



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรวดทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
Developing Tourism in Cultural Landscape of Songkhla old town

โดย ดร.จเร สุวรรณชาติ และคณะ

พฤษภาคม 2563

เลขที่สัญญา RDG61T0094

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
Developing Tourism in Cultural Landscape of Songkhla old town

คณะผู้วิจัย

ดร.จเร	สุวรรณชาติ
ดร.นราวดี	บัวขวัญ
นางสาวเศวตฉัตร	นาคะชาติ
นายธนวัฒน์	เลขาพันธ์
นางสาวปวีณ์กร	สุบรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์	จุสปาโล

ชุดโครงการ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมวิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำนำ

รายงานฉบับสมบูรณ์ของแผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 6) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยการจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ มุ่งเน้นศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม และสถาปัตยกรรม มรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยว การจัดการตลาดการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว รวมไปถึงการออกแบบและจัดทำเครื่องมือวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้จัดประชุมชี้แจงรายละเอียดโครงการให้กับภาคีที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งจัดประชุมแกนนำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อรับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

การศึกษานี้ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณแกนนำชุมชน รวมถึงผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ซึ่งสละเวลาอันมีค่าเข้าร่วมประชุมหารือและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้ นอกจากนี้แล้วคณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญที่ให้การสนับสนุนงบประมาณ รวมถึงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจาก สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ที่ให้คำแนะนำที่ดีแก่การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

ด้วยความเคารพอย่างสูง

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม 2563

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการแผนวิจัย : การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
หัวหน้าวิจัย : ดร.จเร สุวรรณชาติ
ปีที่ได้รับทุนวิจัย : 2561
ระยะเวลาวิจัย : 1 ปี (ตั้งแต่ 15 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 14 กุมภาพันธ์ 2562)
แหล่งทุน : สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
(สกว.)

โครงการวิจัยแผนงาน เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมีคณะผู้วิจัย ได้แก่ ดร.จเร สุวรรณชาติ, ดร.นราวุธ บัวขวัญ, นางสาวเสวตฉัตร นาคะชาติ, นายธนวัฒน์ เลขาพันธ์, นางสาวปวีณกร สุบรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล สังกัดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา และสังกัดวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) ศึกษาการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) ศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) ศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 6) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

แผนงานวิจัยนี้ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 3 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการย่อย 1 การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) โครงการย่อย 2 การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 3) การบริหารจัดการพื้นที่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานและเป็นงานวิจัยที่ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ 1) แกนนำชุมชนและประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) หน่วยงานภาครัฐ 3) หน่วยงานภาคเอกชน 4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยแผนงานได้มีการนำผลลัพธ์ (Outputs) ของโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ และใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยประยุกต์ใช้ขั้นตอนของกระบวนการภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Urban Landscape) จน

เกิดเป็นโครงการกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ที่มีชื่อว่า “ตลาดแสงดาว”

ผลการศึกษาในแผนงานวิจัยชุดนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาว่า “เมืองเก่าสงขลามุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สู่การเป็นมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เมืองท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำในอาเซียน เพื่อรักษาคุณภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน” และมุ่งเน้นให้เมืองเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแสดงผลการศึกษาโดยภาพรวมได้ดังนี้

1) การจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา จากการลงพื้นที่สำรวจตามกรอบการดำเนินงานวิจัยศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิตร่วมกับโครงการวิจัยย่อย เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยพิจารณามรดกทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะโดดเด่น และทบทวนมรดกภูมิปัญญาบวกับการทบทวนคุณค่า The Burra Charter เพื่อเป็นเกณฑ์การประเมินทรัพยากรมรดกทางวัฒนธรรมพบว่าเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีศักยภาพทรัพยากร 4 ด้าน ได้แก่

1.1 ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม ลักษณะที่โดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรม ย่านเมืองเก่าสงขลา จากการประเมินคุณค่าได้แก่ คุณค่าทางความงาม (Aesthetic Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) สามารถจัดประเภท (Category) เป็น 3 ประเภท ได้แก่ โบราณสถาน ศาสนสถาน และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความแตกต่างหลากหลายถึง 3 รูปแบบ ได้แก่ อาคารรูปแบบจีนดั้งเดิม รูปแบบไทย และชิโนยูโรเปียน (จีนผสมฝรั่ง)

1.2 ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ พบว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ (Historic Value) และมีคุณค่าทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Value) ย่านเมืองเก่าสงขลา ได้แก่ โรงสีแดง(หับ โห้ หิ้น) บ้านทิ้งระเบิดในสงครามโลกครั้งที่ 2 พิพิธภัณฑ์บ้านนครในกำแพงเมืองสงขลา บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์ ศาลหลักเมืองสงขลา และประตูเมืองจำลอง

1.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม พบว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นและมีคุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) เรื่องราวสะท้อนถึงความเชื่อ ได้แก่ ศาลหลักเมืองสงขลา ศาลขุนท่ากง ศาลเจ้าพ่อกวนอู ศาลเจ้าโป๊ อันเตียน ศาลเจ้าลำเล้งเตียนกวนเต็กกัน ล้วนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมสะท้อนให้เห็นถึงประเพณีที่มีความสำคัญที่มีคุณค่ายิ่ง

1.4) ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต พบว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นและมีคุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) ที่สะท้อนให้เห็นการดำรงชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น คือ การประกอบอาชีพประมงพื้นถิ่น ได้แก่ ทำนํ้าศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์ โรงสีแดง

จากการประเมินคุณค่า พบว่าเพียง 10 อาคาร ที่สามารถนำไปเสนอแนวทางการพัฒนาต่อ โดยพิจารณาจากความเกี่ยวข้องทางประวัติศาสตร์ อายุเรือน และการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ บริเวณถนนนครใน ช่วงกลางถนนและตามมุมอาคารที่เชื่อมระหว่างสองถนน สามารถสะท้อนถึงจินตภาพของ เมืองเก่าสงขลาในอดีตได้อย่างชัดเจน โดยปรากฏอาคารที่มีการ ปรับปรุงใน

เขตพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ทั้งหมด 10 อาคาร โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะในการปรับปรุง คือ ระยะที่ 1 เสนอแนวทางในการปรับปรุงตัวอาคาร มีด้วยกันทั้งหมด 5 อาคาร ซึ่งเป็นกลุ่มอาคารในรูปแบบที่ใกล้เคียง กัน ทั้งในเรื่อง รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และการใช้วัสดุ ระยะที่ 2 เป็นการเสนอแนวทางการพัฒนาอาคารที่ไม่มีการใช้งาน แต่ยังทรงคุณค่า เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ มีด้วยกันทั้งหมด 5 อาคาร ซึ่งอาคารในกลุ่มนี้ เมื่อผ่าน กระบวนการปรับปรุงและพัฒนา จะทำให้เกิดคุณค่าในตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวใน พื้นที่ชุมชนเมืองเก่าสงขลา และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

2) การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา แบ่งออกเป็น 5 กลยุทธ์ ได้แก่

2.1 การพัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์เมืองเก่าสงขลา อาทิ โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ ป้ายชี้ทาง ป้ายสื่อความหมาย ระบบไฟฟ้าตกแต่งเมือง การบูรณะอาคารบ้านเรือนและสถาปัตยกรรม การพัฒนาท่าเทียบเรือเพื่อการท่องเที่ยว ฯลฯ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา, โครงการอบรมนักสื่อความหมายในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา กิจกรรมส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เช่น กิจกรรม “ตลาดแสงดาว” กิจกรรมนั่งสามล้อชมเมืองเล่าเรื่องเมืองเก่าสงขลา กิจกรรม “Night Tour” เมืองเก่าสงขลา เป็นต้น

2.2 การส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) เช่น โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในเส้นทางเมืองเก่าภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย), โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย), กิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) เป็นต้น

2.3 การส่งเสริมและสนับสนุนการทำตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาในเชิงรุกร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการตลาดออนไลน์ อาทิ โครงการ Road Show ส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาทั้งในและต่างประเทศ, กิจกรรม Fam Trip นำผู้ประกอบการนำเที่ยวยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวและนำไปสู่การเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว, โครงการอบรมการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.4 การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ กิจกรรม Fam Trip นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว, โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา, โครงการจัดทำ Branding ด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นต้น

2.5 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ โครงการฝึกอบรมการทำตลาดท่องเที่ยว

ออนไลน์เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา, โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อยกระดับมาตรฐานในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา, โครงการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า

3) การบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ 3 ภาคส่วนหน่วยงาน ได้แก่ ภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เทศบาลนครสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสงขลา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา สำนักงานศิลปากรที่ 11 สงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาสงขลา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หาดใหญ่ สถาบันการศึกษาพื้นที่สงขลา และกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีบทบาทในการสำรวจ ศึกษา วางแผนจัดทำโครงการ และให้งบประมาณในการสนับสนุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อการท่องเที่ยว ทางเดินเท้า ห้องน้ำสาธารณะ ไฟฟ้า การจัดการขยะ การรักษาความปลอดภัย ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมการพัฒนาในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ให้บริการความรู้ทางวิชาการ วิจัยเชิงพัฒนาในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา บริษัท เซฟรอน คอร์ปอเรชั่น สงขลา โครงการฐานสนับสนุนการพัฒนาปิโตรเลียม (ปตท.สผ.) สงขลา สโมสรโรตารี สงขลา สโมสรไลออนส์สงขลา หอศิลป์สงขลา A.E.Y Space สงขลา สเตชั่น ร้านกาแฟออร์แกนิกสงขลา บ้านโนนศรี มีบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในภาคผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นต้น สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาเมืองเก่าสงขลา เช่น กิจกรรมตลาดแสงดาว การพัฒนาบ้านสื่อความหมาย ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้ความรู้ผลงานทางศิลปะและสถาปัตยกรรมในเมืองเก่าสงขลา

ภาคประชาชน ได้แก่ ภาควิชาการเมืองสงขลาสมาคม 5 สมาคมจีนสงขลา ชมรมเก่าห้องชมรมเมืองเก่า Kid+Dee @ Historic Center รวบรวม รักษา และเผยแพร่ความรู้เรื่องเมืองเก่าสงขลา ทั้งด้านผู้คน บ้านเรือน ประเพณี อาหาร และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองสงขลา-ระวางการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของเมืองเก่าสงขลา ร่วมกันควบคุมคัดค้านและผลักดันไม่ให้มีการทำลายคุณค่า และบรรยากาศของเมืองเก่า ปลุกชีวิตชีวาของเมืองเก่าสงขลา ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า จัดเทศกาลละคร ดนตรี และศิลปะเพื่อยกระดับเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองอารยธรรม เป็นตัวกลางสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนาเพื่อให้ทุกฝ่ายอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข สนับสนุนกระบวนการที่จะนำเมืองสงขลาสู่มรดกโลก ร่วมมือกับองค์กรทั้งภาค

ประชาชน เอกชน และภาครัฐ ที่มีเจตคติที่ดีต่อเมืองสงขลา เพื่อบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมด สร้างสงขลาให้เป็นเมืองที่น่าอยู่สำหรับทุกคน

4) เสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ด้วยการส่งเสริมพื้นที่สีเขียว ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา สามารถดำเนินการได้ในบริเวณอาคารห้วมณณ ซึ่งเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะใช้ในการเดินไปยังสถานที่สำคัญในพื้นที่เมืองเก่า เห็นได้ชัดจากการเดินทางจากศาลหลักเมืองบริเวณถนนนางงามไปยังโรงสีแดง จะใช้เส้นทางตัดผ่านไปยังจุดหมาย คือถนนหนองจิก ทศนียภาพโดยรอบจะพบกับอาคารที่รูปแบบปะปนกันไปตลอดเส้นทาง การเสนอพื้นที่ปรับปรุงเป็นพื้นที่สีเขียวในเมืองเก่าสงขลา ทางคณะวิจัยพบว่า ความพร้อมในการปรับปรุงมีด้วยกัน 3 จุด 1) อาคารห้วมณณหนองจิกติดกับถนนนครใน 2) อาคารห้วมณณรามัญติดกับถนนนครใน และ 3) ที่ว่างระหว่างอาคารบริเวณถนนนครใน ส่งเสริมให้เป็นพื้นที่สาธารณะ โดยการปรับปรุงให้มีพื้นที่สีเขียวเข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

5) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ผลการศึกษาพบว่า มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่เป็นตลาดวัฒนธรรมสร้างสรรค์ภายใต้การสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ภายใต้ชื่อ “ตลาดแสงดาว” คือ ตลาดที่ถ่ายทอดความเป็นมาของเมืองเก่าสงขลา วิถีชีวิตของคนสงขลา ความคลาสสิก ความเก่าแก่ และศิลปะที่งดงาม จนเกิดเป็นกิจกรรมใหม่ๆ บนถนนหนองจิกและถนนยะหริ่งในย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งได้มีการจัดขึ้นครั้งแรก เมื่อวันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2562 กิจกรรมจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องเริ่มตั้งแต่วันที่ 1-2 มีนาคม 2562 ในวันศุกร์และวันเสาร์ของสัปดาห์ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวรวมถึงคนในพื้นที่ได้เรียนรู้ในเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสำคัญของเมืองเก่าสงขลา

6) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ผลการศึกษาพบว่าจากการศึกษาของคณะผู้วิจัยแผนงานได้กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา คือ “เมืองเก่าสงขลามุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สู่การเป็นมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เมืองท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำในอาเซียน เพื่อรักษาคุลยภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน” โดยกำหนดเป้าหมายในการพัฒนา (Goal) กำหนดไว้เป็น 3 ระยะ โดยพิจารณาจากความเร่งด่วนและความเป็นไปได้ในการพัฒนา โดยเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี) ซึ่งมุ่งเน้นการบริหารจัดการพื้นที่จอตลอดเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนา และต่อยอดมรดกวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และการกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี) ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนานักสื่อความหมายจิตอาสาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา การพัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อแสดงตัวตนนักท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืน การ

ออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้กลมกลืนกับภูมิสถาปัตยกรรม การสร้างแรงจูงใจ แรงกระตุ้นในการพัฒนาปรับแต่งภูมิทัศน์ ผ่านการประกวดบ้านเรือน และมีรางวัล มอบให้แก่บ้านเรือนที่มีการตกแต่งภูมิทัศน์ได้สวยงาม ถูกต้อง และสร้างสรรค์ การจัดกิจกรรมและ ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มมุ่งตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ การพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และส่งเสริมและบ่มเพาะผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวที่จัด กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

เป้าหมายระยะยาว (6-10 ปี) ซึ่งมุ่งส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาอาคารทางสถาปัตยกรรม ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างถูกต้องตามหลักการอนุรักษ์และพัฒนา การสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่อาศัย ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาในการการอนุรักษ์ โดยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ ให้ทุนการศึกษา ให้งบประมาณใน การอนุรักษ์บ้านเรือนบางส่วนลดภาษีที่ดิน หรือภาษีโรงเรือน เป็นต้น การจัดทำระบบการสื่อ ความหมายที่สร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ และมีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี คุณภาพ การพัฒนาเมืองเก่าสงขลาให้มีความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมและ พัฒนาเมืองเก่าสงขลาสู่การเป็นเมืองมรดกโลก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) เพื่อศึกษาการจัดการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 6) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ข้อมูลทางด้านศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยใช้หลักฐานข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่มกับตัวแทนชุมชนท่องเที่ยวและตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลจากการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม มีความเชื่อมโยงกับด้านประวัติศาสตร์ สะท้อนถึงวัฒนธรรม ความเชื่อและสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน สอดคล้องตามแนวทางการประเมินคุณค่าของ The Burra Charter การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่า ขาดการบริหารจัดการตามแนวคิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และด้านบริหารจัดการนักท่องเที่ยว นอกจากนี้พบว่า ด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ยังขาดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าว สอดคล้องไปตามแนวคิดการอนุรักษ์เมืองและย่านประวัติศาสตร์ คือ การปรับปรุง ดัดแปลง อาคารหรืองานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ อนุรักษ์โครงสร้างและตัวอาคาร ลักษณะเฉพาะของอาคาร ไว้ซึ่งคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อิงกับสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ของเมืองที่มีอยู่เดิม พยายามนำอาคารเก่ามาใช้ประโยชน์เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ที่สำคัญหลีกเลี่ยงการรื้อถอนตัวอาคารหรือสถาปัตยกรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป คือ การศึกษาเกี่ยวกับการสร้าง Branding ของเมืองสงขลา เพื่อนำไปต่อยอดให้กลายเป็นสินค้าในบริบทการท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยศักยภาพการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งพื้นที่อื่น ๆ อาทิ สถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และการศึกษาเพื่อสร้างเส้นทางหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าอื่น ๆ

คำสำคัญ: มรดกทางวัฒนธรรม เมืองเก่าสงขลา การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

Abstract

There are 6 main objectives in this research project as followed; 1) To manage tourism resources efficiency development approach in Songkhla Old Town cultural heritage area, 2) To indicate the marketing development approach in Songkhla Old Town cultural heritage area, 3) To study the sustainable tourism management pattern in Songkhla Old Town cultural heritage area, 4) To study the landscape management as to support tourism capacity in Songkhla Old Town cultural heritage area 5) To manage sightseeing routes and maps of attractions in Songkhla Old Town cultural heritage area and 6) To suggest tourism development and management approach in Songkhla Old Town cultural heritage area. In order to achieve the research objectives, the researchers had studied, collected and analyzed data about tourism potential of Songkhla Old Town with the intension to manage sustainable tourism. The research team also employed related evidence and document, did the site survey and interviewed related people and organizations as well.

According to the study, it was found out that tourism in Songkhla Old Town cultural heritage site has a large number of attractions related to its significant architectural pattern and history. Moreover, some historical fabrics in the area also reflect its cultural value, belief as well as local people's way of lives. In another word, it can be said that the evaluation of Songkhla Old Town's unique attributes is associated with the assessment of cultural significance value in Burra Charter. However, the result from the assessment of Songkhla cultural heritage tourism management plan showed that the heritage site is still lack of proper safety and tourism management plan. Moreover, the researcher had noticed that the tourism marketing plan in Songkhla Old Town cultural heritage area has insufficient publicizing tourism information or detail of the upcoming events. Furthermore, the suggestions also aim at enhancing the potential of tourism resources in the old town area. Fortunately, the idea has perfectly conformed with old town and historical district conservation concept, which stated that building structure should be preserved during the renovation and adaptation process in order to sustain those fabrics historical and cultural value based on the original context.

Referring to the result of the study, the research team would like to recommend some advices and suggestions in order to create tourism branding of Songkhla Old Town. It is hoped that the project will be able to continue and further as tourism product and apply the study in other site of attractions; namely tourism

attractions in Songkhla Lake Basin and considering sightseeing routes that can be linked with other tourism attraction in other old towns.

Keyword: cultural heritage, Songkhla Old Town, sustainable tourism

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ช
Abstract	ฅ
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
สารบัญตาราง	ณ
เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด	ด
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย	4
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	4
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	5
1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบ และการแปลผล	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดการอนุรักษ์เมืองและย่านประวัติศาสตร์	9
2.2 แนวคิด ทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว	12
2.3 แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดการท่องเที่ยว	15
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม	25
2.5 กรอบของกฎหมายในการอนุรักษ์ และพัฒนาชุมชนย่านเมืองเก่า	27
2.6 ร่างมาตรฐานและตัวชี้วัด การบริหารจัดการเมืองเก่า	29
2.7 บริบท ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของเมืองเก่าสงขลา	31
2.8 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กรอบของ IMT – GT	32
2.9 กรณีศึกษาการบริหารจัดการเมืองเก่า	33
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย	43
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	
4.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากร การท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา	46
4.2 การจัดการการตลาดการท่องเที่ยว ในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา	53
4.3 การบริการ บริหารจัดการพื้นที่ ในเขตวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	78
4.4 แนวทางการปรับปรุงพื้นที่ เพื่อรองรับการ ท่องเที่ยว ในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา สู่การพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	86
4.5 เส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา	97
4.6 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในเขตมรดก ทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา	104
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	
5.1 สรุปผลการวิจัย	116
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	122
5.3 ข้อเสนอแนะ	126
บรรณานุกรม	
ภาพผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสำรวจ	131
ภาคผนวก ข ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มย่อย	135

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบขั้นตอนการวิจัย	4
1.2 แสดงอาณาเขตของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	6
2.1 แสดงภาพรวมของระบบการตลาด	18
2.2 แสดงส่วนประสมทางตลาด 7Ps	21
2.3 แสดงแนวทางการดำเนินงานเมืองเก่าน่าน	34
4.1 แสดงศาลหลักเมืองสงขลา	54
4.2 แสดงศาลปูนถ้ำก่ง	54
4.3 แสดงศาลเจ้าพ่อกวนอู	55
4.4 แสดงศาลเจ้าโป๋ อันเตียน	55
4.5 แสดงวัดยางทอง	56
4.6 แสดงวัดมณีมาวาส	56
4.7 แสดงโรงสีแดง (หับ โห่ หิ้น)	57
4.8 แสดงบ้านนครใน	57
4.9 แสดงมัสยิดบ้านบน	58
4.10 แสดงกิจกรรมนั่งรถรางชมเมืองเก่าสงขลา	58
4.11 แสดงกิจกรรมถนนคนเดิน สงขลาแต่แรก	59
4.12 แสดงกิจกรรมตลาดสองเล	59
4.13 แสดงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในโรงสีแดง	60
4.14 แสดงกิจกรรมตลาดแสงดาว	60
4.15 แสดงรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา	61
4.16 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา	62
4.17 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (ชาจอด)	64
4.18 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (ชาแฉะ)	65
4.19 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (สายชีวล)	66
4.20 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (สายตึก)	67
4.21 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวร่องรอยประวัติศาสตร์	68
4.22 แสดงเส้นทางท่องเที่ยว Street Art Songkhla	69

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.23 แสดงเส้นทางสำหรับที่พัก ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	70
4.24 แสดงเส้นทางแหล่งเรียนรู้เมืองเก่าสงขลา	71
4.25 แสดงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	78
4.26 แสดงความเชื่อมโยงกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา	79
4.27 แสดง Street Art Songkhla	80
4.28 แสดงห้องน้ำสาธารณะบริการนักท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	82
4.29 แสดงการปรับปรุงระบบสายไฟฟ้าลงดิน ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	84
4.30 แสดงพื้นที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ	88
4.31 แสดงแนวทางการปรับปรุงพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบอาคาร	89
4.32 แสดงแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ว่างระหว่างอาคาร เป็นพื้นที่สาธารณะ	90
4.33 แสดงศาลหลักเมืองสงขลา	91
4.34 แสดงงานสมโภชศาลหลักเมืองสงขลา	91
4.35 แสดงศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี (Kid+Dee @ Historic Center)	92
4.36 แสดงภายในอาคารศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี	92
4.37 แสดงถนนยะหริ่ง (ก่อนการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาว)	93
4.38 แสดงถนนนอกจิก(ก่อนการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาว)	93
4.39 แสดงถนนนอกจิกโซนนครใน (ก่อนการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาว)	94
4.40 แสดงบรรยากาศตลาดแสงดาวยามเย็น	94
4.41 แสดงกิจกรรมงานศิลปะสร้างสรรค์	94
4.42 แสดงกิจกรรมงานศิลปะสร้างสรรค์	94
4.43 แสดงกิจกรรมสร้างสรรค์ภายในตลาดแสงดาว	94
4.44 แสดงกิจกรรมการแสดงดนตรีพื้นบ้านบริเวณ Historic Center	94
4.45 แสดงกลุ่มประชาชนในพื้นที่ร่วมกิจกรรมการแสดง	95
4.46 แสดงพื้นที่ว่าง (Open space) ตรงข้ามศาลเจ้ากวนอู่ก่อนการจัดกิจกรรม	95
4.47 แสดงปฏิทินกิจกรรมสร้างสรรค์ ณ ประติมากรรมไม้ไผ่	96
4.48 แสดงกิจกรรมการแสดงดนตรีจากนักเรียนโรงเรียนเทศบาล 5วัดหัวป้อมนอก	96
4.49 แสดงปั้นดินน้ำมัน เครื่องปั้นดินเผา	96
4.50 แสดงปฏิทินการท่องเที่ยว	97

สารบัญ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.51	แสดงเส้นทางวัฒนธรรมของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา (ตลาดแสงดาว)	98
4.52	แสดงแสง สี เสียง และบรรยากาศในงานตลาดแสงดาว	99
4.53	แสดงรูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยว (ตลาดแสงดาว)	99
4.54	แสดงพิธีเปิดงานตลาดแสงดาว	100
4.55	แสดงการจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยว (ตลาดแสงดาว)	101
4.56	แสดงพื้นที่กิจกรรมสร้างสรรค์	101
4.57	แสดงพื้นที่กิจกรรมเด็ก	102
4.58	แสดงพื้นที่ศิลปะสร้างสรรค์	102
4.59	แสดงพื้นที่กิจกรรมครอบครัว	103
4.60	แสดงพื้นที่แสดงดนตรี (การแสดงพื้นบ้านและร่วมสมัย)	103
4.61	แสดงแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ตลาดแสงดาว	104

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงการประเมินมรดกวัฒนธรรมจากเกณฑ์คุณค่า The Burra Charter	47
4.2	แสดงการประเมินคุณค่าวัฒนธรรม	48
4.3	แสดงความเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาระยะสั้น (1-2 ปี) สู่แนวทางปฏิบัติ	106
4.4	แสดงความเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาระยะกลาง (3-5 ปี) สู่แนวทางปฏิบัติ	109
4.5	แสดงความเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาระยะยาว (5-10 ปี) สู่แนวทางปฏิบัติ	114

สัญญาเลขที่ RDG61T0094
 แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา”
 สรุปรายงานสมบูรณ์

กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/หรือจาก การปรับแผน	Output	ผลสำเร็จ (%)	ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ระบุ สาเหตุและการแก้ไข ที่ดำเนินการ
1. ชั้นศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง	ได้แนวคิดทฤษฎี โดยการ รวบรวมวรรณกรรมที่ เกี่ยวข้อง ตลอดจนกรณี ตัวอย่างทั้งในและต่างประเทศ โดยศึกษาจากหนังสือ ระบบ ออนไลน์ และการศึกษาดูงาน ในประเด็นต่างๆ	100%	
2. จัดประชุมทีมวิจัย ทำความเข้าใจ ภาพรวมของชุดโครงการวิจัย พร้อมแบ่ง บทบาทหน้าที่ในการดำเนินงาน	ความชัดเจนภาพรวมของชุด โครงการวิจัยแบ่งบทบาท หน้าที่โดยเป็นการจัดประชุม ภายในเพื่อแบ่งหน้าที่ตาม ความเชี่ยวชาญ ตลอดจนเป็น การทบทวนทิศทางการทำงาน และแบ่งปันประสบการณ์ รวมถึงการกำหนดระบบกติกา และวิธีการสื่อสารเพื่อที่จะ ทำงานได้ราบรื่น	100%	
3. ศึกษาบริบทพื้นที่ สถานการณ์การ ท่องเที่ยว ภายในพื้นที่ศึกษา แผน ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา นโยบาย และ โครงการที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่า สงขลา โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้ -แผนเมืองเก่าสงขลาโดยสำนักนโยบาย และแผนทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม -แผนนโยบายในระดับจังหวัดที่เกี่ยวข้อง -แผนงาน IMT-GT ในประเด็น 7 old towns ที่เกี่ยวข้องกับเมืองเก่าสงขลา -แผนนโยบายในระดับเทศบาลนคร สงขลา -แผนอื่นๆ	ชุดข้อมูลเพื่อสนับสนุนการ พัฒนาเขตมรดกทาง วัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่า สงขลา และได้เกณฑ์ในการ ประเมินศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยวในเขตมรดกทาง วัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่า สงขลา	100%	
4. ออกแบบเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบ	เครื่องมือวิจัย ได้แก่	100%	

กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/หรือจาก การปรับแผน	Output	ผลสำเร็จ (%)	ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ระบุ สาเหตุและการแก้ไข ที่ดำเนินการ
สำรวจข้อมูลพื้นฐาน ประเด็นในการ สนทนากลุ่มย่อย เป็นต้น	- แบบสำรวจ - ประเด็นกลุ่มย่อย		
5. ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และติดตามการดำเนินงานของโครงการ ย่อย		100%	
6. จัดเวทีประชาคมในพื้นที่ครั้งที่ 1 ร่วมกับแกนนำชุมชนในพื้นที่ โดยใช้ กระบวนการร่วมกันคิด ด้วยเทคนิค Mind Mapping และกระบวนการ Design Thinking เพื่อกำหนดทิศทาง ร่วมกันในการเลือกพื้นที่ จัดทำเส้นทาง การท่องเที่ยว และแนวทางในการ พัฒนาการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าจาก การ SWOT Analysis และ Future search			
7. สังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัย ย่อยร่วมกับชุดข้อมูลเพื่อสนับสนุนการ พัฒนาเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่ เมืองเก่าสงขลา เพื่อนำไปสู่การจัดทำ ร่างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวใน เขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่า สงขลา		100%	

