



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:

กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร

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

โดย ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน และคณะ

กรกฎาคม 2558

สัญญาเลขที่ RDG5650013

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:
กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิต

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

คณะผู้วิจัย สังกัด

1. ดร.บุษเกตุ อินทรปาสาน

2. ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล

3. นางสาวอรรชนียา วงศ์กิจการวานิช

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ชุดโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร ใช้ระยะเวลาศึกษาวิจัย 1 ปี จนบรรลุวัตถุประสงค์ สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจากหลายองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคชุมชน ภาคประชาสังคมในย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร และย่านใกล้เคียง คณะวิจัยขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

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

ขอขอบคุณสำนักงานเขตธนบุรี กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลด้านแผนและนโยบาย และข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการวิจัย ตลอดจนสถานที่จัดกิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู, โครงการหนูน้อยนาเที่ยว..ยลเสน่ห์ตลาดพลู, โครงการสอนศิลปะ สานวัฒนธรรม มรดกตลาดพลู ชุมชนธนบุรี และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ผ่านมามาสถาบันการศึกษาโรงเรียนวัดราชคฤห์ โรงเรียนวัดอินทาราม โรงเรียนกมลจันทน์ โรงเรียนวัดใหม่ยายนุ้ย โรงเรียนอัสสัมชัญ ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ ตลอดจนให้ความร่วมมือจัดส่งวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ บุคลากรและนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการวิจัยครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

กราบนมัสการขอขอบคุณท่านเจ้าอาวาส และพระคุณเจ้าทุกรูป วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม วัดราชคฤห์วรวิหาร วัดจันทารามวรวิหาร วัดอินทารามวรวิหาร วัดเวฬุราชิน ที่อนุเคราะห์อุปการะเครื่องเสียง สถานที่ประชุม การจัดเวทีสาธารณะ และวิทยากรบรรยายพิเศษด้านข้อมูลสำคัญทางประวัติศาสตร์

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างการวิจัยและผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ชุมชนวัดราชคฤห์ ชุมชนวัดใหม่ยายนุ้ย ชุมชนริมทางรถไฟ ชุมชนตรอกโรงเจ ชุมชนมัสยิดสวนพลู และชุมชนใกล้เคียง ผู้อาวุโส ปราชญ์ชาวบ้าน ที่เล่าเรื่องวิถีชีวิตความเป็นมาดั้งเดิม ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมชุมชนสำหรับที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างมาก และนายพิสิทธิ์ ชุ่มวิจิตร หัวหน้า อปพร.ตลาดพลู ที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจร การประสานงานร่วมกับภาคประชาสังคมประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยสู่ชุมชน และดร.วิระพันธ์ ชินวัตร คณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ที่ปรึกษาโครงการ ที่ให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางการวิจัย ทำให้วิจัยรายงานฉบับนี้ได้รับความสำเร็จอย่างความสมบูรณ์

อนึ่ง คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่มากนักน้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่ผู้สนับสนุนทุกท่าน และผู้ที่ทำงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้นคณะผู้วิจัยขอน้อมรับฟังข้อเสนอแนะจากทุกท่าน เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาวิจัยต่อไป

คณะวิจัย

บทสรุปผู้บริหาร

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ

1.1 ชื่อโครงการ

(ภาษาไทย) โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

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

1.2 ชื่อคณะผู้วิจัย

ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล e-mail : tantini3@gmail.com
ดร.บุษเกตุ อินทรปาสาน e-mail : budsakayt.int@mail.kmutt.ac.th
อาจารย์ อรรถนียา วงศ์กิจการวานิช e-mail : atjaneeya315@hotmail.com
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

การวิจัยครั้งนี้เป็นทุนวิจัยมุ่งเป้าตอบสนองความต้องการในการพัฒนาประเทศ ได้รับทุนวิจัยในกลุ่มเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยว ปี 2556 จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ประกอบด้วยแผนงานหลักโครงการศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณ แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร โครงการย่อย 1 โครงการวิจัยเพื่อศึกษา และสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร และโครงการย่อยที่ 2 โครงการศึกษาวิจัยการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชน บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

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

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

สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่า ให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน

การดำเนินการศึกษาวิจัยใช้แนวความคิดด้านการจัดการองค์ความรู้ ในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล โดยจะมีการจัดการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักวิจัย องค์กรการปกครองท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงาน องค์กรในชุมชน และประชาชน ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่ายทอด และถ่ายโอนความรู้ และประสบการณ์ ด้านการศึกษาวิจัย และแนวทางการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพองค์กรต่าง ๆ ดังกล่าว ในการสังเคราะห์ และจัดทำแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการกำหนดนโยบาย และแผนกลยุทธ์ แก่ภาคประชาชนในเรื่องการพัฒนาทุนเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น ใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัย ในการนำไปใช้ประกอบเป็นข้อมูลในการกำหนดมาตรการ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ โดยองค์กร หรือหน่วยงานของรัฐ

2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน

รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการจัดการโดยชุมชนและอยู่บนพื้นฐานของชุมชน โดยการผสมผสาน สิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเอง นำไปสู่การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนในชุมชน ทำให้เกิดการอนุรักษ์ และภูมิใจในชุมชน โดยการรณรงค์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านทางสื่อหลายรูปแบบตลอด จนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวด้านการท่องเที่ยวทุกฤดูกาลตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าด้านทางสังคมและวัฒนธรรม การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ บทความเผยแพร่ ภาควิชาการการท่องเที่ยวมีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ แนวคิด การศึกษาวิจัย และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ออกไปในหมู่ประชาชน ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง

3. เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน

การรวบรวมข้อมูลที่สำคัญในแหล่งวัฒนธรรมดั้งเดิมในพื้นที่ศึกษา มาจัดระเบียบข้อมูลโดยการแปลง ผลการศึกษาเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็น รูปธรรมในรูปแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การแปลงผลการศึกษาเพื่อสร้างสรรค์มูลค่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นรูปธรรมในรูปแบบสินค้าและบริการด้าน การท่องเที่ยว สร้างระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์เกี่ยวกับทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมและสร้างดัชนีชี้วัด

ด้านวัฒนธรรมกับการพัฒนาเพื่อประโยชน์ในการบริหารงานและการติดตามประเมินผล โดยการการพัฒนา และสร้างความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมไทยส่งเสริมและประสานชุมชนและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจ และขีดความสามารถในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อท้องถิ่น การสร้างทุนทางสังคม ทุนเชิงวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น การท่องเที่ยว ต้องการให้ประชาชนได้เรียนรู้การสร้าง อาชีพเพื่อให้ประชาชนที่ไม่มีงานทำ มีอาชีพที่สุจริต การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่ประสิทธิภาพการผลิต

4. เพื่อกำหนดทิศทางและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจะมีความเป็นไปได้สูงในการนำไปปฏิบัติ เนื่องจากเป็นผลงานที่ทุกภาคส่วนในชุมชนร่วมกันศึกษาและจัดทำ จึงมีความสอดคล้องกับบริบท และภูมิสังคม ของชุมชน และอยู่บนศักยภาพของเนื้อที่และความสามารถในการบริหารจัดการของท้องถิ่นได้ ผลการศึกษา สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ ได้ โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ทั้งใน และระหว่างประเทศ ส่งเสริม และประสานชุมชน และองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจ และขีดความสามารถในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อท้องถิ่น สนับสนุนการจัดทำ และประสานแผนปฏิบัติการ ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทาง ด้านวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนา และการสนับสนุนการจัดทำและประสานแผนปฏิบัติการระหว่างหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางด้านวัฒนธรรมเพื่อ การพัฒนา

ประโยชน์ของการนำผลวิจัยไปใช้ในเชิงนโยบาย

คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

ภาครัฐที่ได้รับประโยชน์

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

ภาคธุรกิจเอกชนที่ได้รับประโยชน์

1. มีแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ คุณค่า และยั่งยืน

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

นักท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์

1. การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และการบริการที่ดีตามความคาดหวัง
2. คุ้มค่ากับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งสินค้าและการบริการ
3. นักท่องเที่ยวมีส่วนในการสนับสนุนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน และชุมชนได้รับประโยชน์แน่นอน

ภาคประชาชนที่ได้รับประโยชน์

1. ได้กรอบความคิด และแนวทางในการพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการ เกิดการเก็บหลักฐานเชิงประจักษ์ไว้สำหรับเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการตรวจสอบ และประเมินตนเอง เพื่อการปรับประยุกต์ใช้สำหรับผู้ที่จะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการศึกษา และการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อไป
2. เป็นการสร้างคุณภาพและยกระดับการท่องเที่ยวในเมืองชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง ทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นทุนเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิม ก่อให้เกิดการวางแผน
3. การดำเนินงานการเก็บรักษามรดกเชิงวัฒนธรรม และการประเมินตนเองให้ได้มาตรฐาน และเพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนอย่างยั่งยืน
4. เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการเลือกใช้บริการที่ได้การรับรองมาตรฐาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

1. การศึกษาการบูรณาการกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น
2. การนำแผนงานหรือโครงการไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อสร้างแรงจูงใจในพื้นที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการ และที่มาของงบประมาณ รวมถึงแผนงานในการดำเนินงาน ช่วงเวลาต่างๆ
3. การนำแผนงานการบริหารโครงการมาศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการเตรียมความพร้อมด้านการออกแบบสร้างสรรค์สภาพแวดล้อม เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้านการท่องเที่ยวต่อไป

บทคัดย่อภาษาไทย

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

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

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

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

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

คณะผู้วิจัยสรุปผลการดำเนินการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ๆ จากการเสวนากลุ่ม การวิเคราะห์แผนนโยบาย ยุทธศาสตร์ ศักยภาพ และข้อจำกัดในการจัดแหล่งท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมสามารถแยกออกเป็นกลุ่มสาระสำคัญได้ดังนี้

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

การวิจัยของโครงการนี้จึงใช้กระบวนการวิจัยที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการศึกษาวิจัยซึ่งประโยชน์โดยตรงที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ การดำเนินการศึกษาวิจัยใช้แนวความคิดด้านการจัดการองค์ความรู้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะทำให้เกิดการถ่ายทอดและถ่ายโอนความรู้ และประสบการณ์ด้านการศึกษาวิจัยและแนวทางการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพองค์กรต่างๆดังกล่าวในการสังเคราะห์ และจัดทำแผนบริหารการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการจัดการโดยชุมชนและอยู่บนพื้นฐานของชุมชน โดยการผสมผสานสิ่งต่างๆที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อเสริมการดำเนินงานท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเอง นำไปสู่การพัฒนาชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพิ่มความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของคนในชุมชน ทำให้เกิดการอนุรักษ์ และภูมิใจในชุมชน และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจะมีความเป็นไปได้สูงในการนำไปปฏิบัติ เนื่องจากเป็นผลงานที่ทุกภาคส่วนในชุมชนร่วมกันศึกษาและจัดทำ จึงมีความสอดคล้องกับบริบทและภูมิสังคมของชุมชน และอยู่บนศักยภาพของเนื้อที่และความสามารถในการบริหารจัดการของท้องถิ่นได้ ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ชุมชนอื่นได้

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

Abstract

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ

บทสรุปผู้บริหาร

บทคัดย่อ

สารบัญแผนภาพ

สารบัญภาพ

สารบัญตาราง

บทที่ 1 บทนำ

1. ที่มาและสาระสำคัญของงานวิจัย	1
2. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย	1
3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
4. ขอบเขตการวิจัยและวิธีการศึกษา	2
4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา	2
4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา	3
5. คำสำคัญ	5
6. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา	5
7. ผลที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	5

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎี	6
1.1 แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	8
1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	9
1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว	10
1.5 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง	10
1.6. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด	10
1.7. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ	11
2. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559	11
2.1 วิสัยทัศน์	11
2.2 พันธกิจ	11
2.3 ยุทธศาสตร์ และแนวทางพัฒนา	12
3. ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	14
3.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว	14
3.2 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว	15
3.3 ระบบการท่องเที่ยว	17

สารบัญ (ต่อ)

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

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8.7 การวางแผนสื่อความหมาย	51
8.8 การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของชุมชนอย่างยั่งยืน	53
8.9 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง และสร้างผลกระทบ ทางลบต่ำ	57
9. กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง	60
9.1 กรณีศึกษาจากในประเทศ : ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย	60
9.2 กรณีศึกษาจากในประเทศ : ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	66
9.3 กรณีศึกษาจากในประเทศ : การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมศรีวิชัย	72
9.4 กรณีศึกษาจากในประเทศ : การพัฒนาบริเวณภูมิทัศน์วัฒนธรรมเส้นทางตะกั่วป่า- อ่าวบ้านดอนสู่เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	75
9.5 กรณีศึกษาจากในประเทศ : การฟื้นฟูอารยธรรมศรีวิชัย-ลังกาสุกะเพื่อการพัฒนา อุตสาหกรรมวัฒนธรรม	76
9.6 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ : มรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมบนเกาะปีนัง ประเทศมาเลเซีย	82
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย	
1. กรอบทฤษฎี หรือแนวคิด	89
1.1 การจัดการข้อมูล	90
1.2 การแปลความหมายข้อมูล	90
1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน	90
1.4 การสรุปผลการดำเนินการ	90
2. กระบวนการวิจัย	91
2.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย	91
2.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย	91
2.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก	91
2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	92
2.5 บทสรุป	92
3. การเลือกพื้นที่การศึกษา	94
4. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย	94
4.1 ประชากรในการวิจัย	94
4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	95
4.3 การสุ่มตัวอย่าง	95

สารบัญ (ต่อ)

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

สารบัญ (ต่อ)

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

สารบัญตาราง

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

สารบัญแผนภาพ

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

สารบัญภาพ

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

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.11 บรรยากาศการรอซื้อขนมหวานตลาดพลู ร้านขนมเป็ญไทย ตลาดพลู ร้านกล้วยเชื่อม แม่กิมเอ็ง	118
ภาพที่ 4.12 ร้านเปิดพะโล้ตลาดวัดกลาง (ซ้าย) กุ้ยช่าย ตลาดพลู (กลาง) ร้านลิ้มโภชนา ข้าวมันไก่	118
ภาพที่ 4.13 บรรยากาศพิธีไหว้สิ้นปีของศาลเจ้าพ่อพระเพลิง	120
ภาพที่ 4.14 ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่ตลาดพลู	122
ภาพที่ 4.15 วัดราชคฤห์	123
ภาพที่ 4.16 พระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง วัดราชคฤห์	124
ภาพที่ 4.17 ศาลเจ้าพ่อเขาคอก วัดราชคฤห์	124
ภาพที่ 4.18 หอระฆัง (เก่า) วัดราชคฤห์	125
ภาพที่ 4.19 วัดอินทาราม	125
ภาพที่ 4.20 ศาลาภิรมย์ภักดี	126
ภาพที่ 4.21 บ้านประตู่ตะเกียบ วัดอินทาราม	126
ภาพที่ 4.22 ทางเข้าบ้านโรงนั่งปลาทุเก่า และด้านใน	127
ภาพที่ 4.23 วัดจันทารามวรวิหาร	127
ภาพที่ 4.24 ภายในศาลเจ้าตึกดิน	128
ภาพที่ 4.25 ศาลเจ้ากวนอู	128
ภาพที่ 4.26 ศาลเจ้าพระเพลิง(เก่า)	129
ภาพที่ 4.27 สถานีรถไฟตลาดพลู	129
ภาพที่ 4.28 ภายในตลาดวัดกลางยามเช้า	130
ภาพที่ 4.29 โรงสีვნไถ่ และ ร้านของชำข้างโรงสีเก่า	130
ภาพที่ 4.30 ตึกแถวแยกบ้านทอง	131
ภาพที่ 4.31 สีแยกตลาดพลูที่มีอาคารแถวรูปแบบตะวันตกผสมจีน	131
ภาพที่ 4.32 เรือนแถวไม้โรงน้ำปลา	132
ภาพที่ 4.33 ซอยวัดราชคฤห์ (ชุมชน)	132
ภาพที่ 4.34 ทางเข้าบ้านของนายต่าง บุญยมานพ และบ้านไม้เก่าหลังตึกแถว	133
ภาพที่ 4.35 ร้านสุณีข้าวหมูแดงตลาดพลู	134
ภาพที่ 4.36 กระเพาะปลานายบ๊วย	134
ภาพที่ 4.37 ร้านเจ๊เองกระเพาะปลา กุ้ยช่าย	135
ภาพที่ 4.38 ร้านเป้งล้ง กุ้ยช่ายเจ้าดั้งเดิมตลาดพลู	135
ภาพที่ 4.39 ร้านกิมเม้งกุ้ยช่าย	136
ภาพที่ 4.40 ร้านกุ้ยช่ายตลาดพลู	136
ภาพที่ 4.41 ร้านแก้วข้าวมันไก่	137
ภาพที่ 4.42 ร้านลิ้มโภชนา	137
ภาพที่ 4.43 ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทร์เพ็ญ	138

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.44 ร้านบะหมี่ต่งเล้ง	139
ภาพที่ 4.45 ร้านบะหมี่นายกำ	139
ภาพที่ 4.46 ร้านหลุยส์บะหมี่เกี๊ยวกุ้งลูกชิ้นปลา	140
ภาพที่ 4.47 ร้านเตี้ยเย็นตาโฟ	140
ภาพที่ 4.48 ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี	141
ภาพที่ 4.49 ร้านแสบ	141
ภาพที่ 4.50 ร้านสหายโกชนา	142
ภาพที่ 4.51 ร้านครัวบางหลวง	142
ภาพที่ 4.52 ร้านสุรียากาแฟ	143
ภาพที่ 4.53 ร้านตั่งเจียงฮวด	143
ภาพที่ 4.54 ร้านอ๊วก้วย ตลาดพลู	144
ภาพที่ 4.55 ร้านหมวย-หลี น้ำแข็งใส	145
ภาพที่ 4.56 ร้านขนมเป็ญญวน สุอาภา	145
ภาพที่ 4.57 ร้านตั่งสี่หมง ของไหว้ ไก่อยู่	146
ภาพที่ 4.58 ร้านโล้ว เจิ้ง เซียง	146
ภาพที่ 4.59 ร้านอินทรีโอสถ	147
ภาพที่ 4.60 ร้านขายเครื่องจักสาน	147
ภาพที่ 4.61 โรงน้ำปลาแฮ่เต็กเซ้ง	148
ภาพที่ 4.62 ร้านขนมหวานตลาดพลู	148
ภาพที่ 4.63 ร้านสรินทิพย์ขนมเป็ญญไทย	149
ภาพที่ 4.64 ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม	150
ภาพที่ 4.66 ร้านตั่งง่วนฮะ	150
ภาพที่ 4.67 ร้านขายยาบ้านสุนตั่ง	151
ภาพที่ 4.68 ร้านตัดผมลุงวิเชียร	151
ภาพที่ 4.69 ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง	152
ภาพที่ 4.70 ร้านลิ้มเชิญชิม	152
ภาพที่ 4.71 ร้านเนื้อเป็ญน้ำใส	153
ภาพที่ 4.72 ร้านท่งอัน	154
ภาพที่ 4.73 ร้านสุราซ่งกั๊ง ตราเสือโคร่ง	154
ภาพที่ 4.74 โครงข่ายทางจักรยานตลาดพลู-กรุงรัตนโกสินทร์	170
ภาพที่ 4.75 ทำบุญไหว้พระ 15 สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในตลาดพลู	172
ภาพที่ 4.76 ปั่นจักรยานชมย่านอาคารประวัติศาสตร์ ตลาดพลู	174
ภาพที่ 4.77 ปั่นจักรยานชมมรดกอาหารไทย ตลาดพลู	176
ภาพที่ 4.78 แผนที่วัฒนธรรมตลาดพลู - แผนที่อาหารแนะนำ	178

สารบัญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.79 แผนที่วัฒนธรรมตลาดพลู: แผนที่อาคารเก่าควรค่าแก่การอนุรักษ์	179
ภาพที่ 4.80 คลองบางหลวงในอดีต	186
ภาพที่ 5.1 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับกลุ่มผู้นำชุมชน ประชาชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง วันที่ 12 มกราคม 2557	195
ภาพที่ 5.2 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง วันที่ 19 มกราคม 2557	196
ภาพที่ 5.3 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับภาครัฐ หลายภาคส่วน เช่นเขตธนบุรี ททท. ผังเมือง กทม.วันที่ 13 มีนาคม 2557	197
ภาพที่ 5.4 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับภาคประชาสังคม เพื่อทำประชาพิจารณ์เพื่อ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2557 และ วันที่ 2 เมษายน 2557	198
ภาพที่ 5.5 คณะผู้วิจัยประชุมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ วันที่ 1 มีนาคม 2557	199
ภาพที่ 5.6 การจัดโครงการอบรม หนูน้อย..นำเที่ยว ยลเสน่ห์..ตลาดพลู ร่วมกับโรงเรียนในพื้นที่ และกรมการท่องเที่ยว กทม. วันที่ 2-3 พฤษภาคม 2557	207
ภาพที่ 5.7 การจัดกิจกรรมนำร่อง ยลเสน่ห์..ตลาดพลู วันที่ 17 พฤษภาคม 2557	208
ภาพที่ 5.8 การจัดกิจกรรมนำร่อง สอนศิลปะ สานวัฒนธรรม มรดกตลาดพลู.ชุมชนธนบุรี วันที่ 2 สิงหาคม 2557	209
ภาพที่ 5.9 บทความ IQNewsAlert "โครงการ ยลเสน่ห์...ตลาดพลู" 17 พฤษภาคม 2557 ณ.ชุมชนตลาดพลู สนับสนุนทุนวิจัย โดย เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.)	259
ภาพที่ 5.10 เว็บไซต์รวบรวมข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว, โรงแรม, ที่พัก, ร้านอาหารและข่าวสารต่างๆ ด้านร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว	260
ภาพที่ 5.11 สื่อ Social Network: Facebook สกว.หนูน มจร. กิจกรรมนำร่องโครงการ “ยลเสน่ห์...ตลาดพลู”	261
ภาพที่ 5.12 รายการวิทยุ 92.5 MHz และ AM 891 kHz สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการ “จุดประกาย ขยายประเด็น” ออกอากาศ วันที่ 19 สิงหาคม 2557	262
ภาพที่ 5.13 คอลัมน์ ท่องเที่ยว-อาหาร หนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการรายวัน ประวันวันพุธที่ 21 พฤษภาคม 2557 หัวข้อข่าว: ปลุกใจ “คนตลาดพลู” ตื่นตัว “ภูมิใจในท้องถิ่น” สู่มิติการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม	263
ภาพที่ 5.14 สัมมนาวิชาการ เรื่อง “เสวนาสืบสานวิถีวัฒนธรรมบางกอกประวัติศาสตร์และมรดก สถาปัตยกรรมชุมชนที่กำลังจะหายไป: คลองบางหลวง แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า” ในวันเสาร์ที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2557	264

บทที่ 1 บทนำ

1. ที่มาและสาระสำคัญของงานวิจัย

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

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

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

2. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

การขยายและพัฒนาเมืองในปัจจุบันได้สร้างความเสียหายให้กับวิถีชีวิตพื้นถิ่นให้เปลี่ยนไป ทำให้กระแสการละทิ้งถิ่นฐานบ้านเกิด การรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามามากจนลืมวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเรานั้น เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจ

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

3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่า ให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน
- 3.2 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน
- 3.3 เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน
- 3.4 เพื่อกำหนดทิศทางและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

4. ขอบเขตการวิจัยและวิธีการศึกษา

ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ตลอดจนแนวนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยได้มีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางดีของการได้มาซึ่งองค์ความรู้ประสบการณ์ที่เป็นทั้งความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการ รวมทั้งการประเมินปัจจัยแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคหรือสนับสนุนความสำเร็จของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบ และประเด็นสำคัญสำหรับการศึกษารายละเอียด และเชิงลึกสำหรับใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมบริเวณแม่น้ำพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรีอย่างมีบูรณาการ

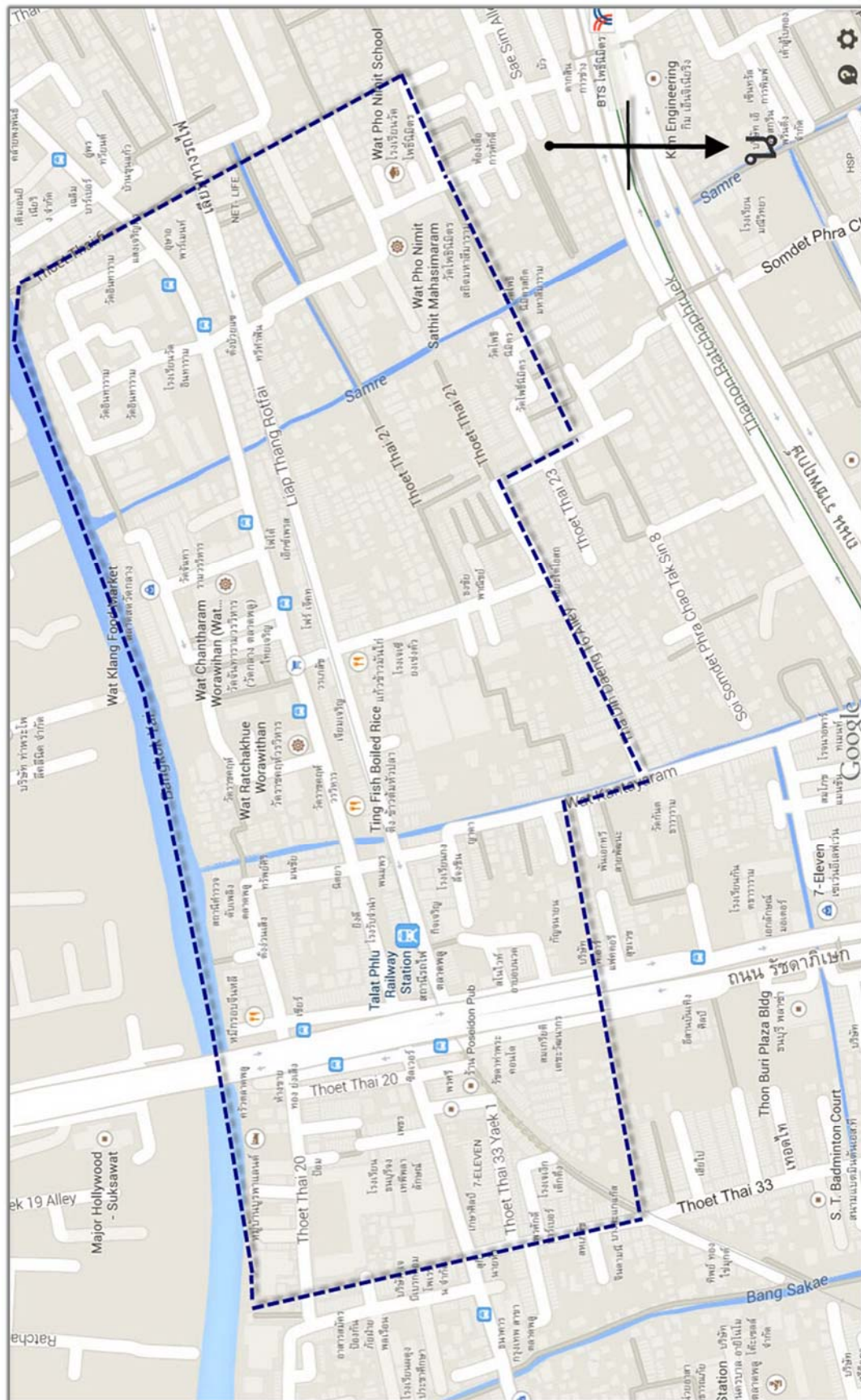
4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

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

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

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 4.2.1 สภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- 4.2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาของนักท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทาง กิจกรรมการเข้าสู่ฤดูกาล ทักษะคนดี และความต้องการ
- 4.2.3 ความพร้อมทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐาน การบริการข้อมูล ข่าวสาร สถานที่ สิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 1 : แสดงขอบเขตพื้นที่ศึกษา ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
ที่มา : Google Maps ดัดแปลง : ไพฑูร จุลละนันท์ (2557)

5. คำสำคัญ (Keyword)

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

6. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา

6.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย

6.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย

6.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก

6.3.1 กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

6.3.2 กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดกิจกรรมนำร่อง

6.3.3 ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

6.3.4 กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นสาระ

6.3.5 กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจ และการทำงาน

6.3.6 ผู้บริหารของส่วนราชการ

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาจัดทำแบบประเมินคุณค่าด้านการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมด้านการประเมินค่าคะแนน โดยเลือกผลของค่าคะแนนระดับสูง และระดับปานกลาง

6.5 สรุปผลการศึกษา โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในสิ่งที่วิเคราะห์ได้จากการวิจัย และเพื่อการศึกษาสำหรับงานวิจัยขั้นต่อไป

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

7.1 รายงานการศึกษาเบื้องต้นเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

7.2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

7.3 แนวทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้และกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด และทฤษฎี

การศึกษาโครงสร้าง และองค์ประกอบทางกายภาพของอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร มีความจำเป็นต้องศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบาย และเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัย โดยรายละเอียดของเนื้อหาในการทบทวนวรรณกรรมดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

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

2. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

- 2.1 ข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์
- 2.2 ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- 2.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน
- 2.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.5 ความสำคัญด้านข้อมูล องค์ความรู้ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว
- 2.6 การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน

3. งานวิจัย และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 กรณีศึกษาจากในประเทศ
- 3.2 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ

1.1 แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

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

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

- เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- การเดินทางด้วยความสมัครใจ
- เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ และรายได้

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

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

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกล หรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่ เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือน และใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการ และความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

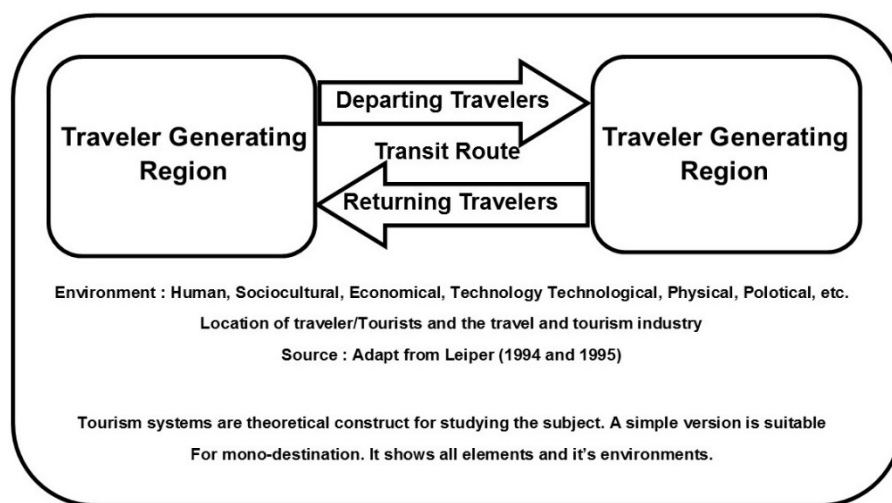
3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

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

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

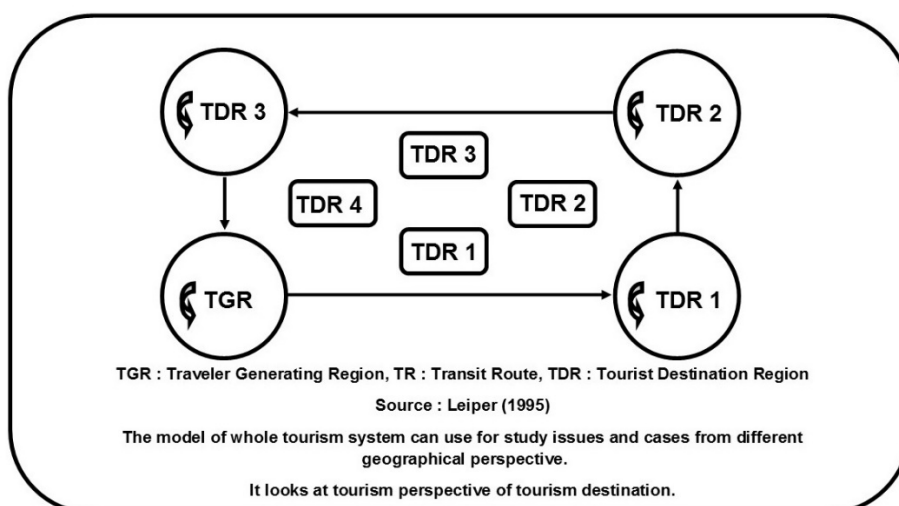
Leiper¹ (2004) ได้อธิบายถึงระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

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



แผนภาพ 2.1 : A Basic Whole Tourism System and Its Environment

ที่มา : Weaver and Opperman (1998, p. 29)



แผนภาพ 2.2 : Tourism System with Multiple Transit and Destination Components

ที่มา : Weaver and Opperman (1998, p. 29)

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

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

การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่เคยอยู่ถาวรไปยังที่สถานที่ต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง และพักค้างคืน
3. การเดินทาง และการพักค้างคืนจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
4. การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนเดินทางกลับภายใน 180 วัน
5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไป จะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการทำงาน

1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

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

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

1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

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

1.5 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism – GIT หรือ All Inclusive Tourism – AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเตล็ด (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้
2. การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism – FIT) เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

1.6. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด แบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ

1. การท่องเที่ยวตลาดหรูหร่า (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนชั้นหรูหร่า
2. การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูก โดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อยแต่มีปริมาณมาก

1.7. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

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

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

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

2. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559

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

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

2.1 วิสัยทัศน์. เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

2.2 พันธกิจ

1. กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกระดับที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศ
2. ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวการกีฬา และนันทนาการไปสู่การปฏิบัติ

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

2.3 ยุทธศาสตร์ และแนวทางพัฒนา

ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพ และปลอดภัยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

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

2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุล และยั่งยืนมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

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

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

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

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

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

5. ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม และพัฒนาการกีฬา และวิทยาศาสตร์การกีฬาอย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ และเพื่อการอาชีพ ได้แก่

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

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

6. ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬา มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

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

3. ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

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

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

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

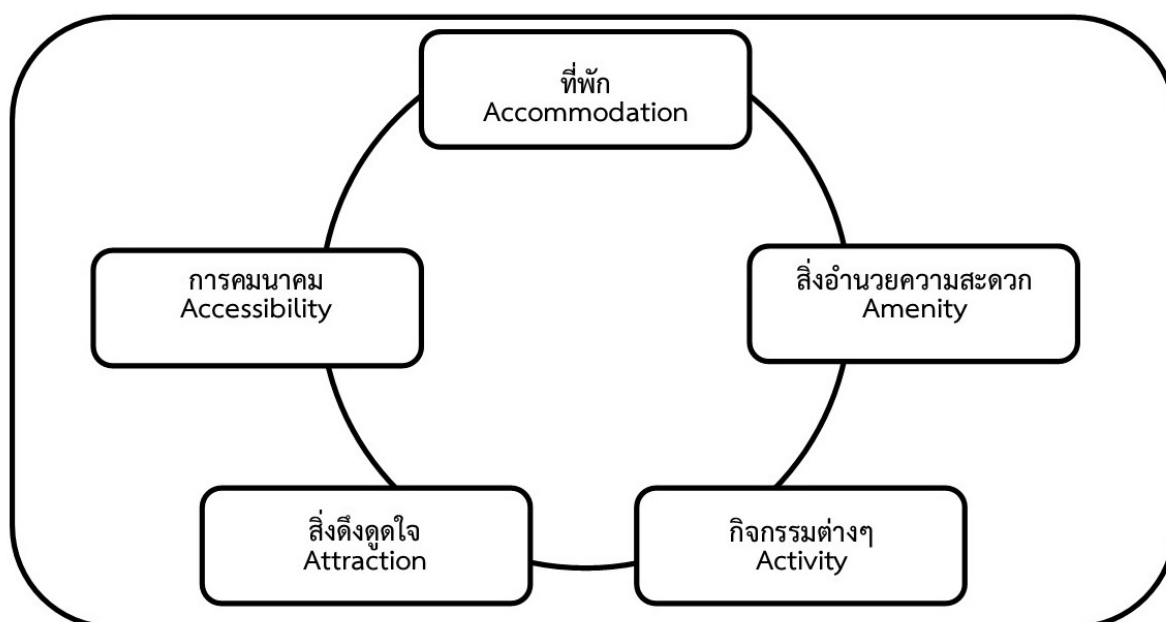
สถานที่ต่าง ๆ ที่จัดตกแต่ง หรือรวบรวมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง หัตถกรรมพื้นบ้าน สถานที่แสดงการดำเนินชีวิต และวิถีชีวิตของคนพื้นบ้าน โดยสถานที่แหล่งนี้ อาจจะเป็นสถานที่ที่ดำเนินการโดยรัฐหรือเอกชนก็ได้

3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ Recreational Attractions หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อจัดให้บริการนันทนาการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

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

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

3.2 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว



แผนภาพ 2.3 องค์ประกอบของการบริการทางการท่องเที่ยว (5A)

ที่มา : Buhalis (2543)

1. ที่พัก Accommodation หมายถึง สถานที่ ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทาง หรือท่องเที่ยว ได้เข้าพัก พร้อมการบริการอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่พักได้พัฒนาเรื่อยมาโดยมีรูปแบบ การจัดการบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด มีการบริหารงานในระบบเครือข่าย ทั้งในรูปแบบของเครือข่ายท้องถิ่น และเครือข่ายระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาธุรกิจที่พัก รูปแบบต่าง ๆ ยังเป็นแรงผลักดันให้มีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งระบบมาตรฐานการบริการที่สูงขึ้น และการดูแล รักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการบริหารจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจของ ประเทศชาติ และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น โรงแรม รีสอร์ท บูติกโฮเทล บังกะโล เกสต์ เฮาส์ โฮมสเตย์ โมเทล ลอร์จ เป็นต้น

2. การคมนาคม Accessibility เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากมีบทบาท ในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งการคมนาคมในปัจจุบันได้ถูกพัฒนา ให้สามารถตอบสนองการเดินทางท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ เช่น ธุรกิจการบิน การเดินเรือ และการ คมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น

3. สิ่งดึงดูดใจ Attraction หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก เกาะ แม่น้ำ หาดทราย ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ซึ่งสิ่งดึงดูดใจนี้ หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือมีความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจกว่าแหล่งอื่น ๆ เช่น ทะเลหมอก ทะเลแหวก บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก Amenity หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์ และ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ระบบป้องกันความปลอดภัยทางทะเล เป็นต้น

5. กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว Activity หมายถึง ผลิภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกัน ตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การดำน้ำ การตกปลา เป็นต้น เพื่อดึงดูดให้เกิดการ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชม

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ได้ให้แนวคิดและหลักการในการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายต้องพิจารณา ระบบย่อย และองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

3.3 ระบบการท่องเที่ยว ที่สำคัญจำแนกได้เป็น 3 ระบบ ดังนี้ คือ

1. **ทรัพยากรการท่องเที่ยว Tourism Resource** ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

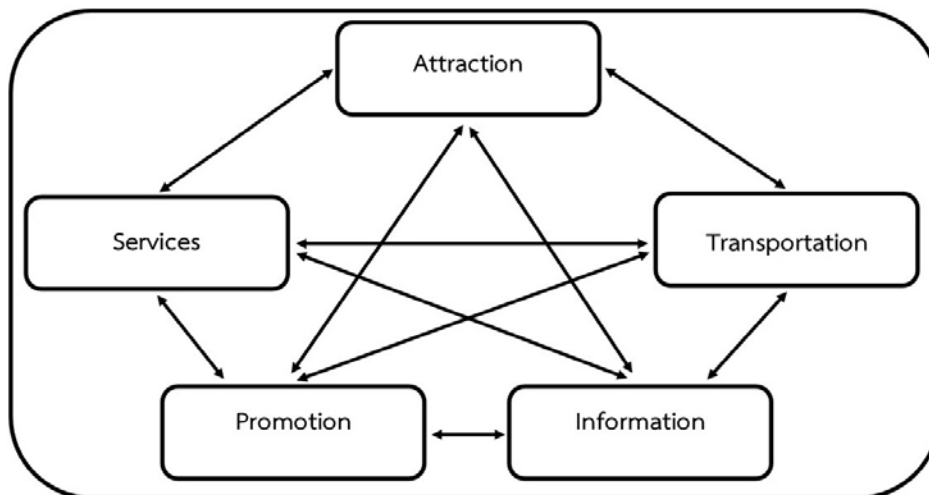
2. **การบริการการท่องเที่ยว Tourism Services** ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

3. **การตลาดการท่องเที่ยว Tourism Marketing** เป็นส่วนของความต้องการ ในการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายถึง กิจกรรม รูปแบบ หรือกระบวนการการท่องเที่ยว

นอกจากหลักการในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งกล่าวในเบื้องต้นแล้วแนวทางการบริหาร และจัดการ การท่องเที่ยว ยังสามารถนำมาวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวได้ อันประกอบไปด้วย

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

Gunn (1994) กล่าวว่า การท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อย มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาท และหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม นอกกระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางกายภาพ ทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศ ป่าไม้ แหล่งน้ำ และอากาศ ตลอดจนการบริหาร และการจัด พื้นที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ได้ทั้งทางตรง และ ทางอ้อม ในทางเดียวกันระบบการท่องเที่ยวต้องจัดให้เหมาะสมกับอุปสงค์ของตลาดการท่องเที่ยว เราต้อง จัดอุปทานโดยการพัฒนาตามระบบการท่องเที่ยวในองค์ประกอบของอุปทานทั้ง 5 ดังรูปจะต้องรู้ว่าแต่ละ องค์ประกอบทำงานอย่างไร และตัดสินใจที่เกี่ยวข้องในการทำให้ระบบการท่องเที่ยวให้อยู่รอดต่อไป



แผนภาพ 2.4 องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ที่มา : Gunn (1994)

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

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

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

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชน

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

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

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

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

4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน

(พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจ, 2553) กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชนมีความสำคัญหลายด้าน โดยสามารถ แบ่งให้ชัดเจน คือ

1. มีความสำคัญต่อการวางแผนทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวชุมชนสำคัญต่อการวางแผนการท่องเที่ยว เนื่องจากการที่จะพัฒนา การท่องเที่ยวไปให้ได้อย่างยั่งยืนแล้ว ต้องมีกระบวนการการที่มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยเฉพาะการ วางแผนเพื่อดำเนินการการท่องเที่ยวของชุมชนของตน และในการวางแผนระดับประเทศก็ควรที่จะ คำนึงถึงชุมชนเป็นพื้นฐาน เช่น ลักษณะของสิ่งแวดล้อม ความเหมาะสมโดยภาพรวม

2. มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวชุมชนมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน เนื่องจาก การริเริ่ม การท่องเที่ยวชุมชนนั้น ควรที่จะเกิดจากความสมัครใจของชุมชนเป็นหลักก่อนเป็นสิ่งแรก และให้ชุมชน เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อการมีส่วนร่วมอย่าง ถูกทิศทาง และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวควรกระจายสู่ชุมชนอย่างยุติธรรม ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นนั้น จะเกิดได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

3. มีความสำคัญต่อองค์กรในทุกระดับ คือ ระดับโลก กลุ่มประเทศ ประเทศ และภูมิภาค

การท่องเที่ยวชุมชนมีความสำคัญต่อองค์กรในทุกระดับ เนื่องจากการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวชุมชน ควรที่จะได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุก ระดับ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรูปแบบขององค์กรตั้งแต่ระดับโลก จนถึงระดับท้องถิ่น ซึ่งให้ความสำคัญต่อ การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากเข้าใจว่าการท่องเที่ยวจะสำเร็จ ไปได้ยากหากขาดความร่วมมือจากชุมชนอย่างแท้จริง

4. เป็นรายได้ที่สำคัญสู่ชุมชน โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา/ยากจน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนที่หลายประเทศมองเป็นหลักโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา คือ การนำรายได้มาสู่ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรายได้หลัก หรือรายได้เสริม เพื่อที่จะได้รับการร่วมมือจากชุมชน ทั้งนี้ต้องเกิดจากการบริหารจัดการและการกระจายผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยุติธรรม

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

1. ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวหากสามารถนำรายได้ในระยะยาวมาสู่ชุมชนได้ก็จะสร้างความมั่นใจและได้รับความร่วมมือจากชุมชน

2. ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวสามารถทำให้ชุมชนภูมิใจท้องถิ่นของตน และอยากให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชุมชน เพราะต้องการที่จะให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก ความภาคภูมิใจนี้ ทำให้เกิดการไม่ทิ้งชุมชนของตนไปทำงานที่อื่น และการร่วมมืออนุรักษ์ และประชาสัมพันธ์ชุมชนของพวกเขาไว้

3. ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการเสริมสร้างความเสมอภาค และสันติภาพแก่ทุกฝ่าย รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตในสังคมของชุมชน และสร้างการปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันของคนในชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนด้วย

4. ด้านการเมือง ชุมชนได้มีสิทธิมีเสียงทางการเมืองเนื่องจากมีตัวแทนมาร่วมวางแผน และริเริ่มทางการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนรู้สึกถึงพวกเขาได้รับสิทธิและเกิดความรู้สึกหวงแหน และเป็นเจ้าของชุมชนอย่างแท้จริงตามมา

5. ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวชุมชน สามารถยังประโยชน์สู่สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรชุมชน หากชุมชนตระหนัก การพัฒนาที่ยั่งยืน จะเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรของชุมชน โดยร่วมมือกับทุกฝ่ายโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว

สามารถสรุปได้ว่า ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวชุมชนทั้งหมดนี้ มีส่วนเสริมซึ่งกันและกัน และชุมชนควรที่จะได้รับประโยชน์หลักจากการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนทั้ง 5 ด้าน เพื่อเป็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยแท้จริง ทั้งนี้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนต้องเกิดจากการเข้าใจหลักการการท่องเที่ยวชุมชนก่อน และพัฒนาอย่างไม่ก้าวกระโดด ควรพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เรียนรู้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และดำเนินกระบวนการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถานะ และเอกลักษณ์ของชุมชนเอง

4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อน หย่อนใจหรือวัตถุประสงค์อื่นที่แตกต่างกันไปที่มีใช้เพื่อการไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษา หรือเป็นคนในท้องถิ่น มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามา

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

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

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

กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนวางอยู่บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนโดยให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

พจนานุกรม (พจนานุกรม, 2546: 15) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สำคัญไว้ 4 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพา และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

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

4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้าน และผู้มาเยือน

4.4 แนวความคิดเกี่ยวกับชุมชนและองค์กรชุมชน

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

1. บุคลากร หมายถึง

- ผู้นำ คือ ผู้ที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกให้ดูแลความอยู่รอดขององค์กร
- สมาชิก คือ ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ทั้งทางความคิด การวางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล และการได้รับผลประโยชน์จากองค์กร
- ชาวบ้านทั่วไป ที่ไม่ได้เข้าร่วมอยู่ในองค์กรแต่มีผลต่อการดำรงอยู่ขององค์กร การดำเนินงานขององค์กร จะต้องมีการตัดสินใจร่วมกันทั้งผู้นำ และสมาชิก

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

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

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วย ผลประโยชน์ด้าน วัสดุ ด้านสังคม และส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการควบคุมและ ตรวจสอบการดำเนินงานกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวใน การมีส่วนร่วมต่อไป
2. โครงสร้าง และบทบาทหน้าที่ โดยทั่วไปมีโครงสร้างจัดไว้เป็นรูปแบบมาตรฐาน คือ มีประธาน รองประธาน เลขานุการ ประธานสัมพันธ์ ปฎิคม เจริญญิก ฝ่ายซื้อฝ่ายขายตรวจสอบ และ กรรมการอื่น ๆ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันตามตำแหน่ง และควรมีตำแหน่งที่มีเนื้องานให้ปฏิบัติจริง
3. สถานที่และวัสดุอุปกรณ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางของการรวมตัวกันสำหรับการประชุม การจัดกิจกรรม การเก็บวัสดุอุปกรณ์ และใช้ประโยชน์อื่น ๆ สำหรับชุมชน
4. กฎ กติการ่วมกัน เพื่อยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติและเป็นข้อตกลงร่วมกัน การที่ คนหลายคนมาอยู่รวมกลุ่มกัน ย่อมมีความคิดเห็นที่แตกต่างหรือขัดแย้งกัน ทศนะต่อการปฏิบัติตามจึง เป็นสิ่งสำคัญ
5. การสื่อสาร ระหว่างผู้นำกับสมาชิกองค์กรชุมชน ซึ่งมีหลายรูปแบบทั้งการจัดประชุม ชี้แจงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาข้อสรุปร่วมกัน การแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านหอกระจายข่าว การประชุมแกนนำองค์กร และการกระจายข้อมูลต่อในกลุ่มย่อย การใช้ความสัมพันธ์ทางสังคมและ วัฒนธรรมระหว่างผู้นำและสมาชิก การสื่อสารมีความสำคัญในการช่วยให้เกิดการรับรู้เข้าใจ และร่วมมือ กันมากขึ้น
6. การควบคุมตรวจสอบ เมื่อมีการแบ่งหน้าที่กันแล้วต้องมีการควบคุมตรวจสอบกัน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการรับรู้กันอย่างโปร่งใส โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงิน จะช่วยให้องค์กร ไม่มีปัญหาหรือป้องกันปัญหาหรือแก้ไขได้แต่เนิ่น ๆ
7. งบประมาณ เพื่อที่จะดำเนินงานไปได้ด้วยดีจำเป็นจะต้องมีการระดมทุนทั้งภายใน และภายนอกเพื่อทำกิจกรรมได้ แต่ในทางที่ดีควรจะมีการระดมทุนจากภายในชุมชนก่อน เมื่อขาดเหลือ จึงค่อยแสวงหางบประมาณจากภายนอก นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภายนอกทั้งจากภาคราชการ ภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในด้านการเป็นแหล่งเงินทุน แหล่งความรู้ และเป็นสื่อที่กระตุ้นให้เกิดการรวมตัวของชุมชน การเกิดการยอมรับจากสังคมภายนอกนั้น และเป็นแรงผลักดันให้ชุมชนเกิดความเชื่อมั่นในขีดความสามารถ และศักยภาพของชุมชนมากขึ้น (มันทนา สามารถ และคณะ, 2543; ธีระพงษ์ แก้วหาญ, 2546: 62-65)

4.5 การท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วม: เครื่องมือสำคัญที่นำไปสู่ชุมชนยั่งยืน

จากแนวโน้มของกระบวนทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยว “การท่องเที่ยวสร้างสรรค์” จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว เนื่องจาก การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น จะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว และเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนา ศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน ในประเทศนิวซีแลนด์ ได้นำเอาแนวคิดการท่องเที่ยว

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

4.6 การท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

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

4.7 หลักการพื้นฐานที่สำคัญ

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้ถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนตนเอง
2. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน
3. ระดมความคิดให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนตนเองอย่างมีทิศทาง ที่ถูกต้อง และเหมาะสม
4. สร้างความตระหนักรู้ว่าชุมชนเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการอนุรักษ์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และวัฒนธรรม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้
6. ยกระดับคุณภาพของคนในชุมชนทั้งทางด้านชีวิตความเป็นอยู่ระบบสาธารณสุข สาธารณูปโภคในชุมชน

7. การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมในทุกภาคส่วน
8. เกิดสันติภาพจากการเคารพ และยอมรับเพื่อศึกษา แลกเปลี่ยน และเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างซึ่งกันและกัน

4.8 การเตรียมความพร้อมต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

โดยชุมชนที่ต้องการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมต้องมีการเตรียมความพร้อมดังต่อไปนี้

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

5. การสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

5.1 ความหมายของชุมชนเข้มแข็ง

เพื่อให้การพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างยั่งยืน จึงต้องเริ่มจากการใช้จุดแข็งในสังคม และทุนทางสังคมที่มีอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง

ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ได้มีการให้แนวคิด และความหมายของชุมชน และความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อเป็นแนวทางและการนำไปสู่การปฏิบัติตามยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาไว้ดังนี้

ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกัน และมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นปกติต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกันหรือมีอาชีพร่วมกันหรือการประกอบกิจการซึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือการมีวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน (นายไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม) โดยความเป็น

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

จากความหมายข้างต้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ชุมชนมีความหมายมากกว่าการที่คนแต่ละคนมาอยู่ร่วมกัน แต่ได้สร้างความสัมพันธ์กันโดยมีหลักการ เงื่อนไข กติกา ซึ่งเราเรียกโดยรวมว่า ระเบียบ

บรรทัดฐานของการอยู่ร่วมกัน ชุมชนจึงมีลักษณะเป็นองค์กรทางสังคมที่สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของสมาชิก และสามารถช่วยให้สมาชิกสามารถจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่มีอยู่ร่วมกันได้

ความเข้มแข็งของชุมชน จึงหมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของเมืองหรือชนบทรวมตัวกันเป็น“องค์กรชุมชน” โดยมีการเรียนรู้ การจัดการ และการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของชุมชนแล้วถึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ตลอดจนมีผลกระทบสู่ภายนอกชุมชนที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยจะเรียกชุมชนนี้ว่า กลุ่ม ชุมชน สหกรณ์ บริษัท องค์กรชาวบ้าน เครือข่ายหรืออื่น ๆ ที่มีความหมายแสดงถึงการร่วมมือช่วยเหลือกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน และด้วยความเอื้ออาทรต่อชุมชนอื่น ๆ ในสังคมด้วย

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

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอาศัยอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยในแต่ละชุมชนจะมีการพัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนในมิติต่าง ๆ เช่นมิติทางด้านเศรษฐกิจมิติทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ มิติทางด้านสังคม และมิติทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั้น อาจพัฒนาความเข้มแข็งได้เพียงบางมิติเท่านั้น เนื่องจากเงื่อนไขและกระบวนการที่นำไปสู่ความเข้มแข็งในแต่ละมิติของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน

5.2 องค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็ง

จากการดำเนินงานเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน คณะอนุกรมเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤตภายใต้คณะกรรมการนโยบายสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกรอบองค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็งไว้ว่าจะต้องประกอบด้วย

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

5.3 ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง

ชุมชนที่มีความเข้มแข็งมีลักษณะที่สำคัญดังนี้คือ

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

5.4 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

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

1. การส่งเสริมกระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อเผชิญปัญหาวิกฤต โดยพัฒนาศักยภาพให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกันร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรักษาผลประโยชน์ของชุมชนด้วยตนเอง รวมทั้งให้ความสำคัญกับการปรับวิถีคิดและวิธีการทำงานของบุคลากรภาครัฐจากการเป็นผู้สั่งการเป็นผู้สนับสนุนในการจัดการและแก้ไขปัญหาของชุมชนเอง
2. การส่งเสริมกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในลักษณะ “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมเรียนรู้” เพื่อส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยกระบวนการส่งเสริมและสนับสนุนชุมชนได้มีการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อการพัฒนาอาชีพ

และเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาสวัสดิการสังคม และสวัสดิภาพของชุมชนการฟื้นฟู อนุรักษ์ และจัดการทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน การค้นหาศักยภาพและการพัฒนาภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการจัดทำแผนความต้องการของชุมชน รวมทั้งการสร้าง ประชาคมภายในชุมชน และการสร้างเครือข่ายของชุมชน

5.5 แนวทางการพัฒนาให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง

1. บริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง ด้วยการส่งเสริมการรวมตัวเรียนรู้ร่วมคิด ร่วมทดลองปฏิบัติจริง รวมทั้งการเสริมหนุนกลุ่มที่มีการรวมตัวอยู่แล้วให้เข้มแข็ง เน้นศักยภาพ ความพร้อมของชุมชน เชื่อมโยงกับการทำมาหาเลี้ยงชีพตั้งแต่ระดับปัจเจก ระดับครอบครัวจนถึงระดับ ชุมชน คำนึงถึงความพอประมาณและความพออยู่พอกินเป็นลำดับแรกก่อนที่จะเชื่อมต่อกับชุมชน และ สังคมภายนอกมีกระบวนการจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นขั้นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ ทั้งภายใน และ ภายนอกชุมชน โดย

1.1 การส่งเสริมการรวมตัวของคนในชุมชนทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของชุมชน

ในรูปแบบที่หลากหลายที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งในเชิงพื้นที่หรือ ประเด็นความสนใจ และเสริมหนุนชุมชนที่มีการรวมตัวเป็นกลุ่มต่างๆ อยู่แล้วให้มีขีดความสามารถใน การพัฒนามากขึ้น โดยการเปิดพื้นที่สาธารณะในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ เป็นประโยชน์ผ่านสื่อบุคคล สื่อการศึกษาสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับชาติ รวมถึงการปรับปรุงกลไก ทางกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการการเงินการคลังเพื่อเอื้ออำนวยให้ภาคส่วนต่างๆ เข้ามาร่วม สนับสนุนการสร้างชุมชนเข้มแข็ง

1.2 การจัดการองค์ความรู้และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างครบวงจร

1. พัฒนาฐานข้อมูลชุมชนให้เป็นระบบและปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งข้อมูล คร่าวเรือน ข้อมูลศักยภาพชุมชนในประเด็นต่างๆ อาทิ สถานะของกลุ่มต่างๆ กิจกรรมของชุมชน ทูทางเศรษฐกิจ ทูทางทรัพยากรธรรมชาติ ทูทาง ภูมิปัญญาท้องถิ่น และปราชญ์หรือผู้นำตามธรรมชาติในชุมชน การสืบค้น ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และวัฒนธรรมชุมชน เป็นต้น โดยจัดทำเป็นแผนที่ ทูของชุมชนที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก และนำไปใช้เป็นฐาน ในการจัดการทรัพยากรของชุมชน และกำหนดทางเลือกการพัฒนา ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต
2. จัดให้มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมกำหนดแนวทาง และกิจกรรมการพัฒนาของชุมชนที่ยึดหลักการ พึ่งพาตนเองด้วยศักยภาพทรัพยากร ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น โดยนำข้อมูลชุมชนมาวิเคราะห์หาปัญหา และสาเหตุ ค้นหาทางออก นำไปทดลองปฏิบัติจริง มีเครือข่ายการศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการต่อยอดปรับใช้ประโยชน์ โดยใช้แหล่งทุนในชุมชน

อาทิ ธนาคารประชาชน สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน และกองทุนต่างๆ ของหมู่บ้าน-ชุมชน พัฒนาความต้องการของชุมชนให้เป็นแผนชุมชนไปเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาท้องถิ่น แผนยุทธศาสตร์จังหวัด และแผนอื่นๆ ตามความเหมาะสม

3. ส่งเสริมให้กลุ่มปราชญ์ กลุ่มแกนนำ และผู้รู้ ถ่ายทอดความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้และการจัดการความรู้ในชุมชน โดยเชื่อมโยงความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่จริง ควบคู่กับการค้นหาผู้นำตามธรรมชาติรุ่นใหม่ที่เข้มแข็ง มีคุณธรรมจริยธรรม มีความเพียร และมีจิตสำนึกต่อส่วนรวมให้เป็นพลังขับเคลื่อน และขยายผลกิจกรรมการเรียนรู้ของชุมชนในวงกว้าง และระยะยาว
4. สนับสนุนการจัดการองค์ความรู้ และการทำวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับความหลากหลายของทุนในชุมชน ควบคู่กับการฟื้นฟูความรู้พื้นบ้าน โดยสนับสนุนบทบาทนักวิจัยท้องถิ่นร่วมกับนักวิจัยของสถาบันการศึกษาในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม เช่น การทำเกษตรผสมผสาน และการทำหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น โดยรวบรวมความรู้ต่างๆ อย่างเป็นระบบ เผยแพร่สู่ชุมชน และมีกระบวนการพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์สู่การพึ่งตนเอง และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

