแบบ

10. มีการเสนอข่าวสารประชาสัมพันธ์ประกาศเกียรติคุณให้กับบุคคลที่ประพฤติตนเป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างแท้จริง และกระทำสม่ำเสมอโดยไม่ได้หวังสิ่งตอบแทน

11. แต่ละจังหวัดช่วยกันฟื้นฟู ส่งเสริม สนับสนุน ประเพณีวัฒนธรรมไทยในท้องถิ่นของตนให้เป็นที่ยู้งักแพร่หลายในเมืองไทย และต่างประเทศ

12. ไม่ควรลอกเลียนแบบประเพณีวัฒนธรรมต่างประเทศมากเกินไปจนเกินความจำเป็นเพราะจะกลายเป็นการทำลายวัฒนธรรม และประเพณีไทยโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

13. จะต้องประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ทางโทรทัศน์ ทางอินเทอร์เน็ต วารสารการท่องเที่ยว เพื่อจะได้กระจายเผยแพร่ออกไปทั่วโลก ทำให้ชาวโลกได้รู้จักวัฒนธรรมไทย



2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558 นั้น เน้นการบริหารจัดการเครือข่ายและทรัพยากรมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวที่เป็น 5 เครือข่าย 5 ยุทธศาสตร์

5 เครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

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

5 ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

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

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการเครือข่ายและทรัพยากรมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวที่เป็น 5 เครือข่าย 5 ยุทธศาสตร์นั้น เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรในอนาคตให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ลักษณะของยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

มีเป้าประสงค์คือ อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และช่วยส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระตุ้นค่าใช้จ่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย

มีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งการสร้างกลไกความร่วมมือ การปรับโครงสร้างองค์กร เสริมศักยภาพชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึกด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถการบริการแก่ผู้ให้บริการและบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้มีจริยธรรม และบังคับใช้กฎหมายเพื่อร่วมควบคุมการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร รวมถึงยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน นี้ทำให้การพัฒนาของย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรในอนาคตนี้ มีแนวทางที่จะได้รับการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมโดยมียุทธศาสตร์รองรับ จากกรอบทิศทางของ

รัฐบาลได้ชี้แนะให้ชุมชนตลาดพลูตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร โดยโครงการต่างๆที่ชุมชนได้ร่วมกันคิดค้นขึ้นนั้นเกิดจากการที่คณะนักวิจัยได้จัดเวทีสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน ประชาชนในย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรและย่านใกล้เคียง รวมทั้งผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ หลายภาคส่วน อาทิเช่น เขตธนบุรี กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผังเมืองกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยว

เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวขึ้นซึ่งจะเกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ก็ต่อเมื่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรได้มีส่วนร่วมในการนำแผนพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับภายใต้วัตถุประสงค์ เป้าหมาย แนวทางการดำเนินงานและการติดตามประเมินผล ดังนี้

วัตถุประสงค์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทั้งภาคส่วน อันได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการที่จะนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการต่างๆให้เหมาะสมต่อนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

1. หน่วยงานภาครัฐเอกชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับ
2. มีระบบบริหารจัดการต่างๆที่เอื้อต่อการนำนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างความเข้าใจในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดย
 - จัดประชุมชี้แจงแก่บุคลากรในหน่วยงานของรัฐ เอกชนและชุมชนให้เข้าใจในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดพลู -วัดโพธิ์นิมิตรเพื่อที่จะสามารถจัดทำแผนปฏิบัติการในส่วนที่ตนหรือหน่วยงานของตนเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
 - ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ฝึกอบรมบุคลากรของรัฐ เอกชนและชุมชนให้เกิดความเข้าใจในการจัดทำแผนฯ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำแผนฯไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับ
 - เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แผนฯแก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการยอมรับและการให้ความร่วมมือในการนำแผนฯสู่การปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน
2. การบริหารจัดการเพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดย
 - - จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการด้านบริหารและประสานแผนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ
 - - ส่งเสริมให้ดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานมีการประสานงานและร่วมมือกันภายใต้แนวทางการทำงานที่สอดคล้องกัน
 - - สนับสนุนให้การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติและจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2555-2558
 - - จัดทำและเผยแพร่เอกสารประกอบการดำเนินงานตามแผนฯ
 - - กำหนดเป้าหมาย กิจกรรมของแผนการปฏิบัติของชุมชนให้ชัดเจน
 - - ส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูล ข่าวสาร ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลซึ่งกันเริ่มจากการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อมา

พัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพ และดำเนินการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น และแสวงหาภาคีเครือข่ายกลุ่มชุมชนที่มีองค์ความรู้ท้องถิ่น มาช่วยกันพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยดูตัวอย่างจากการที่ชุมชนใกล้เคียงที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและยิ่งเมื่อกระแสของการพัฒนาประเทศด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศจึงถือเป็นจังหวะที่ดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เรามีมาเผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Cultural Tourism การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งในส่วนขององค์ความรู้ตามหลักฐานที่ปรากฏ การสืบทอดให้คงอยู่ และการดำเนินการต่อไป โดยชุมชนจะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของต่อไปได้โดยทางผู้ศึกษามีการวางแผนในการพัฒนาโดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารเบื้องต้น สร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัยและเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย กับตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานทางภาครัฐและเอกชน สรุปผลการวิจัย จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจัดทำเอกสารบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี และจัดทำกิจกรรมนาร่องในเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

ประโยชน์ของการจัดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

1. ชุมชนในท้องถิ่นมีจุดมุ่งหมายและแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจน
2. ชุมชนในท้องถิ่นสามารถจัดและบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้บริหาร บริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ
4. แนวทางการพัฒนาที่เป็นการประสานความร่วมมือ ระหว่างองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาร่วมกัน
5. สามารถกำกับดูแล ติดตามผล และประเมินผลการพัฒนาได้ตามแผนกลยุทธ์การพัฒนาที่ทำเขตธนบุรีได้ เป็นการกำหนดทิศทางในการบริหารจัดการในอนาคต ภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาคม เพื่อเป็นทิศทางพัฒนาที่ทำให้การดำรงชีวิตประชาชนมีความสุข ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่สิ่งเหล่านี้จะบรรลุตามเป้าหมายได้ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุก ๆ คน ในการที่จัดการบริหารสู่การปฏิบัติที่ดีอย่างมีระบบ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกับการบริหารจัดการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

มีเป้าประสงค์คือ อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยว

1. โครงการนำร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน
 - 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. โครงการกิจกรรมการแสดงของนักเรียนในพื้นที่เพื่อให้นักแสดงได้มีโอกาสนำวัฒนธรรมพื้นบ้าน การแสดงรำวงคาดเชือก สนับสนุนให้เยาวชนได้มีโอกาสแสดงออกกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมโดยสอนนักท่องเที่ยวจากผู้รู้มาเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และช่วยส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่าย