จร สุวรรณชาติ

(ดร.จร สุวรรณชาติ)
ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย
พฤษภาคม 2563

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า เป็นการนำเอามรดกทางสถาปัตยกรรมวัฒนธรรม ประเพณี ความงามของแหล่งที่ตั้งตามธรรมชาติ และวิถีชีวิต มานำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวและ กิจกรรมบริการ เพื่อนำเสนอคุณค่า และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า ตลอดจนเพื่อสร้างแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยวในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยอาศัยกลไกในการ จัดการเพื่อระบุนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวแบบภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม การออกแบบเพื่อพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว การบริหารเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการตลาดที่มีความเหมาะสมต่อแหล่ง ท่องเที่ยวประเภทย่านเก่า/เมืองเก่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า เป็นการสร้าง องค์ประกอบของแหล่งที่สามารถตอบสนองการเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยวที่ไม่กระทบในทาง ลดทอนคุณค่าต่อมรดกวัฒนธรรม บนหลักพิจารณาอย่างสากลคือการเตรียมความพร้อมทั้งในด้าน ความปลอดภัย และความสะอาดสวยงาม เช่น ที่จอดรถ ทางเดินระบบกำจัดขยะ สุขา ป้าย และป้าย คำแนะนำ เป็นต้น การพัฒนาแหล่งเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเพราะนอกจากจะคำนึงถึงการ อำนาจความสะดวกแล้วต้องคำนึงถึงผลกระทบทางกายภาพจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นควบคู่กันไป

การเพิ่มมูลค่าด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในมิติที่การท่องเที่ยวเมืองเก่าให้เป็น อุตสาหกรรมประเภท Soft industry ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโลก ซึ่งในปี พ.ศ.2556 รายงานสรุปขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) พบว่ามี นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก 1,087 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 1.08 ล้านล้านเหรียญ สหรัฐฯ ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มขึ้นทุกปี เช่นเดียวกับประเทศ ไทย ในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 26.5 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จำนวน 42.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของโลก จากการจัดอันดับ 140 ประเทศทั่วโลก โดย World Economic Forum (Blanke and Chiesa: 2014) แสดงให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของการท่องเที่ยวต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งใน ระดับจุลภาคและมหภาค ซึ่งทำให้หลายประเทศได้เร่งรีบในการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลากหลาย รูปแบบเพื่อสร้างเงินสร้างรายได้ให้กับประเทศของตนเอง

การจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตโดยกลไกทางการตลาด ภาวะ ทางการแข่งขัน และการแข่งขันการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเป็นตัว แปรที่สำคัญ ขณะที่ความต้องการของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) ต่อสินค้าด้านการท่องเที่ยวก็ได้ เปลี่ยนไปตามกระแสยุคดิจิทัล จากเดิมที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางท่องเที่ยวเพียงเพื่อเที่ยวชม สัมผัส ความสวยงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ แต่การท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีความ ต้องการเรียนรู้อย่างลึกซึ้งในแหล่งท่องเที่ยว การให้ความสำคัญต่อการรักษาสีเขียวแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) เช่น

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (conservative tourism) การท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร (Gastonomy tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism) การท่องเที่ยวชนบท (rural tourism) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community based tourism) เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว มีมาตรฐานความคิดมาจากความตระหนักถึงความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม การเคารพต่อวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และการจัดการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นับว่าเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวเข้าสู่มาตรฐานตามหลักวิชาการ

นอกจากนี้เมืองสงขลายังเป็นย่านที่อยู่อาศัยดั้งเดิมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า และมีวิวัฒนาการของชุมชนที่ยาวนานมีเรื่องราว (Content) ความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์ ตลอดจนเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ ที่แสดงผ่านวิถีการอยู่อาศัยมีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ครั้งอดีต เป็นหลักฐานที่บ่งบอกเล่าเรื่องราวความรุ่งเรืองในยุคอดีตของชุมชนนั้น ย่านชุมชนเหล่านี้จึงมีคุณค่าทั้งในเชิงประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม และมรดกทางวัฒนธรรมตลอดจนเป็นแหล่งที่มีเสน่ห์ที่ในปัจจุบันมีการต่อยอดด้วยการนำงานศิลปะโดยนักออกแบบ มาสร้างสรรค์ประดับประดาอยู่ตามเมืองเก่าทำให้เกิดเป็นย่านสร้างสรรค์ เช่นงานประติมากรรม หรือ Street Art ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของเมืองเก่า แม้จะเป็นมุมซ่อนเร้นของเมืองด้วยเทคนิคและวิธีการด้านศิลปะดังกล่าวจึงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวกระจายลงสู่ผู้ประกอบการและชุมชนครอบคลุมทั้งเมือง

เมืองเก่าสงขลามีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ในลักษณะความงามทางภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม เพราะมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งธรรมชาติ นอกจากนี้เมืองเก่าสงขลายังนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นฐาน (Primary place) ที่มีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว และมีศักยภาพของพื้นที่ (Potential) ที่จะสามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เชื่อมโยงในจังหวัดใกล้เคียง เช่น พื้นที่ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา-พัทลุง-ตรัง และสตูล ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ทะเลอ่าวไทย และทะเลสาบสงขลา ส่งผลให้มีทรัพยากร วิถีชีวิต ความเชื่อของผู้คนที่แตกต่างกันออกไป โดยพื้นที่และยังคงเป็นเมืองท่าที่สำคัญในอดีต ที่ผู้คนหลายเชื้อชาติและศาสนาได้เข้ามาทำการค้าจากตะวันออกกลาง จีน และยุโรป นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (Ramsa site) ซึ่งมีหมู่บ้านน้อยใหญ่กระจายอยู่โดยรอบในจังหวัดสงขลา และพัทลุง ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน โบราณวัตถุ และประวัติศาสตร์ของพื้นที่ในทั้งสี่จังหวัด

จากคุณค่าและความสำคัญดังกล่าวทำให้รัฐบาลได้ยกระดับเมืองเก่าสงขลาเข้าเป็นสมาชิกหนึ่งในเจ็ดเมืองสามประเทศภายใต้กรอบการพัฒนาเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (IMT-GT) Indonesia+Malaysia+Thailand Growth Triangle ซึ่งประกอบด้วยเมืองเหล่านี้คือ อินโดนีเซีย ประกอบด้วย เมืองมรดกโลกซาลาวาโต เมืองปาเล็มบังและเมืองเมดาน มาเลเซีย ประกอบด้วย เมืองมรดกโลกมะละกาและเมืองมรดกโลกปีนัง ประเทศไทย ประกอบด้วย เมืองเก่าภูเก็ต และเมืองเก่าสงขลา ทั้งเจ็ดเมืองดังกล่าวได้เคยมีการจัดประชุมที่สงขลาและมีการลงการประกาศ (Declaration) ร่วมกันที่เรียกว่า-7 old towns Declaraionในกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งพัฒนาแหล่ง และระบบการขนส่ง (Logistic)

จากภาพเล็กๆ ของความสำคัญของเมืองเก่าสงขลาที่มีความสำคัญในระดับชาติสู่การผูกโยงบนเส้นทางการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ภายใต้กรอบการพัฒนาเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (IMT-GT) ส่งเสริมให้เมืองเก่าสงขลาเป็นเสมือนเมืองหลัก (Primary Site) ที่จะกระจายนักท่องเที่ยวชาวไทย

และชาวต่างประเทศไปยังส่วนต่างๆ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการศึกษา วิเคราะห์ และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวตลอดจนกิจกรรมสร้างสรรค์ที่จะสามารถบูรณาการสู่แผนต่างๆ เป็นแนวทางในการพัฒนาทั้งแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยวทั้งในระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นแผนงานแรก ก่อนที่จะยกระดับการพัฒนาดังกล่าวไปสู่พื้นที่เชื่อมโยงทั้งในระดับประเทศ ทั้งด้านการพัฒนาแหล่ง การบริหารจัดการ กิจกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทเมืองเก่า/ย่านเก่า

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1.2.2 เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

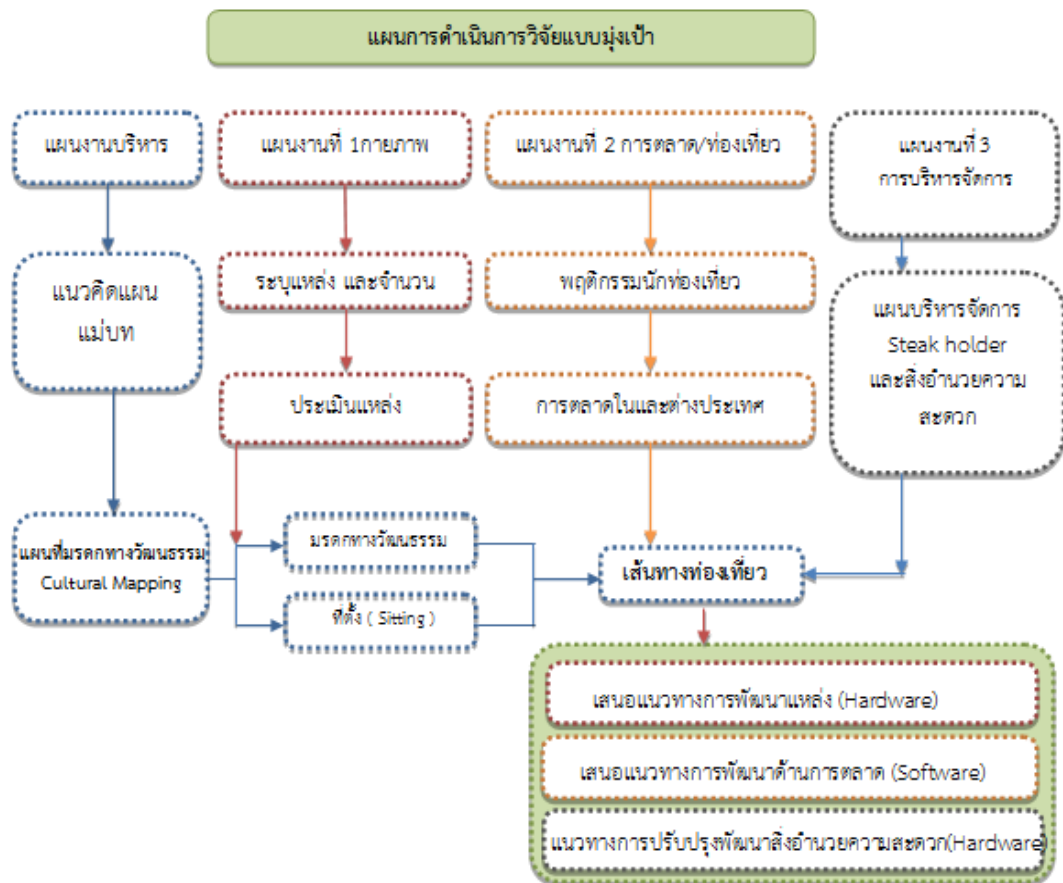
1.2.3 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2.4 แนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2.5 เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1.2.6 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบขั้นตอนการวิจัย
ที่มา : นักวิจัยโครงการ

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

- 1) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง คุณค่าทางสถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต ที่บอกเล่าเรื่องราวจากอดีตจนถึงปัจจุบัน
- 2) คุณค่าทางสถาปัตยกรรม (Value of Architecture) หมายถึง สิ่งปลูกสร้าง อาคาร บ้านเรือน ที่มีรูปแบบ ลักษณะโครงสร้างและลักษณะการใช้พื้นที่ ที่สอดคล้องกับเรื่องราวทาง ประวัติศาสตร์ บริบท และวิถีชีวิตชุมชน
- 3) วิถีชีวิตชุมชน (Community Way of life) หมายถึง การดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับ บริบทและวัฒนธรรมของชุมชน
- 4) เมืองเก่าสงขลา (Songkhla Old Town) คือ พื้นที่ที่คณะกรรมการในการประชุมที่ปรึกษา เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553 ลงมติเห็นชอบขอบเขตพื้นที่เมืองเก่า 7 เมือง ได้แก่ เมืองเก่าเชียงใหม่ เมืองเก่าลำปาง เมืองเก่ากำแพงเพชร เมืองเก่าลพบุรี เมืองเก่าพิจิตร เมืองเก่านครศรีธรรมราช และ

เมืองเก่าสงขลา ที่ประกอบไปด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงาม เป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชาวสงขลา นอกจากนี้แล้วพื้นที่เมืองเก่าสงขลายังครอบคลุมถึงความเชื่อมโยงทางด้านประวัติศาสตร์และการตั้งถิ่นฐาน

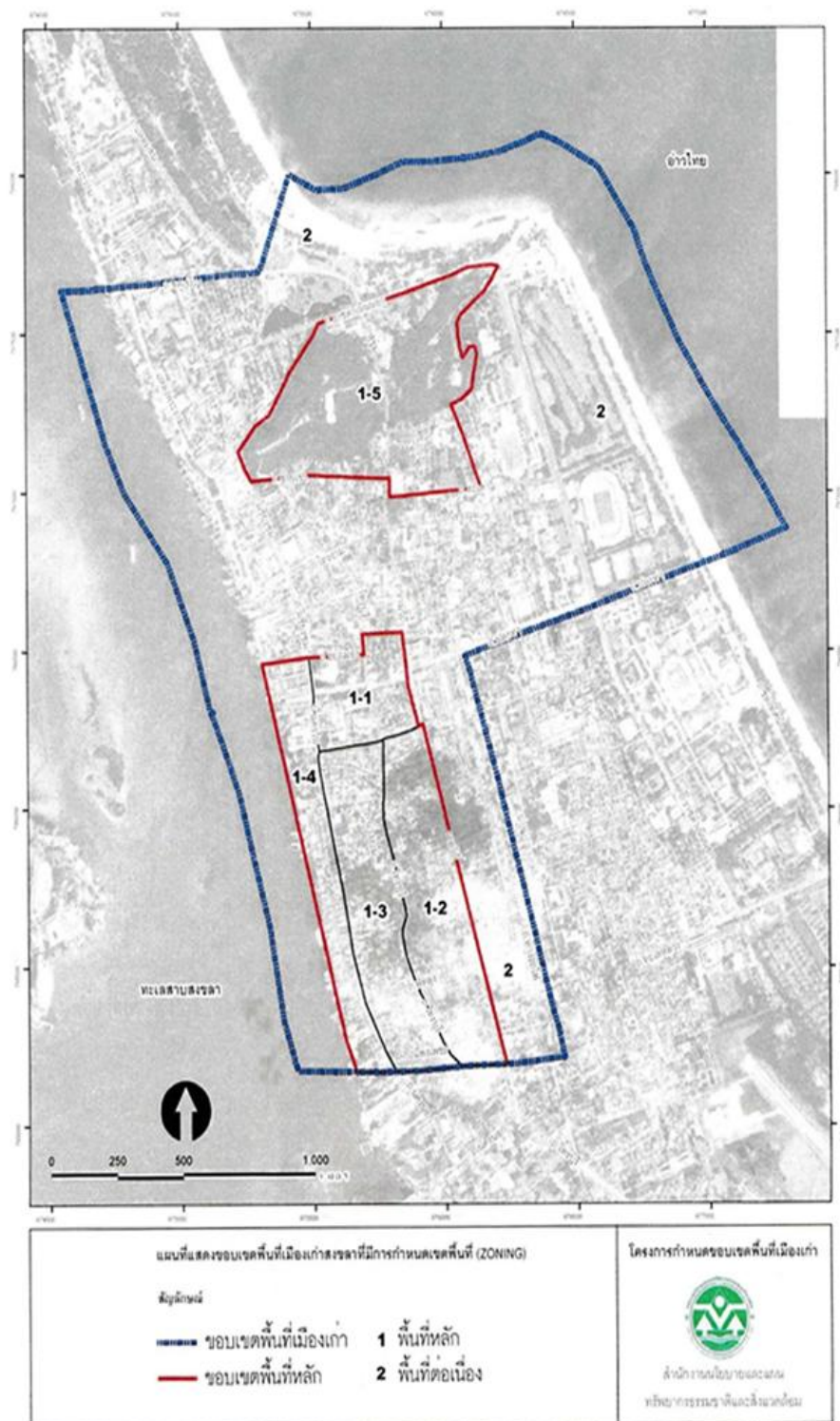
5) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันในการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงด้านการบริหารจัดการความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ ด้านการเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น ด้านการเพิ่มผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมแก่ชุมชนรวมถึงนักท่องเที่ยว และด้านเพิ่มผลประโยชน์พร้อมทั้งลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

6) งานสร้างสรรค์ หรือย่านสร้างสรรค์ (Creative space) คือการต่อยอดการพัฒนาอย่างต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวโดยการอาศัยเทคนิคและวิธีการจากงานสื่อความหมายผ่านงานสร้างสรรค์จำนวน 15 ประเภท (ดังจะอธิบายภายหลัง) สร้างสรรค์ย่านนั้นให้มีชีวิตชีวา และมีผลกระทบทางบวกต่อเศรษฐกิจ รวมถึงเป็นการกระจายจากการท่องเที่ยวลงสู่ย่านต่างๆในเมืองเก่าสงขลา

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ ศักยภาพทรัพยากรในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา (ที่คณะรัฐมนตรีในการประชุมที่ปรึกษาเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553) และประเมินแนวทางในเรื่องของการรองรับนักท่องเที่ยว โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ครอบคลุมพื้นที่ประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลา ในเขตพื้นที่หลัก (Core Zone) ดังแสดงในแผนที่ด้านล่างนี้



ภาพที่ 1.2 แสดงอาณาเขตของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ที่มา : สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2553)

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) แนวคิด ทฤษฎีด้านศักยภาพการท่องเที่ยว
- 2) แนวคิด ทฤษฎีการตลาดการท่องเที่ยว
- 3) แนวคิด ทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว
- 4) แนวคิด ทฤษฎีมรดกทางวัฒนธรรมและพื้นที่เมืองเก่า
- 5) บริบท ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของเมืองเก่าสงขลา
- 6) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT

1.5.3 ขอบเขตด้านประชากร

1) ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณชุมชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวและประวัติศาสตร์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และพื้นที่เชื่อมโยงตามแนวกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัย

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คือ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวสงขลา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่ สำนักวัฒนธรรมสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา เทศบาลเมืองสงขลา เทศบาลเมืองสิงหนคร สำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา และกรมศิลปากร

3) หน่วยงานภาคเอกชน คือ ภาควิชาคนรักเมืองสงขลาและหน่วยงานภาคเอกชนอื่นที่เกี่ยวข้อง

4) นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ มีระยะเวลาในการศึกษา คือ 12 เดือน

1.5.5 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

- 1) แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่า
- 2) ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion) เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา
- 3) โครงการนำร่อง ทดสอบตลาดด้วยกิจกรรมเชิงบูรณาการความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบ และการแปลผล

แผนการวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางด้านศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดการการตลาดการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขต

มรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้ คือ

1.6.1 วิธีวิจัย

การวิจัยมุ่งศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ข้อมูลทางด้านศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยใช้หลักฐานข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่มกับตัวแทนชุมชนท่องเที่ยวและตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.6.2 วิธีเก็บและรวบรวมข้อมูล

(1) ขั้นสำรวจและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการสำรวจรวบรวมข้อมูลจากแผนแม่บท ผังแม่บทการอนุรักษ์ แผนพัฒนาบริเวณเมืองเก่าสงขลา ศึกษาข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวิถีชีวิต ในเขตมรดกทางวัฒนธรรม และพื้นที่เชื่อมโยงถัดไป ศึกษาข้อกำหนดและเกณฑ์เกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Landscape), ศึกษาหลักเกณฑ์ด้าน ข้อกำหนดและเกณฑ์เกี่ยวกับมรดกทางด้านสถาปัตยกรรม, ข้อกำหนดเกี่ยวกับเมืองเก่า ร่างมาตรฐานการบริหารจัดการ ของ สผ., การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Urban Landscape), ศึกษาข้อกำหนด หลักเกณฑ์แนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว (GSTC) และแนวทางขั้นตอนดำเนินการอนุรักษ์แนวทางการประเมินคุณค่า (The Burra Charter) รวมถึงเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

(2) ขั้นตอนออกแบบ สร้างและทดลองเครื่องมือวิจัย โดยสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนสำรวจและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้วจึงสร้างเครื่องมือวิจัย ใช้สำหรับเก็บข้อมูลในการลงพื้นที่สำรวจ โดยเครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสำรวจ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นต้น

- แบบสำรวจ สำหรับนักวิจัยใช้เก็บข้อมูลทางด้านงานสถาปัตยกรรมลักษณะกายภาพภายนอกอาคาร วัสดุก่อสร้าง โครงสร้างอาคาร และประเภทของการใช้งานอาคาร เป็นต้น ใช้สำรวจกับเจ้าของอาคารในเขตมรดกทางวัฒนธรรม และพื้นที่เชื่อมโยง ทำให้ทราบลักษณะของอาคารนั้นๆ เพื่อการบำรุงรักษา

- แบบสอบถาม สำหรับประชาชน บุคคลภายในชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงแง่มุมความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- แบบสัมภาษณ์ เชิงลึกสำหรับนักวิจัยใช้เก็บข้อมูลจากเจ้าของอาคาร และบุคคลภายในชุมชน เพื่อทราบ เรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ เรื่องราววิถีชีวิตในเขตมรดกทางวัฒนธรรม และพื้นที่เชื่อมโยง

จากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ศึกษา ทำการร่างแบบสำรวจ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำเครื่องมือไปใช้กับประชากรกลุ่มเป้าหมาย

(3) ขั้นสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล (Field survey) คณะผู้วิจัยสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาด้วยวิธีการ สังเกต สัมภาษณ์เชิงลึก ถ่ายภาพประกอบ บันทึกข้อมูล โดยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลไว้ ดังนี้ ประชาชน

บุคคลภายในชุมชน ผู้รู้และผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว รวมถึงตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขึ้น
สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบ่งเป็น 2 ระยะดังนี้

- ระยะที่ 1 สำรวจสภาพบริบทภาพรวมของพื้นที่ ตำแหน่งอาคารที่เกี่ยวข้องกับ
มรดกทางวัฒนธรรม ในเขตมรดกทางวัฒนธรรม และพื้นที่เชื่อมโยง และเก็บรวบรวมข้อมูลโดย
แบบสอบถามสำหรับประชาชน บุคคลภายในชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงแง่มุมความคิดเห็น
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- ระยะที่ 2 สำรวจด้วยวิธีการสังเกต บทสัมภาษณ์เชิงลึก ถ่ายภาพประกอบ พร้อม
บันทึกข้อมูล โดยได้กำหนดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลไว้ ดังนี้ บุคคลในชุมชน ผู้รู้และผู้นำชุมชน
นักท่องเที่ยวรวมถึงตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(4) ขั้นตอนการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group discussion) ร่วมกับ ผู้นำชุมชน
เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลด้านทรัพยากรพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง ทั้ง
ทางด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิตในพื้นที่เขตมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อนำไป
ประเมินศักยภาพของพื้นที่

(5) ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศักยภาพทรัพยากรในเขตมรดกทางวัฒนธรรม
พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยการนำเอกสารและข้อมูลภาคสนามมาตรวจสอบความถูกต้อง คัดกรอง
ข้อมูล แยกประเด็น และวิเคราะห์เนื้อหา ภายใต้เกณฑ์การประเมินหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวแบบ
การศึกษาเมืองประเภท Historic Urban Landscape (HUL) ข้อกำหนดและเกณฑ์ที่เกี่ยวกับมรดก
ทางด้านสถาปัตยกรรมและข้อกำหนดเกี่ยวกับเมืองเก่า (ร่างมาตรฐานการบริหารจัดการ) ของ สผ.

(6) ขั้นตอนการจัดทำข้อมูลและรายงานผลการศึกษาโครงการวิจัย นำเสนอผลงาน
ด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีภาพประกอบแผนที่มรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
และแนวทางการพัฒนาศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรม ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน (รูปแบบแผนนโยบาย) ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และ
สถาปัตยกรรม โดยฐานข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยจะเก็บไว้ในส่วนของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
เทศบาลนครสงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ จังหวัดสงขลา เทศบาลนครสงขลา กระทรวงการท่องเที่ยว
และกีฬา (IMT-GT) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
องค์การบริหารจังหวัดสงขลา สามารถนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวมาใน
เขตมรดกทางวัฒนธรรม เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวใน
ย่านเมืองเก่าสงขลาอย่างเป็นรูปธรรม

2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่เมืองเก่าสามารถนำผลงานวิจัยไปสู่
การส่งเสริม และเสนอขายในส่วนของเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมเพื่อให้
เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและนำไปสู่การร่วมมือกันซึ่งกันและกันในพื้นที่เขตมรดกทางวัฒนธรรม
เมืองเก่าสงขลา

3. เทศบาลนครสงขลา ชุมชนโดยภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม องค์กร และหน่วยงานภาครัฐสามารถนำเส้นทางการท่องเที่ยวจากงานวิจัย ไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพ และนำไปสู่การสร้างร่วมมือในการพัฒนาภายในชุมชน และเชื่อมโยงไปสู่ภายนอกชุมชนต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT 5) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 6) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ซึ่งการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ ได้มีการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นสำคัญดังนี้ คือ

- แนวคิด ทฤษฎีด้านการอนุรักษ์เมืองและย่านประวัติศาสตร์
- แนวคิด ทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว
- แนวคิด ทฤษฎีการตลาดการท่องเที่ยว
- แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมและงานสร้างสรรค์
- กรอบของกฎหมายในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนเก่า
- บริบท ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของเมืองเก่าสงขลา
- นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT
- กรณีศึกษาการบริหารจัดการเมืองเก่า
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นมีรายละเอียดดังนี้ คือ

2.1 แนวคิดการอนุรักษ์เมืองและย่านประวัติศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยสารคาม (พ.ศ.2555) ได้อธิบายแนวคิดการอนุรักษ์เมืองและย่านประวัติศาสตร์ พอสรุปรายละเอียดโดยสังเขป ได้ดังนี้

2.1.1 กฎบัตรและมาตรฐานระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์เมือง

การอนุรักษ์เมือง (Urban Conservation) เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายด้านมรดกวัฒนธรรมสมัยใหม่ เป็นเวลากว่าครึ่งศตวรรษมาแล้วที่เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Towns) และพื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Urban Areas) ได้รับการยอมรับว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Urban Conservation) ดังนี้

1) กฎบัตรระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์และบูรณะโบราณสถานและแหล่งที่ตั้ง (International Charter for the Conservation and Restoration of Monuments and Sites) หรือ กฎบัตรเวนิส (Venice Charter) (ค.ศ.1964) กฎบัตรเวนิสเป็นกฎบัตรที่มีผลต่อการอนุรักษ์โบราณสถานและแหล่งที่ตั้ง (Historic Monuments and Sites) เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Towns) แหล่งที่ตั้งประวัติศาสตร์ (Historic Sites) ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมประเภทอื่นๆ ที่มี

การเพิ่มเติมภายหลัง กฎบัตรเวนิส ได้นิยามความหมายของโบราณสถาน (Historic Monuments) ว่า “ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่สิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบริเวณเมืองหรือชนบทที่พบหลักฐานของอารยธรรมใดอารยธรรมหนึ่ง พัฒนาการสำคัญหรือเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์” และได้ขยายความหมายของโบราณสถานว่า “ไม่ได้จำกัดเฉพาะผลงานศิลปะที่ยิ่งใหญ่ แต่ยังหมายถึงผลงานจากอดีตที่ธรรมดาซึ่งส่งสมคุณค่าวัฒนธรรมจากกาลเวลาที่ผ่านไป” (ICOMOS, 1998, หน้า 2)

2) กฎบัตรและมาตรฐานระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เมือง

หลังจากกฎบัตรเวนิส ก็ได้มีการเพิ่มเติมกฎบัตรและมาตรฐานระหว่างประเทศเพื่อเสริมกฎบัตรเวนิสอย่างต่อเนื่องเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน กฎบัตรและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เมืองโดยตรง ได้แก่

2.1 มติเพื่อการฟื้นฟูแหล่งที่ตั้งเมืองประวัติศาสตร์ (Resolutions on the Regeneration of Historic Urban Sites) เป็นผลมาจากการประชุมของไอโคโมส ที่ประเทศเซกโกสโลวาเกีย ระหว่างวันที่ 24-26 มิถุนายน พ.ศ. 2509 มติดังกล่าวระบุว่า การอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ เป็นหน้าที่ของทุกประเทศ การอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์เป็นหน้าที่ของนักผังเมือง สถาปนิก วิศวกร และนักอนุรักษ์โบราณสถาน ดังนั้นในการสอนวิชาชีพเหล่านี้ จึงจำเป็นต้องปลูกฝังสำนึกความรับผิดชอบต่อผู้ที่ต้องแก่ผู้ที่จะออกมาปฏิบัติวิชาชีพ นอกจากนี้ มติดังกล่าวยังระบุถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และเรียกร้องให้ทุกประเทศจัดทำรายชื่อเมืองประวัติศาสตร์ที่ควรจะอนุรักษ์ (ICOMOS, 1993a, หน้า 33-34)