1.3 การสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ด้วยการส่งเสริมความมั่นคงของครอบครัว การจัดการทางสังคมในชุมชน การปลูกฝังค่านิยมที่ดีงาม การสร้างระบบความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของชุมชน และระหว่างชุมชนอย่างเท่าเทียมด้วยบริบททางศาสนาและวัฒนธรรมชุมชน และการให้ความคุ้มครองสิทธิ โดย

1. เสริมสร้างครอบครัวให้มีความมั่นคง มีสัมพันธภาพที่ดี มีความเข้มแข็งทางคุณธรรมจริยธรรมในครอบครัว โดยจัดกิจกรรมปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใช้สื่อชุมชนและสื่อสาธารณะให้ข้อมูลข่าวสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต
2. เสริมสร้างโอกาสและสภาพแวดล้อมในชุมชนให้เอื้อต่อการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งในระบบและนอกระบบอย่างต่อเนื่อง เชื่อมโยงแหล่งเรียนรู้ในชุมชน
3. เสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ทั้งการสร้างหลักประกันชีวิต สวัสดิการสังคม ความมั่นคงด้านอาหาร ความมั่นคงด้านสุขภาพ และที่อยู่อาศัย การคุ้มครองผู้บริโภค และความมั่นคงในสิทธิมนุษยชน

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

5.6 การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน

ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพ และรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมบทบาทสตรีในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน และนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจน

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

5. อาชีพของกลุ่มต่างๆรวมทั้งคนพิการที่สอดคล้องกับความหลากหลายของอาชีพในชุมชน เพื่อลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ

5.7 การเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูลกัน

ด้วยการส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสงวน อนุรักษ์ พัฒนา ใช้ประโยชน์ และเพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

1. สร้างความตระหนักรู้ของชุมชนในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่มีต่อวิถีชีวิต รวมทั้งกระจายอำนาจการจัดการทรัพยากรของท้องถิ่นให้ชุมชนที่มีศักยภาพเข้ามามีส่วนร่วมกับรัฐในการอนุรักษ์ พัฒนาและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. สนับสนุนกลไกชุมชน และเครือข่ายในการจัดการ และปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับการผลิตเพื่อการยังชีพของชุมชนอย่างเป็นธรรม
3. เสริมสร้างขีดความสามารถและองค์ความรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นภาคีหลักในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการป่า และพื้นที่อนุรักษ์ การจัดการลุ่มน้ำ การจัดการ และฟื้นฟูป่าชายเลนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในท้องถิ่น เป็นต้น โดยมีการใช้และแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยุติธรรม

5.8 บทบาทของภาคีการพัฒนาให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง

ในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้อย่างมั่นคง ชุมชนมีการเรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง เป็นชุมชนที่น่าอยู่ มีความสุข และมีการเชื่อมต่อระหว่างชุมชนเป็นเครือข่ายขยายผลเพื่อการพัฒนาทั่วทั้งประเทศ แต่ละภาคีการพัฒนามีบทบาท ดังนี้

ภาครัฐ ส่วนกลาง

1. บริหารสังคมโดยการเชื่อมโยงแผนทุกระดับ ตั้งแต่แผนพัฒนาระดับชาติ แผนบริหารราชการแผ่นดิน แผนปฏิบัติราชการ ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด แผนท้องถิ่น และแผนชุมชน อย่างเป็นขั้นเป็นตอน รวมทั้งบูรณาการกิจกรรมภายใต้วาระแห่งชาติด้านต่างๆ
2. ประสานและอำนวยความสะดวกให้ภาคีต่างๆ ทั้งระดับชาติ จังหวัด องค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มปราชญ์ แกนนำชุมชนมีบทบาทร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อชุมชน รวมทั้งการสนับสนุนงบประมาณ และวิชาการ
3. ปรับปรุงกฎ ระเบียบ กฎหมาย เครื่องมือด้านการเงิน การคลัง การระดมทุนนอกระบบงบประมาณ

4. กระจายอำนาจการบริหารจัดการด้านบริการขั้นพื้นฐานสู่ท้องถิ่นและชุมชน พร้อมทั้งเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งในด้านการเงิน ด้านปัจจัยสี่ การดูแลสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองสิทธิต่างๆ ของประชาชนและชุมชน ดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเศรษฐกิจและสังคมในส่วนที่เกินขีดความสามารถของท้องถิ่น

5. ปรับวิธีคิดของเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้มีมุมมองในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชุมชนแบบองค์รวม เป็นผู้หนุนเสริมศักยภาพ ชุมชน อำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง ตลอดจนทำความเข้าใจกับแนวทางปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเพิ่มบทบาทในการดำเนินการและสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

6. สร้างระบบเตือนภัยทางสังคมที่เชื่อมโยงตั้งแต่ระดับชุมชน จังหวัด ระดับชาติ และนานาชาติ โดยเฉพาะการเฝ้าระวังผลกระทบต่อชุมชนตามแนวชายแดนที่มีแนวโน้มการเกิดอาชญากรรมข้ามชาติ เนื่องจากการเคลื่อนย้ายคนโดยเสรีทั้งในเรื่องการค้ามนุษย์ ยาเสพติดและการฟอกเงิน

ส่วนท้องถิ่น

1. นำแผนชุมชนมาประกอบการจัดสรรงบประมาณการพัฒนาท้องถิ่นและผลักดันการดำเนินงานภายใต้แผนชุมชนให้บังเกิดผลเป็นรูปธรรม โดยการระดมทรัพยากรภายในพื้นที่รับผิดชอบ ทั้งจากภาครัฐ เอกชน พัฒนาเอกชน และชุมชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของที่นำไปสู่การพัฒนาชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน

2. จัดบริการทางเศรษฐกิจและสังคมขั้นพื้นฐานให้ชุมชนอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ คนในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุน การศึกษา สาธารณสุข และการคุ้มครองทางสังคมได้อย่างเท่าเทียมกัน

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

4. พัฒนาระบบข้อมูลท้องถิ่น ให้เป็นระบบ และปรับให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งข้อมูลครัวเรือน ข้อมูลศักยภาพท้องถิ่นในประเด็นต่าง ๆ

5. พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลของชุมชน และจัดทำตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนในมิติต่างๆ เช่น ตัวชี้วัดความสุขของชุมชน ทั้งความสุขภายในจิตใจ

ภาคเอกชน

1. สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างองค์ความรู้ และยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำวิจัยร่วมกับชุมชน เป็นหุ้นส่วนของชุมชนในการต่อยอดภูมิปัญญา ประสาน และสร้างความสมดุลระหว่างภาคเศรษฐกิจ และชุมชน

2. สนับสนุนทรัพยากร วิทยาการ สร้างอาชีพในชุมชน และร่วมรับผิดชอบต่อชุมชน รอบสถานประกอบการ ให้มีกิจกรรมอาสาสมัครเพื่อสังคม รวมทั้งมีการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีงามของชุมชน

3. สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน การบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน การสร้างผู้ประกอบการใหม่ ร่วมสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากความหลากหลายทรัพยากร และศักยภาพของชุมชน สนับสนุนทั้งใน รูปเงินลงทุน โอกาสทางการตลาด องค์ความรู้ โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

ชุมชน (ประชาชน/ประชาคม)

1. รวมกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาฐานข้อมูลชุมชน กำหนดแนวทาง และกิจกรรม การพัฒนาของชุมชนที่ยึดหลักการพึ่งพาตนเองด้วยการคำนึงถึงศักยภาพทรัพยากร ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น โดยนำข้อมูลชุมชน มาวิเคราะห์หาปัญหา และสาเหตุ ค้นหาทางออก นำไปทดลองปฏิบัติจริงบนฐานองค์ความรู้ และศักยภาพของชุมชน ศึกษางานแลกเปลี่ยนเรียนรู้จาก เครือข่าย และจัดทำแผนชุมชนแบบมีส่วนร่วม

2. ริเริ่ม และเป็นแกนนำจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ชุมชน โดยเฉพาะกิจกรรมที่เชื่อมโยงบทบาท ระหว่างบ้าน สถาบันศาสนา โรงเรียน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสร้างเครือข่ายการดูแล คัดกรอง การจัดสวัสดิการสังคมภายในชุมชน รวมถึงการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทุกประเภท และดูแลรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

3. จัดให้มีมาตรการทางสังคมในชุมชน ติดตาม ตรวจสอบบริการต่างๆ สร้างธรรมาภิบาล ในชุมชน และให้มีมาตรการคุ้มครองผู้ที่ทำประโยชน์เพื่อชุมชน/สังคม

สถาบันทางสังคมอื่น ๆ

องค์กรพัฒนาเอกชน

1. มีบทบาทในการจัดการองค์ความรู้ ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชุมชน เป็นพี่เลี้ยง ที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการเข้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และบริหารจัดการ

2. เป็นหน่วยเติมเต็มช่วยเหลือเกื้อกูลในเรื่องที่ชุมชนขาดแคลน ประสบปัญหาเร่งด่วน ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการดูแลและเยียวยาผู้ด้อยโอกาส เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สถาบันการศึกษา/นักวิชาการ

1. ทำวิจัยร่วมกับชุมชนโดยชุมชนเป็นนักวิจัยหลัก ถอดรหัสความรู้ที่อยู่ในตัวภูมิปัญญา ท้องถิ่นให้เป็นความรู้ที่เปิดเผย รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูล และที่ปรึกษาของชุมชน

2. สร้างศักยภาพชุมชนให้สามารถจัดการความรู้ในชุมชนของตนเอง และสร้าง กระบวนการเรียนรู้ให้ชุมชน รวมทั้งต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชุมชนสามารถ นำไปสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเกิดรายได้แก่ชุมชน

3. กระตุ้นเผยแพร่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารความรู้ใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในโลก ยุคใหม่ เช่น ภาษาต่างประเทศ ผลของภาวะโลกร้อนต่อระบบนิเวศ และการทำมาหาเลี้ยงชีพ ภัยไซเบอร์ ฯลฯ

สถาบันศาสนา

1. ปลุกฝังทัศนคติและแนวธรรมะปฏิบัติที่ถูกต้องในการดำรงชีวิตเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และให้บุคลากรทางศาสนาเป็นตัวอย่างที่ดีในการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง

2. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ชุมชนและสถาบันครอบครัวในการทำกิจกรรม สาธารณประโยชน์ การปลูกฝังค่านิยม จิตสำนึก และการสืบสานจารีตประเพณี
3. เป็นศูนย์รวมใจเชื่อมโยงสายใยของคนให้มาร่วมในการพัฒนาครอบครัว ชุมชน

สื่อ

1. เป็นแกนกลางในการไหลเวียนข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการปรับตัวของ ชุมชน กระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้แก่ชุมชนผลกระทบการค้าเสรีการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งสินค้า และ บริการ ตลอดจนการสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักถึงสิทธิอันพึงมีพึงได้ของประชาชน ชุมชน
2. ปลูกจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม สร้างค่านิยมรักถิ่น ครอบครัวยั่งยืน พฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบพออยู่พอกินบนพื้นฐานวัฒนธรรมที่งดงามแก่เด็ก เยาวชน และสังคมไทย และทั้ง ร่วมกันดูแลฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม
3. สอดแทรกสาระสร้างสรรค์สังคมในสื่อทุกรูปแบบ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เด็ก และครอบครัว และเปิดโอกาสให้เด็กมีบทบาทร่วมผลิตสื่อสร้างสรรค์
4. ใช้สื่อในชุมชนทุกรูปแบบในการให้ความรู้ สร้างค่านิยมที่ดีแก่ชุมชน เช่น ข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าอันตราย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การสร้างกิจกรรมให้ครอบครัว การ สร้างสำนึกรักบ้านเกิด การเชิดชูคนดี และการสร้างระเบียบวินัยของคน ชุมชน เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

6.1 ความหมาย และความสำคัญของวัฒนธรรม

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2535 อ้างใน สิปปนนท์ นวลละออง (2556) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า “วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลกระทบจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสม และสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่ง ไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และผลิตผล ทั้งที่เป็น รูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ ฟื้นฟู ถวายทอด สร้างเสริมอัตลักษณ์และพร้อมที่จะ แลกเปลี่ยนเพื่อสร้างคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ จึงจะช่วยให้มนุษย์ ดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ” โดยส่งผ่านคุณค่าเหล่านั้นไปสู่สังคมโดยรวม อาทิ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งวิถีชีวิต ด้านต่าง ๆ ที่นำมาพิจารณาได้แก่ ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา ศิลปะท้องถิ่น ความเชื่อ อาชีพ การแต่งกาย และ อาหาร

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

นอกจากนี้ ฉัตรเฉลิม องอาจธนศาล อ้างใน

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

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์
2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ
3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น
4. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ
5. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์ และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น

6.2 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. มิติทางวัฒนธรรม

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

2. การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมค่อนข้างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักสนใจ และต้องการเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศอื่นที่แตกต่างไปจากประเทศของตนเอง โดยผ่านการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ซึ่งหมายรวมถึง ศิลปะทุกแขนงทั้งสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ตลอดจนมรดกทางประวัติศาสตร์ซึ่งหมายถึง โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งความสนใจต่อสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานความสนใจดั้งเดิมของนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว

การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว เพื่อความสนใจพิเศษอีกรูปแบบหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบนี้ มีข้อแตกต่างกันตรงที่ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมให้ความสำคัญต่อการสัมผัสวัฒนธรรม ซึ่งมีสภาพเป็นวัตถุหรือการแสดง ในขณะที่การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น ให้ความสำคัญกับการสัมผัสวัฒนธรรม โดยผ่านวิถีชีวิตมนุษย์ซึ่งเป็นผู้สร้างวัฒนธรรม

ตาราง 2.1 แสดงตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

รูปแบบที่จัดในต่างประเทศ	รูปแบบที่จัดในย่านตลาดพลู
1. การชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก เช่น หอเอนเมืองปิซา ประเทศอิตาลี นครวัด ประเทศกัมพูชาปิรามิด ประเทศอียิปต์	1. วัดอินทาราม, วัดจันทาราม, วัดราชคฤห์ และวัดโพธิ์นิมิตร
2. การชมพระราชวังที่มีชื่อเสียง เช่น พระราชวังแวร์ซายส์ ประเทศฝรั่งเศส พระราชวังบั๊กกิงแฮม ประเทศอังกฤษ ฯลฯ	2. บ้านไม้โบราณสมัย ร.5 เรือนแถวไม้โบราณ
3. การชมพิพิธภัณฑ์	3. การทำขนมไหว้ในเทศกาลต่างๆ ของชาวจีน
4. การชมหอศิลป์	4. การละเล่นกระต๊อแทงเสือ เชิดสิงห์โต
5. การชมละครเวทีโอเปร่า	5. งานเทศกาลพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

3. การปรับเปลี่ยนของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมสู่รูปแบบใหม่

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

7. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์

7.1 ความเป็นมา และความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

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

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

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

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

โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแนวใหม่ของยูเนสโก จึงเน้นถึงความผูกพัน (Engaged) ผ่านประสบการณ์จริง (Authentic Experience) ซึ่งเป็นการส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (Active understanding of the specific cultural features of a place) ซึ่งทิศทางดังกล่าวนี้สอดคล้องกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

คำว่า Creative Tourism “บัญญัติ” ขึ้น โดย คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และ เกร็ก ริชาร์ด (Greg Richards) ซึ่งกล่าวว่าเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มาเยือนประเทศแถบเอเชีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และ ออสเตรเลียที่ได้เขียนเล่าประสบการณ์อันน่าประทับใจของตนเมื่อได้เข้าฝึกงานวัฒนธรรมไทยที่จังหวัดเชียงใหม่ หลายสัปดาห์ ก่อนจะไปเรียนรู้การปรุงอาหารมังสวิรัตที่บาห์ลี อินโดนีเซีย แล้วไปอบรมช่วงสั้น ๆ เกี่ยวกับการเป็นผู้ดูแลฝูงแกะ และปศุสัตว์ (Jillaroo) ในออสเตรเลีย คำว่า “Creative Tourism” จึงเป็นคำที่เหมาะสมเพื่อใช้เรียกพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว ที่ให้ความสำคัญกับมรดกทางวัฒนธรรมนามธรรมมากขึ้น

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

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

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

7.2 คุณลักษณะของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

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

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

7.3 ความหมาย และความสำคัญของการสร้างคุณค่า (Value Creation)

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

อาจกล่าวได้ว่า Value Creation เป็นการเริ่มต้นมาจากการนำความคิดสร้างสรรค์ดั้งเดิมและพื้นฐานของทักษะที่มีอยู่บนทรัพยากรสินมาผสมกับความรู้จากการคิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อนำไปเพิ่มการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

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

2. ความหมายและความสำคัญของนวัตกรรม (Innovation)

ลีปบันท์ นวลละออง (2556) กล่าวถึงการสร้าง “นวัตกรรม (Innovation)” เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ด้วยวิธีการใหม่ กระบวนการใหม่ หรือแม้แต่แนวคิดใหม่ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งนามธรรมและรูปธรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าแก่ทั้งตนเอง และสังคมโดยรวม โดยนวัตกรรมเกิดจากการเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่มีอยู่ เช่น ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี คณิตศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ การแพทย์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และ ศิลปวัฒนธรรม เพื่อนำความรู้ที่เป็นนามธรรมดังกล่าวไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมได้ซึ่งนวัตกรรมมีความหมายที่ต่างกับคำว่า “การประดิษฐ์(Invention)” ซึ่งเน้นสิ่งใหม่ในเชิงวัตถุมากกว่า

อย่างไรก็ตาม วันทนี สว่างอารมณ์ (2550) กล่าวว่านวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างองค์ความรู้และการผลิตออกสู่ตลาด นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้นักุณยสามารถนำความรู้และวิทยาการใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์จนถึงผู้บริโภคได้ โดยเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมในการใช้ชีวิต อาทิเช่น วัฒนธรรม ศาสนา เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม การเมือง และเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ ศุภชัย หล่อโลหการ (2555) กล่าวถึง “นวัตกรรม” คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม” โดยนวัตกรรมนับเป็นกลยุทธ์สำคัญ ที่ประเทศต่างๆได้นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การบริการใหม่ ตลอดจนการดำเนินธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม อันจะก่อให้เกิดการยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันในเชิงเศรษฐกิจ รวมถึงยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมของประเทศให้ทัดเทียมสังคมโลก

8. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี : กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

8.1 ข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์

วิวัฒนาการประวัติความเป็นมา และความสำคัญของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของย่านเมืองเก่าในพื้นที่ชุมชนตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร บริเวณ แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรีว่า ที่ตั้งของชุมชนตลาดพลูอยู่บริเวณคลองบางกอกน้อยหรือคลองบางหลวงซึ่งเป็นเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญตั้งแต่สมัยธนบุรีจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในอดีตชุมชนตลาดพลูเคยเป็นแหล่งผลิตรวมสินค้าหยาบของนครกรุงเทพ และที่อื่น ส่งา ลือชาพัฒนพร (2548: 44-45) กล่าวว่าคลองบางกอกน้อยยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยากับลำคลองสายต่างๆ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ความสัมพันธ์ และวิถีชีวิตรวมถึงเอกลักษณ์รูปแบบสถาปัตยกรรมโบราณของชาวชุมชนตลาดพลูได้ถูกลบเลือนหายไปเนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. กุศนุ สมบุษย์รุ่งเรือง (2553) กล่าวถึงวิวัฒนาการของย่านเมืองเก่าในพื้นที่ชุมชนตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรต่อมาหลังจากมีการย้ายราชธานีไปยังฝั่งพระนครชาวจีนบางส่วนจึงย้ายมาที่สำเพ็งตั้งแต่ พ.ศ. 2325 เป็นต้นมา จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงโดยชุมชนอิสลามได้เป็นผู้นำในการทำสวนพลู ต่อมาชาวจีนได้สืบทอดต่อจนทำให้มีการพัฒนาไปเป็นสวนพลูขนาดใหญ่และศูนย์กลางการค้าริมแม่น้ำฝั่งธนบุรี

2. กฤตยัม สมบุตยรูงเรือง (2553) กล่าวว่าใน พ.ศ.2472 มีการสร้างสะพานพระพุทธรูปอดฟ้า จุฬาลงครเพื่อเชื่อมฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรี ทำให้การค้าและการคมนาคมสัญจรทางน้ำ ลดบทบาททลง โดยการคมนาคมสัญจรทางบกได้มีเข้ามาแทนที่การคมนาคมทางน้ำ
3. กฤตยัม สมบุตยรูงเรือง (2553) กล่าวว่าตั้งแต่มีการสร้างสะพานพระพุทธรูปอดฟ้าจุฬาลงคร บริเวณพื้นที่นี้ก็มีการสร้างตึก ห้องแถว และห้องเช่า เพื่อบริการรับการค้าเข้ามาของ อุตสาหกรรมโรงงานซึ่งมาแทนการเกษตรกรรมในพื้นที่ที่มีมาแต่ดั้งเดิม
4. กฤตยัม สมบุตยรูงเรือง (2553) กล่าวว่าใน พ.ศ.2526 มีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระ คร่อม พื้นที่ตลาดพลูทำให้การเป็นศูนย์กลางการค้าเปลี่ยนไปสู่แหล่งธุรกิจสถานบริการบันเทิง และอาบอบนวด

อย่างไรก็ตามการตีความสถาปัตยกรรมของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า ฝั่งธนบุรี: กรณศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร จากการศึกษาลักษณะและรูปแบบของศิลปะและ สถาปัตยกรรมในย่านนี้จะช่วยให้คณะวิจัยในวิเคราะห์แนวทางและวิถีในการดำเนินชีวิตของคนชุมชนย่าน นี้ซึ่งมีความสัมพันธ์กับด้าน ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความเชื่อ วัฒนธรรม พฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมได้ โดย คณะวิจัยจะศึกษาจากหลักฐานทางสถาปัตยกรรมและร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา และจะนำมา เปรียบเทียบและวิเคราะห์เป็นแนวทางเบื้องต้นในการอนุรักษ์ และการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนอย่าง สร้างสรรค์ต่อไป

8.2 ทฤษฎีการการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นการรักษา คุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในชุมชนและท้องถิ่นนั้นๆ ควบคู่กับการสร้างรายได้จาก สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่ง วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยว ทฤษฎีการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่

1. การเยี่ยมชมแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ และสถานที่จัดแสดงศิลปะโบราณวัตถุ
2. การเยี่ยมชม และการมีส่วนร่วมในการแสดงออกทางวัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ ประเพณีจาก ความเชื่อเรื่องผีหรือสิ่งลึกลับ ประเพณีจากเรื่องธรรมชาติ ประเพณีจากพุทธศาสนา ประเพณี
3. จากสาเหตุอื่นๆ เช่น เอกลักษณ์ประจำชาติ แสดงถึงรากฐานประวัติศาสตร์และ วิวัฒนาการของชนชาติที่ยาวนาน เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ในชุมชน ได้แก่ ย่านประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ ตลอดจนนครประวัติศาสตร์ เช่น อนุสาวรีย์ สถาปัตยกรรมแห่งชาติ อาคารสัญลักษณ์ ประจำเมืองย่านประวัติศาสตร์หรือหมู่บ้านประวัติศาสตร์ และนครประวัติศาสตร์ เป็นต้น

วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึงทฤษฎีการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรมว่ามีลักษณะเฉพาะของทฤษฎีการประเภทส่วนรวม ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ

1. มีคุณสมบัติทำให้ยากแก่การที่จะกีดกันการใช้ประโยชน์ (Excludability)
2. ทฤษฎีการที่ใช้แล้วหมดไป (Subtract ability)

8.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน

วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึง ศักยภาพของชุมชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมว่าชุมชนต้องมีความพร้อม หรือองค์ประกอบในการรองรับการท่องเที่ยว คือ

1. ต้องมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ การแสดงออกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์มีภูมิปัญญาท้องถิ่นควรแก่การอนุรักษ์หรือพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม โดยภายใน และภายนอกชุมชนมีทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่สำคัญ บ่งบอกถึงประวัติความเป็นมาหรือสัมพันธ์กับชุมชนด้านการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืน และสงวนให้กับชุมชน เป็นต้น
2. ต้องมีองค์กรชุมชนหรือกลุ่มคนในชุมชนสนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมควบคู่หรือคู่ขนานกันกับที่จัดการชุมชนในด้านอื่นๆ
3. เพื่อก่อให้เกิดการสร้างการรับรู้และการพัฒนาศักดิ์ศรีชุมชนต้องมีการประสานงานหรือปฏิสัมพันธ์ทั้งภายใน และภายนอกองค์กรในด้านวิชาการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ การท่องเที่ยว การศึกษา และสาธารณสุข

8.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

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

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

วศิน ปัญญาวุธตระกูล (2550) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในชุมชนว่าเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค และจะบริโภคเป็นปริมาณมากน้อยเท่าไร นั้น ดังนี้

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

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวในชุมชนยังเกี่ยวข้องกับการกระตุ้น และการตอบสนองพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวในชุมชน โดยเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุการเยี่ยมชมและการมีส่วนร่วมในการแสดงออกทางวัฒนธรรมชุมชน และการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ในชุมชน ได้แก่

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

การแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวตามลักษณะวิถีชีวิต และตามความสนใจพิเศษ (กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว) กลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะวิถีชีวิต

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 Family Value “ครอบครัวสำคัญ”

กลุ่มที่ 2 Safety Techie “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

กลุ่มที่ 3 In-Trend “เรียนรู้คู่กระแส”

กลุ่มที่ 4 Explorer “บุกเบิกค้นหา”

กลุ่มที่ 5 Conservative “อนุรักษ์นิยม”

กลุ่มที่ 6 Festive “เร่ร่อนเทศกาล”

กลุ่มที่ 1 Family Value “ครอบครัวสำคัญ”

แรงจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเดินทางของกลุ่มครอบครัวสำคัญคือ การพักผ่อนร่วมกันในหมู่สมาชิก บรรยากาศระหว่างการเดินทาง ช่วยทำให้ครอบครัวหรือสมาชิกในกลุ่มผูกพันกันยิ่งขึ้นกิจกรรมการเรียนรู้หรือการแบ่งปัน ทำบุญไหว้พระ ระหว่างการเดินทางเป็นกิจกรรมหลักส่วนหนึ่งของการเดินทางเกือบทุกครั้ง รวมถึงการร่วมงานเทศกาลที่มีบรรยากาศที่สนุกสนาน ล้วนเป็นกิจกรรมที่คนกลุ่มนี้ให้ความสนใจและยอมรับส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้มีอายุตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงเกษียณอายุ ระดับการศึกษาครอบคลุม

กว้างขวาง ระดับฐานะทางสังคมปานกลางถึงดี บ้างก็เป็นพ่อแม่ปู่ ย่าตายาย บ้างก็เป็นลูกหลานที่ร่วมกันเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนร่วมกัน

กลุ่มที่ 2 Safety Techie “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

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

กลุ่มที่ 3 In-Trend “เรียนรู้คู่กระแส”

มีความต้องการปัจจัยต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวคล้ายคลึงกับกลุ่มสะอาดปลอดภัยและทันสมัยเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการคัดเลือกสถานที่เดินทาง แหล่งที่พัก ที่ต้องเน้นความสะดวกสบายโดยเฉพาะความเพียบพร้อมทางด้านเทคโนโลยี และการติดต่อสื่อสารที่ดีเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงนิยมเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการบอกต่อ ๆ กันมา ว่าดี สวย มีเสน่ห์ หรือคุ้มค่า โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่คนฐานะดีนิยมกัน เช่น นั่งร้านกาแฟเก๋ ๆ ที่สามารถต่อ Wi-Fi เล่นไอโฟนได้ ซึ่งข้อมูลโดยส่วนใหญ่ผ่านการบอกเล่า หรือรับรองหรือกล่าวถึงจากทั้งในอินเทอร์เน็ต หรือโลกสังคมเครือข่าย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่กลุ่มนี้แตกต่างจากกลุ่มสะอาดปลอดภัยและทันสมัยได้แก่ ปัจจัยหลักที่ใช้เป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ “เรื่องราว” อันเป็นผลที่ได้รับจากการเดินทางครั้งนั้นนั่นเอง กลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ประมาณ 18-34 ปี ช่วงวัยนักศึกษาหรือวัยทำงานตอนต้น ดังนั้นหากกล่าวว่ากลุ่มสะอาดปลอดภัยและทันสมัยเป็นผู้ใหญ่วัยทำงาน ฐานะดี กลุ่มเรียนรู้คู่กระแสก็มีแนวโน้มเป็นนักศึกษาหรือกลุ่มคนวัยทำงานที่ฐานะค่อนข้างดี

กลุ่มที่ 4 Explorer “บุกเบิกค้นหา”

กลุ่มบุกเบิกค้นหาผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยืนยันได้ว่ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเป็นผู้ใหญ่ที่ต้องการค้นหาตัวเอง ผ่านการเดินทางท่องเที่ยว จึงชอบอยู่เจิบๆ และเป็นกลุ่มเดียวที่นิยมเลือกเดินทางคนเดียวหากมีโอกาส โดยชอบไปเที่ยวในแหล่งที่คนยังไม่รู้จักกันมากหรือยังไม่เป็นที่นิยม แม้การเดินทางจะยากลำบากอยู่บ้างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

กลุ่มที่ 5 Conservative “อนุรักษ์นิยม”

กลุ่มนี้ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาตน และการแบ่งปันทั้งการแบ่งปันคืนให้กับสังคม และการแบ่งปันให้กับเพื่อนมนุษย์จึงเป็นกลุ่มหนึ่งที่ยินดีรู้จักเพื่อนใหม่ๆ ระหว่างการเดินทาง มักนิยมเดินทางไปเที่ยวกับกลุ่มคนที่ชอบทำกิจกรรมเหมือนกัน เช่น กลุ่มสมาธิ กลุ่มจิตอาสา กลุ่มท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังนั้นจึงชอบรับฟัง และเล่าสืบสานเรื่องราว เพื่อแลกเปลี่ยนสิ่งดีๆ ให้กับ

สังคม เหมือนใช้การเดินทางท่องเที่ยวในการเรียนรู้คุณค่าของการเกิดมาบนโลกนี้ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป จนถึงวัยเกษียณ

กลุ่มที่ 6 Festive “เร่ร่อนเทศกาล”

แรงผลักดันสำคัญที่จะทำให้กลุ่มนี้เดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนุกสนาน ทั้งความสนุกสนานจากบรรยากาศครึกครื้นของสถานที่ท่องเที่ยวหรืองานเทศกาลต่างๆ และความสนุกสนานจากการสังสรรค์ในหมู่เพื่อน ครอบครัวญาติมิตร เป็นกลุ่มที่ไม่รังเกียจความอึกทึกครึกโครมของงานต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว ไม่จำเป็นต้องเลือกที่พักสะดวกสบาย หรูหรา และมีราคาแพง กลุ่มนี้มีช่วงอายุกว้างมากตั้งวัยรุ่นจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยมโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำการกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในพายุฝน

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำการกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำการกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุด

ในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้า และบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

8.5 ความสำคัญด้านข้อมูล องค์ความรู้ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว

1. การสื่อความเพื่อการท่องเที่ยว

การสื่อความด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

นักการสื่อความหมายที่ดีควรมีบุคลิกลักษณะที่สามารถชักจูงคนไปสู่สิ่งแปลกใหม่ และน่าอัศจรรย์และเป็นสิ่งที่คนเหล่านั้นไม่เคยได้สัมผัสและเข้าใจมาก่อน นักการสื่อความหมายควรมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

1. ความรู้
2. ความกระตือรือร้น
3. ความเป็นกันเองกับคนทั่วไป

Harold Bayant (1936) การสื่อความช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และกฎเกณฑ์แห่งชีวิต นอกจากนี้การสื่อความหมายยังช่วยทำให้การศึกษาเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และช่วยกระตุ้นให้รู้จักใช้เวลาว่างอย่างเหมาะสม

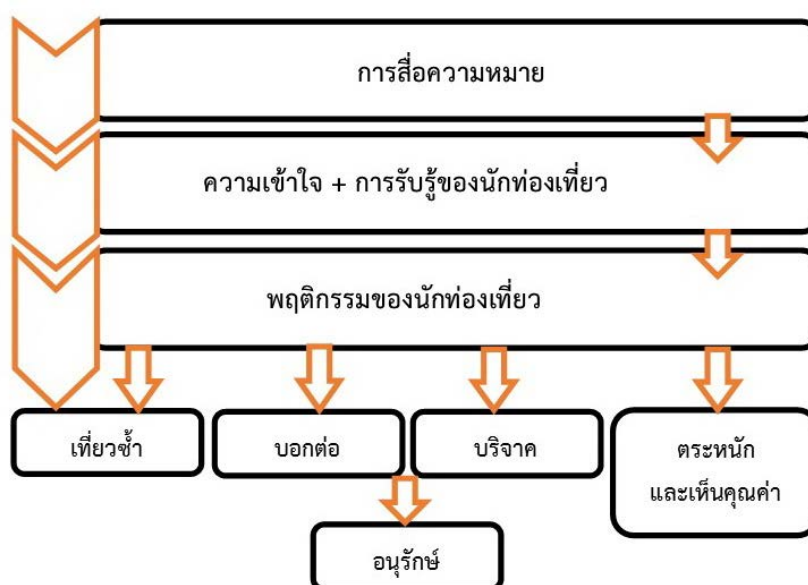
สมาคมการสื่อความหมายแห่งชาติ (The National Association for Interpretation: NAI) เป็นกระบวนการสื่อสารที่หลอมความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจของผู้รับ และความหมายตามธรรมชาติของทรัพยากรให้เกิดความรู้สึกและความรู้

2. หลักเบื้องต้นการสื่อความหมาย 6 ประการ

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

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

3. รูปแบบของการสื่อความหมาย

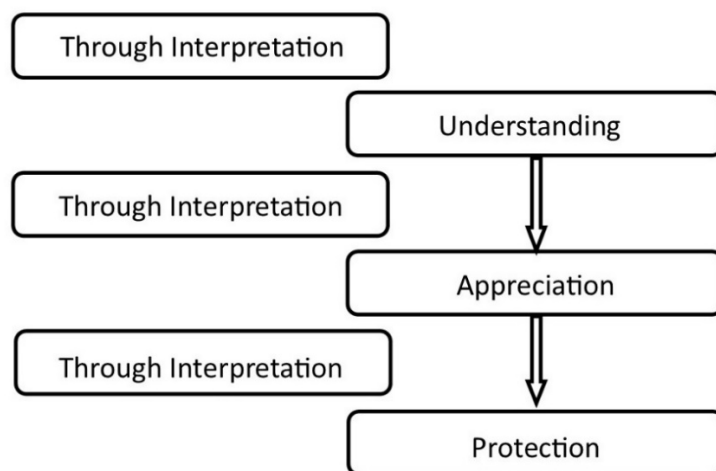


แผนภาพ 2.5 แสดงรูปแบบของการสื่อความหมาย
ที่มา : ดร.บุษเกตุ อินทรปาสาน (2557)

3.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

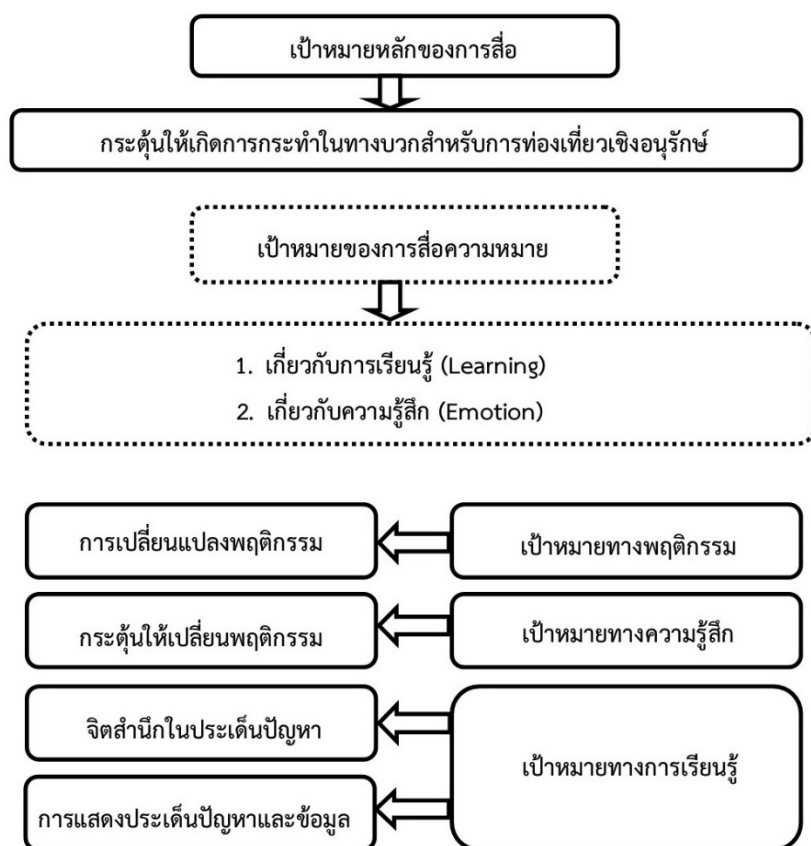
1. เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาจิตสำนึก (awareness) ความพึงพอใจ (appreciation) และความเข้าใจ (understanding) เกี่ยวกับ พื้นที่ที่ไปเยือนได้ดีขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการกระทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่ากลับไป
2. ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการ
3.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

3.2 แนวคิด ปรัชญาของการสื่อความหมาย



แผนภาพ 2.6 แสดงแนวคิด ปรัชญาของการสื่อความหมาย
ที่มา : บุษเกตุน์ อินทรปาสาน (2557)

3.3 เป้าหมายการสื่อความหมาย



แผนภาพ 2.7 แสดงเป้าหมายการสื่อความหมาย
ที่มา : บุษเกตุน์ อินทรปาสาน (2557)

8.6. สื่อกลาง สื่อความหมายที่ใช้บุคคล

สำคัญ เป็นการให้คนทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสาร ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยการพูดเป็น

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่ต้องการรู้ในขณะนั้น
2. การบริการข้อมูลที่เป็นเรื่องราว ที่ผู้ถ่ายทอดจะต้องมีการเตรียมไว้ก่อน

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารทั่วไป

เป็นการบริการขั้นพื้นฐานในพื้นที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละกลุ่ม

1. การพูดสื่อความหมาย

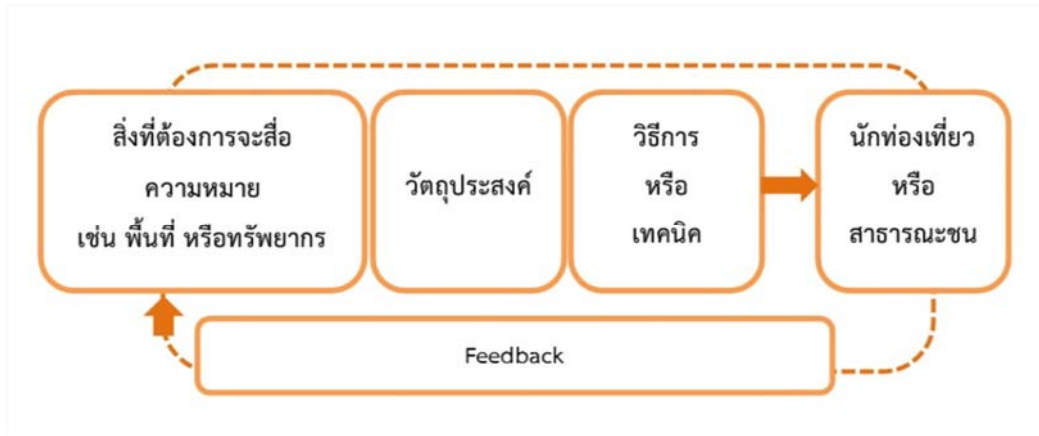
- การพูดเป็นเรื่องราว ประกอบด้วย
- ข้อมูลที่จะพูด
- ผู้ที่จะพูด
- วิธีการพูด
- อุปกรณ์ประกอบการพูด
- บริเวณที่จะพูด
- การพูดนิเทศ (Orientation Talks) เป็นการพูดเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่ ว่าสิ่งไหนทำได้ หรือทำไม่ได้ หรือ สิ่งที่หน่วยงานต้องการการสนับสนุน หรือปฏิบัติตามเป็นการพูดที่ทำให้เห็นภาพรวมของพื้นที่ทั้งหมด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

2. สื่อกลางสื่อความหมายที่ไม่ใช้บุคคล เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถให้คำตอบ หรือแก้ไขข้อข้องใจได้ เน้นการออกแบบ ให้มีความน่าสนใจ 3 ประเภท คือ

- แผ่นป้ายสัญลักษณ์ (Labels) ได้แก่ แผ่นป้ายให้ข้อมูล (Information Sign)
- สิ่งพิมพ์สื่อความหมาย ได้แก่ แผ่นพับ (Folded Publication) โปสเตอร์และใบปลิว (posters and Flyer) จดหมายข่าว (Newsletter) จุลสาร (Pamphlets) หนังสือเล่มเล็ก (Booklets)

2. โปรแกรมการสื่อความหมาย

Interpretive Program คือความพยายามทั้งหมดที่ทำให้การสื่อความหมายเกิดขึ้นได้ โดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และสิ่งที่ต้องการสื่อไปสู่สาธารณชน



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

3 กลุ่มนักท่องเที่ยว

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

4. นักสื่อความหมาย

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

โอกาสสำหรับการจัดทำโปรแกรมเพื่อการสื่อความหมาย On site Interpretation

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

8.7. การวางแผนสื่อความหมาย (Planning Interpretation)

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

1. ความหมายของการวางแผน

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

2. ขั้นตอนของกระบวนการวางแผนการเดินทาง

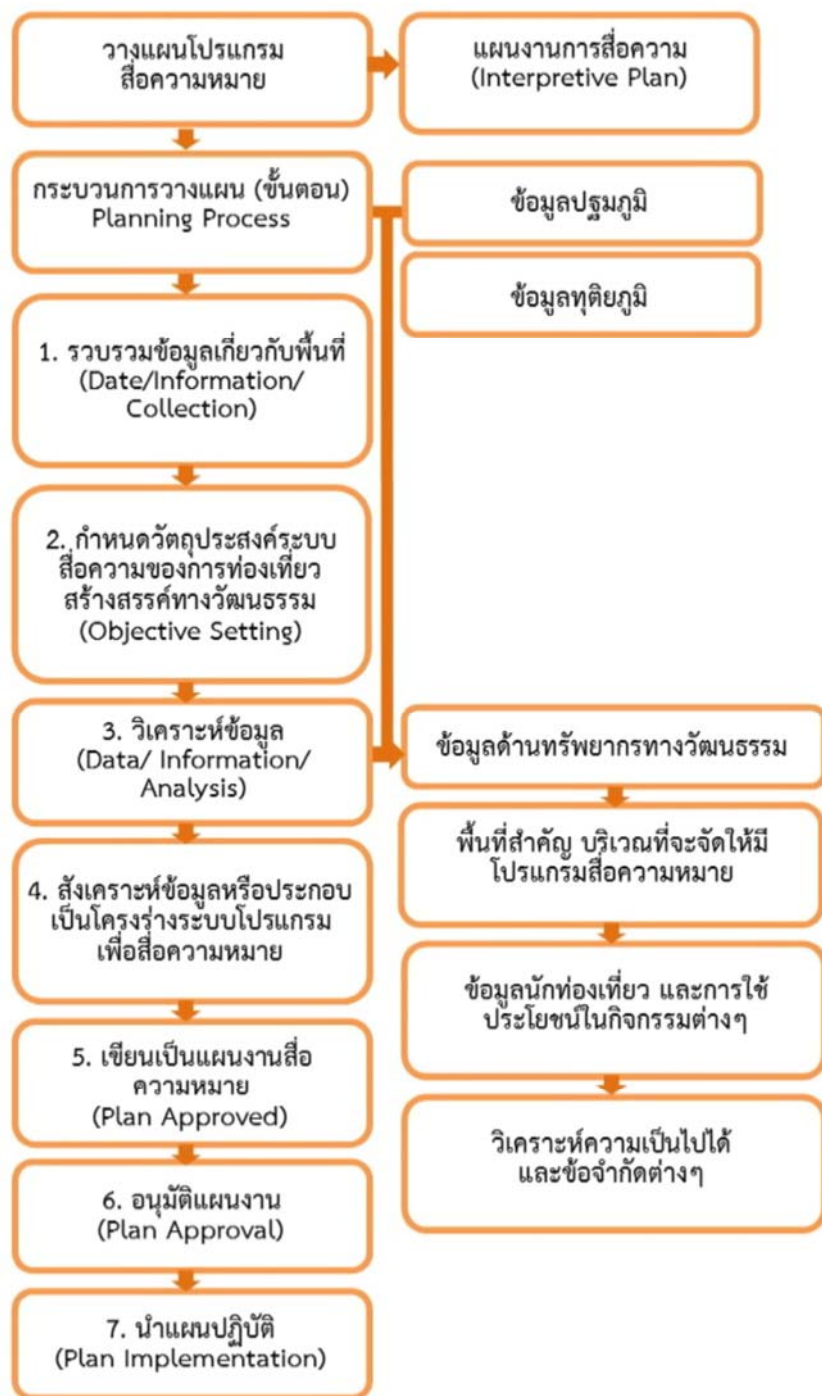
1. Where we are going?
2. How to get there?
3. How long it will take?
4. How much it will cost?

3. ขั้นตอนของกระบวนการวางแผน

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

4. ขั้นตอนของกระบวนการวางแผน

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



แผนภาพ 2.9 แสดงขั้นตอนขบวนการวางแผน
ที่มา : บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

8.8. การสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวกับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวคำว่า “สินค้า” หลายคนคงจะนึกถึงวัตถุสิ่งของที่ลูกค้าจะสามารถเลือกซื้อโดยการหยิบขึ้นมาดู ดูรายละเอียดของสินค้าทุกแง่มุมก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น เมื่อเทียบกับสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงทั้งนี้เพราะคุณลักษณะของสินค้าท่องเที่ยวนั้นพิเศษกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ 5 ประการดังนี้

1. สินค้าท่องเที่ยวมีลักษณะจับต้องไม่ได้ (intangibility) หมายถึง สินค้าที่ไม่สามารถมองเห็นได้ จับต้องไม่ได้ สัมผัสหรือได้ยิน ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ขายไม่สามารถยกเอาสินค้าท่องเที่ยว เช่น น้ำตกในแอ่งการ่ามาให้นักท่องเที่ยวดูก่อน สัมผัสก่อนที่จะตัดสินใจซื้อทัวร์ไปเที่ยว บางครั้งเราเรียกสินค้าท่องเที่ยวว่าเป็น Information product เพราะเป็นสินค้าที่ต้องให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้ามากที่สุด ดีที่สุด เสมือนจริงที่สุดแทนการนำเสนอสินค้าที่เป็นของจริงให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เพื่อสร้างความมั่นใจก่อนการตัดสินใจทำอะไรที่จะนำนักท่องเที่ยวมาใช้บริการและซื้อสินค้าให้มากที่สุดโดยการนำข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วนให้นักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

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

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

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

5. สินค้าไม่มีความยืดหยุ่น (inflexibility) สินค้าท่องเที่ยวไม่สามารถปรับให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เช่น โรงแรมไม่สามารถเพิ่มหรือลดห้องได้หากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมากหรือน้อย ทำอย่างไรในการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้เกิดความลงตัวของจำนวนสินค้าและบริการกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจะเห็นได้ว่าสินค้าท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากสินค้าอุตสาหกรรม

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

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

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

โดย Swarbrooke (1998: 13) ได้ให้หลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 5 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องไม่ต่อต้านการเจริญเติบโต อันเนื่องมาจากการพัฒนา ต้องเน้นข้อจำกัดของการเจริญเติบโต และการท่องเที่ยวต้องจัดการบริหารภายใต้ข้อจำกัดนี้
2. จะต้องจัดการวางแผนและจัดการที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อธรรมชาติ และทรัพยากรมนุษย์
3. ควรให้ความสำคัญถึงผลในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น
4. ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องไม่มุ่งเน้นการจัดการสิ่งแวดล้อม แต่รวมถึงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และการบริการ
5. ควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ แต่ต้องอยู่ภายใต้ความเสมอภาค และยุติธรรม

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

1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอติ (Using Resource Sustainable) หมายถึง ผู้รับผิดชอบ การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีการจัดการใช้ทรัพยากรทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างดั้งเดิมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า และคุณภาพของธรรมชาติ ต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ประกอบด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงการสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุข รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้มามากเพียงพอต่อการใช้เพื่อการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรนั้น ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด อย่างเหมาะสม และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

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

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

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

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

และกิจกรรมใหม่ ๆ ในแต่ละตำบล อันเป็นนโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน ก็เพื่อการขยายฐาน สร้างรายได้เสริมในท้องถิ่น

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

7. การประชุมอย่างต่อเนื่อง และปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับพหุภาคี ได้แก่ ชุมชนหรือประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ เพื่อร่วมประชุมปรึกษาหารือ ทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การกำหนดราคาค่าบริการรถโดยสาร หรือรถรับจ้างในท้องถิ่นควรเป็นราคามาตรฐานเดียวกัน หรือการใช้ที่สาธารณะประโยชน์

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

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

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) ความจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า รวมถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผล การตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวินิจฉัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบถามเห็นจากใบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการนำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

นอกจากการนำแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และหลักการจัดการท่องเที่ยวมาใช้สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดก็เป็นสิ่งที่จำเป็นซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้อง

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

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

8.9 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสูง และสร้างผลกระทบทางลบต่ำ

Ms. Anna Pollock ได้นำเสนอการคาดการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปริมาณ นักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายการดำเนินงาน กำลังจะก้าวไปสู่ช่วงภาวะถดถอยตามวงจรชีวิตของสินค้า (Product Life Cycle) ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบอุตสาหกรรมขณะนี้เติบโตจนถึงจุดสูงสุด และกำลังเผชิญกับกฎการลดลงของผลผลิต จึงควรต้องมีการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว เพื่อช่วยรักษาอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

การท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักจะทำการตลาดเพื่อขายสินค้าเฉพาะอย่าง ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น โรงแรม และกิจกรรมนำเที่ยวโดยไม่ได้นิ่งถึงการนำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสินค้าเหล่านั้นรวมเข้าไปด้วย ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว โดยพ่วงการนำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง สามารถเปรียบได้กับผู้ผลิตที่สามารถผูกขาดการผลิตได้แต่เพียงรายเดียว ตามหลักการกฎของราคา เมื่อสินค้ามีปริมาณน้อย หายาก สินค้านี้ย่อมมีราคาสูง ดังนั้นเมื่อสินค้าการท่องเที่ยวมีปริมาณน้อย จึงไม่สมเหตุผลในการลดราคา หรือขายการท่องเที่ยวในราคาถูกแต่อย่างใด

1. From Branding to Personality

ในการดำเนินงานด้านการตลาดประเทศต่าง ๆ มักมีการนำเสนอตราสัญลักษณ์ (Brand) เป็นเครื่องมือสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ และตัวตนด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้อื่นให้นักท่องเที่ยว

ได้รับรู้ จดจำได้ โดยให้ความสำคัญในลำดับต้น ๆ ว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมเยือน

ขณะเดียวกันการทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชีวิตที่แท้จริง และรู้ถึงเอกลักษณ์ความแตกต่างกันของแต่ละประเทศ แม้ว่าประเทศเหล่านั้นจะมีลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน

2. From Profit to Purpose

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

3. Shift from Place to Value

นอกจากการนำเสนอความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การเพิ่มเติมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านเรื่องราว ความเป็นมาของเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ จะยิ่งเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะถ้าการนำเสนอเรื่องราวนั้นให้ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม ทั้งนี้การเรียนรู้ความเป็นมาของชุมชนอาจทำได้ผ่านบทกวี หนังสือนิทาน เพลง การแสดงพื้นเมือง อาหาร และศิลปหัตถกรรม เป็นต้น แล้วให้เจ้าของท้องถิ่นนั้นเป็นผู้ถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง การมีประสบการณ์ร่วมกับสิ่งดังกล่าวจะยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ มากขึ้น

4. From Volume to Value, from Quantity to Quality

ควรมีการให้คำนิยามความสำเร็จของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสียใหม่ จากการมุ่งเน้นอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ไปสู่การพิจารณาผลประโยชน์องค์รวมที่สังคมได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยในเบื้องต้นอาจพิจารณาจากการนับอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวการควบคุมการออกใบอนุญาตประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยว เช่น สถานประกอบการโรงแรม และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น เพื่อจำกัดปริมาณทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ให้มีปริมาณมากเกินไปจนเกิดความต้องการ จนกระทบต่อระดับราคาการท่องเที่ยวโดยรวม

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีสืบจากภูฏาน จีวโจโกว (สาธารณรัฐประชาชนจีน) นิวซีแลนด์ ไทย และการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ภูฏานเป็นประเทศต้นแบบในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีการใช้ความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness : GNH) เป็นเครื่องมือใช้ประเมินความสำเร็จในการบริหารประเทศของรัฐบาลภูฏาน โดยประเมินระหว่างความกินดีอยู่ดีทางด้านวัตถุ จิตวิญญาณ อารมณ์ และประเพณีนิยมของสังคม GNH ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าความสุขคือความปรารถนาขั้นสูงของประชาชนทุกคน จึงนำมาเป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ

การท่องเที่ยวของภูฏานมิได้แต่เกี่ยวข้องกับเฉพาะผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ประชาชนทุกคนต่างมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศด้วย การดำเนินงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การรักษาระดับราคา รัฐบาลควรรักษาระดับราคาสินค้าขั้นต่ำในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อย 250 เหรียญสหรัฐ เพื่อเป็นแหล่งรายได้ในการรักษาสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว ทั้งวิถีชีวิต วัฒนธรรม และสังคมของภูฏาน ใช้ดัชนีความสุขมวลรวม (Gross Happiness Index) เป็นดัชนีชี้นำทิศทางในการพัฒนาประเทศ ส่งเสริมเรื่องการจัดการผู้มาเยี่ยมเยือนและการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
2. การรักษาระดับมาตรฐานของสินค้าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในต่าง ๆ ให้มีเหมือนกันในทุกพื้นที่ของประเทศ
3. การเพิ่มความสามารถของมัคคุเทศก์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศภูฏาน การเพิ่มความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐาน จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เฉพาะทางแก่มัคคุเทศก์ ให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของดัชนีความสุขมวลรวม และวิสัยทัศน์ของภูฏาน (Karma Tsheetim, Gross National Happiness), (Isabel Sebastian, Challenges and Opportunities in attracting and retaining High Value, Low Impact Tourism)

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

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

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

การท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Mekong Tourism) ได้มีการจัดตั้งโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub Region: GMS) เป็นหน่วยงานส่งเสริมการตลาดให้กับพื้นที่กลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ประกอบด้วยสมาชิก 6 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา จีน ลาว เมียนมาร์ ไทย และเวียดนาม บทบาทของ GMS มีทั้งในด้านการตลาด และ

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

9. กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

9.1 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา : ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย

YOUTH OPINIONS OF THE IMAGE OF FLOATING MARKETS IN THAILAND

โดย ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช



ภาพที่ 2.1 ตลาดน้ำอัมพวา

ที่มา <http://www.taxifortour.com>

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

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

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทำให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะเป็นองค์กรของภาครัฐซึ่งมีบทบาท ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงภายใต้นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกลยุทธ์แผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในการดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการสร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

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

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



ภาพที่ 2.2 บรรยากาศบ้านเรือนริมน้ำ ตลาดน้ำอัมพวา
ที่มา ผศ.ดร.ชลลดา มงคลวนิช

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของเยาวชนไทยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำ

สมมติฐานของการศึกษา

เพศและจำนวนครั้งที่ไปเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

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

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นเยาวชนไทย ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

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

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

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

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5) \times 1.96^2}{0.05^2}$$
$$n = 384$$

ในการศึกษาครั้งนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 384 ชุด และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มอีก 15% ดังนั้นการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้มีตัวอย่างทั้งหมด 442 ชุด

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีโครงสร้าง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมเกี่ยวกับตลาดน้ำ เป็นคำถามเกี่ยวกับการไปท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยการไปท่องเที่ยว และตลาดน้ำที่ไปท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

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

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

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

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

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

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

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

การอภิปรายผล

จากการศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย พบว่า เยาวชนไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ เยาวชนไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญชนก คล้ายสังข์ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ และความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อสามชุกตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสามชุก ตลาดร้อยปี โดยรวมอยู่ระดับดี เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพด้านบรรยากาศ ด้านบริการด้านราคาสินค้า และด้านความสะดวกนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีทุกด้าน จากผลการวิจัยครั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ในทุกข้อเยาวชนไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตลาดน้ำอยู่ระดับมาก ยกเว้น ด้านความสะดวกในการเข้าถึงตลาดน้ำ ซึ่งอยู่ระดับปานกลางอาจเนื่องมาจากตลาดน้ำบางแห่งอยู่ไกลจากแหล่งชุมชนและการเดินทางโดยรถหรือยานพาหนะไม่สะดวกในการเข้าถึง นอกจากนี้ตลาดน้ำบางแห่งที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยมฯลฯ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาการจราจรที่ติดขัดทำให้เข้าถึงตลาดได้ยาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อนำไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร หรือกิจกรรมวันพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ตลอดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อาทิ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผน บริหาร และจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนย่อมเข้าใจสังคม และวัฒนธรรมของตนได้ดีกว่าคนนอกเพื่อให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนด้านสถานที่ จัดจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นตลาดน้ำที่ยั่งยืน
3. ทำให้เป็นตลาดน้ำที่แสดงวิถีชีวิตของท้องถิ่นไม่ควรนำของต่างประเทศหรือของถิ่นอื่นมาจำหน่ายควรมีกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนถิ่นนั้นทั้งด้านศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อเป็นการอนุรักษ์ วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงให้ความรู้กับผู้มาเยือนด้วย
4. ควรให้นโยบายในการเปิดให้บริการทุกวัน หากวันใดนักท่องเที่ยวน้อย ควรมีการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในวันที่มีคนน้อยเพื่อให้ตลาดน้ำดังกล่าวสามารถเปิดในทุกวันได้
5. ควรจัดเส้นทางจราจร โดยเฉพาะตลาดน้ำที่มีนักท่องเที่ยวมาก การวางสินค้าถ้าเส้นทางเดินทำให้คับแคบ จึงควรมีนโยบายเรื่องการจัดระเบียบการวางจำหน่ายสินค้าไม่ให้ล้ำทางน้ำหรือทางเดิน รวมถึงการจัดเส้นทางแบบ One way เพื่อให้การชมสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย

9.2 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา: ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

โดย ศิริประภา แก้วอุดม¹

ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักที่รัฐบาลทุกรัฐบาลให้ความสำคัญและส่งเสริมมาโดยตลอดผลจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ รายได้ภาคการท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกที่สำคัญประเภทอื่น และเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าประเทศในลำดับต้น ๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน แต่การขยายตัวดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ชุมชนท้องถิ่น จึงได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีผลกระทบด้านลบต่อสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยที่สุดและหาแนวทางอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพที่ดีต่อไปเป็นระยะเวลานาน ประกอบกับกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคทั่วโลกต่างให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์

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

1. กระแสความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
3. กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