1. โครงการตลาดนัด ณ อาหารดีอาหารอร่อย

- มุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน
- ใช้วัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติบรรจุอาหารให้กับนักท่องเที่ยว
- กิจกรรมทำกุ๋ยช่วยดันตำรับใส่ไส้ต่างๆเพื่อเป็นการเรียนรู้สูตรการทำอาหารท้องถิ่น

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

- การประกวดอาหารอร่อยที่เป็นนิยมเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารย่านตลาดพลูให้เป็นที่รู้จักและมีมาตรฐานสากล

3. การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

- ขอความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อกระตุ้นความร่วมมือ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย

มีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งการสร้าง กลไกความร่วมมือการปรับโครงสร้างองค์กร เสริมศักยภาพชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขตโครงการนำร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน

- การกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว นำมาจัดประชุมเวทีสาธารณะสอบถามความคิดเห็นของชุมชนในการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมและชุมชนมีความคิดเห็น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึกด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องขอความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น

1. โครงการ สราญใจไปกับชุมชนตลาดพลู

- การอบรมเยาวชนและชาวชุมชนให้เตรียมความพร้อมด้านศักยภาพในการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นให้เกิดความเข้าใจและสามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดีได้

2. โครงการป้อมป้อมที่บ้านฉนวน

- จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเป็นการสร้างจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

มีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถการบริการแก่ผู้ให้บริการและบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้มีจริยธรรมและบังคับใช้กฎหมายเพื่อร่วมควบคุมการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน

- โครงการเตรียมความพร้อมด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว
- เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศและคุณภาพชีวิตสังคมที่ดีจนเกิดเป็นจิตสำนึกทางการบริการท่องเที่ยวซึ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
- การพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีทัศนคติให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น



(ร่าง)

โครงสร้างของผู้ดำเนินงานในองค์กร และบทบาทความรับผิดชอบในการพัฒนา พื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

โครงสร้างองค์กร

1. โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร (Structure) หมายถึง แผนผังแสดงตำแหน่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบงานต่างๆ และเส้นโยงความสัมพันธ์ของงานต่าง ๆ เหล่านี้ โครงสร้างจะครอบคลุมแนวทางและกลไกในการประสานงานและการติดต่อสื่อสาร และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง การจัดวางตำแหน่งงาน และกลุ่มของตำแหน่งงานต่างๆ ภายในองค์กรซึ่งโครงสร้างจะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของงานที่จะมีต่อกัน รูปแบบปฏิสัมพันธ์และการจัดสรรหน้าที่และความรับผิดชอบในองค์กรนั้น

โครงสร้างองค์กรการส่งเสริมให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการ และดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้รูปแบบที่让ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกระบวนการ เริ่มจากการสืบหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การร่วมกันคิด และหาวิธีการแก้ปัญหาการวางนโยบาย และแผนโครงการต่างๆ ที่สามารถพัฒนาจากความคิดเห็นของชุมชน จากการร่วมกันจัดกับหน่วยงานภายนอก เมื่อได้แผนโครงการสามารถนำมาพิจารณาพิจารณาเพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามของแหล่งท่องเที่ยวในย่านตลาดพลูเพื่อกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์จากชุมชน

การจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถดำเนินการจากความต้องการของชุมชน เพื่อชุมชนอย่างแท้จริง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะนำไปสู่ผลลัพธ์ในทางที่ดีด้านต่าง ๆ เช่น การสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ให้กับตลาดท่องเที่ยวของตลาดพลู และการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พื้นที่ย่านตลาดพลูจึงจำเป็นต้องมีองค์กรเพื่อการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นชุมชนเข้มแข็งต่อไป

คณะกรรมการบริหารจัดการองค์กรย่านตลาดพลู ประกอบด้วย

1. ประธานกรรมการ (ผู้อำนวยการเขตธนบุรี)
2. รองประธาน คนที่ 1 (นางสาวสุนิษฐ์ นิตพิริวิสิฐ อาชีพ เจ้าของกิจการหมีกรอบเงินหลี่)
3. รองประธาน คนที่ 2 (นายพิสิทธิ์ ชุ่มวิจิตร ประธาน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน เขตธนบุรี)
4. เลขานุการ (นายประวิทย์ ดุสิตา อาชีพ ข้าราชการครู โรงเรียนวัดราชคฤห์)
5. เสรฐัญญิก (นายพีระวัฒน์ ภิญโญวิทย์ อาชีพ เจ้าของร้านเพชรทองยิ่งเฮง)
6. กรรมการที่ปรึกษา กรรมการที่ปรึกษาทั้ง 5 ฝ่าย คือ
 - ฝ่ายกิจกรรม (นางสาวศิริพร สอนดอน นักพัฒนาสังคมชำนาญการ)
 - ฝ่ายการตลาด (นายภัทรเมธว์ อนุเวช นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ)
 - ฝ่ายธุรกิจและบัญชี (นายเกียรติศักดิ์ เกียรติมงคล อาชีพ เจ้าของกิจการ)
 - ฝ่ายพัฒนา (นางกิมเอ็ง กายธรรมกุล อาชีพ เจ้าของกิจการกล้วยเชื่อม)
 - ฝ่ายวิชาการ (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ)
7. หัวหน้าชุมชน



ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่ตลาดพลู

2. หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. **ประธานกรรมการ (ผู้อำนวยการเขตธนบุรี)** ได้รับแต่งตั้งจากกลุ่มชุมชนในย่านตลาดพลู วาระการดำรงตำแหน่งตามอายุราชการ หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. รับผิดชอบในฐานะผู้นำของคณะกรรมการในการกำกับ ติดตาม ดูแลการบริหารงานของคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการอื่นๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนงานที่กำหนดไว้
2. เป็นประธานในที่ประชุมใหญ่และที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ และควบคุมการประชุมดังกล่าวให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย
3. ลงลายมือชื่อในเอกสารต่าง ๆ ในนามขององค์กร
4. ควบคุมดูแลการดำเนินงานทั่วไปของสหกรณ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และอยู่ในวัตถุประสงค์ขององค์กร
5. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

2. **รองประธาน คนที่ 1** (นางสาวสุวนิชฐ์ นิตพรวิสิฐ อาชีพ เจ้าของกิจการหมีกรอบเงินหลิ)