2.2 มติแห่งบรูจส์ : หลักการอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ (The Resolutions of Bruges : Principles Governing the Rehabilitation of Historic Towns) เป็นหลักการที่นำเสนอต่อที่ประชุมสมมนาระหว่างประเทศเรื่อง “การอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์” ที่เมืองบรูจส์ (Bruges) ประเทศออสเตรีย เมื่อวันที่ 12-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2518 ระบุถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ โดยกล่าวว่าคุณค่าทางวัฒนธรรมและความงามเป็นสิ่งที่สำคัญของเมืองประวัติศาสตร์ แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่านั้นคือ บทบาทหน้าที่ทางสังคมในฐานะเป็นสถานที่พบปะของสังคมเมือง และเป็นถิ่นที่อยู่ที่มีความหลากหลาย การอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ การบูรณะและการปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยเพื่อให้ตอบสนองความต้องการ ปัจจุบันจึงเป็นสิ่งสำคัญของนโยบายด้านที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ในการดำเนินการดังกล่าว จะต้องให้ความเอาใจใส่ต่อสิทธิของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสจะต้องสามารถอยู่อาศัยในที่เดิมได้ต่อไป เมืองประวัติศาสตร์จะต้องได้รับการอนุรักษ์ภายใต้กรอบของการวางแผนภาคและเมือง โดยการอนุรักษ์เมืองจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านสังคมและเศรษฐกิจของภาค ในการอนุรักษ์เมือง อาจจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนบางสิ่งบางอย่างเพื่อตอบสนองต่อชีวิตปัจจุบัน แต่จะต้องระมัดระวังไม่ให้กระทบต่อโครงสร้าง และประวัติศาสตร์ของเมือง การวางแผนความหนาแน่น และสัดส่วนของเมือง จะต้องได้รับการเก็บรักษา ความเป็นของแท้ดั้งเดิมของโบราณสถานและกลุ่มอาคารจะต้องได้รับการอนุรักษ์ตามหลักการของกฎบัตรเวนิส (ICOMOS, 1993b, หน้า 88-89)

2.3 มติจากการประชุมสัมมนาระหว่างประเทศ เพื่อการอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็ก (Resolutions of the International Symposium on the Conservation of Smaller Historic Towns) ในการประชุมสามัญครั้งที่ 4 ของไอโคโมส ระหว่างวันที่ 29-30 พฤษภาคม พ.ศ. 2518 ที่ประชุมได้ผ่าน “มติจากการประชุมสัมมนาระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็ก (Resolutions of the International Symposium on the Conservation of Smaller Historic Towns)” มติดังกล่าวเป็นการขยายหลักการอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็ก (Smaller Historic Towns) โดยระบุว่า เมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็ก จำแนกออกได้หลายรูปแบบตามลักษณะของปัญหาที่เกิดขึ้น และตามลักษณะเฉพาะ ซึ่งแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เช่น ขนาด บริบททางสังคม และบทบาททางเศรษฐกิจ มาตรการในการฟื้นฟูและปรับปรุงเมืองเหล่านี้ จะต้องให้ความเคารพต่อสิทธิ ประเพณี และความต้องการของผู้อาศัย ตอบสนองเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของชุมชน มติดังกล่าวเรียกร้องให้บรรจुประเด็นปัญหาและความจำเป็นของเมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็กเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำนโยบายระดับภาค ให้มีการประสานแผนของหน่วยงานสาธารณะที่ส่งผลกระทบต่อเมือง เช่น การกำหนดที่ตั้งโรงงาน อุตสาหกรรม โครงข่ายการจราจรและสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆ ขณะที่ในการวางแผนระดับท้องถิ่น ให้คำนึงถึงการรักษาคุณค่าของเมืองประวัติศาสตร์และดูแลขนาดของสิ่งก่อสร้างใหม่ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของเมือง อาคารสำคัญ และภูมิทัศน์ของเมืองที่มีอยู่เดิม รักษามุมมองทางสายตาและความเชื่อมโยงของที่ว่าง ถนนและจุดต่างๆ หลีกเลี่ยงการรื้อถอนองค์ประกอบที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แนะนำให้เอาอาคารเก่ากลับมาใช้ประโยชน์ใหม่แทนการรื้อถอน และเสนอแนะให้มีการพัฒนาวิธีการสำรวจ ประเมิน และอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็ก รวมทั้งกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความภูมิใจ และให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหันมาดูแลใส่ใจเมืองประวัติศาสตร์ให้มากยิ่งขึ้น (ICOMOS, 1993c, หน้า 92-94)

2.4 ข้อเสนอแนะของยูเนสโก เกี่ยวกับการปกป้อง และบทบาทร่วมสมัยของพื้นที่ประวัติศาสตร์ (UNESCO's Recommendation Concerning the Safeguarding and Contemporary Role of Historic Areas) ได้รับการรองรับจากที่ประชุมสามัญของยูเนสโกที่เมืองไนโรบี (Nairobi) เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2519 สำคัญ คือ การให้คำจำกัดความของ “พื้นที่ประวัติศาสตร์” และอธิบายถึงหลักการและมาตรการทั่วไปในการปกป้องพื้นที่ดังกล่าว มาตรการที่แนะนำประกอบไปด้วยมาตรการทั่วไปทางกฎหมายและการบริหารจัดการ เช่น การทบทวนกฎหมายเกี่ยวกับการวางแผนภาคและเมือง และนโยบายด้านการเคหะ การจัดทำระบบในการอนุรักษ์พื้นที่ประวัติศาสตร์ การจัดทำมาตรการสนับสนุนทางการเงินในการปรับปรุงซ่อมแซมอาคารเก่า การจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ ประสานการจัดทำแผนการอนุรักษ์และเอกสาร การจัดทำทะเบียนพื้นที่ประวัติศาสตร์ การสำรวจข้อมูลทางด้านสถาปัตยกรรม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และข้อมูลทางเทคนิค รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับเมืองและภาคในระดับกว้าง การจัดทำแผนการดำเนินงาน การศึกษาวิจัย การให้การศึกษาในโรงเรียน และการสร้างความร่วมมือในระดับนานาชาติ (ICOMOS, 1993e, หน้า 108-118)

2.5 กฎบัตรเพื่อการอนุรักษ์เมืองและพื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ (Charter for the Conservation of Historic Towns and Urban Areas) หรือกฎบัตรของวอชิงตัน

(Washington Charter) ในการประชุมสามัญครั้งที่ 6 ของไอโคโมสในปี พ.ศ. 2524 ที่กรุงโรม ที่ประชุมได้ผ่านมติให้มีการร่างกฎบัตรเพื่อการอนุรักษ์สวนประวัติศาสตร์และเมืองประวัติศาสตร์ เพื่อเพิ่มเติมให้กฎบัตรเวนิสมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และได้ผ่านการรับรองจากที่ประชุมสามัญของไอโคโมสเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2530 เป็นเอกสารที่กำหนดหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีการในการอนุรักษ์ชุมชนเมืองประวัติศาสตร์ในภาพกว้าง โดยให้ความสนใจกับพื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ทั้งเมืองใหญ่ เมืองเล็ก และศูนย์กลางเมือง หรือย่านประวัติศาสตร์ รวมถึงสิ่งแวดล้อมที่อยู่โดยรอบ ทั้งสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น

กฎบัตรดังกล่าว ระบุถึงความจำเป็นในการบูรณาการการอนุรักษ์เมืองเข้ากับนโยบายการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจและการวางแผนภาคและเมืองในทุกระดับ รวมทั้งคุณลักษณะของเมืองที่ต้องสงวนรักษาว่าประกอบด้วยลักษณะเฉพาะทางประวัติศาสตร์ของเมือง หรือพื้นที่เมือง และองค์ประกอบทางด้านวัตถุและทางจิตใจที่แสดงถึงลักษณะดังกล่าว โดยเฉพาะสิ่งต่อไปนี้

1. รูปแบบของเมือง ซึ่งกำหนดแปลงที่ดินและถนน
2. ความสัมพันธ์ของอาคารกับพื้นที่สีเขียวและพื้นที่โล่ง รูปร่างหน้าตาอาคารทั้งภายในและภายนอก ซึ่งเห็นได้จากสัดส่วน ขนาด การก่อสร้าง วัสดุ สี และการตกแต่ง
3. ความสัมพันธ์ของเมือง หรือพื้นที่เมืองกับที่ตั้งที่อยู่โดยรอบ

2.2 แนวคิด ทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ และวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ส่วนสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ว่าเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ ดังนี้คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพ หรือสร้างรายได้

รูปแบบการท่องเที่ยวองค์การการท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย

- 1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศิลาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจ

ในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรับและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัดรายการพักรับตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/C=conference / E=exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรับ 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

สรุปได้ว่าจากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น และมีรูปแบบการท่องเที่ยว 3 รูปแบบรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่ง และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

2.3 แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดการท่องเที่ยว

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมีผู้ให้นิยามความหมายไว้ในหลายทัศนะ โดย Kotler (1988) ได้ให้นิยามว่าการตลาด คือ กระบวนการทางสังคม ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มคนได้รับสินค้าที่มีคุณค่าตาม

ต้องการ โดยการแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายกับผู้อื่น ความหมายของการตลาดในเชิงธุรกิจ หมายถึง การที่ทำให้ผู้บริโภคที่มีความพอใจเมื่อซื้อสินค้า ได้รับประโยชน์จากการบริโภคสินค้า และกลับมาซื้อสินค้าอีก รวมทั้งการที่ผู้จำหน่ายสามารถขยายตลาดและเพิ่มจำนวนผู้บริโภค ทั้งนี้โดยศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคก่อนว่ามีอะไรบ้าง แล้วจึงพยายามเสนอสินค้าด้วยวิธีการที่ดีและสามารถจูงใจผู้บริโภคดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับ American Marketing Association ได้ให้คำนิยามของคำว่า การตลาด (Marketing) ไว้ว่า หมายถึง กระบวนการวางแผนและบริหารผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแนวความคิด ราคา การส่งเสริมการตลาด และจัดกระจายผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแนวคิดนั้นๆ เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552)

2.3.1 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด

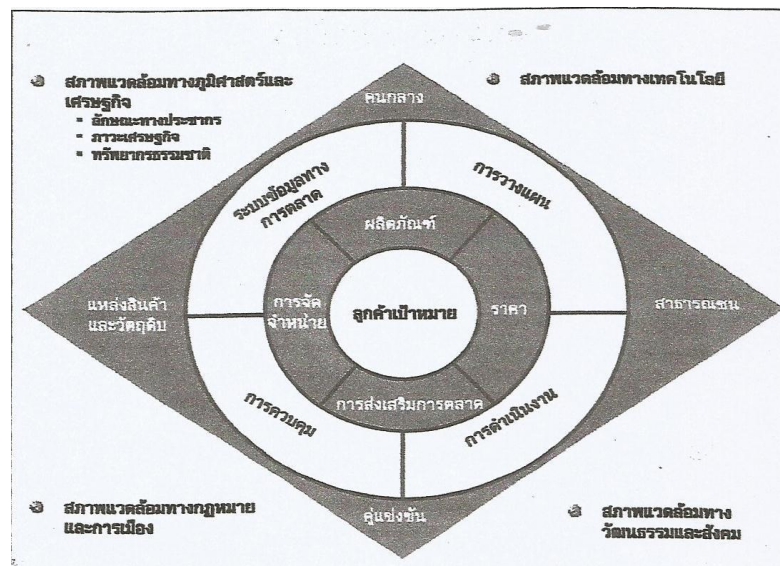
โดยทั่วไปการศึกษารองคประกอบพื้นฐานเกี่ยวกับการด้านตลาดมักใช้องค์ประกอบ 4Ps ซึ่งถือเป็นส่วนประสมสำคัญทางการตลาด อันได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ในที่นี้จะมีความหมายรวมถึงสินค้าหรือการบริการ รวมถึง
2. แนวความคิดบุคลิก องค์กร และอื่นๆ โดยนักการตลาดจะมุ่งจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
3. ราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดได้จัดหา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคดังที่ได้กล่าวถึงในข้างต้นนั้น จะต้องอยู่ภายใต้ระดับราคาที่ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจและยินดีที่จะจ่าย เพื่อซื้อหาผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วยเหตุนี้ การกำหนดราคาขายให้กับผลิตภัณฑ์โดยนักการตลาด จึงควรคำนึงถึงความคุ้มค่าและความคาดหวังที่ผู้บริโภคต้องการจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ และต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย
4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) นอกจากผลิตภัณฑ์และราคา ที่จะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายแล้ว นักการตลาดยังต้องตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย อันหมายถึงการดำเนินการเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถไปสู่ผู้บริโภคได้ภายใต้เงื่อนไขด้านเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม มีความสะดวกต่อการซื้อหาของผู้บริโภคและที่สำคัญ คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นต้องสอดคล้องกับการบริหารด้านผลิตภัณฑ์ และราคาที่ได้กำหนดขึ้นด้วย เนื่องจากสถานที่ที่จัดจำหน่าย มีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ด้วย
5. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แม้ว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ประการข้างต้น จะเป็นส่วนสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการและก่อให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค แต่หากขาดซึ่งการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณประโยชน์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ระดับราคา และช่องทางจำหน่ายต่างๆ และกระตุ้นความต้องการของลูกค้าแล้ว ย่อมไม่สามารถก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นได้ ดังนั้น การส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งการลด แลก แจก แถม เป็นต้น จึงนับเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ข้างต้น ควรมีความสอดคล้องไปในทิศทาง การดำเนินงานเดียวกัน จึงจะมีโอกาสสร้างความน่าเชื่อถือและชักจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการที่จะ

เลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นในที่สุด แต่หากนักการตลาดไม่สามารถที่จะจัดวางส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ให้มีความกลมกลืนกันในแผนงานทางการตลาด อาจให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรมีประสิทธิภาพลดลงหรือประสบความล้มเหลวได้ยกตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำจากฝรั่งเศส ที่มีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คือ ผู้ที่มีรายได้สูงและมีระดับฐานะทางสังคมเป็นคนชั้นสูง ดังนั้นการกำหนดราคาจำหน่ายจึงควรกำหนดให้อยู่ในระดับราคาสูงและบริหารช่องทางการจำหน่าย ให้มีวางจำหน่ายเฉพาะสถานที่ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มีความนิยมและเชื่อมั่นถึงมาตรฐานของสินค้าที่จำหน่ายที่เหมาะสมกับตนเอง เช่นวางจำหน่ายที่ศูนย์การค้าระดับบน อย่างสยามพารากอน และ เซ็นทรัลเวิลด์ เป็นต้น นอกจากนี้ ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด ทั้งการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ ยังควรมุ่งเน้นการสื่อสารด้วยกลวิธีต่างๆ ที่จะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้นอีกด้วยทั้งนี้ หากการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำจากฝรั่งเศสเหล่านี้ ให้มีระดับราคาที่ต่ำและวางจำหน่ายที่ บิ๊กซีและแมงลอยแถวประตูน้ำ ย่อมจะเป็นการทำลายภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะเกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ขึ้นได้ ซึ่งหมายถึงโอกาสทางการตลาดที่องค์กรต้องสูญเสียไปจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในตลาดทั้งหมดนี้คือความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่นักการตลาดจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552) อย่างไรก็ตาม การบริหารการตลาดเป็นงานที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน และสร้างความพอใจให้กับตลาดเป้าหมาย ดังนั้น แนวคิดทางการตลาด จึงเป็นแนวทางสำหรับองค์การในการใช้ความพยายามทางการตลาดเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดซึ่งมีด้วยกัน 5 แนวคิด คือแนวคิดด้านการผลิต แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ แนวคิดด้านการขาย แนวคิดด้านการตลาดและแนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม หน้าที่ทางการตลาด คือ กิจกรรมทางการตลาดที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์และเอื้ออำนวยความสะดวกในกระบวนการแลกเปลี่ยน ซึ่งหน้าที่ทางการตลาด ประกอบด้วย หน้าที่ 3 ประการ คือการแลกเปลี่ยน การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้า และการอำนวยความสะดวก (เรวัตร ชาตรีวิศิษฐ์, 2549)

จากแนวคิดหลักทางการตลาด ที่ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ควบคู่กันกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นในระบบของงานทางการตลาดจึงเป็นระบบที่ถือว่าลูกค้าหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Market) เป็นศูนย์กลางของระบบโดยนักการตลาดจะใช้กลยุทธ์หลักๆ 4 กลุ่มในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในระดับ ราคา ที่เขาพอใจจะจ่าย ด้วย ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่สร้างความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์โดยอาศัย การส่งเสริมการตลาด ช่วยแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ารับทราบ จูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าโดยในกระบวนการในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัว จะทำภายใต้กรอบของกระบวนการบริหารการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กรเพื่อดำเนินงานตามแผน การควบคุมและการประเมินผลทางการตลาด และระบบข้อมูลทางการตลาด โดยการบริหารการตลาดนั้นองค์กรไม่สามารถควบคุมทุกอย่างได้ทั้งหมด เนื่องจากมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรเข้ามามีผลกระทบต่อแผนงาน และการดำเนินงานที่วางไว้ ดังนั้นในระบบการบริหารการตลาดต้องเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อการทำงานทางการตลาด เช่น คู่แข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 แสดงภาพรวมของระบบการตลาด
ที่มา : วิทวัส รุ่งเรืองผล (2552)

ในส่วนของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของ ส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการ ตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซ์ตรงตามความต้องการของ ลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือใน แนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการ ผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการ (ณัฐ อีรนพไพบุลย์ 2554) หรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็น องค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวยุทธศาสตร์ที่มีรายละเอียดที่จะต้อง พิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของ ผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns) (ชีวธรณ เจริญสุข 2547)

2) ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไร ในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่า ที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือ บริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) (ณัฐ อีรนพไพบุลย์ 2554) หรือมูลค่าของสินค้า และบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถ กำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการ แข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำ กำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุ ในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้

(Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms) (ชีวรรณ เจริญสุข 2547)

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร (ณัฐ อรินพไพบูลย์ 2554) หรือ กลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ (ชีวรรณ เจริญสุข 2547) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า เป็นต้น โดยการเลือกช่องทางการตลาดมักมีผลผูกพันในระยะยาว เช่น การเลือกแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเปลี่ยนตัวแทนจำหน่ายจริง ก็หมายความว่า การบริหารจัดการในส่วนอื่นๆ เช่น การผลิต การบรรจุหีบห่อ พนักงานขาย นโยบายการจัดส่งสินค้า (ภูตินันท์ อติพิทยางกูร 2555) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555)

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดื่มด่ำประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งรู้จักกันในชื่อว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ซึ่งหากสามารถสร้างประสบการณ์ในการใช้สินค้า หรือบริการที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะนำไปสู่การสร้าง ความผูกพันทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น (Emotional Attachment) ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้น (Share of Heart) เมื่อเทียบกับคู่แข่ง (ณัฐ อรินพไพบูลย์ 2554) หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555) หรือ เป็นการตลาดทางตรงการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างการรับรู้ การกระตุ้นชื่อเสียงของบริษัทยกย่องข้อมูลข่าวสาร ของผลิตภัณฑ์หรือการนำทางให้กับพนักงานขายหรือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้เป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ และบริการที่ต้องการ

จะจำหน่าย ณ สถานที่ใดระดับใด การส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่หนึ่งของส่วนประสมการตลาด โดยทำหน้าที่ชี้ชวน ให้ลูกค้าเป้าหมายสนใจและซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น (เซาร์ โจนแสง 2545) หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อ บุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพล ต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (ซีวรรณ เจริญสุข 2547)

อย่างไรก็ตาม จากอดีตจนถึงปัจจุบันได้เกิดวิวัฒนาการด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้นักวิชาการด้านการตลาดได้มีการปรับเปลี่ยนเติมส่วนผสมด้านตลาดที่สำคัญเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ ศาสตราจารย์ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) นักวิชาการด้านการตลาดชั้นนำของโลก ได้ให้ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่ง ประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของ มนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบ ระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะ ตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอ บริการ (Channels)

4) ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการ ติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การ ฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็น รูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้าง

คุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการให้บริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ



ภาพที่ 2.2 แสดงส่วนประสมทางตลาด 7Ps

ที่มา : MBA Marketing (2562)

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

2.3.2 แนวคิดหลักการตลาด

องค์ประกอบของแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดที่เราจักคุ้นชินในโลก ของผู้บริโภคสินค้าและบริการเป็นที่นิยมนั้น การตลาดที่มุ่งขายสินค้าและบริการ แต่ที่จริงแล้วการตลาดไม่จำเป็นต้องมุ่งไปทางทำกำไรเพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วองค์กรใดๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับสาธารณะก็ล้วนจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วยทั้งนั้น แม้แต่องค์กรศาสนาซึ่งต้องการเผยแพร่ธรรมะให้ถึงชาวบ้าน วิธีการเผยแพร่ธรรมะหรือศาสนาออกไปสู่ประชาชนนั้น สำหรับ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) แล้ว สิ่งนี้ก็เรียกได้ว่าเป็นการตลาดอย่างหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นสามารถกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า การตลาดนั้นสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม (social marketing) เป็นการตลาดที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไรแต่อยากปลูกฝังความคิดหรือพฤติกรรม

บางอย่างที่เห็นว่าดีให้แก่ผู้คน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2550) แนวความคิดหลักทางการตลาด (Core Marketing Concept) คอตเลอร์ (Kotler, 2003a, pp.26-42) เสนอแนวคิดหลักทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถเลือกใช้ได้ประกอบด้วย 6 แนวคิดดังนี้

1) แนวคิดการผลิต (The Production Concept) นับเป็นแนวคิดที่เก่าแก่ที่สุดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งใช้ได้ดีเมื่อมีความต้องการซื้อ มากกว่าความต้องการขาย และเน้นการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ต้นทุนต่ำลง เพื่อขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แนวคิดนี้ถือว่า ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลายทั่วไป และราคาถูก แนวคิดเช่นนี้มักถูกนำไปใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งผู้บริโภคมักจะสนใจตัวสินค้ามากกว่ารูปแบบ

2) แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากกว่าราคา และในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเองก็เน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่อยู่เสมอแนวคิดนี้ถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสินค้า หรือ บริการที่ใช้แนวความคิดนี้มักจะหลงใหลไปกับสินค้าของตน จนอาจมองข้ามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

3) แนวคิดการขาย (The Selling Concept) ต้องมีการกระตุ้นการขายด้วยวิธีการในลักษณะต่างๆ เช่น ลดแลกแจกแถม เพื่อให้ซื้อมากขึ้น ปัจจุบันแนวคิดเช่นนี้มักจะถูกใช้ในสินค้าที่ขายยาก หรือไม่ได้อยู่ในความคิดที่จะซื้อเลย (unsought goods) ดังนั้นแนวความคิดนี้จึงมุ่งไปที่การขายเชิงรุก และความพยายามในการส่งเสริมการตลาด แนวความคิดนี้ตั้งข้อสันนิษฐานว่า ลูกค้ามีความเฉื่อยในการซื้อ หรือบางครั้งอาจรู้สึกต่อต้านการซื้อ ดังนั้นฝ่ายการตลาดจึงมีหน้าที่ต้องเกลี้ยกล่อมให้ซื้อ และเชื่อว่าบริษัท มีเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สามารถใช้กระตุ้นให้เกิดการซื้อ บริษัทที่ใช้แนวความคิดนี้ยกตัวอย่างเช่น บริษัท coca-cola โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ขายสินค้าได้มากขึ้น ขายให้ผู้คนจำนวนมากขึ้น ให้บ่อยขึ้น และให้ได้เงินมากขึ้น เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น

4) แนวคิดมุ่งตลาด (The Marketing concept) แนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อกลางปี 1950 ซึ่งแนวคิดต่างๆ ที่ผ่านมานั้นจะเป็นการผลิตแล้วขาย แต่แนวคิดมุ่งตลาดนี้ยึดหลัก มุ่งเน้นลูกค้าและแสวงหากำไรจากความพึงพอใจของลูกค้า มิใช่เป็นการตามล่าหาลูกค้า หรือการหาลูกค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แนวคิดการผลิตแนวคิดผลิตภัณฑ์ และแนวทางการขายนั้นมีข้อจำกัดสำหรับการใช้ ในปัจจุบัน กล่าวคือ แนวคิดการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร เริ่มต้นจากการตรวจสอบความจำเป็น และความต้องการต่างๆ ของกลุ่มลูกค้า

2.3.3 แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยว

การตลาดทางด้านการท่องเที่ยวนี้มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและการชักจูงนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในสถานที่เป้าหมาย หลักการตลาดที่จะนำมาพิจารณาสามารถอธิบายได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

1) Product (สินค้า) สินค้าทางการท่องเที่ยวนี้แตกต่างจากสินค้าในกลุ่มธุรกิจอื่นโดยสิ้นเชิง สินค้าจากการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ ที่สามารถจับต้องได้ หรือทดลองใช้ หรือสัมผัสก่อน สำหรับสินค้าด้านการท่องเที่ยวนี้ การตัดสินใจซื้อของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นและความต้องการของลูกค้าโดยตรง ซึ่งการตัดสินใจ คือการซื้อความคาดหวัง เท่านั้น ความคาดหวังของลูกค้าที่เดินทางท่องเที่ยวยาก ที่จะทราบถึงความต้องการแท้จริงของผู้ซื้อสินค้าได้ เนื่องจากผู้ขายไม่ทราบถึงความคาดหวังอันแท้จริงของลูกค้า

ที่เกิดจากประสบการณ์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ความคาดหวังนี้มักจะสูงขึ้นเรื่อยๆ และในฐานะผู้ให้บริการก็จำเป็นที่จะต้องพัฒนาตัวเองให้สูงขึ้นเช่นกัน หากผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการไม่ได้มีการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่ตนเองประกอบการอยู่ก็อาจจะบรรลุถึงเป้าหมายได้

2) Price (ราคา) การกำหนดราคาของสินค้าของการท่องเที่ยวนั้นค่อนข้างลำบาก เนื่องจากสภาวะความต้องการของตลาด (Demand) และจำนวนของสินค้าที่มีอยู่ในตลาด (Supply) อีกทั้งยังมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดราคาดังต่อไปนี้

2.1 ฤดูกาล (Seasonal) ความปรกติราคาสินค้าจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งในสินค้าชนิดเดียวกันอาจมีราคาที่แตกต่างกันมากกว่าเท่าตัวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

2.2 มาตรฐานการบริการ (Service Standard) ที่ต่างกันจะเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าซึ่งผู้ซื้อสินค้าจะต้องยอมรับในมาตรฐานดังกล่าว

2.3 ทิศทางและแนวโน้มความนิยม (Trend) จะเป็นตัวกำหนดราคาของสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวและนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ทิศทางและแนวโน้มความนิยมอาจแบ่งได้เป็นหลายลักษณะดังต่อไปนี้ ลักษณะปกติตามวงจร (Lifecycle) ซึ่งจะขึ้นลงตามความนิยมภายในช่วงเวลาลักษณะขึ้นลงแบบสลับ (Parabola) ซึ่งจะขึ้นลงในเวลาอันสั้นและจะสลับเปลี่ยนโดยต่อเนื่องลักษณะขึ้นแบบถาวร (Stable) ซึ่งจะขึ้นและรักษาระดับความนิยมอยู่โดยตลอด ลักษณะขึ้นและลงอย่างรวดเร็ว (Fashion) เป็นลักษณะขึ้นและลงอย่างรวดเร็ว

2.4 ลักษณะของตัวสินค้าของการท่องเที่ยวเองซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงหรือลดน้อยลงได้ และจะเป็นการกำหนดราคาได้ ตัวอย่างเช่น การล่องเรือชมภูเขา น้ำแข็ง ซึ่งในทุกๆ ปีจำนวนภูเขา น้ำแข็งจะลดน้อยลง หรือ การท่องเที่ยวชมอุทยานเปิด ซึ่งต้องได้รับอนุญาตพิเศษ

3) Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) การท่องเที่ยวและสินค้าการท่องเที่ยวนั้น สามารถเปลี่ยนแปลง และเลือกช่องทางการจำหน่ายได้โดยไม่มีกฎตายตัว ซึ่งจะถูกกำหนดโดยสภาวะตลาดและผู้ประกอบการอย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นสามารถแบ่งได้ดังนี้

3.1 จัดจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า ช่องทางดังกล่าวนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก หรือกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแบบถาวร ผู้ให้บริการหรือสินค้าจะจัดจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้า โดยอาจจะใช้เครื่องมือบางอย่างเช่น การโฆษณาโดยตรง สำหรับการ จัดจำหน่ายในลักษณะนี้มีจุดเด่น กล่าวคือ สินค้าสามารถขายได้ราคาโดยที่มิต้องเสียค่านายหน้า และผู้ขายสามารถควบคุมระบบการขายได้โดยตรง อย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะนี้ มีจุดด้อยและข้อจำกัด กล่าวคือสินค้า หรือบริการจะไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างทั่วถึง และอาจจะผูกติดกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป