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

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

¹ <http://www.codi.or.th/downloads/Research/Research03.pdf>

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

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

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

ที่จะกำหนดแนวทางที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนอย่างชัดเจนเพื่อจะสามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมต่างๆได้ต่อไป ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความคิดที่จะนำแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอก

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การเสนอ วิสัยทัศน์ และการกิจการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จากปัจจัยดังนี้

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

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จากปัจจัยดังนี้

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

ข้อสรุปและการอภิปรายผล

การศึกษา ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีข้อสรุป 3 ส่วน ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ และภารกิจของชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

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

ภารกิจ

1. อนุรักษ์สถาปัตยกรรมอาคารตลาดโบราณ และสืบสานวิถีการดำเนินชีวิตประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างยั่งยืน
2. ส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการย่านตลาดบ้านใหม่ทุกด้าน และปลูกฝังจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่น
3. พัฒนาคุณภาพสินค้า และการตลาดอย่างต่อเนื่องโดยการให้ความรู้แก่สมาชิก
4. สร้างเสริมความสามัคคีภายในชุมชน และมอบอภัยยศัสมิตร์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว
5. พัฒนาคณะกรรมการ และสมาชิกชมรมรักษตลาดบ้านใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำอย่างยั่งยืน
6. ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน และแม่น้ำบางปะกง

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

2. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยโดยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) สรุปได้ดังนี้

กลุ่มปัจจัยด้านโอกาส ประกอบด้วย 4 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. ที่ตั้ง และการคมนาคมของจังหวัดฉะเชิงเทรา สื่อสารมวลชนส่วนกลาง และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. นโยบายสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนของหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่น

3. แหล่งท่องเที่ยวศาสนาสถานที่ที่มีชื่อเสียง และการจัดท่องเที่ยวล่องเรือภาคเอกชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำ และตลาดน้ำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวตลาดโบราณริมน้ำอื่นในจังหวัด และสื่อสารมวลชนท้องถิ่นในจังหวัด

กลุ่มปัจจัยด้านอุปสรรค ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่

1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้นักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อลดลง

2. ราคาน้ำมันสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าสูงขึ้น

กลุ่มปัจจัยด้านจุดแข็ง ประกอบด้วย 3 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. การสื่อสารข้อมูลตลาดบ้านใหม่สู่ภายนอก-ภายใน และการจำหน่ายอาหารที่หลากหลายมีคุณภาพ

2. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ การสืบทอดวิถีชีวิตสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมไทย-จีน และการอำนวยความสะดวก

3. การมีผู้นำในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่เป็นบุคคลสำคัญในจังหวัด การจัดระเบียบการค้าขาย และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

กลุ่มปัจจัยด้านจุดอ่อน ประกอบด้วย 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่

1. การบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

2. บทบาทหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการชมรมรักษาสถาปัตยกรรมบ้านใหม่ การสร้างความเข้าใจในแนวทางการอนุรักษ์อาคารตลาดโบราณ และการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้

ในลำดับต่อไปจะกล่าวถึงการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชน, ทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในชุมชน

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

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

1. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นการกำหนดทิศทางขององค์การ และการพัฒนาแผนระยะยาวบนฐานของสภาพแวดล้อมขององค์การ ด้วยการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคภายนอก จุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์การนำมาประมวลผล เพื่อใช้กำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์การ (สมยศ นาวิการ, 2543: 25-26) รวมถึงการระบุวิสัยทัศน์ พันธกิจ การกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาวเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางเลือก และเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาดำเนินการ

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

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

9.3 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา : การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมศรีวิชัย

โดย สิปปนนท์ นวลละออง

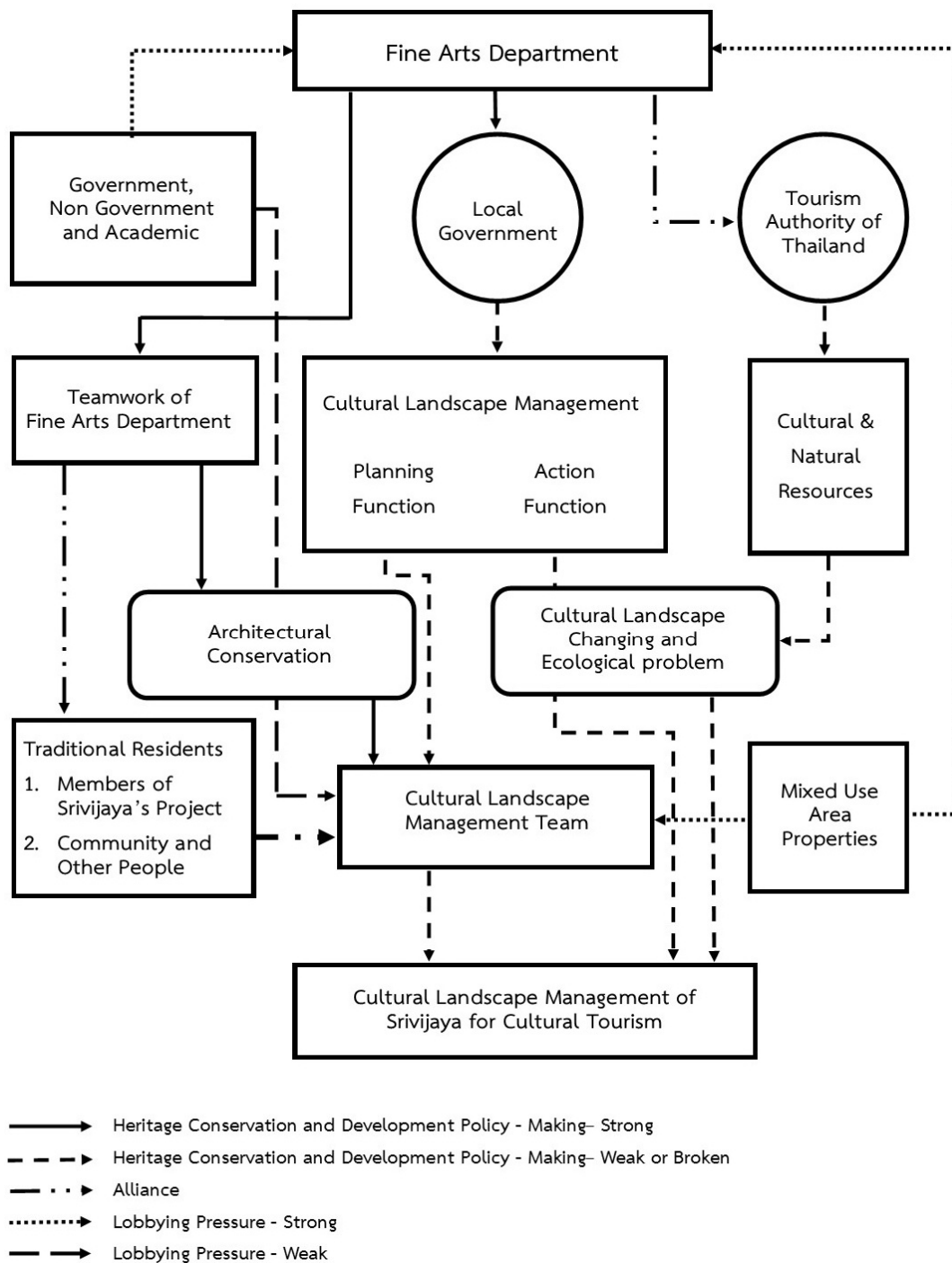
สิปปนนท์ นวลละออง (2555) กล่าวถึงวิวัฒนาการของมรดกที่ซ่อนอยู่ในภูมิวัฒนธรรมของศรีวิชัยมากมาย ไม่ว่าจะเป็นมรดกที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น วิธีการดำเนินชีวิตอย่างคนศรีวิชัยในรูปแบบอาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา (เช่น การสื่อสาร นิทาน บทประพันธ์ เป็นต้น) อาชีพ ความเชื่อ ศิลปะท้องถิ่น หรือแม้แต่แหล่งโบราณสถานและภูมิทัศน์วัฒนธรรมจากอดีตจนถึงปัจจุบันนี้ ซึ่งหากมีการศึกษาและเรียนรู้มรดกจากภูมิปัญญา และปรัชญาในการดำเนินชีวิตเหล่านี้อย่างลึกซึ้งแล้วจะสามารถก่อให้เกิดนวัตกรรมด้านวัฒนธรรม โดยการรักษาคคุณค่าและเพิ่มคุณค่าประโยชน์ในด้านต่างๆแก่คนในท้องถิ่นและประเทศชาติโดยรวมอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่อง “การอยู่อย่างเรียบง่ายพอเพียงและไม่หยุดพัฒนา” ตามหลักปรัชญาของคนศรีวิชัย ในการ “พัฒนาทั้งทางวัตถุและทางจิตใจ (ทางวิญญาณ) ควบคู่กันไปอย่างสมดุล” โดยใช้ “หลักการมัชฌิมาปฏิปทาเป็นแกนกลาง” ในการพัฒนาพาศรีวิชัยสู่สังคมที่เจริญรุ่งเรืองมั่นคง และสงบสุข

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

Askew and Logan (1994: 3) กล่าวว่าไว้ว่าการตีความสัญลักษณ์ และคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมจะทำให้เมืองเกิดคุณค่าโดยเฉพาะในเรื่องการใช้พื้นที่

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

การบริหารจัดการมรดกของวัฒนธรรมศรีวิชัย และภูมิทัศน์วัฒนธรรมบริเวณรอบอ่าวบ้านดอน เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์คุณค่าควบคู่กับการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน อย่างสมดุลหากมีการจัดการที่ดีโดยให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการพื้นที่ (Carrying Capacity) การจัดการการคมนาคมขนส่ง การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการท่องเที่ยว และโดยเฉพาะการบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรม เช่นการให้ข้อมูล และการตีความหมาย รวมถึงการอนุรักษ์ และพัฒนาบนความรู้พื้นฐานที่ถูกต้อง

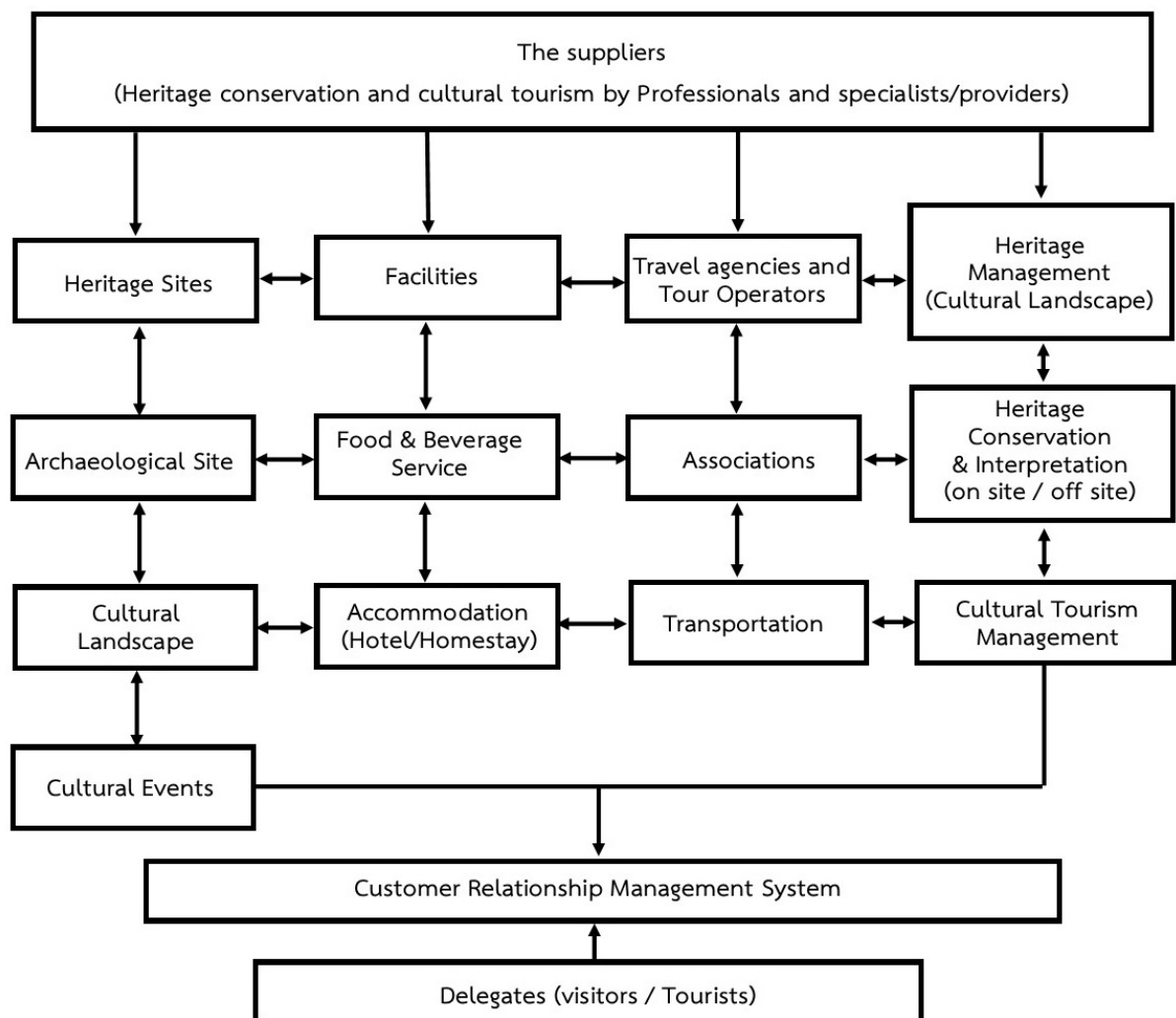


แผนภาพ 2.10 แสดงการแจกแจงความรับผิดชอบของการบริหารจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศรีวิชัย และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน

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

ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง (2555)

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



แผนภาพ 2.11 แสดงโครงสร้างสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องในการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการอนุรักษ์และพัฒนา
มรดกสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

(The Structure of Suppliers of Heritage Management for Cultural Tourism)

ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง (2555)

9.4 กรณีศึกษาจากในประเทศ

กรณีศึกษา: การพัฒนาบริเวณภูมิทัศน์วัฒนธรรมเส้นทางตะกั่วป่า-อ่าวบ้านดอน สู่เส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

โดย สิปปพันธ์ นวลละออง (2555)

การอนุรักษ์และการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมสู่เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีกระบวนการเริ่มต้นดังนี้

1. ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์รวมถึงคุณค่าของวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิทัศน์วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีสำคัญ
2. ศึกษากระบวนการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
3. เตรียมความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภค และการคมนาคมขนส่ง รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ
4. สำรวจและหาเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลาย ๆ เส้นทาง
5. ทดสอบท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลาย ๆ เส้นทางที่จัดไว้
6. วิเคราะห์ และสรุปผล
7. นำเสนอในการจัดประชุม และการสัมมนากับบุคคลและองค์กรรวมถึงภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และเผยแพร่สู่ภายนอกเพื่อสรุป และนำข้อเสนอมาปรับปรุงต่อไป
8. ทำแผนการพัฒนาบริเวณภูมิทัศน์วัฒนธรรมเส้นทางตะกั่วป่า-อ่าวบ้านดอนสู่เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
9. นำเสนอสู่สาธารณะอีกครั้งเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้จริง

สรุป

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ อย่างไรก็ตาม Cooper et al. (1998: 130) ใน สิปปพันธ์ นวลละออง (2555) กล่าวถึงข้อควรระวังเกี่ยวกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวว่าเกิดจากนักท่องเที่ยวต้องการซื้อทั้งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว และการบริการด้านการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของแรงงานเพื่อเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการบริการเป็นจำนวนมาก และเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมให้รายได้ที่ค่อนข้างสูงจึงส่งผลให้ค่าครองชีพในพื้นที่โดยรวมสูงขึ้น ซึ่งมีผลต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือผู้ที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ที่ต้องแบกรับรายจ่ายที่สูงมากขึ้นด้วย

9.5 กรณีศึกษาจากในประเทศ

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

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

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

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(Culture Industry)

เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ด้านอาหาร

เนื่องจากคาบสมุทรมลายูในยุครศรีวิชัย-ลังกาสุกะได้ชื่อว่าเป็น"Spice Route" จึงสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นทางการค้าดังกล่าวได้ทั้งการแปรรูป และนำเสนอเมนูอาหารทั้งแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย



ภาพที่ 2.3 อาหารประจำถิ่นภาคใต้
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง (2554)



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

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

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เส้นที่ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ด้านเครื่องแต่งกาย

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: นำเสนอของวัฒนธรรมลูกปัดอันรุ่งเรืองหรือลวดลายทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในอดีตมาประยุกต์ขึ้นใหม่ ทั้งเครื่องแต่งกายจำลอง และชุดพิธีการเพื่อทดแทนการใส่สูท



ภาพที่ 2.5 ลูกปัด และเครื่องแต่งกายจำลอง
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง (2554)

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)

เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ด้านที่อยู่อาศัย

เรือนอยู่อาศัยนั้นมีหลายลักษณะมีทั้งภูมิปัญญาที่เหมาะสมกับภูมิประเทศ เช่น เรือนน้ำ ทุกวันนี้ยังมีให้เห็นบริเวณอ่าวบ้านดอน อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี เรือนปั้นหยาลังกาสุกะยุคกลางจะเป็นหลังคาจั่ว แต่ในตอนยุคปลายจะเป็นหลังคาสี่เหลี่ยม

ข้อเสนอแนะ: สร้างพิพิธภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยว โดยมีการจำหน่ายกลุ่มสินค้าที่ได้รับการพัฒนาเป็นรายได้หลัก และสร้างโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพร้อมที่พักที่มีความเหมาะสมในเชิงธุรกิจมากขึ้นเช่น โรงแรมในรูปแบบ “บูติก รีสอร์ท”



ภาพที่ 2.6 เรือนปั้นหยา และภาพจำลองบูติกแกลลอรี
ที่มา: สิปนันท์ นวลละออง (2554)

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)

เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ขนบธรรมเนียมประเพณี

พิธีแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ จ.นครศรีธรรมราช เป็นงานที่นอกจากชาวไทยแล้วยังมีเพื่อนบ้านจาก มาเลเซีย,อินโดนีเซีย และชาวพุทธที่ศรัทธามาร่วมงานซึ่งจะก่อให้เกิดการร่วมมือร่วมใจความสามัคคีขยายผลสู่การรื้อฟื้นรูปแบบพิธีกรรม,การละเล่น,การแต่งกาย,อาหาร,ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว, โรงแรมที่พัก เป็นต้นซึ่งเป็นการเตรียมการที่ดีต่อการก้าวสู่ AEC ในอีกด้านหนึ่ง



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

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ภาษา

ยุคก่อนที่ศาสนาพราหมณ์-ฮินดูจะแผ่อิทธิพลมายังคาบสมุทรมลายูได้ ชาวศรีวิชัยพูดภาษาที่ภิกษุ
อ้างเรียกว่าภาษาคุนหลุน แต่ไม่มีอักษรใช้ อย่างไรก็ตามการพบจารึกที่วัดหัวเวียง อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี
เป็นอักษรปัลลวะอายุราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของยุคสมัยได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 2.8 จารึกอักษรปัลลวะ
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: อักษรประยุกต์ เป็นการประดิษฐ์อักษรเพื่อใช้ในการสื่อ
ความต่างๆและเป็นเสน่ห์ที่น่าสนใจเมื่อนำไปใช้ร่วมกับงานออกแบบอื่นๆ และเรียกชื่ออักษรประยุกต์นี้ว่า
"ระพีศรีวิชัย" ตามชื่อผู้สร้างสรรค์อักษรนี้

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)
เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-อาชีพ

การเชื่อมโยงภูมิปัญญา, อาชีพกับผลผลิตที่คงไว้ซึ่งเสน่ห์ของถิ่นเอื้อต่อสุขภาพ, สภาพแวดล้อม
ที่ดีทั้งกาย และใจ



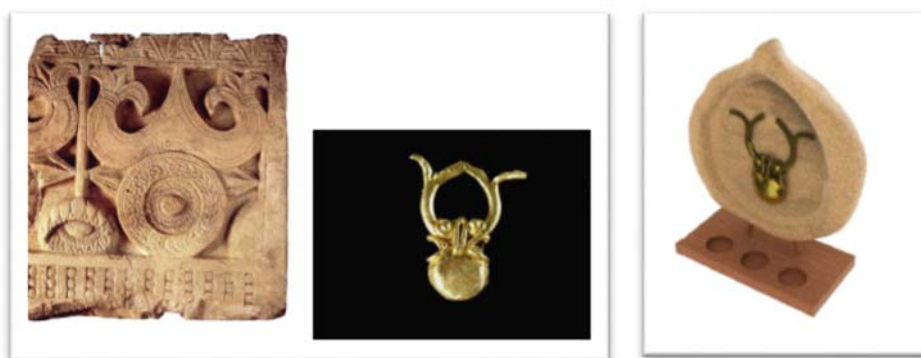
ภาพที่ 2.9 น้ำมันหอมสกัดจากดอกจันทร์กระพ้อ
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: การทำตัวด้วยน้ำมันหอมโดยเฉพาะในงานพิธีเป็นความนิยมของชาวศรีวิชัยซึ่งดอกจันทร์กระพ้อเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าเครื่องยาหอม, แก้ม และบำรุงหัวใจทุกวันนี้สามารถชมดอกจันทร์กระพ้อได้ในเทศกาลชมดอกจันทร์กระพ้อเดือนพฤศจิกายน ที่ อ.เคียนซา จ.สุราษฎร์ธานี การพัฒนาสามารถทำเป็นน้ำมันหอมทาตัว, น้ำมันหอมระเหย, ผสมเป็นน้ำมันนวดตัวในธุรกิจสปา บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ใช้การลดทอนการย่อมุมจากสถาปัตยกรรมของบุโรพุทโธเป็นแรงบันดาลใจ

การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(Culture Industry)

เสน่ห์ 8 วิถีชีวิตแห่งศรีวิชัยและลังกาสุกะ-ศิลปะพื้นถิ่น

ตริรัตน์ ในช่วงต้นพุทธศตวรรษผู้คนไม่นิยมปั้นรูปเหมือนพระพุทธรองค์จึงสร้างสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณเรียกว่า ตริรัตน์มีลักษณะเป็นวงกลมหมายถึงดอกบัวหรือความว่างเปล่า, การหลุดพ้น มีแขนแยกปลายเป็น 3 กลีบคือไตรลักษณ์



ภาพที่ 2.10 สัญลักษณ์ตริรัตน์
ที่มา: ศิลปิน นวลละออง (2554)

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: สัญลักษณ์ตริรัตน์แม้จะมีกำเนิดมานานกว่า 2000 ปีแต่ยังคงมีความร่วมสมัยให้ผลทางจิตวิญญาณ สอดคล้องกับพุทธศาสนิกชน ผนวกกับเทคนิคการสร้างพระพิมพ์ดินดิบเกิดโอกาสพัฒนางานทางพุทธศิลป์

แนวทางการออกแบบที่เป็นกรณีศึกษา: นำการแสดงมโนราห์มาเป็นแรงบันดาลใจเป็นการประยุกต์สู่การตกแต่งภายใน



ภาพที่ 2.11 การตกแต่งภายในโดยใช้ลายเส้นมโนราห์
ที่มา: ศิลปิน นวลละออง (2554)

คุณสั๊กกัญฐ ศิวัะบวร (2555) กล่าวใน สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม (2555) ถึงข้อคิดดีๆ ทางวัฒนธรรมที่กล่าวต่อกันมาเกี่ยวกับ การบริหารทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม วัฒนธรรม(Culture Industry) ว่า

"วัฒนธรรมโน้มน้าวได้...แต่สั่งการกลับไม่ได้ดี..."

"วัฒนธรรมเปรียบเหมือนสายน้ำ กั้นไว้ก็เน่าเสีย..."

"วัฒนธรรมอยู่กับวิถีชีวิตจึงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา..."

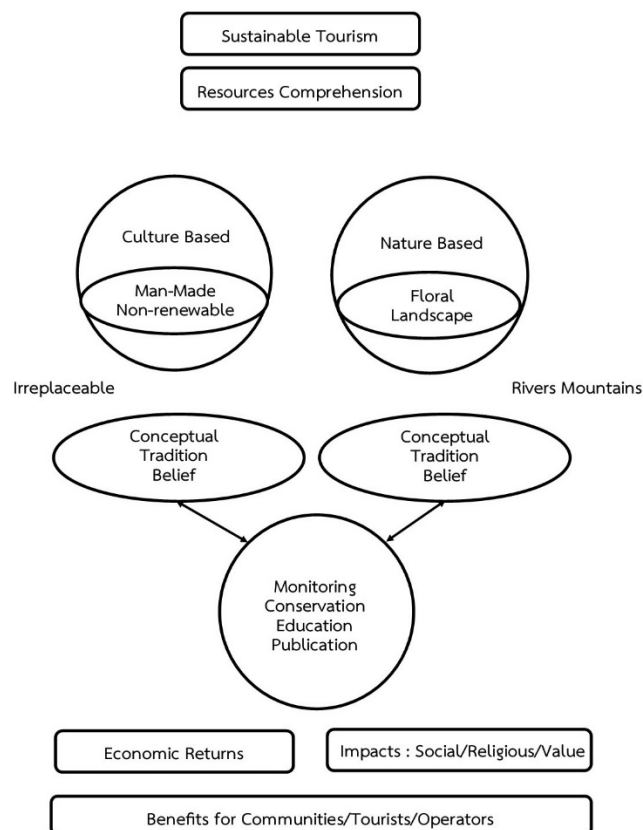
"การชื่นชมวัฒนธรรมและสินค้าทางวัฒนธรรมเกิดจากการยอมรับ ในคุณค่านั้น..."

9.6 กรณีศึกษาจากต่างประเทศ

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

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

โดยมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มีต่อ ขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ



แผนภาพ 2.12 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2554)

ที่ตั้งและข้อมูลพื้นฐานของเกาะปีนัง



ภาพที่ 2.12 แผนที่เกาะปีนัง

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

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



ภาพที่ 2.13 เมืองปีนัง

ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2554)

2. สินค้าที่ทำชื่อเสียงให้แก่เกาะปีนังได้แก่สินค้าจำพวกเครื่องเทศ เช่น ชินนิมอล และพริกไทย ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงในประเทศแถบยุโรป



ภาพที่ 2.14 เครื่องเทศ-สินค้าส่งออกมีชื่อของเมืองปีนัง
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2554)

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



ภาพที่ 2.15: ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมในเมืองปีนัง
ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2554)

สถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง



ภาพที่ 2.16 สถาปัตยกรรมในเมืองปีนัง

ที่มา: สิปปนนท์ นวลละออง และ วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2554)

1. กระเบื้องโมเสก เซรามิค งานไม้และการจัดบ้านให้อยู่ในฮวงจุ้ยที่ดี จัดเป็นจุดเด่นของสถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง
2. ตลอดแนวทางเดินในย่านเมืองเก่า เราจะเห็นบังกะโล และร้านค้าเก่าจำนวนมาก ซึ่งได้รับการอนุรักษ์ที่ดีจากการให้ความรู้ถึงประวัติความเป็นมา และสร้างความเข้าใจถึงคุณค่า และหลักการในการอนุรักษ์มรดกทางสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ และทรงคุณค่าในการศึกษาวิถีชีวิตอันรุ่งเรืองของคนในอดีต โดยผ่านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการนำต้นทุนทางวัฒนธรรมมาก่อให้เกิดทั้งคุณค่า และมูลค่าอย่างสูงสุดทั้งด้านสังคม และเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นบนเกาะปีนังแห่งนี้
3. ปัจจุบันงานสลักไม้ยังคงมีให้เห็นและมีการอนุรักษ์สืบทอดมาอย่างคนรุ่นหลัง โดยยังคงมีการประดับประดา การตกแต่งอาคารด้วยงานไม้สลักซึ่งมีความโดดเด่น และสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนอย่างมาก

ปีนังเมืองท่าแห่งการค้า

จากอดีตจนถึงปัจจุบันปีนังยังคงเป็นแห่งการค้าและธุรกิจที่สำคัญ นอกจากนี้ปัจจุบันปีนังก็ยังเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งด้วย

การปกครองปีนัง

ปีนังเคยอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษ ดังนั้นจึงได้รับอิทธิพลมีความหลากหลายจากต่างชาติเช่นกัน เช่น การเมืองการปกครอง ลักษณะการวางผังเมือง และงานสถาปัตยกรรม

เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมของเกาะปีนัง

ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมบนเกาะปีนังได้รับการพัฒนา และอิทธิพลมาจากชนชั้นสูงชาวจีน และยุโรปที่เข้ามา เช่น การพัฒนาของบังกะโล และร้านค้าตึกแถว Chinese Courtyard Home เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของสถาปัตยกรรมบนเกาะปีนัง

การผสมผสานทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม

- มีการแต่งงานกันระหว่างคนพื้นเมืองกับคนจีน คนอินเดีย และคนยุโรป
- Jawi Peranakan เกิดจากการแต่งงานระหว่างคนอินเดียกับผู้หญิงพื้นเมือง

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

การท่องเที่ยวเมืองมรดกทางสถาปัตยกรรม George Town บนเกาะปีนัง

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

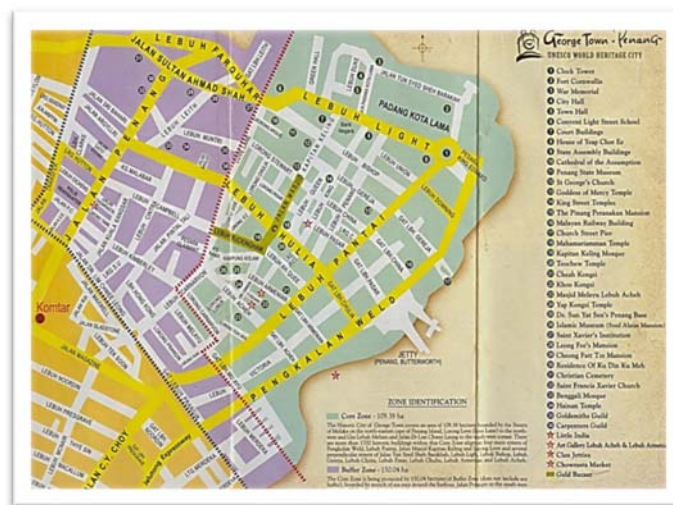
การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเกาะปีนัง

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

สิ่งที่ได้จากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเกาะปีนังโดยเชื่อมโยงกับการอนุรักษ์ทางสถาปัตยกรรม

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

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



ภาพที่ 2.17 Zone Identification by UNESCO
ที่มา: สิบปันท์ นวลละออง และวิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ (2554)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การออกแบบการวิจัยเพื่อศึกษาเรื่ององค์ประกอบของอัตลักษณ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงกระบวนการค้นคว้าวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่เป็นแบบผสม คือเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ

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

1. กรอบทฤษฎี หรือแนวคิด

1.1 การจัดการข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ

1.2 การแปลความหมายข้อมูล

- 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน
- 1.4 การสรุปผลการดำเนินการ

2. กระบวนการวิจัย

2.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย

2.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย

2.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมโครงการนำร่อง

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

2.5 บทสรุป

3. การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา

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

4. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

- 4.1 ประชากรในการวิจัย
- 4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 4.3 การสุ่มตัวอย่าง

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 5.1 แบบบันทึก และสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ และแผนที่ชุมชน
- 5.2 แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมโครงการนำร่อง

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 6.1 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
- 6.2 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง
- 6.3 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ
- 6.4 การเก็บข้อมูลกลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร

1. กรอบทฤษฎี หรือแนวคิด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม โดยนำแนวคิดทางด้านความเป็นสถานที่นำมาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์และจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารเบื้องต้น ในหัวข้อเรื่องสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพื่อจัดทำแผนที่รอบนอก และแผนที่เฉพาะทรัพยากรทางวัฒนธรรม
2. สร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัย และเครื่องมือการวิจัย
3. ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม ในหัวข้อเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศักยภาพการท่องเที่ยว
4. จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อยกับตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ศึกษา จำนวน 40-50 คน หัวข้อเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
5. สรุปผลการวิจัย ในประเด็นดังต่อไปนี้ สภาพกายภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว

6. จัดทำเอกสารการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี

7. จัดทำกิจกรรมโครงการนำร่องในเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

1.1 การจัดการข้อมูล

การศึกษาสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร และบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทพื้นที่ที่จะทำการศึกษาจึงทำการสรุปคุณลักษณะในด้านต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีระบบนำไปใช้ในการดำเนินการวิจัยขั้นตอนต่อไป โดยแบ่งเป็น

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

1.2 การแปลความหมายข้อมูล

การแปลความหมายข้อมูลเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาในทุกๆ ด้านของย่านชุมชนตลาดพลู เพื่อนำข้อมูลจากเอกสารการศึกษา และการสำรวจภาคสนามจัดทำแบบสอบถามผู้คนในชุมชน เพื่อทำการสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านส่วนเสียจากภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ ความคิดเห็นที่ได้ทั้งหมดจะนำไปสังเคราะห์และดำเนินการวิจัยขั้นตอนต่อไป

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนที่ได้จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การจัดเสวนากลุ่มย่อย การจัดกิจกรรมโครงการนำร่อง และการทำประชาพิจารณ์ที่แสดงความคิดเห็นต่อพื้นที่วิจัยเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมในย่านตลาดพลูในขั้นตอนต่อไป

1.4 การสรุปผลการดำเนินการ

การสรุปผลการดำเนินการงานจากการวิจัยเป็นการสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นในการวิจัย ผลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ การจัดเสวนากลุ่มย่อย การจัดกิจกรรมโครงการนำร่อง และการทำประชาพิจารณ์ เพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ที่จะได้เป็นแนวทางในการศึกษาของการวิจัยในขั้นตอนต่อไป



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

2. กระบวนการวิจัย

2.1 กำหนดหัวข้อเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาของการวิจัย (Research Topic)

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

2.2 การกำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย (Literature Review)

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

2.3 การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจจากคุณลักษณะสำคัญด้านต่างโดยแบ่งกลุ่มหัวข้อสาระสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรม การความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชน

สิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ มรดกทางสถาปัตยกรรม และวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติทรัพยากร สาธารณะ เป็นต้น

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

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

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

2.5 บทสรุป

การสรุปผลการดำเนินการวิจัย ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนิน ผลของการสำรวจภาคสนาม แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในสิ่งที่วิเคราะห์ได้จากการวิจัย และเพื่อการศึกษาสำหรับงานวิจัยขั้นต่อไป



แผนภาพ 3.2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ปรับปรุงจากแนวคิด เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
ที่มา บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)

3. การเลือกพื้นที่การศึกษา

การศึกษา วิจัยครั้งนี้ได้เลือกชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร และบริเวณใกล้เคียงนั้น เป็นพื้นที่ที่จะทำการศึกษา เนื่องจากในชุมชนตลาดพลูมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ที่เก่าแก่ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานตลาดพลูได้ชื่อเป็นศูนย์กลางการค้าขายมากมายของ กรุงเทพมหานครตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ เดิมตลาดขายมากมายพลูตั้งเรียงรายขายอยู่บริเวณริมฝั่ง คลองบางหลวง ตั้งแต่วัดราชคฤห์ไปจรดวัดอินทาราม ลึกเข้าไปด้านหลังวัด (ปัจจุบันคือด้านหน้าวัดซึ่งติด กับถนนเทอดไท) ในอดีตเป็นพื้นที่สวนพลูสวนหมากของชาวจีนแหล่งใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวลัดเลาะ ไปตามถนนเลียบ แม่น้ำข้างวัด จะเห็นอาคารพาณิชย์ บ้านเรือน ที่อยู่อาศัยแบบจีนที่มีลวดลายปูนปั้น กับลายไม้ฉลุประดับหลงเหลือให้เห็นอยู่บ้าง อีกทั้งยังมี แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมายที่ถูกกลืนเล็ดซึ่งมีคนจำนวนมากไม่รู้จักของดีฝั่งธนบุรี และ ความสำคัญของชุมชนในย่านนี้ อีกทั้งยังไม่มีการจัดการในเรื่องของเส้นทางการท่องเที่ยวแบบการเดินทาง (Walking Street) โดยขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่รู้จัก แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณนี้เท่าที่ควร ดังสภาพปัญหาที่กล่าวมาแล้วนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ชุมชน ได้ค้นพบแนวทางในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมต่อไป

4. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

4.1 ประชากรในการวิจัย

1. ชุมชนภายในย่านตลาดพลู ในพื้นที่แขวงบางยี่เรือ และแขวงตลาดพลู ประกอบด้วย ชุมชนวัดกัณฑ์ทาราม ชุมชนโรงเจ 1 ชุมชนโรงเจ 2 ชุมชนวัดอินทาราม และชุมชนหลัง ศูนย์จันทร์นิมโพลล์
2. ชุมชนวัดกัณฑ์ทาราม และชุมชนวัดอินทาราม ตั้งอยู่ในพื้นที่แขวงตลาดพลู และ แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยกรรมสิทธิ์เป็นของวัดกัณฑ์ทาราม และ วัดอินทาราม ลักษณะการอยู่อาศัยเป็นแบบการเช่าที่สำหรับปลูกบ้านเพื่ออยู่อาศัย และ ให้บุคคลภายนอกเช่า
3. ชุมชนโรงเจ 1 ชุมชนโรงเจ 2 และชุมชนหลังศูนย์จันทร์นิมโพลล์ ตั้งอยู่ในพื้นที่ แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี โดยกรรมสิทธิ์ที่ดินเป็นของเอกชน ซึ่งการอยู่อาศัยอยู่ใน ลักษณะเป็นเจ้าของที่ดิน และเช่า
4. ชุมชนในย่านตลาดพลู แม้ว่าจะไม่ได้ถูกกำหนดจากสำนักเขตให้เป็นพื้นที่ชุมชนก็ตาม เช่น ชุมชนวัดราชคฤห์ ชุมชนบริเวณทำน้ำตลาดพลู ชุมชนริมคลองบางสะแก หรือชุมชน ใกล้กับคลองสนามชัย

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรของแขวงบางยี่เรือ และแขวงตลาดพลู

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

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง

(<http://stat.bora.dopa.go.th/xstat/popyear.html>)

4.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วยประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ประชากรที่อาศัยอยู่ในแขวงตลาดพลูและบริเวณใกล้เคียง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยเจตนา (Purposive Sampling)

4.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ประชากรที่อาศัยอยู่ในแขวงตลาดพลูและบริเวณใกล้เคียงที่อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบพื้นที่ศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ ภูมิหลัง คุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรม ประชาชนผู้รู้ผู้มีประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจเรื่องการอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่น ฐานทรัพยากรชุมชน มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ได้แบ่งพื้นที่การสุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม (Cluster Sampling)

ได้แก่ ตลาด(กลุ่มคนไทย) โรงเจ(กลุ่มคนจีน) มัสยิด(กลุ่มคนมุสลิม)

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเผลอ (Accidental Sampling) เพื่อทำ

การแจกแบบสอบถาม

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยเจตนา (Purposive Sampling) สามารถเลือกกลุ่มขอสัมภาษณ์ได้โดยตรง เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ ค่านิยมความคิดเห็นของบุคคล ทักษะติดต่อชุมชน ความประทับใจ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในประเด็นดังต่อไปนี้ คือ การส่งเสริมด้านการลงทุน การส่งเสริมการตลาด การดำเนินการด้านเสริมสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยศึกษาสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู แบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่

5.1 แบบบันทึกและสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ และแผนที่ชุมชน

การจัดการทำแบบบันทึกการสำรวจพื้นที่ การกิจกรรม การจัดการ และองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย

5.2 แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และกิจกรรมนำร่อง

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ออกแบบคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน การบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม นำแบบสอบถามใช้กับกลุ่มประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณพื้นที่ตลาดพลู และโดยรอบพื้นที่ศึกษา
2. กลุ่มสาระสำคัญด้านพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านการท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรม การความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนสิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ มรดกทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ทรัพยากร สาธารณะ เป็นต้น
3. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และการจัดโครงการนำร่อง ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม เช่น เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม กิจกรรมประจำปี อาหารประเพณี การแสดง การละเล่น เป็นต้น
4. กลุ่มสาระสำคัญด้านการจัดการ ประกอบด้วย การจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
5. กลุ่มสาระสำคัญด้านองค์กร ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามถึงภารกิจ และการทำงานผู้บริหารของส่วนราชการ เพื่อสอบถามถึงนโยบาย แผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนา แผนปฏิบัติงาน ประสพการณ์ในการทำงานร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำมี ความเข้มแข็งความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นฐานทรัพยากรชุมชน

5.3 การจัดสนทนากลุ่ม

เนื้อหาประเด็นที่จะใช้สร้างแบบสอบถามต้อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ใช้ศึกษา การสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย การสนทนาเกี่ยวกับสถานการณ์ ทักษะ ทักษะ การทำประชาพิจารณ์ เพื่อเผยแพร่โครงการวิจัยสู่สาธารณะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้วิจัย ประชาชน เขตธนบุรี ผู้ประกอบการ และนำข้อมูลมาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ และที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ได้แนวทางการจัดทำคู่มือบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมต่อไป โดยใช้ข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ วิถีวัฒนธรรม และภูมิทัศน์วัฒนธรรม เพื่อเป็นต้นทุนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งผลวิเคราะห์ข้อมูลเทียบเคียงประเด็น เพื่อการปรับประยุกต์ และการผสมผสาน ก่อเกิดเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่า เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อฟื้นฟูวัฒนธรรม ให้เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม

สามารถใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับรากฐานวัฒนธรรม จะเป็นองค์ความรู้เพื่อเป็นแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวทาง 8 วิถีวัฒนธรรม (สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม) เพื่อนำไปต่อยอดการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนี้

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

5.4 นาร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา

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

5.5. การจัดกิจกรรมโครงการนำร่องและปฏิบัติในพื้นที่จริง (Pilot Project)

การจัดกิจกรรมโครงการนำร่อง และปฏิบัติในพื้นที่จริง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

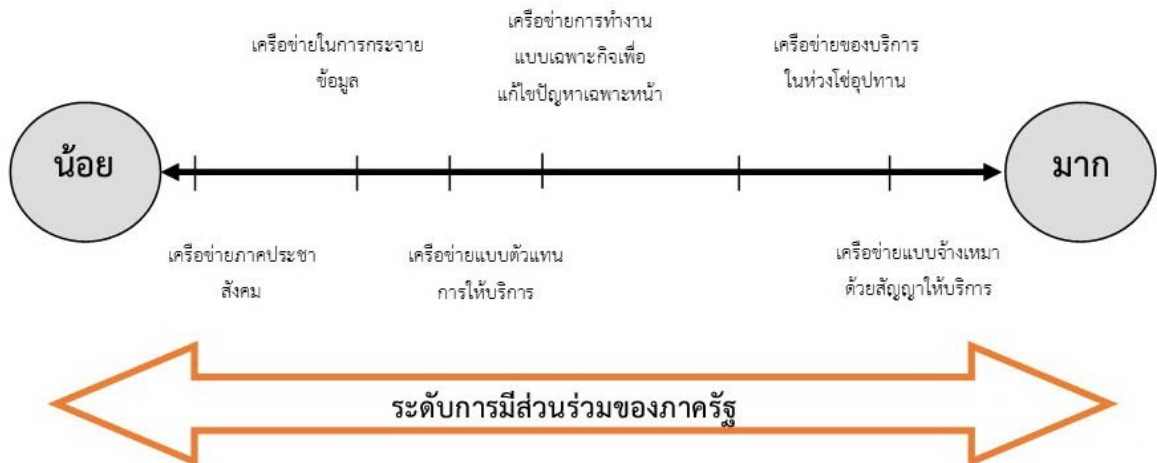
1 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม (Capacity Building) ให้ชุมชนเกิดการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวได้โดยพิจารณาจาก 3 ปัจจัย คือ

1. ด้านความรู้ ความเข้าใจศักยภาพพื้นที่ชุมชนด้านต่างๆ
2. การกำหนดทิศทาง และแนวทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมร่วมกัน
3. การเปลี่ยนแปลงหลังจากการจัดกิจกรรม

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

1. เกิดรูปแบบการประสานงานระดับต่างๆ
2. การมีแนวทางการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กร ภาครัฐและชุมชน
3. การมีส่วนร่วมขององค์กร ภาครัฐ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

รูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน



แผนภาพ 3.3 แสดงรูปแบบความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน
ที่มา ดร.บุษเกศน์ อินทรปาสาน (2557)

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 การรวบรวมข้อมูลด้านศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

กลไกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

พัฒนาศักยภาพชุมชนแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประชาชนในพื้นที่ และผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นนักลงทุนต่างถิ่น-ต่างประเทศมีรายละเอียดในการดำเนินการต่างๆ คือ

- วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม
- สำรวัคศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน ด้านกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวก
- ความปลอดภัย และความเสี่ยง

ระยะที่ 2 การรวบรวมข้อมูลจากด้านการจัดกิจกรรม การสนทนากลุ่ม และโครงการนำร่อง

กลไกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สร้างความตระหนัก ความรู้ความเข้าใจ และสมรรถนะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย สร้างความแตกต่าง และความประทับใจแก่ผู้มาเยือน มีรายละเอียดในการดำเนินการต่างๆ คือ

- วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม
- การจัดโปรแกรมกิจกรรมต่างๆ
- พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ดี

ระยะที่ 3 การรวบรวมข้อมูลด้านระบบการจัดการ

กลไกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมทางด้านการจัดการ ทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน เกิดรายได้และการกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ คือ

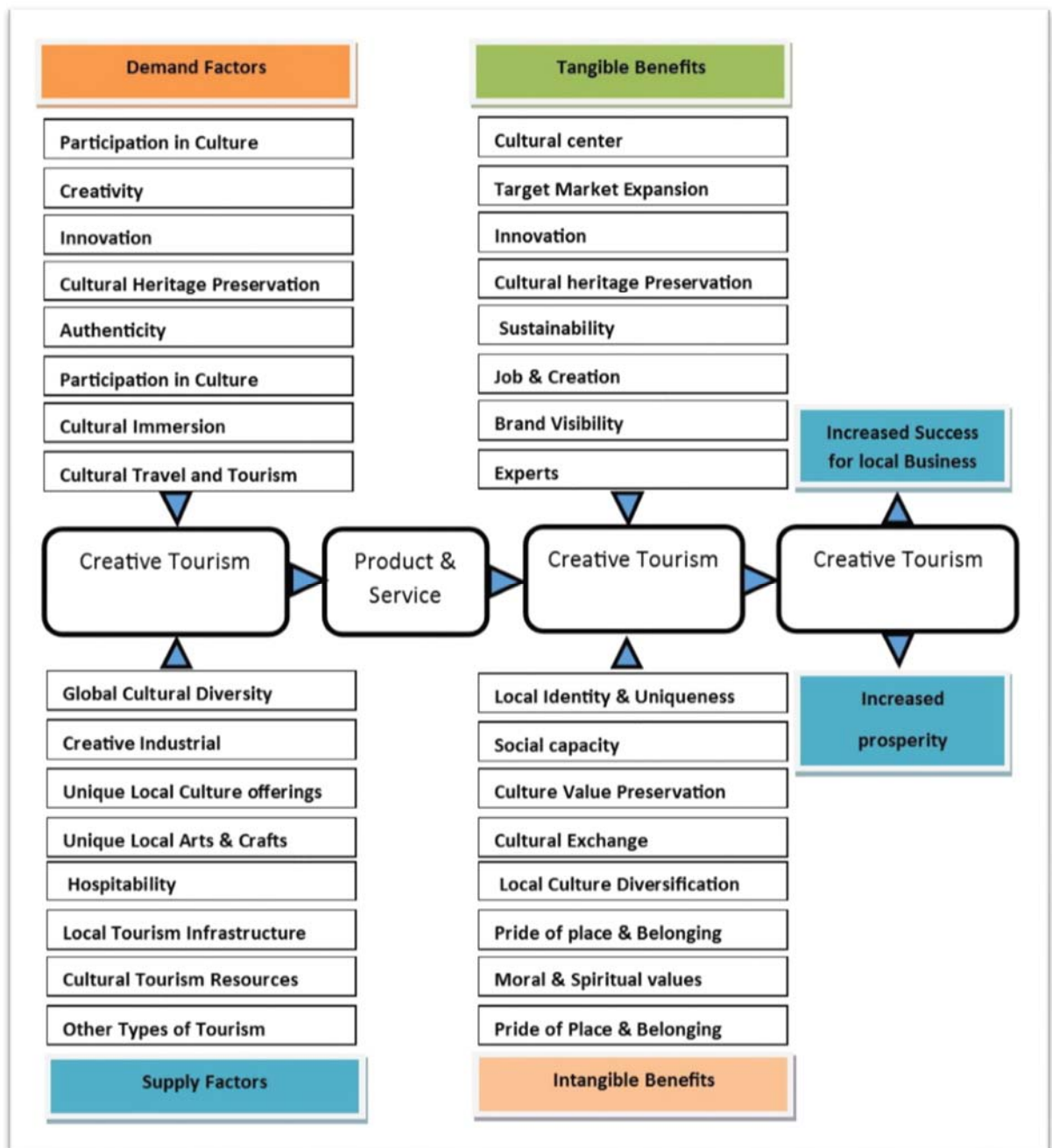
- ด้านการเงิน
- พัฒนาสมรรถนะด้านภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- เพื่อยกระดับมาตรฐานบุคลากรในการให้บริการในระดับชุมชนสู่ระดับเมือง
- ช่วยชุมชนกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง กำหนดและจำกัดนักท่องเที่ยว และที่สำคัญสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยว
- ลูกค้าสัมพันธ์ เรื่องศักยภาพจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ
- สร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยใช้การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือให้ชุมชนได้มีโอกาสในการใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่

ระยะที่ 4 การรวบรวมข้อมูลด้านองค์กรโดยการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม

กลไกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวในกลุ่มชุมชนให้มีขีดความสามารถในด้านการให้บริการในอุตสาหกรรม มีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ คือ

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



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

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ความเป็นมา และความสำคัญของย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี เป็นที่ตั้งของชุมชนชาวตลาดพลูบริเวณริมคลองบางกอกน้อย หรือคลองบางหลวง ซึ่งเป็นเส้นทางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญตั้งแต่สมัยธนบุรี จนกระทั่งถึงในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ซึ่งในอดีตชุมชนตลาดพลูเคยเป็นแหล่งปลูกหมากพลูแหล่งใหญ่ และเป็นที่รวบรวมสินค้าที่ส่งค้าขายทั้งในเขตฝั่งธนบุรี และพระนคร รวมถึงที่อื่น ๆ และยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยา กับคลองสายต่าง ๆ อีกมากมายทำให้ความเป็นอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดพลูได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เนื่องมาจากการย้ายราชธานีไปยังฝั่งพระนคร ทำให้ชาวจีนบางส่วนย้ายไปประกอบอาชีพยังฝั่งพระนคร มีการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เพื่อเชื่อมฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรี ทำให้การคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง และมีการสร้างบ้านเรือน ห้องแถว หรือห้องเช่า เพื่อบริการรับเข้ามาทำงานของคนจากต่างถิ่น เมื่อมีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระ ทำให้คร่อมพื้นที่ตลาดพลู ซึ่งจากเดิมเคยเป็นศูนย์กลางการค้าขาย การใช้พื้นที่ทางเศรษฐกิจที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงที่ถดถอยทางกายภาพกลับกลายเป็นการเปิดธุรกิจบริการ บ้านเพิงขึ้นมากมายอย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าความเจริญทางวัตถุที่เข้ามาทำให้ชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงมากเพียงใด มรดกที่ยังคงแสดงถึงเอกลักษณ์ทางด้านงานศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่สำคัญก็ยังคงมีปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐานจนถึงปัจจุบัน

1. สำคัญ และคุณลักษณะเด่นของพื้นที่

1.1 แม่น้ำเจ้าพระยาในอดีต

การขุดคลองลัดเป็นแม่น้ำ ด้วยเหตุผลการค้าสำเภาทางทะเลของกรุงศรีอยุธยา กับนานาชาติที่ต้องแล่นสำเภา จากอ่าวไทยเข้าตามลำน้ำเจ้าพระยาขึ้นสู่พระนครศรีอยุธยา ทำให้พระเจ้าแผ่นดินกรุงศรีอยุธยา ต้องทรงทำนุบำรุงเส้นคมนาคมทางน้ำให้สะดวก และรวดเร็ว เห็นได้จากสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 โปรดให้ขุดคลองสำโรง และคลองทับนาง เป็นต้น

นับแต่นั้นมา พระเจ้าแผ่นดินกรุงศรีอยุธยาทุกพระองค์ คงโปรดให้พิจารณาวางแผน ขุดคลองลัดเพื่อจัดอุปสรรคการเดินทางในแม่น้ำ (เจ้าพระยา) ที่คดโค้งหลายแห่ง มีแห่งหนึ่งที่ต้องแก้ไข คือบริเวณที่เป็นกรุงเทพฯ ปัจจุบัน มีคำบอกเล่าสืบกันมาว่า ลงมือขุดคลองลัดแห่งนี้สำเร็จในแผ่นดินสมเด็จพระไชยราชาธิราช ในปีใดปีหนึ่งระหว่าง พ.ศ. 2077-2089 ทำให้มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างน้อย 2 ประการ คือ เส้นทางแม่น้ำ (เจ้าพระยา) สายเก่าลดความสำคัญลง เพราะคดโค้งเสียเวลาเดินทาง นานเข้าก็แคบลงเป็นคลอง ต่อมาเมื่อเรียกคลอง บางกอกน้อย - คลองบางกอกใหญ่ สืบมาทุกวันนี้ และมีแม่น้ำเจ้าพระยา (สายใหม่) เกิดขึ้น ตั้งแต่ปากคลองบางกอกน้อย (บริเวณโรงพยาบาลศิริราช กับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) จนถึงปากคลองบางกอกใหญ่ (บริเวณพระราชวังเดิม กรุงเทพมหานคร กับปากคลองตลาด)

ก่อนขุดคลองลัด มีคำบอกเล่าเก่าแก่ว่า “ครั้งหนึ่ง ผู้จอดเรือแพพักแรมหุงหาอาหารเข้ากินริมฝั่ง โค้งน้ำทางเหนือ (ปากคลองบางกอกน้อย) เมื่อกินเสร็จแล้ว ก็ถ่อพายเรือแพ เข้าแม่น้ำ คดโค้งต่อไปใช้เวลาเต็มวัน ก็จอดพักหุงหาอาหารเย็นกินริมฝั่งโค้งน้ำทางใต้ (ปากคลองบางกอกใหญ่) เมื่อตั้งหม้อข้าว เพื่อหุงข้าวด้วยฟืนเสร็จแล้ว ก็นึกขึ้นได้ว่าลืมไม้ขัดหม้อสำหรับฝานหม้อรินน้ำข้าวออกไว้ที่ ปากคลองบางกอกน้อย ที่พักหุงข้าวเมื่อตอนเช้า จึงรีบเดินลัดเรือกสวนไปเอาไม้ขัดหม้อที่ลืมไว้ เมื่อได้ กลับมาที่เดิมก็พอดีข้าวเดือดทันใช้ขัดฝานหม้อรินน้ำข้าว”

คำบอกเล่าอย่างนี้ แสดงให้เห็นลักษณะคดโค้งของแม่น้ำ (เจ้าพระยา) สายเก่า ที่เสียเวลาเดินทาง เต็มวัน ถ้าตัดตรงลงช่วงคอคอดคดโค้ง จะใช้เวลาเพียงชั่วหม้อข้าวเดือดเท่านั้น ตรงบริเวณคลอง บางกอกใหญ่ เมื่อขุดคลองลัดแล้ว จะกลายเป็นชุมชนบ้านเมืองใหม่ต่อไปข้างหน้า เพราะโค้งแม่น้ำเดิม ตรงนี้ เป็นบริเวณเว้งน้ำ กว้างใหญ่ตามธรรมชาติ ที่ได้ชื่อในสมัยหลังว่า “บางหลวง”แต่คนทั่วไปเข้าใจว่า เป็นชื่อคลองบางกอกใหญ่บางที่อาจมีข้อกังขาว่า แต่ก่อนนั้นขุดคลองกันอย่างไร

สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ มีลายพระหัตถ์ไว้ ตอนหนึ่งว่า “การขุดลัดครั้ง แผ่นดินสมเด็จพระไชยราชา เห็นจะไม่ได้ขุดแผ่นดินดอน คงจะมีคลองลัดเล็ก ๆ ซึ่งเขาเดินเรือกันอยู่แล้ว เป็นสิ่งนำทางขุดซำรอย ให้เป็นคลองกว้างขวาง” (สาส์นสมเด็จพระ เล่ม 14: ศุภสภา 2526: หน้า 226) และ ทรงย้ำอีกว่า “คลองลัด”น่าจะเป็นชาวบ้านขุดบางประจักษ์กัน



ภาพที่ 4.1 คลองลัด กลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา (สายใหม่) ของกรุงเทพฯ

ที่มา : allknowledges.tripod.com/chaophrayariver.htm



ภาพที่ 4.2 บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายใหม่

ที่มา : <http://s.exaidea.com>

กรณีขุดคลองโคกขาม ให้เป็นคลองมหาชัยสมัยหลัง ๆ (ครั้งพระเจ้าเสือ) ถ้าหากพิจารณาจากสภาพแวดล้อม ตามธรรมชาติแล้ว จะเห็นว่า บริเวณดังกล่าว เป็นเส้นทางน้ำ คือคลองคดเคี้ยวจำนวนมาก แต่ก็มีทางน้ำลัดตัดตรง ทั้งที่เป็นธรรมชาติ และทั้งที่ชาวบ้านขุดลัดกันเองขึ้นมาก่อน เพื่อความสะดวกในการคมนาคม ต่อมาภายหลังทางราชการ จึงปรับปรุงให้กว้างขวาง และเป็นแนวตรงมากขึ้น

มีตัวอย่างการขุดคลองมหาหอน (สุนัขหอน) ในแผ่นดินรัชกาลที่ 3 โดยเจ้าพระยาพระคลังว่าที่สมุหกลาโหม (สมเด็จพระเจ้าพระยาบรมมหาประยูรวงศ์ (ดิศ บุนนาค) ในสมัยรัชกาลที่ 4) ซึ่งได้รับพระบรมราชโองการ ให้เป็นแม่กอง ไปขุดแต่งซ่อมคลองนี้ พิจารณาแล้วจึงให้วิธี “จ้างจีนขุดที่น้ำขนแยกเข้าไปริมบ้านโพธิ์หักสายหนึ่ง แล้วขอแรงกระบือราษฎร ชาวบ้านลุยในคลองนั้น น้ำขึ้นลงเชือกก็ลิกอยู่ได้ไม่ตันมาจนทุกวันนี้”(เจ้าพระยาทิพากรวงศ์, พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 3, เล่ม 1, ครุสภา 2504. หน้า 95)

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

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

1.2 ชื่อแม่น้ำเจ้าพระยา ได้จาก บางเจ้าพระยา

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

คำว่า “เจ้าพระยา” เพิ่งมีเรียก “ปากน้ำบางเจ้าพระยา” เมื่อแผ่นดิน สมเด็จพระเจ้าบรมโกศ ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย สมเด็จพระเจ้า กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงสันนิษฐานว่า ที่ซึ่งเป็นเมืองสมุทรปราการ หรือจังหวัดสมุทรปราการทุกวันนี้ แต่ก่อน คงจะเรียกว่า “บางเจ้าพระยา”

ไม่มีหลักฐานว่า ยุคแรกเริ่มแม่น้ำสายนี้ชื่ออะไร แม้ชาวยุโรป ที่เดินทางเข้ามายังกรุงศรีอยุธยา ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ เช่น ลาลูแบร์ ก็กล่าวถึงชื่อแม่น้ำสายนี้ไว้ว่า