3. **รองประธาน คนที่ 2** (นายพิสิทธิ์ ชุ่มวิจิตร ประธาน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน เขตธนบุรี) หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ปฏิบัติการในอำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการแทนประธานกรรมการเมื่อประธาน กรรมการไม่อยู่หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้
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. เหนรัญญิก (นายพิระวัฒน์ ภูณโณวัฒน์ยกร อาชีพ เจ้าของร้านเพชรทองยั้งเฮง) หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ควบคุม ดูแล ตรวจสอบการรับจ่ายและเก็บรักษาเงินและทรัพย์สินของสหกรณ์ให้เป็นไปโดยถูกต้องเรียบร้อย
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 ภายธรรมกุล อาชีพ เจ้าของกิจการกล้วยเชื่อม)
5. ฝ่ายวิชาการ (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกวิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ)

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 นัดเรียกประชุมคณะกรรมการได้ในกรณีที่เป็นการประชุมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อบังคับ ระเบียบ และเรื่องที่สำคัญอื่น ๆ ของสหกรณ์ ให้แจ้งเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมสหกรณ์ และเจ้าหน้าที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ทราบด้วยทุกคราวในการประชุมคณะกรรมการดำเนินการ ต้องมีกรรมการดำเนินการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการดำเนินการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

กำหนดเวลาอยู่ในตำแหน่ง

คณะกรรมการดำเนินการองค์กรมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละหนึ่งปี นับแต่วันเลือกตั้งในวาระเริ่มแรกเมื่อครบรอบหนึ่งปีนับแต่วันเลือกตั้งให้กรรมการดำเนินการองค์กรออกจากตำแหน่งเป็นจำนวนหนึ่งในสองของกรรมการดำเนินการขององค์กรทั้งหมด โดยมีมติที่ประชุมใหญ่ในพิจารณาทั้งคณะหรือรายบุคคล และให้ถือว่าเป็นการพ้นจากตำแหน่งตามวาระในปีต่อไปให้กรรมการดำเนินการที่อยู่ในตำแหน่งจนครบวาระ หรืออยู่นานที่สุดออกจากตำแหน่งสลับกันไปทุก ๆ ปี

เมื่อครบกำหนดแล้วหากยังไม่มีทางเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการชุดใหม่ ก็ให้คณะกรรมการดำเนินการชุดเดิมรักษาการไปจนกว่าจะมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการชุดใหม่ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชีขององค์กร กรรมการดำเนินการสหกรณ์ซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกตั้งซ้ำอีกได้แต่ต้องไม่เกินสองวาระติดต่อกันในกรณีที่กรรมการดำเนินการต้องพ้นจากตำแหน่งทั้งคณะ 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 กรรมการดำเนินการในการประชุมใหญ่สามัญประจำปีคราวถัดไปได้ กรรมการดำเนินการซึ่งได้รับเลือกตั้งแทนตำแหน่งที่ว่าง ให้อยู่ในตำแหน่งได้เท่ากำหนดเวลาตามวาระที่เหลืออยู่ของผู้ที่ตนแทน

3. แผนการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว

1. ด้านการท่องเที่ยว

การเตรียมความพร้อมด้านต่างๆไป เป็นการจัดการอำนวยความสะดวกให้กับคนในชุมชน และขยายผลไปถึงนักท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการทำความเข้าใจบทบาทหน้าที่ด้านการดำเนินงานทางท่องเที่ยว มีการจัดประชุมกับประชาชนในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านผลกระทบที่อาจเกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การขัดแย้งทางวัฒนธรรม มลภาวะ การรุกรานความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยในทรัพย์สิน วางแผนการดำเนินงานการท่องเที่ยว แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

การจัดทำแผนงาน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว

- โครงการนำร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน
- มีการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว และนำมาจัดประชุมเวทีสาธารณะสอบถามความคิดเห็นของชุมชนในการเลือกกิจกรรมที่เหมาะสม และชุมชนมีความคิดเห็นและสามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพโครงการ “บ้านฉันดีงาม”สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดทำฐานข้อมูล มีการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว ร่วมกันจัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น และเป็นฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่มาจากชุมชนซึ่งจะมีข้อมูลเชิงลึก
- โครงการสืบค้นประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น รื้อฟื้นโครงการกลุ่มเยาวชนกึ่งพลูซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้ผ่านการอบรมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของเยาวชน
- ซึ่งเยาวชนกลุ่มนี้เป็นเยาวชนในชุมชนตลาดพลู มีจิตสำนึกในการเก็บข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของชุมชน มีการอบรมเทคนิคการวิจัยเชิงประวัติศาสตร์แบบมีส่วนร่วม ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ระดับลึกกับผู้อาวุโสในชุมชน จัดทำสรุป และรายงานผลเสนอต่อนักวิจัยเพื่อปรับปรุง เก็บข้อมูลโดย

การสัมภาษณ์ข้าผู้อาวุโสเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล จัดกิจกรรมเปิดเวทีย่อยเพื่อตรวจสอบข้อมูลระดับต้น ปรับปรุงข้อมูล จัดกิจกรรมเปิดเวทีสาธารณะเพื่อตรวจสอบข้อมูลครั้งสุดท้าย จะได้ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชนที่มาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งผลที่ได้จากกิจกรรมนี้ทำให้เยาวชนสามารถรับรู้เรื่องราวโดยตรงจากผู้อาวุโส และผู้รู้ในชุมชน กิจกรรมนี้ทำให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นผู้สืบทอด และดูแลชุมชนต่อไปในอนาคตกิจกรรมการ ฟันฟู และส่งเสริมงานประเพณีในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในชุมชนมีการศึกษาดูงานชุมชนใกล้เคียงที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อจะได้พบเห็นประสบการณ์ตรง สามารถซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และนำมาถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงานเพื่อนำมาปรับใช้กับชุมชนของตนและสามารถนำมาจัดทำแผนชุมชนโครงการ “เยาวชนคนรักตลาดพลู” เปิดโอกาสให้เยาวชนในชุมชนร่วมกันร่วมดูแลแหล่งท่องเที่ยว

- โครงการ “ตื่นตาตื่นใจไผ่โล” เป็นการฟันฟู และปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว
- โครงการ “นักท่องเที่ยวอาสาทำกิจกรรมในชุมชน”
- การจัดทำเส้นทาง รายการนำเที่ยวที่หลากหลาย โดยรวบรวมข้อมูลเหล่านี้
 - รายชื่อแหล่งท่องเที่ยว และประเภทของแหล่งท่องเที่ยว นิทาน ตำนานแผนที่ที่ตั้ง แผนผังจำลองขนาด และคำอธิบายของแหล่งท่องเที่ยว
 - จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
 - การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
 - จำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้
 - การจัดอบรมโครงการ “สราญใจไปกับชุมชนชาวตลาดพลู” เป็นการอบรมเยาวชนและประชาชนเพื่อเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรท้องถิ่นให้เกิดความเข้าใจ และสามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดี
 - โครงการ “ปลื้มปริ่มยิ้มที่บ้านฉัน” จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมคุณค่าในแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อกระตุ้นความร่วมมือและสร้างจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว
 - การกำหนดมาตรการการรักษาความปลอดภัย