3.2 จัดจำหน่ายโดยผ่านตัวกลาง การจัดจำหน่ายลักษณะนี้เป็นการจัดจำหน่ายโดยการผ่านตัวกลาง ทั้งในรูปแบบของการค้าปลีกและการค้าส่ง

3.3 การจัดจำหน่ายโดยการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายในลักษณะนี้มักจะนิยมใช้ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการขยายฐานการตลาดให้กว้างออกไปในประเทศต่างๆ ที่ตนเองไม่มีความชำนาญ หรือ ไม่มีศักยภาพเพียงพอ

3.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยวถือว่าเป็นหัวใจหลักในการทำตลาด ซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจได้ อนึ่ง สินค้าชนิดเดียวกันอาจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง โดยที่กลุ่มเป้าหมายของลูกค้ายังคงเป็นกลุ่มเดียวกัน

4) Promotion (การจัดการส่งเสริมการขาย) การจัดการส่งเสริมการขายถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการจัดการตลาดของสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวนอกจากกลยุทธ์ทางด้านราคาหรืออื่นๆ การจัดการส่งเสริมการขายของสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวนั้นสามารถจัดทำได้หลายลักษณะดังต่อไปนี้

4.1 การจัดส่งส่งเสริมการขายแบบเน้นในตัวสินค้าเองเป็นการจัดส่งส่งเสริมการขายโดยตรงสร้างความคุ้นเคยในตัวสินค้า อาจใช้กลยุทธ์หลายวิธี เช่น การโฆษณา การลดราคา การจับรางวัล หรือ ข้อเสนอราคาพิเศษ

4.2 การจัดส่งส่งเสริมการขายแบบร่วมกับสินค้าอื่น เป็นการจัดส่งส่งเสริมการขายโดยร่วมกับสินค้าอื่นๆ ที่อาจจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวหรือไม่ก็ได้ เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินแถมโรงแรม ซื้อของในห้างสรรพสินค้าสามารถจับรางวัลแพ็คเกจทัวร์ การจัดส่งส่งเสริมการขายในลักษณะนี้ถือว่าเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าโดยมิได้เน้นกลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นหลัก การจัดส่งส่งเสริมการขายดังกล่าวนี้อาจมีผลดีต่อการกระตุ้นตลาด หากสินค้าร่วมเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับในตลาดอยู่แล้ว หรือเป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการสูง อย่างไรก็ตามข้อเสียของการจัดส่งส่งเสริมการขายในลักษณะนี้ อาจเกิดขึ้นหากไม่สามารถให้บริการได้ตามความต้องการ เช่น ซื้อตั๋วแถมโรงแรม แต่ไม่สามารถจองห้องพักได้ตามความต้องการ

4.3 การจัดส่งส่งเสริมการขายแบบการเน้นที่เครื่องหมายการค้า เป็นการจัดที่ไม่เน้นการขายหรือกลยุทธ์การตลาดอื่นใด ส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณา การบริจาค หรือกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ เพื่อสร้างภาพ (Reputation) และเน้นให้เครื่องหมายการค้าออกสู่มวลชนเป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างเช่น สายการบินสนับสนุนทีมนักกีฬา

นอกจากนี้แล้ว ศรีอยุธยา วรากุลวิทย์ (2546 : 77) ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แบ่งแยกไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ดังนั้นการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาการตลาดอย่างหนึ่งคือความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารต่างๆ ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงประชากรอย่างแพร่หลาย จะมีส่วนสนับสนุนให้ประชากรเกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้ประชากรมีความสามารถในการเดินทางได้มากยิ่งขึ้น และนิคม จารุมณี (2536 : 201) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย 5 ประการคือ 1) การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ 2) กำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ 3) กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการจะได้ 4) คัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และ 5) การขายการท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นถึงความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับหลักการตลาดเบื้องต้นนั้นจะเห็นได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยวมีความจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม และงานสร้างสรรค์

2.4.1 ความหมายและความสำคัญ

ศูนย์ข้อมูลมรดกโลก กระทรวงวัฒนธรรม ได้กล่าวถึงนิยามความหมายของมรดกโลก (World Heritage) หมายถึง มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเป็นเลิศในระดับสากล เมื่อได้รับการประกาศให้เป็นแหล่ง “มรดกโลก” แล้ว ไม่ว่าจะตั้งอยู่ในขอบเขตดินแดนของประเทศใด ถือได้ว่าเป็นมรดกของมนุษยชาติทั้งปวงในโลก มรดกโลก ยังเป็นมรดกอันทรงคุณค่าที่มนุษย์ได้รับจากอดีต ได้ใช้และภาคภูมิใจในปัจจุบัน และถือเป็นพันธกรณีในการทำบำรุงดูแลรักษาเพื่อบ่มบให้เป็นมรดกอันล้ำค่าแก่คนรุ่นใหม่

2.4.2 ประเภทของมรดก

มรดกโลก สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ มรดกโลกทางวัฒนธรรม (World Cultural Heritage) และมรดกโลกทางธรรมชาติ (World Natural Heritage) นอกจากนี้ยังมีมรดกโลกประเภทหนึ่งที่มีส่วนผสมจากทั้งสองประเภท คือแหล่งวัฒนธรรมที่ประสานความสัมพันธ์สู่ที่ตั้งตามธรรมชาติและเกิดเป็นความโดดเด่นอย่างสากลซึ่งเราเรียกแหล่งมรดกโลกประเภทนี้ว่า ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม (Cultural Landscape) จากข้อมูลของอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติในหมวดที่ 1 มาตราที่ 1 ตามวัตถุประสงค์แห่งอนุสัญญา “มรดกทางวัฒนธรรม” มีความหมายครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

1) อนุสรณ์สถาน ผลงานทางสถาปัตยกรรม ผลงานทางประติมากรรมหรือจิตรกรรม ส่วนประกอบ หรือโครงสร้างของโบราณคดีธรรมชาติ จารึก ถ้าที่อยู่อาศัย และร่องรอยที่ผสมผสานกันของสิ่งต่างๆ ข้างต้น ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากล ในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์

2) กลุ่มอาคาร กลุ่มของอาคารที่แยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะทางสถาปัตยกรรม หรือโดยความสอดคล้องกลมกลืน หรือโดยสถานที่จากสภาพภูมิทัศน์ ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากล ในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์ แหล่งผลงานที่เกิดจากมนุษย์หรือผลงานที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติและบริเวณอันรวมถึงแหล่งโบราณคดี ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากล ในมิติทางประวัติศาสตร์สุนทรียศาสตร์ ชาติวงศ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา

2.4.3 หลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลก

ในการศึกษานี้จะกล่าวถึงเพียงมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการประเมินคุณค่าให้เป็นแหล่งมรดกโลก จะต้องมีความสมบัติข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อ ตามหลักเกณฑ์มาตรฐาน (World Heritage Criteria) ดังนี้

1) เป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์ เช่น ปิระมิดในอียิปต์ หรือแม้กระทั่งอาคารชินีโยโอเปร่า ในออสเตรเลีย

2) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวน และภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งได้เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่ใดๆ ของโลกซึ่งทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

3) เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรม หรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว

4) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ

5) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของวัฒนธรรมมนุษย์ ขนบธรรมเนียมประเพณีแห่งสถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งเสื่อมสลายได้ง่ายจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมตามกาลเวลา

มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ หรือมีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์

2.4.4 เมืองเก่ากับงานสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ และคณะทำงานด้านเมืองสร้างสรรค์ TCDC (2563) สรุปได้ว่าในประเทศไทยได้จำแนกเมืองสร้างสรรค์แตกต่างจากประชาคมโลกที่กำหนดโดย UNESCO เพราะประเทศไทยมีมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ปรากฏเด่นชัดอยู่ในชุมชน ย่านเก่า และโดยเฉพาะเมืองเก่ามากมายเช่น ภูมิปัญญา ความเชื่อ ศิลปะและองค์ความรู้ด้านหัตถกรรม ดังนั้น TCDC จึงจำแนกงานสร้างสรรค์ 12 สาขา ตามนิยามของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แก่ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย 2) กลุ่มอุตสาหกรรมโฆษณาไทย 3) กลุ่มธุรกิจการให้บริการด้านสถาปัตยกรรมไทย 4) กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย 5) กลุ่มธุรกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียงไทย 6) กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย 7) กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบไทย 8) กลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีของไทย 9) กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ไทย 10) กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย 11) กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดงไทย และ 12) กลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมไทย และเพิ่มอีกอีก 3 กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตามนิยามของ TCDC ได้แก่ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 2) กลุ่มอุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย และ 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทั้งนี้ในการทำงานภาพรวมของประเทศสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้สร้างต้นแบบเมือง และย่านสร้างสรรค์ไว้ ณ ย่านบางรัก กรุงเทพมหานครเพื่อเป็นต้นแบบ และมีแนวคิดที่จะขยายการทำงานสร้างสรรค์สู่ย่านต่างๆ ทั่วประเทศ โดยในปัจจุบันนอกจากจะมีสำนักงาน ณ อาคารไพบรณียกลาง ถนนเจริญกรุงในย่านบางรักแล้ว TCDC ยังขยายสาขาไปยังจังหวัดใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลาในอนาคต นอกจากนี้ยังมีสำนักงานที่เป็นลักษณะ Mini link ในมหาวิทยาลัยต่างๆ อีกกว่า 30 แห่งทั่วประเทศ

เมืองสร้างสรรค์ ย่านสร้างสรรค์ในระดับสากล (มนทิณี ยงวิกุล) ได้เขียนไว้ในเว็บไซต์ของสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (TCDC) ที่รับนโยบายดำเนินการด้านเมืองสร้างสรรค์ในระดับประเทศว่า “เมือง” ที่เอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ การมีปฏิสัมพันธ์และการจัดหาพื้นที่

เพื่อการแสดงออกของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ “เมือง” ที่มีความพร้อมสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ “เมืองสร้างสรรค์” (Creative City) ตามนิยามที่ “อังค์ถัด” หรือ “การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา” (UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development) ให้ไว้ใน Creative Economy Report (2008) หมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่ มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของการทำงานสร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม (ชาร์ลส์ แลนดรี) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมเพื่อการฟื้นฟูเมืองและ ผู้เขียนหนังสือ The Creative City ได้กล่าวไว้ว่า คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมืองเป็นพื้นที่ของความคิดสร้างสรรค์และทำให้เกิดพลวัตขึ้นในสังคมเมือง ดังนั้นความเป็นท้องถิ่นที่สื่อสารออกมาทางศิลปะในรูปแบบต่างๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทรัพยากรสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

ริชาร์ด ฟลอริดา ผู้ให้นิยามกลุ่มมวลชนสร้างสรรค์ (Creative Class) กล่าวได้ว่า กลุ่มมวลชนสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญอย่างยิ่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าว “เมือง” ต่างๆ จึงต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูด รักษาและสร้างกลุ่มมวลชนสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนาสภาพแวดล้อมเมือง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางธุรกิจที่เอื้อต่อการลงทุนและพัฒนา ธุรกิจสร้างสรรค์ และให้ความสำคัญกับส่วนที่สำคัญที่สุดคือ การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวางแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้เมืองมี ความพร้อมในเชิงเอกลักษณ์และบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายควบคู่ไป กับการพัฒนาเมืองด้านกายภาพ

2.5 กรอบของกฎหมายในการอนุรักษ์และพัฒนาย่านชุมชนเก่า

การอนุรักษ์และพัฒนาย่านชุมชนเมืองเก่าต้องอาศัยการเชื่อมโยงกฎหมายหลายฉบับ เพื่อสร้างกรอบกฎหมายที่ครอบคลุมในทุกมิติเกี่ยวกับการอนุรักษ์และดูแลรักษาย่านชุมชนเมืองเก่า ทั้งนี้ระเบียบ กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองในประเทศไทยสามารถประมวลได้ดังนี้

1) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มีการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน และชุมชนในการพัฒนาในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยให้ความสำคัญแก่ประชาชนและชุมชน ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2) พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 เป็นการกำหนดอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะ การบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 กำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การกระจายอำนาจการจัดการสิ่งแวดล้อมไปสู่ระดับจังหวัด และท้องถิ่น การจัดตั้งกองทุนสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนบทบาทขององค์กรพัฒนาเอกชนในการ

จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการจัดทำแผนการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

4) พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2544 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และระเบียบกรมศิลปากรว่าด้วยการอนุรักษ์โบราณสถาน พ.ศ. 2528 มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่พบในพื้นที่ย่านชุมชนเก่า จึงเป็นกฎหมายคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม สามารถใช้เป็นหลักการในการขึ้นโบราณสถาน โบราณวัตถุ เพื่อความสะดวกในการดูแล และจัดการภายในพื้นที่

5) พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2525 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2535 และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการวางผังเมืองโดยตรง โดยกล่าวถึงคณะกรรมการผังเมือง การสำรวจเพื่อวางแผนและจัดทำผังเมืองรวม หรือผังเฉพาะ การบังคับใช้ผังเมืองรวม การวางและจัดทำผังเมืองเฉพาะ คณะกรรมการบริหารการผังเมืองท้องถิ่น การรื้อย้าย หรือดัดแปลงอาคาร

6) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2543 และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง กฎหมายนี้เป็นการช่วยในการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน การกำหนดมาตรการต่างๆ ภายในเขตการใช้ประโยชน์ที่ดินดังกล่าวจึงต้องดำเนินการให้สอดคล้องกัน รวมทั้งการออกกฎกระทรวงเพื่อควบคุมการก่อสร้างอาคาร การใช้หรือเปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิดบางประเภทด้วย

7) พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 มีเจตนาเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี มีความเป็นอยู่ที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิต ทั้งป้องกันและปราบปรามไม่ให้ผู้ใดกระทำการใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้อื่น

8) พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ได้กล่าวถึงลักษณะอาคาร และสถานที่ตั้งสถานที่บริการ ไม่ให้ไปกระทบต่อสถานที่สำคัญทางศาสนา การศึกษา การสาธารณสุข และย่านที่อยู่อาศัย

จากระเบียบ กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองข้างต้น สามารถกำหนดกรอบของกฎหมายออกเป็น 3 กรอบดังนี้

1) กรอบกฎหมายเพื่อการอนุรักษ์พื้นที่ อาศัยพระราชบัญญัติ 3 ฉบับ หลัก คือ

1.1 พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และระเบียบกรมศิลปากรว่าด้วยการอนุรักษ์โบราณสถาน พ.ศ. 2528

1.2 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

1.3 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542

2) กรอบกฎหมายเพื่อการรักษาสภาพแวดล้อม อาศัยพระราชบัญญัติ 1 ฉบับ คือ

2.1 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 และ 2 ฉบับเสริม คือ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509

3) กรอบกฎหมายเพื่อการวางผังเมืองชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม อาศัยพระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. 2518

2.6 ร่างมาตรฐานและตัวชี้วัด การบริหารจัดการเมืองเก่า

จากข้อกำหนดเอกสารเกี่ยวกับเมืองเก่า (ร่าง มาตรฐานและตัวชี้วัด การบริหารจัดการเมืองเก่า) ของ สผ.ตามมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

1) มาตรฐานที่ 1 คุณค่าความสำคัญของเมืองเก่า

1.1 การศึกษาคุณค่าของเมืองในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถาปัตยกรรม (ดูมาตรฐานวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง)

1.2 การจัดทำ คำแถลงความสำคัญ (Statement of Significance) และเผยแพร่สู่สาธารณะ (ดูวิธีการจัดทำคำแถลงความสำคัญ)

1.3 การสำรวจและบันทึกหลักฐานที่สะท้อนคุณค่าความสำคัญ ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (ดูวิธีการสำรวจและจัดทำแผนที่มรดกวัฒนธรรม)

1.4 การจัดทำระบบฐานข้อมูลและบัญชีหลักฐานที่สะท้อนคุณค่าความสำคัญซึ่งเป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรมที่บูรณาการกับฐานข้อมูลการพัฒนาเมือง (เช่น แผนที่ GIS แผนที่ภาษี Atlas)

1.5 การประกาศและรับรองแหล่งมรดกวัฒนธรรมทั้งระดับชาติและท้องถิ่น (เช่น การขึ้นทะเบียนโบราณสถาน การขึ้นบัญชีแหล่งมรดกฯ ในท้องถิ่น)

1.6 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งมรดกในพื้นที่

2) มาตรฐานที่ 2 วิธีการอนุรักษ์ที่รักษาและส่งเสริมคุณค่าความสำคัญให้คงอยู่ต่อเนื่อง

2.1 การใช้วิธีการอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าความสำคัญที่มาจากการวิเคราะห์อย่างรอบคอบ

2.2 การใช้วัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิมหรือทดแทนของเดิมโดยไม่ทำลายคุณค่าความสำคัญ

2.3 มีช่างก่อสร้างที่มีฝีมือและชำนาญงานด้านการอนุรักษ์อาคาร

2.4 ใช้เทคนิควิธีการก่อสร้างและ/หรือซ่อมแซมแบบดั้งเดิมหรือใกล้เคียง

2.5 การจัดทำบัญชีช่างฝีมือที่สามารถซ่อมแซมอาคารในพื้นที่

2.6 มีแหล่งผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม

2.7 การฝึกอบรมสืบทอดช่างฝีมือในการซ่อมแซม

3) มาตรฐานที่ 3 มาตรการในการปกป้องและส่งเสริมมรดกวัฒนธรรม

3.1 ใช้กฎหมายเพื่อกำหนดขอบเขตพื้นที่เมืองเก่า (กฎหมายสิ่งแวดล้อม ผังเมือง ควบคุมอาคาร)

3.2 กฎหมายเพื่อการปกป้องอาคาร (ห้ามรื้อถอนทั้งที่ขึ้นและไม่ขึ้นทะเบียนโบราณสถาน) สิ่งก่อสร้างและสถานที่ที่มีคุณค่า (กฎหมายโบราณสถาน ผังเมือง ควบคุมอาคาร)

3.3 กฎหมายเพื่อควบคุมกิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดิน

3.4 แนวทางในการอนุรักษ์อาคารที่มีคุณค่า การพัฒนาอาคารอื่นและอาคารที่จะก่อสร้างใหม่ด้านความสูง ขนาด รูปแบบ วัสดุ ฯลฯ

3.5 มีกระบวนการกลั่นกรองรูปแบบอาคารระดับท้องถิ่น

3.6 จัดหามาตรการแรงจูงใจ การลดภาษี การให้รางวัล การโอนสิทธิการพัฒนา

4) มาตรฐานที่ 4 การบริหารจัดการ

4.1 ประกาศเขตเมืองเก่าโดยอยู่ในบัญชีเมืองเก่าที่ได้รับความเห็นชอบจาก ครม. ตามระเบียบ สนย.

4.2 การจัดตั้งคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าระดับจังหวัด ตามระเบียบ สนย.

4.3 มีแผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนาสำหรับเมืองเก่าที่มีการรับรองอย่างเป็นทางการ

4.4 กำหนดให้การรักษาคคุณค่าเมืองเก่าเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาและ/หรือแผนยุทธศาสตร์เมืองและจังหวัด

4.5 มีการกำหนดให้แผนงานหรือโครงการเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเมือง

4.6 หน่วยงานระดับท้องถิ่นมีการตั้งงบประมาณเพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามแผนงานอย่างต่อเนื่อง

4.7 การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดกรอบรูปแบบโครงการของภาคเอกชนในระดับท้องถิ่น

4.8 มีการจัดตั้งหน่วยงานและ/หรือบุคลากรในการบริหารงานด้านอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่า

5) มาตรฐานที่ 5 โครงการพัฒนาขนาดใหญ่ที่สอดคล้องกับคุณค่าเมืองเก่า

โครงการที่อยู่ในข่ายได้แก่โครงการพัฒนาที่อาจมีผลกระทบต่อคุณค่าเมืองเก่าในเรื่องดังต่อไปนี้

- การสัญจรระดับเมือง เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์และก่อสร้างถนน ทางเท้า ตรอก ซอย
- การคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ เช่น ทางด่วน รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน สถานีขนส่ง ท่าเทียบเรือ คลังสินค้า ศูนย์คมนาคมขนส่ง (TOD)
- สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ศูนย์ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ หอประวัติศาสตร์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

- ที่โล่ง เช่น สวนสาธารณะขนาดใหญ่ ลานกิจกรรม ลานวัฒนธรรม

- สาธารณูปโภค เช่น ระบบระบายน้ำ บำบัดน้ำเสีย การป้องกันน้ำท่วม

5.1 การพัฒนาโครงการจะต้องอธิบายถึงความสอดคล้องและการใช้ความเคารพต่อคุณค่าที่ได้แถลงไว้ในคำแถลงคุณค่าความสำคัญ (SOS) ของเมืองเก่า

5.2 มีการวิเคราะห์และแสดงให้เห็นผลกระทบที่มีต่อเมืองเก่าในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี สถาปัตยกรรม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี เศรษฐกิจและสังคม

5.3 มีแผนงานหรือโครงการที่ลดผลกระทบและความเสี่ยงจากภัยพิบัติในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเมืองเก่า

5.4 ต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองของท้องถิ่น

5.5 ต้องเปิดเผยและประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รับทราบและสร้างช่องทางให้แสดงข้อคิดเห็นได้สะดวก

จากการทบทวนเอกสาร ร่าง มาตรฐานและตัวชี้วัด การบริหารจัดการเมืองเก่า) ของ สผ. สรุปเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ให้เป็นไปตาม มาตรฐานและตัวชี้วัดซึ่งมีจังหวัดลำพูน, จังหวัดน่านและ โครงการกำหนดขอบเขตพื้นที่เมืองเก่า จังหวัดเชียงราย, จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดสตูล ซึ่งทุกจังหวัดได้นำข้อกำหนดเอกสารเกี่ยวกับเมืองเก่า มาใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์เมืองด้วยเช่นกัน

2.7 บริบท ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของเมืองเก่าสงขลา

เมืองเก่าสงขลา ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง มีถนนสายสำคัญนำเดินเที่ยว 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และ ถนนนางงาม เป็นถนนที่ประกอบไปด้วยอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงาม เป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชาวสงขลาผ่านมุมมองทางสถาปัตยกรรม นอกจากนี้แล้ว พื้นที่เมืองเก่าสงขลายังครอบคลุมไปถึงพื้นที่เกาะยอ พื้นที่อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา โดยในอดีตราว 200 ปีก่อน ตัวเมืองสงขลาตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของทะเลสาบ เรียกว่า “เมืองสงขลา ฝั่งแหลมสน” จนกระทั่ง พ.ศ. 2385 จึงขยายมาทางฝั่งทิศตะวันออกบริเวณตำบลบ่อยาง เรียกกันว่า “เมืองสงขลา ฝั่งบ่อยาง” โดยเริ่มแรกมีถนนสองสายคือ ถนนนครนอก เป็นถนนเส้นนอกติดกับทะเลสาบ และถนนนครใน เป็นถนนเส้นในเมือง ต่อมา มีการตัดถนนสายที่สามเรียกว่าถนนเก้าห้องหรือย่านเก้าห้อง เพื่องานสมโภชเสาหลักเมือง ต่อมาเรียกกันว่า ถนนนางงาม

ปัจจุบัน ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ มีห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์ ชิโนโปรตุกีส และยังมีอาคารตึกแถวแบบจีนโบราณของชาวจีนฮกเกี้ยน อยู่ปะปนกันทั้งสองฟากฝั่งถนน โดยอาคารหลายหลังมี การปรับปรุง ทาสีใหม่ แต่ไม่ได้เปลี่ยนแปลง โครงสร้างของอาคารอาคารเก่าเหล่านี้สะท้อนภาพการเป็นเมืองสำคัญด้านการปกครอง และทาง เศรษฐกิจมา แต่ครั้งสมัยธนบุรีอีกทั้งการเป็นเมืองท่าติดทะเลทำให้ได้รับวัฒนธรรมจากหลากหลาย เชื้อชาติ ผสมผสาน กันเป็นวัฒนธรรมเฉพาะตัวแบบสงขลา ไม่ว่าจะเป็นอาหารการกินหรือสิ่งปลูกสร้าง แม้ ปัจจุบันการค้าขายสมัยใหม่จะ ย้ายไปรวม ฐานที่หาดใหญ่ แต่ทว่าตึกเก่าที่คงสภาพอยู่กัน อย่างหนาแน่นเหล่านี้ ก็เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต และวัฒนธรรมที่ ผสมกลม กลืนกันมา อย่างแนบแน่นยาวนาน

การท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อย่านเมืองเก่าสงขลา ทำให้ย่านนี้คึกคักไปด้วยผู้คน ที่เดินเหินจับจ่ายซื้อของทำให้เศรษฐกิจในย่านนี้มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ทั้งเป็นแหล่งทำมาค้าขายและขณะเดียวกันก็ยังคงวิถีชีวิตในรูปแบบเดิม ทำให้ย่านเมืองเก่ากลายเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางใหม่ๆ ในการปรับตัวรับมือกับการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้นทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก และเพื่อสนองตอบความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว จากเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่กลายเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์โดยตรง โดยการเข้าไปเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมวัฒนธรรมของสังคมที่ตนไปเที่ยวอย่างลึกซึ้งมากขึ้น แนวโน้มเหล่านี้ไปสู่การทบทวนนโยบายและการปรับปรุงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้มุ่งไปในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (ชูเกียรติ นพเกตุ 2542) ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมถูกใช้เป็นแนวทางของท้องถิ่นในการพัฒนาอย่างแพร่หลายเป็นการ

นำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมต่างๆ ของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมนี้เองได้ถูกทำให้เป็นสินค้าเพื่อการบริโภค อย่างไรก็ตามการใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขายในการพัฒนาท้องถิ่นนั้น ชุมชนเองก็ต่างนำเอาสิ่งที่ตนมีอยู่มาใช้เป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ศิลปะพื้นบ้าน, ขนบธรรมเนียมประเพณี, ภูมิหลังของท้องถิ่น, สถาปัตยกรรม, หรือแม้กระทั่งสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น เป็นต้น โดยทรัพยากรเหล่านี้จะมีส่วนสำคัญในการ

2.8 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT

กรอบความร่วมมือการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย IMT-GT

การประชุมระดับผู้นำแผนงานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย ครั้งที่ 10 ระหว่างวันที่ 28-29 เมษายน 2560 ที่ประเทศฟิลิปปินส์ ได้ให้ความสำคัญในการเสริมสร้างประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะในด้านความเชื่อมโยงของโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบต่างๆ ให้สมบูรณ์ ในการสนับสนุนวิสัยทัศน์ 20 ปี ของอาเซียน และยังได้มีการรับรองแผนปฏิบัติการ 5 ปี ซึ่งไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และการพัฒนาที่ยั่งยืน เน้นความร่วมมือของกลุ่มสมาชิกอาเซียน ได้แก่ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อลดอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว และยกระดับให้ภูมิภาคนี้เป็น “จุดหมายปลายทางเดียวกัน ” ที่เรียกว่า “Single Tourist Destination” ของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกโดยได้กำหนดให้ปี 2560 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวภูมิภาคอาเซียน ภายใต้ชื่อ “Visit ASEAN at 50” ทั้งนี้รัฐบาลได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี 2558 – 2560 ที่เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีจำนวนมากขึ้น มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวดีขึ้น และการใช้จ่ายต่อรายได้สูงขึ้นไปพร้อมๆ กัน โดยมีการวางแผนส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวไทยสู่การเป็น “จุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ” หรือ “Quality Leisure Destination” นอกจากนี้ตามแผนการส่งเสริม SME ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) ยังได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนา SME ให้มีบทบาทมากขึ้นในการสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศโดยจะให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของการส่งเสริม SME เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยเร่งการเติบโตทางเศรษฐกิจ ให้วิสาหกิจฐานรากประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ ด้วยการการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงสถานที่จำหน่ายสินค้ากับการท่องเที่ยวในพื้นที่เสริมสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางตลาด ดังนั้น การพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย จึงต้องมีความสอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ.2560 – 2564 รวมถึงนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ASEAN อีกด้วย จึงต้องศึกษาและกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 รวมถึงนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ASEAN ของผู้เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทส่งเสริมสนับสนุนการค้าการลงทุน เพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย