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

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

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

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

แผนที่กรุงศรีอยุธยาสมัยแรก ที่ชาวยุโรปทำไว้ ลงชื่อบริเวณที่เป็นแม่น้ำเจ้าพระยาว่า Menam บ้างก็เรียกว่า Menam River แสดงว่า แม่น้ำเจ้าพระยา แต่ก่อนยังไม่มีชื่อเรียกว่า เจ้าพระยา แต่รับรู้กันทั่วไปว่านี่คือแม่น้ำ

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

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

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

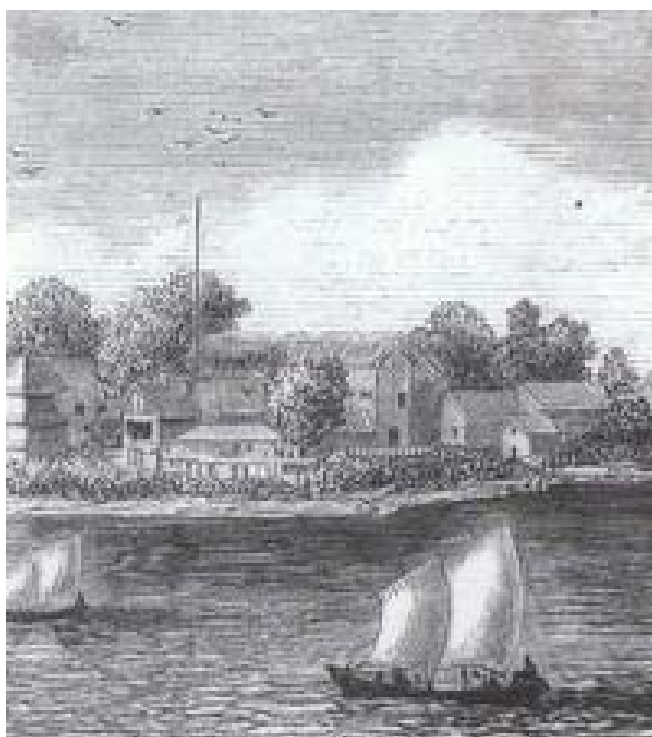
สรุปว่า ตรงที่แม่น้ำสายนี้ไหลออกทะเลนั้นมีบาง บางหนึ่งชื่อ “เจ้าพระยา” ซึ่งก็คือตัวเมืองสมุทรปราการในปัจจุบัน ผู้คนเลยพากันเรียกว่า “ปากน้ำบางเจ้าพระยา” เมื่อนานเข้าจึงเรียก แม่น้ำทั้งสายนี้ว่า “แม่น้ำเจ้าพระยา”

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

การตั้งชื่อแม่น้ำ โดยเอาท้องถิ่น และเมืองที่อยู่ตรงปลายน้ำ เป็นชื่อลำน้ำตลอดสายนี้ ได้ถูกนำไปใช้กับแม่น้ำสายอื่น ๆ เหมือนกัน คือ แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำบางปะกง เป็นต้น

ชื่อแม่น้ำเจ้าพระยาก็เช่นเดียวกัน คือเอาบริเวณที่เป็นปลายน้ำ มาตั้งชื่อ ตามประเพณีของคนกรุงเทพฯ ในยุคต้น เพราะบริเวณใกล้ปากน้ำนั้น มีบางเจ้าพระยาอยู่

ชื่อบางเจ้าพระยานี้ น่าจะมาจากบรรดาศักดิ์ “เจ้าพระยา” คนใดคนหนึ่ง ที่มีอำนาจหน้าที่ควบคุมปากน้ำสายนี้ โดยมีกองกำลังไพร่พลตั้งค่ายด่านตรวจตราอยู่ที่ตำบล หรือบางที มาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาแต่กระนั้น ก็ยังไม่มีคำอธิบายที่แน่ชัดว่า เหตุใดบางนี้จึงชื่อ “เจ้าพระยา” แล้วเจ้าพระยาคนนั้นคือใคร



ภาพที่ 4.3 บางเจ้าพระยาในสมัยรัชกาลที่ 3

ที่มา : allknowledges.tripod.com/chaophrayariver.htm



ภาพที่ 4.4 แม่น้ำเจ้าพระยาในอดีต

: ภาพเก่าจากหนังสือ หน้าที่ 126 The Illustrated London News ฉบับวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2436
ที่มา : <https://www.facebook.com/vitikonklong/posts/610735995622868>

1.3 แม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบัน

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

แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศมาตั้งแต่สมัยโบราณ เป็นแหล่งเพาะปลูกทำการเกษตร เป็นแหล่งชุมชนที่อยู่อาศัย รวมถึงเป็นเส้นทางคมนาคมหลักในสมัยก่อนด้วย เนื่องจากบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา มีผู้คนอาศัยอยู่มาก ทำให้เกิดความสกปรกและมลพิษทางน้ำที่ชาวบ้านแถวนั้นทิ้งขยะ รวมถึงการเทน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการสร้างมลพิษต่อแม่น้ำสายหลักของประเทศไทย

ในพิธีสำคัญ หรือการประกอบพิธีทางน้ำ เช่น การทอดกฐิน จะมีการล่องเรือพระที่นั่งที่แม่น้ำเจ้าพระยา เรือพระที่นั่งออกแบบด้วยความประณีต ดูสวยงามเป็นอย่างมาก ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

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

ตลาดพลู คือ ย่านชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ริมคลองบางกอกใหญ่ บริเวณถนนเทอดไทฝั่งธนบุรีในปัจจุบันย่านตลาดพลูแห่งนี้มีที่มาที่ยาวนาน และเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงที่กรุงธนบุรีเป็นราชธานี และย้ายฝั่งมาอยู่ที่ฝั่งพระนคร หรือกรุงรัตนโกสินทร์

ในช่วงที่กรุงธนบุรีเป็นราชธานีนั้น พื้นที่ทางด้านใต้ของพระราชวังเดิมฝั่งธนบุรี บริเวณริมคลองบางหลวงหรือคลองบางกอกใหญ่ในปัจจุบัน เป็นชุมชนที่อาศัยอยู่ของชาวจีน เป็นแหล่งค้าขายซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวจีน แต่เมื่อมีการย้ายราชธานีไปจากฝั่งธนบุรีไปอยู่ฝั่งพระนครซึ่งพร้อมกับการเกิดขึ้นของชุมชนชาวจีนที่ย่านสำเพ็ง และมีชาวมุสลิมเข้ามาอยู่อาศัยแทนที่ ซึ่งชาวมุสลิมเหล่านี้เองที่ได้มีการริเริ่มทำสวนต้นพลูขึ้น จนบริเวณริมคลองบางกอกใหญ่ กลายเป็นตลาดซื้อขายพลูแหล่งใหญ่ และเรียกชุมชนในบริเวณนี้ว่า “ตลาดพลู” มาตั้งแต่บัดนั้น ปัจจุบันแม้ว่าจะไม่เหลือต้นพลูในย่านนี้แล้ว แต่ชื่อของตลาดพลูก็ยังคงอยู่จนปัจจุบันนี้

ในย่านตลาดพลูมีวัดที่สำคัญที่แสดงถึงหลักฐานทางศิลปะ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของคนในชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร ที่ยังปรากฏให้เห็นในปัจจุบันและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะทางด้านสถาปัตยกรรม ก็ยังคงปรากฏให้เห็น ในย่านตลาดพลูมีวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์อยู่แห่งหนึ่ง คือ วัดอินทารามวรวิหาร หรือชื่อเดิมคือ “วัดบางยี่เรือนอก” หรือวัดอินทารามวรวิหารในปัจจุบัน เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี วัดนี้มีความสำคัญมากในสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานี เนื่องจากสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โปรดเกล้าฯ ให้บูรณะ ปฏิสังขรณ์วัดแห่งนี้ใหม่ทั้งหมด และเสด็จมาประกอบพระราชกุศล รวมทั้งทรงปฏิบัติกรรมฐานที่วัดแห่งนี้เป็นประจำ ปัจจุบันมีปรากฏพระราชอาสน์ที่พระองค์ทรงประทับทรงศีลอยู่ในวัดแห่งนี้อีกด้วย พระอุโบสถของวัดอินทารามเป็นพระอุโบสถที่สร้างขึ้นใหม่ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปเป็นพระพุทธรูปสมัยสุโขทัย ปางมารวิชัย ส่วนด้านหน้าพระอุโบสถมีพระบรมรูปของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชในท่าประทับนั่ง มีพระแสงดาบพาดอยู่ที่พระเพลาทางด้านหลังของวัดติดกับคลองบางกอกใหญ่ ในบริเวณนี้มีพระอุโบสถหลังเก่า และพระวิหารสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ซึ่งด้านหน้าพระวิหารประดิษฐานพระบรมรูปของพระองค์อยู่ เป็นพระบรมรูปทรงม้าพระหัตถ์ข้างหนึ่งถือพระแสงดาบชูขึ้นฟ้า ลักษณะเดียวกับพระบรมรูปทรงวางเวียนสมเด็จพระเจ้าตากสิน(วงเวียนใหญ่)

ภายในวิหารสมเด็จพระเจ้าตากสินมีพระพุทธรูปหลายองค์ และมีแท่นพระบรมมโสมยาสน์ ซึ่งเป็นพระราชอาสน์สำหรับประทับแรมทรงศีล และทรงกรรมฐานของสมเด็จพระเจ้าตากสิน

นอกจากนี้ยังมีรูปจำลองขณะที่พระองค์กำลังทรงกรรมฐานอยู่ด้วย ทางด้านหลังวัดมีศาลาทำน้ำหลังเล็กสี่เหลี่ยม มีลวดลายแบบขนมปังขิง มีชื่อเรียกว่า “ศาลาภิรมย์ภักดี” ศาลาแห่งนี้ก็ทำเรือเมล์ขาว ซึ่งเป็นเรือเมล์ของพระยาภิรมย์ภักดี ที่วิ่งรับส่งคนในคลองบางกอกใหญ่ในสมัยก่อน แต่เดิมมีหลายจุด แต่ปัจจุบันเหลืออยู่เพียงทำน้ำที่วัดอินทารามนี้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น ทางด้านซ้ายมือของศาลาทำน้ำ เป็นตึกแถวของชาวจีนแต้จิ๋ว ซึ่งอยู่กันมาแต่ดั้งเดิม ตึกแถวนี้มีประตูไม้ที่แปลกไม่เหมือนที่ไหน เพราะเป็นไม้รูปทรงตะเกียบ 4 อันวางห่างกันพอประมาณให้คนลอดออกหรือเข้าไม่ได้ แต่ถ้านำการเปิดประตูเพื่อเข้าออกก็ต้องยกไม้ออกซี่หนึ่ง ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบ้านชาวแต้จิ๋ว

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

สิ่งก่อสร้างที่โดดเด่นอีกอย่างหนึ่งของวัดราชคฤห์ก็คือ เขามอ เป็นภูเขาจำลองที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศจีน บนยอดเขามอมีพระมณฑป ภายในประดิษฐานรอยพระพุทธรูปจำลอง ที่วัดราชคฤห์มีพระพุทธรูปที่สำคัญ คือ พระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง ซึ่งตามพุทธประวัติ เมื่อพระพุทธเจ้าเสด็จปรินิพพานแล้ว บรรดาศิษยานุศิษย์ก็นำพระสรีระของพระองค์มาถวายพระเพลิง โดยท่านอนนทนาย พระเศียรหนุนพระเขนย พระกรทั้งสองข้างแนบพระองค์ หลังพระเนตร และมีพระมหากัสสปะนั่งพนมมืออยู่ที่พระบาท บริเวณฝั่งตรงข้ามจากวัดราชคฤห์ เป็นที่ตั้งของวัดโพธิ์นิมิตรวัดแห่งนี้เป็นวัดฝ่ายมหานิกาย ที่มีการผูกพัทธสีมาสองชั้น คือ พัทธสีมาและมหาพัทธสีมา ซึ่งหมายถึงมีอาณาเขตในการทำสังฆกรรมที่กว้างขวางทั่ววัด ไม่ใช่เฉพาะภายในพระอุโบสถเหมือนวัดอื่น วัดราชคฤห์มีจิตรกรรมฝาผนังพระอุโบสถทั้งดงาม เป็นภาพเรื่องราวเกี่ยวกับการการอัญเชิญพระศรีมหาโพธิ์มาจากประเทศอินเดียมายังเกาะลังกา และภาพงานประเพณีต่าง ๆ ของไทย โดยมีฉากเป็นวัดต่าง ๆ ที่เรารู้จักกันดี

ในย่านตลาดพลูนอกจากวัดที่แสดงออกถึงศิลปะ วัฒนธรรม ของคนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรแล้วสิ่งที่แสดงให้เห็นถึง วิถีชีวิตของคนในชุมชน ก็ยังถือเป็นจุดเด่นของชุมชนด้วย ก็คือ สถานีรถไฟตลาดพลู เป็นสถานีรถไฟเล็ก ๆ แต่พลุกพล่านไปด้วยผู้คนมากมาย รถไฟสายนี้วิ่งตรงจากวงเวียนใหญ่ไปสุดปลายทางที่มหาชัย จังหวัดสมุทรสงคราม หรือที่เราเรียกกันในนามของ ตลาดร่มหุบ และบริเวณรายรอบสถานีรถไฟตลาดพลูเป็นแหล่งรวมร้านอาหารสำหรับคนในชุมชนเอง รวมถึงคนที่เข้าไปเยือนย่านเก่าแห่งนี้ อาทิเช่น ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อยน้ำซุบเข้มข้น ร้านหมี่กรอบดั้งเดิมตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5

ร้านหอยทอดผัดไทเจ้าเก่า ร้านข้าวราดแกงสารพัดชนิด ร้านน้ำใบบัวบกเย็นชื่นใจ ส่วนร้านที่ขึ้นชื่อ ก็คือร้านขนมหวานตลาดพลู ซึ่งมีขนมหวานของไทยหลากหลายชนิด เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมชั้น ข้าวเหนียวสังขยา โดยการซื้อต้องมีการหยิบบัตรคิวเพื่อรอซื้อ และขายมายาวนานกว่า 60 ปี ส่วนที่ได้สะพานตลาดพลู หรือบริเวณที่ถนนรัชดาภิเษก เมื่อก่อนมีตลาดและโรงพยาบาลถึง 2 โรง คือโรงพยาบาลศรีนครินทร์ หรือเรียกว่า “วิกสูง” เพราะส่วนที่เป็นโรงพยาบาลนั้นอยู่ชั้นบน ด้านล่างเป็นตลาด และโรงพยาบาลศรีตลาดพลู หรือเรียกว่า “วิกเตี้ย” แต่ในปัจจุบันโรงพยาบาลทั้งสองแห่งเหลือเพียงแค่ความทรงจำเท่านั้น

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

จากแบบสอบถามจากการสนทนาแบบมีส่วนร่วม (focus group) การสนทนาเชิงลึก (In-depth interview) ประชากรที่อาศัยอยู่ในย่านตลาดพลู และบริเวณใกล้เคียงเพื่อค้นหาบรรดกทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลู สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางการจัดการพื้นที่ด้านวัฒนธรรม และลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ ซึ่งจัดทำเป็นฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต ด้านความเป็นเอกลักษณ์ และบรรดกทางวัฒนธรรม ได้ตามกลุ่มดังนี้

1. ฐานข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ฐานข้อมูลย่านอาคารประวัติศาสตร์
3. ฐานข้อมูลร้านอาหาร และร้านค้า

การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันที่เป็นแรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน การจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการวางแผน การบริการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการยกระดับมาตรฐานการบริหารการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

ตาราง 4.1 ตารางแสดงผลการประมวลผลทางสถิติจากแบบสอบถาม

สถานที่สำคัญทาง มรดกวัฒนธรรม	ลักษณะทาง ธรรมชาติและ กายภาพ	ลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรม	ลักษณะทางการ จัดการพื้นที่ด้าน วัฒนธรรม	ลักษณะทาง เศรษฐกิจและอื่น ๆ
1. วัดอินทาราม	4.20	4.60	4.60	4.40
2. วัดราชคฤห์	4.00	4.33	3.67	3.67
3. วัดจันทาราม	3.50	3.50	4.00	5.00
4. วัดโพธิ์นิมิตร	2.00	3.00	2.00	2.00
5. ชนมหวานตลาดพลู	3.50	4.50	4.00	5.00
6. โรงเจ	4.33	5.00	4.33	2.67
7. ศาลเจ้า	4.00	5.00	4.00	4.00
8. แยกตลาดพลู	4.00	4.00	5.00	4.00
9. ลานกีฬา	4.50	4.50	4.00	1.50
10. วัดกันตาทาราม	3.00	3.00	3.00	2.00

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

วัดราชคฤห์ มีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติและกายภาพ ลักษณะการจัดการพื้นที่ทางวัฒนธรรม ลักษณะทางเศรษฐกิจและอื่น ๆ อยู่ในระดับสูง คะแนนเฉลี่ย 4.33, 4.00 และ 3.67 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นวัดที่มีรอยพระพุทธรูป และเขมอ ซึ่งเป็นที่เคารพศรัทธาของประชาชนในพื้นที่และนอกพื้นที่ อีกทั้งทำเลที่ตั้งด้านหลังติดถนนเทอดไท ด้านหน้าติดคลองบางกอกใหญ่ รวมถึงมีพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการในย่านตลาดพลูด้วย

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

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

2. ข้อมูลด้านความเป็นเอกลักษณ์-มรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่ย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร สามารถแบ่งได้ตามกลุ่ม ดังนี้

2.1 วัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้ (Tangible cultural heritage)

1. กลุ่มสถาปัตยกรรม

ที่อยู่อาศัย จากการสำรวจพื้นที่ศึกษา สามารถแบ่งประเภทของอาคารภายในย่านตลาดพลู โดยอาศัยการแบ่งตามรูปแบบ และลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคาร ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.5 ลักษณะอาคารตึกแถวเก่าบริเวณถนนเทอดไท
ที่มา : ไพฑูร จุลละนันท์ (2557)

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

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

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

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

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญของสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่ยังคงสภาพที่มีเอกลักษณ์ ความดั้งเดิมของท้องถิ่น และยังคงอยากให้อยู่คงความเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้ จนถึงลูกหลาน โดยในกลุ่มสถาปัตยกรรม ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. ร้านขายยาอินทโรสถ
2. บ้านหลวงบุญมานพพาณิชย์
3. โรงน้ำปลา

ซึ่งยังคงความเก่าแก่ มีสถาปัตยกรรมที่ยังหลงเหลือถึงความดั้งเดิม ความเป็นเอกลักษณ์ มีลักษณะที่มีความโดดเด่นอยู่อย่างเห็นได้ชัดเจน



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

2. ศาสนสถาน



ภาพที่ 4.7 วัดอินทารามวรวิหาร อนุสาวรีย์พระอนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (กลาง)
พระเจดีย์บรรจุอัฐิของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระอัครมเหสี (ซ้าย)
หน้าบันประดับเครื่องลายครามพระอุโบสถหลังเก่า (ขวา)
ที่มา : ไพฑูร จุลละนันท์ (2557)

วัดอินทารามวรวิหาร ตั้งอยู่ถนนเทอดไท แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร ฝายมหานิกาย เป็นวัดเก่าสมัยกรุงศรีอยุธยา เดิมเรียกว่า “วัดบางยี่เรือนอก” เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เสด็จมาทางเรือจากการที่ทรงอยากปลีกลีวเวก และได้พบวัดนี้โดยบังเอิญ ทรงพอพระราชหฤทัย จึงมีพระราชดำริให้บูรณปฏิสังขรณ์ทั่วทั้งอาราม สถาปนาขึ้นเป็นพระอารามหลวงชั้นเอกพิเศษ นอกจากนี้ยังเสด็จมาทรงศีลบำเพ็ญกรรมฐาน ประทับแรม ณ พระตำหนักในวัดอินทาราม ต่อมาในรัชสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 พระยาศรีมหเทพ (เพ็ง) ปลัดบัญชี กรมมหาดไทยข้าราชการในพระองค์ ได้บูรณะวัดนี้ใหม่ โดยสร้างพระอุโบสถหลังใหม่ขึ้นตรงพื้นดินบริเวณที่ฝังพระบรมศพของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จากนั้นได้อัญเชิญพระสรีระของพระองค์บรรจุไว้ในฐานชุกชีของพระประธานในพระอุโบสถหลังเก่า พระยาศรีเทพได้ขอพระราชทานนามใหม่จากรัชกาลที่ 3 และได้รับพระราชทานนามว่า “วัดอินทาราม” มีปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุที่สำคัญ คือ พระอุโบสถหลังเก่าที่พระเจ้าตากสินมหาราชทรงปฏิสังขรณ์ไว้ ปัจจุบันใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปฉลองพระองค์ของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และหน้าบันประดับเครื่องลายคราม

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

อาคารก่ออิฐถือปูน ศิลปะแบบจีน ไม่มีช่อฟ้า ใบระกา ประดับประดาหน้าต่าง มีซุ้มเรือนแก้วปูนปั้นบาน ทาสีแดง ด้านนอก ระหว่างประตูมีซุ้มประดิษฐานพระพุทธรูปยืนปางกวัคพระหัตถ์เรียกว่า สุกุฬาราม (อนาถบิณฑกเศรษฐี) พระประธานในพระอุโบสถเป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องปางมารวิชัย สมัยอยุธยา ตอนปลาย มีสถูปเจดีย์อยู่องค์หนึ่งกล่าวกันว่าเป็นที่ฝังพระศพของพระยาพิชัยดาบหัก หลังจากขอให้ ประหารชีวิต



ภาพที่ 4.8 วัดราชคฤห์ อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก (ซ้าย) และพระบรมสารีริกพระวิหารใหญ่ (กลาง)
พระเจดีย์บรรจุอัฐิพระยาพิชัยดาบหัก (ขวา)
ที่มา : ไพฑูร จุลละนันท์ (2557)

วัดโพธิ์นิมิตร ตั้งอยู่ที่ ซอยเทอดไท 19 แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี เดิมเป็นที่ดินกรรมสิทธิ์ของโยมโพ-โยมมิ เป็นบิดา มารดาของสมเด็จพระวันรัตน์ (แดง สีสวฑฺฒโน) วัดสุทัศน์เทพวราราม เมื่อบิดา มารดาถึงแก่กรรมแล้ว ที่ดินแปลงนี้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของสมเด็จพระวันรัตน์ และได้สร้างอุทิศเป็นพระอารามเรียกชื่อว่า "วัดโพธิ์" เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้ท่านทั้งสอง และเพื่อเป็นการแสดงความศรัทธาอย่างมุ่งมั่นในพระพุทธศาสนา ในปีต่อมาได้ขอพระราชทานวิสุงคามสีมา

เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2417 และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานนามวัดใหม่ว่า "วัดโพธิ์นิมิตร" ชาวบ้านนิยมเรียกกันว่า "วัดโพธิ์ตลาดพลู" พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวง เมื่อพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงจัดชั้นและประเภทของพระอารามหลวง วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม อยู่ในชั้นตรีประเภทสามัญปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุที่สำคัญภายในวัด ได้แก่พระอุโบสถ มีลักษณะสถาปัตยกรรมทรงไทยหลังคามุขลด ประดับช่อฟ้าใบระกา รอบนอกมีเสารับพาไลห่างจากผนัง 1 วา ใบเสมาติดกับตัวพระอุโบสถด้านในตามช่อหน้าต่างเป็นภาพวาดวัดต่างๆ เช่น วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดสุทัศน์เทพวราราม และวัดราชนันทาราม พระประธานในพระอุโบสถ เป็นพระพุทธรูปหล่อลงรักปิดทองปางมารวิชัย มีพระสาวกนั่งคุกเข่าประนมหัตถ์บนฐานชุกชี 4 ด้าน 4 องค์พลับพลารับเสด็จรัชกาลที่ 5 เป็นอาคารทรงไทยสร้างใหม่ในปี พ.ศ. 2511 แทนของเดิมที่สร้างเป็นพลับพลาเครื่องไม้สำหรับรับเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐิน ปัจจุบันใช้เป็นห้องสมุด ชื่อห้องสมุดโพ-มิประชาอุทิศ, ศาลาท่าน้ำเป็นศาลาที่ปลูกต่อเนื่องกับท่าขึ้นลงเรือ ซึ่งตั้งอยู่ริมคลองสำเหร่ อยู่ทางด้านหลังพระอุโบสถ มีหลังคามุงกระเบื้องหน้าบันประดับช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ ทำเป็นอย่างทรงโรงมีขนาด 2 ห้อง มีหลังคาพาไลโดยรอบ

ตอนใต้ของพลาทั้ง 2 ข้างยกพื้นปูกระดานให้คนนั่งพักได้ พื้นที่ตรงกลางศาลาเปิดช่องไว้สำหรับคนเดิน “เสมา” หรือ “สีมา” คือ เขตกำหนดที่ร่วมกระทำสังฆกรรมของสงฆ์ตามพระพุทธบัญญัติ กำหนดให้มีขนาดไม่น้อยกว่าเขตหัตถบาธของภิกษุ 21 รูป และให้มีขนาดไม่ใหญ่กว่า 3 โยชน์ เสมาทำด้วยแผ่นหินเจียรปลายให้โค้งแหลมจะปักเป็นทิวหมายแสดงเขตแดนพัทธสีมาอยู่ 8 ตำแหน่งด้วยกัน เสมาที่วัดโพธิ์นิมิตนี้มี 2 ชนิด คือ ชนิดที่ 1 คือ มหาเสมา ซึ่งวัดโพธิ์นิมิตเป็นวัดที่เป็นมหานิกายวัดเดียวที่มีมหาเสมา นอกนั้นเป็นวัดฝ่ายธรรมยุตินิกาย (วัดที่มีมหาเสมาอยู่ 4 วัดด้วยกันคือ วัดราชประดิษฐ์สถิตยสีมาราม วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดบรมนิวาส และวัดโพธิ์นิมิต) มหาเสมาที่วัดนี้นั้นบางหลักมีคนไปพันสีทองทับ ส่วนชนิดที่ 2 เป็นเสมาที่อยู่โดยรอบและติดกับผนังพระอุโบสถ ทำด้วยหินอ่อน ปิดทองประดับกระจกมีตราประจำยามอยู่ตรงกลาง ด้านบนทำเป็นรูปคล้ายอุณาโลมมีรัศมี



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



ภาพที่ 4.10 ภัณฑารักษ์เสด็จสมัยรัชกาลที่ 5
ที่มา : คณะผู้วิจัย

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มศาสนสถาน ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. วัดอินทารามวรวิหาร
2. วัดราชคฤห์วรวิหาร
3. วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม

ซึ่งในแต่ละศาสนสถาน มีประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับบูรพมหากษัตริย์ และมีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และความศักดิ์สิทธิ์ของปูชนียสถาน และปูชนียวัตถุ มีสถาปัตยกรรมที่มีความสวยงาม และเป็นที่น่าสนใจศรัทธาของคนในท้องถิ่น

3. กลุ่มอาหาร

อาหารสามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ คุณค่าโภชนาการ ภูมิปัญญาดั้งเดิม และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์นั้น ๆ ได้ ซึ่งถือว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ และสามารถถ่ายทอดถึงคนรุ่นหลังได้ ซึ่งในย่านตลาดพลูในอดีตเคยเป็นที่อยู่อาศัยของข้าราชการบริพาร และคนจีนยุคแรก ๆ ทำให้อาหารการกินได้รับอิทธิพลจากกลุ่มคนเหล่านี้ จึงเป็นที่มาของอาหารที่ขึ้นชื่อของย่านตลาดพลู อาทิเช่น ร้านหมี่กรอบจีนหลี ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ร้านขนมหวานตลาดพลู ร้านขนมเป็๋อง ร้านขนมเป็๋องญวน ร้านหมี่ตงเล้ง ซึ่งมีทั้งที่เป็นร้านค้าถาวร และเป็นรถเข็น โดยจะอยู่บริเวณสถานีรถไฟตลาดพลูจะมีผู้ใช้บริการมากในช่วงเวลาเย็น นอกจากนี้ยังทำเป็นอุตสาหกรรมเพื่อส่งออกขายยังนอกพื้นที่ได้แก่ ขนมกุยช่าย ซึ่งเริ่มทำในปี พ.ศ.2475 โดยชาวจีนที่อพยพมาจากเมืองฮั่วหยี่ ประเทศจีน ซึ่งปัจจุบันอยู่บริเวณซอยโรงเจหรือการทำขนมไหว้ เริ่มทำกันมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งจะสัมพันธ์กับเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ของจีน อาทิเช่น ขนมเป็๋ยั้งดั้งเดิมอยู่บริเวณสถานีดับเพลิงตลาดพลู ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมบะจ่าง จี๋จ่าง ซึ่งจะตั้งอยู่บริเวณตลาดวัดกลาง นอกจากนี้ในตลาดวัดกลางเองก็ยังมีอาหารหรือขนมที่เป็นอาหารดั้งเดิมของพื้นที่ อาทิเช่น ร้านขนมหวาน ร้านเป็ดพะโล้ เป็นต้น

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

1. กุยช่าย
2. หมี่กรอบจีนหลี
3. ขนมหวานเจี๊ยะ

ส่วนอาหารคาว-หวาน (ในเวลาเย็น ถึงกลางคืน) ได้จัดลำดับไว้ ดังนี้

1. กระเพาะปลา
2. บะหมี่ปู
3. ผัดไทยตลาดพลู

อาหารคาว-หวาน ย่านตลาดพลูสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ คุณค่าโภชนาการ ภูมิปัญญาดั้งเดิม และวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ ซึ่งถือว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ และสามารถถ่ายทอดถึงคนรุ่นหลังได้ซึ่งในย่านตลาดพลูในอดีตได้อย่างดี



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

ที่มา : คณะผู้วิจัย



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

ที่มา : คณะผู้วิจัย

2.2 วัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible cultural heritage)

การจัดงานบุญประเพณีเพื่อสืบสานจารีตประเพณีดั้งเดิม และฟื้นฟูให้คงคุณค่าดั้งเดิม ทั้งงานบุญที่เกี่ยวกับศาสนา หรืองานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีพื้นบ้าน สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของเชื้อชาติหรือกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเอง โดยในย่านตลาดพลูมีกลุ่มชาติพันธุ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ ไทย จีน และมอญ แต่ชาวมอญได้สูญหายไปจากย่านตลาดพลูแต่ยังคงมีจารึก ว่าเคยมีชาวมอญอาศัยอยู่บริเวณวัดราชคฤห์

1 ประเพณีไทย ประเพณี และพิธีกรรมที่สำคัญในย่านตลาดพลู ได้แก่ ประเพณีชักพระ วัดนางชีจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรม 2 ค่ำ เดือน 12 โดยขบวนเรือจะเริ่มต้นจากวัดนางชี ผ่านคลองบางหลวง และคลองบางกอกน้อย ระหว่างทางจะมีการตั้งโต๊ะหมู่บูชาเป็นระยะ รวมถึงมีการแสดงของท้องถิ่น อาทิ กระต๊อแทงเสือ หัวล้านชนกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีลอยกระทงที่ยังคงเป็นที่นิยมของคนในพื้นที่และคนทั่วไปให้ความสนใจ อีกทั้งงานไหว้พระบาทวัดราชคฤห์ ซึ่งจะจัดพร้อมกับการเฉลิมฉลองเจ้าพ่อเขตก ซึ่งถือเป็นงานประจำปีของวัด จัดขึ้นปลายเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ภายในงานจะมีมหรสพการแสดง จั้ว ลีเก โดยเริ่มตั้งแต่เวลา 18.00-24.00 น. แต่ในอดีตจะจัดงานทั้งวันทั้งคืนต่อเนื่องเป็นเวลา 7 วัน แต่ในปัจจุบันชาวบ้านไม่ได้ให้ความสนใจเท่าไรนัก จึงลดเวลาในการจัดงานในแต่ละวัดก็จะมีงานประจำปีจัดติดต่อกันตลอด อาทิเช่น งานประจำปีของวัดอินทาราม จัดในเดือนมีนาคม เป็นต้น ส่วนงานประเพณีอื่นๆของไทยไม่แตกต่างจากที่อื่นมากนัก ที่สำคัญได้แก่ งานแห่เทียนพรรษาของวัดโพธิ์นิมิตร ซึ่งจะเป็นงานใหญ่ของในพื้นที่ ในปัจจุบันการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ได้ลดน้อยลงไป เนื่องจากการย้ายที่อยู่อาศัยของคนดั้งเดิมออกไปนอกพื้นที่ตลาดพลูปัจจุบัน

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

เทศกาลไหว้ขนมจ่างหรือจั้งจะมีการทำขนมไว้ล่วงหน้า 2-3 สัปดาห์ โดยใช้พื้นที่ลานวัดอินทารามในการทำและผูกขนม จากนั้นจึงนำไปแช่ไว้ให้ห้องเย็นเพื่อรอการส่งขายไปยังสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีพิธีฉลองวันเกิดของศาลเจ้าต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่ และมีพิธีไหว้สิ้นปี หรือก๊วยนี้โจ้ย จัดในช่วงเดือนธันวาคมก่อนถึงเทศกาลไหว้ขนมจี้ ซึ่งศาลเจ้าพ่อพระเพลิงจะมีการจัดงานใหญ่ มีการเชดสิงโต และการแสดงจั้ว เป็นต้น ซึ่งในช่วงไหว้เจ้าจะมีผู้คนที่เคยอาศัยอยู่ในพื้นที่และคนนอกพื้นที่เดินทางมาสักการะเป็นจำนวนมาก ซึ่งงานไหว้เจ้าในแต่ละศาลเจ้าจะจัดไม่ตรงกันทำให้ตลอดเดือนธันวาคม ในพื้นที่จะคึกคักไปด้วยการไหว้เจ้าในแต่ละศาล



ภาพที่ 4.13 แสดงบรรยากาศพิธีไหว้สิ้นปีของศาลเจ้าพ่อพระเพลิง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

3. ประเพณีอื่น ๆ นอกจากงานสำคัญทางศาสนาแล้วยังมีงานสำคัญสำหรับประชาชนในย่านตลาดพลู และฝั่งธนบุรี นั่นก็คือ วันปราบดาภิเษกสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชในวันที่ 28 ธันวาคม ของทุกปี โดยเป็นพระราชพิธีที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์เสด็จพระราชดำเนินมาทรงวางพานพุ่มสักการะที่พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชที่วงเวียนใหญ่ ในวันที่ 27 ธันวาคม ของทุกปี จะมีขบวนแห่ทำพิธีสักการะของประชาชน โดยเริ่มต้นจากวัดอินทารามมาจนถึงวงเวียนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการเฉลิมฉลองด้วยการแสดงต่างๆ เช่น การเชิดสิงโต และมังกร เป็นต้น นอกจากนี้ในเดือนมีนาคมของทุกปียังมีวันเฉลิมพระชนมพรรษาของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โดยจะมีการจัดงานเฉลิมฉลอง 10 วัน 10 คืน โดยจะมีการแสดงเชิดสิงโต และมังกร ตะกร้อลอดบ่วง การแสดงดนตรี และจ๊ว เป็นต้น

จากการสนทนากลุ่มย่อย กับผู้นำชุมชน และคนในท้องถิ่น กล่าวโดยสรุปว่า ในกลุ่มประเพณี และกิจกรรมของชุมชน ได้จัดลำดับความสำคัญไว้ ดังนี้

1. งานเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
2. การเชิดสิงโต และมังกร
3. มวยคาดเชือก

กิจกรรมดังกล่าวทำให้ผู้คนภายในหรือนอกย่านเกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งแต่ละกิจกรรมมีผู้คนเข้าร่วมมากน้อยแตกต่างกันตามลักษณะกิจกรรม และเชื้อชาติ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตของย่านนี้ได้เป็นอย่างดี

3. ผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรจะทำการศึกษาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ในชุมชน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือกิจกรรมวันพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดท่องเที่ยวชุมชน อาทิ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนย่อมเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมของตนได้ดีกว่าคนนอกเพื่อให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้ตลาดเก่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นตลาดที่ยั่งยืน

3. ทำให้เป็นตลาดเก่าที่แสดงวิถีชีวิตของชุมชนควรมีกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ทั้งด้านศิลปะ และวัฒนธรรม เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนรวมถึงให้ความรู้กับผู้มาเยือนด้วย

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

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

4. ฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร



ภาพที่ 4.14 ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่ตลาดพลู

ที่มา Google Earth - Application

ตลาดพลูเป็นชื่อที่ได้จากการเป็นศูนย์กลางการค้าขายหมากพลูของบางกอกสมัยต้นรัตนโกสินทร์ ตั้งแต่เดิมตลาดหมากพลูตั้งเรียงรายริมฝั่งคลองบางหลวง ตั้งแต่วัดราชคฤห์ไปจรดวัดอินทาราม ลึกเข้าไปด้านหลังวัด (ปัจจุบันคือด้านหน้า วัดติดถนนเทอดไทย) เป็นสวนหมากของชาวจีนแหล่งใหญ่ที่สุดในบางกอก ผู้สนใจอยากสัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิม สามารถเดินลัดเลาะ ไปตามถนนเลียบแม่น้ำข้างวัด จะเห็นอาคารพาณิชย์ บ้านเรือนอาศัยแบบจีน ที่มีลวดลายปูนปั้น กับลายไม้ฉลุประดับหลงเหลือให้ชมอยู่บ้าง

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

4.1 ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.15 วิหารวัดราชคฤห์วรวิหาร
ที่มา ไผทูล จุลละนันท์ (2557)

1. วัดราชคฤห์

ความเป็นมาของวัดราชคฤห์วรวิหารนามเดิมชื่อ วัดวังน้ำวน เพราะวัดตั้งอยู่ติดคลองน้ำ 3 สาย คือ คลองบางกอกใหญ่ (อยู่ด้านทิศใต้ของวัด) คลองบางน้ำชน (อยู่ที่ศตวันออกของวัด) และคลองท่าพระ (อยู่ด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือของวัด) มาจรดชนติดกันเป็นเหมือนสี่แยกเวลาน้ำทะเลหนุนขึ้น น้ำเค็มไหลทะลักเข้ามาตามคลองบางกอกใหญ่บ้าง ไหลทะลักเข้ามาทางคลองบางน้ำชนบ้างส่วนคลองบางกอกใหญ่ตามปกติน้ำจืดจะไหลมาตามคลองทางเขตภาษีเจริญ ก็ไหลมาชนกับน้ำเค็ม ตรงกันข้ามระหว่างคลองท่าพระน้ำจืดก็ไหลมาชนกับคลองบางกอกใหญ่ จึงทำให้น้ำที่ไหลมานั้นชนกัน ทำให้น้ำเกิดการหมุนเวียนเป็นวังวนขึ้น ชาวบ้านจึงเรียกสถานที่แถบนั้นว่าวังน้ำวน สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้กู้เอกราชได้เสร็จแล้ว จึงได้สร้างเมืองขึ้นใหม่ให้เป็นราชธานี สถาปนาชื่อว่า “กรุงธนบุรี” และได้ขึ้นครองราชย์ จากนั้นพระองค์พร้อมด้วยทหารคู่ใจ คือพระยาสิทธิราชเดโช (พระยาพิชัยดาบหัก) ได้ทำการบูรณปฏิสังขรณ์วัดบางยี่เรือเหนือมีสร้างพระอุโบสถสร้างพระปรางค์เหลี่ยมย่อไม้ยี่สิบ อยู่ทั้ง 4 ด้านของพระอุโบสถสร้างพระเจดีย์บรรจุพระบรมธาตุที่นำมาจากกรุงราชคฤห์แห่งประเทศอินเดียสร้างพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง และสร้างกุหาจำลอง (กุหาหมอ) พร้อมทั้งสูกุนำเอาพระบรมธาตุมาบรรจุไว้เพื่อให้เป็นที่สักการบูชาแก่พุทธศาสนิกชนสืบมา ต่อมาพระเจ้าตากสินมหาราชได้สวรรคตส่วนพระยาสิทธิราชเดโชได้สิ้นชีวิตลงตามพระเจ้าตากสิน ได้นำศพมาบรรจุไว้ที่วัดบางยี่เรือ

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

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



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

2. วิหารพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง

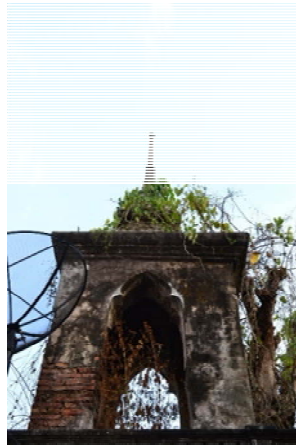
พระยาพิชัยดาบหักได้สร้างพระปางนอนหงายนี้ขึ้น เพื่อเป็นการบำเพ็ญบุญอุทิศกุศลให้ผู้ที่ตนไปฆ่าทหารชาวบ้านล้มตายไปเป็นจำนวนมาก (เป็นเหมือนชดใช้กรรมที่ฆ่าคนตายไป)



ภาพที่ 4.17 ศาลเจ้าพ่อเขาดก วัดราชคฤห์
ที่มา <http://www.watrajkrueh.com/> (2557)

3. ศาลเจ้าพ่อเขาดก

ปี พ.ศ.2525 ได้มีสาธุชนตั้งกองทุนในการก่อสร้างศาลเจ้าพ่อเขาดกขึ้นใหม่ โดยได้รับอนุมัติจากท่านเจ้าอาวาส (พระพิพัฒน์ธรรมคณี) สร้างใหม่เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังก่ออิฐถือปูน เป็นศิลปะแบบกังจีน และทำรั้วกำแพงข้างศาลด้วย



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

4. หอระฆัง (เก่า)

หอระฆังเก่าที่ซ่อนตัวอยู่ภายในกลุ่มบ้านเรือน ที่อยู่ด้านข้างวัดราชคฤห์ ในสมัยก่อนจะมีเจดีย์รอบๆมากมาย ต่อมาเมื่อมีคนมากขึ้นจึงรื้อเจดีย์ออก แล้วสร้างบ้านขึ้นแทน



ภาพที่ 4.19 วัดอินทาราม
ที่มา ไผทวุธ จุลละนันท์ (2557)

5. วัดอินทาราม

เป็นวัดสำคัญของสมัยกรุงธนบุรีเป็นราชธานี เป็นวัดอนุสรณ์สันติสถานที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ทรงประกอบพระราชกุศล มีโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับพระองค์เป็นชีวิตจิตใจหลายอย่าง ที่นับว่าสำคัญน่าชมและศึกษาคือพระแท่นบรรทมไสยาสน์เป็นพระราชาสน์ที่พระองค์ทรงประทับแรม ทรงศีลแลทรงเจริญกรรมฐานประวัติน่าศึกษาของวัดนี้ คือเป็นที่ประดิษฐาน(ฝัง)พระบรมศพของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีเมื่อพุทธศักราช 2327 และบรมศพพระอัครมเหสีของพระองค์ ก็ได้ถวายพระเพลิงและบรรจุพระบรมอัฐิไว้ ณ วัดนี้ทั้งสองพระองค์

วัดอินทารามขณะนี้ เป็นอารามหลวงชั้นตรีชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่ที่ถนนเทอดไท ปากคลอง บางยี่เรือ ริมคลองบางกอกใหญ่(คลองบางหลวง) แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร แต่เดิมหน้าวัดอยู่ทางคลองบางกอกใหญ่แต่เมื่อตัดถนนแล้ว จึงใช้ทางหลวงเป็นหน้าวัดด้วย

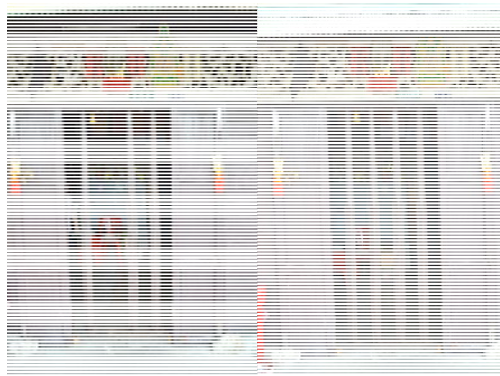
ที่อยู่ ถนน เทอดไท แขวง บางยี่เรือ เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 โทร. 02 472 2772



ภาพที่ 4.20 ศาลาภิรมย์ภักดี
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2557)

6. ศาลาภิรมย์ภักดี

ศาลาแห่งนี้ก็คือท่าเรือเมลล์ขาว ซึ่งเป็นเรือเมลล์ของพระยาภิรมย์ภักดีที่วังรับส่งคนในคลองบางหลวงสมัยก่อน ตอนนี้อยู่เพียงแห่งเดียวที่ทำหน้าวัดอินทาราม



ภาพที่ 4.21 บ้านประตู่เกียบ วัดอินทาราม
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2557)

7. บ้านประตูตะเกียบ

ห้องแถวห้องนี้มีประตูที่แปลกไม่เหมือนใคร อาจจะเห็นเป็นประตูลูกกรงไม้ธรรมดา รูปทรงตะเกียบ 4 แห่งวางห่างกันพอประมาณ คนลอดออกไม่ได้ แต่หากต้องการจะออกก็ต้องยกแท่งตะเกียบออกเสียก่อน ซึ่งเป็นประตูแบบที่ชาวจีนแต่จิวเขานิยมทำกัน



ภาพที่ 4.22 ทางเข้าบ้านโรงนั่งปลาทุเก่า และด้านใน
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2557)

8. โรงนั่งปลาทุ

ในอดีตตลาดพลูมีโรงนั่งปลาทุอยู่หลายโรง แต่ได้เลิกกิจการกันไปหมดแล้ว แต่ยังเหลือร่องรอยของโรงนั่งปลาทุอยู่ริมคลองบางกอกใหญ่บริเวณใกล้ท่าเรือตลาดพลูในปัจจุบัน



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

9. วัดจันทารามวรวิหาร

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

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



ภาพที่ 4.24 ภายในศาลเจ้าตึกดิน
ที่มา : คณะผู้วิจัย

10. ศาลเจ้าตึกดิน (โถวหลงซัน)

อยู่ในโรงเรียนกงลี้จันเก่า ศาลเจ้าตึกดิน หรือ โถวหลงซัน หรือ เทพบุณเถ้ากง เป็นศาลเจ้าคู่ชุมชนจีนเพราะเปรียบเสมือนเจ้าที่ คຸ້ມครองให้คนในชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข ทำมาค้าขึ้น ชาวจีนโพ้นทะเลจึงนิยมสร้างไว้ในชุมชน เมื่อตั้งถิ่นฐานได้เป็นหลักแหล่ง ศาลเจ้าแห่งนี้ตั้งมาเมื่อใดไม่ทราบแน่ชัด แต่คนเก่าแก่ในชุมชนที่อายุมากกว่า 80 ปี บอกว่าเห็นศาลเจ้านี้ตั้งแต่จำความได้



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

11. ศาลเจ้ากวนอู

เป็นศาลเจ้าเก่าแก่สร้างมาประมาณ 200 ปี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นที่นับถือของชนชาวจีนอย่างมาก ช่วงเดือนเมษายนวันเกิด กรกฎาคมมีงานประจำปีวันเกิดเจ้าพ่อกวนอู เดือนสิงหาคมมีงานวันเกิดเทพเจ้า 5 พระองค์ และเดือนธันวาคมมีงานแข่งอั้งยี่

ที่อยู่ 734 มะลิทอง เขตไท22 ถ.เทอดไท ตลาดพลู ธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600



ภาพที่ 4.26 ศาลเจ้าพระเพลิง(เก่า)
ที่มา : คณะผู้วิจัย

12. ศาลเจ้าพระเพลิง

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



ภาพที่ 4.27 สถานีรถไฟตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

13. สถานีรถไฟตลาดพลู

สร้างขึ้นสมัย รัชกาลที่ 5 พร้อมกับทางรถไฟสายคลองสาน – มหาชัย เป็นสถานีรถไฟที่ยังคงมีความสำคัญ เพราะเป็นหนึ่งในสถานีรถไฟสายแม่กลอง มีสถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ที่เป็นต้นทาง ทุกวันนี้ยังมีขบวนรถไฟที่ขนส่งทั้งคน และสิ่งของผ่านเข้าออกอยู่ทุกวัน



ภาพที่ 4.28 ภายในตลาดวัดกลางยามเช้า
ที่มา : คณะผู้วิจัย

14. ตลาดวัดกลาง

เป็นตลาดริมแม่น้ำหน้าวัดจันทาราม เป็นตลาดศูนย์กลางของย่านตลาดพลู ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางการค้าขายที่สำคัญของตลาดพลูในปัจจุบัน ซึ่งวิวัฒนาการมาจากตลาดน้ำในอดีต ที่เปลี่ยนแปลงมาเป็นตลาดบนบกในปัจจุบัน

4.2 ฐานข้อมูลย่านอาคารประวัติศาสตร์

ถนนเทอดไท ตลาดพลู ถนนเทอดไทเป็นถนนที่ตัดใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 7 เชื่อมถนนอินทรพิทักษ์ที่มาจากวงเวียนใหญ่ ต่อเนื่องจากสะพานพระพุทธยอดฟ้า ไปยังถนนบางบอน ถนนเพชรเกษม ภูมิทัศน์โดยรวมจึงเป็นตึกแถวสมัยใหม่เกือบทั้งหมด โดยตึกแถวช่วงผ่านสี่แยกตลาดพลู มีลักษณะเป็นตึกแถวสูง 4 ชั้นมีบางช่วงเป็น 2 ชั้น ไปถึงวัดโพธิ์นิมิตร และวัดอินทาราม บริเวณที่ยังเป็นตึกแถวเก่าหันทันหน้าเข้าหาถนนที่หลงเหลือ คือตึกแถวครึ่งปูนครึ่งไม้ 2 ชั้นหน้าซอยเทอดไท 2 ตรงกันข้ามกับตึกแถวก่ออิฐถือปูน รูปแบบนีโอคลาสสิก 2 ชั้นหน้าซอยเทอดไท 20 กลุ่มบ้านไม้ข้างหน้า ศาลเจ้าสูงไถ่ทางเข้าวัดโพธิ์นิมิตรและกลุ่มตึกแถว 2 ชั้นหลังคาทรงปั้นหยา บริเวณทางเข้าสถานีรถไฟเท่านั้น



ภาพที่ 4.29 โรงสิ่งวนไถ่ และ ร้านของชำข้างโรงสีเก่า
ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สามแยกซอยเทอดไท 22 ที่มีเรือนแถวไม้ ร้านขายของชำบ้านไม้และโรงสีงวนไถ่ ที่ปิดกิจการไปแล้ว เหลือแต่โกดังข้างเคียงที่ยังใช้เก็บของอยู่



ภาพที่ 4.30 ตึกแถวแยกร้านทอง

ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สามแยกซอยเทอดไท 20 เป็นกลุ่มตึกแถวปูนแบบตะวันตกผสมจีนทั้งสองฝั่งถนน มีร้านทองริมน้ำที่เหลืออยู่ร้านเดียวคือ ห้างทองย่งเส็ง ถือเป็นภูมิทัศน์ที่เด่นและสำคัญสื่อถึงอดีตของตลาดพลู



ภาพที่ 4.31 สี่แยกตลาดพลูที่มีอาคารแถวรูปแบบตะวันตกผสมจีน

ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สี่แยกซอยเทอดไท 18 และทางไปท่าเรือตลาดพลูซึ่งถูกเรียกกันมาว่าเป็นสี่แยกตลาดพลู ภูมิทัศน์ในจุดนี้มีตึกแถวปูน 3 ชั้น รูปแบบตะวันตกผสมจีนอยู่ตรงหัวหัวมุม มีรูปปั้นอินทรีเป็นสัญลักษณ์สำคัญของย่านนี้ แต่เดิมเป็นร้านทองต่อมาเป็นร้านอาหารครัวบางหลวง นอกจากนี้ยังมีตึกแถว 2 ชั้นแบบจีนอยู่ต่อเนื่อง ตามแนวถนนตลาดพลูทางในทั้งสองฝั่ง โดยฝั่งที่อยู่ริมน้ำ มีตรอกเขาไปยังโรงงานเก่าบริเวณสี่แยกนี้ยังถูกใช้เป็นที่รวมพลของคณะเชิดสิงโตหลังจากจบขบวนแห่งานพิธีของวัด และศาลเจ้าต่างๆ โดยเป็นที่แสดงการต่อสู้ของแต่ละคณะซึ่งถือเป็นการปิดท้ายจบขบวนแห่ในวันนั้น



ภาพที่ 4.32 เรือนแถวไม้โรงน้ำปลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

พื้นที่สี่แยกซอยเทอดไท 16 ภูมิทัศน์หน้าเรือนแถวไม้โรงน้ำปลา และสถานีดับเพลิงตลาดพลู มีเรือนแถวไม้ ขนาบสองข้างก่อนขึ้นสะพานข้ามคลองบางน้ำชน ถือเป็นภูมิทัศน์ที่เด่นและสำคัญรองลงมา



ภาพที่ 4.33 ซอยวัดราชคฤห์ (ชุมชน)
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ถนนตลาดพลูทางด้านในที่เป็นซอยในวัดราชคฤห์ มีบางส่วนที่ผ่านในชุมชนพื้นที่ส่วนที่ติดคลองบางน้ำชน ที่เป็นบ้านเรือนแถวไม้เก่า อาคารไม้สำคัญคือ ร้านค้าเครื่องจักสานและพื้นที่ก่อนเข้าเขตตลาดวัดกลางซึ่งมีเรือนแถวไม้เก่าอยู่ อาคารไม้สำคัญ คือร้านขายยาแผนโบราณอินทรโอสถ โดยที่ซอยตลาดพลูทางในนั้นแคบกว้างเพียง 1.5 เมตร และบางบริเวณอาคารมีหลังคา กันสาดยื่นยาวทำให้ค่อนข้างทึบ แต่ยังมีบรรยากาศชุมชนริมน้ำอยู่

สมัยก่อน หมอแผนโบราณมีมากในแถวตลาดพลู โดยมีร้านขายยาเก่าแก่ออยู่หลายแห่ง มีร้าน หมอกิม ร้านหมอเฮง หมอจีนรักษากระดูกอยู่ที่ริมทางรถไฟ ร้านเก่าแก่อคือ ร้านอินทรโอสถ ร้านยาหอม ตรา 5 นกกระเรียน และยาหอมตรา 5 เจดีย์ สูตรยาสมุนไพรต่างๆ มาจากพระอาจารย์ชื่อดังของวัดในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น หลวงพ่อเอี่ยม เจ้าอาวาสวัดหนึ่ง สมัยก่อนยาสมุนไพรจะมาส่งทางเรือถึงท่าเรือวัดราชคฤห์ ปัจจุบันต้องไปซื้อเองจากร้าน เจ้ากรมเปื้อที่เยาวราช บ้างสั่งจากเมืองจีน นอกจากร้านยาแผนโบราณยังมีร้านหมอบุญรอด ซึ่งเป็น คลินิกแผนปัจจุบัน ของพันโท นายแพทย์บุญรอด ศิริเวชกุล นายแพทย์ผู้ทำงานบุกเบิกเกี่ยวกับ การพัฒนาการผลิตยาปฏิชีวนะในประเทศไทย โดยเคยทำงานกับ Sir Howard Florey นักวิจัยระดับโลกในการพัฒนายาปฏิชีวนะให้ใช้ได้จริง ยังมีข้าราชการคนสำคัญที่มีบ้านอยู่ในบริเวณนี้ เช่น หลวงบุญมานพพาณิชย์ ซึ่งเป็นทายาทของนายต่าง บุญมานพ (แช่ล้ม) คหบดีคนสำคัญ เป็นนักเขียนที่มีชื่อในนามปากกา แสงทอง เขียนบทภาพยนตร์บันเทิงคดีที่สร้างโดยชาวไทยล้วนๆ เป็นครั้งแรก “โชคสองชั้น” ใน พ.ศ. 2470 และเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ศรีกรุงเป็นประจำ เป็นบุตรคนแรกของมหาอำมาตย์ตรี พระยาสัตยพรตสุนันท์ (ทองบูน บุญมานพ) ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในวงการกฎหมายของประเทศ เพราะเป็นหนึ่งในคณะกรรมการ ร่างประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ฉบับแรก ในปี พ.ศ. 2462 เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งหลวงสกลสัทยาทร ผู้พิพากษาศาลแพ่งในขณะนั้น ลูกเขยคนสำคัญของ นายต่าง บุญมานพ อีกท่าน คือ พลตรีพระวิภาติภูมิประเทศ เจ้ากรมแผนที่ทหารบก ในช่วงที่ประเทศไทยได้เริ่มมีการทำแผนที่จากภาพถ่ายทางอากาศ นอกจากนี้ยังมี หลวงสาทรราชชน ผู้ช่วยพระคลังมณฑลจันทบุรี หลวงประจักษ์สรรพากร รองอธิบดีกรมสรรพากร



ภาพที่ 4.34 ทางเข้าบ้านของนายต่าง บุญมานพ และบ้านไม้เก่าหลังตึกแถว
ที่มา : คณะผู้วิจัย

4.3 ฐานข้อมูลร้านอาหาร และร้านค้า



ภาพที่ 4.35 ร้านสุญีข้าวหมูแดงตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

1. ร้านสุญีข้าวหมูแดงตลาดพลู

ตั้งอยู่ริมทางรถไฟ เจ้าของคือ คุณสุญี ล้มเฉลิม ประกอบกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 โดยสืบทอดกิจการจากครอบครัวสามี ที่เป็นคนแต่จิว เมื่อก่อนตั้งอยู่บริเวณสถานีรถไฟ และได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่ปัจจุบัน และได้เปลี่ยนสูตรจากแต่จิวเป็นสูตรแคะ จากเมืองเหมยเซียน มีความพิเศษที่การคัหมูที่มีคุณภาพ น้ำหมักหมูแดงเป็นน้ำเคี่ยวกระดูกหมูอย่างเข้มข้น ใส่ยา กระเทียม และน้ำตาลแดง โดยน้ำราดใช้กากแทน ถั่วลิสง



ภาพที่ 4.36 กระเพาะปลานายบ๊วย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

2. ร้านกระเพาะปลานายบ๊วย

ตั้งอยู่ปากซอยเทอดไท 21 เจ้าของคือ คุณภาวิกา ชัยเชิดชู สืบทอดกิจการจากพ่อสามี คือนายบ๊วย แซ่หลือ เป็นคนแต่จิว สมัยก่อนหาขายในสวนแถวตลาดพลูเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตอนนี้เป็นรุ่นที่ 3 มีอายุมากกว่า 80 ปี เป็นกระเพาะปลาสูตรพิเศษมาจากอามา รสดั้งเดิมไม่มีเส้น ล้างกระเพาะปลาให้สะอาด แช่ล้างน้ำนานหลายน้ำ เลือดนิ่ม หน่อไม้สดหั่นขวาง แบ่งที่ใช้เป็นแบ่งพิเศษไม่คืนตัวง่าย หม้อกระเพาะปลาแยกระหว่างมีหน่อไม้กับไม่มี และเครื่องในกับบ้องไก่ น้ำต้นเชื้อต้องเคี่ยวกระดูกไก่ทั้งวัน โดยที่ยังคงใช้เตาถ่านประกอบการทำกระเพาะปลา แม้ในรถเข็นยังใช้เตาถ่านอยู่