2. ด้านนักท่องเที่ยว

แผนการบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยว

1. การเตรียมพร้อมด้านการจัดหานักท่องเที่ยว เป็นการเตรียมพร้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และมีความสนใจอยากมาเยี่ยมชมเยือน

1. การจัดทำใบปลิว และแผ่นพับที่ระบุข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประวัติสิ่งที่น่าสนใจ การเดินทาง วันเวลาในการเปิดปิด การติดต่อ กิจกรรมที่ห้ามพลาด
2. การร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น สำนักงานเขตธนบุรีในการประชาสัมพันธ์
3. การเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง
4. การส่งข้อมูลแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ยังธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว เรือรับจ้างนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว

2. การเตรียมพร้อมด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยพยายามให้คนในชุมชนเป็นผู้ให้บริการดีภายในชุมชนตนเองก่อน เพื่อจะเสริมสร้างบรรยากาศและคุณภาพชีวิตสังคมที่ดี จนเกิดเป็นจิตสำนึกทางการบริการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถ

สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

1. พัฒนาบุคลากรให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจ
 2. อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย
 3. ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว ไม่เอาัดเอาเปรียบ มีการควบคุมราคาสินค้า
 4. จำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐาน
 5. ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัยเมื่ออยู่ในชุมชน
3. การเตรียมพร้อมด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยว
1. การพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว
 2. การพัฒนาบุคลากรของชุมชนให้มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว ให้มีความรู้สึกเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ไม่ต่อต้านหรือขัดขวางการท่องเที่ยว พัฒนาทัศนคติให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น สามารถปรับตัวเข้ากับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมให้ชุมชนมีจิตสำนึกในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

3. ด้านการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

1. เครือข่ายการท่องเที่ยวภายใน

การมีเครือข่ายภายนอกเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้หลีกเลี่ยงการดำเนินงานซ้ำซ้อนกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างบูรณาการ เป็นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายและภาคประชาชน ได้แก่ กองทัพเรือ กรมวิทยาศาสตร์ทหารเรือ สถานีตำรวจนครบาลบางกอกใหญ่ สถานีตำรวจนครบาลท่าพระ ศูนย์บริการสาธารณสุขที่ 33 และศูนย์ก่อสร้างและบูรณะ 5 สำนักการโยธา สำนักงานเทศกิจเขตธนบุรี สถานีตำรวจบุปผาราม สถานีดับเพลิงบางยี่เรือ สำนักงานเขตธนบุรี สถานีตำรวจตลาดพลู สถานีดับเพลิงตลาดพลู กรมการแพทย์ทหารเรือ สถานีตำรวจสำเหร่ สถานีตำรวจบุคคโล ชมรมนักจัดวิทยุโรงเรียนธนบุรีวรเทพีพารักษ์ โรงเรียนวัดอินทารามโรงเรียนพรประสาทิทยาโรงเรียนวัดราชคฤห์ โรงเรียนกมลจิงช่น

- เครือข่ายการท่องเที่ยวภายนอก ได้แก่ ศูนย์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สภาวัฒนธรรมเขตธนบุรี
- การจัดตั้งองค์กรภายในย่านตลาดพลู

กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีนย่านตลาดพลู ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการสืบสานวัฒนธรรม เชื่อมโยงทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมไทย และจีน การสร้างกิจกรรมร่วมกัน เช่น การจัดตั้งกลุ่มกมลจิงช่น เป็นโรงเรียนที่สอนภาษาจีน และภาษาไทย การนำนักเรียนมาเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน

กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการสอนทำอาหารที่มีชื่อเสียงของตลาดพลู เพื่อเป็นการอนุรักษ์สูตร และการทำอาหารที่เป็นสูตรดั้งเดิมของตลาดพลู เช่น การทำขนมกุยช่าย ขนมเบื้องไทย ปะจ๊ว กุ้งหิมะกรอบ และขนมหวาน เป็นต้น นอกจากนี้จะมีการอนุรักษ์สูตรอาหารที่เป็นดั้งเดิมแล้ว โดยการปรับแต่งสูตรอาหาร และการตกแต่งอาหารให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น ทำให้คนในชุมชน ได้มีการสืบสาน อนุรักษ์ และต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน

กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู โดยมีกิจกรรมการปั่นจักรยาน และการเดินชม ตามเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจากรถไฟฟ้า เรือ และจักรยาน เข้าด้วยกัน ตามเส้นทางคลองบางหลวง-ตลาดพลู และชมทัศนียภาพของย่านเมืองเก่าที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งวิถีชีวิตชุมชน และอาคารย่านประวัติศาสตร์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวจากภายนอกเข้ามาเยี่ยมชม จะทำให้ส่งเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น และสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนจากการบอกต่อ

กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู โดยทางภาครัฐ และภาคธุรกิจเอกชน ร่วมกันส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เมื่อทางชุมชนมีการจัดกิจกรรม หรือโครงการ ทั้งในด้านแผนนโยบาย และงบประมาณ เพื่อให้กิจกรรมหรือโครงการดังกล่าวดำเนินไปได้อย่างลุล่วง และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อบุคคลภายนอก และทำให้ชุมชนตลาดพลูเองมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น

4. ด้านกิจกรรม

มีแนวทางในการจัดการ 5 แนวทาง ดังนี้

1. การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การจัดแสดงนิทรรศการ ของดีที่น่าสนใจในตลาดพลู การสัมภาษณ์เชิงอัตชีวประวัติของบุคคล และเรื่องราวชีวิตของคนในชุมชน สถานที่การจัดเวทีแลกเปลี่ยน การจัดเวทีเสวนาร่วมกับนักวิชาการภายนอก ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และการถ่ายทอดข้อมูลประวัติศาสตร์ของชุมชน เป็นการสร้างจิตสำนึกของเยาวชนในการสืบทอดประวัติศาสตร์ เป็นการเชื่อมโยงสถาบันการศึกษา และโรงเรียนโดยรอบเข้ามาสู่กระบวนการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ยังมีการออกอากาศเสียงตามสายในชุมชนเพื่อบอกเล่าเรื่องราว ประวัติ ของชุมชน