2.9 กรณีศึกษาการบริหารจัดการเมืองเก่า

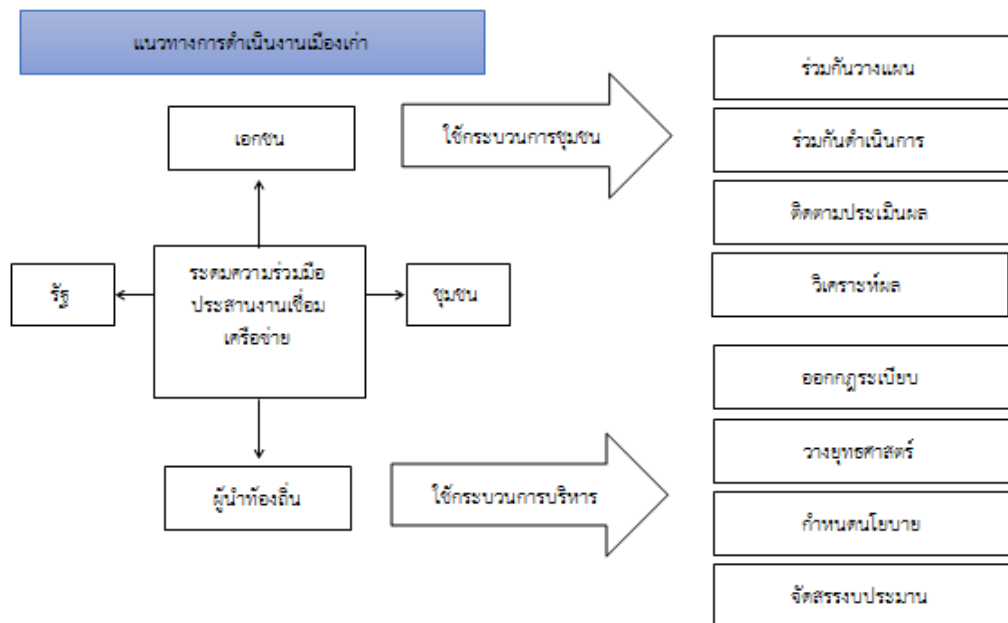
หัวข้อนี้จะยกกรณีศึกษาการบริหารจัดการเมืองเก่า 3 สถานที่ ได้แก่ เมืองเก่าจังหวัดน่าน เมืองเก่าฮอยอัน และเมืองหลวงพระบาง โดยเมืองเก่าในจังหวัดน่านนั้นถือว่ามีสถานะเดียวกับเมืองเก่าสงขลา กล่าวคืออยู่ในรายชื่อเมืองเก่า 10 เมืองที่จัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 ดังที่กล่าวไปแล้วในหัวข้อที่ 5 และมีแนวคิดผลักดันให้เป็นเมืองมรดกโลกเช่นเดียวกับเมืองเก่าสงขลา ทั้งยังประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการเมืองเก่าแล้ว กรณีตัวอย่างเช่น การอนุรักษ์พัฒนาแหล่งเมืองเก่าบริเวณใจเมืองน่าน และเวียงพระธาตุแช่แห้ง จึงควรค่าแก่การศึกษา ส่วนเมืองเก่าฮอยอันในประเทศเวียดนาม และเมืองหลวงพระบางในประเทศสาธารณรัฐประชาชนลาว ที่ได้รับการประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลกแล้ว ควรแก่การศึกษาเป็นตัวอย่างว่าเมืองเหล่านี้มีการบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่าและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างไร และมีผลกระทบอะไรบ้างจากการเป็นเมืองมรดกโลก เพื่อให้เห็นผลดีและผลเสียโดยรวม และนำบทเรียนจากที่อื่นมาศึกษาและหาทางป้องกันไม่ให้เมืองเก่าสงขลาตกอยู่ในปัญหาเช่นนั้น

2.9.1 กรณีศึกษาเมืองเก่าน่าน

ข้อมูลในหัวข้อนี้เป็นการสรุปความจากชุดความรู้ด้านการอนุรักษ์ พัฒนา และบริหารจัดการเมืองเก่า เล่มที่ 6 บทเรียนการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่า กรณีศึกษา โดยสำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2554) นำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1) การดำเนินการก่อนเป็นเมืองเก่าน่าน กระบวนการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าจังหวัดน่าน เป็นการร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งภาคประชาชน ภาครัฐ และภาคเอกชน ภาคส่วนหลักๆ ประกอบด้วย 2 ภาคส่วน คือ ภาคประชาชนที่เรียกว่า “ประชาคมน่าน” และหน่วยงานภาครัฐคือ “หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรมท้องถิ่นจังหวัดน่าน” จัดตั้งขึ้นตามแผนพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมตามมติคณะรัฐมนตรี

การร่วมมือการระหว่างภาคประชาชนกับภาครัฐของชาวน่านดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามแผนงานโครงการของหน่วยอนุรักษ์ฯ โดยทางหน่วยอนุรักษ์ฯได้กำหนดแนวทางดำเนินงานไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เน้นให้ทุกผ่านส่วนในจังหวัดน่านมีส่วนร่วม มีกระบวนการ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์” ดังแผนภูมิแนวทางการดำเนินงานเมืองเก่าต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 แสดงแนวทางการดำเนินงานเมืองเก่า
ที่มา : จะเด็จ อินสว่าง (2554)

จากแผนภูมิดังกล่าว การดำเนินงานของหน่วยงานอนุรักษ์ฯ ได้ใช้กระบวนการชุมชนหรือกระบวนการเครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการประชุมสัมมนาตามแผนงานของหน่วยอนุรักษ์ฯ โดยดำเนินการควบคู่ไปกับกระบวนการบริหารโดยภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

1) แนวทางและมาตรการในการอนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่า น่าน จังหวัดน่านมีแนวทางในการบริหารจัดการดังนี้

1.1 ประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้คนเมืองน่านรู้จักคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมทุกประเภทที่ตนเองมีอยู่

1.2 รู้จักสร้างมูลค่า จากสิ่งที่มีคุณค่าต่อวิถีชีวิตและจิตวิญญาณของคนเมืองน่าน ต้องมีแผนและผังแม่บทฯ ในการเข้าไปใช้หรือพัฒนาพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีท้องถิ่น รักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมกับแหล่งศิลปกรรมอย่างเหมาะสมยั่งยืน

1.3 ภาครัฐตั้งแต่ระดับจังหวัด อบจ. อบต. ต้องกำหนดกรอบนโยบาย มีเป้าหมาย และแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการส่งเสริมสนับสนุนภาคเอกชน กำกับดูแลโดยมาตรการของทั้งชุมชนและทางกฎหมาย

หากสามารถปฏิบัติตามแนวทางทั้งหมดนี้ได้ และมีการบริหารจัดการที่ดี แหล่งศิลปกรรม หรือโบราณสถานต่างๆ ในเมืองน่าน จะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น รวมถึงประเทศชาติ

2) ข้อดีและข้อเสียของการเป็นเมืองเก่า สำนักงานวัฒนธรรมของจังหวัดน่านได้ระบุประเด็นข้อดีข้อเสียของการเป็นเมืองเก่าของจังหวัดน่านดังนี้

2.1 ข้อดีของการเป็นเมืองเก่า ได้แก่

(1) การเป็นเมืองเก่าสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ที่สมดุลของการอยู่ร่วมกันของคนกับแหล่งศิลปกรรมและธรรมชาติอย่างกลมกลืน เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

(2) การอนุรักษ์เมืองเก่า มีคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าน่านทำหน้าที่กำหนดทิศทางและวางกรอบการทำงาน การติดตามประเมินทุกอย่าง โดยคณะกรรมการจะต้องเกิดจากการสรรหาบุคคลที่เหมาะสม

(3) เมืองเก่าเป็นแหล่งเรียนรู้และสืบทอดเอกลักษณ์วัฒนธรรมประเพณีแบบน่านให้กับประชาชนชาวน่าน ชาวไทย และชาวต่างชาติ

(4) เมืองเก่าเป็นจุดเริ่มต้นของการร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์และพัฒนาของจังหวัดน่าน

(5) การเป็นเมืองเก่าต้องมีสภาพแวดล้อมของชุมชนที่เหมาะสม เพิ่มคุณภาพชีวิตแก่ประชาชน ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ที่ปฏิบัติตามข้อบังคับ ข้อบัญญัติ มีสิทธิประโยชน์ชัดเจนเพื่อสร้างแรงจูงใจในการให้ความร่วมมือ

(6) การเป็นเมืองเก่าก่อให้เกิดรายได้ของคนในพื้นที่ในลักษณะแหล่งเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม

2.2 ข้อเสียของการเป็นเมืองเก่า ได้แก่

(1) เจ้าของอาคารในพื้นที่เมืองเก่าอาจต้องสละความเป็นส่วนตัวไปบ้าง เช่นเมื่อนักท่องเที่ยวขอมาเยี่ยมชมบ้านที่ตนอาศัยอยู่ หรือเมื่อมีการจัดกิจกรรมในเขตเมืองเก่านอกจากนี้ยังไม่สามารถดัดแปลงบ้านได้ตามใจตนเอง ต้องปฏิบัติตามกฎ กติกาการปรับปรุงดัดแปลงอาคารในย่านเมืองเก่า

(2) หน่วยงานราชการและท้องถิ่นในเขตเมืองเก่าต้องปรับวิธีการทำงานจากเดิม ต้องทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นอย่างบูรณาการ และถือความเป็นเจ้าของร่วม การจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอะไรต้องปรึกษาคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าน่าน

(3) การจราจรในเขตเมืองเก่าเน้นการเดินชมและใช้จักรยาน เจ้าของรถใหญ่ต้องเสียสละเลี่ยงไปใช้เส้นทางอื่น

(4) นักท่องเที่ยวที่หลงใหลมามากจะใช้ทรัพยากรหรือสร้างมลภาวะภายในเขตเมืองเก่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องวางแผนรองรับ

กล่าวโดยสรุป การที่จังหวัดน่านประสบผลสำเร็จในการอนุรักษ์และพัฒนาเขตเมืองเก่าน่าน สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการร่วมมือร่วมใจอย่างเข้มแข็งระหว่างประชาชนชาวน่าน ภาครัฐทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น รวมถึงภาคเอกชน มีการจัดสรรบุคคลที่เหมาะสมมาเป็นคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าน่าน มีการวางแผนที่ชัดเจนและปฏิบัติตามแผนอย่างจริงจังเป็นขั้นเป็นตอนและต่อเนื่อง เป็นตัวอย่างที่ดีแก่เมืองเก่าอื่นๆ ในประเทศไทย นอกจากนี้การเป็นเมืองเก่ามีทั้งข้อดีและข้อเสีย ประชาชนจะต้องตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์เมืองเก่าของชุมชน

ตนเอง อาจจะต้องสละความเป็นส่วนตัวเพื่อส่วนรวม ส่วนภาครัฐต้องวางแผนการบริหารจัดการให้ดี การท่องเที่ยวต้องเป็นไปในเชิงอนุรักษ์เพื่อลดผลกระทบทางลบ

2.9.2 กรณีศึกษาเมืองเกาสอยอัน

ข้อมูลในหัวข้อนี้เป็นการสรุปความจากชุดความรู้ด้านการอนุรักษ์ พัฒนา และบริหารจัดการเมืองเก่า เล่มที่ 6 บทเรียนการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่า กรณีศึกษา โดยสำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2554) นำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1) ลักษณะของเมืองฮอยอัน

ฮอยอันเป็นเมืองท่าที่งดงามอยู่ทางภาคเหนือของเวียดนาม ในอดีตฮอยอันเป็นเมืองท่าที่ติดต่อกับค้าขายกับประเทศในแถบเอเชียและทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น จีน และบาทหลวงจากแถบยุโรปก็มาท่องเที่ยวและอาศัยอยู่ในเมืองฮอยอัน นำความหลากหลายทางวัฒนธรรมมายังเมืองแห่งนี้ จุดเด่นทางสถาปัตยกรรมของฮอยอันคือ แนวบ้านไม้ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18 ที่มีอายุกว่า 200 ปี มีลักษณะเป็นแบบเดียวกันกับบ้านไม้ในเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น ยาวเรียงรายเป็นอันดับหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

รัฐบาลเวียดนามประกาศให้ฮอยอันเป็นเมืองประวัติศาสตร์และเป็นสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2528 และเริ่มมีโครงการอนุรักษ์ขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2534 โดยมีการประชุมระดับนานาชาติที่เมืองดานัง หลังจากการประชุมจึงได้มีการสำรวจ และรวบรวมข้อมูลทุกด้าน หลังจากนั้นการซ่อมแซมบ้านเรือนต่างๆ จึงเกิดขึ้นโดยเป็นการดำเนินการร่วมกันในระดับนานาชาติ ซึ่งการซ่อมแซมบ้านแห่งประวัติศาสตร์เริ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2536 ในบ้านเลขที่ 101 จนกระทั่งเดือนเมษายน พ.ศ. 2538 ได้มีการก่อตั้งสมาคมเพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมฮอยอันและมรดกทางสถาปัตยกรรม ที่รู้จักกันในนาม Hoi An Society มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการอนุรักษ์เมืองฮอยอัน มีกิจกรรมในการสนับสนุนเงินเพื่อการซ่อมแซมบ้านประวัติศาสตร์ในฮอยอันด้วย

เมืองฮอยอันได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกเมื่อพ.ศ. 2542 ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม ด้วยเหตุผลว่าเป็นตัวอย่างของเมืองท่าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 15-19 ที่มีการผสมผสานศิลปะและสถาปัตยกรรมทั้งของท้องถิ่นและของต่างชาติไว้ได้อย่างมีเอกลักษณ์ และอาคารต่าง ๆ ภายในเมืองได้รับการอนุรักษ์ให้อยู่ในสภาพเดิมไว้ได้เป็นอย่างดี (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2559)

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองฮอยอัน

ในด้านการบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่ามีผู้บริหารที่มีอำนาจในเมืองฮอยอันคอยวางระเบียบและข้อห้ามต่าง ๆ สำหรับการค้าขาย การทิ้งขยะ และการควบคุมป้าย ซึ่งส่งเสริมความเป็นเมืองฮอยอันให้อยู่ในความเป็นระเบียบเรียบร้อยและน่าประทับใจ

เมืองฮอยอันยังมีศูนย์อนุรักษ์อนุสรณ์สถานฮอยอันเพื่อการจัดการและการอนุรักษ์ ทำหน้าที่อนุญาตในการปรับปรุงบ้านใหม่ และการขยายหรือต่อเติมสิ่งก่อสร้างต่างๆ โดยหน่วยงานดังกล่าวจะตรวจสอบ วางแผนการขยาย และการปฏิสังขรณ์ที่ผู้อยู่อาศัยเป็นผู้ดำเนินการขึ้นด้วยตนเอง ซึ่งปัจจุบันมีผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมจากประเทศญี่ปุ่นมาประจำที่

ศูนย์แห่งนี้ด้วย หน่วยงานนี้ยังทำหน้าที่ดำเนินการวิจัยและสำรวจพื้นที่อนุรักษ์ในฮอยอัน โดยได้รับความร่วมมือจากชาวเวียดนาม และองค์กรต่างประเทศมาจนถึงปัจจุบันนี้

3) การบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่าฮอยอัน

การบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่าฮอยอันมีเป็นตัวอย่างที่ดีในการจัดการพื้นที่อนุรักษ์ดังนี้

3.1 ทางเข้าสู่เมืองฮอยอัน มีป้ายสื่อความหมายบอกให้ทราบว่ากำลังเข้าสู่เขตเมืองเก่า

3.2 มีการเก็บค่าธรรมเนียมก่อนเข้าสู่เมืองฮอยอัน สามารถนำรายได้ไปใช้ในการอนุรักษ์เมืองเก่าได้

3.3 มีการควบคุมอาคารและสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ให้มีความกลมกลืนกัน เช่น ใช้สีอาคารเพียง 2 สี คือสีเหลืองและสีฟ้า อาคารที่สร้างใหม่มีรูปแบบที่เรียบง่ายและใช้สีอ่อนจึงสามารถกลมกลืนไปกับสถาปัตยกรรมในเมืองเก่า เช่นเดียวเสาโคมไฟฟ้าที่มีลักษณะเรียบง่าย สีสนกลมกลืนกับสภาพของเมือง รวมไปถึงทางเท้าใช้วัสดุเรียบง่ายและใช้สีกลมกลืนกับสีของอาคารในเมืองเก่า

3.4 มีการควบคุมปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้เกิดมลภาวะทางสายตา เช่น ควบคุมป้ายร้านค้าให้มีขนาดเล็ก และใช้สีน้ำตาลเข้ม กลมกลืนไปกับอาคารในพื้นที่เมืองเก่า ส่วนป้ายไฟฟ้าและป้ายชื่อนถนนมีขนาดเล็ก ไม่รบกวนสายตา บริเวณสะพานญี่ปุ่นซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเมืองฮอยอัน มีการควบคุมไม่ให้มีสิ่งแปลกปลอมมาบดบัง นอกจากนี้ยังมีการนำสายไฟฟ้าลงดินในย่านเมืองเก่าด้วย

3.5 มีระเบียบเกี่ยวกับการทิ้งขยะ ห้ามทิ้งขยะบนถนน การเก็บขยะมูลฝอยใช้คนเข็นรถบรรทุกขยะซึ่งสะดวกในการเก็บขน และไม่น่ารังเกียจต่อผู้พบเห็น ส่วนถังขยะออกแบบให้เรียบง่าย สีสนกลมกลืนกับอาคารเมืองเก่า และขนาดไม่ใหญ่ เก็บขนง่าย

3.6 สภาพแวดล้อมในเมืองเก่าได้รับการดูแลอย่างดี ให้สำคัญกับธรรมชาติ หักน้ำในแม่น้ำมีคุณภาพ มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวโดยการปลูกต้นไม้ตามอาคารต่างๆ สร้างบรรยากาศร่มรื่นและทัศนียภาพที่สวยงาม

3.7 อาคารที่ปรับปรุงใหม่มีการคงรูปแบบเดิม วัสดุเหมือนเดิม และมีมือช่างเดิมเพื่อคงความแท้

3.8 การสัญจรในเขตเมืองเก่าฮอยอันใช้การเดินเท้า รถจักรยาน และรถสามล้อรับจ้างเท่านั้น

3.9 ในด้านการสร้างแรงจูงใจ ผู้บริหารเมืองได้กำหนดให้รางวัลสำหรับการอนุรักษ์แก่ผู้อาศัยที่ดูแลรักษา ซ่อมแซม และอนุรักษ์บ้านของตนได้ดีที่สุด

3.10 ในด้านการอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรม บ้านเก่าในฮอยอันบางหลัง ยามค่ำคืนเปิดเป็นโรงเรียนสอนเด็ก ๆ ให้สามารถขับร้องเพลงพื้นเมืองได้

เห็นได้ว่าเมืองเก่าฮอยอันเป็นตัวอย่างที่ดีในการศึกษาการบริหารจัดการเมืองเก่า โดยมีหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการอนุรักษ์อาคาร มีสมาคมที่คอยสนับสนุนเงินในการซ่อมแซมอาคาร มีผู้บริหารเมืองและมีความร่วมมือจากประชาชนชาวเวียดนาม เป็นการร่วมมือกันทุกภาคส่วน และ

การบริหารจัดการพื้นที่ก็ดำเนินไปตามหลักเกณฑ์สำคัญ ได้แก่ การรักษาสภาพแวดล้อมภายในเมือง
เก่าให้สะอาดและน่าดูชม เช่น ปลุกต้นไม้ตามอาคาร ดูแลแม่น้ำลำคลองให้สะอาด มีการจัดการขยะ
ส่วนการสัญจรเน้นการเดินเท้าและยานพาหนะขนาดเล็ก อาคารและสิ่งปลูกสร้างมีการใช้สีและวัสดุที่
กลมกลืนกัน การบำรุงซ่อมแซมใช้สี วัสดุ และฝีมือช่างเดิมเพื่อรักษาความแท้ มีการควบคุมไม่ให้เกิด
มลภาวะทางสายตา เป็นต้น การอนุรักษ์อย่างถูกต้องนอกจากจะสามารถดำรงคุณค่าเมืองที่มีความ
เจริญมากกว่า 400 ปี ยังช่วยรักษาหลักฐานทางประวัติศาสตร์ให้ดำรงอยู่ และการบริหารจัดการที่ดี
ทำให้ประวัติศาสตร์สอดคล้องไปกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน และพัฒนาไปเป็นพื้นที่สำคัญทาง
เศรษฐกิจที่สามารถดึงดูดรายได้จากนักท่องเที่ยวได้ด้วย

2.9.3 กรณีศึกษาเมืองหลวงพระบาง

1) ลักษณะของเมืองหลวงพระบาง

หลวงพระบางเป็นพื้นที่ราบขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในแอ่งภูเขาใหญ่ที่มีแม่น้ำขนาด
กลาง 4 สายล้อมรอบ หลวงพระบางเริ่มก่อตั้งขึ้นในสมัยเจ้าฟ้าจัมในปีพ.ศ. 1896 ภายใต้ชื่อแรกคือ
“กรุงศรีสัตนาคนหุตล้านช้างร่มขาว” ในระยะเวลา 600 กว่าปีที่ผ่านมา การพัฒนาเมืองหลวงพระ
บางไม่มีความต่อเนื่อง หยุดชะงักเป็นระยะด้วยเหตุผลทางการเมืองและภัยสงคราม จนกระทั่งเมื่อ
สาธารณรัฐประชาชนลาวตกเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศสระหว่างปีพ.ศ. 2436-2490 หลวงพระบาง
ได้รับการฟื้นฟูบูรณะและพัฒนาให้ทันสมัยแบบตะวันตก มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นที่กายภาพ
ของตัวเมืองด้วยการตัดถนนให้เป็นเส้นตรง สร้างทางระบายน้ำสะพานท่าเรือ บูรณะพระราชวัง สร้าง
อาคารบ้านเรือนสมัยใหม่แบบตะวันตก โดยผสมผสานเทคนิคสมัยใหม่เข้ากับวัฒนธรรมชาติ กลายเป็น
สถาปัตยกรรมรูปแบบใหม่ซึ่งคนหลวงพระบางเรียกว่า “อาคารอาณานิคม” หรือ “อาคารแบบหัว
เมืองขึ้น” ในระยะ 54 ปีภายใต้การปกครองของฝรั่งเศสหลวงพระบางได้รับการผสมผสานความเจริญ
แบบตะวันตกให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กลายเป็นมรดกของเมืองที่มีอัตลักษณ์
โดดเด่น การพัฒนาเมืองหลวงพระบางหยุดชะงักลงอีกครั้งเมื่อเกิดสงครามมหาเอเซียบูรพาวยาวไป
จนถึงการยุติสงครามเวียดนาม หลังจากนั้นประเทศเปลี่ยนระบบการเมืองการปกครองสู่ระบบสังคม
นิยมคอมมิวนิสต์

ข้าราชการท้องถิ่นและรัฐบาลกลางต้องการผลักดันให้หลวงพระบางเป็นเมือง
มรดกโลกภายใต้การกำกับดูแลของยูเนสโก และได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกประเภทมรดกทาง
วัฒนธรรมเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2538 ด้วยเหตุผล คือ มีวัดวาอารามเก่าแก่มากมาย มีบ้านเรือนอัน
เป็นเอกลักษณ์แบบอาคารอาณานิคม ตัวเมืองตั้งอยู่ริมน้ำโขงและน้ำคานซึ่งไหลบรรจบกันท่ามกลาง
ธรรมชาติอันงดงาม และชาวหลวงพระบางมีบุคลิกที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร และมีขนบธรรมเนียม
ประเพณีที่งดงาม และยังได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่ได้รับการปกป้องรักษาที่ดีที่สุด ในเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้ (The Best Preserve City in Southeast Asia)

2) การจัดการการท่องเที่ยวในเมืองมรดกโลกหลวงพระบาง

พงษ์ธาดา วุฒิการณ ธิดาตาว วุฒิการณ และชุลีพร วิมุกตานนท์ (2555) ศึกษา
ผลกระทบจากธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมของ
เมืองหลวงพระบาง โดยมีผลการศึกษา แจกแจงได้ดังนี้

2.1 ด้านการวางแผนและจัดการท่องเที่ยว ชาวหลวงพระบางยังไม่มีส่วนร่วมเท่าที่ควร การเสนอแผนงานหรือวางนโยบายบริหารจัดการการท่องเที่ยวผูกขาดในกลุ่มข้าราชการระดับสูงทั้งภายในแขวงหลวงพระบางและรัฐบาลกลาง

2.2 การบังคับใช้ระเบียบกฎเกณฑ์ในเขตพื้นที่อนุรักษ์เป็นไปอย่างเข้มงวด ในลักษณะของมรดกที่เป็นอาคารหรือสถานที่จะต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์มรดกโลกมาตรวจสอบ และต้องได้รับอนุญาต ซึ่งเป็นผลดีต่อการรักษาความดั้งเดิมของสถาปัตยกรรม ส่วนในด้าน การดำรงวิถีชีวิตมีผลดีคือสามารถชะลอการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมโดยการตรึงภาพลักษณ์ของอดีตเอาไว้ แต่กฎระเบียบหลายอย่างอาจเข้มงวดจนขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชน ขัดแย้งต่อการดำรงชีวิตปัจจุบัน และขัดต่อแนวคิดทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.3 ด้านเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงจากแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์เป็นระบบทุนนิยมที่ซับซ้อน เพราะมีนักลงทุนจากหลากหลายเชื้อชาติเข้ามาทำธุรกิจที่เมืองหลวงพระบาง โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารเครื่องดื่ม ธุรกิจท่องเที่ยว หลวงพระบางจึงกลายเป็น “เมืองใหม่ในอัตลักษณ์เก่า” คือมีคนจากหลากหลายเชื้อชาติเข้ามาทำธุรกิจ ผลประโยชน์จึงตกอยู่กับคนชาติอื่นไม่ได้ อยู่ในมือคนพื้นถิ่นเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการสร้างวัฒนธรรมใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น “กาดมิด” ซึ่งเป็นตลาดกลางคืน ตลาดในแบบเดิมของเมืองหลวงพระบางคือตลาดสด ซึ่งมีเฉพาะช่วงเช้าก่อนเที่ยงวันเท่านั้น เป็นต้น

2.4 สภาพเศรษฐกิจที่ขยายตัวต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพในเขตพื้นที่มรดกเมืองหลวงพระบางให้ถีบตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

2.5 ปัญหานักท่องเที่ยวจำนวนเข้ามาใช้ทรัพยากรในเขตพื้นที่มรดกที่มีขนาดเพียง 8.14 ตารางกิโลเมตร มีปัญหาขยะล้นเมือง การท่องเที่ยวเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ

ขณะที่นาฎยา ชาววัน คณะนิเทศศาสตร์ โสภณ และบุญยัง หมั่นดี (2560) ศึกษาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกหลวงพระบาง และมีผลการศึกษานำเสนอตามรูปแบบของธุรกิจ สรุปความได้ดังนี้

1) ธุรกิจที่พัก ด้วยกฎระเบียบในการรักษามรดกโลกของยูเนสโกและสภาพภูมิประเทศที่เป็นที่ราบกลางหุบเขาทำให้เขตมรดกหลวงพระบางไม่สามารถสร้างอาคารสูง ที่พักส่วนใหญ่เป็นเรือนพักหรือเรือนพัก (Guest House) และเป็นของประชาชนท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ หลังจากหลวงพระบางประกาศเป็นเขตมรดกโลกที่พักก็มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตมรดกหลวงพระบางค่อนข้างหนาแน่น ส่วนใหญ่เป็นกิจการของชาวต่างชาติ เนื่องมาจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของชาวต่างชาติแบบร้อยละร้อย

ทำให้มีการจ้างงานคนท้องถิ่นมากขึ้น เมื่อประกาศเป็นมรดกโลกมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น คนท้องถิ่นเกิดอาชีพใหม่คือการขายอาหารตักบาตร โดยเฉพาะการตักบาตรข้าวเหนียวยามเช้า

3) ธุรกิจการขนส่ง การเที่ยวชมสถานที่ในตัวเมืองมีทั้งเดินเท้า ขี่จักรยาน และจักรยานยนต์ โดยสารรถสามล้อ รถตุ้ และนั่งเรือชมทัศนียภาพริมฝั่งโขง คนท้องถิ่นเกิดอาชีพรับส่งนักท่องเที่ยว

4) ธุรกิจการขายสินค้าที่ระลึก ตลาดมืด (ตลาดกลางคืน) เริ่มเปิดเวลา 17.00 น. เป็นช่องทางเพิ่มรายได้กับกลุ่มพนักงานและคนที่ทำอาชีพค้าขายอยู่แล้ว

5) ธุรกิจการบริการการท่องเที่ยว มีทั้งบริษัทสาขาที่มาจากเวียดนามหรือจีน รวมถึงเครือข่ายที่อาจมีประเทศอื่นด้วย ประชาชนท้องถิ่นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริการท่องเที่ยวมีทั้งเป็นเจ้าของกิจการ ให้เช่าพื้นที่เพื่อดำเนินการ รับจ้างอิสระ และเป็นพนักงานประจำสำนักงาน

6) ครัวเรือนที่ไม่มีธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผลกระทบทางบวกคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้น เช่น ระบบการโทรคมนาคม การขนส่งไฟฟ้า การรักษาความปลอดภัย สินค้าและบริการต่างๆ ผลกระทบทางด้านลบคือการดำรงชีวิตของคนพื้นถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงอาชีพ การแข่งขันสูง วิถีชีวิตเปลี่ยนไป เช่น ในตอนเช้าชาวบ้านที่เคยตื่นเช้ามาเตรียมอาหารรอใส่บาตรหน้าบ้าน ปัจจุบันเหลือน้อยลงมาก จำนวนรถยนต์มากขึ้น ขยะมูลฝอยมากขึ้น เป็นต้น