ภาพที่ 4.37 ร้านเจ๊อิงกระเพาะปลา กุ้งแช่
ที่มา : คณะผู้วิจัย

3. ร้านเจ๊อิงกระเพาะปลา กุ้งแช่

ตั้งอยู่ในซอยเทอดไท 27 ร้านเป็นรถเข็น เจ้าของคือเจ๊อิง คุณสิริวรรณ เมธาสุขโชค เป็นร้านขายกระเพาะปลา กุ้งแช่ บ๊ะจ่างปัจจุบันเปิดขายมานานกว่า 70 ปี โดยสืบทอดกิจการมาจากบิดา คนจีนแต้จิ๋วชื่อ ลี อ้วน เต่า ซึ่งเคยทำบ๊ะจ่างส่งสำเพ็งมาก่อน ได้สูตรจากอาโกวที่เมืองจีน กระเพาะปลาต้องเลือกกระเพาะปลาที่สะอาด นุ่ม ทอดน้ำมันครั้งเดียว จะนุ่มเวลาแช่น้ำ น้ำซุปรุ่นน้ำต้มกระดูกไก่ บ๊ะจ่างต้องเอาส่วนผสมมาผัดก่อนให้หอมแล้วถึงห่อ รสหวานคือใส่เผือกให้มีรสหวานเล็กน้อย ใส่แปะก๊วยเชื่อม ถ้าไม่เชื่อมก่อนจะขม กุ้งแช่ใส่หน่อไม้จะอ่อนนุ่ม เอามาจากปราจีนบุรี เลือกที่ไม่มีเส้น



ภาพที่ 4.38 ร้านเป้งล้ง กุ้งแช่เจ๊ตั้งเดิมตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

4. ร้านเป้งล้ง กุ้งแช่เจ๊ตั้งเดิมตลาดพลู

ตั้งอยู่บริเวณวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณจันทนา เหล่าบรรพพงษ์ สืบทอดกิจการจากครอบครัวสามี ซึ่งอาม่าของสามีเคยทำ และสามีคือคุณเป้งล้ง แซ่เล่า คนจีนแต้จิ๋ว ประกอบกิจการมามากกว่า 100 ปี มีลักษณะพิเศษคือ เป็นกุ้งแช่สีชมพูซึ่งใช้ในการไหว้เจ้า พิธีสำคัญต่างๆ โดยใช้เทคนิคการนวดแป้งแบบดั้งเดิม กวนแป้งโดยใช้ไฟอ่อนจนแป้งสุก กวนแล้วนึ่งแล้วนวดอีกจนเหนียวนุ่ม ไม่แข็งไปหรือนิ่มไป ไม่ใช้สารกันบูดในแป้ง แป้งห่อไส้เป็นสีชมพู เป็นรูปทรงสามเหลี่ยม คล้ายปอด เรียกว่า ถ่อก้วย ซึ่งร้านเป้งล้งเป็นญาติกับทางร้านแก้วข้าวมันไก่ และเนื้อเปื่อยตลาดพลู



ภาพที่ 4.39 ร้านกิมเม้งก๋วยซ่าย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

5. ร้านกิมเม้งก๋วยซ่าย

ตั้งอยู่บริเวณแยกตลาดพลู หน้าโรงรับจำนำ เจ้าของคือ คุณกิมเม้ง ชลธรรมิงสกุล เป็นร้านขาย ก๋วยซ่ายที่เก่าแก่เจ้าหนึ่งของตลาดพลู ขายมานานกว่า 70 ปี โดยได้รับสูตรมาจากบรรพบุรุษของภรรยา ปัจจุบันทำขายวันละ 400 ลูกและส่งขายไปยัง วังหลัง และเยาวราช มีไส้ทั้งหมด 3 ไส้ ได้แก่ หน่อไม้ มันแกว เพื่อความพิเศษอยู่ที่เป็นการทำก๋วยซ่ายแบบแป้งนิ่ม รสชาติดีนี่มๆเหนียวๆ เคล็ดลับอยู่ที่การทำ แป้งข้าวเจ้าที่ต้องเอาข้าวเจ้าแช่น้ำมาบดละเอียดผสมกับแป้งข้าวเจ้า ก๋วยซ่ายต้องขยำกับเกลือจนไม่เด้ด แล้วผสมกุ้งสับด้วย



ภาพที่ 4.40 ร้านก๋วยซ่ายตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

6. ร้านก๋วยซ่าย ตลาดพลู

ตั้งอยู่แยกตลาดพลู บริเวณหน้าร้านทอง เจ้าของคือ คุณอัจฉราวรรณ ธเนศสุวรรณ เป็นร้านขายก๋วยซ่ายที่เริ่มมาจากการทำรับประทานกันเองในครอบครัวมาก่อนประกอบกิจการ ขายมานานกว่า 50 ปี ความพิเศษอยู่ที่การทำก๋วยซ่ายให้แป้งบางใสเยอะ น้ำจิ้มสูตรพิเศษ จัดจ้านเปรี้ยว และเผ็ด



ภาพที่ 4.41 ร้านแก้วข้าวมันไก่

ที่มา : คณะผู้วิจัย

7. ร้านแก้วข้าวมันไก่

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



ภาพที่ 4.42 ร้านลิ้มโกชนา

ที่มา : คณะผู้วิจัย

8. ร้านลิ้มโกชนา

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 25 เจ้าของคือ คุณพรพรรณ มาตสุวรรณากิจ เป็นร้านเก่าแก่ เปิดมานานกว่า 32 ปี โดยสืบทอดมาจากสามี เฮียลิ้ม ซึ่งเป็นคนจีนแต่จิว จากนครปฐม แต่ก่อนตั้งอยู่บริเวณซอย 21 เข้าร้านสู่ศุภอรรรดช้างแก้วข้าวมันไก่ ย้ายมาอยู่ที่นี่ปัจจุบันเมื่อตึกเสร็จ มีความพิเศษที่หุงข้าวหม้อต่อหม้อ ใช้น้ำมันไก่อานมาเจียวกระเทียมแล้ว เอน้ำแกงใส่ จากนั้นเทลงผสมหุงข้าว สูตรแต่จิว

หุงข้าวใช้ไฟแรงแล้วเบาลงให้ร้อนนาน น้ำต้มไก่เหลือจากหุงข้าว นำมาทำน้ำแกงโดยใส่เลือด ผักกาดทอง แต่ก่อนนั้นใช้ผัก และหัวไชเท้าด้วยแต่คนไม่ชอบ ไก่เองก็มีสูตร เวลาต้มต้องเน้นให้น้ำเดือด แล้วค่อยเบาไฟลง ต้มจนสุก ถ้าต้มนานขึ้นเนื้อจะเหนียวแต่นุ่มกว่า มีความน่าสนใจอีกประการคือเป็นร้านที่เปิด 24 ชั่วโมงมานานตั้งแต่ 20 ปีที่แล้ว



ภาพที่ 4.43 ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทรเพ็ญ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

9. ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทรเพ็ญ

ตั้งอยู่บริเวณหน้าสถานีรถไฟตลาดพลู ริมถนนเทอดไทรระหว่างซอย 16 กับ 18 เจ้าของคือ คุณครรชิต นิตยานนท์ เป็นร้านเก่าแก่ที่เปิดขายมานานกว่า 60 ปี สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ คือ คุณลิ้ม เคียงเซ่ง เป็นคนจีนแต่จิว มีชื่อเสียงโด่งดังในเรื่องน้ำซุปละเนื้อเปื่อย มีเคล็ดลับในการทำน้ำซूपคือ ใส่กระดูกขาวัว เนื้อสามชั้นทั้งฝืน และเทเครื่องปรุงทุกอย่างลงในหม้อก้วยเตี่ยว แล้วเติมน้ำสะอาดลงไป ให้เต็ม ใช้ไฟอ่อนๆ ต้มเคี่ยวนานประมาณ 4-5 ชั่วโมง จนได้น้ำซूपก้วยเตี่ยวเนื้อว้าวออกรสหวานจากไขกระดูก และดึงรสเนื้อเปื่อยออกมาได้มากที่สุด เนื้อนุ่มกำลังดี ไม่เหนียวหรือเละจนเกินไป พร้อมกับมีกลิ่นหอมจากเครื่องเทศทุกชนิด ในขณะที่กำลังต้มเนื้ออยู่นั้น จะมีน้ำมันจากเนื้อสามชั้นว้าวกระจายอยู่บนผิวน้ำซूप ใช้ทัพพีช้อนตักเอาไขมันออกให้หมด ต้มเคี่ยวไปสักพัก เนื้อสามชั้นจะเป็นเนื้อเปื่อยนุ่มอร่อยแล้ว ค่อยหันเป็นชิ้นๆ นอกจากนี้ยังมีเนื้อสดธรรมดา และเนื้อกรอบหรือเนื้อน่องลาย ลูกชิ้นธรรมดาและลูกชิ้นเอ็น ส่วนเครื่องในก็มีตับ หัวใจ ม้าม ผ่าซี่ริ้ว เอ็น ปอด ใส่อ่อน ขอบกระดัง



ภาพที่ 4.44 ร้านบะหมี่ตงเล้ง

ที่มา : คณะผู้วิจัย

10. ร้านบะหมี่ตงเล้ง

ตั้งอยู่บริเวณตลาดริมทางรถไฟ ซอยเทอดไท 25 เจ้าของคือคุณฮวัง หรือคุณพิเชษฐ์ ธรรมวิวัฒนา เป็นร้านบะหมี่เก่าแก่ที่มีชื่อเสียงในตลาดพลูเปิดมานานกว่า 60 ปี โดยสืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ คือนายหลี ตงเล้ง เป็นคนจีนแต่ใจ้ว ความพิเศษของร้านนี้คือ ทำเส้นบะหมี่เอง เส้นเล็กบางกว่าแต่เหนียว นุ่มกว่า ไข่ไข่ใหญ่และใส่ไข่มากเป็นพิเศษ เลือกแป้งที่เกรดดีที่สุด ส่วนหมูแดงหมักข้ามคืน ลูกชิ้นปลา ทำเอง หมูกรอบหอมทอดในน้ำมันที่ไม่ร้อนและเย็นเกินไป



ภาพที่ 4.45 ร้านบะหมี่นายกำ

ที่มา : คณะผู้วิจัย

11. ร้านบะหมี่นายกำ

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 27 เจ้าของคือ คุณประเสริฐ เมธาภิขิต เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 90 ปี โดยเริ่มมาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นคนจีนแต่ใจ้ว แซ่หลี เป็นพี่น้องกับร้านหมี่ตงเล้ง นายกำ เริ่มทำบะหมี่ก่อนเป็นเจ้าแรกในย่านนี้ ในสมัยก่อน ตีแป้ง นวดเส้นด้วยมือ นวดแล้วเอาไปเข้าเครื่องรีดตัด บิดาเป็นคนทำเส้นด้วยมือ ต่อมาบิดาไปสั่งทำเครื่องรีด ตัดเส้นบะหมี่ มาตั้งแต่ 50-60 ปีมาแล้ว จนร้านที่ทำเครื่องรีดบะหมี่ทำเครื่องขาย กลายเป็นที่แพร่หลายต่อมา สมัยก่อนตีมือใช้ไม้กระทุ้ง ปัจจุบันยังเก็บไม้ท่อนนั้นไว้บูชาจนทุกวันนี้ ความพิเศษของร้านนี้คือ เส้นบะหมี่ทำเอง 20 กิโล โดยใช้ไข่ 100 กว่าฟอง ต่อวัน หมูแดงคั้พิเศษแล้วนำไปด้วยอย่างเตาถ่าน น้ำซุ้ปต้มกระดูกหมู



ภาพที่ 4.46 ร้านหลุยส์บะหมี่เกี๊ยวกุ้งลูกชิ้นปลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

12. ร้านหลุยส์บะหมี่เกี๊ยวกุ้งลูกชิ้นปลา

ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดรัชดาภิเษก เจ้าของคือ คุณคมคาย เกิดวิชัย เป็นร้านบะหมี่ หมูแดง เกี๊ยวกุ้ง ลูกชิ้นปลา ฮี้อก้วย แม้จะเปิดให้บริการมาเพียง 12 ปี แต่ร้านนี้จัดเป็นร้านหนึ่งที่มีชื่อเสียงในตลาดพลู สามเณรเดิมีแช่ลี่ ปัจจุบันนามสกุลแสงสิริสกุล เดิมทำก๋วยฉ่าย อยู่ตรอกโรงเจ



ภาพที่ 4.47 ร้านเตี้ยเย็นตาโฟ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

13. ร้านเตี้ยเย็นตาโฟ

ตั้งอยู่บริเวณริมทางรถไฟ ตลาดพลู เจ้าของคือ คุณวรพล เสริมเกียรติกุล เป็นร้านขายเย็นตาโฟ แบบดั้งเดิม เปิดให้บริการมานานกว่า 70 ปี เทคนิคพิเศษของร้านคือ นำผักบุ้งไปลวกน้ำร้อนก่อน แล้วจึงใช้กรรไกรตัดเป็นชิ้นๆทำให้สดกรอบไม่นิ่มหรือดิบจนเกินไป ซอสเย็นตาโฟที่มีสีแดงไปทางส้ม ลูกชิ้นปลา ทำเองมีขนาดเล็กกว่าปกติ แต่มีกลิ่นพริกไทยโดดเด่น เน้นการปรุงที่ละซาม



ภาพที่ 4.48 ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี
ที่มา : คณะผู้วิจัย

14 ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 18 ใกล้กับท่าเรือตลาดพลู เจ้าของคือนางอารมณ นิติพรวิสิษฐ์ เอี่ยมองอาจ เปิดมานานกว่า 100 ปี สืบทอดกิจการมาจากพ่อสามี คือ จีนหลี แซ่ฝู เป็นคนจีนไหหลำผัดหมี่ควั่นโขมงริมคลองบางหลวง ตรงทำน้ำ ล้นเกล้ารัชกาลที่ 5 เสด็จผ่านมาพ่อของสามีจึงได้ผัดถวาย หลังจากนั้นลูกสะใภ้เป็นคนรับสืบทอดกิจการแทนพ่อสามี และลูกสาวสองคนได้สืบทอดกิจการต่อไป และมีเมนูอาหารเพิ่ม เช่น ปลากระพงนึ่งซีอิ๊วปลาจะระเม็ดนึ่งบ๊วย ปลิงทะเล อาหารไทยอร่อยคือ ต้มส้ม ปลากระบอก แกงเลียง แกงส้มปูทะเล ยำถั่วพู ปูผัดผงกะหรี่ ความพิเศษคือ การผัดหมี่กรอบที่ไม่เหมือนใคร นำเส้นหมี่แช่น้ำ แล้วทอดน้ำมันเดือดๆ คั่วกับเนื้อปูเป็นก้อนและเครื่องปรุงจนได้ที่ หมี่จึงกรอบ เหลืองแห้ง ผึ่งในตะแกรงให้สะเด็ดน้ำมัน และโปะลงไข่ดิบจนสุกเรียกไข่นอก มีให้เลือกกว่าทำไข่นอก หรือ ไข่ใน คือตอกใส่ไปเลยตอนผัด ปัจจุบันทำแต่ไข่ใน ไม่ค่อยมีคนสั่งไข่นอก



ภาพที่ 4.49 ร้านแซบ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

15. ร้านแซบ

ตั้งอยู่ข้างสถานีรถไฟตลาดพลู เจ้าของคือ คุณสว่าง ปรีอารมณ และคุณวิชัย โพธิ์วัตร เปิดร้านมาประมาณ 40 ปี สมัยก่อนขาย 3 โมงเย็น จนถึง ตี 1 เพราะมีคนมาเที่ยวกลางคืนเยอะ และเป็นตลาดโต้รุ่ง

ปัจจุบันขายเพียงเล็ก 20.30 น. แทน แต่เดิมเป็นลูกจ้างร้านเสวยโภชนา ซึ่งเจ้าแกเป็นคนจีนแต่จิว พ่อเจ้าของเสวยชีวิตร จึงออกมาเปิดร้านเอง มีความพิเศษที่มีเมนูอาหารเกือบ 50 อย่าง ปลา กุ้ง ต้องเลือกเองเป็นของสด ไม่ค้างคืน จากตลาดวัดกลางและปรับปรุงรสชาติตามใจลูกค้าด้วย คิดค้นจากอาหารสิบกว่าอย่าง ปัจจุบันมีมากกว่า 50 อย่าง อาหารขึ้นชื่อ ต้มยำซี่เมาทะเล หรือ ต้มโคล้ง ต้มแซบ ปลาหมึกทอด ปลาเก๋สามรส ยำปลาดุกฟู หมูป่าผัดเผ็ด นำหมูป่ามาจากมาเลเซีย



ภาพที่ 4.50 ร้านสหายโภชนา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

16. ร้านสหายโภชนา

ตั้งอยู่บริเวณริมถนนเทอดไท เจ้าของคือ คุณสมชาย ทักษะกาญจนากุล เป็นร้านขายข้าวขาหมู สูตรแต่จิว สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 50 ปี ใช้เครื่องยาจีนปวยก๊ก อบเชย ขิงเจียว ซิอิ้วที่ใช้ไม่ดำ แต่ขาหมูแดงกว่าเจ้าอื่น เพราะใส่น้ำตาลแดง แต่ก่อนขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อ เปื่อยมานานกว่าประมาณ 70 ปี เลิกไปเพราะเนื้อราคาแพงขึ้นและเกิดโรคแอนแทรกซ์ระบาด แรกเริ่มก่ง ทำกิจการจักสาน แต่พ่อเปลี่ยนมาทำอาหารแทน



ภาพที่ 4.51 ร้านครัวบางหลวง ที่มา : คณะผู้วิจัย

17. ร้านครัวบางหลวง

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 18 เจ้าของคือ คุณสมชาย กิตติพัฒน์ถาวร เป็นร้านอาหารตามสั่ง เปิดให้บริการเพียง 10 ปี แต่เดิมคุณพ่อเป็นคนจีนแต่จ้าว แซ่คู ซึ่งอาคุณ คุณแม่เป็นคนไทย อยู่ในตลาดพลู มาตั้งแต่บรรพบุรุษ เป็นตึกแถวห้องหัวมุมถนนตลาดพลูและซอยเทอดไท 18 มีลวดลายปูนปั้นเฉพาะของ ตึกแถวแบบจีนในยุคนั้น บนป้ายร้านคือพญานิรันดร์เด่นเป็นสัญลักษณ์คู่ตลาดพลู ความพิเศษคือ อาหาร เน้นความสดของวัตถุดิบ แม่ครัวทำอาหารได้เร็วทันใจ โดยมีงานหลัก คือ ข้าวผัดน้ำพริกกะปิ ที่คัดค้น สูตรเองที่ได้รสชาติของน้ำพริก



ภาพที่ 4.52 ร้านสุริยากาแฟ ลิ้มชะฮวด
ที่มา : คณะผู้วิจัย

18. ร้านสุริยากาแฟ ลิ้มชะฮวด

ตั้งอยู่บริเวณ ตึกแถวหลังตลาดวัดกลาง เจ้าของคือ คุณวิชัย เลิศธานินวานิช มีชื่อจีนคือลิ้ม ช่งจื๊ย เป็นร้านกาแฟเจ้าเก่าที่เปิดขายมานานกว่า 90 ปี สืบทอดกิจการจากรุ่นบิดา ที่เป็นคนจีนแต่จ้าว ความพิเศษคือ เครื่องดื่มทุกแก้วชงแบบเข้มข้นมากกว่าที่อื่น 2 เท่า โดยเฉพาะกาแฟเย็นหวานมัน ส่วนชา นำเข้ามาจากอินโดนีเซีย เครื่องมือ หม้อต้มกาแฟ กระป๋องต้มน้ำกาแฟ สั่งทำให้ใหญ่กว่าปกติ ถังกาแฟ ผ้าสั่ง ทำพิเศษ เรียกว่าผ้าสำลี มีขนาดยาวพิเศษ สั่งเย็บจากเยาวราช ต้องเลือกผ้าที่มีความหนา และความยาวพอดี นอกจากนี้ภายในร้านยังมีการเก็บรักษาเครื่องมือเก่าแก่ที่เป็นทองเหลืองของบรรพบุรุษไว้ รวมถึง ตะเกียงเจ้าพายุเก่า แก้วอ้อมน้ำ และโต๊ะไม้สักในร้านเป็นของเก่าสั่งซื้อมาตั้งแต่แก้อั่วตัวละ 10 บาท ส่วนโต๊ะราคา 40 บาท



ภาพที่ 4.53 ร้านตั้งเจียงฮวด ที่มา : คณะผู้วิจัย

19. ร้านตั้งเจียงฮวด

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดกลาง เป็นร้านขายส่ง ขายขนมเปี๊ยะดั้งเดิม ขนมสิงโต รับขายก๊อ่ง รับขายของส่งทั่วไป ขนมทั่วไป ของเล่น เจ้าของปัจจุบันคือคุณพัชร ไกรทองสุข (เจ้ใหญ่) สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ คนจีนแต่จิว โดยที่คุณพ่อปัจจุบันอายุ 98 ปี เป็นคนตั้งร้านสูตรขนมเปี๊ยะ ก๊อ่ง เป็นสูตรจากบรรพบุรุษที่ประเทศจีน นำส่งยุโรปมากกว่าแสนลูก ใช้เวลาในการทำ 2 เดือน เชือกมัดต้องเป็นเชือกขาว อย่างดีเคยใช้เชือกกล้วยและปอมัด และจ้างคนผูก ข้าวเหนียวคัดพิเศษ ต้องต้มแล้วใส ไม่นุ่นไม่มีข้าวที่แข็งติดเป็นเม็ดอยู่ข้างใน ข้าวเหนียวต้องไม่มีข้าวเจ้าปนมาหรือให้น้อยที่สุดเพราะข้าวเจ้าจะทำให้ชุ่นหรือแข็งอยู่ข้างใน ก๊อ่งหรือขนมจ้างใช้รับประทานทั่วไป ร้านขนมเปี๊ยะดั้งเดิมทำมาก่อน ก๊อ่งทำมา 60 ปี แต่ขนมเปี๊ยะกว่า 70 ปี



ภาพที่ 4.54 ร้านอ๊วก๊วย ตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

20. ร้านอ๊วก๊วย ตลาดพลู

ตั้งอยู่บริเวณตลาดริมทางรถไฟ เจ้าของคือ คุณไก่อ ตั้งอัครฐากร เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 70 ปี โดยสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นคนจีนแต่จิว แซ่ตั้ง โดยอาภิงเริ่มขายเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลงในสมัยก่อนร้านตั้งอยู่บริเวณลานริมน้ำ วัดราชคฤห์ ความพิเศษคือ ใช้เตาถ่านตั้งกระทะทอดน้ำมันแบบดั้งเดิม



ภาพที่ 4.55 ร้านหมวย-หลี่ น้ำแข็งใส
ที่มา : คณะผู้วิจัย

21. ร้านหมวย-หลี่ น้ำแข็งใส

ตั้งอยู่บริเวณเพิงถาวรริมทางรถไฟและถนนเทอดไท เจ้าของคือ คุณสุภาพ แซ่เฮ้ง เป็นร้านเก่าแก่ เปิดมานานกว่า 70 ปี สืบทอดกิจการจากรุ่นบิดาคือคุณปักเข้า แซ่เฮ้ง เป็นคนจีนแต่จิว ในอดีตไม่มีที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งก่อนแบกขนม น้ำแข็งหาบขายจากในสวน น้ำแข็งเป็นก้อนมีที่ขูดใสเสียบไม้ ต่อมาจึงเริ่มทำ เป็นแผงขาย เคล็ดลับคือทำสลิม กะทิ กวนเอง รมควันเทียนหอม ทำมาจากแป้งอย่างดีจากนครปฐม ถ้วยอย่างดี ตั้งเตาผสม ใช้มือกดทำเอง ต่อมาไอศกรีมกะทิไข่แข็ง ไข่สดตักกับไอศกรีม 3 ลูก ไอศกรีมทำเองใช้ มือ หลังจากเครื่องเสีย เลยรับไอศกรีมที่ทำเสร็จแล้ว มามีหลายรส ดั้งเดิมคือกะทิ ของผสมในขนม เช่น มันเชื่อมเผือกเชื่อม สับปะรด ทำเอง



ภาพที่ 4.56 ร้านขนมเป็ญญวน สุอาภา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

22. ร้านขนมเป็ญญวน สุอาภา

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 18 หรือตรงแยกตลาดพลู เจ้าของคือ คุณสุอาภา บรรดาลสุขสันต์ ร้านเป็นรถเข็นขายขนมเป็ญญวนโดยขายมานานกว่า 17 ปี เป็นสูตรโบราณสืบทอดมาจากมารดา มีความพิเศษคือ ใช้เตาถ่านในการทำแบบโบราณ เพราะสามารถควบคุมความร้อนได้ดีและร้อนระอุทั่ว กระทะดีกว่าเตาแก๊ส ทำให้ขนมเป็ญญวนมีความหอมกว่า



ภาพที่ 4.57 ร้านตั้งสี่หมง ของไห้ว โกวอู่ย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

23. ร้านตั้งสี่หมง ของไห้ว โกวอู่ย

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 30 เจ้าของคือ คุณนพพร คล่องดำเนินกิจ ประกอบกิจการขายของไห้วเจ้า สืบทอดกิจการจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นคนจีนแต่จิวมานานกว่า 50 ปี โดยเริ่มมาจากปู่ที่ประกอบกิจการนี้ที่ประเทศจีน ทำให้ของไห้วมาจากประเทศจีน พอช่วงที่พ่อมาเมืองไทย พ่อไม่ยอมทำกิจการนี้ แต่แม่ขอร้องจึงทำมาจนถึงรุ่นลูก



ภาพที่ 4.58 ร้านโล้ว เจิ้ง เซียง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

24. ร้านโล้ว เจิ้ง เซียง

ตั้งอยู่บริเวณตลาดวัดกลาง เจ้าของคือ คุณกมล วิสุทธิ์เสนิงค์ เป็นร้านขายเครื่องจักสานขนมไห้ว ของใช้แม่ค้า ของไห้วเทศกาลทุกชนิด เปิดมานานกว่า 55 ปี พ่อเป็นคนจีนแต่จิว แซ่โล้ว ส่วนทางแม่ แซ่ตั้ง โดยสืบทอดกิจการจากปู่ ที่รับของจักสานมาจาก บางปะหัน ออยุธยา ขนมไห้วเทศกาลต่างๆ ไห้วพระจันทร์ ตรุษจีน สารทจีน กระทง รับมา แต่ ก็จ้าง บ๊ะจ่างทำเอง ขายส่ง กำไร 1-2 บาท เท่านั้น



ภาพที่ 4.59 ร้านอินทรีโอสถ

ที่มา : คณะผู้วิจัย

25. ร้านอินทรีโอสถ

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดราชคฤห์ เป็นที่ธรณีสงฆ์ของวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณนพดล ศรีแพทย์ เป็นร้านขายยาแผนโบราณที่เปิดมานานกว่า 100 ปี โดยสืบทอดกิจการมาตั้งแต่รุ่นทวด อากังเป็นคนจีน แต่จิว แซ่กั่ว ส่วนอาม่า แซ่จิ้น มีการบดยา และผสมเองมาแต่บรรพบุรุษที่เป็นคนจีน ในแง่สถาปัตยกรรม คือ ยังคงอนุรักษ์อาคารไม้ไว้อย่างสมบูรณ์ รวมถึง ซ่องชนของทางเพดาน บานประตูและตู้ยาไม้สัก อุปกรณ์ต่างๆ ในการปรุงยาสมุนไพร



ภาพที่ 4.60 ร้านขายเครื่องจักสาน

ที่มา : คณะผู้วิจัย

26. ร้านขายเครื่องจักสาน

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณวิวัฒน์ วงศ์ทศพร เป็นบ้านไม้ผนังปูน 2 ชั้น โดยสืบต่อกิจการจากบรรพบุรุษที่เป็นคนจีนแต่จิว แซ่ลิ้ม ร้านขายเครื่องจักสาน มีหลังคาจั่วบ้าน รูปแบบเรียบง่าย แต่ก่อนบ้านเป็นบ้านไม้ทั้งหลังต่อมาไฟไหม้จึงสร้างใหม่เมื่อ ปี 2506 สมัยก่อนโรงเรียนวัดเป็นอาคารไม้มุงกระเบื้องวาว ร้านรอบๆ เป็นบ้านไม้ทั้งหมด มีหอรบขังเก่าของวัดเท่านั้นที่ก่ออิฐถือปูน มีเจดีย์รอบๆ แทบเป็นทุ่งเจดีย์ ต่อมาคนมากขึ้นจึงรื้อเจดีย์สร้างบ้าน บ้านรอบๆหอรบขังเคยเป็นโรงงานขนมปังซึ่งเลิกไปแล้ว อาชีพร้านขายเครื่องจักสานเกิดขึ้น เพราะมีความต้องการแข่ง เพื่อเก็บพลูจากในสวนแข่งที่ใช้สมัยก่อน มีการสานเป็นรางหกเหลี่ยมขอบเย็บไม้ไผ่ มีกรอบถักด้วยไม้ไผ่ หมุนเกลียวบิด มีฐานเป็นหวาย สมัยนี้ไม่มีคนทำแล้ว



ภาพที่ 4.61 โรงน้ำปลาเห้าเต็กเซ้ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

27. โรงน้ำปลาเห้าเต็กเซ้ง

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 16 เข้าที่ดินเป็นของทนายพระเสริม พาณิชย์ (เสริม ชูโต) เจ้าของคือ คุณเหลียงเต็ง แซ่เห้า (เลิศปิติวิทย์) เป็นอาคารไม้เก่าผุเป็นรูปตัว C ยาว 10 ช่วงเสา เป็นโรงบรรจุน้ำปลา อยู่ 4 คูหาหัวมุมโรงน้ำปลาดำเนินกิจการมาตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ ซึ่งเป็นคนจีนแต่จิว มานับร้อยกว่าปี ตั้งแต่ยังไม่มีการขึ้นทะเบียน คนในตระกูลทำ โรงน้ำปลา โรงซีอิ๊ว โรงเต้าเจี้ยว มาตลอดจนถึงรุ่น คุณเหลียงเต็ง เมื่อเรียนหนังสือจบมาพ่อให้แจวเรือส่งน้ำปลา เต้าเจี้ยว มีเรือส่งของหลายลำ สมัยก่อนจะมีเรือขนส่ง น้ำตาลปีบจากดำเนินสะดวกมาที่เป็นสิบลำ มีการขนส่งเกลือมาจากมหาชัยด้วย ปัจจุบันโรงงานทำ เต้าเจี้ยวเลิกไปแล้วเพราะญาติแยกย้ายกันไปทำที่อื่น ส่วนน้ำปลาทำที่ระยองแล้วมาบรรจุที่นี่แทน มีตราจิ้งจอก นางฟ้า แมวดำ ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน ในอดีตห้องที่อยู่ริมน้ำริมน้ำเคยเป็นที่ทำการไปรษณีย์ ตลาดพลู มีท่าเรือสำหรับรับส่งพัสดุภัณฑ์ต่างๆ



ภาพที่ 4.62 ร้านขนมหวานตลาดพลู
ที่มา : คณะผู้วิจัย

28. ร้านขนมหวานตลาดพลู

ตั้งอยู่ในตึกแถวเลขที่ 1126 ริมถนนเทอดไท ซอยเทอดไท 25 เจ้าของร้านคือ คุณสุลาลัย ผดุงวานากุล โดยสืบทอดมาจากคุณทวดน้อย วานากุล ถ้านับจนถึงปัจจุบันกว่า 70 ปี ที่ประกอบกิจการในตลาดพลู มีขนมหวานไทยที่ขึ้นชื่อโดยขนมหวานไม่หวานจนเกินไป มีชื่อเสียงมากคือ ขนมชั้นใบเตย หอมหวาน เน้นความสดใหม่ ทำสดๆวันต่อวันไม่มีค้างคืน ไม่ใส่สารกันบูด โดยที่ขนมตัดเป็นชิ้นเล็ก เช่น ตะโก้ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ห่อใบตองแบบดั้งเดิม ราคาเพียงห่อละ 6 บาท ยังมีขนมหม้อแกง ขนมสังขยาฟักทองที่คว้านฟักทองทั้งลูก ที่ขายเป็นถาดและเป็นลูกใหญ่ โดยร้านเปิดให้บริการ ช่วงสายและมีบัตรคิวให้ลูกค้ารอตามคิวเนื่องจากมีผู้ซื้อเยอะจึงต้องจัดระเบียบ



ภาพที่ 4.63 ร้านสรินทิพย์ขนมเบี๊ยงไทย

ที่มา : คณะผู้วิจัย

29. ร้านสรินทิพย์ขนมเบี๊ยงไทย

ตั้งอยู่หน้าตลาดรัชดาภิเษก เจ้าของ คือ คุณนภาพร กษิติศและสรินทิพย์ มีชุมชน เริ่มทำขนมเบี๊ยงตั้งแต่สมัยคุณยายซึ่งเป็นคนอยุธยา แต่รุ่นคุณแม่มาโตที่ตลาดพลู เรียนหนังสือถึงแค่ ป.3 ที่โรงเรียนวัดมอญ ออกมาขายของในตลาดพลู คุณพ่อเป็นคนวัดม่วง แต่ย้ายไปอยู่บางกอกใหญ่ คุณยายขายขนมไทยมาก่อน คุณแม่เป็นคนปรับปรุงสูตรจนขายดี เริ่มทำขายมานานกว่า 70 ปี ถึงปัจจุบัน ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ต้องขายไปวังหน้าลูกระเบิดไป ใช้แป้งสูตรพิเศษ จากการคว่ำหัวเขี้ยวหนึ่งบด และการทำไส้หวาน ไส้เค็มที่ไม่เหมือนใคร ไส้เค็มทำจากมะพร้าวขูดผสมกุ้งสับ ส่วนไส้หวานมีสีแดงเหมือนไส้เค็ม



ภาพที่ 4.64 ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม
ที่มา : คณะผู้วิจัย

30. ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม

ตั้งรถเข็นอยู่หน้าซอยเทอดไท 20 เจ้าของคือ คุณกิมเอง กายธรรมกุล ป้ากิมเองเป็นคนตลาดพลู โดยกำเนิด บรรพบุรุษเดิมแซ่เตียว เป็นคนจีนฮกเกี้ยน สมัยรุ่นคุณแม่ ทำกล้วยปิ้งขาย แต่พอถึงรุ่นป้ากิมเอง เปลี่ยนมาเป็นขนมหวานด้านมันเชื่อมแทน โดยทำขายมากกว่า 30 แล้ว วัตถุดิบกล้วยทั้งหมดสั่งมาจากเพชรบุรี ส่งมา 80 กิโลกรัม ต่อวัน มันสำปะหลัง ส่งมาวันละ 100 กิโลกรัม ปอกแล้วใช้ได้แค่ 30 กิโลกรัม ที่ไม่มีใครทำในปัจจุบัน คือ กล้วยหักมุกเชื่อม ปัจจุบันมีน้องสาวและหลานมาช่วยกันทำเพราะทำไม่ทัน กล้วยเชื่อมขายหมดทุกวัน



ภาพที่ 4.65 ร้านนี้อ่างน้ำแข็งไสได้รุ่ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

31. ร้านนี้อ่างน้ำแข็งไสได้รุ่ง

ตั้งรถเข็นริมทางรถไฟตรงข้ามกับเพิงขายอาหารข้างสถานีรถไฟตลาดพลู เจ้าของคือคุณ พร อัครเสถียร เป็นร้านที่เปิดขายมาประมาณ 50 ปีในตลาดพลูเดิมซึ่งมีส่วนของตลาดโต้รุ่ง เมื่อตลาดพลูและตลาดโต้รุ่งโดนเวนคืนสร้างสะพานถนนรัชดาภิเษกจึงย้ายมาในปัจจุบัน เริ่มมีชื่อเสียงช่วงสงครามเวียดนาม เพราะนักท่องเที่ยวกลางคืนมีของหวานยอดนิยมคือกล้วยปั่นผลไม้ปั่น สดและไอศกรีมไข่แข็ง



ภาพที่ 4.66 ร้านตั้ง่วนฮะ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

32. ร้านตั้ง่วนฮะ กุ้ยสือ

ตั้งอยู่ในตึกแถวริมถนนเทอดไท เลขที่ 1163 ตรงข้ามซอยเทอดไท 22 เจ้าของร้านชื่อ คุณวิรัช ตีระจินตาสกุล ทำขนมไหว้เจ้าต่างๆ ขนมเปี๊ยะ ขนมจันอับ ขนมน้ำตาล สิงโต มากกว่า 70 ปีแล้ว ทำมาตั้งแต่รุ่นอาทังซึ่งเป็นคนจีนแต่จิวจนถึงรุ่นพ่อซึ่งอพยพมาเมืองไทย ใช้ชื่อเดียวกับร้าน คือ ตั้ง่วนฮะ แต่เมื่อเรียนที่โรงเรียนในย่านนี้ ใช้ชื่อ ตั้ง่วนเทียม ร้านแต่เดิมอยู่ริมคลองบางหลวง ด้านหนึ่งติดร้านทอง ย่งเส็งอีกข้างหนึ่งติดร้านหมี่กรอบจีนหลี ต่อมาถูกเวนคืนที่เพื่อสร้าง สะพานถนนรัชดาภิเษกจึงย้ายมาที่ ปัจจุบัน ขนมเปี๊ยะที่วางขาย เจ้าของร้านทำไส้เองหมด ปัจจุบันยังทำกับภรรยาเพียง 2 คน โดยที่ลูกหลานไปเปิดบริษัทค้าขาย และคงไม่มีทายาทสืบต่อเมื่อแก่ตัวลงกว่านี้



ภาพที่ 4.67 ร้านขายยา บ้วนสุนตึง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

33. ร้านขายยา บ้วนสุนตึง ตั้งแกฮ้าง ยาหอมตรา 5 นกกระเรียน

ตั้งอยู่ในตึกแถวริมถนนเทอดไท ใกล้ร้านตั้ง่วนฮะ เจ้าของคือคุณสุนีย์ ตาคะนันทน์ อาทังเป็นคนตั้งร้าน ชื่อตั้งกิมเฮง เป็นคนจีนแต่จิว เป็นหมอยาอยู่เมืองจีน หลังจากอพยพมาเมืองไทย ประกอบอาชีพอื่นแล้วจึงกลับมาขายยาจีน และมีการจด ต่ำรับยาจีนของตนเอง ด้านยาหอม ยาผิวหนัง มีโรงงานอยู่ย่านวัดไร่ขิง สมัยก่อนอยู่ริมทางรถไฟ แต่โดนถนนรัชดาภิเษก ตัดผ่านจึงย้ายมาอยู่ในตึกแถวริมถนน



ภาพที่ 4.68 ร้านตัดผมลุงวิเชียร
ที่มา : คณะผู้วิจัย

34. ร้านตัดผมลุงวิเชียร

ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 323 ซอยเทอดไท 21 หรือ ตรอกโรงเจ เจ้าของคือคุณวิเชียร นนทแก้ว เดิมคุณลุงเริ่มกิจการเมื่อ 60 ปีมาแล้ว จนมีร้านตัดผมใหญ่อยู่ที่สี่แยกตลาดพลู ต่อมาโดนเวนคืนเพื่อสร้างสะพานถนนรัชดาภิเษก จึงเลิกกิจการมาเปิดร้านขนาดเล็กๆ ในเรือนแถวไม้ โดยยังเก็บเก้าอี้ตัดผมรุ่นเก่าและกระจกเงาที่มีคำอวยพรภาษาจีนติดไว้ ตั้งแต่เริ่มกิจการไว้จนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 4.69 ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง
ที่มา : คณะผู้วิจัย

35. ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง

ตั้งอยู่ในตึกแถว ซอยเทอดไท 20 หลังร้านตัดเสื้อซิลเวอร์ เจ้าของคือ ป้าอ้อย หรือ คุณสด ศิริวรรณ เป็นคน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดศรีสะเกษ แต่มาอยู่ตลาดพลูตั้งแต่อายุ 12 ปี ปัจจุบันอายุ 62 ปี เริ่มขายอาหารครั้งแรกคือเปิดร้านขายเนื้อเปื่อย ในตลาดหน้าโรงหนังวิกเดี่ยว จนย้ายมาเช่าที่ในตึกปัจจุบัน ประกอบกิจการมากกว่า 35 ปี ทำอาหารตามสั่ง ป้าอ้อยและสามีซื้อวัตถุดิบอาหารด้วยตัวเอง เตรียมอาหารด้วยตัวเองจนถึงลงมือทำเอง มีอาหารขึ้นชื่อคือหมี่กระเฉด ไข่เจียวหมูสับ กุ้งสับที่คนในชุมชนนิยมสั่ง



ภาพที่ 4.70 ร้านลิ้มเชิญชิม
ที่มา : คณะผู้วิจัย

36. ร้านลิ้มเชิญชิม

ตั้งอยู่ในเพิงริมทางรถไฟติดกับเพิงขายอาหารหลักที่มีร้านอาหารชื่อดังรวมอยู่หลายร้านเจ้าของคือ คุณลักษณะ ชีระพรเศรษฐ์ แซ่เดิม คือแซ่เฮ้ง เป็นคนจีนแต่ใจ ขาวข้าวมันไก่และก๋วยเตี๋ยว เนื้อเปื่อย ขายมากกว่า 40 ปี เดิมอากังมีอาชีพทำสวนพลูและขายพลู ตั้งแต่สมัย ร. 5 ต่อมาคุณพ่อมี อาชีพเลี้ยงหมู ในตรอกคุณพระ ได้สูตรการปรุงอาหารมาจากเพื่อนซึ่งเลิกกิจการจึงมาขายที่นี่มีจุดเด่นที่มีอาหารหลักของย่านนี้ทั้ง 2 อย่าง คือข้าวมันไก่ และก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อย



ภาพที่ 4.71 ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส
ที่มา : คณะผู้วิจัย

37. ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส

ตั้งอยู่ในเพิงหลังตึกแถวริมทางรถไฟขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อยเจ้าของกิจการคือ คุณมณี บุญนิมิตร รักดีสืบทอดกิจการของคุณพ่อ ซึ่งเดิมแซ่เฮ้า ชื่อคือ ขายมากกว่า 50 ปีเดิมในรุ่นคุณปู่ นั้นทำสวนพลูต่อมา คุณพ่อแยกมาทำก๋วยเตี๋ยวขายเคยขายเย็นตาโฟและเปลี่ยนเป็นเนื้อเปื่อยที่ริมถนนสี่แยกตลาดพลูเดิม ต่อมาจอมพลสฤษดิ์สั่งเลิกขายของริมถนนจึงย้ายมาขายบนสถานีและที่เพิงริมทางรถไฟในปัจจุบันมีสูตรแตกต่างจากเนื้อเปื่อยเจ้าอื่นๆในย่านคือ เคี้ยวน้ำซุปร่องเทศยาจีนแบบน้ำใสไม่มีสีแบบเจ้าอื่น



ภาพที่ 4.72 ร้านท่งอัน

ที่มา : คณะผู้วิจัย

38. ร้านท่งอัน

ตั้งร้านมาราว 70 ปีแล้ว โดยคุณพ่อเป็นคนจีนแต่จิว แซ่เตีย อพยพมาจากเมืองจีนแต่เดิมคุณพ่อเคยเป็นลูกจ้างร้านขายยาร้านอื่นมาก่อนแต่ต่อมาเปิดกิจการเองโดยเช่าห้องแถวริมถนนซอยเทอดไท 18 นี้ จากทายาทนายต่างบุญมานพ ตั้งแต่ตึกแถวเริ่มสร้างใหม่ โดยปัจจุบันขายยาแผนปัจจุบันด้วย



ภาพที่ 4.73 ร้านสุราชงกั๊ง ตราเสือโคร่ง

ที่มา : คณะผู้วิจัย

39. ร้านสุราชงกั๊ง ตราเสือโคร่ง

ตั้งอยู่ในซอยเทอดไท 33 เจ้าของคือคุณ วิสิทธิ์ เหล่าธนาวณิชย์ โดยเริ่มทำสุรามากว่า 70 ปีแล้ว เริ่มจากคุณพ่อแซ่ลื้อนำสูตรมาจากเมืองจีน โดยทำกับญาติผู้ใหญ่แซ่เล่า ชื่อร้านเล่าจี่ซุนแถวหัวลำโพง คนจีนส่วนใหญ่เมื่ออพยพมาถึงไทยจะเป็นลูกก่อน ทำงานแบกหามต้องการยาชูกำลัง โดยที่ชาวจีนส่วนหนึ่งที่มีสูตรยาต้องจึงได้เริ่มทำ โดยเริ่มแรกร้านเหล้าสมุนไพรมินส่วนใหญ่่นายาสมุนไพรมองตนไปตองตามโรงกลั่นเหล้า ที่อยู่ในหัวเมืองต่างๆ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2502 จอมพลสฤษดิ์อนุญาติให้สัมปทานเปิดโรงกลั่นสุราในกรุงเทพ คือ โรงงานสุราบางยี่ขัน โดยให้แก่ นายสหัส มหาคูณ จากนั้นคุณวิสิทธิ์จึงได้เปลี่ยนมาตองเหล้าที่โรงสุราในกรุงเทพฯ คือที่โรงงานสุราบางยี่ขัน โดยมีถึงไม้สักใส่ยาสมุนไพรมองกับเหล้าโรง ในปีพ.ศ. 2505 หลังจากโรงงานสุราบางยี่ขันได้ปิดตัวลง ทางร้านได้ย้ายไปทำการตองเหล้าที่โรงเหล้าในเขตจังหวัดราชบุรีแทนจนถึงปัจจุบัน

5. งานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมปัจจุบันย่านชุมชนตลาดพลู

ตารางที่ 4.2 แสดงงานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมปัจจุบันย่านชุมชนตลาดพลู

วันที่	เทศกาล	สถานที่
31 มกราคม	งานง่วนเซียว	ศาลเจ้ากวนอู
10 กุมภาพันธ์	งานง่วนเซียว	ศาลเจ้าตักดิน
11-17 กุมภาพันธ์	งานฉลองวัดราชคฤห์	วัดราชคฤห์
23-30 มีนาคม	งานฉลองวัดอินทาราม	วัดอินทาราม
14 มิถุนายน	งานแห่ประจำปี	ศาลเจ้ากวนอู
20 กรกฎาคม	งานแห่เทียนพรรษา วัดโพธิ์นิมิตร	วัดโพธิ์นิมิตร
2 สิงหาคม	งานแห่ประจำปี	ศาลเจ้ากวนอู
20 สิงหาคม	งานเทกระจาด	ศาลเจ้ากวนอู
15 กันยายน	งานแป๊ะบ่วยซิวจับ	ศาลเจ้าตักดิน
5-13 ตุลาคม	งานเทศกาลกินเจ	ตลาดพลู
7-8 ธันวาคม	งานเซียวซึ้ง	ศาลเจ้ากวนอู
12 ธันวาคม	งานแห่ประจำปี	ศาลเจ้าพระเพลิง
18 ธันวาคม	งานเซียวซึ้ง	ศาลเจ้าตักดิน
27 ธันวาคม	งานแห่ราชาภิเษกพระเจ้าตากสินมหาราช	วัดอินทาราม

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) แสดงงานเทศกาล งานประเพณี กิจกรรมปัจจุบัน และกิจกรรมเสริมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านชุมชนตลาดพลู

ชื่อโครงการ	ลักษณะกิจกรรม	ระยะเวลา	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	สถานที่	ผู้รับผิดชอบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
มกราคม					
1. โครงการหน้าบ้านฉันน่า มอง	การทำความสะอาด บ้านเรือนเพื่อ ต้อนรับปีใหม่ ตรุษจีน	วันที่ 11 ม.ค. วันปีใหม่ วันเด็ก	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชน ย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ทุกบ้านและ สถานที่สำคัญใน เขตพื้นที่ย่าน ตลาดพลู- วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. งานง่วนเซียว งานแห่สิงโต เทศกาลของไหว้เจ้า งานประจำปี	งานแห่สิงโต	วันที่ 31 ม.ค. วันตรุษจีน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวนอู ตลาดพลู	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซุป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ย่านตลาดพลู- วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
กุมภาพันธ์					
1. โครงการตลาดพลู บ้านฉันทิยาม	การเดินทางตาม เส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ แรกของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	สถานที่สำคัญใน ย่านตลาดพลู-วัด โพธิ์นิมิตร ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	3. ชุมชนในพื้นที่ 4. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. วันมาฆบูชา	จัดกิจกรรมทาง ศาสนาและ นิทรรศการ	วันมาฆบูชา	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	งานฉลองประจำปี -วัดราชคฤห์ -วัดอินทาราม -วัดโพธิ์นิมิตรสถิต มหาศรีมาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. งานง่วนเขียว	งานประจำปี	10 ก.พ.	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ศาลเจ้าตึกดิน ตลาดพลู	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. งานฉลอง วัดราชคฤห์	งานประจำปี	งานเทศกาล ประเพณี ประจำปี	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดราชคฤห์	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
5. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู- วัดโพธิ์นิมิต	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

มีนาคม						
1. โครงการเจ้าบ้านที่ดี เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน สร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม	1. จัดอบรมสัมมนา ให้สมาชิกในชุมชน เข้าใจศักยภาพและ ปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อ ชุมชน 2. การอบรม มัคคุเทศก์อาวุโส สำหรับปราชญ์ ชาวบ้านและ ยุวมัคคุเทศก์สำหรับ เยาวชน	วันเสาร์สัปดาห์ แรกของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักเรียน 6. ผู้อาวุโส	ร.ร. วัดราชคฤห์ ตลาดพลู	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	
2. โครงการปั่นจักรยาน ยลเสน่ห์ตลาดพลู	ปั่นจักรยานเส้นทาง เชื่อมต่อ คลองบาง หลวง-ตลาดพลู ตาม เส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู		1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	สถานที่สำคัญใน ย่านตลาดพลู- วัดโพธิ์นิมิต ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	
3. งานฉลองวัดอินทาราม	งานประจำปี	งานเทศกาล ประเพณี ประจำปี	1. ชุมชนในพื้นที่ 3. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 4. เขตธนบุรี	งานฉลองประจำปี วัดอินทาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู	

			5. กทม. 6. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซุป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู- วัดโพธิ์นิมิต	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
เมษายน					
1. โครงการรำลึกวันประสูติ สมเด็จพระเจ้าตากสิน มหาราช	1. ศิลปะการแสดง มรดกมวยคาด เชือกสมเด็จ พระเจ้าตากสิน 2. กาลเล่น สงกรานต์ไทย- มอญ	1. วันอนุรักษ์ มรดกไทย 2 เม.ย. 2. วันประสูติ สมเด็จพระ เจ้าตากสิน มหาราช	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดอินทาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการงานสงกรานต์ สองวัฒนธรรม	3. จัดกิจกรรม สงกรานต์ไทย- มอญ	13-15เม.ย.	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี	วัดอินทาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู

			4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิต	1. ชุมชนในพื้นที่ 3. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
พฤษภาคม					
1. วันวิสาขบูชา	จัดกิจกรรมทาง ศาสนา นิทรรศการ	วันวิสาขบูชา	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	งานฉลองประจำปี -วัดราชคฤห์ -วัดอินทาราม -วัดโพธิ์นิมิตรสถิต มหาศรีมาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการตื่นตาตื่นใจไฮไล กวี ตลาดพลู	กิจกรรมการเขียน เรียนรู้วรรณกรรม โดย โบตัน	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี	ร.ร. กงล้อจันทน์ ศาลเจ้าตึกดิน เก่า	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู

			4. กทม. 5. นักเรียน 6. ผู้อาวุโส 7. ประชาชนทั่วไป		- กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
8. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู		วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	แยกตลาดพลู	3. ชุมชนในพื้นที่ 4. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
มิถุนายน					
1. โครงการงานกิจกรรม ย้อนยุคคลองบางหลวง รำลึก	จัดกิจกรรม นิทรรศการเล่า ประวัติศาสตร์ ตลาดพลูย้อนยุค		1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดโพธิ์นิมิตรสถิต มหาศรีมาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมชนในพื้นที่	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู

	ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู		2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
กรกฎาคม					
1. วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา	1. ประเพณีแห่เทียน พรรษา 2. การประกวดต้น เทียนสร้างสรรค์จาก ศิลปินท้องถิ่นและ ศิลปินร่วมสมัย	งานแห่เทียน พรรษา	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดโพธิ์นิมิตร์สถิต มหาศรีมาราม	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการนักท่องเที่ยวอาสา รักษาย่านตลาดพลู ปลื้ม ปริ่มยิ้มบ้านฉัน	กิจกรรมร่วมกัน ระหว่างนักท่องเที่ยว และชุมชนร่วมกัน จัดกิจกรรมการ พัฒนาย่านเก่า เพื่อเชิดชูเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ เพื่อคน รุ่นใหม่	วันสิ่งแวดล้อม โลก 5 มิ.ย.	1. ชุมชนในพื้นที่ 3. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 4. เขตธนบุรี 5. กทม. 6. นักท่องเที่ยว		1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ซิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	2. ชุมนชนในพื้นที่ 7. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 8. เขตธนบุรี 9. กทม. 10. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	4. ชุมนชนในพื้นที่ 5. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
สิงหาคม					
1. งานแห่ศาลเจ้าพ่อกวณอุ	งานฉลองเทศกาล ประจำปี	2 ส.ค.	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวณอุ	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. งานเทกระจาด	งานฉลองเทศกาล ประจำปี	20 ส.ค.	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวณอุ	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ซิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
กันยายน					
1. งานแป๊ะปวยชีวจับ	งานฉลองเทศกาล ประจำปี		1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้าตึกดิน	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการนารสชาติ อาหารอร่อย ตลาดพลู Street Food good taste: The best in ASEAN at Talad Phlu	การประกวดอาหาร อร่อยที่เป็นที่นิยม ของนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป		1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	แยกตลาดพลู	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

3. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ซิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
ตุลาคม					
1. โครงการถือศีลกินผัก	1. งานฉลอง เทศกาล ประจำปี 2. ประกวดอาหาร โซ่หน้าทวนผึ่ง ธน China Town Thonburi Veg. Creative Fusion/ Authentic Food	เทศกาลกินเจ ตลาดพลู	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	โรงเจ ย่านตลาดพลู	1. ชุมนชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.

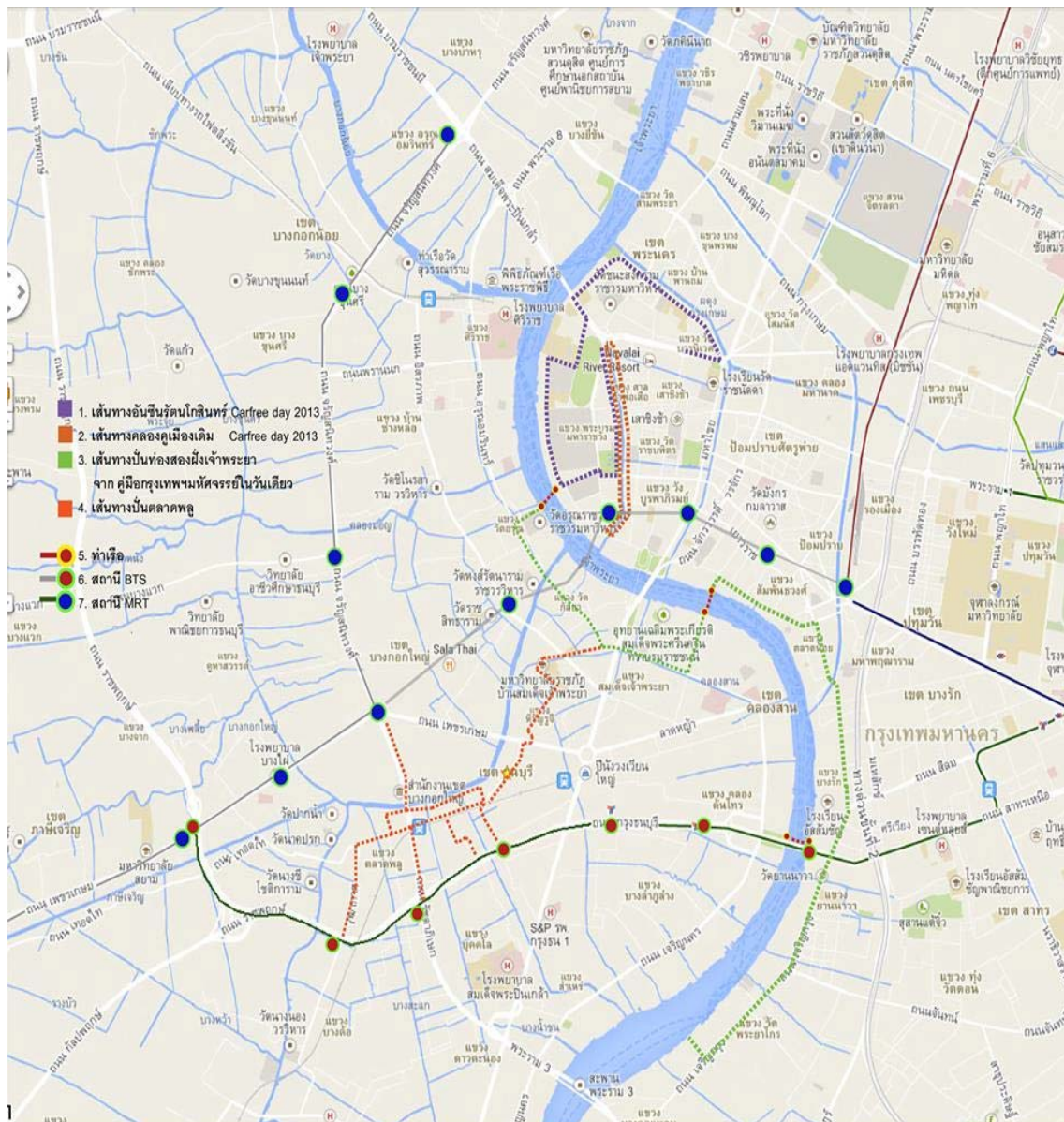
2. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ซิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
--	--	------------------------------------	---	---------------------------------	---

พฤศจิกายน

1. โครงการลอยกระทง ริมคลองบางหลวง ตลาด พลู	กิจกรรมลอยกระทง กาบหมากและ ลอยกระทงบัวสาย	วันลอยกระทง 16 พ.ย.	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ทำน้ำวัดต่าง ๆ ย่านตลาดพลู	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย ตลาดพลู	การซื้อ ซ้อป ซิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
ธันวาคม					
1. งานเซี่ยซิ่ง	งานฉลองเทศกาลประจำปี	7-8 ธ.ค.	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้ากวนอู	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
2. งานแห่ศาลเจ้าพ่อพระเพลิง	งานฉลองเทศกาลประจำปี	12 ธ.ค.	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ศาลเจ้าพระเพลิง	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษาอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
3. งานเซี่ยซิ่ง	งานฉลองเทศกาลประจำปี	18 ธ.ค.	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.	ศาลเจ้าตีกดิน	1. ชุมชนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู

			5. นักท่องเที่ยว		- กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. โครงการพระมหากษัตริย์ มหาราชพระองค์เดียวในสมัย อาณาจักรธนบุรี Light and Sound	งานแห่ราชาภิเษก พระเจ้าตากสิน มหาราช	28 ธ.ค.	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	วัดอินทาราม	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.
4. โครงการงานอาหารดี อาหารอร่อย	การซื้อ ซ้อป ชิม ตามเส้นทางแหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในพื้นที่ ตลาดพลู	วันเสาร์สัปดาห์ สุดท้ายของเดือน	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่าน ตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม. 5. นักท่องเที่ยว	ย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร	1. ชุมนในพื้นที่ 2. กลุ่มชุมชนย่านตลาดพลู - กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน ย่านตลาดพลู - กลุ่มยลเสน่ห์ตลาดพลู - กลุ่มส่งเสริมภาพลักษณ์ชุมชนตลาดพลู - กลุ่มรักษอาหารย่านตลาดพลู 3. เขตธนบุรี 4. กทม.