นักท่องเที่ยวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังว่าจะได้ความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวตามสมควรก่อนที่จะนึกถึงปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้านในแหล่งท่องเที่ยวนี้โดยเฉพาะที่อยู่ต่างภูมิภาค และวัฒนธรรมย่อมต้องการเห็นภาพรวมเปรียบเทียบกับระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ของตนเพื่อความเข้าใจในวัฒนธรรม และความคิดของคนในสมัยเดียวกันแต่ต่างภูมิภาคตนมาก

นักท่องเที่ยวท้องถิ่นการท่องเที่ยวในแหล่งโบราณสถานเป็นความภาคภูมิใจที่ได้เห็นความเจริญพัฒนาการของประเทศของตน เนื่องจากมีความรู้ทางประวัติของประเทศ เป็นภูมิหลังมาก่อนการจัดการในเรื่องของการให้ความรู้มีความจำเป็นและมีความสำคัญ สำหรับแนวทางจัดการ ได้แก่

1. ข้อมูลของโบราณสถาน

- ศึกษาเพื่อเรียบเรียง ความเป็นมาของโบราณสถาน ตามหลักฐานที่มีอยู่
- ความสำคัญของต่อโบราณสถานในเชิงประวัติศาสตร์
- ลักษณะทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม ภูมิปัญญา
- ความเชื่อของท้องถิ่นเกี่ยวกับโบราณสถาน เช่น ตำนาน นิทานท้องถิ่น เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว อาจจัดออกมาในรูปของหนังสือ แผ่นพับ, แผ่นป้าย โดยใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย แปลเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- การจัดการให้มีศูนย์ข้อมูลที่แหล่งโบราณสถานแสดงข้อมูลในลักษณะภาพถ่าย แผนผัง คำอธิบายที่นักท่องเที่ยวอาจหาความรู้ด้วยตนเองได้
- จัดให้มีวิทยากรอธิบายภาพรวมในบางโอกาส
- จัดตั้งศูนย์ข้อมูลที่มี หนังสือนำชมโบราณสถาน เนื่องจากตลาดพลูยังไม่มีการจัดทำหนังสือนำชมหรือสื่อการเรียนรู้ ซึ่งปัจจุบันมีเพียงสื่อสิ่งพิมพ์ประวัติของวัดอินทารามเท่านั้นจึงควรมีการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับประวัติของแหล่งท่องเที่ยวในตลาดพลู รวมทั้งแผนที่ท่องเที่ยว ภาพถ่ายที่นั่งพักผ่อน ห้องสุขา บริการฝากสิ่งของ และติดตามของหาย

2. การจัดให้มีวิทยากรนำชม

- กรณีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางร่วมกัน เป็นกลุ่ม ความต้องการวิทยากรนำชมนอกเหนือจากมัคคุเทศก์ของกลุ่มมีสูงกว่า
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มย่อย วิทยากรนำชม ควรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับโบราณสถานนั้นอย่างดีเยี่ยม มีความรู้ในด้านการศึกษา เปรียบเทียบกับงานในภูมิภาคอื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีอันเป็นพื้นฐานที่ จำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความเชื่อถือ

2. การจัดการด้านภูมิทัศน์

ภูมิทัศน์ของโบราณสถาน เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการทรัพยากรอย่างหนึ่ง พื้นที่ต้องมีความสะอาดของสถานที่ ขอบเขตของพื้นที่เป็นพื้นฐาน โดยมีจัดการ ดังนี้

1. ปรับพื้นที่ให้เป็นไปตามลักษณะเดิม ปรับให้อยู่ในระดับนั้นเดิม และควรปรับปรุงให้มีทางลาดเพื่ออำนวยความสะดวก

ความสะดวกให้กับผู้สูงอายุเด็ก คนมีครรภ์ตลอดจนคนพิการให้สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและได้รับความปลอดภัย

2. ปลุกพันธุ์ไม้ในพื้นที่โบราณสถาน พันธุ์ไม้ควรเป็นไม้พื้นถิ่นที่ไม่สูงเกินกว่าโบราณสถานปลูกในตำแหน่งที่เหมาะสม ตามที่ได้ร่างไว้ในแบบแปลนหากจำเป็นต้องปลูกต้นไม้ใหญ่ควรเลือกพันธุ์ไม้ในท้องถิ่นและไม่ปลูกใกล้ชิดโบราณสถานมากนัก สำหรับจัดภูมิทัศน์กรณีที่มีต้นไม้ใหญ่ขึ้นในเขตโบราณสถานมาแต่เดิมก่อนการอนุรักษ์ปรับปรุง หากไม่เป็นอันตรายต่อตัวโบราณสถานควรรักษาไว้
3. การปลูกพันธุ์ไม้ในพื้นที่ ต้องทำโดยรอบคอบ ควรเลือกพันธุ์ไม้ที่มีความแข็งแรงไม่เปราะง่าย และไม่ทำลายภูมิทัศน์ของโบราณสถานรูปแบบของการจัดภูมิทัศน์ทำให้ความสำคัญต่อโบราณสถานมิใช่ให้โบราณสถานเป็นส่วนประกอบของภูมิทัศน์ เช่น การจัดสวนสาธารณะ
4. การให้เจ้าหน้าที่เรียนนักศึกษาในพื้นที่ เป็นภาคปฏิบัติของนักศึกษาในการมีส่วนร่วมจัดการย่านตลาดพลู เพื่อร่วมกันฟื้นฟู เช่น ชี้นวาทะบ้านก้อยได้
5. นักศึกษาช่วยกันสอบถามความคิดเห็นของชุมชนแล้วจึงปรับปรุงด้านกายภาพเป็นหลัก เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับขนาดของบ้านพัก การออกแบบที่วางหนังสือพิมพ์ การออกแบบที่วางต้นไม้บริเวณหน้าบ้าน และการออกแบบชั้นวางของหน้าบ้าน โดยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวเมืองที่ชอบเอาของมาประดับตกแต่งหน้าบ้าน สามารถเป็นที่วางชิ้นงานศิลปะในช่วงเทศกาล เอาผ้าและสิ่งต่างๆประดับตกแต่งกลายเป็น (Street Furniture) ขั้นตอนการออกแบบ มีการสอบถามความต้องการของชาวบ้าน ขนาดและข้าวของที่ต้องการนำมาแสดงการออกแบบให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์
6. การรักษาความสะอาดของพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว

3. แผนการจัดการด้านบริการพื้นฐาน

สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

1. ด้านการคมนาคม

- จัดให้มีเส้นทางคมนาคมมายังแหล่งโบราณสถานอื่นได้
- จัดให้มีเส้นทางติดต่อเชื่อมโยงไปยังโบราณสถานอื่นได้
- ทำป้ายนอกเส้นทางไปยังแหล่งโบราณสถาน
- ทำเครื่องหมายสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
- ทำป้ายจราจรที่ชัดเจน มีขนาดตามมาตรฐานสากล