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าเมืองมรดกโลกหลวงพระบางนั้นได้รับการอนุรักษ์โบราณสถาน สถาปัตยกรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีไว้อย่างดี เนื่องจากปฏิบัติตามกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ของยูเนสโกอย่างเข้มงวดและเคร่งครัด ในด้านการจัดการการท่องเที่ยวหลวงพระบางจะเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะหลังจากประกาศพื้นที่มรดกโลกนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวที่เมืองหลวงพระบาง ธุรกิจหลักจึงเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่งผลให้คนพื้นถิ่นเดิมต้องทำอาชีพที่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว รัฐบาลเองก็มีนโยบายส่งเสริมให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น แต่ก็ทำให้วิถีชีวิตคนพื้นถิ่นต่างไปจากเดิม ค่าครองชีพในเมืองหลวงพระบางก็ถีบตัวสูงขึ้น ทำให้คนพื้นถิ่นเดิมขายบ้านหรือให้เช่าอาคารแล้วย้ายออกไปหาครอบครัวจะเห็นว่าการท่องเที่ยวหลวงพระบางไม่ได้ดำเนินตามหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คนพื้นถิ่นไม่มีส่วนร่วมหรือมีส่วนร่วมน้อยมากในการวางแผนการท่องเที่ยว การปล่อยให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาเป็นเจ้าของธุรกิจจำนวนมาก คนพื้นถิ่นหลวงพระบางเดิมต้องย้ายถิ่นฐานเพราะกฎระเบียบที่เคร่งครัดและค่าครองชีพที่สูงจนสู้ไม่ไหว สิ่งเหล่านี้กำลังทำให้เมืองหลวงพระบางกำลังสูญเสียความแท้ไป

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ติกาหลัง สุขกุล (2556) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จังหวัดกาญจนบุรี ตลอดจนสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และนักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารการตลาดคือ งบประมาณ ที่ทำให้การสื่อสารการตลาดทำได้ไม่ต่อเนื่อง และสิ่งที่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จังหวัดกาญจนบุรี ชอบมากที่สุดสองอันดับแรก ได้แก่ การจัดแสดงห้องโบราณคดีบ้านเก่า และความชัดเจนของป้ายต่างๆ ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จังหวัดกาญจนบุรีตามลำดับ

ศศิธร เจตานนท์ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยศึกษาข้อมูล 2 ส่วน ทั้งแบบทุติยภูมิ จากเอกสารต่างๆ และแบบปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์

เชิงลึกจำนวน 10 คน โดยแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว และคำถามเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจีน แบ่งได้เป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการจัดการ และด้านหน่วยงานภาครัฐ

อนงค์ พรไศลวรากล และคณะ (2558) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ประกอบไปด้วยจังหวัดพิษณุโลก อุตรดิตถ์ ตาก สุโขทัย และเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,100 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ ได้แก่ การทำบุญ การถ่ายรูป การชมโบราณสถาน การชมธรรมชาติ และการเที่ยวพืชรักษ์ตามลำดับ

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์และคณะ (2558) ทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน โดยมีทัศนคติต่อความสนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท และการรับรู้การสื่อสารการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทประมาณ 3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 1,443 บาท ต่อคน

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ (2559) ทำการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาดต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยท่องเที่ยววิถีไทยไม่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย และแนวทางการท่องเที่ยววิถีไทยควรมุ่งเน้นไปที่ การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายของเอกลักษณ์

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

แผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-method Approach) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยปริมาณ (Quantitative research) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) เพื่อจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT 5) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 6) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยสามารถแสดงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ คือ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในภาพรวมของแผนงานวิจัย ประกอบด้วย 5 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) แกนนำชุมชนและประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) แกนนำชุมชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา จำนวน 15 คน
2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา เทศบาลนครสงขลา สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักศิลปากรที่ 11 สงขลา และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 20 คน

3) หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาศิคนรักเมืองสงขลา สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา หอการค้าจังหวัดสงขลา ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น จำนวน 15 คน

4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ ศักยภาพทรัพยากรในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา (ที่คณะรัฐมนตรีในการประชุมที่ปรึกษาเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553) และประเมินแนวทางในเรื่องของการรองรับนักท่องเที่ยว โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ครอบคลุมพื้นที่ประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลาในเขตพื้นที่หลัก (Core Zone)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในแผนงานวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ส่วน ได้แก่ 1) การสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย ทั้ง 3 โครงการ และ 2) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา แสดงรายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของแผนงานดังนี้

3.3.1 การสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อยทั้ง 3 โครงการ คณะผู้วิจัยแผนงานใช้ฐานข้อมูลที่เป็นผลผลิต (Outputs) ของแต่ละโครงการ ได้แก่

1) ผลผลิต (Outputs) ของโครงการวิจัยย่อยที่ 1 ประกอบด้วย

1.1 ฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิต ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 ข้อมูลประเมินศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิต ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ผลผลิต (Outputs) ของโครงการวิจัยย่อยที่ 2 ประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.2 กิจกรรมท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.3 แผนการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.4 แนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3) ผลผลิต (Outputs) ของโครงการวิจัยย่อยที่ 3 ประกอบด้วย

3.1 บริบทพื้นที่ สถานการณ์การบริหารจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.2 สภาพการณ์ในการบริหารจัดการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.3 แนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.4 แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.3.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

คณะผู้วิจัยใช้กระบวนการ ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ได้แก่ คณะผู้วิจัยโครงการย่อย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

โดยประยุกต์ใช้กระบวนการภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Urban Landscape : HUL) (เชียงใหม่สู่มรดกโลก, 2563 อ้างถึงใน เอลิซาเบธ ไวนซ์, 2550) ตามกระบวนการดังนี้

1. สำรวจและทำความเข้าใจกายภาพและคุณค่าของเมือง
2. การสร้างฉันทามติร่วมของผู้คนในพื้นที่
3. ประเมินจุดอ่อนและผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ
4. บูรณาการคุณค่าและจุดอ่อนของการอนุรักษ์ และผลักดันเข้าสู่แผนพัฒนาเมือง
5. กระตุ้นให้ทุกคนจัดลำดับความสำคัญของการอนุรักษ์ให้เท่าเทียมกับการพัฒนา
6. สร้างเครือข่ายพันธมิตรและแผนการจัดการในระดับท้องถิ่น

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากเอกสาร (documentary research) แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร หนังสือ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจ การสังเกต การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ขั้นสำรวจและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการสำรวจรวบรวมข้อมูลจากแผนแม่บทผังแม่บทการอนุรักษ์ แผนพัฒนาบริเวณเมืองเก่าสงขลา ศึกษาข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวิถีชีวิต ในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม และพื้นที่เชื่อมโยงถัดไปศึกษาข้อกำหนดและเกณฑ์เกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Landscape), ศึกษาหลักเกณฑ์ด้าน ข้อกำหนดและเกณฑ์ที่เกี่ยวกับมรดกทางด้านสถาปัตยกรรม, ข้อกำหนดเกี่ยวกับเมืองเก่า ร่างมาตรฐานการบริหารจัดการ ของ สม., การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์ (Historic Urban Landscape), ศึกษาข้อกำหนด หลักเกณฑ์แนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว (GSTC) และแนวทางขั้นตอนดำเนินการอนุรักษ์แนวทางการประเมินคุณค่า (The Burra Charter) รวมถึงเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) ขั้นศึกษาข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลผลผลิต (Outputs) ของโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ

3) ขั้นตอนการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group discussion) ร่วมกับ ผู้นำชุมชน เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและพื้นที่เชื่อมโยง รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นจากตัวแทนภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) รับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้ง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อรับฟังแนวคิดโดยภาพรวมในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

5) ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งได้จากการศึกษาจากเอกสารและวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสำรวจข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อย มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล คัดกรองข้อมูลและจัดแยกเป็นประเด็นต่างๆ วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ตามประเด็นที่ค้นพบ (topic) แล้วนำมาพรรณนาเชิงอุปนัย (inductive) และใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล(Methodological Triangulation) (สุรางค์ จันทวานิช, 2552) กล่าวคือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะที่ต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้มามีความเหมือนกันหรือไม่

6) ขั้นตอนการจัดทำข้อมูลและรายงานผลการศึกษาโครงการวิจัย นำเสนอผลงานด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีภาพประกอบแผนที่มรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และแนวทางการพัฒนาศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรม ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน(รูปแบบแผนนโยบาย) ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และสถาปัตยกรรม โดยฐานข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยจะเก็บไว้ในส่วนของ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา เทศบาลนครสงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลด้านสถาปัตยกรรม ด้านการตลาด และด้านการท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยในแต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่น และความหลากหลายในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน

ผลการดำเนินการเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยประกอบไปด้วย 6 วัตถุประสงค์หลักดังนี้

1. เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
2. เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
3. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. แนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5. เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
6. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.1.1 ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา จากกรอบงานวิจัยทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิต โดยการพิจารณามรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ลักษณะเด่นที่นำมาพิจารณา ได้แก่ 1) อายุของอาคาร 2) รูปแบบของอาคาร 3) ลักษณะของการใช้งานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

จากการพิจารณาลักษณะเด่นของมรดกทางวัฒนธรรม พบจำนวน 40 หลัง นำมรดกทางวัฒนธรรมทั้ง 40 หลัง ทบทวนมรดกภูมิปัญญา ดังนี้

1) มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) ประกอบด้วยรูปแบบสถาปัตยกรรม ที่ตั้ง การใช้สอยอาคาร โครงสร้าง วัสดุ การเปลี่ยนแปลงของอาคาร และอายุของอาคาร

2) มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ประกอบด้วย วัฒนธรรม ความเชื่อ หรืออาชีพ ที่อยู่ภายในตัวอาคาร ทำให้สถาปัตยกรรมยังคงมีชีวิตโดยมีวัฒนธรรมสอดแทรกอยู่

มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) ประกอบด้วยรูปแบบสถาปัตยกรรม ที่ตั้ง การใช้สอยอาคาร โครงสร้าง วัสดุ การเปลี่ยนแปลงของอาคาร และอายุ

ของอาคารจากการทบทวนมรดกภูมิปัญญาและการทบทวนการประเมินคุณค่า The Burra Charter และนำมาเป็นเกณฑ์การประเมินผลคุณค่า 5 ด้าน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงการประเมินมรดกวัฒนธรรมจากเกณฑ์คุณค่า The Burra Charter

ASSETS (ATTRIBUTES)	VALUES				
	Aesthetic	Historic	Scientific	Social	Spiritual
ด้านโบราณสถาน					
1. กำแพงเมืองสงขลา	●	●	●		
2. ป้อมปราการ	●	●	●		
3. ท่าเทียบเรือ		●	●		
ด้านศาสนสถาน					
1. ศาลเจ้า	●			●	●
2. วัด	●			●	●
3. มัสยิด	●			●	●
ด้านสถาปัตยกรรม					
1. รูปแบบไทย	●	●			
2. รูปแบบจีน	●	●			
3. รูปแบบฝรั่ง	●	●			

ตารางที่ 4.2 แสดงการประเมินคุณค่าวัฒนธรรม

บ้านเลขที่	ภาพประกอบ	รูปแบบอาคาร	การประเมินคุณค่า	
			วัฒนธรรมที่จับต้องได้	วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
108 ถ.นางงาม		จีนร่วมสมัย	- ตัวอาคารมีช่วงอายุ 80-100 ปี - สภาพอาคารปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงน้อย (จากการสัมภาษณ์) - ปัจจุบันยังคงรักษาบ่อน้ำกลางบ้าน ใช้สำหรับซักล้างและรดน้ำต้นไม้ - ภายในอาคารมีการค้าขายซาลาเปาลูกใหญ่ แต่จะเปิดขายในช่วงเทศกาลที่สำคัญของพื้นที่เมืองเก่า - ยังคงแผ่นเครื่องเล่นเสียงในอดีต	- ในอดีตตัวอาคารมีประวัติศาสตร์ของการเป็นบาร์หรือสถานบันเทิงที่มีผู้รู้จัก - ความเชื่อเรื่องของการเปิดบ่อน้ำไว้เรื่องทรัพย์สินเข้าบ้าน - ในประเพณีไหว้พระจันทร์ จะออกมาทำพิธีบริเวณกลางบ้านที่มีบ่อน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่โล่งและสามารถเห็นดวงจันทร์ได้ชัดเจน
94 ถ.นครใน		จีนพาณิชย์	- ตัวอาคารมีอายุ 80-100 ปี - สภาพอาคารมีการดัดแปลงน้อย - โครงสร้างอาคารยังมีความสมบูรณ์ รวมถึงสภาพภายนอกอาคาร - ตรงกลางบ้านมีบ่อน้ำ เป็นพื้นที่โล่งจะมีพื้นที่สวนกลางบ้าน - ประกอบกิจการขายสังฆทานมา 3ชั่วอายุคน	- ทุกคนในครอบครัวเป็นเชื้อสายจีน แต่เลือกขายเครื่องสังฆภัณฑ์ เนื่องจากอดีตต้นตระกูลเป็นผู้ริเริ่มนำเข้ามาขายในพื้นที่ จึงมีการสืบทอดกิจการต่อๆ กันมาจนถึงปัจจุบัน - ความเชื่อเรื่องของการเปิดบ่อน้ำไว้เรื่องทรัพย์สินเข้าบ้าน - ในประเพณีไหว้พระจันทร์ จะออกมาทำพิธีบริเวณกลางบ้านที่มีบ่อน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่โล่งและสามารถเห็นดวงจันทร์ได้ชัดเจน

ตารางที่ 4.2 แสดงการประเมินคุณค่าวัฒนธรรม (ต่อ)

บ้านเลขที่	ภาพประกอบ	รูปแบบอาคาร	การประเมินคุณค่า	
			วัฒนธรรมที่จับต้องได้	วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
11 ถ.หนองจิก		จีนพาณิชย์	- ตัวอาคารมีอายุ 100 ปีขึ้นไป - ตัวอาคารเป็นตึกแถว 2 ชั้น โดยชั้นล่างไว้สำหรับเปิดร้านขนมไทย บริเวณด้านหน้าอาคาร - สภาพอาคารมีการเปลี่ยนแปลงน้อย ตามช่วงเวลา มีการบูรณะและมีการก่อผนัง และการเปลี่ยนบานกระจกที่สามารถเห็นได้ชัดเจน - ตัวอาคารมีการใช้สอยเป็นร้าน ชื่อร้านจงดี้ ขนมขึ้นชื่อเป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ขนมทองเอกและขนมส้มปั้นนี้ - วัสดุผนังหลังคายังคงเป็นกระเบื้องดินเผาเกาะยอที่มีความสมบูรณ์	- สูตรขนมทองเอกที่มีการเรียนรู้และถ่ายทอดกันมา 2 ช่วงอายุคน เนื้อสัมผัสมีความนุ่มและไม่เหนียว ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะรวมถึงกรรมวิธีการทำที่แตกต่างจากที่อื่น
49 ถ.ยะหริ่ง		ไทยดั้งเดิม	- ตัวอาคารมีอายุ 100 ปีขึ้นไป - วัสดุผนังหลังคาคอนกรีตผสมปูน	- ตัวอาคารค่อนข้างสมบูรณ์มีการเปลี่ยนแปลงน้อย - ปัจจุบันที่ร้านขายอาหารจีน 6 น้ำแกง และมีอาหารพื้นบ้านของชาวปักษ์ใต้ที่รสชาติจัดจ้าน

ตารางที่ 4.2 แสดงการประเมินคุณค่าวัฒนธรรม (ต่อ)

บ้านเลขที่	ภาพประกอบ	รูปแบบอาคาร	การประเมินคุณค่า	
			วัฒนธรรมที่จับต้องได้	วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
152 ถ.นครใน		จีนพาณิชย์	- อาคารมีช่วงอายุ 100 ขึ้นไป - สภาพอาคารปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงน้อย ยกเว้นบริเวณประตูทางด้านหน้าของอาคารที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน - ใช้อาคารในการพักอาศัยและค้าขายกล้วยทับ ที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนนักท่องเที่ยว - ภายในอาคารมีระบบโครงสร้างที่สามารถเข้าไปศึกษาได้ทั้งการฉาบปูน ประตูและพื้นกระเบื้องดิน	- มีการคิดค้นสูตรทำขนมกล้วยทับเกิดขึ้นที่นี่ - สมาชิกในบ้านยังคงประกอบพิธีที่สำคัญของชาวจีน คือ พิธีไหว้พระจันทร์
199-203 ถ.นครใน		จีนร่วมสมัย	- ตัวอาคารมีอายุ 80-100 ปี - ตัวอาคารเป็นตึกแถว 3 ชั้น โดยชั้นล่างไว้สำหรับค้าขาย - สภาพอาคารมีการเปลี่ยนแปลงน้อย - ประกอบกิจการของแห้งและของฝากพื้นบ้าน เช่น ข้าวเกรียบกุ้ง-ปลา กะปิ บวด และพริกเผา เป็นต้น ชื่อร้านสินอตุลย์พันธ์	- ทุกคนในครอบครัวเป็นเชื้อสายจีน เลือกรายและผลิตของแห้ง เพราะในอดีตเห็นถึงความสำคัญของการถนอมอาหารให้อยู่ได้นาน และสามารถขายให้กับพ่อค้าเรือในอดีตให้เป็นของฝากกลับไป - เป็นสถานที่คิดสูตรการทำน้ำบูดูแบบหวานและเค็ม

ตารางที่ 4.2 แสดงการประเมินคุณค่าวัฒนธรรม (ต่อ)

บ้านเลขที่	ภาพประกอบ	รูปแบบอาคาร	การประเมินคุณค่า	
			วัฒนธรรมที่จับต้องได้	วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
10/2 ถ.นครใน		จีนพาณิชย์	- อาคารเป็นรูปแบบจีนสมัยใหม่ ตัวอาคารมีช่วงอายุ 80-100 ปี - สภาพอาคารปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงน้อย - ตัวอาคารอยู่ในตำแหน่งถนนตัดใหม่ ตัวอาคารมีลักษณะปาดเหลี่ยมตรงมุม และมีการยกพื้นให้สูงขึ้น เป็นอาคาร 2 ชั้น - ใช้อาคารในการพักอาศัยและค้าขายก๋วยเตี๋ยวเปิดสูตรดั้งเดิม	- บรรพบุรุษได้สูตรมาจากการทำอาหารตอนเดินเรือ เมื่อได้ทำเลที่อยู่อาศัย จึงค้าขายก๋วยเตี๋ยวเปิดขึ้นมา - สมาชิกในสามารถพูดได้ถึง 3 ภาษา ได้แก่ ไทย จีน และอิสลาม เนื่องจากครอบครัวเดิมเชื้อสายจีน ต่อมาลูกหลานแต่งงานกับคนในพื้นที่ จึงเกิดเป็นวัฒนธรรมที่หลากหลายเกิดขึ้นในครอบครัว
87 ถ.นครนอก		จีนพาณิชย์	- อาคารมีอายุ 80-100 ปี - ตัวอาคารเป็นตึกแถว 2 ชั้น โดยชั้นล่างไว้สำหรับเปิดร้านขายยา ด้านหน้าอาคาร - สภาพอาคารมีการเปลี่ยนแปลงน้อย - หลังคามีการเปลี่ยนเนื่องจากผุพังเกินซ่อมแซม จึงเลือกใช้วัสดุที่ทันสมัยและทนทานมากยิ่งขึ้น - ภายในอาคารจะมีของเก่า เช่น ปี๊ปใส่ผงชาและสมุนไพรแห้ง	- สมาชิกเป็นคนเชื้อสายจีน ปัจจุบันยังคงประกอบพิธีสำคัญของชาวจีน - เป็นสถานศึกษาค้น ผสม ทำลูกอมบรรเทาอาการเจ็บคอ - เป็นร้านขายที่สำคัญของเมืองในอดีตจนปัจจุบัน

ตารางที่ 4.2 แสดงการประเมินคุณค่าวัฒนธรรม (ต่อ)

บ้านเลขที่	ภาพประกอบ	รูปแบบอาคาร	การประเมินคุณค่า	
			วัฒนธรรมที่จับต้องได้	วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
85 ถ.นครนอก		จีนพาณิชย์	- อาคารมีอายุ 80-100 ปี - สภาพอาคารมีการเปลี่ยนแปลงน้อย โดยมีการต่อเติมยื่นขยายคาบบริเวณด้านหน้าอาคาร - ประตูหน้าต่างแบบยาว เมื่อเปิดออกจะเป็นระเบียง - พื้นที่ด้านข้างของเรือสามารถมองเห็นการทะเล หรือจิตภาพของเมืองทำได้เป็นอย่างดี	- ประกอบอาชีพทำประมง - พื้นที่ด้านหลังเป็นที่จอดเรือจำนวนมากหลายลำ
92-94-96 ถ.นางงาม		จีนร่วมสมัย	- อาคารมีอายุ 60-80 ปี - ตัวอาคารเป็นตึกแถว 2 ชั้น โดยชั้นล่างไว้สำหรับเปิดกิจการข้าวสตู ร้านเกียดฝ่ง - สภาพอาคารมีการดัดแปลงน้อย - หลังคามีการเปลี่ยน เลือกใช้วัสดุที่ทันสมัยและทนทานมากยิ่งขึ้น - เป็นอาหารตะวันตก เป็นข้าวสตูทานคู่กับซาลาเปา ที่มีการปรับปรุงรสชาติ เพื่อให้ถูกปากกับคนสมัยใหม่	- การคิดค้นสูตรรสชาติ ให้เหมาะกับคนในปัจจุบัน - มีการสืบทอดสูตรอาหารมา 3ชั่วอายุ - ทุกวันที่เปิดร้านจะมีการตั้งของไหว้ เพื่อให้ค้าขายดี

จากตารางการประเมิน พบว่ามีด้วยกันทั้งหมด 10 หลัง นำมรดกวัฒนธรรมจากการประเมินความเกี่ยวข้องทางประวัติศาสตร์ อายุอาคาร และการดำเนินกิจกรรมต่างๆ พบว่าส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณถนนนอกและนครนครใน ช่วงกึ่งกลางระหว่างหัวถนน-ท้ายถนน และตามหัวมุมอาคาร ที่เชื่อมระหว่างสองถนนดังกล่าว ซึ่งสามารถสะท้อนถึงจินตภาพของเมืองเก่าสงขลาในอดีตได้อย่างชัดเจน อาจกล่าวได้ว่า เป็นมรดกวัฒนธรรมที่มีคุณค่า มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิต ดังนั้นการประเมินคุณค่ามรดกวัฒนธรรมจึงเป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการอนุรักษ์ เพื่อนำมาจัดลำดับอาคารที่มีคุณค่าความสำคัญและนำมาใช้พิจารณาเลือกใช้วิธีการในการอนุรักษ์และบริหารจัดการที่เหมาะสม

มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ในพื้นที่เขตมรดกทางวัฒนธรรม โดยถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งเป็นสิ่งซึ่งชุมชนและกลุ่มชนสร้างขึ้นใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตน การมีปฏิสัมพันธ์ต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ จนเกิดเป็นอัตลักษณ์และความต่อเนื่อง จากการทบทวนมรดกภูมิปัญญาเพื่อค้นหาศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย ประเพณี ความเชื่อ ฮวงจุ้ย ภูมิปัญญากับสภาพแวดล้อม ภูมิปัญญาเชิงช่าง ภูมิปัญญาด้านอาหาร

จากการทบทวนประเด็นดังกล่าวพบว่าอาคารทั้ง 10 หลัง พบมรดกภูมิปัญญาทุกหลังแตกต่างกันในแต่ละด้าน ซึ่งผลจากการทบทวนเพื่อเพิ่มคุณค่าความสำคัญของอาคารมากยิ่งขึ้น เมื่อวัฒนธรรมสอดแทรกอยู่ ส่งผลให้ศักยภาพของอาคารยังคงมีชีวิตและมีเสน่ห์ สามารถสะท้อนถึงจินตภาพของเมืองเก่าสงขลาในอดีตได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.2.1 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมที่มีวิธีการปฏิบัติเมืองเยี่ยมชมที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเล่าเมืองเก่าสงขลาในอดีตได้เป็นอย่างดี

1) ศาลหลักเมืองสงขลา มีความเชื่อกันว่าต้องมีพิธีลงเสาเอกของเมืองและสร้างอาคารของเมือง เพื่อให้เป็นที่สถิตของเทพผู้รักษาลูกเมือง ตามความเชื่อโดยเรียกเทพองค์นั้นว่า “เจ้าพ่อหลักเมือง” โดยเสาเอกที่ใช้ในการลงเสาหลักเมือง คือ ไม้ชัยพฤกษ์



ภาพที่ 4.1 แสดงศาลหลักเมืองสงขลา
ที่มา : มิวเซียมไทยแลนด์ (2562)

2) ศาลปูนถ้ำกง เทพผู้คุ้มครองบ้าน-ชุมชนชาวจีนโพ้นทะเล มีความเชื่อว่าผู้ที่เข้ามาใหม่ ให้เซ่นไหว้สักการะเจ้าที่เจ้าทางขออนุญาตมาพักอาศัยทำมาหากินให้ชีวิตดีขึ้น



ภาพที่ 4.2 แสดงศาลปูนถ้ำกง
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2652)

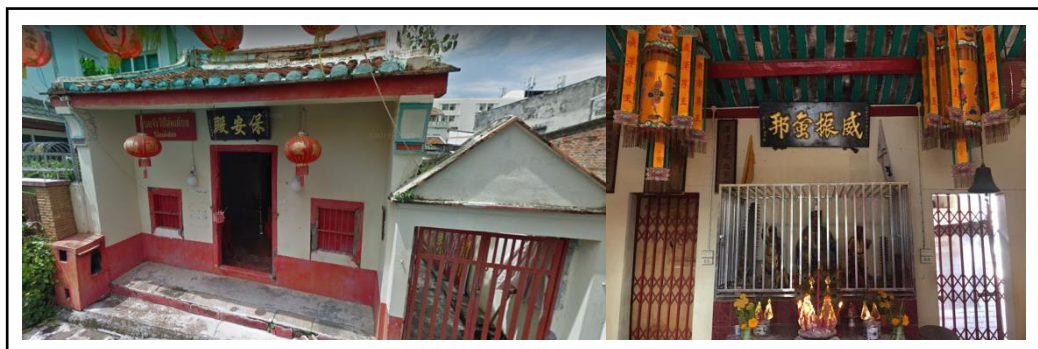
3) ศาลเจ้าพ่อกวนอู โดดเด่นด้านความซื่อสัตย์ ตรงกับคุณธรรมที่บรรดาพ่อค้าวาณิชจีนโพ้นทะเลเหล่านี้ยึดถือ นอกจากผู้ทำการค้าจะต้องมีคุณธรรมความซื่อสัตย์เป็นแกนแล้ว ผู้ค้าเองก็ต้องการลูกค้าที่ซื่อสัตย์ และในเวลาต่อมาลูกหลานจีนส่วนหนึ่งสานต่อการดำเนินธุรกิจ

จากบรรพบุรุษ อีกส่วนหนึ่งรับราชการ คุณธรรมความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่การงานเป็นสิ่งจำเป็น และผู้ที่จะเจริญเติบโตในราชการได้จำเป็นจะต้องเป็นคนดีซื่อสัตย์สุจริต



ภาพที่ 4.3 แสดงศาลเจ้าพ่อกวานอู
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2652)

4) ศาลเจ้าไ้ อันเตียน ตั้งอยู่บริเวณถนนยะลา ซึ่งเป็นถนนที่มี ลักษณะเป็นซอยเล็กๆที่เชื่อมระหว่างถนนนางงามกับถนนครโน ศาลแห่งนี้สร้างขึ้นเพื่อบูชาเทพเจ้า “โก้ย เซ่ง อ่อง” ซึ่งเป็นเทพเจ้าที่ชาวจีนยกเกี้ยนเลื่อมใสศรัทธา โดยเชื่อกันว่าหากบูชาแล้วจะช่วยให้พ้นจากอัคคีภัยและโรคระบาด



ภาพที่ 4.4 แสดงศาลเจ้าไ้ อันเตียน
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2652)

5) วัดยางทอง เป็นที่ตั้งของบ่อยาง ซึ่งเป็นชื่อท้องถิ่นของที่ตั้งเมืองสงขลา ในช่วงรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ไทยยังคงรบกับพม่า เมื่อเกิดสงครามเก้าทัพพม่าได้บุกมาทางกลางหรือภูเก็ต กองทัพเมืองสงขลาจึงได้ยกไปช่วย หลังจากเสร็จศึกเก้าทัพแล้วเจ้าเมืองสงขลา ก็ได้สร้างอุโบสถวัดยางทอง (ทำนองสร้างบุญล้างบาป) จึงคาดหมายว่าวัดยางทองน่าจะมีอยู่ก่อนกรุง

รัตนโกสินทร์ หรือคงจะมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สภาพปัจจุบัน วัดยางทองมีอุโบสถ 1 หลัง ศาลาการเปรียญ 1 หลัง ศาลาบำเพ็ญกุศล 1 หลัง หอระฆัง 1 หลัง และกุฏิ 5 หลัง ซึ่งเสนาสนะเหล่านี้เก่าที่สุด คือ กุฏิ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2500



ภาพที่ 4.5 แสดงวัดยางทอง
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2652)