ภาพที่ 4.74 โครงข่ายทางจักรยานตลาดพลู-กรุงรัตนโกสินทร์
ที่มา : Google ดัดแปลง : คณะผู้วิจัย

6. กิจกรรม

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



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

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

1. เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนต่อเนื่องกับแผนงานและนโยบายของ กองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครที่ได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวไว้แล้ว โดยเส้นทางท่องเที่ยวจักรยานตลาดพลูสามารถเชื่อมต่อกับเส้นทางปั่นท่องเที่ยวย่านกะดีจีนและปั่นท่องเที่ยวสองฝั่งเจ้าพระยา คือ สามารถเชื่อมต่อกันที่ ถนนอินทรีพิทักษ์ วงเวียนใหญ่ ถนนอิสรภาพ ทำให้มีทางเลือกในการท่องเที่ยวนอกจากการปั่นไปทำดินแดง แล้วข้ามฟากไปถนนเจริญกรุงเลียบแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังเอเชียทีคซึ่งเป็นระยะทางไกล นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวชมชุมชนริมคลองบางหลวง หรือแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าแทนได้อีกเส้นทางหนึ่ง

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

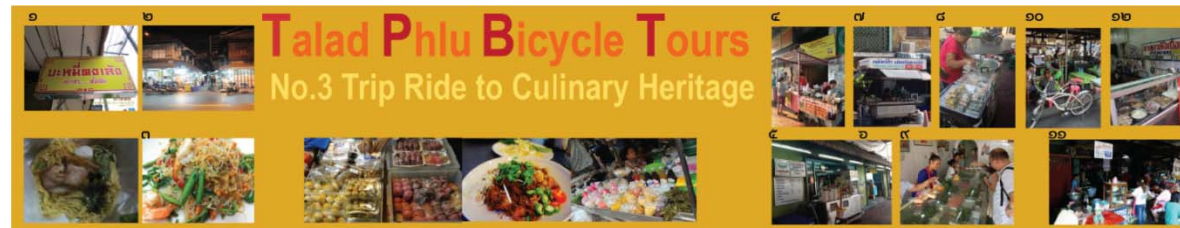
3. การทำแผนที่นี้เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมคลองบางหลวง (แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า) ได้สะดวกยิ่งขึ้น สร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนใน พื้นที่ตลาดพลูและยังเสริมรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการค้าขายได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.76 ปั่นจักรยานชมย่านอาคารประวัติศาสตร์ ตลาดพลู

ที่มา : ดร.วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล (2557) - คณะผู้วิจัย

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



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

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

6.4 แผนที่วัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร



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

7. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนในชุมชน

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นมาจากความเจริญทางการคมนาคม เศรษฐกิจการค้าในบริเวณย่านตลาดพลูจึงเกิดการขยายตัวขึ้น เนื่องจากการบรรทุกสินค้าจำพวกอาหารทะเลและสินค้าอื่น ๆ จากมหาชัยลงที่ตลาดพลู การค้าแถบย่านนี้จึงคึกคัก การค้าขายต่าง ๆ ในย่านนี้เจริญขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มของชาวจีนที่อาศัยอยู่ในย่านตลาดพลูเป็นส่วนใหญ่ มักเป็นเจ้าของธุรกิจการค้าต่าง ๆ มากมาย เช่น โรงสีข้าว โรงฆ่าหมู โรงน้ำแข็ง โรงนึ่งปลาทุ โรงพิมพ์ หรือแม้แต่โรงยาฝิ่น ซึ่งปรากฏในสมัยครั้งยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งผิดกฎหมาย

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

ความสัมพันธ์ของคนตลาดพลูเกิดขึ้นภายใต้บริบทของวัฒนธรรม ศาสนา การเมือง ซึ่งเป็นผลมาจากการอยู่ใกล้อำนาจรัฐ ในช่วงระยะเวลานี้สังคมและการเมืองมีความซับซ้อนน้อยกว่าสมัยหลัง ๆ ดังนั้น

ความสัมพันธ์จึงค่อนข้างชัดเจน การศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง จะศึกษาบนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงความเคลื่อนไหวของสังคม

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

จากการที่กลุ่มคนต่าง ๆ เหล่านี้ได้สร้างชุมชน และเป็นจุดกำเนิดทางศิลปวัฒนธรรมของย่านชุมชนตลาดพลู ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของตนเองนั้น สร้างชื่อเสียงให้กับตลาดพลูมาได้จนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มของคนในชุมชนที่อยู่อาศัยในย่านตลาดพลูนี้ มีความใกล้ชิดกัน จึงมีความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มซึ่งเป็นไปในทิศทางแห่งการยอมรับซึ่งกันและกัน และพบว่ามีกรณีผสมผสาน แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคนภายในชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มของชาวไทย และชาวจีน

ทางด้านศาสนา และความเชื่อของคนในชุมชน ต่างก็มีความเชื่อ หรือศรัทธาในศาสนาของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงพิธีกรรมบางพิธีกรรมที่มีอยู่เดิม ให้เป็นไปตามสภาพของเศรษฐกิจ สังคมที่เปลี่ยนไป แต่ก็ยังคงความมีเอกลักษณ์ของตนเองอยู่ ส่วนในกลุ่มเยาวชนอาจจะมี ความสนใจ

ในเรื่องของศาสนาน้อยลงในกลุ่มของชาวไทยพุทธ ชาวจีน แต่ในกลุ่มของชาวมุสลิม ยังคงให้ความสำคัญ และมีความยึดมั่นในศาสนาอย่างเหนียวแน่น เนื่องจากการควบคุมโดยผู้ใหญ่ของชุมชน ให้ต้องทำตามบทบัญญัติของศาสนาอย่างเคร่งครัด

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

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

8. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนภายนอกชุมชน

ในส่วนของการสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม กับการรวมกลุ่มคนภายนอกชุมชนนั้น จะมองไปถึงตลาด คือเป็นพื้นที่ที่คนในและคนภายนอกชุมชนเข้ามาใช้บริการพื้นที่มากที่สุด อีกทั้งวัด ก็ยังเป็นสถานที่ซึ่งทั้งสองกลุ่มมาพบปะ และร่วมกันทำกิจกรรมที่สำคัญทางศาสนา โดยมีงานประเพณีต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมของทางวัด เพื่อสร้างสัมพันธ์ได้มากที่สุด โรงเรียนเองก็มีบทบาทเนื่องจากนักเรียนส่วนใหญ่จะไม่เดินทางไปเรียนไกลพื้นที่ แต่ครูมักจะเป็นคนจากภายนอกเข้าไปสอน เช่น ครูประจำที่โรงเรียนย่านตลาดพลู หรือครูจีนเอง ที่จำเป็นต้องเดินทางมาจากประเทศจีน แต่ภายหลังรัฐบาลไทยได้ออกพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์บังคับให้ครูทุกคนต้องพูด และเขียนภาษาไทยได้ ครูโรงเรียนจีนในย่านนี้ส่วนใหญ่เพี้ยมายมาอยู่ ยังไม่รู้ภาษาไทยเท่าไรจึงต้องลาออกไป ในที่สุดตัวของโรงเรียนโคเหม็งก็ต้องปิดตัวเองลง นอกจากนั้นพระยังทำหน้าที่เป็นครูด้วย อาจเป็นคนในพื้นที่หรือย้ายมาจากนอกพื้นที่ แต่เจ้าของมักจะเป็นคนในพื้นที่ส่วนใหญ่ ดังนั้นโรงเรียนจึงเป็นพื้นที่ ที่คนในและคนภายนอกสามารถมาสร้างความสัมพันธ์ลักษณะใดลักษณะหนึ่งได้

ส่วนสถานประกอบการ เป็นชาวจีน และส่วนใหญ่เป็นจีนนอก ซึ่งน่าจะสัมพันธ์กับเจ้าของสถานประกอบการ เช่น ถ้าเป็นโรงเลื่อย จะเป็นจีนไหหลำ โรงสีเป็นจีนแต้จิ๋ว รวมทั้งกระบวนการซื้อและขายของ สถานประกอบการต้องสร้างความสัมพันธ์และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับภายนอกพื้นที่ค่อนข้างมาก ซึ่งการสานสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะเป็นความสัมพันธ์ที่ดี หรือไม่ค่อยดีนัก ทั้งสถานประกอบการและสถานบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลาแล้ว หรือแม้กระทั่งสถานประกอบการ หรือสถานบริการที่เพิ่งจะดำเนินกิจการใหม่ในย่านตลาดพลูนี้ ต่างก็เป็นสถานที่ดึงดูดให้คนภายนอกเข้ามาสร้างสัมพันธ์กับคนตลาดพลูมากขึ้นได้

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

ชมทัศนียภาพของย่านเมืองเก่าที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งวิถีชีวิตชุมชน และอาคารย่านประวัติศาสตร์ เมื่อมีนักท่องเที่ยวจากภายนอกเข้ามาเยี่ยมชม จะทำให้ส่งเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น และสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนจากการบอกต่อ

9. ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน กับองค์การผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกชุมชน

ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน กับองค์กรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกชุมชน ภาครัฐ ก็เป็นองค์กรหนึ่งซึ่งมีความสัมพันธ์กับคนในชุมชนตลาดพลูหลายประการ ตั้งแต่การเรียกเก็บภาษีอากร ทั้งทางตรง และทางอ้อม การสร้างสมบัติสาธารณะ เช่น สะพาน ถนน คลอง ประตูนํ้า รถไฟฟ้า การดูแลความปลอดภัยในทรัพย์สิน และบ้านเรือน กระบวนการการเรียกเก็บภาษีได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 100 ปี ขณะเดียวกันกระบวนการผลิตได้พัฒนาจากการผลิตเพื่อยังชีพไปสู่การผลิตเพื่อการค้า บทบาทของรัฐได้เข้ามามีบทบาทค่อนข้างมากในย่านตลาดพลู เช่น การเตรียมการและการช่วยดับไฟ ในย่านนี้มักมีไฟไหม้บ่อยครั้ง แต่ครั้งที่ลูกลามมากที่สุดคือ ในปี พ.ศ. 2466 ไฟไหม้โรงสีเชียงใหม่ รวมทั้งห้องแถว 9 ห้อง และบ้านคนในชุมชนอีก 6 หลัง ทำให้ความเสียหายมาก นอกจากนี้การเตรียมการเตรียมการป้องกันไฟไหม้โดยให้เรือกลไฟของทหารเรือจากกรมทหารเองแล่นไปจอดที่ตลาดพลูในช่วงเที่ยงคืน พออย่ารุ่งเรือกลไฟของทหารเรือก็จะแล่นกลับกรมเป็นอย่างนี้ทุกคืน นอกจากนี้เหตุการณ์เกิดอุทกภัยในปี พ.ศ. 2460 รัฐได้ดำเนินการส่งลูกเสือจากโรงเรียนสวนกุหลาบ และโรงเรียนวัดบวรนิเวศวิหาร รวมทั้งครู และผู้กำกับ มาช่วยในพื้นที่ที่ถูกน้ำท่วม

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

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

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

10. บทบาทของย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

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

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

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ มีเป้าประสงค์คือ อนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และปกป้องทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ พัฒนา และส่งเสริมส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนา ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย โดยมีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่ายทั้งการสร้างกลไกความร่วมมือ การปรับโครงสร้างองค์กร เสริมศักยภาพชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ พัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งความรู้ ทักษะ และจิตสำนึกด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 คือ พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพ และเสริมสร้างขีดความสามารถการบริการแก่ผู้ให้บริการและบริหารแหล่งท่องเที่ยว ให้มีจริยธรรม และบังคับใช้กฎหมายเพื่อร่วมควบคุมการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร รวมถึงยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน นี้ทำให้การพัฒนาของย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรในอนาคตนี้ มีแนวทางที่จะได้รับการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมโดยมียุทธศาสตร์รองรับ เริ่มจากการรวบรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อมาพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพ และดำเนินการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น และแสวงหาภาคีเครือข่ายกลุ่มชุมชนที่มีองค์ความรู้ท้องถิ่น มาช่วยกันพัฒนา และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยดูตัวอย่างจากการที่ชุมชนใกล้เคียงที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยิ่งเมื่อกระแสของการพัฒนาประเทศด้านนโยบาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศ จึงถือเป็นจังหวะที่ดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เรามีมาเผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปใน

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Cultural Tourism การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งในส่วนขององค์ความรู้ตามหลักฐานที่ปรากฏ การสืบทอดให้คงอยู่ และการดำเนินการต่อไป โดยชุมชนจะเป็นผู้แสดงให้เห็นว่าชุมชนสามารถอนุรักษ์ และสืบสาน วัฒนธรรมซึ่งชุมชนเป็นเจ้าของต่อไปได้

โดยทางผู้ศึกษามีการวางแผนทางในการพัฒนาโดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารเบื้องต้น สร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัยและเครื่องมือในการวิจัย ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม จัดเวที สนทนากลุ่มย่อย กับตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานทางภาครัฐ และเอกชน สรุปผลการวิจัย จัดทำเอกสารบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมบริเวณริมแม่น้ำ เจ้าพระยาฝั่งธนบุรี และจัดทำกิจกรรมนำร่องในเรื่องการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน

11. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

จากที่ได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส SWOT Analysis ของ ย่านตลาดพลู - วัดโพธิ์นิมิตร ในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมนั้น มีการวิเคราะห์ ปัญหา และอุปสรรค ในด้านต่าง ๆ ตาม Cultural Heritage Value ดังนี้

1. ด้านประวัติศาสตร์ Historical Value

- 1.1 ขาดการเชื่อมโยง การสื่อความหมาย การถ่ายทอดด้านประวัติศาสตร์ในคนในชุมชน และ นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญ
- 1.2 ขาดการบูรณาการปฏิสังขรณ์สิ่งที่มีคุณค่า

2. ด้านสังคม Social Value

- 2.1 ขาดศูนย์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว
- 2.2 ปัญหาการขยายเส้นทางการคมนาคมให้กว้างขึ้น เป็นไปได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่
- 2.3 ควรมีการปรับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การรักษาความสะอาดของอาคาร
- 2.4 บ้านเรือน รวมถึงส่วนของหน้าบ้าน หรือบริเวณพื้นที่สาธารณะ
- 2.5 ขาดการประสานงานระหว่างชุมชนเครือข่ายในการจัดกิจกรรม

3. ด้านศิลปวัฒนธรรม Cultural Value

- 3.1 ขาดการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่าง ๆ การสื่อสารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สู่กลุ่มเป้าหมาย
- 3.2 ขาดสถานที่ส่วนกลางในการทำกิจกรรมส่วนกลางของชุมชน

4. ด้านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม Spiritual Value

ประเพณีบางอย่างได้สูญหายไปแล้ว และได้ถูกนำมาอนุรักษ์ และฟื้นฟูใหม่

12. สรุปลักษณะ และอัตลักษณ์ของย่านตลาดพลู - วัดโพธิ์นิมิตร

“ตลาดพลู สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ตลาดการค้าโบราณ มรดกทางอาหารไทย จีน”

ผลจากการระดมสมอง และการจัดการสนทนาแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจชุมชน และภาคประชาชน สามารถสรุปความคิดเห็นจากกลุ่มดังกล่าวออกมาเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของย่านตลาดพลู – วัดโพธิ์นิมิตร ดังนี้

พระนามของ “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” ศ.ดร.นิธิ เอียวศรีวงศ์ กล่าวถึงวาระสุดท้ายของพระเจ้าตากสินมหาราชไว้ในหนังสือ “การเมืองไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี” หน้า 575 ว่า “พระพุทธรูปองค์หนึ่ง จึงมีรับสั่งให้เอาไปประหารชีวิตสำเร็จโทษเสีย เพฆฆมาตกับผู้คุมก็ลากเอาตัวขึ้นแคร่หามไปกับทั้งสังขลิกพันธนาการ เจ้าตากสินจึงว่าแก่ผู้คุมเพฆฆมาตว่า ตัวเราก็นับบุญจะถึงที่ตายแล้ว ช่วยพาเราแวะเข้าไปหาท่านผู้สำเร็จราชการ จะขอเจรจาด้วยสักสองสามคำผู้คุมก็ให้หามเข้ามา ครั้นพระพุทธรูปองค์หนึ่งได้ทอดพระเนตร จึงโบกพระหัตถ์มิให้นามเอาเผ่า ผู้คุมแลเพฆฆมาตก็ให้หามออกไปนอกพระราชวัง ถึงหน้าป้อมวิชัยประสิทธิ์ ก็ประหารชีวิตตัดศีรษะเสีย ถึงแก่พิราลัยจึงรับสั่งให้เอาศพไปฝัง ณ วัดบางยี่เรือใต้”

ขณะที่ปรีดา ศรีชลาลัย กล่าวถึงวาระสุดท้ายของพระเจ้าตากสินฯไว้ในบทความเรื่อง “ปีสุดท้ายของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” ในนิตยสารศิลปวัฒนธรรม ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนธันวาคม 2524 ว่า “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชถูกปลงพระชนม์ ณ พระวิหารที่ประทับในวัดแจ้ง (คือวัดอรุณราชวรารามปัจจุบันนี้) รวมวันตั้งแต่เสด็จออกทรงผนวชจนถึงวันถูกปลงพระชนม์ เป็น 28 วัน โจรจตได้ว่าดับขันธ ไม่ใช่คำว่าสิ้นพระชนม์ หรือสวรรคต ก็เพื่อยืนยันว่า พระองค์ท่านถูกปลงพระชนม์ทั้งที่ทรงเพศเป็นพระภิกษุ จึงใช้คำว่าดับขันธ เพื่อให้เข้าใจว่ามีได้สวรรคตเมื่อลาผนวชออกมา ความจริงพระองค์ดำรงสมณเพศจนตลอดพระชนม์ชีพ เมื่อการปลงพระชนม์เสร็จเรียบร้อยแล้ว เชิญพระศพไปฝังไว้ที่วัดอินทาราม บางยี่เรือ ใกล้ตลาดพลู คลองบางหลวง (เวลานั้นยังเรียกวัดบางยี่เรือ)”

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

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



ภาพที่ 4.80 คลองบางหลวงในอดีต
ที่มา : <http://thainationhistory.blogspot.com>

13. สรุปผลจากการจัดกิจกรรมนาร่อง “ยลเสน่ห์ ตลาดพลู”

สามารถวิเคราะห์ผลความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมของโครงการ ได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.3 ตารางแสดงจำแนกจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

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

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

14. สรุปผลข้อมูล

ส่วนที่ 1 สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม ได้ดังนี้

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

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจที่มีต่อกิจกรรมในครั้งนี้

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

ตาราง 4.4 ตารางการประเมินการจัดกิจกรรม

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

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

15. สรุป

ความเป็นมาและความสำคัญของย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี ซึ่งตั้งอยู่บริเวณริมคลองบางกอกน้อย หรือคลองบางหลวง เป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สำคัญตั้งแต่สมัยธนบุรี จนกระทั่งถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ชุมชนตลาดพลูเคยเป็นแหล่งปลูกหมากพลูที่ใหญ่ที่สุด เป็นที่รวบรวมสินค้าที่ส่งสินค้าทั้งในเขตฝั่งธนบุรีและพระนคร รวมถึงที่อื่น ๆ และยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยา กับคลองสายต่าง ๆ อีกมากมายทำให้ความเป็นอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดพลูได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เนื่องมาจากการย้ายราชธานีไปยังฝั่งพระนคร ทำให้ชาวจีนบางส่วนย้ายไปประกอบอาชีพยังฝั่งพระนคร มีการสร้างสะพานพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เพื่อเชื่อมฝั่งพระนคร กับฝั่งธนบุรี ทำให้การคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง และมีการสร้างบ้านเรือน ห้องแถว หรือห้องเช่า เพื่อรองรับการเข้ามาทำงานของคนจากต่างถิ่น มีการตัดถนนรัชดา-ท่าพระ ทำให้ครอบคลุมพื้นที่ตลาดพลู ซึ่งจากเดิมเคยเป็นศูนย์กลางการค้าขายของที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น กลายเป็นการเปิดธุรกิจบริการ บ้านเชิงชั้นมากมายอย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าความเจริญทางวัตถุที่เข้ามาทำให้ชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตรนั้น เกิดการเปลี่ยนแปลงมากเพียงใด มรดกที่ยังคงแสดงถึงเอกลักษณ์ทางด้านงานศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญก็ยังคงมีปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐานอยู่จนถึงปัจจุบัน

ในย่านตลาดพลูมีวัดที่สำคัญที่แสดงถึงหลักฐานทางศิลปะ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของคนในชุมชนย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร ที่ยังปรากฏให้เห็นในปัจจุบันและแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะทางด้านสถาปัตยกรรม ก็ยังคงปรากฏให้เห็นในย่านตลาดพลู

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

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

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

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

ศาสนสถาน สามารถจัดลำดับไว้ คือ วัดอินทารามวรวิหาร วัดราชพฤกษ์วรวิหาร และวัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม ซึ่งในแต่ละศาสนสถาน มีประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับบูรพมหากษัตริย์ และมีประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และความศักดิ์สิทธิ์ของ ปุชนียสถาน และปุชนียวัตถุ มีสถาปัตยกรรม ที่มีความสวยงาม และเป็นທີ່เลื่อมใสศรัทธาของคนในท้องถิ่น

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

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

เส้นทางการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่

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

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

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

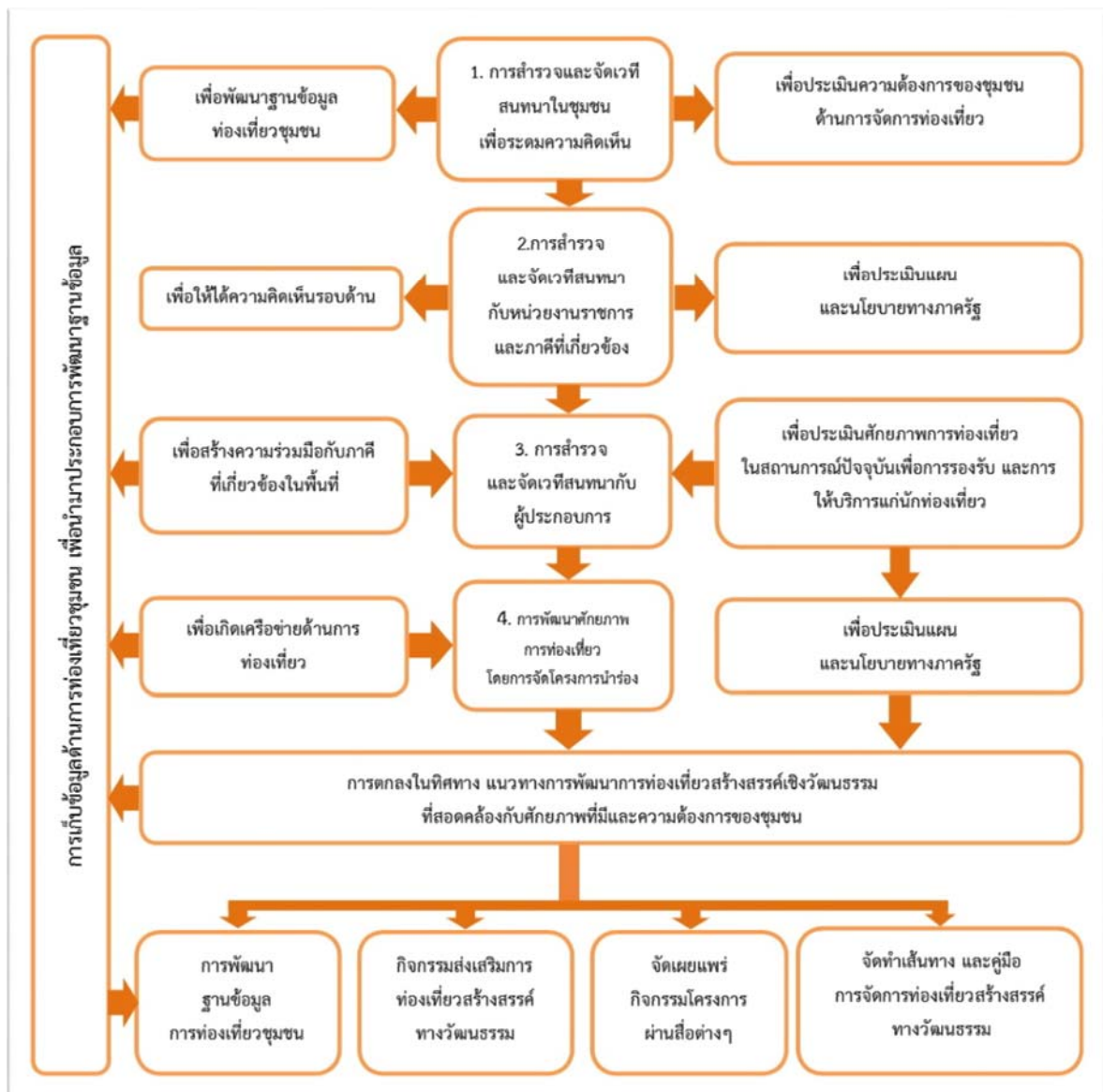
1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการชุมชนย่านเมืองเก่าให้มีการท่องเที่ยวสร้างสรรค์และยั่งยืน
2. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชน
3. เพื่อสร้างฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมในชุมชน
4. เพื่อกำหนดทิศทาง และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

ผลการศึกษาและนำเสนอเนื้อหาในบทสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ซึ่งได้ผลการวิจัยสรุปเป็น 5 ขั้นตอน คือ

- ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาวิจัย
- ขั้นตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ
- ขั้นตอนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย
- ขั้นตอนที่ 4 ข้อเสนอสรุปในการวิจัย
- ขั้นตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

1 ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาวิจัย

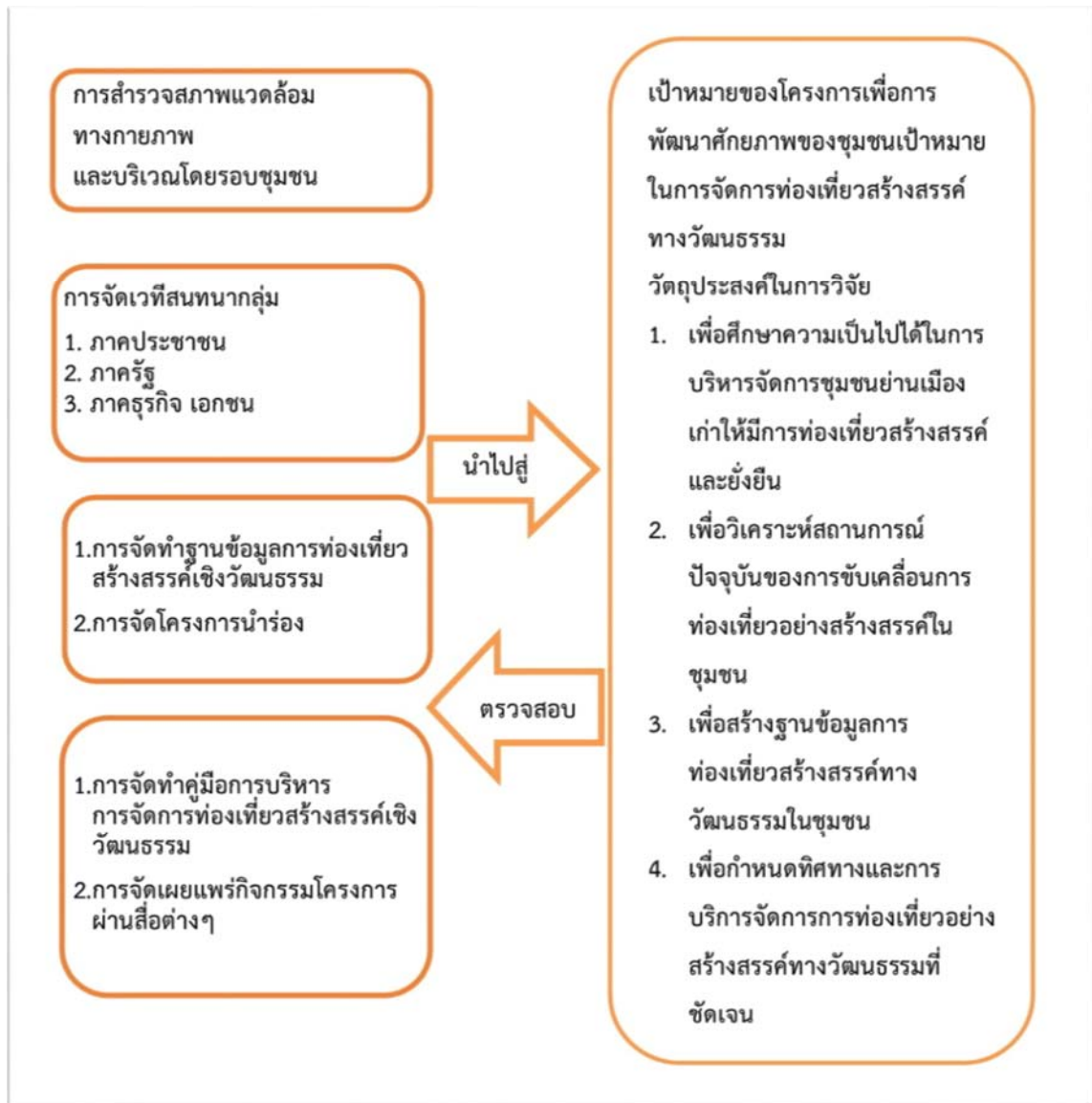
สรุปผลการวิเคราะห์ในการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน คณะผู้วิจัยได้เพิ่มขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มชุมชนเป้าหมายภายใต้โครงการการศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมนี้โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผน กิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นนั้นอาศัยการปรึกษาหารือ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



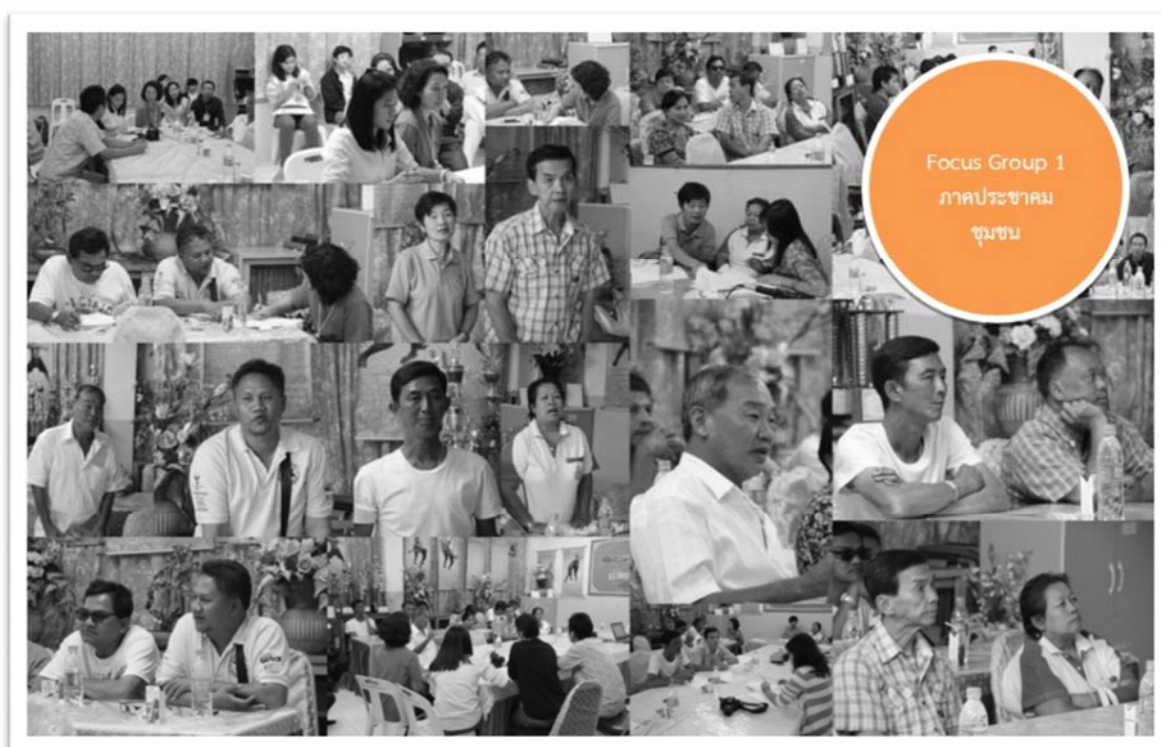
แผนภาพ 5.1 แสดงการดำเนินการภายใต้โครงการศึกษาวิจัยจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:
กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
ที่มา : ดร.บุษเกศน์ อินทรปาสาน (2557)

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบต่างๆของโครงการแล้ว พบว่ากิจกรรมทั้งหมดมีความสอดคล้อง เชื่อมโยง และส่งเสริมซึ่งกันและกัน (Synergy) นับเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการบรรลุถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการได้เป็นอย่างดี ก่อให้เกิดผลเชิงบวกต่อชุมชนเป็นอย่างมาก

แผนกิจกรรมภายใต้โครงการศึกษาวิจัยจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า
ในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร



แผนภาพ 5.2 แสดงกิจกรรมภายใต้โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
ที่มา : ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน (2557)



ภาพที่ 5.1 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับกลุ่มผู้นำชุมชน ประชาชนในย่านตลาดพลู และย่านใกล้เคียง
วันที่ 12 มกราคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.1 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้นำชุมชน

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. การนำเสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัยในผู้นำชุมชนรับทราบ	1. ผู้นำชุมชนรับทราบการปฏิบัติงานวิจัย
2. นำเสนองานด้านการอนุรักษ์/การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ประสบผลสำเร็จแล้ว เป็นกรณีศึกษา	2. ผู้นำชุมชนสามารถเข้าใจแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงฟื้นฟูชุมชนตนเอง
3. ศึกษาชุมชน ด้านการท่องเที่ยวชุมชน ทูทางวัฒนธรรมดั้งเดิมในชุมชน และการหาเก็บข้อมูลพื้นฐาน ทางวัฒนธรรม	3. ผู้นำชุมชนนำเสนอจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม ของพื้นที่ชุมชนเองได้
4. เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ของชุมชนตลาดพลู	4. แนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว/ เศรษฐกิจ และการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 5.2 คณะผู้วิจัยจัดเวทีสนทนาร่วมกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจเอกชนในย่านตลาดพลู และย่าน
ใกล้เคียง
วันที่ 19 มกราคม 2557
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ตารางที่ 5.2 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับผู้ประกอบการภาคธุรกิจ
เอกชน

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1.การนำเสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ผู้นำชุมชนรับทราบ	1. กลุ่มผู้ประกอบการรับทราบการปฏิบัติงานวิจัย
2. นำเสนองานด้านการอนุรักษ์/ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ที่ประสบผลสำเร็จ แล้ว เป็นกรณีศึกษา	2. กลุ่มผู้ประกอบการสามารถมองเห็น ศักยภาพของการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อ กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และดรรรองรับ นักท่องเที่ยวในอนาคต
3. กลไก การเตรียมความพร้อมให้ ผู้ประกอบการ	3. ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการกับชุมชน เพื่อสร้างโอกาสในการทำงานของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย ในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียง



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

ตารางที่ 5.3 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับภาครัฐ-1

วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. การศึกษาแผน นโยบาย งบประมาณ แนวทางการปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐ ในการพัฒนาท้องถิ่น และการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงวัฒนธรรม	1. การบูรณาการโครงสร้างพื้นฐานกับ เครือข่ายภาครัฐบาล และแนวทางการ ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่าง ชัดเจน
2. การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชุม ชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม	2. แนวทางกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนา ชุมชน และงบประมาณการลงทุน เพื่อการ พัฒนาให้ได้มาตรฐาน



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

ตารางที่ 5.4 แสดงวัตถุประสงค์และผลที่ได้รับจากการประชุมระดมสมองกับภาครัฐ-2

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



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 และการทำงานของส่วนราชการ เพื่อสอบถามถึงนโยบาย แผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนา แผนปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำมีความเข้มแข็งความร่วมมือของประชาชน ในท้องถิ่นฐานทรัพยากรชุมชน



แผนภาพ 5.3 แผนผังแสดงกระบวนการวิจัย

ที่มา : ดร.บุษเกตน์ 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 ในทางศึกษาการเชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรม
2	รศ.ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)	ใช้หลักการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ Importance Performance Assistance (IPA) ในการจัดอันดับศักยภาพสถานที่ท่องเที่ยว
3	ผศ.ดร. สมพงษ์ อำนวยเงินตรา วิทยาลัยนานาชาติ ม.มหิดล	การมีส่วนร่วมกับชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
4	ผศ. สุตจิต สนั่นไหว ม.รังสิต	ศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการจัดลำดับความสำคัญของอาคาร กลุ่มอาคาร

3. ขั้นตอนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย

จากการประเมินผลการวิเคราะห์การใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบบันทึก และสำรวจลักษณะทางกายภาพแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม กิจกรรมนาร่อง และการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ส่งผลต่อชุมชนเป้าหมายทั้งหมดและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น คือ

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

2. เกิดการสร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม (Networking) ระหว่างภาคีองค์กรภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาชนในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน

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 กระต๊วแทงเสือ 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 หน่วยงานทะเบียน 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) คือการบอกสิ่งที่องค์กร พยายามให้เกิดขึ้นในอนาคต 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 แต่ไม่ได้มีการดำเนินการก็ทำให้เกิด 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

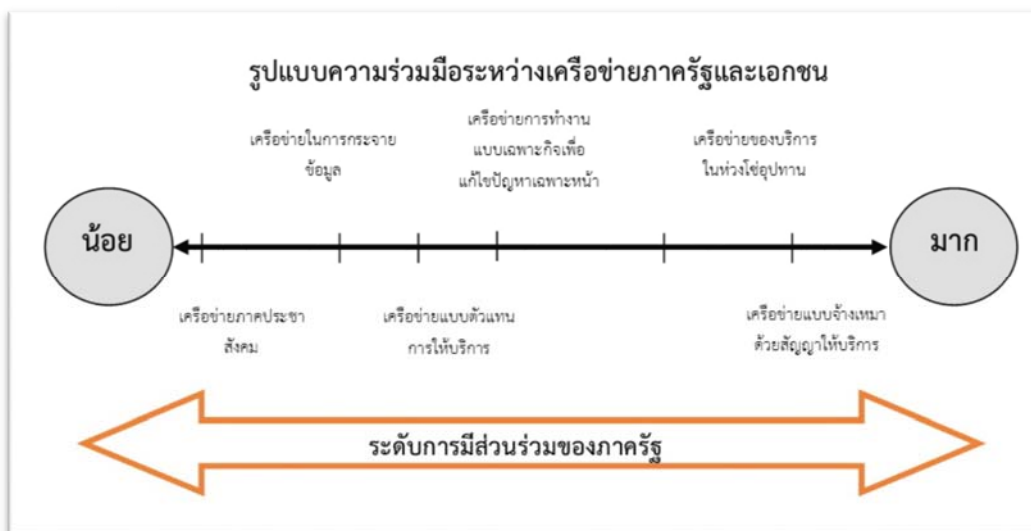
การบริหาร และจัดการแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยทั้งการระดมบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการบริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ให้เกิดความยั่งยืน เกิดความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม คงสภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความงดงามสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม 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 และความจำเป็น 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 หรือน้อยที่สุด 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 กะตี่จิ้น)
- 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 กระเพาะปลา ข้าวมันไก่ เป็นต้น)
- 2.4 การคมนาคม (รถสาธารณะ เรือ จักรยาน รถส่วนตัว และเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น)
- 2.5 การละเล่น/ การแสดงพื้นบ้าน (การเล่นกระต๊อแทงเสือ 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

ผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานการท่องเที่ยว

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 โครงการอบรม การเป็นผู้ประกอบการและเจ้าบ้านที่ดีโครงการสร้างเครือข่าย และพัฒนาศักยภาพกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรม
5. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

เนื่องจากชุมชนมีการจัดงานอย่างต่อเนื่องในบางเทศกาล และนานๆครั้งจะจัดงานบางอย่าง เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมของชุมชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีคุณค่าจนสามารถดึงดูดให้คนในชุมชน คนพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานได้ และสามารถฟื้นฟูงานประเพณี งานเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ได้นำเสนอสินค้าท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และน่าดึงดูดใจให้เป็นทางเลือกใหม่สำหรับตลาดในประเทศ ฯลฯ นอกจากนั้นยังมีการแสดงนาฏศิลป์เด็กนักเรียนในท้องถิ่น การส่งเสริมการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ในชุมชน ชมศิลปวัฒนธรรม 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. ทำให้มีการอนุรักษ์งานประเพณีของท้องถิ่นไว้มิให้เลือนหายไปจากประชาชนรุ่นหลัง

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 ดังนั้นตามที่คณะของผู้เขียนเห็นว่าควรมีวิธีการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีไทยดังนี้

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. คนไทยทุกคนต้องมีอัธยาศัยไมตรีตรงตามต่อกัน โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ไม่เอารัดเอาเปรียบ ให้ความช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ ด้วยใบหน้าที่มีรอยยิ้มอยู่เสมอ

6. รัฐบาล และคนไทยทุกคนช่วยกันกำจัดปราบปรามภัยสังคมให้หมดไปดังคำขวัญที่ว่า “อย่าปล่อยให้คนชั่วลอยนวล” คำขวัญนี้ตีมากำหนดออกเผยแพร่ทางโทรทัศน์ได้ข่มกันทั่วประเทศ 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-วัดโพธิ์นิมิตรในอนาคตให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

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 หน่วยงานภาครัฐเอกชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติในทุกกระดับ

2.2 มีระบบบริหารจัดการต่างๆที่เอื้อต่อการนำนโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

3. แนวทางการดำเนินงาน

3.1 สร้างความเข้าใจในแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย

1. จัดประชุมชี้แจงแก่บุคลากรในหน่วยงานของรัฐ เอกชนและชุมชนให้เข้าใจในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดพลู -วัดโพธิ์นิมิตรเพื่อที่จะสามารถจัดทำแผนปฏิบัติการในส่วนที่ตนหรือหน่วยงานของตนเกี่ยวข้องกับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ฝึกอบรมบุคลากรของรัฐ เอกชนและชุมชนให้เกิดความเข้าใจในการจัดทำแผนฯ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำแผนฯไปสู่การปฏิบัติในทุกกระดับ
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 และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยดูตัวอย่างจากการที่ชุมชนใกล้เคียงที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและยิ่งเมื่อกระแสของการพัฒนาประเทศด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศจึงถือเป็นจังหวะที่ดีของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะนำต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เรามีมาเผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 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 และภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนา
5. สามารถกำกับดูแล ติดตามผล และประเมินผลการพัฒนาได้ตามแผนกลยุทธ์ การพัฒนาที่ทำเขตธนบุรีได้ เป็นการกำหนดทิศทางในการบริหารจัดการในอนาคต ภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาคม เพื่อเป็นทิศทางการพัฒนาที่ทำให้การดำรงชีวิต ประชาชนมีความสุข มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่สิ่งเหล่านี้จะบรรลุตามเป้าหมายได้ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุก ๆ คน ในการที่จัดการบริหารสู่การปฏิบัติที่ดีอย่างมีระบบ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกับการบริหารจัดการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

มีเป้าหมายประสงค์คือ 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 การแสดงรำมวยคาดเชือก 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 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างแผนการท่องเที่ยวระดับเขต

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-วัดโพธิ์นิมิตร 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-วัดโพธิ์นิมิตร

- 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 ทีมผู้แข่งขัน	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.	เริ่มการแข่งขันการทำอาหารเพื่อสุขภาพ
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

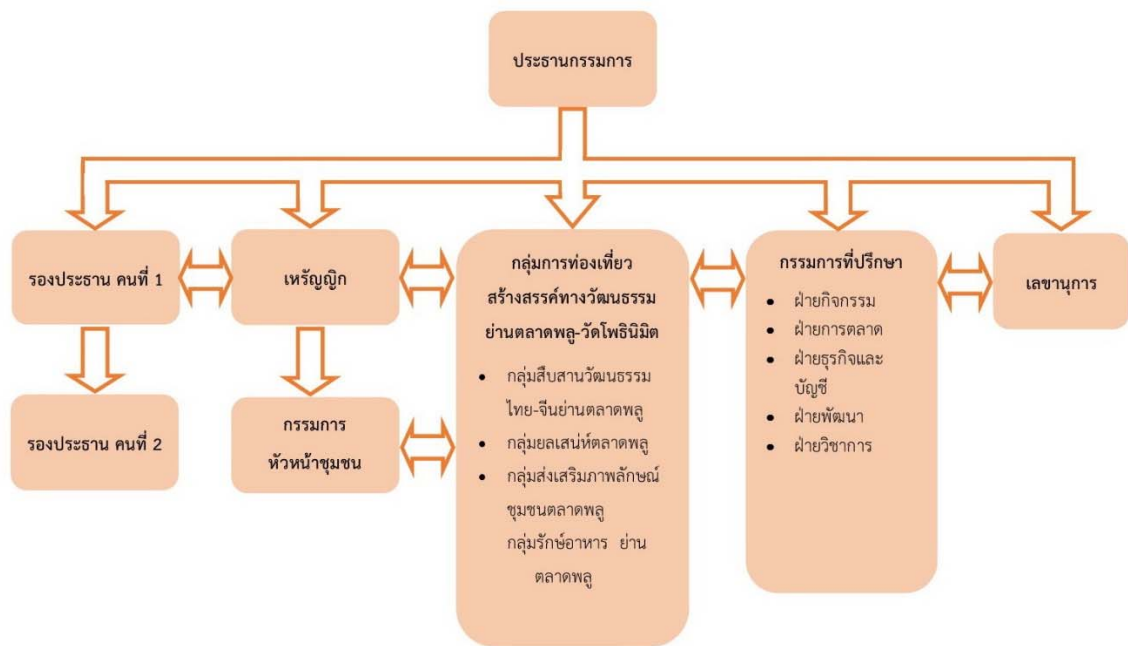
คณะกรรมการบริหารจัดการองค์กรย่านตลาดพลู ประกอบด้วย

1. ประธานกรรมการ (ผู้อำนวยการเขตธนบุรี)
2. รองประธาน คนที่ 1 (นางสาวสุนิษฐ์ นิติพรวิสิฐ อาชีพ เจ้าของกิจการหมี่กรอบเงินหลี่)
3. รองประธาน คนที่ 2 (นายพิสิทธิ์ ชุ่มวิจิตร ประธาน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน เขตธนบุรี)
4. เลขาธิการ (นายประวิทย์ ดุสิตา อาชีพ ข้าราชการครู โรงเรียนวัดราชคฤห์)
5. เภรัญญิก (นายพีระวัฒน์ ภิญโญวัฒนากร 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 กายธรรมกุล 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. ควบคุมดูแลการดำเนินงานทั่วไปของสหกรณ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและอยู่ในวัตถุประสงค์ขององค์กร
5. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งขององค์กร

2. รองประธาน คนที่ 1 (นางสาวสุวิมล นิธิพรวิสิฐ อาชีพ เจ้าของกิจการหมี่กรอบจีนหลี)

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

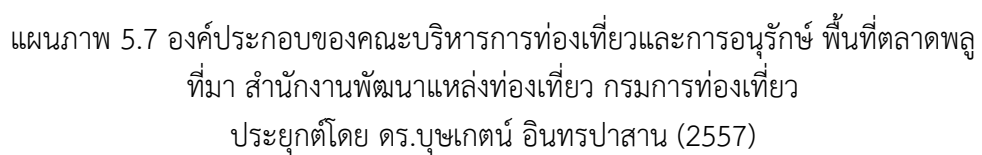
กรรมการดำเนินการต้องพ้นจากตำแหน่ง เพราะเหตุอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

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)”



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 ปรึกษาหารือ 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. การเตรียมความพร้อมด้านทั่วไป 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 ขนาดและคำอธิบายของแหล่งท่องเที่ยวได้
- 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 โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 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 และเรื่องราวชีวิตของคนในชุมชนและสถานที่การจัดเวทีแลกเปลี่ยน การจัดเวทีเสวนาร่วมกับนักวิชาการภายนอก ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และการถ่ายทอดข้อมูลประวัติศาสตร์ของชุมชน เป็นการสร้างจิตสำนึกของเยาวชนในการสืบทอดประวัติศาสตร์ เป็นการเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาและโรงเรียนโดยรอบเข้ามาสู่กระบวนการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ยังมีการออกอากาศเสียงตามสายในชุมชนเพื่อบอกเล่าเรื่องราว ประวัติของชุมชน

นักท่องเที่ยวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวนี้มีความคาดหวังว่าจะได้ความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวตามสมควรก่อนที่จะนึกถึงปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้านในแหล่งท่องเที่ยวนั้นโดยเฉพาะที่อยู่ต่างภูมิภาค 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
- จัดหาถังขยะมูลฝอย 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 ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีค่าและสืบเนื่องมายาวนาน 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 เข้ามาร่วมพิจารณาพื้นที่ร้านอาหารที่รักษาสภาพและสูตรอาหารที่อร่อย 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

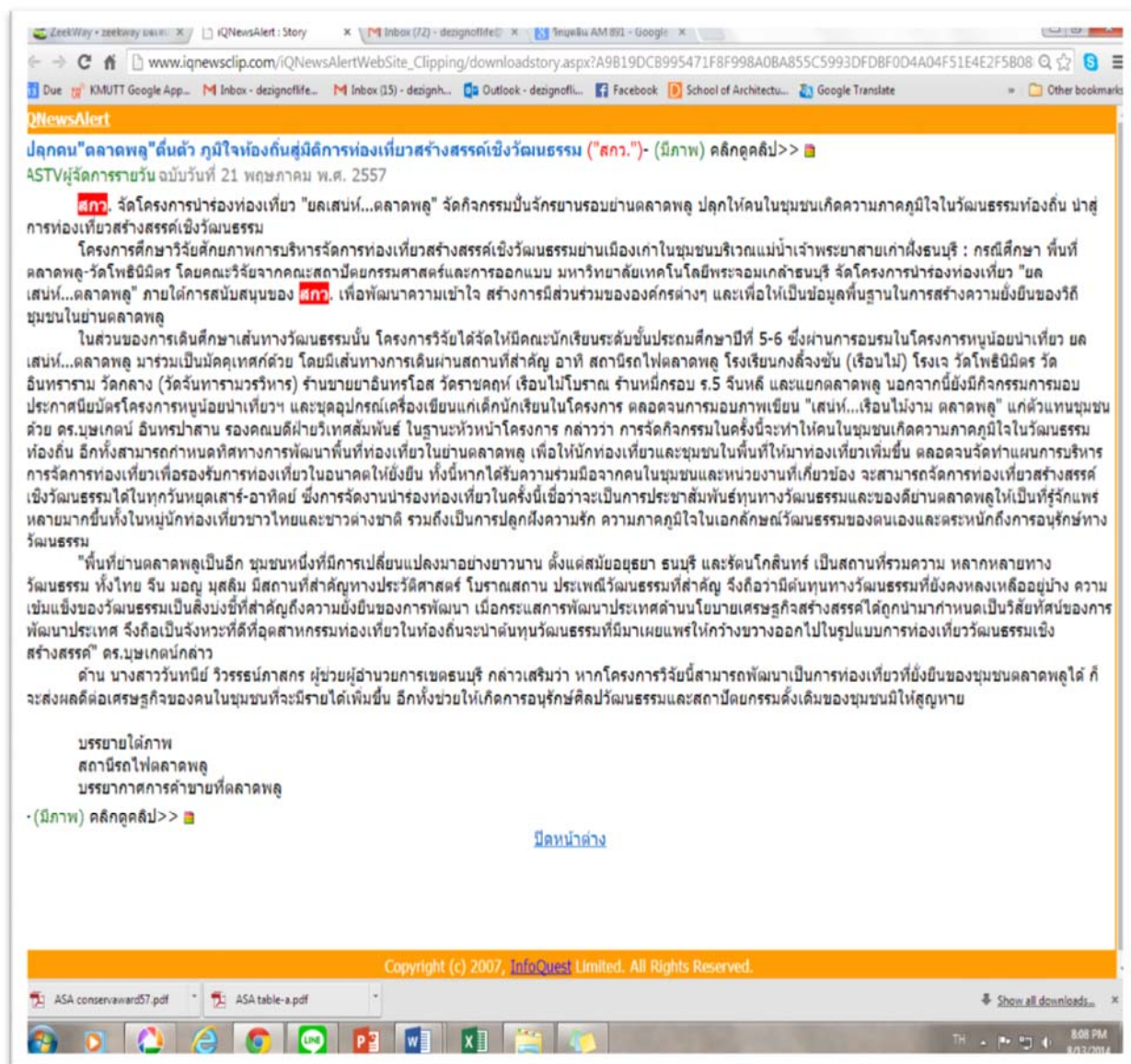
นักท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์

1. การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีตามความคาดหวัง
2. คุ้มค่ากับการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งสินค้าและบริการ
3. นักท่องเที่ยวมีส่วนในการสนับสนุนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน และชุมชนได้รับประโยชน์แน่นอน

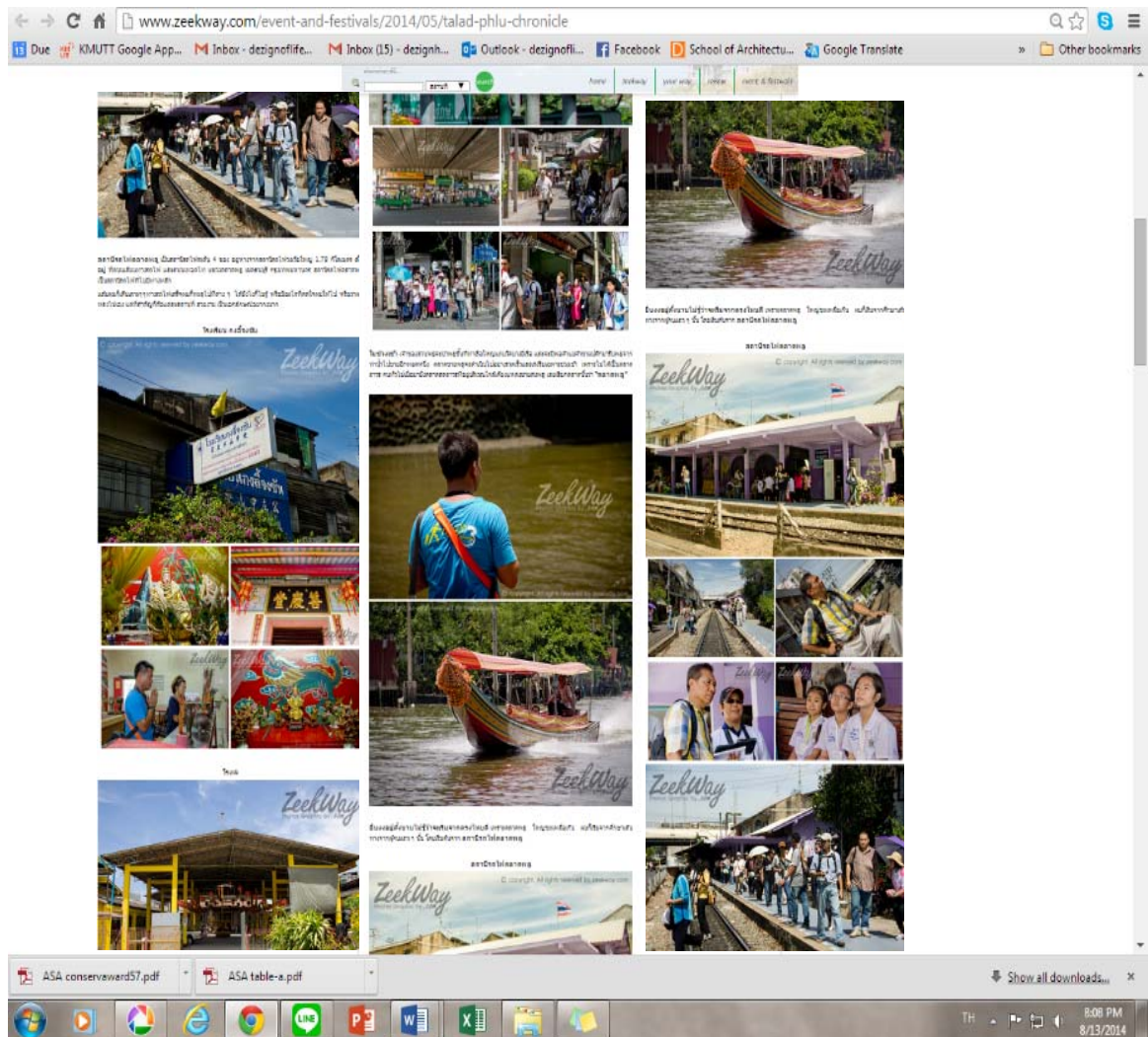
ภาคประชาชนที่ได้รับประโยชน์

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

3.6 ตัวอย่าง การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์



ภาพที่ 5.9 บทความ IQNewsAlert "โครงการ ยลเสน่ห์...ตลาดพลู" 17 พฤษภาคม 2557 ณ.ชุมชนตลาดพลู สนับสนุนทุนวิจัย โดย เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบข.) งบประมาณด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ปี 2556 บริหารจัดการโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ที่มา <http://www.iqnewsclip.com>



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

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

นิมิต 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)

เสวนาสืบสานวิถีวัฒนธรรมบางกอก ประวัติศาสตร์ และมรดกสถาปัตยกรรมชุมชนที่กำลังจะหายไป: คลอง บางหลวง แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า
Submitted by admin on Tue, 2014-05-11 14:07

asa seminar

SUN 3 MAY | 15:00-16:30

เสวนาสืบสานวิถีวัฒนธรรมบางกอก
 ประวัติศาสตร์ และมรดกสถาปัตยกรรม
 ชุมชนที่กำลังจะหายไป :
 คลองบางหลวง แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า



ASA seminar time:
 Sat, 2014-05-03 15:00

ASA seminar speaker:
 คุณชุมพล อักพินธานนท์ ศิลปินแห่งชาติเป็นคลองบางหลวง
 ดร.บุษเกศม์ อิ่มหมื่นสาธิต อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์และท่องเที่ยวชุมชน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 ดร.วรสิทธิ์ ตั้งศิริจันทร์กุล อาจารย์และนักเขียนด้านงานเมืองและการอนุรักษ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 คุณธีรพันธ์ ช่างพิชิต นักประวัติศาสตร์ชุมชนท้องถิ่น

ASA seminar room:
 Junior 11

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.ราชพฤกษ์ รร.อินทราธรรม รร.โพธิ์นิมิตร รร.กงลี้จันชัน วัดราชพฤกษ์ 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 เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตรายการค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

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

วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ 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. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไพร์ แอนด์ ไพร์ พรินต์ติ้ง.

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

8. พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ.2511 ถึง 2548
9. พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยพ.ศ.2542
10. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และ 2541
11. พระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ.2494 ถึง 2543
12. พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ.2522 ถึง 2546
13. พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ.2522 ถึง 2546
14. พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ.2522 ถึง 2547
15. กฎหมายว่าด้วยทางหลวงตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 259 ลงวันที่28 พฤศจิกายน พ.ศ.2515
16. พระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทยพ.ศ.2494 ถึง 2543
17. พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ.2456 ถึง 2540
18. ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 68 ลงวันที่ 3 มกราคม พ.ศ.2515
19. พระราชบัญญัติเรือไทย พ.ศ.2481 ถึง 2540
20. พระราชบัญญัติป้องกันเรือโดนกัน พ.ศ.2522
21. พระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ.2497 ถึง 2542
22. พระราชบัญญัติการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ถึง 2538

17 พ.ค.
2557



ยลเสน่ห์...

TA LAT PHLU CORONICLE

ตลาดพลู

เวลา 09.00-17.00 ณ แยกตลาดพลู

SoA+D
School of Architecture and Design
King Mongkut's University of Technology Thonburi

KM
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี



17 พฤษภาคม 2557



ยลเสน่ห์...