2. ด้านการอำนวยความสะดวก

- จัดการให้มีที่จอดรถที่สามารถรองรับแหล่งนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ได้ ที่จอดรถควรจอดนอกขอบเขตโบราณสถานเพื่อไม่ให้โบราณสถานได้รับผลกระทบจากความสั่นสะเทือน และมลภาวะทางฝุ่นควันได้
- จัดทำทางเดินเท้าไปยังแหล่งโบราณสถาน
- แสงสว่าง ห้องสุขา ที่นั่งพักผ่อน ป้ายอธิบายความรู้ ร้านขายของที่ระลึกทั้งหมดต้องจัดทำจากวัสดุที่มีความกลมกลืนกับโบราณสถาน
- ต้องไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เกิดลักษณะเด่นชมโบราณสถาน
- การออกแบบอาคารต้องให้มีความสูงน้อยกว่าโบราณสถาน อยู่ในตำแหน่งที่ไปยังภูมิทัศน์ของโบราณสถาน
- ควรปลูกพันธุ์ไม้ท้องถิ่นตามแบบร่างขึ้น เพื่อช่วยพรางลักษณะแปลกปลอมของอาคารที่ก่อสร้างใหม่

- จัดหาที่นั่งพักผ่อน
- จัดหาทั้งขยะมูลฝอย ตั้งตามตำแหน่งที่สมควร ควรเลือกถังขยะที่แยกประเภทขยะ
- จัดการเรื่องระบายน้ำในขอบเขตโบราณสถาน
- สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องวางสาย-ท่อ ควรวางใต้พื้นดิน และต้องตรวจสอบให้มีความปลอดภัยด้านการพักแรม
- จัดการให้มีการพักแรมในพื้นที่ใกล้เคียงกับโบราณสถาน ถ้ามีศักยภาพในการจัดการ
- อาจจัดในรูปของการพักรวมกับ เจ้าของบ้าน (Home stay)
- ลักษณะของบ้านพัก (guest house)
- ไม่ว่ารูปแบบของการพักแรม จะเป็นเช่นใดก็ตาม ควรแนะนำให้ผู้ดำเนินการจัดการตามรูปแบบที่ไม่ขัดต่อระเบียบ และวัฒนธรรมของชุมชน ต้องเน้นเรื่องความสะดวก ปลอดภัยด้วย

4. แผนการจัดการด้านความปลอดภัย

เป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับโบราณสถาน ต้องทำความเข้าใจกัน

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

5. ด้านงบประมาณ

มีการระดมทุนจากภายในชุมชน ร้านค้าต่างๆ การนำรายได้มาสู่ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรายได้หลัก หรือรายได้เสริม เพื่อที่จะได้รับการร่วมมือจากชุมชน ชุมชนสามารถจัดทำหนังสือที่รวบรวมภาพวิถีชีวิตของชาวตลาดพลู ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ต้องเกิดจากการบริหารจัดการ และการกระจายผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยุติธรรม หรือสามารถขอบริจาคจากบริษัทต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวการบริจาคเพื่อลดภาษี

1 แผนการหารายได้ของแหล่งท่องเที่ยว

- เงินงบประมาณ
- เงินนอกงบประมาณ
- เงินสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น

2 แผนการใช้จ่ายของแหล่งท่องเที่ยวควรครอบคลุม

- ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในด้านการเงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการ
- ค่าใช้จ่ายด้านการดำเนินการ ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ ค่าครุภัณฑ์
- เงินสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น อาทิ กรมการท่องเที่ยว องค์การบริหารอื่นๆ

- พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ยูเนสโก กองทุนต่างๆ เป็นต้น
3. แผนการใช้จ่ายของแหล่งท่องเที่ยวควรครอบคลุม
- ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในด้านเงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการ
 - ค่าใช้จ่ายด้านการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ ครุภัณฑ์
 - ค่าใช้จ่ายด้านการลงทุนและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุง
 - ภูมิทัศน์
 - ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อาคารเอนกประสงค์ พิพิธภัณฑ์ ห้องสุขา ถนน ค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก
 - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ
4. แผนการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว
- จ้างแรงงานท้องถิ่น
 - ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

การจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมและเป็นการส่งเสริม การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งแยกกิจกรรมในการดำเนินโครงการ แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ดังนี้

1. จัดกิจกรรมการแสดงของนักเรียนในพื้นที่ ณ บริเวณลานจอดรถ เพื่อให้ให้นักแสดงได้มีโอกาสอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การแสดงรำมวยคาดเชือก ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีค่า และสืบเนื่องมายาวนาน สนับสนุนให้เยาวชนได้มีความมั่นใจในการแสดงออก ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีกิจกรรมรวมกลุ่มสัมพันธ์ ก่อให้เกิดความรักความสามัคคี ภายในชุมชน โดยการนำ เอาศิลปะเข้า มาเป็นตัวเชื่อมอย่างกลมกลืนและถ่ายทอดสืบลูกหลาน จนถึงปัจจุบัน ต่อยอดกิจกรรมนี้โดยการสอนการแสดงรำมวยคาดเชือก วิธีการคาดเชือก เพื่อเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมและเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้ดูมาเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับคนในชุมชน

2. จัดตลาดนัด ณ อาหารดีอาหารอร่อย โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน พร้อมขอความร่วมมือร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และใช้วัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติบรรจุนำมาให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวบรวมอาหารเด่นดังในชุมชนมาให้ได้พบปะกัน มีกิจกรรมต่อยอดให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองการทำกุยช่ายใส่ไส้ต่างๆ เพื่อเป็นการเรียนรู้สูตรการทำอาหารท้องถิ่น

3. โครงการ “Street Food Good Taste the Best in ASEAN at Talad Phlu” การประกวดอาหารอร่อยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป โดยแบ่งประเภทการแข่งขันสำหรับบุคคลทั่วไป กับร้านอาหารในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักในการประกอบอาหารดั้งเดิม และมีการสร้างสรรค์ต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูต่างๆ โดยแข่งขันการประกอบอาหารดั้งเดิม อาหารฟิวชั่น

ตัวอย่างโครงการ

กิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร โครงการ “ Street Food Good Taste the Best in ASEAN at Talad Phlu ”

แข่งขันทำอาหาร เพื่อให้ผู้สนใจสร้างสรรค์เมนูอาหารแปลกใหม่ หรือสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหาร เพื่อส่งเสริมพัฒนาบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำอาหาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อคนในสังคม และเพื่อการสืบสาน อนุรักษ์อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนการประกวดอาหารอร่อยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป โดยแบ่งประเภทการแข่งขันสำหรับบุคคลทั่วไปกับร้านอาหารในชุมชนเพื่อเป็นการสร้างความตระหนักในการประกอบอาหารดั้งเดิม และมีการสร้างสรรค์ต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูต่างๆ โดยแข่งขันการประกอบอาหารดั้งเดิม อาหารฟิวชั่น