6) วัดมัชฌิมาวาส (วัดกลาง) เป็นวัดเก่าแก่ของชุมชนก่อนการเกิดเมืองเก่าสงขลา และยังเป็นวัดใหญ่และสำคัญที่สุดในจังหวัดสงขลา วัดมัชฌิมาวาส เดิมชื่อ วัดเลียบ วัดกลาง วัดยายศรีจันทร์ เมื่อ 400 ปีมาแล้ว ยายศรีจันทร์ คหบดีผู้มั่งคั่งในเมืองสงขลา ได้อุทิศเงินสร้างขึ้น ต่อมาประชาชนพากันเรียกว่า "วัดกลาง" มีผู้สร้างวัดในจังหวัดสงขลาขึ้นทางทิศเหนือวัดหนึ่งชื่อวัดเลียบ แล ทิศใต้สร้างอีกวัดหนึ่งชื่อวัดโพธิ์ ชาวสงขลาจึงเรียกวัดยายศรีจันทร์ว่าวัดกลาง พ.ศ. 2431 พระเจ้าน้องยาเธอ กรมหมื่น วชิรญาณวโรรส เสด็จเมืองสงขลา ทรงเปลี่ยนชื่อวัดเป็นภาษาบาลีว่า วัดมัชฌิมาวาส



ภาพที่ 4.6 แสดงวัดมัชฌิมาวาส
ที่มา : ภาศิศมรักเมืองสงขลาสมาคม (2562)

7) โรงสีแดง เป็นสถานที่ที่ถูกใช้เป็นพื้นที่ในการทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับประวัติของเมืองสงขลา เพื่อให้เป็นจุดเรียนรู้แลกเปลี่ยนในมุมมองต่างๆ ของการมองเห็นเมืองสงขลาในอดีต ปัจจุบันและอนาคต



ภาพที่ 4.7 แสดงโรงสีแดง (หับ โห่ หิ้น)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

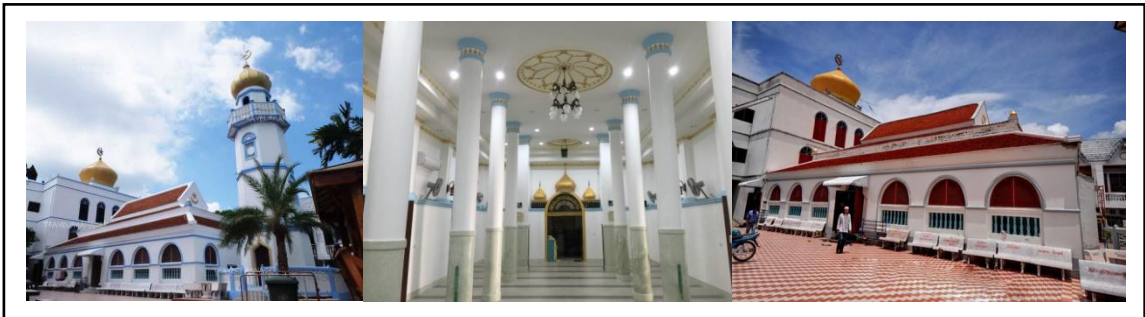
8) บ้านนครโน เป็นพิพิธภัณฑ์แห่งการอนุรักษ์ เสริมคุณค่า เมืองเก่าสงขลา มีการเปิดให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ เข้าเยี่ยมชมบ้านเก่าที่มีเครื่องใช้ในอดีตของชาวสงขลา กว่า 300 ปี เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้และเห็นสิ่งที่มีคุณค่าในอดีตที่ควรค่าต่อการอนุรักษ์



ภาพที่ 4.8 แสดงบ้านนครโน
ที่มา : ภาคใต้ชายแดน (2562)

9) มัสยิดบ้านบน หรือ มัสยิดอุสาสนอิสลาม ตั้งอยู่บนถนนพัทลุง ในย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นมัสยิดเก่าแก่ของเมืองสงขลา สร้างขึ้นเมื่อ 5 ปีหลังการพระราชทานเสาหลักเมืองของ ร.3 (พ.ศ. 2385) มัสยิดแห่งนี้ อดีตเคยเป็นมัสยิดกลางประจำจังหวัดสงขลา เป็นศูนย์รวมความศรัทธาของพี่น้องชาวมุสลิมสงขลา มัสยิดแห่งนี้ มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมแตกต่างจากมัสยิดทั่วไป คือเป็นอาคารก่ออิฐถือปูนทรงไทยคล้ายอุโบสถวัด หออาซานเดิมมีลักษณะคล้ายหอรบั้ง เชื่อกันว่าช่างที่สร้างอาคารมัสยิดและหออาซาน เป็นช่างชุดเดียวกับที่สร้างวิหารวัดมณีมาวาส พระอาราม

หลวง ที่อยู่ไม่ไกลจากกัน แม้จะเป็นมัสยิดทรงไทยแต่ก็ไม่มีสิ่งใดที่ขัดต่อหลักการของอิสลาม ประตูทางเข้าเดิมก่อนการบูรณะครั้งใหญ่ เป็นประตูโค้งยอดแหลม เป็นศิลปะอิสลาม ที่ผสมผสานอยู่ในอาคารแบบไทย แต่ถูกแก้ไขเป็นประตูโค้งธรรมดาเมื่อมีการบูรณะครั้งใหญ่ที่ผ่านมา เป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง ปัจจุบันเหลือแค่ประตูเดียวที่มีลักษณะดังกล่าว คือ ประตูทางเข้าหอออะซาน ที่อยู่ด้านทิศตะวันตกของอาคารมัสยิด



ภาพที่ 4.9 แสดงมัสยิดบ้านบน
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.2.2 กิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1) กิจกรรมนั่งรถรางชมเมืองเก่าสงขลา

เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจใช้บริการ เนื่องจากมีการอำนวยความสะดวกในการนำชมยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยจะมีการบรรยายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรม รวมถึงแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ควบคู่กันไปด้วย



ภาพที่ 4.10 แสดงกิจกรรมนั่งรถรางชมเมืองเก่าสงขลา
ที่มา : ทัวร์ออนไทย (2562)

2) กิจกรรมถนนคนเดิน “สงขลา แต่แรก”

เป็นกิจกรรมการเปิดตลาดถนนคนเดินให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปได้มาเที่ยวชมบรรยากาศ ช้อปปิ้ง จับจ่ายสินค้า รวมถึงผลิตของชุมชนต่างๆ โดยกิจกรรมดังกล่าวจัดให้มีขึ้นทุกวัน ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ในทุกสัปดาห์



ภาพที่ 4.11 แสดงกิจกรรมถนนคนเดิน สงขลาแต่แรก

ที่มา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2562)

3) กิจกรรมตลาดสองเล

เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยเป็นตลาดนัดเพื่อนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงศิลปวัฒนธรรม และการแสดงที่สวยงามของเมืองสงขลา โดยจัดให้มีขึ้นทุกๆ วันอาทิตย์ที่ 2 ของเดือน บริเวณถนนนครนอก ตั้งแต่โรงสีแดงไปจนถึงประตูเมืองเก่าสงขลา เริ่มกิจกรรมตั้งแต่เวลา 17.00-22.00 น.



ภาพที่ 4.12 แสดงกิจกรรมตลาดสองเล

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4) กิจกรรมนันทนาการของโรงสีแดง (หับ โห้ หิ้น)

กิจกรรมนันทนาการที่จัดให้มีขึ้นภายในโรงสีแดง ประกอบด้วย การจัดแสดง นิทรรศการประวัติของเมืองเก่าสงขลา การแสดงดนตรีตามช่วงเทศกาลต่างๆ ศูนย์ฝึกซ้อมดนตรีให้กับเยาวชนในพื้นที่ กิจกรรมการเดินลีลาส กิจกรรมการบรรยายประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลา รวมถึง กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา



ภาพที่ 4.13 แสดงกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในโรงสีแดง
ที่มา : ภาคใต้ชายแดน (2562)

5) กิจกรรมตลาดแสงดาว

มีที่มาจากการนำบันทึกทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับรัชกาลที่ 4 เมื่อครั้งประภาสเมืองสงขลามาเป็นชื่อตลาดคือ ตลาดแสงดาว และแปลงเป็น “ตลาดแสงดาว” ซึ่งเป็นภาษาถิ่นของชาวสงขลาที่มีความหมายเดียวกัน ตลาดแสงดาวเป็นตลาดที่มุ่งนำเสนอวิถีวัฒนธรรม พุทธ จิน อิสลาม พร้อมเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่า ซึ่งจัดขึ้นครั้งแรกวันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2562 โดยมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ โดยหลังจากนี้จะมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเริ่มตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2562 ในวันศุกร์และวันเสาร์ของสัปดาห์



รูปภาพที่ 4.14 แสดงกิจกรรมตลาดแสงดาว
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2652)

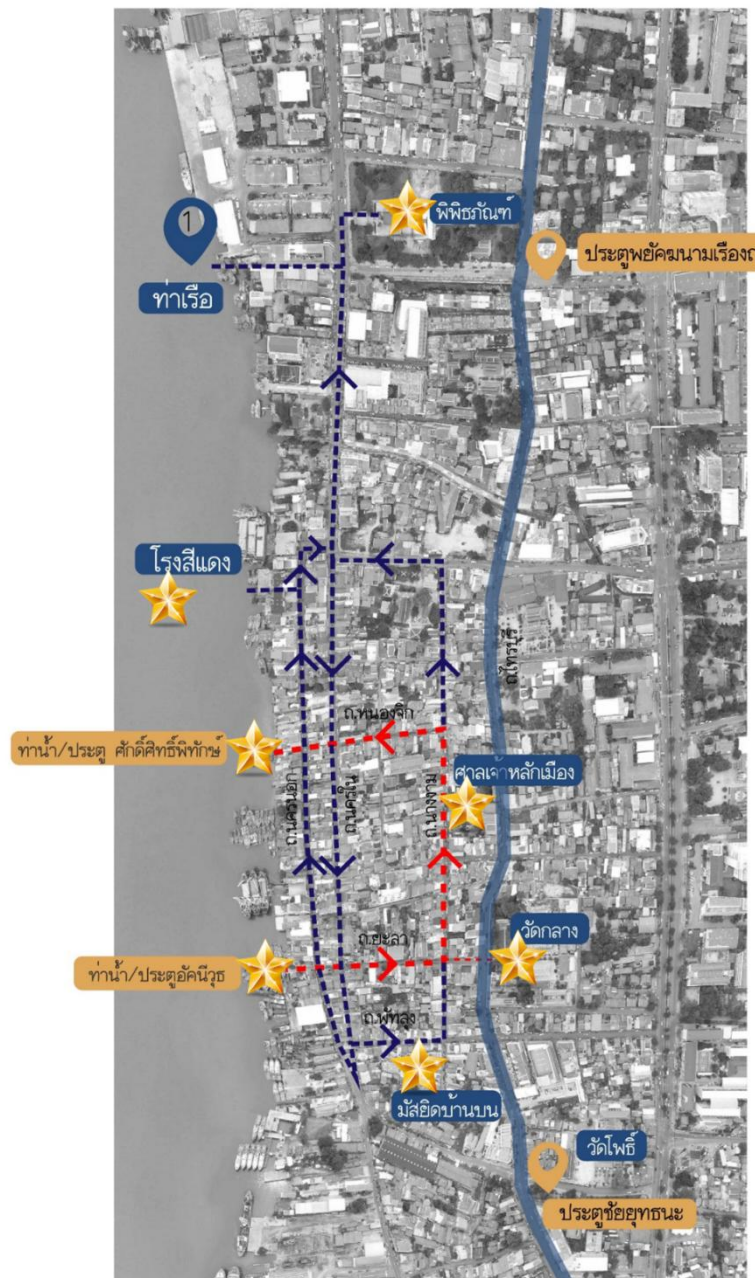
4.2.3 เส้นทางท่องเที่ยวในเขตรวดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

จากการศึกษาวิจัยโดยการทบทวนจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการลงพื้นที่เพื่อสำรวจเส้นทางและเก็บข้อมูล ประกอบการประชุมหารือภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาคประชาชน ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าสงขลาได้มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวการและนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวตัวอย่างให้กับนักท่องเที่ยวไปในระดับหนึ่ง ดังรายละเอียดตามภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 4.15 แสดงรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา
ที่มา : ภาควิชาการศึกษามรดกโลก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2562)

โดยจากภาพเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวทางบกเป็นส่วน
ใหญ่ โดยการใช้รถรางชมเมือง รวมถึงจักรยาน และรถยนต์ส่วนตัว เพื่อเดินทางท่องเที่ยวและเยี่ยม
ชมเมืองเก่าสงขลา อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เส้นทางท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่
เมืองเก่าสงขลามีความหลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น คณะผู้วิจัย จึงได้มีการจัดประชุมหารือ
เพื่อสำรวจเส้นทางเพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา



ภาพที่ 4.16 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา
ที่มา : ชนิกานต์ เกียรติไพบูลย์ (2560)

จากรูปภาพที่ 4.16 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมุ่งเน้นนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงการเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชาวเมืองเก่าสงขลาอย่างลึกซึ้งได้มากขึ้น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง คือ

1) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (ทางบก) ในเขตเมืองเก่าสงขลา โดยเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มุ่งเน้นการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ อาทิ พิพิธภัณฑ์เมืองสงขลา โรงสีแดง ศาลหลักเมือง วัดมัสยิมาวาส (วัดกลาง) วัดโพธิ์ มัสยิดบ้านบน รวมทั้งสถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือนในถนนเส้นหลักของย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นต้น

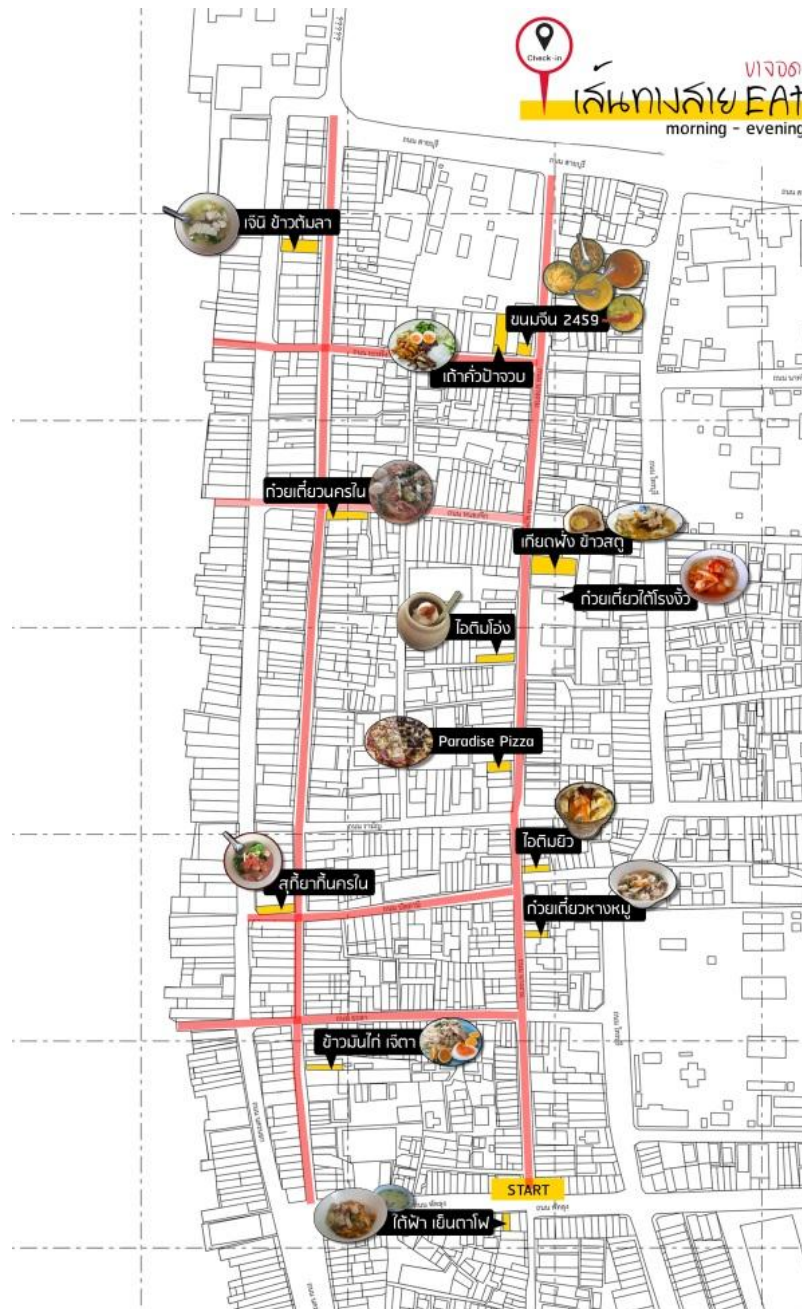
2) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (ทางน้ำ) ในเขตเมืองเก่าสงขลา เนื่องจากเมืองเก่าสงขลา มีพื้นที่ติดต่อกับทะเลสาบสงขลาและทะเลฝั่งอ่าวไทย อีกทั้งยังมีความสวยงามของตัวเมืองเก่าที่เชื่อมโยงกับเส้นทางทางทะเล รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อาทิ เกาะหนู เกาะแมว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง เช่น เกาะยอ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วในส่วนของตัวเมืองเก่าทางทะเลยังมีความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์กับประตูเมืองเก่าตามประวัติศาสตร์ในอดีต คือ ประตูเมืองศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์ และประตูเมืองอัคนีรุช ดังนั้นจึงมีความน่าสนใจที่จะนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางน้ำของเมืองเก่าสงขลาเพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจในการท่องเที่ยวทางน้ำ

จากการสำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ได้พบศักยภาพด้านคุณค่าสถาปัตยกรรม ที่คาดว่าจะสามารถนำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการแหล่งท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งจะเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลา รวมไปถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว โดยการนำกิจกรรมที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลาอัตลักษณ์เฉพาะในจุดต่างๆ ของย่านมาสร้างกิจกรรม

เส้นทางท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา แสดงรายละเอียดดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมด้านอาหาร ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีความโดดเด่นในเรื่องของอาคารพื้นเมืองที่มีความเฉพาะของพื้นที่ โดยมีความแตกต่างกันออกไปของกรรมวิธีการทำ ส่วนผสม หรือลักษณะการรับประทาน โดยมีวัฒนธรรมของแต่ละศาสนาเป็นตัวกำหนด จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลสามารถเห็นได้ถึงช่วงระยะเวลาการเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า โดยเริ่มตั้งแต่วินิจฉัยในช่วงเวลาเช้าตั้งแต่ 07.00 น. จนถึงเวลาพลบค่ำในช่วงเวลา 21.00 น. จึงทำให้วัฒนธรรมทางด้านอาหารมีความหลากหลาย โดยสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.1 เส้นทางชาจอต หมายถึง เส้นทางที่สามารถจอตรถหรือเดินทำนั้งกินที่ร้านได้อย่างสะดวก พร้อมทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอีกมากมายให้กับนักท่องเที่ยว เหมาะสำหรับนั่งท่องเที่ยวที่ต้องการหาร้านนั่งหรือแวะพักไปในตัว



ภาพที่ 4.17 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (ชาจอด)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

1.2 เส้นทางชาแวะ หมายถึง เส้นทางอาหารที่พบได้ตามริมฟุตบาทในลักษณะร้านที่เป็นรถเข็น โดยส่วนใหญ่จะขายบริเวณหน้าบ้านของตนเองที่มีพื้นที่เพียงพอการวางตัวสินค้า แต่ไม่มีพื้นที่เพียงพอต่อการรับรองนักท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าเป็นการแวะจอดซื้อ โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านของฝาก หรือร้านขนมพื้นถิ่นของเมืองเก่า



ภาพที่ 4.18 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (ชาแวง)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

1.3 เส้นทางสายชีวิล์ หมายถึง ร้านค้า ร้านอาหารต่างๆ ที่เปิดตั้งแต่ช่วงสายๆไปจนถึงช่วงเวลาเย็นๆ โดยส่วนใหญ่เป็นร้านที่มีความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว หรือกลุ่มคนในพื้นที่ โดยจะเป็นร้านกาแฟและเบเกอรี่ มีพื้นที่นั่งทำงานและพบปะสังสรรค์ โดยเส้นทางการกินประเภทนี้ จะเป็นธุรกิจที่เปิดตัวขึ้นมาใหม่ในพื้นที่ เพื่อเป็นการรองรับการท่องเที่ยว

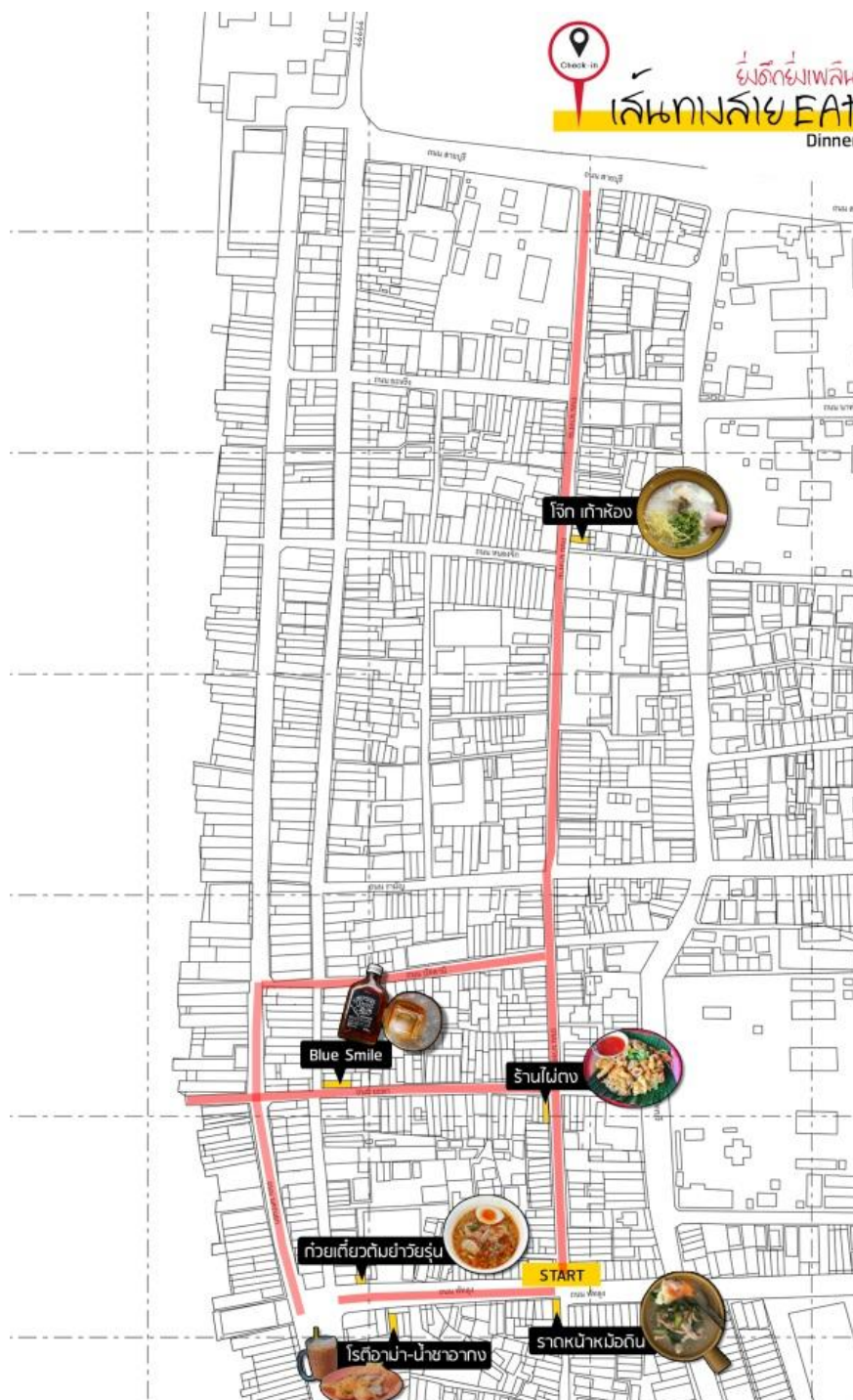


ภาพที่ 4.19 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (สายชีวส์)

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

1.4 เส้นทางสายดึก หมายถึง ร้านอาหารในช่วงเวลาพบค่ำ ตั้งแต่เวลา 17.00 น. ถึง 22.00 น. จากการลงพื้นที่ที่จะเห็นเป็นอาหารประเภทเบาท้อง ทั้งข้าวต้ม ก๋วยเตี๋ยว ราดหน้า หรือแม้กระทั่งน้ำชา โรตีสี่ ต่างๆ โดยจะเป็นร้านที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มคนในละแวกใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี และสังเกตได้ว่าร้านส่วนใหญ่จะเปิดบริเวณทางตอนใต้ของพื้นที่เมืองเก่า

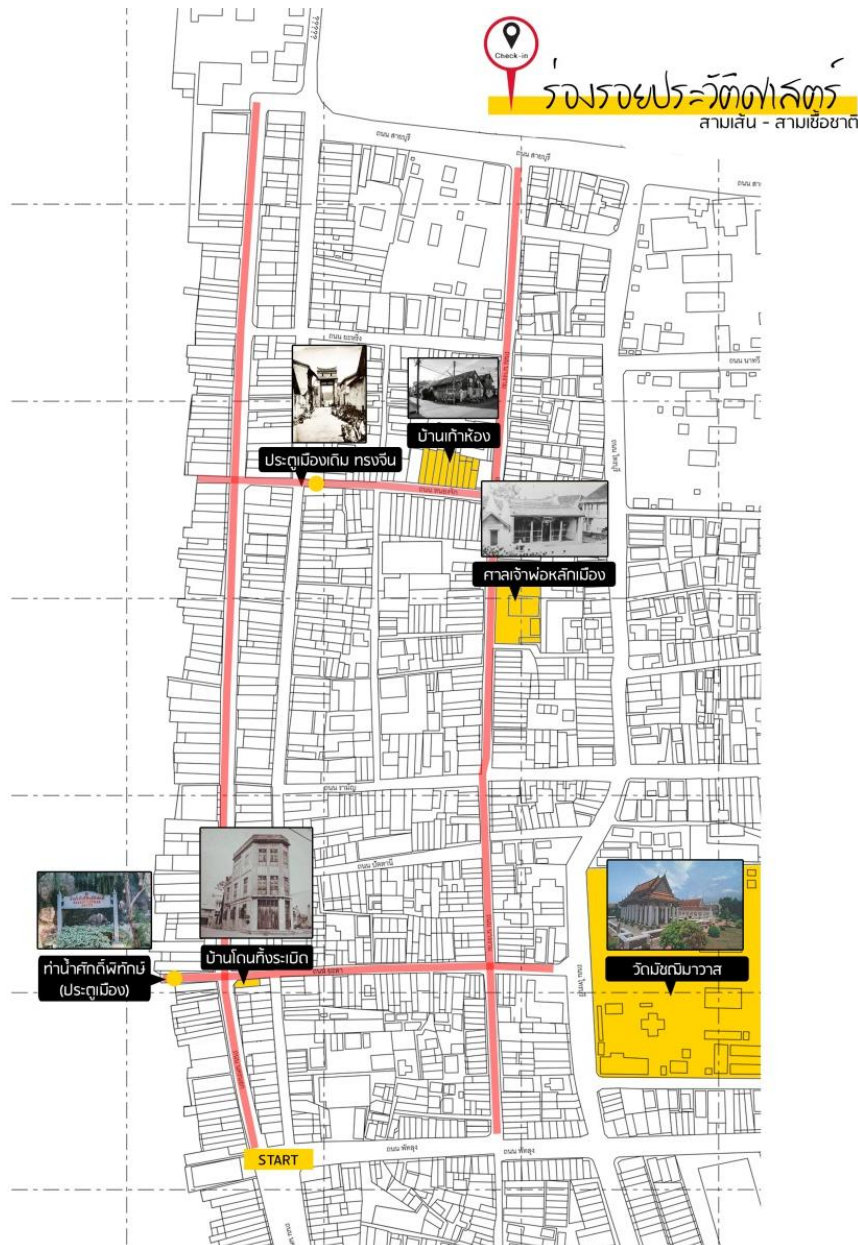
เนื่องจากในบริเวณชุมชนเมืองเก่า ยังมีหลายครัวเรือนที่ไม่ได้เปิดบ้านให้เป็นแหล่งค้าขาย จึงมีการปิดบ้านเข้านอนเร็ว และทำให้ธุรกิจบริเวณนั้นจะปิดเร็วด้วย



ภาพที่ 4.20 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวด้านอาหาร (สายด็ก)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

2) เส้นทางท่องเที่ยวร่องรอยประวัติศาสตร์

"เมืองสงขลา" เมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีเรื่องราวต่างๆ มากมาย ให้ชาวสงขลาได้เรียนรู้ นำไปสู่ความภาคภูมิใจ และสำนึกรักในบ้านเกิดของตน โดยมีหลักฐานสำหรับที่บ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของการก่อตั้งเมืองจากอดีตสู่ปัจจุบัน ได้แก่ อาคารบ้านเรือน ศาสนสถาน และโบราณวัตถุต่างๆ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ตลอดพื้นที่เมืองเก่าสงขลา