TA LAT PHLU CORONICLE

ตลาดพลู

เวลา 09.00-17.00 ณ แยกตลาดพลู

SoA+D
School of Architecture and Design
King Mongkut's University of Technology Thonburi

KM
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี



ยลเสน่ห์....ตลาดพลู

วันเสาร์ที่ 17 พฤษภาคม 2557

เวลา 09.00-16.00 น. ณ สี่แยกตลาดพลู (ใต้สะพาน)

เวลา	รายละเอียด
09.00 - 16.00 น.	- นิทรรศการนำเสนองานวิจัย โครงการนำร่อง (ยลเสน่ห์....ตลาดพลู) - งานอาหารอร่อย ของดีตลาดพลู
09.00 – 11.30 น.	- กิจกรรมเดินศึกษาเส้นทางวัฒนธรรม - กิจกรรมขี่จักรยาน “ปั่นรอบย่านตลาดพลู” (โครงการหนูน้อยนำเที่ยวฯ ประกอบไปด้วยสถานที่สำคัญ 5 แห่งคือ ตลาดพลู, ร้านหมี่กรอบ ร.5, วัดอินทาราม, วัดราชคฤห์ และ วัดโพธิ์นิมิตร)
11.30 – 13.30 น.	พักผ่อนตามอัธยาศัย - บุธอาหารอร่อย ของดีตลาดพลู รอบๆ บริเวณงาน - เดินตามแผนที่ หาดูอาหาร คาว/หวาน ของดีตลาดพลู
13.30 – 16.00 น.	พิธีการบนเวที - มอบใบประกาศนียบัตร “โครงการหนูน้อยนำเที่ยวฯ” โดยผู้อำนวยการเขตธนบุรี และคณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มจร. - มอบชุดอุปกรณ์เครื่องเขียน แก่เด็กนักเรียน “โครงการหนูน้อยนำเที่ยวฯ” โดยคุณชวลิต รัตนศิลปกร - มอบภาพเขียน “เสน่ห์...เรือนไม้งาม ตลาดพลู Architecture and Aesthetic” โดยผู้อำนวยการเขตธนบุรี

** รายละเอียดกิจกรรม อาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม **

หมายเหตุ

สำหรับท่านใดที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมเดินศึกษาเส้นทางวัฒนธรรม กับหนูน้อยนำเที่ยว ยลเสน่ห์....ตลาดพลู ให้มายังจุดนัดพบตรงบริเวณกองอำนวยการ (สี่แยกตลาดพลู) เวลา 09.00 น.

สำหรับกิจกรรมขี่จักรยาน อ.วรสิทธิ์ จะนำทีมขี่จักรยานมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี และมาถึงตรงจุดกองอำนวยการ (สี่แยกตลาดพลู) ประมาณ 09.00 น. ซึ่งท่านใดที่สนใจร่วมปั่นรอบย่านตลาดพลูสามารถขี่จักรยานของท่านเองมารวมกันที่จุดนัดพบนี้ได้ เวลา 09.00 น.



2-3/17 พฤษภาคม 2557 หนูน้อยนำชม ยลเสน่ห์...ตลาดพลู

โครงการศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าใน
ชุมชนบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู - วัดโพธิ์นิมิต



Don't Be Shy
Tell Them Why
They Can't Miss it !



SoA+D
SCHOOL OF ARCHITECTURE AND DESIGN

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

49 ซ.บางขุนเทียน 25 ถ.บางขุนเทียน-
ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน
กรุงเทพมหานคร 10150
โทร 02-470-7888
<http://www.arch.kmutt.ac.th>

หลักสูตรยุวมัคคุเทศก์ ย่านตลาดพลูเขตธนบุรี

วันที่ 2-3 พฤษภาคม 2557

วันศุกร์ที่ 2 พฤษภาคม 2557

ช่วงเช้า

8.30น.-10.00น. ประวัติศาสตร์และพัฒนาการ ของกรุงเทพฯ

10.15น.-12.00น. ถิ่นฐานย่านตลาดพลู สิ่งสำคัญและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

รับประทานอาหารกลางวัน

ช่วงบ่าย

13.00น.- 15.30น. ลงพื้นที่ทัศนศึกษาแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมในย่านตลาดพลู – เริ่มตั้งแต่ คลองบางหลวง – วัดอินทาราม – ตลาดวัดกลาง – วัดจันทาราม – ร้านขายยาโบราณอินทรีโอสถ – วัดราชคฤห์ – ร้านหมี่กรอบจีนหลี

วันเสาร์ที่ 3 พฤษภาคม 2557

ช่วงเช้า

8.30น.-10.00น. ทดสอบความรู้ ทดลองฝึกพูดตามหลักการเป็นยุวมัคคุเทศก์ (ในห้อง)

10.15น.-12.00น. ลงพื้นที่ทดลองพูดแนะนำในรูปแบบมัคคุเทศก์น้อย หาจุดบกพร่องและแก้ไข

รับประทานอาหารกลางวัน

ช่วงบ่าย

13.00น.- 15.30น. ลงพื้นที่แหล่งทัศนศึกษาในย่านตลาดพลูทดลองปฏิบัติจริงและประจำจุด – เริ่มตั้งแต่ คลองบางหลวง – วัดอินทาราม – ตลาดวัดกลาง – วัดจันทาราม – ร้านขายยาโบราณอินทรีโอสถ – วัด ชคฤห์ – ร้านหมี่กรอบจีนหลี

วิทยากรให้ความรู้

วันที่ 2 พ.ค. 57 นายณพัตยศ เอมะสิทธิ์ นายธนาท ภูมิรัช

วันที่ 3 พ.ค. 57 นายไพศาล อินจันทร์ นายอนุสรณ์ กริมิ



สำนักงานสถาปัตย์แห่งชาติ (สทช.) และ
คณะผู้บริหารและกรรมการอำนวยการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ขอมอบใบประกาศเกียรติคุณให้ไว้ เพื่อบันทึกว่า

ได้เข้าร่วมกิจกรรมประกวดวาดภาพ หัวข้อ
"ฉันรักตลาดพลู (I love ตลาดพลู)"
ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๗ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

ลายเซ็น

ลายเซ็น

(ร่าง)

คู่มือการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
กรณีศึกษา : พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร



โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
กรณีศึกษา : พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

โดย ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน และคณะ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



(ร่าง)

คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี
กรณีศึกษา : พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

โครงการวิจัย

โครงการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม
ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี:
กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู - วัดโพธิ์นิมิตร

โดย

ดร.บุษเกตน์ อินทรปาสาน และคณะ

หัวหน้าโครงการย่อย 2

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

49 ซ.เทียนทะเล 25 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล

แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

โทร. 02-470-7888

คำนำ

โครงการนี้ได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ชุดโครงการวิจัยยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและบริการ ประกอบด้วย แผนโครงการวิจัยหลักและโครงการวิจัยย่อย 1 และ 2 ดังนี้

1. โครงการวิจัยแผนหลัก เรื่อง โครงการศึกษาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
2. โครงการย่อย 1 เรื่อง โครงการวิจัยเพื่อศึกษาและสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร
3. โครงการย่อย 2 เรื่อง โครงการวิจัยการจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาพื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร

(ร่าง) คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า ในชุมชนบริเวณแม่น้ำสายเก่า ฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร เป็นส่วนหนึ่งของโครงการย่อย 2

(ร่าง) คู่มือเล่มนี้จัดทำขึ้นโดยเน้นประเด็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม การวิจัย เพื่อการปฏิบัติมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนแนวทางที่สามารถนำไปใช้ได้ ผู้ปฏิบัติทราบและเข้าใจว่าควรทำอะไรก่อนและหลัง เพื่อให้การปฏิบัติงานสอดคล้องกับนโยบาย แผน วิสัยทัศน์ การกิจ และเป้าหมายขององค์กร การเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านธุรกิจ การบริการและการท่องเที่ยว เกิดความมั่นใจ

ในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับภาคท้องถิ่นสู่ระดับชาติอย่าง มหาศาล นอกจากนี้ ยังได้ระบุภาคีที่มีส่วนร่วมประกอบด้วยภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคประชาชน ภาคประชาสังคม สื่อ/สื่อมวลชน นักวิชาการ/สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาซึ่งทั้งการบริหารจัดการและภาคีต่าง ๆ าร่วมเป็นองค์ประกอบ สำคัญในการพัฒนาใด ๆ ให้เกิดความยั่งยืน

การประยุกต์ใช้แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมอย่างรอบด้าน โดยยึดตามวัฒนธรรม คนในพื้นที่เป็นสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตตามวิถีชุมชนเป็นที่ตั้ง สามารถพัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรมสู่การอนุรักษ์ การบันทึก สืบทอด เผยแพร่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างความภาคภูมิใจ และรักษามรดกวัฒนธรรมของตนเอง เปิดโอกาส ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ได้มีโอกาสสัมผัสกับมรดกวัฒนธรรม ชุมชน วิถีชีวิตที่แท้จริง มีโอกาสเกิดการเรียนรู้ และได้ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นด้านการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คุณค่าที่หลากหลาย ในทุกมิติ เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา สถาปัตยกรรม อาหาร เป็นต้น

สารบัญ

	บทนำ	9
1	1. นโยบายของผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยว	10
	2. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2557-2558	10
	3. เกี่ยวกับเขตนบุรี	11
	4. เรื่องเล่าตลาดพลู	11
2	ฐานข้อมูลวัฒนธรรม	13
	1. ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวย่านตลาดพลู - วัดโพธิ์นิมิตร	13
	2. แผนที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู	42
	3. กิจกรรมปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน	44
3	การบริหารการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม	47
	1. แผนการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว	48
	2. หน้าที่และความรับผิดชอบ	63
	3. โครงสร้างองค์กร	68
	4. ตัวอย่างโครงการ	78
4	การเตรียมความพร้อม การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	83
	1. กระบวนการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	83
	2. ประโยชน์ของการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์	83
	บรรณานุกรม	87



ตลาดพลู วัดโพธิ์นิมิตร์

1.บทนำ

ทรัพยากรวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นผู้สร้างวัฒนธรรมขึ้นมา นิยามคำว่า “วัฒนธรรม” ได้รับการนิยามในเชิงบวก เช่น หมายถึงสิ่งที่ดีงาม สิ่งที่เจริญ คำว่าวัฒนธรรมมีที่มาจากตะวันตก โดยมีศัพท์ว่า Culture ซึ่งหมายถึง “องค์กรแห่งผลผลิตแห่งผลผลิตของสังคม” และ “Culture” ตามความหมายภาษาอังกฤษ หมายความว่า การเพาะปลูกให้งอกงาม เป็นการแสดงถึงความเจริญงอกงามซึ่งเปรียบได้กับการเพาะปลูกพันธุ์ไม้ให้งอกงาม ผลิดอก ออกผลเพื่อประโยชน์แก่มนุษย์ในอันที่จะใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง

ในปัจจุบัน นักวิชาการส่วนมาก โดยเฉพาะนักมนุษยวิทยา ให้นิยามว่า วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ทำขึ้น สร้างขึ้น นึกคิดขึ้น เพื่อใช้ในการดำรงอยู่สืบทอด และพัฒนาสังคมของตนเอง

วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิต หรือดำเนินแห่งชีวิตของชุมชนหมู่หนึ่งซึ่งอยู่รวมกันในที่หนึ่งหรือประเทศหนึ่งโดยเฉพาะ ทรัพยากรวัฒนธรรม มีชื่อเรียกในภาษาอังกฤษแตกต่างกันไป เช่น สมบัติวัฒนธรรม (Cultural Property) ทรัพย์สินวัฒนธรรม (Cultural Asset) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural Resource)

สมบัติวัฒนธรรม (Cultural Property) ทรัพย์สินส่วนตัวของคนใดคนหนึ่งที่มีอยู่ในครอบครองเท่านั้น เช่น บ้าน ที่ดิน เป็นต้น โดยเน้นที่งานด้านสถาปัตยกรรม ศิลปะ ประวัติศาสตร์ และหลักฐานโบราณคดี

ทรัพย์สินวัฒนธรรม (Cultural Asset) ทรัพย์สินต่าง ๆ มักเป็นสิ่งที่ของ หรือวัตถุที่เป็นรูปธรรมที่มีคุณค่าสามารถแลกเปลี่ยนได้ ใช้หนี้ได้ หรือมีคุณค่าทางธุรกิจ เช่น เงินตรา ที่ดิน บริษัท บัญชีธนาคาร ฯลฯ

มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นคำที่กำหนดโดย องค์การยูเนสโก เป็นคำที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งนิยามขององค์การยูเนสโก มรดกวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งของที่เป็นรูปธรรม เช่น โบราณสถาน แหล่งโบราณคดี งานสถาปัตยกรรม รวมทั้งสิ่งก่อสร้าง และสิ่งของที่มีขนาดเล็ก ไม่โดดเด่นดึงดูดสายตาด้วย เช่น ร่องรอยต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สุนทรียะ มานุษยวิทยาชาติพันธุ์วรรณา และวิทยาศาสตร์

ทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural Resource) มีความหมายเฉพาะที่โยงถึงทรัพยากรโบราณคดีหรือหลักฐานโบราณคดี และสถานที่ทางประวัติศาสตร์มากกว่าอย่างอื่น คำว่า “ทรัพยากรวัฒนธรรม” เป็นคำที่เกิดขึ้นใหม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงปลายศตวรรษที่ 19 หรือประมาณ ค.ศ. 1975

ทรัพยากรวัฒนธรรม มีความหมายกว้างมากขึ้นในแง่ของเนื้อหาที่ครอบคลุม ทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ และนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ รวมถึงมีนัยว่าเป็นสิ่งสามารถนำมาใช้ได้ ไม่ใช่สิ่งที่ต้องเก็บไว้ (ทั้งรูปธรรมและนามธรรม) เป็นทรัพยากรที่เป็นประโยชน์หลายประการต่อสังคม

1. นโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานครมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมทางตรงและทางอ้อม ผ่านหน่วยงานในสังกัด และความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผ่านสื่อ หรือสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ และการออกแบบนิทรรศการการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศภายใต้แนวคิด “กรุงเทพฯ เมืองยิ้ม” (Bangkok Smile) ใน 5 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านอาหาร ด้านการช้อปปิ้ง ด้านสุขภาพ และด้านความคุ้มค่า ด้วยคุณภาพและบริการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพฯ ดังนี้

- 1 ต้มตำวัฒนธรรมล้ำค่าด้วยความเป็นเมืองหลวงของไทยมายาวนานกว่า 200 ปี เป็นจุดกำหนดของวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามที่ยังคงคุณค่าไม่เสื่อมคลาย กรุงเทพฯจึงเต็มไปด้วยสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สวยงาม ด้วยสถาปัตยกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างใฝ่ฝันที่จะได้มาเยือน
- 2 ต้มตำวัฒนธรรมล้ำค่าด้วยความเป็นเมืองหลวงของไทยมายาวนานกว่า 200 ปี เป็นจุดกำหนดของวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามที่ยังคงคุณค่าไม่เสื่อมคลาย กรุงเทพฯจึงเต็มไปด้วยสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สวยงาม ด้วยสถาปัตยกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างใฝ่ฝันที่จะได้มาเยือน
- 3 นมูตร้อยรสหลากหลาย อิ่มเอมกับอาหารไทย และอาหารนานาชาติรสเลิศที่ปรุงอย่างพิถีพิถันสร้างความประทับใจไม่รู้ลืมให้กับผู้ที่ได้ลิ้มลอง ทั้งกลางวัน และกลางคืน แล้วเพลิดเพลินกับการเลือกชมสินค้าถูกใจที่มีให้เลือกอย่างละลานตา ด้วยราคาสมเหตุสมผลในสวรรค์ของนักช้อปปิ้งเลือกซื้อหาได้ทั้งในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านค้าตามท้องถนน ไปจนถึงตลาดนัดสุดสัปดาห์ และตลาดนัดยามค่ำคืน
- 4 สุขกายใจรอยยิ้มร่วมแบ่งปัน จิตใจและร่างกายที่แข็งแรงนำมาซึ่งความสุข กรุงเทพฯเป็นเมืองที่มีความพร้อมหลายด้านที่จะส่งเสริมร่างกายและจิตใจทั้งของทุกคน ไม่ว่าจะเป็นบริการทางการแพทย์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานระดับโลก รวมไปถึงการนวดแผนไทย และสปาไทยซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง และสิ่งหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ คือ การฝึกสมาธิปฏิบัติธรรมที่ช่วยให้การดำเนินชีวิตมีแนวทางที่ถูกต้องมั่นคง และมีความสุข
- 5 เมืองในฝันคุณค่าการมาเยือน สิ่งหนึ่งที่ทำให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของโลก ก็คือความคุ้มค่าในการท่องเที่ยว ทั้งจากประสบการณ์น่าประทับใจที่ไม่เหมือนมหานครใด รวมถึงความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ด้วยคุณภาพของสินค้าบริการและราคาที่สมเหตุสมผล

2. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2557-2558

จากนโยบายของรัฐบาลที่จะให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้กำหนดแคมเปญให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” (2015 Discover Thainess) เพื่อสร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านบวกจากความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ความรัก ความสามัคคี ความปลอดภัย และมีมิตรไมตรีของคนไทย โดยเฉพาะความสุขความรื่นเริง ความเป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ทุกถิ่นทั่วไทย ที่เชื่อมโยงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงวิถีไทย (Thainess) อันจะเป็นการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวที่สนุกสนานและเบิกบานใจ รวมถึงการเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ของชาวต่างชาติที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางซ้ำ (Re-visit) กลุ่มที่ไม่เคยรู้จักประเทศไทย (First visit) ได้เข้ามาเรียนรู้สัมผัสเอกลักษณ์ วิถีความเป็นอยู่แบบไทย

3. เกี่ยวกับเขตนบุรี

สำนักงานเขตนบุรี เดิมชื่อว่าอำเภอราชคฤห์ มีฐานะเป็นอำเภอชั้นใน ขึ้นตรงกับกรมนครบาลโดยตรง ตั้งอยู่ในพื้นที่ของวัดราชคฤห์วรวิหาร ต่อมาได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ได้เปลี่ยนชื่ออำเภอราชคฤห์เป็น “อำเภอบางยี่เรือ” เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2459 และวันที่ 20 ธันวาคม 2459 ได้ประกาศเปิดที่ว่าราชการเป็นเอกเทศของตัวเอง สาเหตุที่เปลี่ยนชื่ออำเภอราชคฤห์ เป็นอำเภอบางยี่เรือ เพราะว่ามีสมยกรงธนบุรีเป็นราชธานี ประเทศไทยมีการติดต่อค้าขายกับประเทศจีน ใช้เรือสำเภาลำเลียงรับ - ส่งสินค้าในบริเวณใกล้เคียงกับวัดราชคฤห์ มีพระญาติของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี 2 คน นำเรือสำเภามาจอดอยู่เป็นประจำ จึงเรียกบริเวณแถบนั้นว่า “บางยี่เรือ” คำว่า “ยี่” แปลว่า สอง ในสมัยโบราณมักนิยมเรียกท้องถิ่นหนึ่ง ๆ ว่า “บาง” จึงเรียกอำเภอนั้นว่า “บางยี่เรือ” และอำเภอราชคฤห์ ตั้งอยู่ในพื้นที่บางยี่เรือ จึงเปลี่ยนเป็นอำเภอบางยี่เรือ

ต่อมาได้มีการปรับปรุงระเบียบบริหารราชการ จัดการปกครองท้องถิ่นใหม่ โดยอำเภอบางยี่เรือมีเขตติดต่อกับจังหวัดพระนคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางค้าขายใกล้เคียงกับจังหวัดพระนครตามความนิยมที่เรียกอำเภอที่เป็นที่ตั้งจังหวัดว่า อำเภอเมือง จึงเรียกอำเภอบางยี่เรือว่า อำเภอเมืองธนบุรี จังหวัดธนบุรี เคยเป็นราชธานีมาเพื่อรักษาคำว่า “ธนบุรี” ซึ่งเคยเป็นเมืองหลวง และเพื่อเฉลิมพระเกียรติของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ได้มีการพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนนามอำเภอบางยี่เรือเป็น “อำเภอธนบุรี” เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2482 และเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2510 ได้ย้ายที่ว่าการอำเภอมายังแห่งใหม่ ภายในบริเวณวัดเวฬุราชิน ตำบลบางยี่เรือ トラบเท่าทุกวันนี้

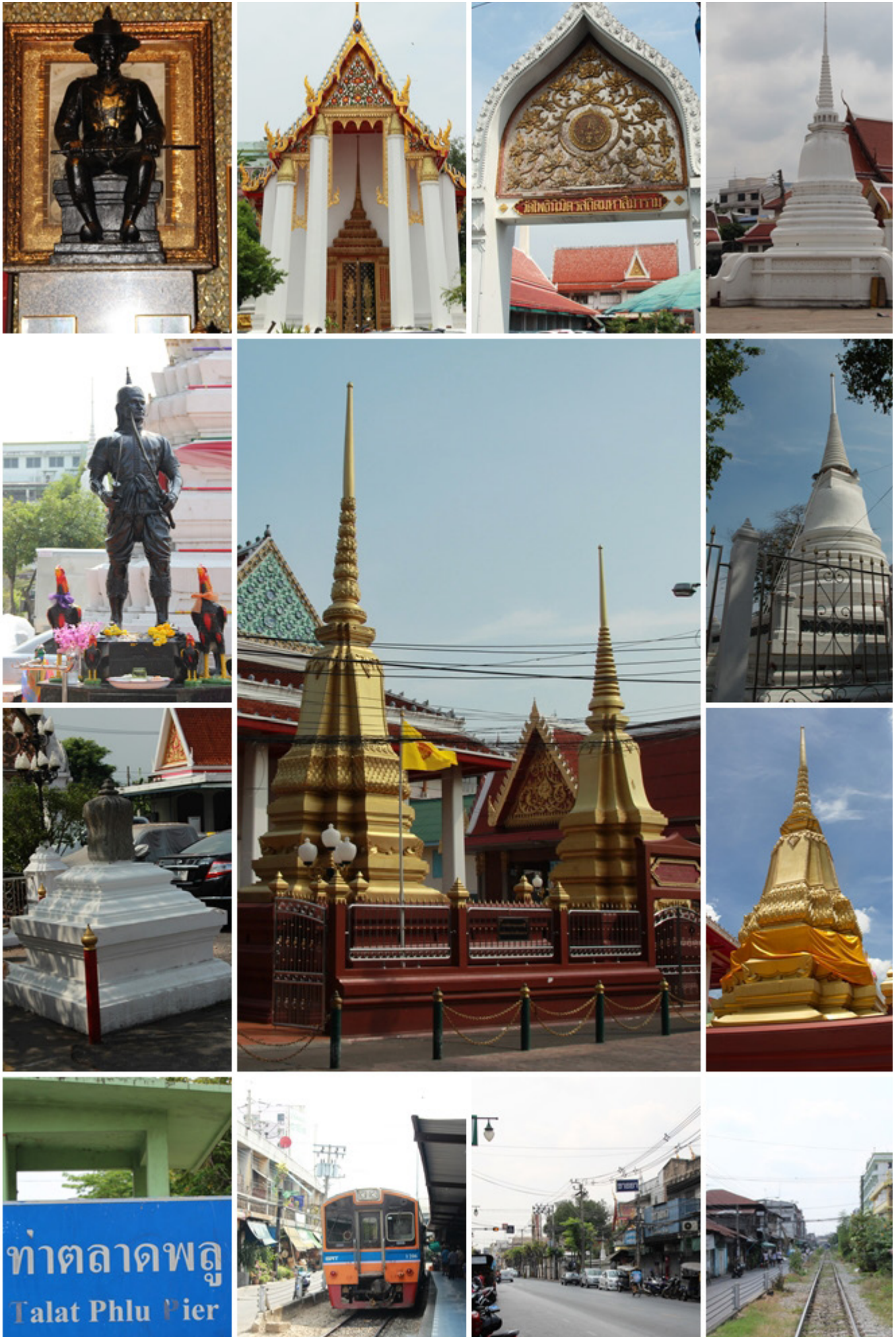
4. เรื่องเล่าตลาดพลู

ตลาดในแขวงบางยี่เรือ เขตนบุรี ชื่อตลาดนี้เอง มาจากการที่ตลาดตั้งอยู่ใกล้แหล่งขายส่งพลูที่ใหญ่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ หมากและพลูยังเป็นของจำเป็นสำหรับประชาชนส่วนใหญ่ อาชีพปลูกพลูขายจึงดำเนินไปอย่างเป็นลำเป็นสัน โดยเฉพาะบริเวณ 2 ฝั่งคลองบางกอกใหญ่ และคลองแยก เช่น คลองบางไส้ไก่ คลองบางสะแก และคลองด่าน สวนพลูที่มีชื่อเสียงว่าเป็นพลูชนิดดีในสมัยนั้นได้แก่ สวนพลูแถบวัดบางยี่เรือ วัดอินทาราม และวัดจันทาราม

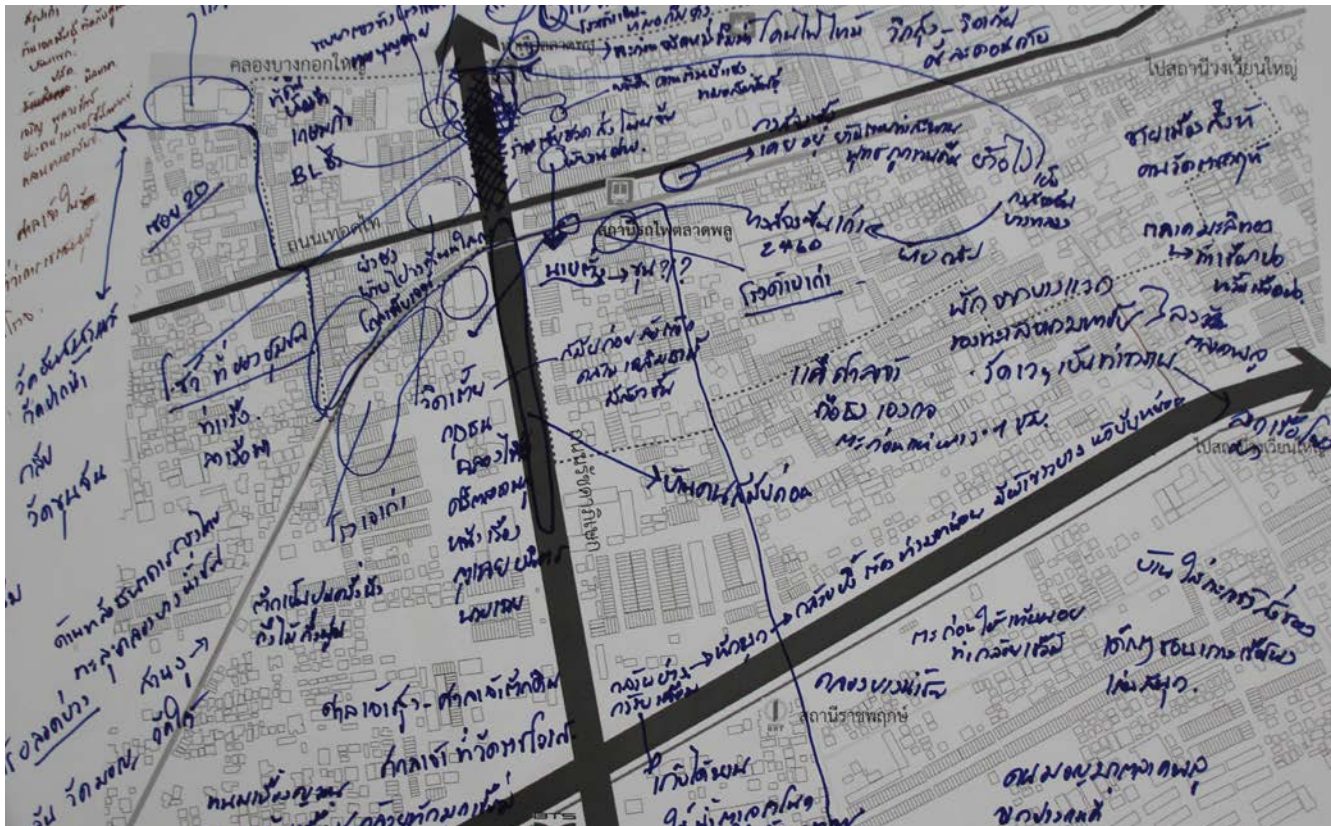
ซึ่งรวมเรียก “สวนพลูบางยี่เรือ” ในช่วงเช้าเจ้าของสวนพลูจะนำพลูใส่เข่งบรรทุกเรือมาขึ้นที่ท่าใหญ่แถบวัดบางยี่เรือ และจะมีพ่อค้าแม่ค้าขายปลีกมารับพลูจากท่อน้ำไปขายอีกทอดหนึ่ง ตลาดขายพลูจะดำเนินไปอย่างรวดเร็วและเร่งรีบเฉพาะช่วงเช้า มิได้เป็นตลาดถาวร คนทั่วไปเมื่อมายังตลาดสดถาวรที่อยู่บริเวณใกล้เคียงแหล่งขายส่งพลู จึงเลยมักเรียกตลาดนั้นว่า “ตลาดพลู”



พื้นที่ตลาดพลู - คลองบางกอกใหญ่ในอดีต



2. ฐานข้อมูลวัฒนธรรม



1. ฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิต

ตลาดพลู เป็นชื่อที่ได้จากการเป็นศูนย์กลางการค้าขายหมากพลูของบางกอก สมัยต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งแต่เดิมตลาดหมากพลูตั้งเรียงรายริมฝั่งคลองบางหลวง ตั้งแต่วัดราชคฤห์วรวิหารไปจรดวัดอินทารามวรวิหาร ลึกเข้าไปด้านหลังวัด (ปัจจุบันคือด้านหน้า วัดติดถนนทอดไทย) เป็นสวนหมากของชาวจีนแหล่งใหญ่ที่สุดในบางกอก ผู้สนใจอยากสัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิม สามารถเดินลัดเลาะ ไปตามถนนเลียบบแม่น้ำข้างวัด จะเห็นอาคารพาณิชย์ บ้านเรือนอาศัยแบบจีนที่มีลวดลายปูนปั้น กับลายไม้ฉลุประดับหลังเหลื่อให้ชมอยู่บ้าง ตลาดพลูเป็นชุมชนเก่าแก่ซึ่งมีอาคารประวัติศาสตร์ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 และ 5 ซึ่งยังมีอาคารเรือนไม้ที่มีรายละเอียดที่น่าสนใจอยู่ในบริเวณถนนตลาดพลูใน ซึ่งเป็นเส้นทางริมน้ำ รวมถึงตึกแถวในรูปแบบโคโลเนียล และแบบจีน ในพื้นที่ย่านการค้าที่อยู่ริมถนนทอดไทย และขอย่อยจนถึงสมัยเปลี่ยนแปลงการปกครองที่เป็นตึกแถวขนาดเล็กรูปแบบเรียบง่าย แต่มีองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่กลมกลืนกับอาคารเก่าอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร รวมถึงกิจกรรม ประเพณีที่สำคัญ ๆ ของตลาดพลูจะได้ทำการรวบรวมเป็นฐานข้อมูลไว้ดังนี้

ฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม



วิหารพระพิพัฒน์ธรรมคณี วัดราชคฤห์วรวิหาร

1. วัดราชคฤห์วรวิหาร

ความเป็นมาของวัดราชคฤห์วรวิหารนามเดิมชื่อ วัดวังน้ำวน เพราะวัดตั้งอยู่ติดคลองน้ำ 3 สาย คือ คลองบางกอกใหญ่ (อยู่ด้านทิศใต้ของวัด) คลองบางน้ำชน (อยู่ทิศตะวันออกของวัด) และคลองท่าพระ อยู่ด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือของวัด) มาจรดชนติดกันเป็นเหมือนสี่แยกเวลาน้ำทะเลหนุนขึ้น น้ำเค็มจะไหลทะลักเข้ามาตามคลองบางกอกใหญ่ และเข้ามาทางคลองบางน้ำชน ส่วนคลองบางกอกใหญ่ตามปกติน้ำจืดจะไหลมาตามคลองทางเขตภาษีเจริญก็ไหลมาชนกับน้ำเค็มตรงกันข้ามระหว่างคลองท่าพระ น้ำจืดก็ไหลมาชนกับคลองบางกอกใหญ่จึงทำให้น้ำที่ไหลมานั้นชนกันทำให้น้ำเกิดการหมุนเวียนเป็นวังวนขึ้นชาวบ้านจึงเรียกสถานที่แถบนั้นว่าวังน้ำวน สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้กู้เอกราชได้เสร็จแล้ว จึงได้สร้างเมืองขึ้นใหม่ให้เป็นราชธานีสถาปนาชื่อว่า “กรุงธนบุรี” และได้ขึ้นครองราชย์ จากนั้นพระองค์พร้อมด้วยทหารคูใจคือพระยาสิทธิราชเดโช

(พระยาพิชัยดาบหัก) ได้ทำการบูรณปฏิสังขรณ์วัดบางยี่เรือเหนือมีสร้างพระอุโบสถสร้างพระปรางค์เหลี่ยมย่อไม้ยี่สิบอยู่ทั้ง 4 ด้านของพระอุโบสถสร้างพระเจดีย์บรรจุพระบรมธาตุที่นำมาจากกรุงราชคฤห์แห่งประเทศอินเดียสร้างพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิงและสร้างกุหาจำลอง (กุหาหมอ) พร้อมทั้งสูกุปนาเอาพระบรมธาตุมาบรรจุไว้เพื่อให้เป็นที่สักการบูชาแก่พุทธศาสนิกชนสืบมาต่อมาพระเจ้าตากสินมหาราชได้สวรรคต พระยาสิทธิราชเดโชได้สิ้นชีวิตลงตามพระเจ้าตากสินได้นำเอาศพบรรจุไว้ที่วัดบางยี่เรือ

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



พระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง วัดราชคฤห์วิหาร

วิหารพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิง

มีการบอกกล่าวกันมาว่าพระยาพิชัยดาบหักเป็นผู้สร้างพระปางนอนนี้ขึ้นมา เพื่อเป็นการบำเพ็ญบุญอุทิศกุศลให้ผู้ที่ตนออกรบ แล้วไปฆ่าทหารชาวบ้านล้มตายไปเป็นจำนวนมาก (เป็นเหมือนชดใช้กรรมที่ฆ่าคนตายไป)

ศาลเจ้าพ่อเขาคอก

ปี พ.ศ.2525 ได้มีสาธุชนตั้งกองทุนในการก่อสร้างศาลเจ้าพ่อเขาคอกขึ้นใหม่ โดยได้รับอนุมัติจากอดีตท่านเจ้าอาวาส (พระพิพัฒนธรรมคณี) สร้างเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังก่ออิฐถือปูน เป็นศิลปะแบบกังจีน และทำรั้วกำแพงข้างศาลด้วย



ศาลเจ้าพ่อเขาคอก วัดราชคฤห์วิหาร



หอรบั้ง(เก่า) วัดราชคฤห์วิหาร

หอรบั้ง (เก่า)

หอรบั้งเก่าที่ซ่อนตัวอยู่ในกลุ่มบ้านเรือน ที่อยู่ด้านข้างวัดราชคฤห์ ในสมัยก่อนจะมีเจดีย์รอบๆมากมาย ต่อมาเมื่อมีคนมากขึ้นจึงรื้อเจดีย์ออก แล้วสร้างบ้านขึ้นแทน

2. วัดอินทารามวรวิหาร



วิหารวัดอินทารามวรวิหาร

วัดอินทารามวรวิหารเป็นวัดสำคัญของสมัยกรุงธนบุรี เป็นราชธานี เป็นวัดอนุสรณ์สถานที่สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ทรงประกอบพระราชกุศล มีโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับ พระองค์เป็นชีวิตจิตใจหลายอย่าง ที่นับว่าสำคัญ น่าชม และศึกษา คือพระแท่นบรรทมไสยาสน์เป็นพระราชนิพพานที่พระองค์ทรงประทับแรมทรงศีลแลทรงเจริญธรรมฐาน ประวัติน่าศึกษาของวัดนี้ คือเป็นที่ประดิษฐาน(ฝัง)พระบรมศพของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีเมื่อพุทธศักราช 2327 และ บรมศพพระอัครมเหสีของพระองค์ ก็ได้ถวายพระเพลิงและ บรรจุพระบรมอัฐิไว้ ณ วัดนี้ทั้งสองพระองค์วัดอินทารามขณะ นี้เป็นอารามหลวงชั้นตรีชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่ที่ถนนเทอดไท ปากคลองบางยี่เรือ ริมคลองบางกอกใหญ่ (คลองบางหลวง) แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร (แต่เดิมหน้า วัดอยู่ทางคลองบางกอกใหญ่ แต่เมื่อตัดถนนแล้ว จึงใช้ ทางหลวงเป็นหน้าวัดด้วย

ที่อยู่ ถนนเทอดไท แขวง บางยี่เรือ เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600 โทร. 02 472 2772



เจดีย์บรรจุพระบรมอัฐิสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และพระมเหสี



ศาลาภิรมย์ภักดี

ศาลาแห่งนี้คือท่าเรือแม่ลาว ซึ่งเป็นเรือแม่ของพระยาภิรมย์ภักดีที่วังรับส่งคนในคลองบางหลวงสมัยก่อน ตอนนีก็เหลืออยู่เพียงแห่งเดียวที่หน้าวัดอินทาราม

ศาลาภิรมย์ภักดี วัดอินทารามวรวิหาร



บ้านประตู่ตะเกียบ วัดอินทารามวรวิหาร

บ้านประตู่ตะเกียบ

ห้องแถวห้องนี้มีประตูที่แปลกไม่เหมือนใคร อาจจะเห็นเป็นประตูลูกกรงไม้ธรรมดา รูปทรงตะเกียบ4 แฉ่งวางห่างกันพอประมาณ คนลอดออกไม่ได้ แต่หากต้องการจะออกก็ต้องยกแท่งตะเกียบออกเสียก่อน ซึ่งเป็นประตูแบบที่ชาวจีนแต่จิ๋วเขานิยมทำกัน

3. วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม



ชุมประตู่ทางเข้าวัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม

วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม เดิมเป็นที่ดินกรรมสิทธิ์ของโยมโพ-โยมมี เป็นบิดา มารดาของสมเด็จพระวันรัตน์ (แดง สีลวฑฺฒโน) วัดสุทัศน์เทพวราราม เมื่อบิดา มารดาถึงแก่กรรมแล้ว ที่ดินแปลงนี้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของสมเด็จพระวันรัตน์ และได้สร้างอุทิศเป็นพระอารามเรียกชื่อว่า”วัดโพมี” เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้ท่านทั้งสอง และเพื่อเป็นการแสดงความศรัทธาอย่างมุ่งมั่นในพระพุทธศาสนา ในปีต่อมาได้ขอพระราชทานวิสุงคามสีมา



วิหารวัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม

เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2417 และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานนามวัดใหม่ว่า “วัดโพธิ์นิมิตร” ชาวบ้านนิยมเรียกกันว่า”วัดโพธิ์ตลาดพลู” พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวง เมื่อพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงจัดขึ้นและประเพณีของพระอารามหลวง วัดโพธิ์นิมิตรสถิตมหาสีมาราม อยู่ในชั้นตรีประเภทสามัญ ปุชนิยสถาน และปุชนิยวัตถุที่สำคัญภายในวัด ได้แก่พระอุโบสถ มีลักษณะสถาปัตยกรรมทรงไทยหลังคามุขลด ประดับช่อฟ้า ใบระกา รอบนอกมีเสารับพาไลห่างจากผนัง 1 วา ใบสีมาติดกับตัวพระอุโบสถด้านในตามช่องหน้าต่างเป็นภาพวาดวัดต่างๆ เช่น วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดสุทัศน์เทพวราราม และวัดราชนันทดาราม พระประธานในพระอุโบสถเป็นพระพุทธรูปหล่อลงรักปิดทองปางมารวิชัย มีพระสาวกนั่งคุกเข่าประนมหัตถ์บนฐานชุกชี 4 ด้าน 4 องค์ พลับพลา

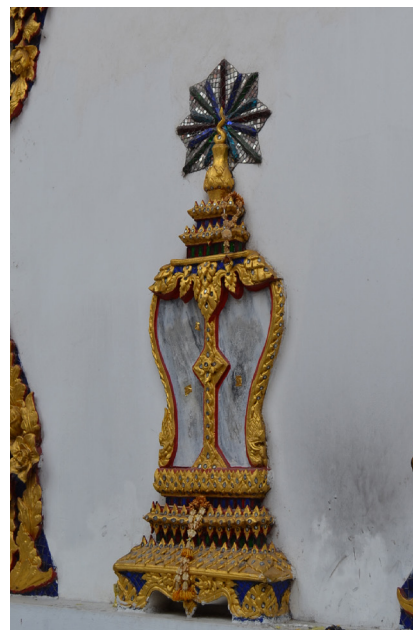
รับเสด็จรัชกาลที่ 5 เป็นอาคารทรงไทย สร้างใหม่ในปี พ.ศ. 2511 แทนของเดิมที่สร้างเป็นพลับพลา เครื่องไม้สำหรับรับเสด็จพระราชดำเนินถวายผ้าพระกฐิน ปัจจุบันใช้เป็นห้องสมุด ชื่อห้องสมุดโพ-มิพระราชอุทิศศาลาท่าน้ำ เป็นศาลาที่ปลูกต่อเนื่องกับทำขึ้นลงเรือ ซึ่งตั้งอยู่ริมคลองสำหรับ อยู่ทางด้านหลังพระอุโบสถ มีหลังคามุงกระเบื้องหน้าบันประดับช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ ทำเป็นอย่างทรงโรงมีขนาด 2 ห้อง มีหลังคาพาไลโดยรอบ ตอนใต้ของพาไลทั้ง 2 ข้างยกพื้นปูกระดานให้คนนั่งพักได้ พื้นที่ตรงกลางศาลาเปิดช่องไว้สำหรับคนเดิน “เสมา” หรือ “สีมา” คือ เขตกำหนดที่ร่วมกระทำสังฆกรรมของสงฆ์ ตามพระพุทธบัญญัติ กำหนดให้มีขนาดไม่น้อยกว่าเขตหัตถบาธของภิกษุ 21 รูป และให้มีขนาดไม่ใหญ่กว่า 3 โยชน์ เสมาทำด้วยแผ่นหิน เจียนปลายให้โค้งแหลมจะปักเป็นที่หมายแสดงเขตแดนพัทธสีมาอยู่ 8 ตำแหน่งด้วยกัน เสมาที่วัดโพธิ์นิมิตรนี้มี 2 ชนิด คือ ชนิดที่ 1 คือ มหาเสมา ซึ่งวัดโพธิ์นิมิตรเป็นวัดที่เป็นมหานิกายวัดเดียวที่มีมหาเสมา นอกนั้นเป็นวัดฝ่ายธรรมยุตินิกาย (วัดที่มีมหาเสมาอยู่ 4 วัดด้วยกันคือ วัดราชประดิษฐ์สถิตยสีมาราม วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม วัดบรมนิวาส และวัดโพธิ์นิมิตร) มหาเสมาที่วัดนี้นั้นบางหลักมีคนไปพันสีทองทับชนิดที่ 2 เป็นเสมาที่อยู่โดยรอบและติดกับผนังพระอุโบสถ ทำด้วยหินอ่อน ปิดทองประดับกระจกมีตราประจำยามอยู่ตรงกลาง ด้านบนทำเป็นรูปคล้ายอุณาโลมมีรัศมี



พลับพลารับเสด็จ รัชกาลที่ 5



มหาเสมา



มหาเสมาติดผนังอุโบสถ

4. วัดจันทารามวรวิหาร



วิหารวัดจันทารามวรวิหาร

เดิมมีชื่อว่า วัดบางยี่เรือกลาง หรือ วัดกลาง เพราะอยู่กลางระหว่างวัด 2 วัด คือวัดบางยี่เรือใน (วัดราชคฤห์ ปัจจุบัน) กับวัดอินทารามกล่าวคือเมืองธนบุรีเดิมในสมัยที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ตั้งอยู่ที่ วัดศาลา 4 หน้า (วัดคูหาสวรรค์ ปัจจุบัน) ในคลองบางกอกใหญ่จากเมืองเก่ามาถึงวัดราชคฤห์ก่อน จึงเรียกวัดราชคฤห์ว่า วัดบางยี่เรือใน(เหนือ) ส่วนวัดจันทารามอยู่กลางจึงเรียกว่า วัดบางยี่เรือกลาง ถัดมาถึงวัดอินทาราม จึงเรียกว่า วัดบางยี่เรือนอก(ใต้)

ในสมัยโบราณนั้นไม่มีการตั้งชื่อวัดเป็นกิจจะลักษณะหรือเป็นทางการเหมือนอย่างในสมัยปัจจุบัน จะเรียกชื่อวัดจากที่ตั้ง ตำบล ที่ตั้งอยู่และถ้าตำบลนั้นมีหลายวัดด้วยกันและอยู่ใกล้กันเป็นลำดับซึ่งอาจกำหนดจากตัวเมืองได้ว่า “ใน” “กลาง” และ”นอก” ก็จะเรียกวัดที่อยู่ใกล้ว่า “วัดใน” วัดถัดไปก็เรียกว่า”วัดกลาง” และวัดสุดท้ายก็ เรียกว่า “วัดนอก” ตามแต่ที่จะเข้าใจกันตามยุคสมัยหรือเรียกตามสถานที่

วัดจันทาราม เป็นวัดโบราณมีอายุยาวนานกว่า 100 ปี ตามตำนานพระอารามหลวงโดยสังเขป พระนิพนธ์ในสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ และพระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ ในสมัยรัชกาลที่ 3 ของเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ ให้ข้อมูลที่ตรงกันคือ พระยาสุรเสนา (ขุนเณร) เป็นผู้สร้าง และพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงปฏิสังขรณ์แล้วได้พระราชทานนามให้ใหม่ว่า “วัดจันทาราม” แต่วัดนี้จะสร้างเมื่อไรไม่มีหลักฐานที่จะให้ค้นคว้าอ้างอิงได้ในพระอุโบสถวัดจันทารามวรวิหารมีพระพุทธรูปปางห้ามสมุทรทรงเทริดซึ่งประทับอยู่ภายใน ซึ่งกรมศิลปากรขึ้นทะเบียนไว้ เมื่อทางกรมศิลปากรไม่ขัดข้องในการบูรณะซ่อมแซม ได้สั่งเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบสภาพของพระอุโบสถและได้แจ้งให้ทราบ ภาพจิตรกรรมฝาผนังเป็นศิลปะแบบจีน เครื่องสูงของจีนเขียนด้วยมืออาสาอย่างประณีต จึงได้อนุรักษ์ไว้ทั้งสภาพจิตรกรรมฝาผนังและลายเพดาน แต่ทางวัดขออนุญาตเพิ่มเติมส่วนที่ชำรุดไปโดยจะไม่เขียนภาพทับของเก่า จะหาช่างจากกรมศิลปากรที่เชื่อถือและรับรองให้เขียนภาพได้ จึงได้เขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังเพิ่มเติมดังที่ได้ปรากฏอยู่ขณะนี้

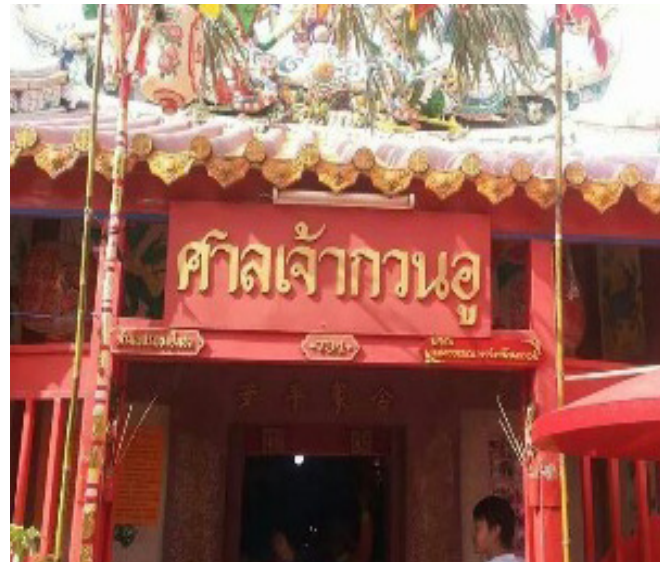
5. ศาลเจ้า



ศาลเจ้าตึกดิน

ศาลเจ้ากวนอู

เป็นศาลเจ้าเก่าแก่สร้างมาประมาณ 200 ปี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นที่นับถือของชนชาวจีนอย่างมาก ช่วงเดือนเมษายนวันเกิด กรกฎาคมมีงานประจำปีวันเกิดเจ้าพ่อกวนอู เดือนสิงหาคมมีงานวันเกิดเทพเจ้า 5 พระองค์ และเดือนธันวาคมมีงานแข่งอั้งซี



ศาลเจ้ากวนอู



ศาลเจ้าพระเพลิง

ศาลเจ้าพระเพลิง

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



รถไฟเทียบท่า
สถานีรถไฟตลาดพลู

6. สถานีรถไฟตลาดพลู

สร้างขึ้นสมัย รัชกาลที่ 5 พร้อมกับทางรถไฟสายคลองสาน – มหาชัย เป็นสถานีรถไฟที่ยังคงมีความสำคัญ เพราะเป็นหนึ่งในสถานีรถไฟสายแม่กลอง มีสถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ที่เป็นต้นทาง ทุกวันนี้ยังมีขบวนรถไฟที่ขนส่งทั้งคน และสิ่งของ ผ่านเข้าออกอยู่ทุกวัน

ตลาดวัดกลาง
วัดจันทารามวรวิหาร



7. ตลาดวัดกลาง

เป็นตลาดริมแม่น้ำหน้าวัดจันทาราม เป็นตลาดศูนย์กลางของย่านตลาดพลู ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางการค้าขายที่สำคัญของตลาดพลูในปัจจุบัน ซึ่งวิวัฒนาการมาจากตลาดน้ำในอดีต ที่เปลี่ยนแปลงมาเป็นตลาดบนบกในปัจจุบัน

ฐานข้อมูลย่านอาคารประวัติศาสตร์



ถนนเทอดไท

ถนนเทอดไท ตลาดพลู ถนนเทอดไทเป็นถนนที่ตัดใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 7 เชื่อมถนนอินทรพิทักษ์ ที่มาจากวงเวียนใหญ่ ต่อเนื่องจากสะพานพระพุทธยอดฟ้า ไปยังถนนบางบอน ถนนเพชรเกษม ภูมิทัศน์โดยรวมจึงเป็นตึกแถว สมัยใหม่เกือบทั้งหมด โดยตึกแถวช่วงผ่านสี่แยกตลาดพลู โดยมีลักษณะเป็นตึกแถวสูง 4 ชั้น มีบางช่วงเป็น 2 ชั้น ไปถึงวัดโพธิ์นิมิตร์ และวัดอินทาราม บริเวณที่ยังเป็นตึกแถวเก่าหันทันด้านหน้าเข้าหาถนนที่หลงเหลือ คือตึกแถวครึ่งปูน ครึ่งไม้ 2 ชั้นหน้าซอยเทอดไท 20 ตรงกันข้ามกับตึกแถวก่ออิฐถือปูน รูปแบบนีโอคลาสสิก 2 ชั้นหน้าซอยเทอดไท 20 กลุ่ม บ้านไม้ข้างหน้า ศาลเจ้าสูงไกล่ทางเข้าวัดโพธิ์นิมิตร์และกลุ่มตึกแถว 2 ชั้นหลังคาทรงปั้นหยา บริเวณทางเข้าสถานีรถไฟ



แยกห้างทองย่งเล็ง

พื้นที่สามแยกซอยเทอดไท 20 เป็นกลุ่มตึกแถวปูนแบบตะวันตกผสมจีนทั้งสองฝั่งถนน มีร้านทองริมหน้าที่เหลืออยู่ ร้านเดียวคือ ห้างทองย่งเล็ง ถือเป็นภูมิทัศน์ที่เด่นและสำคัญสื่อถึงอดีตของตลาดพลู



ร้านอาหารครัวบางหลวง สี่แยกถนนเทอดไทยซอย 18

พื้นที่สี่แยกซอยเทอดไทย 18 และทางไปท่าเรือตลาดพลูซึ่งถูกเรียกกันมาว่าเป็นสี่แยกตลาดพลู ภูมิทัศน์ในจุดนี้มีตึกแถวปูน 3 ชั้น รูปแบบตะวันตกผสมจีนอยู่ตรงหัวหัวมุม มีรูปปั้นอินทรีเป็นสัญลักษณ์สำคัญของย่านนี้ แต่เดิมเป็นร้านทอง ต่อมาเป็นร้านอาหารครัวบางหลวง นอกจากนี้ยังมีตึกแถว 2 ชั้นแบบจีนอยู่ต่อเนื่อง ตามแนวถนนตลาดพลูทางในทั้งสองฝั่ง โดยฝั่งที่อยู่ริมน้ำ มีตรอกเขาไปยังโรงงานเก่า บริเวณสี่แยกนี้ยังถูกใช้เป็นที่รวมพลของคณะเชิดสิงโตหลังจากจบขบวนแห่งานพิธีของวัด และศาลเจ้าต่างๆ โดยเป็นที่แสดงการต่อสู้ของแต่ละคณะซึ่งถือเป็นการปิดท้ายจบขบวนแห่ในวันนั้น



พื้นที่สี่แยกซอยเทอดไทย 16 ภูมิทัศน์หน้าเรือนแถวไม้โรงน้ำปลา และสถานีดับเพลิงตลาดพลู มีเรือนแถวไม้ขนาสองข้างก่อนขึ้นสะพานข้ามคลองบางน้ำชน ถือเป็นภูมิทัศน์ที่เด่นและสำคัญรองลงมา

ถนนตลาดพลูทางด้านในที่เป็นซอยในวัดราชคฤห์ มีบางส่วนของบ้านเรือนในพื้นที่ส่วนที่ติดคลองบางน้ำชน ที่เป็นบ้านเรือนแถวไม้เก่า อาคารไม้สำคัญคือ ร้านค้าเครื่องจักสานและพื้นที่ก่อนเข้าเขตตลาดวัดกลาง ซึ่งมีเรือนแถวไม้เก่าอยู่ อาคารไม้สำคัญ คือร้านขายยาแผนโบราณอินทรีโอสถ โดยที่ซอยตลาดพลูทางในนั้นแคบกว้างเพียง 1.5 เมตร และบางบริเวณอาคารมีหลังคาทึบสาดยื่นยาวทำให้ค่อนข้างทึบแต่ยังมี บรรยากาศชุมชนริมน้ำอยู่

บ้านเรือนแถวไม้ สี่แยกถนนเทอดไทยซอย 16



สมัยก่อน หมอแผนโบราณมีมากในแถวตลาดพลู โดยมีร้านขายยาเก่าแก่ออยู่หลายแห่ง มีร้านหมอกิม ร้านหมอเฮง หมอจีนรักษากระดูกอยู่ที่ริมทางรถไฟ ร้านเก่าแก่อคือ ร้านอินทรีโอสถ ร้านยาหอม ตรา 5 นกกระเรียน และยาหอม ตรา 5 เจริญ สุธยาสมุนไพรต่างๆ มาจากพระอาจารย์ชื่อดังของวัดในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น หลวงพ่อเอี่ยม เจ้าอาวาสวัดหนึ่งสมัยก่อนยาสมุนไพรจะมาส่งทางเรือถึงท่าเรือวัดราชคฤห์ ปัจจุบันต้องไปซื้อเองจากร้าน เจ้ากรมเปือที่เยาวราช บ้างสั่งจากเมืองจีน นอกจากร้านยาแผนโบราณยังมีร้านหมอบุญรอด ซึ่งเป็น คลินิกแผนปัจจุบัน ของพันโท นายแพทย์บุญรอด ศิริเวชกุล นายแพทย์ผู้ทำงานบุกเบิกเกี่ยวกับการพัฒนาการผลิตยาปฏิชีวนะในประเทศไทย โดยเคยทำงานกับ Sir Howard Florey นักวิจัยระดับโลกในการพัฒนายาปฏิชีวนะให้ใช้ได้จริง ยังมีข้าราชการคนสำคัญที่มีบ้านอยู่ในบริเวณนี้ เช่น หลวงบุญมานพพานิชย์ ซึ่งเป็นทายาทของนายต่าง บุญมานพ (แช่ลิ้ม) คหบดี คนสำคัญ เป็นนักเขียนที่มีชื่อในนามปากกา แสงทอง เขียนบทภาพยนตร์บันเทิงคดีที่สร้างโดยชาวไทยล้วนๆ สำเร็จเป็นครั้งแรก โชคสองชั้นใน พ.ศ. 2470 และเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ศรีกรุงเป็นประจำ เป็นบุตรคนแรกของมหาอำมาตย์ตรี พระยาสุทธยพรตสุนันท์ (ทองบู่ บุญมานพ) ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในวงการกฎหมายของประเทศ เพราะเป็นหนึ่งในคณะกรรมการร่างประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ฉบับแรก ในปี พ.ศ. 2462 เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งหลวงสกลสัตยาทร ผู้พิพากษาศาลแพ่งในขณะนั้น ลูกเขยคนสำคัญของนายต่าง บุญมานพ อีกท่าน คือ พลตรีพระวิภาติภูมิประเทศ เจ้ากรมแผนที่ทหารบก ในช่วงที่ประเทศไทยได้เริ่มมีการทำแผนที่จากภาพถ่ายทางอากาศ นอกจากนี้ยังมี หลวงสาทรราชชน ผู้ช่วยพระคลังมณฑลจันทบุรี หลวงประจักษ์สรรพากร รองอธิบดีกรมสรรพากร



ทางเข้าบ้านนายต่าง บุญมานพ
และบ้านเก่าหลังตึกแถว
บริเวณถนนเทอดไท - ซอยเทอดไท 18



ฐานข้อมูลร้านอาหาร-ร้านค้า



ข้าวหมูแดง - สุนัขข้าวหมูแดง

ร้านกระเพาะปลานายบัว

ตั้งอยู่ปากซอยเทอดไท 21 เจ้าของคือคุณภาวิกา ชัยเชิดชู สืบทอดกิจการจากพ่อสามี คือ นายบัว แซ่หล เป็นคนแต่จิว สมัยก่อนหาบขายในสวนแถวตลาดพลูเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตอนนี้เป็นรุ่นที่ 3 มีอายุมากกว่า 80 ปี เป็นกระเพาะปลาที่มีสูตรพิเศษมาจากอาม่า รสดั้งเดิมไม่มีเส้น ล้างกระเพาะปลาให้สะอาด แซ่ลี้ยงน้ำนานหลายน้ำ เลือดนิ่ม หน่อไม้สดหั่นขวาง แบ่งที่ใช้เป็นแบ่งพิเศษ ไม่คืนตัวง่าย หม้อกระเพาะปลาแยกระหว่างมีหน่อไม้กับ ไม่มี และเครื่องในกับน่องไก่ น้ำดันเชื้อต้องเคี่ยวกระดูกไก่ ทั้งวัน โดยที่ยังคงใช้เตาถ่านประกอบการทำกระเพาะปลา แม้ในรถเข็นยังใช้เตาถ่านอยู่



กระเพาะปลา - ร้านกระเพาะปลานายบัว



กระเพาะปลา - ร้านเจ๊เอ็งกระเพาะปลา

ร้านสุนัขข้าวหมูแดงตลาดพลู

ตั้งอยู่ริมทางรถไฟ เจ้าของคือ คุณสุนี ลัมฉลิม ประกอบกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 โดยสืบทอดกิจการจากครอบครัวสามี ที่เป็นคนแต่จิว เมื่อก่อนตั้งอยู่บริเวณสถานีรถไฟ และได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่ปัจจุบัน และได้เปลี่ยนสูตรจากแต่จิวเป็นสูตรเคหะ จากเมืองเหมยเซียน มีความพิเศษที่การคัดหมูที่มีคุณภาพ น้ำหมักหมูแดงเป็นน้ำเคี่ยว กระดูกหมูอย่างเข้มข้น ใส่ยา กระเทียม และน้ำตาลแดง โดยน้ำราดใช้แทนถั่วลิสง