หลักการและเหตุผล

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

ในฐานะผู้ประกอบการร้านอาหารของย่านตลาดพลูเป็นย่านที่มีอาหารดั้งเดิม รสชาดยอดเยี่ยม จึงให้ความสนใจที่จะคิดหาอะไรใหม่ๆ มารองรับกับตลาดของคนรุ่นใหม่ให้ได้ลิ้มลองอาหารที่มีความดั้งเดิมและตกแต่งอาหารอย่างสวยงามทันสมัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการประกอบอาหารจากเมนูอาหารของร้านอาหารย่านตลาดพลูโดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในตลาดพลู
2. เพื่อให้ได้รายการอาหารฟิวชั่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน
3. เพื่อให้ชาวชุมชนตลาดพลูและนักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงประโยชน์ และเพิ่มความนิยมการบริโภคทรัพยากรในท้องถิ่น

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. คณะกรรมการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู
2. กลุ่มการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
3. กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีนย่านตลาดพลู
4. กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู
5. กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู
6. กลุ่มรักษาร้านอาหารย่านตลาดพลู

หน่วยงานจัดโครงการ

1. เขตธนบุรี
2. กองการท่องเที่ยว กทม.
3. สภาวัฒนธรรมธนบุรี
4. กรมอนามัย สาธารณสุข

ประเภทของการประกวด

ประเภทอาหารคาว วัตถุดิบหลักคือ กุ้งแช่

คุณสมบัติผู้เข้าแข่งขัน

บุคคลทั่วไป ทีมละไม่เกิน 3 คน

กติกาการแข่งขัน

1. ผู้เข้าแข่งขัน จะต้องส่งรายการอาหาร วัตถุดิบ อุปกรณ์ วิธีการปรุงอาหาร พร้อมอธิบาย
2. ประโยชน์ทางสุขภาพของอาหารจานนั้น ส่งภายในวันที่ 15 กรกฎาคม 2558
3. ผู้เข้าแข่งขันมีเวลาในการปรุงอาหารเป็นเวลา 2 ชั่วโมงภายในพื้นที่ (โต๊ะ) ขนาด 240 x 60
4. ตารางเสน�택และต้องนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการโดยอธิบายถึงแนวความคิด และประโยชน์ทางสุขภาพของอาหารจานนั้น เป็นเวลา 5 นาที และคณะกรรมการแสดงความคิดเห็นเป็นเวลา 5 นาที
5. ในวันแข่งขัน ผู้เข้าแข่งขันทุกคนต้องลงทะเบียนในช่วงเวลา 8.00-8.30 น.
6. 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 วิทยาเขตจักรพงษ์ ภูวเนตร
4. อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสถาบันประกอบอาหารนานาชาติ
5. สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว
6. ฟู้ดสไตล์ลิสต์ นิตยสารเลมอนฟาร์ม

รายละเอียดค่าใช้จ่าย/งบประมาณสนับสนุนจากผู้ประกอบการร้านอาหารย่านตลาดพลู

ลำดับ Item	รายการ Description	จำนวน QTY	ราคา/หน่วย/ บาท Unit Price	จำนวนเงิน Amount	หมายเหตุ Remarks
1	ค่าตอบแทนกรรมการตัดสิน 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	
3	ค่าพัด (ที่ระลึกแบบสอบถาม)	200 อัน	8	1,600	
4	ค่าพิมพ์โปสเตอร์กันน้ำ	50 ใบ	25	1,250	
5	ค่ากระดาษพิมพ์ใบ ประกาศนียบัตร (สี)	1 รีม	500	500	
6	ค่าพิมพ์ไวนิล 1x3 เมตร ติดตรง สะพาน 2 ด้าน	2 ผืน	1,000	2,000	
7	ค่าจ้าง แจกแบบสอบถาม 1 วัน	2 ท่าน	500	1,000	
8	ค่าเงินสนับสนุน ทีมผู้เข้าแข่งขัน	10 ทีม	1,000	10,000	
9	ค่าอาหาร สำหรับทีมงาน และ กรรมการตัดสิน	20 ท่าน	100	2,000	
	รวมทั้งสิ้น			31,100 บาท	

เกณฑ์ให้คะแนน

คณะกรรมการจะแยกให้คะแนนของอาหารพิวชั่นตามเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

รายละเอียดคะแนน

- คุณค่าทางโภชนาการ 30 %
 - ความเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ
 - ความถูกต้องของวิธีการเตรียมและการปรุงอาหารเพื่อรักษาคุณค่าทางอาหาร
- รสชาติ 30 %
 - ความกลมกล่อมของอาหาร
 - ความซับซ้อนของการปรุงอาหาร
 - ความคิดสร้างสรรค์ของอาหาร
 - ความสวยงามของอาหารและการจัดวาง

3. ความถูกสุขลักษณะ 25 %

- ความสะอาดของผู้เข้าแข่งขัน
- กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ
- การปรุงอาหาร

4. การนำเสนออาหาร 15 %

- ความสามารถในการนำเสนอ และความน่าสนใจ
- ความเป็นไปได้ในการนำรายการอาหารไปปรุงรับประทานในชีวิตประจำวันและสามารถนำมาขายได้

เกณฑ์การตัดสิน

ทีมที่คะแนนรวมสูงสุดจะได้รับรางวัลชนะเลิศ ทีมที่ได้คะแนนรองลงมาได้รางวัลรองชนะเลิศ และรองชนะเลิศอันดับสอง ตามลำดับรางวัล

- 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”

วันที่	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.	ผู้เข้าร่วมการแข่งขันนำเสนออาหารและคณะกรรมการให้คะแนน
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารตามอัธยาศัย
13.00-14.00 น.	ประกาศผลการตัดสินมอบรางวัล และพิธีปิดการแข่งขัน

4. การเตรียมความพร้อม การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หน่วยงานที่รับผิดชอบและเจ้าของชุมชนเกี่ยวข้องกันเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน ต้องการความร่วมมือเพื่อค้นหาวิธีการ และแนวทางในการนำเสนอวิถีชีวิตการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้สัมผัสกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดการประทับใจโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่าง ๆ ในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้ และเกิดการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน

1. กระบวนการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active Participation) และเรียนรู้ประสบการณ์ (Learning Experience) ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction)
2. นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์กับชุมชนในท้องถิ่น
3. ในขณะเดียวกันก็ได้รับความรู้ประสบการณ์ช่วยเพิ่มความชำนาญให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Properties of Creative Tourism)

1. ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพัน ระหว่างกัน (Each Engaging the Other)
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-culture/Cultural Experience)
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/ Deep meaning/ Understanding of the specific cultural of the place)
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience)
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange Information/ Transformation and Transformative Experiences)
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (Most Participate then Observe)
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-creation Tourism Experience)
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต และผลิตภัณฑ์, ประสบการณ์จริง (Authentic both Process and Product/Genuine Experience)
9. จดจำประทับใจ เข้าใจ (Memorable/I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand)
10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Trailer-made Approach)

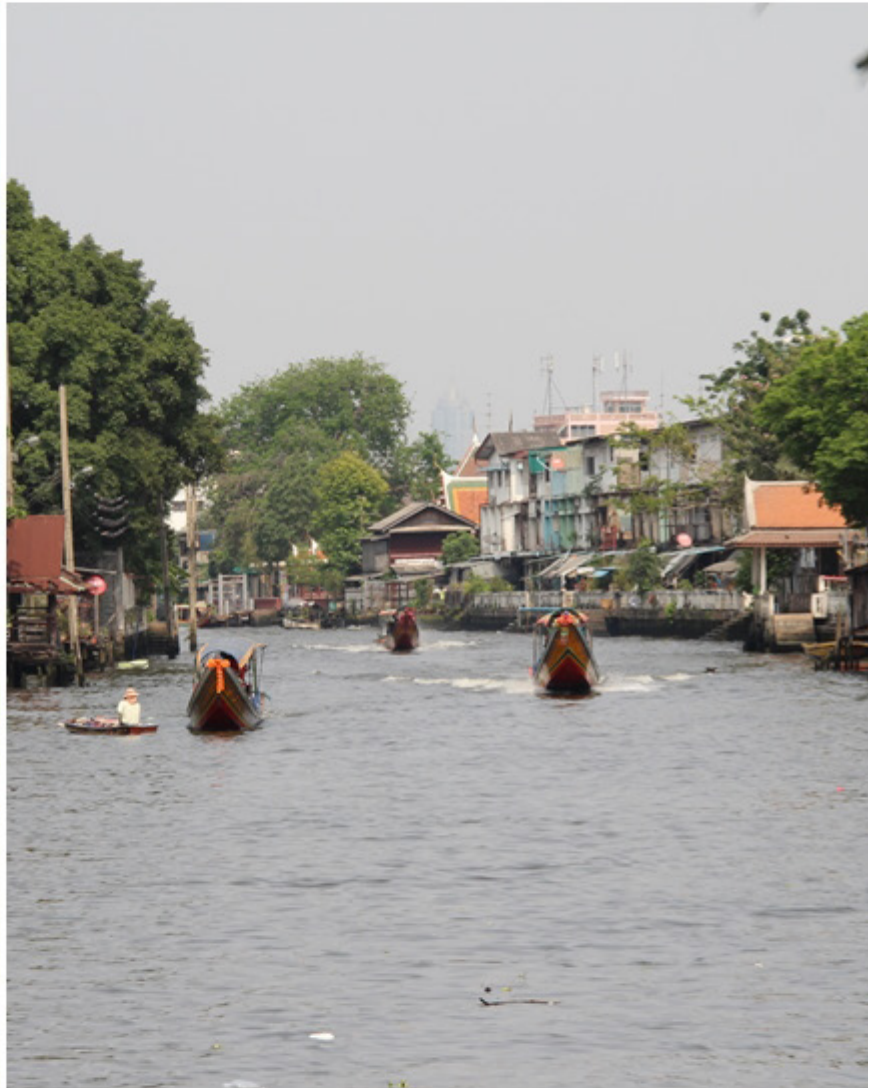
2. ประโยชน์ของการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ภาครัฐที่ได้รับประโยชน์

1. สนับสนุนให้มีการเรียนรู้ ชุมชนมีความเป็นเอกภาพ และเป็นชุมชนเข้มแข็ง
2. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนกับภาครัฐท้องถิ่น
3. มรดกวัฒนธรรมมีการจัดการอย่างยั่งยืน เป็นต้นทุนในการพัฒนาด้านต่างๆ ในทางที่ดีขึ้น
4. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนที่ผลิตได้อีกด้วย

ภาคธุรกิจเอกชนที่ได้รับประโยชน์

1. มีแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ คุณค่า และยั่งยืน
2. การสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการรักษา และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ฟื้นฟูวัฒนธรรม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้น



3. การวางแผนเพื่อการลงทุนที่คุ้มค่า มีความมั่นใจที่จะลงทุนกับธุรกิจการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

นักท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์

1. การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และการบริการที่ดีตามความคาดหวัง
2. คุ้มค่ากับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งสินค้า และการบริการ
3. นักท่องเที่ยวมีส่วนในการสนับสนุนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน และชุมชนได้รับประโยชน์แน่นอน

ภาคประชาชนที่ได้รับประโยชน์

1. ได้กรอบความคิด และแนวทางในการพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการ และเกิดการเก็บ หลักฐานเชิงประจักษ์ไว้สำหรับเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการตรวจสอบ และประเมินตนเอง เพื่อการปรับปรุง ยุติใช้สำหรับผู้ที่จะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการศึกษา และการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อไป
2. เป็นการสร้างคุณภาพและยกระดับการท่องเที่ยวที่อยู่ในเมืองชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม ก่อให้เกิดการวางแผนการดำเนินงานการเก็บรักษามรดกทางวัฒนธรรม การประเมินตนเองให้ได้มาตรฐาน และเพื่อการเพิ่มศักยภาพชุมชนอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว บางกลุ่มต้องการเลือกใช้บริการที่ได้การรับรองมาตรฐาน

บรรณานุกรม

- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ : กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- กฤษฎา สมบุษย์รุ่งเรือง. 2553. การศึกษาอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2544. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2549. การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปรีชา แดงโรจน์. 2544. อุทยานการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไฟร์ แอนด์ ไฟร์ พรินต์.
- พจนา สอนศรี. 2553. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. 2541. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยว ในพื้นที่อนุรักษ์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย.
- มันทนา สามารถและคณะ. 2543. ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเข้มแข็งของประชาตำบล. กรุงเทพฯ : สำนักงาน กองทุนสนับสนุน การวิจัย.
- วศิน ปัญญาวุธตระกูล. 2548. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในพื้นที่, ระเบียบวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- สมพันธ์ เตชะอธิก. 2540. การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์
- Clare A. Gunn. 1994 Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. Boca Raton 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. Oxford shire, UK : CABI.
- Richards, G. and C. Raymond 2000. Creative tourism. ATLAS News, No. 23