ร้านเจ๊เอ็งกระเพาะปลา

ตั้งอยู่ในซอยเทอดไท 27 ร้านเป็นรถเข็น เจ้าของคือเจ๊เอ็ง คุณสิริวรรณ เมธาสุข เป็นร้านขายกระเพาะปลา กุ่ยช่าย บ๊ยะจ่างปัจจุบันเปิดขายมานานกว่า 70 ปี โดยสืบทอดกิจการมาจากบิดา คนจีนแต่จิวชื่อลี อ้วน เต่า ซึ่งเคยทำบ๊ยะจ่างส่งสำเพ็งมาก่อน ได้สูตรจากอาโกวที่เมืองจีน กระเพาะปลา ต้องเลือกกระเพาะปลาที่สะอาด นุ่ม ทอดน้ำมันครั้งเดียว จะนุ่มเวลาแช่น้ำ น้ำซุบเป็นน้ำต้มกระดูกไก่ บ๊ยะจ่างต้องเอาส่วนผสมมาผัดก่อนให้หอมแล้วถึงห่อ รสหวานคือใส่เผือกให้มีรสหวานเล็กน้อย ใส่แปะก๊วยเชื่อม ถ้าไม่เชื่อมก่อนจะขม กุ่ยช่ายใส่หน่อไม้ จะอ่อนนุ่ม เอามาจากปราจีนบุรี เลือกที่ไม่มีเส้น



ก๊วยซ่าย - ร้านเป้งล้ง

ร้านกิมเม้งก๊วยซ่าย

ตั้งอยู่บริเวณแยกตลาดพลู หน้าโรงรับจำนำ เจ้าของคือ คุณกิมเม้ง ชลธรรมังสกุล เป็นร้านขายก๊วยซ่ายที่เก่าแก่เจ้าหนึ่งของตลาดพลู ขายมานานกว่า 70 ปี โดยได้รับสูตรมาจากบรรพบุรุษของภรรยา ปัจจุบันทำขายวันละ 400 ลูกและส่งขายไปยัง วังหลัง และเยาวราช มีไส้ทั้งหมด 3 ไส้ ได้แก่ หน่อไม้ มันแกว เผือกความพิเศษอยู่ที่เป็นการทำก๊วยซ่ายแบบแป้งนุ่ม รสชาติดีนึ่งๆ เหนียวๆ เคล็ดลับอยู่ที่การทำแป้งข้าวเจ้าที่ต้องเอาข้าวเจ้าแช่น้ำมาบดละเอียด ผสมกับแป้งข้าวเจ้า ก๊วยซ่ายต้องขยำกับเกลือจนไม่เหนียวแล้ว ผสมกุ้งสับด้วย



ก๊วยซ่าย - ร้านกิมเม้งก๊วยซ่าย



ก๊วยซ่าย - ร้านก๊วยซ่ายตลาดพลู

ร้านเป้งล้ง ก๊วยซ่ายเจ้าดั้งเดิมตลาดพลู

ตั้งอยู่บริเวณวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณจันทนา เหล่าบวรพงษ์ สืบทอดกิจการจากครอบครัวสามีซึ่งอาม่าของสามีเคยทำ และสามีคือคุณเป้งล้ง แซ่เล่า คนจีนแต่จิว ประกอบกิจการมากกว่า 100 ปี มีลักษณะพิเศษคือเป็นก๊วยซ่ายสีชมพูซึ่งใช้ในการไหว้เจ้า พิธีสำคัญต่างๆ โดยใช้เทคนิคการนวดแป้งแบบดั้งเดิม กวนแป้งโดยใช้ไฟอ่อนจนแป้งสุก กวนแล้วนึ่งแล้วนวดอีกจนเหนียวนุ่ม ไม่แข็งไปหรือนิ่มไป ไม่ใช้สารกันบูดในแป้ง แป้งห่อไส้เป็นสีชมพูเป็นรูปทรงสามเหลี่ยม คล้ายปอด เรียกว่า ถ่อก้วย ซึ่งร้านเป้งล้งเป็นญาติกับทางร้านแก้วข้าวมันไก่ และเนื้อเปื่อยตลาดพลู

ร้านก๊วยซ่าย ตลาดพลู

ตั้งอยู่แยกตลาดพลู บริเวณหน้าร้านทอง เจ้าของคือ คุณอัจฉราวรรณ ธนศุวรรณ เป็นร้านขายก๊วยซ่ายที่เริ่มมาจากการทำรับประทานกันเองในครอบครัวมาก่อน ประกอบกิจการ ขายมานานกว่า 50 ปี ความพิเศษอยู่ที่การทำก๊วยซ่ายให้แป้งบางใสเยอะ น้ำจิ้มสูตรพิเศษ จัดจ้านเปรี้ยว และเผ็ด



ข้าวมันไก่ - ร้านแก้วข้าวมันไก่

ร้านแก้วข้าวมันไก่

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทศบาล 21 เจ้าของคือ เฮียแก้ว หรือคุณทวี ชโลทวิภิชิต เป็นคนจีนแต่จิวแซ่เล่า เปิดขายมา 36 ปี ในสมัยก่อนร้านเปิด 02.00 น. ปิด 14.00 น. เนื่องจากสมัยก่อนคนที่เลิกจากการเที่ยวแล้วมากินเยอะ ปัจจุบันปรับเปลี่ยนเวลาตามกลุ่มลูกค้าเป็นเปิด 04.00 น. ปิด 17.00 น. เคล็ดลับที่สำคัญคือ ใช้ไก่ตอนเนื้อนุ่มไม่ใช่ไก่ขาวที่จับขายทุก 45 วัน ไก่ตอนเลี้ยงนานกว่าเนื้อแน่นนุ่ม ข้าวมันหุงหม้อใหญ่ๆ วันละ 250 กิโล ไก่วันละ 24 ตัว น้ำมันจากไก่เอามาเจียวของที่ใช้ต้องสดใหม่เสมอ พิถีพิถันกับการปรุงต้องซึ้งส่วนผสมที่แน่นอน ไก่เลาะมาใหม่ๆ จะสดนิ่มไม่แห้งน่าทาน ถ้าทิ้งไว้นานจะแห้ง ต้มไก่ในช่วงเช้าแต่ขายดีจึงไม่มีการค้าง น้ำซุปลี้น้ำมันผักชี ใบเตย



ข้าวมันไก่ - ร้านลิ้มโกชนา

ร้านลิ้มโกชนา

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทศบาล 25 เจ้าของคือ คุณพรพรรณ มาตสุวรรณากิจ เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 32 ปี โดยสืบทอดมาจากสามี เฮียลิ้ม ซึ่งเป็นคนจีนแต่จิว จากนครปฐม แต่ก่อนตั้งอยู่บริเวณซอย 21 เข้าร้านสู่ศุภอรรถข้างแก้ว ข้าวมันไก่ ย้ายมาอยู่ที่ปัจจุบันเมื่อตึกเสร็จ มีความพิเศษที่ หุงข้าวหม้อต่อหม้อ ใช้น้ำมันไก่อมาเจียวกระเทียมแล้ว เอาน้ำแกงใส่ จากนั้นเทลงผสมหุงข้าว สูตรแต่จิว หุงข้าวใช้ ไฟแรงแล้วเบาลงให้ร้อนนาน น้ำต้มไก่เหลือจากหุงข้าว นำมาทำน้ำแกงโดยใส่เลือด ผักกาดดอง แต่ก่อนนั้นใช้ผัก และหัวไชเท้าด้วยแต่คนไม่ชอบ ไก่เองก็มีสูตร เวลาต้มต้องเน้นให้น้ำเดือดแล้วค่อยเบาลง ต้มจนสุก ถ้าต้มนานขึ้นเนื้อจะเหนียวแต่นุ่มกว่า มีความน่าสนใจอีกประการคือเป็นร้านที่เปิด 24 ชั่วโมงมานานตั้งแต่ 20 ปีที่แล้ว



เกาเหลาเนื้อเปื่อย - ต.จันทร์เพ็ญ

ร้านเนื้อเปื่อย ต. จันทร์เพ็ญ

ตั้งอยู่บริเวณหน้าสถานีรถไฟตลาดพลู ริมถนนเทอดไทรระหว่างซอย 16 กับ 18 เจ้าของคือ คุณครรชิต นิตยานนท์ เป็นร้านเก่าแก่ที่เปิดขายมานานกว่า 60 ปี สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ คือคุณลิ้ม เคียกเซ้ง เป็นคนจีนแต่จิว มีชื่อเสียงโด่งดังในเรื่องน้ำซุปและเนื้อเปื่อย มีเคล็ดลับในการทำน้ำซุปคือ ใส่กระดูกขาววัว เนื้อสามชั้นทั้งผืน และเทเครื่องปรุงทุกอย่างลงในหม้อก๋วยเตี๋ยว แล้วเติมน้ำสะอาดลงไปให้เต็ม ใช้ไฟอ่อนๆ ต้มเคี่ยวนานประมาณ 4-5 ชั่วโมง จนได้น้ำซุปก๋วยเตี๋ยวเนื้อวัว ออกรสหวานจากไขกระดูก และดึงรสเนื้อเปื่อยออกมาได้มากที่สุด เนื้อนุ่มกำลังดี ไม่เหนียวหรือเลอะจนเกินไป พร้อมกับมีกลิ่นหอมจากเครื่องเทศทุกชนิด ในขณะที่กำลังต้มเนื้ออยู่นั้น จะมีน้ำมันจากเนื้อสามชั้นวู่วกระจายอยู่บนผิวน้ำซุป ใช้ทัพพีช้อนตักเอาไขมันออกให้หมด ต้มเคี่ยวไปสักพัก เนื้อสามชั้นจะเป็นเนื้อเปื่อยนุ่มอร่อยแล้วค่อยหันเป็นชิ้นๆ นอกจากนี้ยังมีเนื้อสดธรรมดา และเนื้อกรอบหรือเนื้อน่องลาย ลูกชิ้นธรรมดาและลูกชิ้นเอ็น ส่วนเครื่องในก็มีตับ หัวใจ ม้าม ฟ้าขี้วัว เอ็นปอด ใส่อ่อน ขอบกระดูก



บะหมี่น้ำหมูแดง - บะหมี่ตงเล้ง

ร้านบะหมี่ตงเล้ง

ตั้งอยู่บริเวณตลาดริมทางรถไฟ ซอยเทอดไท 25 เจ้าของคือคุณฮ้าง หรือคุณพิเชษฐ์ ธรพรวิวัฒนา เป็นร้านบะหมี่เก่าแก่ที่มีชื่อเสียงในตลาดพลูเปิดมานานกว่า 60 ปี โดยสืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ คือนายหลี่ ตงเล้ง เป็นคนจีนแต่จิว ความพิเศษของร้านนี้คือ ทำเส้นบะหมี่เอง เส้นเล็กบางกว่าแต่เหนียวนุ่มกว่า ใช้ไข่ไก่ใหญ่และใส่ไข่แดงเป็นพิเศษ เลือกแป้งที่เกรดดีที่สุด ส่วนหมูแดงหมักข้ามคืน ลูกชิ้นปลาทำเอง หมูกรอบหอมทอดในน้ำมันที่ไม่ร้อนและเย็นเกินไป



บะหมี่แห้งหมูแดง - บะหมี่ยายก้า

ร้านบะหมี่นายก้า

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 27 เจ้าของคือ คุณประเสริฐ เมธาลิขิต เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 90 ปี โดยเริ่มมาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นคนจีนแต่จี๊ แซ่หลี่ เป็นพี่น้องกับร้านหมี่ต่งเล้ง นายก้า เริ่มทำบะหมี่ก่อนเป็นเจ้าแรกในย่านนี้ ในสมัยก่อน ตีแป้ง นวดเส้นด้วยมือ นวดแล้วเอาไปเข้าเครื่องรีดตัด บิดาเป็นคนทำเส้นด้วยมือ ต่อมาบิดาไปสั่งทำเครื่องรีด ตัดเส้นบะหมี่ มาตั้งแต่ 50-60 ปีมาแล้ว จนร้านที่ทำเครื่องรีดบะหมี่ทำเครื่องขาย กลายเป็นที่แพร่หลายต่อมา สมัยก่อนตีมือใช้ไม้กระทุ้ง ปัจจุบันยังเก็บไม้ท่อนนั้นไว้บูชาจนทุกวันนี้ ความพิเศษของร้านนี้คือ เส้นบะหมี่ทำเอง 20 กิโล โดยใช้ไข่ 100 กว่าฟองต่อวัน หมูแดงคั้พิเศษแล้วนำไปด้วยอย่างเตาถ่าน น้ำซุ้ต้มกระดูกหมู



ร้านเต้าหู้เย็นตาโฟ

ตั้งอยู่บริเวณริมทางรถไฟ ตลาดพลู เจ้าของคือ คุณวรพล เสริมเกียรติกุล เป็นร้านขายเย็นตาโฟแบบดั้งเดิม เปิดให้บริการมานานกว่า 70 ปี เทคนิคพิเศษของร้านคือ นำผักบุ้งไปลวกน้ำร้อนก่อน แล้วจึงใช้กรรไกรตัดเป็นชิ้นๆ ทำให้สดกรอบไม่นิ่มหรือดิบจนเกินไป ซอสเย็นตาโฟที่มีสีแดงไปทางส้ม ลูกชิ้นปลาทำเองมีขนาดเล็กกว่าปกติ แต่มีกลิ่นพริกไทยโดดเด่น เน้นการปรุงที่ละซาม



เย็นตาโฟแห้ง - เต้าหู้เย็นตาโฟ



หมี่กรอบ - หมี่กรอบจีนหลี

ร้านเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 18 ใกล้กับท่าเรือตลาดพลู เจ้าของคือนางอารมณ นิติพรวิสิษฐ์ เอี่ยมองอาจ เปิดมานานกว่า 100 ปี สืบทอดกิจการมาจากพ่อสามี คือ จีนหลี แซ่ผู้ เป็นคนจีนไหหลำผัดหมี่ควั่นโขมงริมคลองบางหลวง ตรงทำน้ำ ล้นเกล้ารัชกาลที่ 5 เสด็จผ่านมาพ่อของสามีจึงได้ผัดถวาย หลังจากนั้นลูกสะใภ้เป็นคนรับสืบทอดกิจการแทนพ่อสามี เคยมีคนในวังมาซื้อทีละ 20 กล้อง เคยไปผัดในงานวันเกิด ของนายกรัฐมนตรีด้วย และลูกสาวสองคนได้สืบทอดกิจการ ต่อไป และมีเมนูอาหารเพิ่ม เช่น ปลากระพงนึ่งซีอิ๊วปลาจะระ เม็ดนึ่งบ๊วย ปลิงทะเล อาหารไทยอร่อยคือ ต้มส้มปลากระบอก แกงเลียง แกงส้มปูทะเล ยำถั่วพูผัดผงกะหรี่ ความพิเศษคือ การผัดหมี่กรอบที่ไม่เหมือนใคร นำเส้นหมี่แช่น้ำ แล้วทอดน้ำมันเดือดๆ คั่วกับเนื้อปูเป็นก้อนและเครื่องปรุงจนได้ที่ หมี่จึง กรอบเหลืองแห้ง ผึ่งในตะแกรงให้สะเด็ดน้ำมัน และโปะลง ไข่ดิบจนสุกเรียกไข่นอก มีให้เลือกทำไข่นอก หรือไข่ใน คือ ตอกใส่ไปเลยตอนผัด ปัจจุบันทำแต่ไข่ใน ไม่ค่อยมีคนสั่งไข่นอก

ร้านครัวบางหลวง

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 18 เจ้าของคือ คุณสมชาย กิตติพัฒน์ถาวร เป็นร้านอาหารตามสั่ง เปิดให้บริการเพียง 10 ปี แต่เดิมคุณพ่อเป็นคนจีนแต้จิ๋ว แซ่คู ซึ่งอาคุณ คุณแม่เป็นคนไทย อยู่ในตลาดพลูมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เป็นตึกแถว ห้องหัวมุมถนนตลาดพลูและซอยเทอดไท 18 มีลวดลายปูนปั้นเฉพาะของตึกแถวแบบจีนในยุคนั้น บนป้ายร้านคือพญาอินทรีเด่นเป็นสัญลักษณ์คู่ตลาดพลู ความพิเศษคือ อาหารเน้นความสดของวัตถุดิบ แม่ครัวทำอาหารได้เร็วทันใจโดยมีงานหลัก คือ ข้าวผัดน้ำพริกกะปิ ที่คิดค้นสูตรเองได้รสชาติของน้ำพริก



ร้านอาหารครัวบางหลวง



ปลาเก๋าสามรส - ร้านแส

ร้านแส

ตั้งอยู่ข้างสถานีรถไฟตลาดพลู เจ้าของคือ คุณสว่าง ปรีอารมณ และคุณวิชัย โพธิ์วัตร เปิดร้านมาประมาณ 40 ปี สมัยก่อนขาย 3 โมงเย็น จนถึง ตี 1 เพราะมีคนมาเที่ยวกลางคืนเยอะ และเป็นตลาดโต้รุ่ง ปัจจุบันขายเพียงเลิก 20.30 น. แทน แต่เดิมเป็นลูกจ้างร้านเสวยโภชนา ซึ่งเก่าแก่เป็นคนจีนแต่จิว พ่อเจ้าของเสียชีวิต จึงออกมาเปิดร้านเอง มีความพิเศษที่มีเมนูอาหารเกือบ 50 อย่าง ปลา กุ้ง ต้องเลือกเองเป็นของสด ไม่ค้าง จากตลาดวัดกลางและปรับปรุงรสชาติตามใจลูกค้า ด้วย คิดค้นจากอาหารสิบกว่าอย่าง ปัจจุบันมีมากกว่า 50 อาหารขึ้นชื่อ ต้มยำซี่เมาทะเล หรือ ต้มโคล้ง ต้มแซบ ปลาหมึกทอด ปลาเก๋าสามรส ยำปลาตุ๋นฟู หมูป่าผัดเผ็ด นำหมูป่ามาจากมาเลเซีย



ขาหมูแต่จิว - สหายโภชนา

ร้านสหายโภชนา

ตั้งอยู่บริเวณริมถนนเทอดไท เจ้าของคือ คุณสมชาย ทักษะกาญจนากุล เป็นร้านขายข้าวขาหมูสูตรแต่จิว สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 50 ปี ใช้เครื่องยาจีนปวยก๊ก อบเชย ขงเจียว ซิอิ้วที่ใช้ไม่ดำ แต่ขาหมูสีจะแดงกว่าเจ้าอื่น เพราะใส่น้ำตาลแดง แต่ก่อนขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อเปื่อยมานานกว่าประมาณ 70 ปี เลิกไปเพราะเนื้อราคาแพงขึ้นและเกิดโรคแอนแทรกซ์ระบาด แรกเริ่มทำกิจการจกสาน แต่พ่อเปลี่ยนมาทำอาหารแทน



สุริยาภาแฟ - รีมน้ำตลาดวัดกลาง

ร้านตั้งเจียงฮาด

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดกลาง เป็นร้านขายส่ง และขายขนมเปี๊ยะดั้งเดิม ขนมสิงโต รับขายก็จ้าง รับขายของส่งทั่วไป ขนมทั่วไป ของเล่น เจ้าของปัจจุบันคือคุณพัชรไกรทองสุข (เจ้ใหญ่) สืบทอดกิจการมาจากบรรพบุรุษ คนจีนแต่จิว โดยที่คุณพ่อปัจจุบันอายุ 98 ปี เป็นคนตั้งร้านสูตรขนมเปี๊ยะ กี่จ้าง เป็นสูตรจากบรรพบุรุษที่ประเทศจีน นำส่งยุโรปมากกว่าแสนลูก ใช้เวลาในการทำ 2 เดือน เชือกมัดต้องเป็นเชือกขาว อย่างดีเคยใช้เชือกกล้วยและปอมัด และจ้างคนผูก ข้าวเหนียวคัดพิเศษ ต้องต้มแล้วใส่น้ำอุ่นไม่มีข้าวที่แข็งติดเป็นเม็ดอยู่ข้างใน ข้าวเหนียวต้องไม่มีข้าวเจ้าปนมาหรือให้น้อยที่สุดเพราะข้าวเจ้าจะทำให้ชุ่มหรือแข็งอยู่ข้างใน กี่จ้างหรือขนมจ้างใช้รับประทานทั่วไป ร้านขนมเปี๊ยะดั้งเดิมทำมาก่อน กี่จ้างทำมา 60 ปี แต่ขนมเปี๊ยะกว่า 70 ปี



ร้านอ้วก้วย

ร้านสุริยาภาแฟ ล้มฮะฮวด

ตั้งอยู่บริเวณ ตึกแถวหลังตลาดวัดกลาง เจ้าของคือ คุณวิชัย เลิศธานินวานิช มีชื่อจีนคือลิม ช่งจือเป็นร้านกาแฟเก่าที่เปิดขายมานานกว่า 90 ปี สืบทอดกิจการจากรุ่นบิดา ที่เป็นคนจีนแต่จิว ความพิเศษคือเครื่องดื่มทุกแก้วชงแบบเข้มข้นมากกว่าที่อื่น 2 เท่า โดยเฉพาะกาแฟเย็นหวานมัน ส่วนชาน้ำเข้ามาจากอินโดนีเซีย เครื่องมือ หม้อต้มกาแฟ กระป๋องต้กกาแฟ สิ่งทำให้ใหญ่กว่าปกติ ถุงกาแฟสั่งทำพิเศษ เรียกว่าผ้าสาหลี มีขนาดยาวพิเศษ สั่งเย็บจากเยวราช ต้องเลือกผ้าที่มีความหนาและความยาวพอดี นอกจากนี้ภายในร้านยังมีการเก็บรักษาเครื่องมือเก่าแก่ เป็นทองเหลืองของบรรพบุรุษไว้ รวมถึงตะเกียงเจ้าพายุเก่า ที่ร้านจะใช้แก้อ้อมันังไม้สัก ซ้อมาตั้งแต่ตัวละ 10 บาท ส่วนโตะ ราคา 40 บาท



ขนมหน้าร้านตั้งเจียงฮาด

ร้านอ้วก้วย ตลาดพลู

ตั้งอยู่บริเวณตลาดริมทางรถไฟ เจ้าของคือ คุณไก่อ ตั้งอัครฐากูร เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 70 ปี โดยสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นคนจีนแต่จิว แซ่ตั้ง โดยอาจเริ่มขายเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลงในสมัยก่อนร้านตั้งอยู่บริเวณลานริมน้ำ วัดราชคฤห์ ความพิเศษคือใช้เตาถ่านตั้งกะทะทอดน้ำมันแบบดั้งเดิม น้ำมันจะเดือดนานกว่า ไม่ทอดเก็บไว้ในกะละมัง ทอดใหม่ตลอดทำให้จะแห้งกว่า แต่ทิ้งไว้จะเย็นเหมือนกัน ถ้าเก็บไว้ค้างคืนเอามาทอด

ร้านหมวย-หลี น้ำแข็งใส

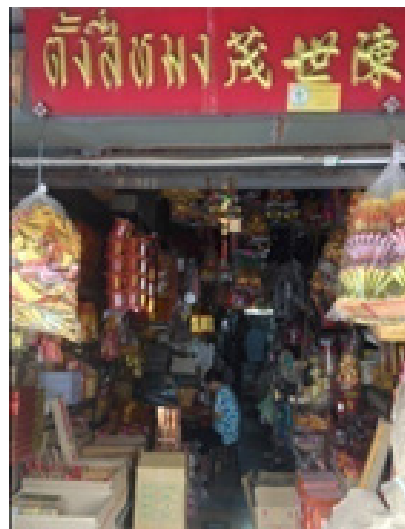
ตั้งอยู่บริเวณเพิงถาวรริมทางรถไฟและถนนทอดไท เจ้าของคือ คุณสุภาพ แซ่เฮ้ง เป็นร้านเก่าแก่เปิดมานานกว่า 70 ปี สืบทอดกิจการจากรุ่นบิดาคือ คุณปักเข้า แซ่เฮ้ง เป็นคนจีนแต่ใจ ในอดีตไม่มีที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง ก่อนแบกขนม น้ำแข็งหอบขายจากในสวน น้ำแข็งเป็นก้อน มีที่ซูดใสเสียไม้ ต่อมาจึงเริ่มทำเป็นแผงขาย เคล็ดลับคือ ทำสลิ้ม กะทิ กวนเอง รมควันเทียนหอม ทำมาจากแป้ง อย่างดีจากนครปฐมถ้วยอย่างดี ตั้งเตาผสม ใช้มือกดทำเอง ต่อมาไอศกรีมกะทิไข่แข็ง ไข่สดตักกับไอศกรีม 3 ลูก ไอศกรีม ทำเองใช้มือ หลังจากจากเครื่องเสีย เลยรับไอศกรีมที่ทำเสร็จแล้ว มามีหลายรส ตั้งแต่เดิมคือกะทิ ของผสมในขนม เช่น มันเชื่อมเผือกเชื่อม สับปะรด ทำเอง



ขนมเบี๊ญญวน สุภาพ

ร้านตั้งสี่หมง ของไหว้ ไกวอ่วย

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 30 เจ้าของคือ คุณนพพร คล่องดำเนินกิจ ประกอบกิจการขายของ ไหว้เจ้า สืบทอดกิจการจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นคนจีนแต่ใจมานานกว่า 50 ปี โดยเริ่มมาจากปู่ที่ประกอบ กิจการนี้ที่ประเทศจีน ทำให้ของไหว้มาจากประเทศจีน พอช่วงที่พ่อมาเมืองไทย พ่อไม่ยอมทำกิจการนี้ แต่แม่ขอร้องจึงทำมาจนถึงรุ่นลูก



ร้านตั้งสี่หมง



ร้านหมวย-หลี น้ำแข็งใส

ร้านขนมเบี๊ญญวน สุภาพ

ตั้งอยู่บริเวณปากซอยเทอดไท 18 หรือตรงแยกตลาดพลู เจ้าของคือ คุณสุภาพ บรรดาลสุขสันต์ ร้านเป็นรถเข็นขายขนมเบี๊ญญวนโดยขายมานานกว่า 17 ปี เป็นสูตรโบราณสืบทอดมาจากการตา มีความพิเศษคือ ใช้เตาถ่านในการทำแบบโบราณ เพราะสามารถควบคุมความร้อนได้ดีและร้อนระอุทั่วกระทะดีกว่าเตาแก๊ส ทำให้ขนมเบี๊ญญวนมีความหอมกว่า ในส่วนของแป้ง ใช้แป้งข้าวเจ้า ผสมขมิ้นนวดให้เข้ากัน และเติมน้ำจนได้เป็นแป้งขนมเบี๊ญญวนใสสีเหลือง ส่วนไส้จะมีถั่วอก เต้าหู้เหลืองที่ผัดพอร้อน มีถั่วลิสงที่ทางร้านคั่วเองโขบไปหวาน และหน้ากุ้งที่ทำด้วยมะพร้าว และเนื้อกุ้งสด นำมาผัดและปรุงรสด้วยน้ำตาล นอกจากนี้สิ่งสำคัญคือวัตถุดิบเป็นของสดใหม่วันต่อวัน ไม่มีค้าง ขนมเบี๊ญญวนที่นี่มี 3 แบบได้แก่ ไช้นิ่ม ไช้กรอบ และแบบแป้ง



ร้านโล้ว เจ้ง เซียง

ร้านอินทรีโอส

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดราชคฤห์ เป็นที่ธรณีสงฆ์ของวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณนพดล ศรแพทย์ เป็นร้านขายยาแผนโบราณที่เปิดมานานกว่า 100 ปี โดยสืบทอดกิจการมาตั้งแต่รุ่นทวด อากังเป็นคนจีนแต่จิว แซ่กัว ส่วนอาม่า แซ่จิ้น มีการบดยา และผสมเองมาแต่บรรพบุรุษที่เป็นคนจีน ในแง่สถาปัตยกรรมคือ ยังคงอนุรักษ์อาคารไม้ไว้อย่างสมบูรณ์ รวมถึง ช่องชนของทางเพดาน บานประตู และตุ้มไม้สัก อุปกรณ์ต่างๆ ในการปรุงยาสมุนไพร

ร้านโล้ว เจ้ง เซียง

ตั้งอยู่บริเวณตลาดวัดกลาง เจ้าของคือ คุณกมล วิสุทธิเสนาณรงค์ เป็นร้านขายเครื่องจักสาน ขนมหิ้ว ของใช้แม่ค้า ของไหว้เทศกาลทุกชนิด เปิดมานานกว่า 55 ปี พ่อเป็นคนจีนแต่จิว แซ่โล้ว ส่วนทางแม่ แซ่ตั้ง โดยสืบทอดกิจการจากป้า ที่รับของจักสานมาจาก บางปะหัน ออยุธยา ขนมหิ้วเทศกาลต่างๆ ไหว้พระจันทร์ ตรุษจีน สารทจีน กระทง รับมา แต่ กี่จ่าง บะจ่างทำเอง ขายส่ง กำไร 1-2 บาทเท่านั้น



ร้านอินทรีโอส

ร้านขายเครื่องจักสาน

ตั้งอยู่บริเวณซอยวัดราชคฤห์ เจ้าของคือ คุณวิวัฒน์ วงศ์ทศพร เป็นบ้านไม้ชั้นงปุ่น 2 ชั้น โดยสืบทอดกิจการจากบรรพบุรุษที่เป็นคนจีนแต่จิว แซ่ลิม ร้านขายเครื่องจักสาน มีหลังคาจั่วบ้าน รูปแบบเรียบง่าย แต่ก่อนบ้านเป็นบ้านไม้ทั้งหลังต่อมาไฟไหม้จึงสร้างใหม่เมื่อปี 2506 สมัยก่อน โรงเรียนวัดเป็นอาคารไม้ มุงกระเบื้องว่าว ร้านรอบๆ เป็นบ้านไม้ทั้งหมด มีหอรบขังเก่าของวัดเท่านั้นที่ก่ออิฐถือปูน มีเจดีย์รอบๆ แทบเป็นทุ่งเจดีย์ ต่อมาคนมากขึ้นจึงรื้อเจดีย์สร้างบ้าน บ้านรอบๆหอรบขังเคยเป็นโรงงานขนมปังซึ่งเลิก ไปแล้ว อาชีพร้านขายเครื่องจักสานเกิดขึ้น เพราะมีความต้องการแข่ง เพื่อเก็บพลูจากในสวนแถวนี้ที่มีมาก แข่งที่ใช้สมัยก่อน มีการสานเป็นรางหกเหลี่ยมขอบเย็บไม้ไผ่ มีกรอบถักด้วยไม้ไผ่ หมุนเกลียวบิด ฐานเป็นหวาย สมัยนี้ไม่มีคนทำแล้ว



ร้านขายเครื่องจักสาน

โรงน้ำปลาแฮ่เต็กเซ่ง

ตั้งอยู่บริเวณซอยเทอดไท 16 เซ้าที่ดินของทายาท พระเสริม พาณิษฐ์ (เสริม ชูโต) เจ้าของคือ คุณเหลียงเต็ง แซ่เฮ้า (เลิศปิติวิทย์) เป็นอาคารไม้เก่าผุพังเป็นรูปตัว C ยาว 10 ช่วงเสา เป็นโรงบรรจุน้ำปลาอยู่ 4 คูหา หัวมุมโรง น้ำปลาดำเนินกิจการมาตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ ซึ่งเป็นคนจีน แต่จิว มานับร้อยกว่าปี ตั้งแต่ไม่มีถนนเทอดไท คนใน ตระกูลทำโรงน้ำปลา โรงซีอิ๊ว โรงเต้าเจี้ยว มาตลอดจนถึง รุ่น คุณเหลียงเต็ง เมื่อเรียนหนังสือจบมาพ่อให้แจวเรือส่ง น้ำปลา เต้าเจี้ยว มีเรือส่งเป็นหลายลำ สมัยก่อนเรือส่ง น้ำตาลปี๊บจากดำเนินสะดวกมาที่เป็นลิบลำ ส่งกลับมา จากมหาชัย โรงงานทำเต้าเจี้ยวเลิกไปแล้วเพราะญาติแยก ย้ายกันไปทำที่อื่น น้ำปลาทำที่ระยองแล้วมาบรรจุที่นี้แทน มีตราจิ้งจอก นางฟ้า แมวดำ ที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน

ในอดีตห้องที่อยู่ริมน้ำริมน้ำเคยเป็นที่ทำการ ไปรษณีย์ตลาดพลู มีท่าเรือสำหรับรับส่งพัสดุภัณฑ์ต่างๆ



โรงน้ำปลาแฮ่เต็กเซ่ง



ร้านขนมหวานตลาดพลู

ร้านขนมหวานตลาดพลู

ตั้งอยู่ในตึกแถวเลขที่ 1126 ริมถนนเทอดไท ซอยเทอดไท 25 เจ้าของร้านคือ คุณสุลาลัย ผดุงวนากุล โดยสืบทอดมาจากคุณทวด น้อย วนากุล ถ้านับจนถึง ปัจจุบันกว่า 70 ปี ที่ประกอบการในตลาดพลู มีขนมหวาน ไทยที่ขึ้นชื่อโดยขนมหวานไม่หวานจนเกินไป มีชื่อเสียง มากคือ ขนมชั้นใบเตยหอมหวาน เน้นความสดใหม่ ทำสดๆวันต่อวันไม่มีค้างคืน ไม่ใส่สารกันบูด โดยที่ขนมตัด เป็นชิ้นเล็ก เช่น ตะโก้ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ห่อ ใบตองแบบดั้งเดิม ราคาเพียงห่อละ 6 บาท ยังมีขนมหม้อ แกง ขนมสังขยาฟักทองที่คว้านฟักทองทั้งลูก ที่ขายเป็น ถาดและเป็นลูกใหญ่ โดยร้านเปิดให้บริการ ช่วงสาย และ มีบัตรคิวให้ลูกค้ารอตตามคิวเนื่องจากมีผู้ซื้อมากจึงต้องจัด ระเบียบ



ขนมเบื้องไทย - สรินทิพย์ขนมเบื้องไทย

ร้านสรินทิพย์ขนมเบื้องไทย

ตั้งอยู่หน้าตลาดรัชดาภิเษก เจ้าของ คือ คุณนภา กร กษิตติและสรินทิพย์ มีชุมชนเริ่มทำขนมเบื้อง ตั้งแต่สมัยคุณยายซึ่งเป็นคนอยุธยา แต่รุ่นคุณแม่มาโตที่ตลาดพลู เรียนหนังสือถึงแค่ ป.3 ที่โรงเรียน วัดมอญ ออกมาขายของในตลาดพลู คุณพ่อเป็นคนวัดม่วง แต่ย้ายไปอยู่บางกอกใหญ่ คุณยายขายขนมไทยมาก่อนคุณแม่เป็นคนปรับปรุงสูตรจนขายดี เริ่มทำขายมานานกว่า 70 ปี ถึงปัจจุบัน ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ต้องขายไปวังหน้าลูกกระเบิดไป ใช้แป้งสูตรพิเศษ จากการคว่ำข้าวเหนียวบด และการทำให้หวาน ใส้เค็มที่ไม่เหมือนใคร ใส้เค็มทำจากมะพร้าวขูดผสมกุ้งสับ ส่วนไส้หวานมีไส้แบบเดียวกับไส้เค็ม

ร้านกิมเองกล้วยเชื่อม

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



กล้วยไข่เชื่อม - กิมเองกล้วยเชื่อม



ร้านนิอ้าน้ำแข็งไสได้รุ่ง

ร้านนิอ้าน้ำแข็งไสได้รุ่ง

ตั้งรถเข็นริมทางรถไฟตรงข้ามกับเพิงขายอาหารข้างสถานีรถไฟตลาดพลู เจ้าของคือคุณพร อัครเสถียร เป็นร้านที่เปิดขายมาประมาณ 50 ปีในตลาดพลูเดิมซึ่งมีส่วนของตลาดใต้รุ่ง เมื่อตลาดพลูและตลาดใต้รุ่งโดนเวนคืนสร้างสะพานถนนรัชดาภิเษกจึงย้ายมาในที่ปัจจุบัน เริ่มมีชื่อเสียงช่วงสงครามเวียดนาม เพราะนักท่องเที่ยวกลางคืนมีของหวานยอดนิยมคือกล้วยปั่นผลไม้ปั่น สดและไอศกรีมไข่แข็ง

ร้านตั้งง่วนอะ กุ่ยสือ

ตั้งอยู่ในตึกแถวริมถนนเทอดไท เลขที่ 1163 ตรงข้ามซอยเทอดไท 22 เจ้าของร้านชื่อคุณวิรัช ตีระจินดาสกุล ทำขนมไหว้เจ้าต่างๆ ขนมเปี๊ยะ ขนมจันอับ ขนม น้ำตาล สิงโต มากกว่า 70 ปีแล้วทำมาตั้งแต่รุ่นอาทิงซึ่งเป็นคนจีนแต่จิวจนถึงรุ่นพ่อซึ่งอพยพมาเมืองไทย ใช้ชื่อเดียวกับร้าน คือ ตั้งง่วนอะ แต่เมื่อเรียนที่โรงเรียนในย่านนี้ใช้ชื่อ ตั้งง่วนเทียม ร้านแต่เดิมอยู่ริมคลองบางหลวง ด้านหนึ่งติดร้านทอง ยังเสียงอีกข้างหนึ่งติดร้านหมักรอบเงินหลิ ต่อมาถูกเวนคืนที่เพื่อสร้าง สะพานถนนรัชดาภิเษกจึงย้ายมาที่ปัจจุบัน ขนมเปี๊ยะที่วางขาย เจ้าของร้านทำใส่เองหมด ปัจจุบันยังทำกับภรรยาเพียง 2 คน โดยที่ลูกหลานไปเปิดบริษัทค้าขาย และคงไม่มีทายาทสืบต่อเมื่อแก่ตัวลงกว่านี้



ร้านตั้งง่วนอะ กุ่ยสือ

ร้านขายยาบ้านสุนตั้ง ตั้งแกอิง

ยาหอมตรา 5 นกกระเรียน

ตั้งอยู่ในตึกแถวริมถนนเทอดไท ใกล้ร้านตั้งง่วนอะ เจ้าของคือคุณสุนีย์ ตาคะนันทน์ อาทิงเป็นคนตั้งร้านชื่อตั้งกิมเฮง เป็นคนจีนแต่จิว เป็นหมอยาอยู่เมืองจีน หลังจากอพยพ มาเมืองไทย ประกอบอาชีพอื่นแล้วจึงกลับมาขายยาจีน และมีการจด ตำรับยาจีนของตนเอง ด้านยาหอม ยาผิวหนัง ต่างๆ มีโรงงานอยู่ย่านวัดไร่ขิง สมัยก่อนอยู่ริมทางรถไฟ แต่โดนถนนรัชดาภิเษก ตัดผ่านจึงย้ายมาอยู่ในตึกแถวริมถนน



ร้านขายยาบ้านสุนตั้ง ตั้งแกอิง

ร้านตัดผมลุงวิเชียร

ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 323 ซอยเทอดไท 21 หรือ ตรอกโรงเจ เจ้าของคือคุณวิเชียร นนทแก้ว เดิมคุณลุงเริ่มกิจการเมื่อ 60 ปีมาแล้ว จนมีร้านตัดผมใหญ่อยู่ที่สี่แยกตลาดพลู ต่อมาโดนเวนคืนที่ เพื่อสร้างสะพานถนนรัชดาภิเษก จึงเลิกกิจการมาเปิดร้านขนาดเล็กคูหาเดียวในเรือนแถวไม้ โดยยังเก็บเก้าอี้ตัดผมรุ่นเก่าและกระจกเงาที่มีค่าอวยพรภาษาจีนติดไว้ ตั้งแต่เริ่มกิจการไวจนถึงปัจจุบัน



ร้านตัดผมลุงวิเชียร



ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง

ร้านป้าอ้อย อาหารตามสั่ง

ตั้งอยู่ในตึกแถว ซอยเทอดไท 20 หลังร้านตัดเสื้อซิลเวอร์ เจ้าของคือ ป้าอ้อย หรือ คุณสด ศิริวรรณ เป็นคนอำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ แต่มาอยู่ตลาดพลูตั้งแต่อายุ 12 ปี ปัจจุบันอายุ 62 ปี เริ่มขายอาหารครั้งแรกคือเปิดร้านขายเนื้อเปื่อยในตลาดหน้าโรงหนังวิกเตี้ย จนย้ายมาเช่าที่ในตึกปัจจุบัน ประกอบกิจการมากกว่า 35 ปี ทำอาหารตามสั่ง ป้าอ้อยและสามีซื้อวัตถุดิบอาหารด้วยตัวเอง เตรียมอาหารด้วยตัวเองจนถึงลงมือทำ มีอาหารขึ้นชื่อคือหมี่กระเฉด ไข่เจียวหมูสับ กุ้งสับที่คนในชุมชนนิยมสั่ง

ร้านลัมเชญซิม

ตั้งอยู่ในเพิงริมทางรถไฟติดกับเพิงขายอาหารหลักที่มีร้านอาหารชื่อดังรวมอยู่หลายร้านเจ้าของคือคุณลักษณะ ธีระพรเศรษฐ์ แซ่เดิม คือแซ่เฮ้ง เป็นคนจีนแต่จีว ขายข้าวมันไก่และก้วยเตี่ยว เนื้อเปื่อย ขายมากกว่า 40 ปี เดิมอากังมีอาชีพทำสวนพลูและขายพลู ตั้งแต่สมัย ร. 5 ต่อมาคุณพ่อมี อาชีพเลี้ยงหมูในตรอกคุณพระ ได้สูตรการปรุงอาหารมาจากเพื่อนซึ่งเลิกกิจการจึงมาขายที่นี่มีจุดเด่นที่มีอาหารหลักของย่านนี้ทั้ง 2 อย่าง คือข้าวมันไก่และก้วยเตี่ยวเนื้อเปื่อย



ร้านลัมเชญซิม



ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส

ร้านเนื้อเปื่อยน้ำใส

ตั้งอยู่ในเพิงหลังตึกแถวริมทางรถไฟขายก้วยเตี่ยวเนื้อเปื่อยเจ้าของกิจการคือ คุณมณี บุญนิมิตรภักดี สืบทอดกิจการของคุณพ่อ ซึ่งเดิมแซ่เฮ้า ชื่อคือ ขายมากกว่า 50 ปี เดิมในรุ่นคุณปู่ นั้นทำสวนพลูต่อมาคุณพ่อแยกมาทำก้วยเตี่ยวขายเคยขายเย็นตาโฟและเปลี่ยนเป็นเนื้อเปื่อยที่ริมถนนสี่แยกตลาดพลูเดิมต่อมาจอมพลสฤษดิ์สั่งเลิกขายของริมถนนจึงย้ายมาขายบนสถานีและที่เพิงริมทางรถไฟในปัจจุบันมีสูตรแตกต่างจากเนื้อเปื่อยเจ้าอื่นาคือ เคี้ยวน้ำซุปร่องเทศยาจีนแบบน้ำใสไม่มีสีแบบเจ้าอื่น

ร้านท่งอัน

ตั้งร้านมาราว 70 ปีแล้ว โดยคุณพ่อเป็นคนจีน แต่จิว แซ่เตีย อพยพมาจากเมืองจีนแต่เดิมคุณพ่อเคยเป็นลูกจ้างร้านขายยาร้านอื่นมาก่อนแต่ต่อมาเปิดกิจการเองโดยเช่าห้องแถวริมถนนซอยเทอดไท 18 นี้ จากทายาทนายต่างบุญยมานพ ตั้งแต่ตึกแถวเริ่มสร้างใหม่ โดยปัจจุบันขายยาแผนปัจจุบันด้วย



ร้านขายยาท่งอัน

ร้านสุราซ่งกัง ตราเสือโคร่ง

ตั้งอยู่ในซอยเทอดไท 33 เจ้าของคือ คุณวิสิทธิ์ เหล่าธนาวิชัย โดยเริ่มทำสุรามากว่า 70 ปีแล้ว เริ่มจากคุณพ่อแซ่ลื้อนำสูตรมาจากเมืองจีน โดยทำกับญาติผู้ใหญ่แซ่เล่า ชื่อร้านเล่าจี่ซุนแถวหัวลำโพง คนจีนส่วนใหญ่เมื่ออพยพมาถึงไทยจะเป็นกุลีก่อน ทำงานแบกหามต้องการยาชูกำลัง โดยที่ชาวจีนส่วนหนึ่งที่มีสูตรยาต้องจึงได้เริ่มทำ โดยเริ่มแรกร้านเหล้าสมุนไพรมันส่วนใหญ่่นำยาสมุนไพรมานำไปดองตามโรงกลั่นเหล้า ที่อยู่ในหัวเมืองต่างๆ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2502 จอมพลสฤษดิ์ได้อนุญาตให้สัมปทานเปิดโรงกลั่นสุราในกรุงเทพ คือ โรงงานสุราบางยี่ขัน โดยให้แก่ นายสหัส มหาคุณ จากนั้นคุณวิสิทธิ์จึงได้เปลี่ยนมาดองเหล้าที่โรงสุราในกรุงเทพฯ คือที่โรงงานสุราบางยี่ขัน โดยมีถังไม้ใส่ยาสมุนไพรมองกับเหล้าโรง ในปีพ.ศ. 2505 หลังจากโรงงานสุราบางยี่ขันได้ปิดตัวลง ทางร้านได้ย้ายไปทำการดองเหล้าที่โรงเหล้าในเขตจังหวัดราชบุรีแทนจนถึงปัจจุบัน



ร้านสุราซ่งกัง

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

โครงการตื่นตาตื่นใจใจไล -
กวีตลาดพลู
งานของดีตลาดพลู

มิถุนายน

งานคลองบางหลวงรำลึก
งานนักท่องเที่ยวอาสารักษ์ชุมชน
งานของดีตลาดพลู

กรกฎาคม

งานแห่เทียนพรรษา
งานปลื้มปริ่ม ยัมบ้านฉัน
งานของดีตลาดพลู

สิงหาคม

งานประจำปีศาลเจ้ากวนอู
งานเทกระเจาด
งานของดีตลาดพลู

กันยายน

งานแป๊ะบ่วยชีวจับ
โครงการนาราสชาติ
อาหารอร่อย ตลาดพลู

ตุลาคม

งานแป๊ะบ่วยชีวจับ
โครงการนาราสชาติ
อาหารอร่อย ตลาดพลู

พฤศจิกายน

งานถือศีลกินเจ
งานของดีตลาดพลู

ธันวาคม

งานสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช
งานแห่ศาลเจ้าพ่อพระเพลิง
งานเซี่ยง
งานของดีตลาดพลู

3. (ร่าง)

คู่มือการบริหารจัดการ

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม

ย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณ

แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี

กรณีศึกษา : พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร



สี่แยกตลาดพลู

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวก มาสู่ประเทศชาติเป็นอย่างมากโดยจำแนกได้เป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่

ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถสร้าง รายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละของรายได้ประชาชาติ (GDP) และ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องใช้กำลังคน ทำให้เกิดการจ้างงานสร้างอาชีพในภาคบริการจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง

ด้านสังคม การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามต่อกัน อีกทั้งยังช่วย กระตุ้นการนำประเพณีวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นมาเผยแพร่ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ห่วงแหนในมรดก และศิลปวัฒนธรรมของตน ตลอดจนรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดได้

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 ควรมีการแลกเปลี่ยนความเข้าใจกันในระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่นด้วย เพื่อสร้างความตระหนัก และความเข้าใจที่ตรงกัน เช่นการระดมสมองการจัดให้มีเวทีเสวนากันระหว่างหน่วยงาน กับผู้นำท้องถิ่น และคนในท้องถิ่น เพื่อมาถกกันกรอกทำเป็นแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่นร่วมกัน

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 การสังเคราะห์อย่างรอบคอบ 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) และยุคที่สามในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญโดยเน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (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 รวมถึงสร้างมาตรการจูงใจให้มีการดำเนินการให้เกิดประสิทธิผล

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 ควรสร้างเลี้ยวบริเวณที่จะเป็นพื้นที่อนุรักษ์
- สนับสนุนให้มี ทางเดินเท้า และจักรยานในเขตที่เป็นพื้นที่อนุรักษ์ ควรลดการขับซื้อรถยนต์ในพื้นที่ดังกล่าว

5. บริการสาธารณะ

- ควรจัดปัจจัยพื้นฐานการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนพัฒนา และบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง
- ควบคุมการติดป้ายโฆษณา ควรให้ติดเฉพาะยานที่เป็นพาณิขยกรรม โดยต้องคำนึงถึงการติดตั้งแล้วบดบังทัศนียภาพด้วย
- ควบคุมมลภาวะทางเสียงจากกิจกรรมต่าง ๆ

3. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน

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

หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1. การอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างพอดี 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 แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดการทำลายอีกด้วย (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 หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ 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 โครงการตื่นตาตื่นใจโลกวิตลาดพลู โครงการนักท่องเที่ยวอารักขาย่านตลาดพลู 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. อาหารเด่นดีย่านตลาดพลู (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 มีระบบการจัดการระบบสาธารณสุขโรค
3. มีระบบการป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
4. มีป้ายหรือหรือแผนที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยว
5. สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อผู้พิการ เช่น การจัดระเบียบสิ่งกีดขวางบนทางเท้า และเส้นทางสัญจร สาธารณะ ทางลาดสำหรับผู้ใช้รถเข็นและผู้สูงอายุ ห้องน้ำสาธารณะเพื่อบุคคลทั่วไป 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 การเป็นผู้ประกอบการ และเจ้าบ้านที่ดีโครงการสร้างเครือข่าย 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 ถูกกลืนหายไป
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 ตลอดจนตัวแทนของสถาบันการศึกษาวิชาลัย 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 อันจะเป็นการสร้างสรรค์ทางด้านจิตใจให้แก่สังคมโดยทั่วไป

3 การบริการ

1. ควรให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงานให้มากขึ้น ทั้งในด้านที่พัก อาหาร ความสะอาด และความปลอดภัย เช่น ควรจะตั้งจอดรถให้เพียงพอ จัดเส้นทางเดินรถให้เหมาะสมรวมทั้งจัดห้องสุขาที่สะอาด และปลอดภัย ไว้อย่างเพียงพอ เป็นต้น
2. ควรจัดเตรียมยานพาหนะให้เพียงพอ และในบางจุดที่จำเป็นต้องมีรถรับส่งผู้มาเที่ยวงานโดยมีมาตรการควบคุมราคาค่าบริการให้พอเหมาะ
3. การจัดงานควรเตรียมขยายบริการครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวระดับกลางที่มีกำลังซื้อน้อยตลอดจนเยาวชนที่ต้องการสถานที่ที่สะอาด และปลอดภัย โดยเตรียมสถานที่ให้ทางเดินที่ที่พักชั่วคราวได้ หรืออาจจัดที่พักชั่วคราวในรูปแบบเกสต์เฮาส์ หรือเตรียมที่ที่จะสามารถจัดเป็นที่พักรับรองสำหรับประชาชนทั่วไป เช่น ศาลา วัด 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. ควรปรับปรุงงานด้านประชาสัมพันธ์โดยการติดตั้งแผ่นภาพโปสเตอร์ โฆษณาขนาดใหญ่ในรูปแบบต่าง 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” คำขวัญนี้ดีมากนำออกเผยแพร่ทางโทรทัศน์ได้เช่นกัน
ทั่วประเทศ ถือว่าเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

7. สถาบันครอบครัวนับว่าสำคัญที่สุดเพราะเป็นจุดเริ่มต้นในการปลูกฝังค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทยได้ดีที่สุด

8. สถาบันทางศาสนา วัด พระสงฆ์ มีส่วนปลูกฝัง ส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมของไทยได้อย่างมาก เช่น จัดงานตามประเพณีในวันสำคัญทางพุทธศาสนาให้ดึงดูดความสนใจของชาวบ้านหรือสังคมให้มาก เพราะประเพณีในวันสำคัญทางศาสนาเหล่านั้นจะช่วยกล่อมเกลาชัดกล่า 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 และกระตุ้นการใช้จ่าย

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

รัฐบาลได้ชี้แจงให้ชุมชนตลาดพลูตลาดพลู-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
- ใช้วัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติบรรจอาหารให้กับนักท่องเที่ยว
- 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 เหล่านั้น โครงสร้างจะครอบคลุมแนวทางและกลไกในการประสานงานและการติดต่อสื่อสาร และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง การจัดวางตำแหน่งงาน และกลุ่มของตำแหน่งงานต่างๆ ภายในองค์กรซึ่งโครงสร้างจะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของงานที่จะมีต่อกัน รูปแบบปฏิสัมพันธ์และการจัดสรรหน้าที่และความรับผิดชอบในองค์กรนั้น

โครงสร้างองค์กรการส่งเสริมให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการ และดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้รูปแบบที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกระบวนการ เริ่มจากการสืบหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การร่วมกันคิด และหาวิธีการแก้ปัญหาการวางนโยบาย และแผนโครงการต่างๆ ที่สามารถพัฒนาจากความคิดเห็นของชุมชน จากการร่วมกันจัดกับหน่วยงานภายนอก เมื่อได้แผนโครงการสามารถนำมาพิจารณาพิจารณาเพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามของแหล่งท่องเที่ยวในย่านตลาดพลูเพื่อกำหนดภารกิจ วิสัยทัศน์จากชุมชน

การจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสามารถดำเนินการจากความต้องการของชุมชน เพื่อชุมชนอย่างแท้จริง การบริหารการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะนำไปสู่ผลลัพธ์ในทางที่ดีด้านต่าง 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** (นางสาวสุวนิษฐ์ 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 ภูณโณวัฒน์กร อาชีพ เจ้าของร้านเพชรทองยิ่งเฮง) 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 ฟื้นฟู และส่งเสริมงานประเพณีในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในชุมชนมีการศึกษาดูงานชุมชนใกล้เคียงที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อจะได้พบเห็นประสบการณ์ตรง สามารถซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และนำมาถอดบทเรียนจากการศึกษาดูงานเพื่อนำมาปรับใช้กับชุมชนของตนและสามารถนำมาจัดทำแผนชุมชนโครงการ “เยาวชนคนรักตลาดพลู” เปิดโอกาสให้เยาวชนในชุมชนร่วมกันร่วมดูแลแหล่งท่องเที่ยว

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

2. ด้านนักท่องเที่ยว

แผนการบริหารจัดการด้านนักท่องเที่ยว

1. การเตรียมพร้อมด้านการจัดหานักท่องเที่ยว เป็นการเตรียมพร้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และมีความสนใจอยากมาเยี่ยมชม

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. ให้ความสำคัญธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว 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 ชมรมนักจัดวิทยุโรงเรียนธนบุรีวรเทพีพาลาร์ักษ์ โรงเรียนวัดอินทารามโรงเรียนพรประสาทิทยาโรงเรียนวัดราชคฤห์ โรงเรียนกมลจิงช่น

- เครือข่ายการท่องเที่ยวภายนอก ได้แก่ ศูนย์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สภาวัฒนธรรมเขตธนบุรี
- การจัดตั้งองค์กรภายในย่านตลาดพลู

กลุ่มสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีนย่านตลาดพลู ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการสืบสานวัฒนธรรม เชื้อมโยงทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมไทย 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

นักท่องเที่ยวที่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังว่าจะได้ความรู้เกี่ยวกับท่องเที่ยวตามสมควรก่อนที่จะมาถึงปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้านในแหล่งท่องเที่ยวนี้โดยเฉพาะที่อยู่ต่างภูมิภาค 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 โดยมีการจัดการ ดังนี้

1. ปรับพื้นที่ให้เป็นไปตามลักษณะเดิม ปรับให้อยู่ในระดับนั้นเดิม และควรปรับปรุงให้มีทางลาดเพื่ออำนวยความสะดวก

ความสะดวกให้กับผู้สูงอายุเด็ก คนมีครรภ์ตลอดจนคนพิการให้สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและได้รับความปลอดภัย

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

3. แผนการจัดการด้านบริการพื้นฐาน

สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

1. ด้านการคมนาคม

- จัดให้มีเส้นทางคมนาคมมายังแหล่งโบราณแห่งอื่นได้
- จัดให้มีเส้นทางติดต่อเชื่อมโยงไปยังโบราณสถานแห่งอื่นได้
- 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 อาคารอาหารอร่อย โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน พร้อมขอความร่วมมือร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และใช้วัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติบรรจอาหารให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวบรวมอาหารเด่นดังในชุมชนมาให้ได้พบปะกัน มีกิจกรรมต่อยอดให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองการทำกุยช่ายใส่ไส้ต่างๆเพื่อเป็นการเรียนรู้สูตรการทำอาหารท้องถิ่น

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

คณะกรรมการจะแยกให้คะแนนของอาหารฟิวชั่นตามเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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)

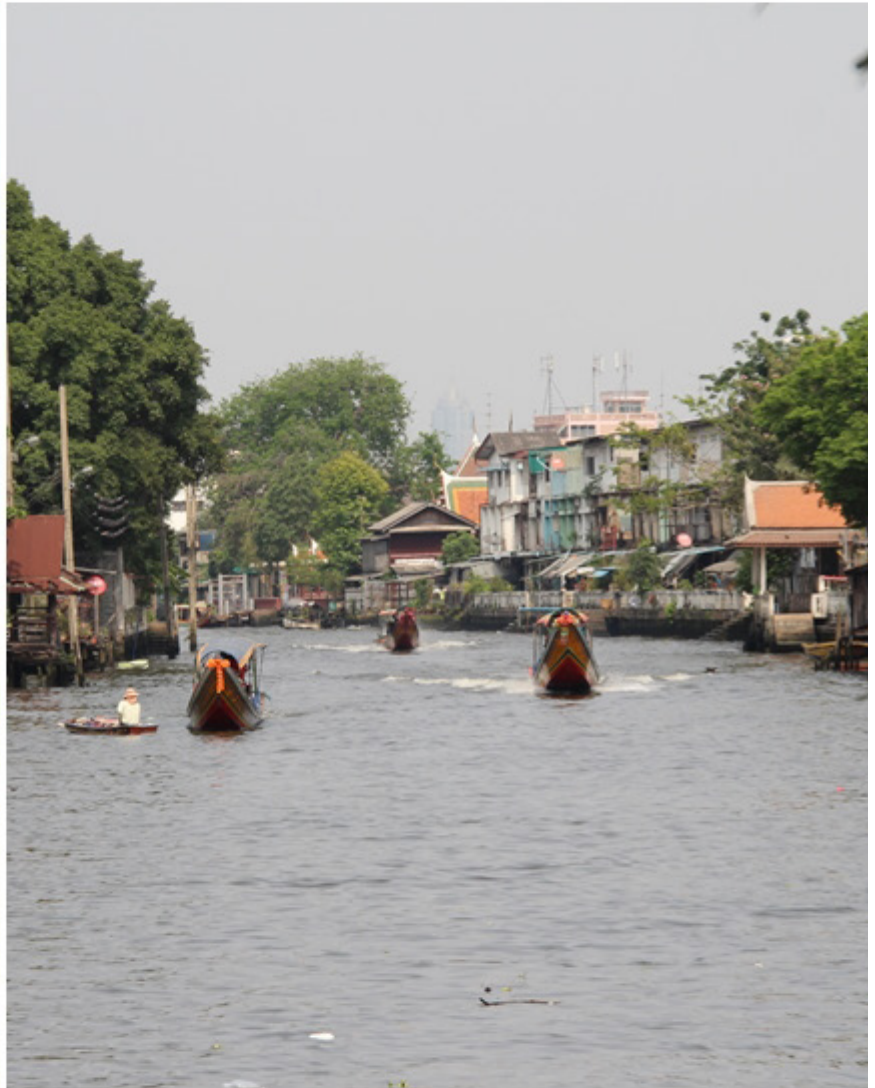
2. ประโยชน์ของการใช้คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

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.
- กฤษณ 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 : ไพร์ แอนด์ ไพร์ 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