ภาพที่ 4.21 แสดงเส้นทางท่องเที่ยวร่องรอยประวัติศาสตร์
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

3) เส้นทางท่องเที่ยว Street Art Songkhla

เป็นจิตรกรรมภาพวาดบนกำแพง (Street Art Songkhla) ภาพวาดบนกำแพง ในปัจจุบัน ภาพวาดบนกำแพงเหล่านี้กระจายตัวอยู่ทั่วไปตามถนนทั้ง 3 สาย คือถนนนครนอก ถนนนครใน ถนนนางงาม รวมทั้งในซอยเล็กๆ ตัดระหว่างถนนสายดังกล่าว จำนวน 20 ภาพ (20 จุด) ภาพวาดแต่ละภาพเป็นการสื่อความหมายแสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมแห่งนี้



ภาพที่ 4.22 แสดงเส้นทางท่องเที่ยว Street Art Songkhla
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4) เส้นทางสำหรับที่พักในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

เป็นการแสดงเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าพักในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยจะเป็นลักษณะอาคารแบบดั้งเดิม มีห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์ชิโนโปรตุกีส โรงแรมไม้เก่าแก่ประดับลายฉลุไม้วิจิตรบรรจง และปัจจุบันยังมีที่พักแบบโฮเทล หากนักท่องเที่ยวเข้าพักก็จะได้เก็บบรรยากาศและวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยจะมีการเสิร์ฟอาหารมื้อเช้าเป็นอาหารหรือขนมพื้นเมืองของชุมชนเมืองเก่าสงขลา และในยามค่ำคืนก็สามารถเดินเท้าเที่ยวชมเมืองได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.23 แสดงเส้นทางสำหรับที่พัก ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

5) เส้นทางแหล่งเรียนรู้เมืองเก่าสงขลา

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีทั้งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และวิถีชีวิต โดนแหล่งเรียนรู้ของเมืองจะเป็นสถานที่เผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นสถานที่ใช้จัดงานสำคัญของเมืองหรือขับเคลื่อนเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุม



ภาพที่ 4.24 แสดงเส้นทางแหล่งเรียนรู้เมืองเก่าสงขลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.2.4 โปรแกรมการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

จากการลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ประกอบกับการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นของตัวแทนชุมชน ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ และจัดประชุมดังกล่าวนำไปสรุปและใช้เป็นประกอบในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ซึ่งสามารถสรุปเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา ได้ดังนี้

1) โปรแกรมท่องเที่ยว “วันเดียว เที่ยวเมืองเก่าสงขลา”

โดยมีเส้นทางการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ โรงสีแดงเพื่อเยี่ยมชมบรรยากาศ และฟังการบรรยายสรุปเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เมืองเก่าสงขลา กิจกรรมนั่งรถรางชมเมืองเก่าเมืองเก่าสงขลา โดยแวะเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ อาทิ ประตูเมืองเก่าสงขลา พิพิธภัณฑ์แห่งชาติสงขลา พิพิธภัณฑ์อามรังค์ เขาดังกวนสงขลา เป็นต้น

รับประทานอาหารกลางวันในสไตล์คนเมืองเก่าสงขลา โดยเลือกลิ้มลองได้ตามความพอใจ ณ เส้นทางแห่งความอร่อย (ถนนนางงาม, ถนนนครนอก, ถนนนครใน) อาทิ ข้าวสตูร้านเกียตพิต ก๋วยเตี๋ยวใต้ถุนโรงจั่ว ร้านแต้ (ร้านอาหารสไตล์จีนปักซีใต้) ร้านเจ๊น ร้านเจ้าแก้ว เป็นต้น

เข้าเยี่ยมชม “บ้านนครใน” แหล่งสะสมของโบราณ และสถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัยในรูปแบบสงขลาสไตล์ กิจกรรม Working Tour ชมสถาปัตยกรรมอาคารเก่าแก่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 รูปแบบสงขลาสไตล์บนถนนนครนอก และถนนนครใน พร้อมสัมผัสงานศิลปะแนว Street Art ของเมืองเก่าสงขลา แวะพักผ่อนคลายเหนื่อยและนั่งจิบกาแฟ แลบรรยากาศริมทะเลสาบสงขลา ณ ร้านกาแฟหลากหลายสไตล์บนถนนเส้น เป็นต้นไป และแวะช้อปปิ้งขนม ของฝากของที่ระลึกในย่านเมืองเก่าสงขลา อาทิ ขนมโบราณ (ขนมทองเอก ขนมเทียนสด ขนมต้มใส่ไส้ ขนมข้าว ฟ่างกวน เต้าหู้ยี้ร้านส่วย เสื้อผ้า ของที่ระลึก ฯลฯ ก่อนแยกย้ายเดินทางกลับภูมิลำเนา

จากการลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวจากภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ต่างๆ ดังกล่าวไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) และเชื่อมโยงสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาด (TOWS Matrix) เพื่อนำไปสู่การแผนเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้กับภาคีที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสามารถนำเสนอด้วยรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

4.2.5 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาโดยการวิเคราะห์ SWOT แสดงรายละเอียดดังนี้

1) จุดแข็ง (Strength)

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

1.2 แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลามีการกระจายตัวอยู่ในทั่วทั้งพื้นที่และมีระยะทางไม่ไกลกัน ทำให้สามารถเชื่อมโยงกันได้ต่อเนื่อง

1.3 มีประวัติศาสตร์เมืองเก่าที่ยาวนานสามารถจับต้องได้ในเชิงประจักษ์

1.4 มีสถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือนที่เป็นเอกลักษณ์ควรค่าอนุรักษ์

1.5 เมืองเก่าสงขลาเป็นเมืองเก่าที่ยังคงมีชีวิตและการอาศัยอยู่ของผู้คนอย่างกลมกลืน

1.6 มีการรวมตัวของคนในพื้นที่ตั้งเป็นกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคมเพื่อการอนุรักษ์และดูแลเมืองเก่าสงขลา

1.7 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีความสะดวกสบาย

1.8 พื้นที่ที่มีความโดดเด่นในด้านอาหารพื้นถิ่นที่มีความหลากหลายมีรสชาติอร่อยเป็นเอกลักษณ์

1.9 ราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวหลัก

1.10 มีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างต่อเนื่อง

1.11 ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีความตระหนักและตื่นตัวในการอนุรักษ์เมืองเก่า

2) จุดอ่อน (Weakness)

2.1 แหล่งท่องเที่ยวในบางส่วนขาดการพัฒนาในเชิงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่

2.2 งบประมาณในการส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าไม่มีเพียงพอ

2.3 ขาดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

2.4 ขาดการเชื่อมโยงการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

2.5 ขาดการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า

2.6 ขาดแผนปฏิบัติการเพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาที่เป็นรูปธรรม

2.7 ขาดการวางมาตรฐานด้านราคาในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

2.8 กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ประวัติศาสตร์มีเก่าสงขลา ยังมีจำนวนน้อย

2.9 ขาดการสร้าง Brand เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า

3) โอกาส (Opportunity)

3.1 มีนโยบายและแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3.2 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทางอนุรักษ์เมืองเก่าและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าทั้งในประเทศไทย และประเทศในกรอบความร่วมมือ IMT-GT ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3.3 เกิดกระแสการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าอย่างต่อเนื่อง

3.4 มีความเชื่อมโยงในเชิงพื้นที่และเชิงประวัติศาสตร์ระหว่างเมืองเก่าสงขลา เมืองเก่าของประเทศไทย (ปิ้ง มะละกา) เมืองเก่าอินโดนีเซีย (ปาเลมบัง ซาลาวุนโต)

3.5 ความทันสมัยของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว

4) อุปสรรค (Threat)

4.1 การขาดงบประมาณและความต่อเนื่องในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

4.2 สภาพการณ์แข่งขันด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีค่อนข้างสูง

4.3 สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำส่งผลให้เกิดการชะลอในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

4.4 ผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความไม่มั่นใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่

4.5 ผลกระทบจากสภาวะโลกร้อนที่ส่งผลต่อลักษณะของฤดูกาล และภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยว

4.2.6 การวิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ภายใต้เทคนิค TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) - พัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์เมืองเก่าสงขลา - ส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) - ส่งเสริมและสนับสนุนการทำตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา ในเชิงรุกร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการตลาดออนไลน์ - การบูรณาการและเชื่อมโยงงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า	กลยุทธ์เชิงตั้งรับ (WT) การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่ม

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	สงขลา 2. การประสานเชื่อมโยงและบูรณาการงบประมาณเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2. การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าให้มีความต่อเนื่องและหลากหลาย

จากข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และการเชื่อมโยงสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้นี้ประกอบการยกร่างแผนเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อนำเสนอให้กับภาคีที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลจากการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อนำไปประกอบการยกร่างแผนเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดต่างๆ ได้ดังนี้ คือ วิสัยทัศน์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1. วิสัยทัศน์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

“พัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาเพื่อมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และคุณค่าแห่งวิถีชีวิตที่ยั่งยืนในระดับสากล”

2. พันธกิจด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.2 การพัฒนาบุคลากรด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.3 การส่งเสริมและพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.4 การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2.5 การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3. กลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.1 การพัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยวสู่ระดับสากล เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในเชิงอนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.2 การส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความ

ร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย)

3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนการทำตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาในเชิงรุกร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการตลาดออนไลน์

3.4 การส่งเสริมการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของเมืองเก่าสงขลา เพื่อนำไปสู่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

3.5 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสากล

4. แผนปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

แผนเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วยกลยุทธ์การพัฒนาและโครงการภายใต้กลยุทธ์ ดังนี้

4.1 กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์เมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วยโครงการย่อยดังนี้

4.1.1 โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ ป้ายชี้ทาง ป้ายสื่อความหมาย ระบบไฟฟ้าตกแต่งเมือง การบูรณะอาคารบ้านเรือนและสถาปัตยกรรม การพัฒนาทำเทียบเรือเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำ living museum ของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นต้น

4.1.2 โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.1.3 โครงการอบรมนักสื่อความหมาย/ยุวมัคคุเทศก์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.1.4 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ

- กิจกรรม “ตลาดแสงดาว” เพื่อนำเสนอกิจกรรมศิลปะการแสดง การละเล่นพื้นเมือง สินค้าของที่ระลึก อาหาร การเสนอภูมิปัญญาด้านสถาปัตยกรรมโบราณ และประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลา

- กิจกรรมนั่งสามล้อชมเมืองเล่าเรื่องเมืองเก่าสงขลา

- กิจกรรม “Night Tour” เมืองเก่าสงขลา,

- กิจกรรมล่องเรือชมอ่าวเล่าเรื่องเมืองสงขลา

- กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการเรียนรู้การประกอบขนมพื้นบ้านอาหารพื้นถิ่นของเมืองเก่าสงขลา

- กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้สถาปัตยกรรมโบราณในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

- กิจกรรมการแสดงภาพศิลปะเพื่อการถ่ายทอดประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลา

4.2 กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) ประกอบด้วยโครงการย่อยดังนี้

4.2.1 โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในเส้นทางเมืองเก่า ภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย)

4.2.2 โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย)

4.3.3 กิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย)

4.3 กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมและสนับสนุนการทำตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาในเชิงรุกร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยโครงการย่อยดังนี้

4.3.1 โครงการ Road Show ส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาทั้งในและต่างประเทศ

4.3.2 กิจกรรม Fam Trip นำผู้ประกอบการนำเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวและนำไปสู่การเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

4.3.3 โครงการอบรมการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.4 กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วยโครงการย่อยดังนี้

4.4.1 กิจกรรม Fam Trip นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

4.4.2 โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา

4.4.3 โครงการจัดทำ Branding ด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.5 กลยุทธ์ที่ 5 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วยโครงการย่อยดังนี้

4.5.1 โครงการฝึกอบรมการทำตลาดท่องเที่ยวออนไลน์เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.5.2 โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อยกระดับมาตรฐานในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.5.3 โครงการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

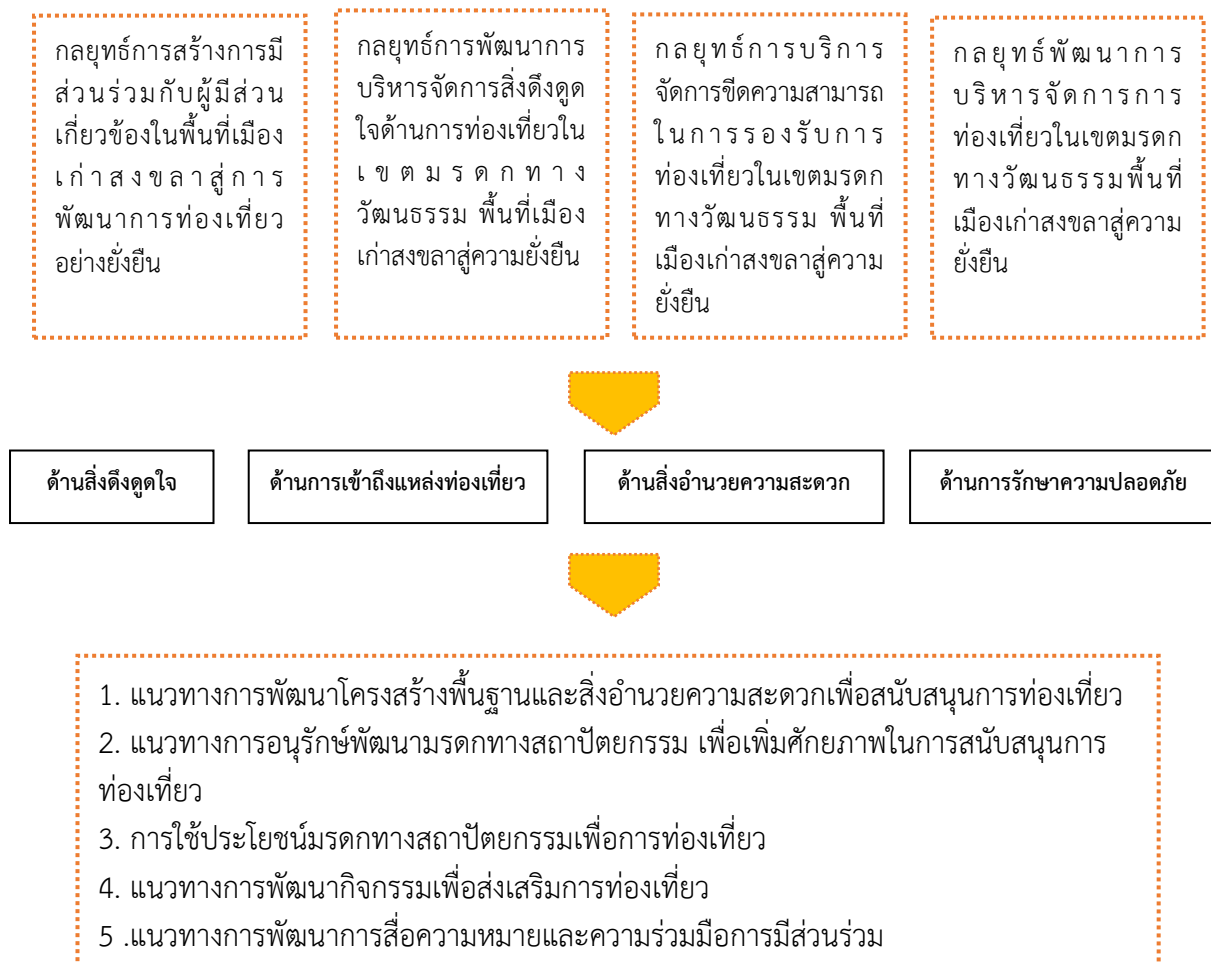
4.3 ผลการศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 4.25 แสดงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

การจัดทำแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม
ภายในพื้นที่พื้นที่เมืองเก่าสงขลานั้น จำแนกดังนี้

1. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารจัดการสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน
3. กลยุทธ์การบริการจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน
4. กลยุทธ์พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน



ภาพที่ 4.26 แสดงความเชื่อมโยงกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากลงพื้นที่สำรวจข้อมูลพื้นฐาน ประกอบกับการสัมภาษณ์และจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ทั้งแกนนำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน มีการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 การบริหารจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ถือว่ามีความหลากหลาย อาทิ

1) ภาพวาดตามแนวกำแพง (Street Art Songkhla) ซึ่งรับผิดชอบและดำเนินการโดยเทศบาลนครสงขลา ร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา ในปัจจุบันภาพวาดบนกำแพงเหล่านี้กระจายตัวอยู่ทั่วไปตามถนนทั้ง 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน ถนนนางงาม รวมทั้งในซอยเล็กๆ ตัดระหว่างถนนสายดังกล่าว จำนวน 19 ภาพ (19 จุด)



ภาพที่ 4.27 แสดง Street Art Songkhla
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

2) งานด้านสถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาปรากฏให้เห็นทั้งในรูปแบบโบราณสถาน ศาสนสถาน บ้านพักอาศัย และอาคารพาณิชย์กรรม มีคุณค่าทั้งในเชิงสุนทรียะ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ คุณค่าเชิงวิชาการ คุณค่าเชิงสังคม และคุณค่าทางใจกับคนในพื้นที่ด้วย สภาพสถาปัตยกรรมบางแห่งยังคงมีความสมบูรณ์ และเปิดให้เข้าชมในพื้นที่ได้ แต่บางแห่งพบว่าตัวอาคารมีการขีดเขียนรูปภาพบริเวณผนังของอาคาร ลวดลายที่ปรากฏไม่ได้สอดคล้องหรือมีเรื่องราวเกี่ยวกับการเกิดเมืองเก่าสงขลา ทำให้ตัวอาคารมีคุณค่าลดน้อยลง

3) ข้อมูลพื้นที่ในเชิงประวัติศาสตร์ พื้นที่เมืองเก่าสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกับความเป็นมาทางประวัติศาสตร์สำคัญของชาติ และประวัติศาสตร์ของการก่อร่างสร้างเมืองสงขลาฝั่ง

บ่อย่างก่อนมาเป็นสงขลาในปัจจุบัน อีกทั้งในพื้นที่แห่งนี้ยังสะท้อนเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของ
ผู้คนที่หลากหลายอยู่ร่วมกัน ทั้งคนไทยพุทธ คนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยเชื้อสายมุสลิม

ข้อมูลส่วนใหญ่ถูกนำมาถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ผ่านการเล่าเรื่องราวโดย
มัคคุเทศก์ประจำโรงราช ภาคบรรยายโดยกลุ่มคนในภาคีคนรักเมืองสงขลา หรือการบอกเล่าแบบปาก
ต่อปากของคนดั้งเดิมในพื้นที่เขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ไม่ได้นำเสนอให้เห็นในเชิง
รูปธรรม

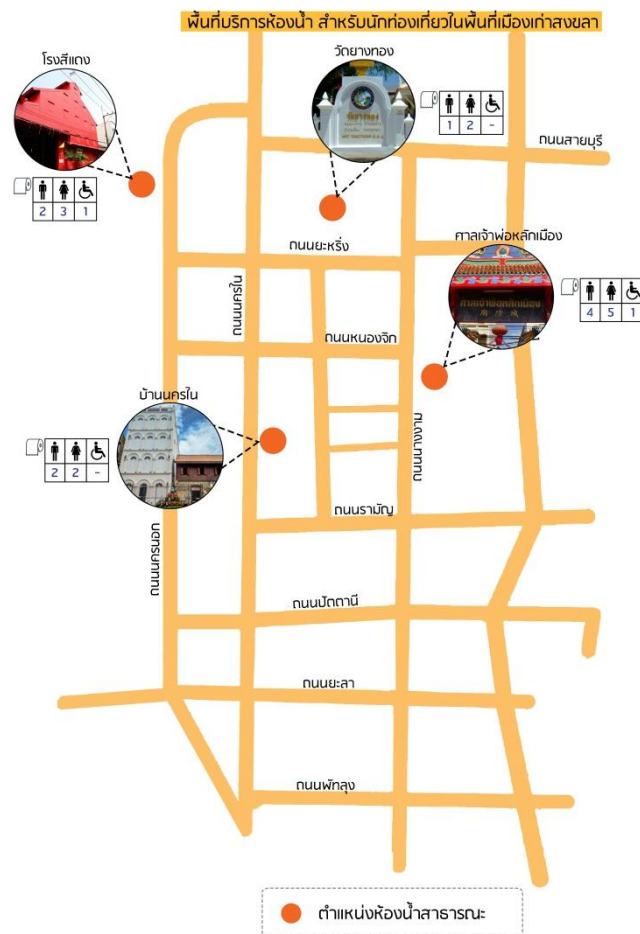
4.3.2 การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวก

1) ศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเดิม
พบว่าศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจะประจำอยู่ที่
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา ซึ่งตั้งอยู่ใกล้บริเวณหาดสมิหลา อย่างไรก็ดี ปัจจุบัน
พื้นที่เมืองเก่าสงขลาถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามากขึ้น
ทางสำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา ได้มีการจัดศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวภายในพื้นที่ จำนวน 2 จุด ได้แก่ อาคาร Chinese Historic
Center ถนนนางงาม และอาคาร หับ โห่ หิ้น (โรงสีแดง) ถนนนครนอก ทั้งนี้มีเจ้าหน้าที่ให้บริการ
ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสำคัญภายในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา จำพวกเอกสาร สื่อพิมพ์ ในรูปแบบแผ่น
พับ โบรชัวร์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ร้านอาหาร ร้านค้า กับนักท่องเที่ยวที่
แวะเวียนมาด้วย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นพบว่าศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวก
แก่นักท่องเที่ยวทั้ง 2 พื้นที่ในเมืองเก่าสงขลาขาดการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้อย่าง
ทั่วถึง

2) ระบบการสัญจรและจำนวนพื้นที่จอดรถ เนื่องจากในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาถนนสาม
สายหลัก ได้แก่ ถนนนางงาม ถนนนครในและถนนนครนอก แต่ละเส้นทางมีลักษณะแคบ การสัญจร
ของรถเป็นทางเดียว การจอดรถในปัจจุบัน ใช้ระบบการจอดรถแบบวันคู่และวันคี่ เพื่อให้รถสัญจรไป
มาได้สะดวก ดังนั้น ภาพที่ปรากฏในเรื่องระบบการสัญจรและจำนวนพื้นที่จอดรถไม่เป็นระเบียบ
เท่าที่ควร ดังนั้นในปีงบประมาณ 2561 จังหวัดสงขลาได้มีการเสนอและดำเนินโครงการเกี่ยวกับการ
จัดการที่จอดรถไว้รองรับนักท่องเที่ยวขึ้น โดยมีหน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการ คือ สำนักงานการ
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา ร่วมกับหน่วยงานผู้รับผิดชอบร่วม คือ สำนักงานเทศบาลนคร
สงขลา ร่วมดำเนินโครงการดังกล่าว ปัจจุบัน โครงการนี้อยู่ในระหว่างช่วงดำเนินการ แต่ยังไม่
แล้วเสร็จเนื่องจากมีปัญหาเรื่องของการออกแบบลานจอดรถที่เสนอไว้ (ดั้งเดิม) โดยมีการประเมิน
แล้วว่าหากสร้างตามการออกแบบดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อชุมชน จึงได้มีการปรับเปลี่ยนการ
ออกแบบและงบประมาณ จึงทำให้โครงการดังกล่าวเกิดการล่าช้า

ในปัจจุบันได้มีการบริหารจัดการพื้นที่สำหรับจอดรถในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้มีความ
ต้องการที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันทางเทศบาลนครสงขลา และ
องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลาร่วมมือกับอีกหลายหน่วยงาน ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วที่พื้นที่
บริเวณปลายถนนนางงาม อยู่ในพื้นที่สถานีป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเทศบาลนครสงขลา
จำนวนเกือบ 100 คัน

3) ห้องน้ำสาธารณะ จากการสำรวจของทีมผู้วิจัย พบว่า มีห้องน้ำสาธารณะสำหรับบริการนักท่องเที่ยวจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา บ้านนครใน โรงสีแดง และวัดยางทอง อีกทั้งยังมีห้องน้ำบริการนักท่องเที่ยวที่อยู่ในร้านอาหารหรือร้านกาแฟ ซึ่งวิเคราะห์กับจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วพบว่าห้องน้ำไม่เพียงพอ และไม่สะอาดพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.28 แสดงห้องน้ำสาธารณะบริการนักท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4) ถังขยะสาธารณะ ถังขยะสาธารณะหรือระบบการจัดการขยะในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่า ไม่มีถังขยะไว้ให้บริการ สำหรับการจัดการขยะในพื้นที่เขตนี้ สำนักงานเทศบาลสงขลาจะมีการให้รถขยะมาเก็บขยะในช่วงเวลาที่กำหนด (ช่วงหลังเที่ยงคืน) โดยคนในชุมชนหรือผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชนจะนำขยะจากในบ้านออกมาวางหน้าบ้าน เพื่อให้รถบริการได้จัดเก็บต่อไป ซึ่งทางคนในชุมชนหรือผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด แต่ทว่า การไม่มีถังขยะบริการในเขตพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา ส่งผลกระทบต่อการทิ้งขยะไม่เป็นที่ของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่เห็นว่ามีจุดบริการสำหรับทิ้งขยะ จึงนำมาสู่

พฤติกรรมที่ขยี้ไม่เป็นที่ของนักท่องเที่ยวและนำไปสู่การสร้างภูมิทัศน์ที่ไม่สวยงามกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่อีกด้วย

5) ร้านอาหาร เครื่องดื่มที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ และราคาที่เป็นธรรม การบริหารจัดการร้านอาหาร เครื่องดื่มภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีหน่วยงานสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม สำนักงานเทศบาลสงขลา เป็นผู้ปฏิบัติงาน ผู้ดูแล ควบคุม กำกับ ตรวจสอบและประเมินผลให้สถานที่ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร ปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน โดยอาศัยกฎหมายพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ทั้งนี้ สำนักงานเทศบาลให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนกับเทศบาลเพื่อให้เทศบาลออกหนังสือรับรองการแจ้งหรือใบอนุญาตของสถานที่ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร โดยพิจารณาหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่เหมาะสม เมื่อผู้ประกอบการได้ยื่นคำร้องกับทางเทศบาลแล้ว เจ้าหน้าที่ของเทศบาลได้เข้าไปทำการตรวจสอบคุณภาพ ความสะอาดและสุขลักษณะโดยอิงตามหลักเกณฑ์กรมอนามัย เช่น มีการตรวจสอบกายภาพของร้าน ความสะอาดของร้าน ป้ายราคา ห้ามใช้โฟมเป็นภาชนะบรรจุอาหาร ตรวจสอบคุณภาพและความสะอาดของอาหาร หากร้านใดผ่านเกณฑ์มาตรฐานทางหน่วยงานจะมอบป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) แต่หากร้านใดไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทางเจ้าหน้าที่จะทำการแจ้งเตือนให้ปรับปรุงคุณภาพและสุขลักษณะของอาหารต่อไป

อย่างไรก็ดี จากการสำรวจพบว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในเขตเมืองเก่าสงขลา ส่วนใหญ่ยังไม่มี ป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานเทศบาลผู้ดูแลงานควบคุมความสะอาด ถูกสุขลักษณะและมาตรฐานพบว่าปัจจุบัน (พ.ศ. 2562) มีร้านค้ามาขึ้นทะเบียนเพียง 5 รายเท่านั้น มีอีกจำนวนมากที่ไม่ได้มาขึ้นทะเบียนกับทางเทศบาล ผนวกกับปัญหาของเจ้าหน้าที่เทศบาล ที่มีจำนวนน้อย ไม่สามารถดูแล ควบคุม และตรวจสอบได้อย่างทั่วถึง เป็นเหตุให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพร้านอาหาร เครื่องดื่มที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ และราคาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

6) ระบบสายไฟฟ้าลงดิน ในช่วงปี 2561 ได้มีการดำเนินโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในถนนนางงาม และถนนนครใน เพื่อควบคุมไม่ให้มีสิ่งแปลกปลอมมาบดบังภูมิทัศน์ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า ปรับปรุงให้พื้นที่เป็นระเบียบ น่ามอง น่าชม มากขึ้น ทางเทศบาลนครสงขลาได้เสนอและรับผิดชอบดำเนินโครงการนำสายไฟฟ้าลงดินบนถนน 2 สาย ดังกล่าวและติดตั้งโคมไฟบริเวณทางเท้า ผลของโครงการดังกล่าวทำให้ภูมิทัศน์บนถนนสองเส้นสวยงามและดูดีขึ้น อย่างไรก็ดี ยังคงเหลือถนนนครนอกที่ยังไม่ได้นำสายไฟฟ้าลงดิน ภูมิทัศน์บริเวณถนนนครนอกยังคงมีเสาไฟฟ้าต้นใหญ่ สายไฟระโยงระยาง ทำให้ภูมิทัศน์ที่สวยงามของอาคารบ้านเรือนถูกบดบังไปด้วย



ภาพที่ 4.29 แสดงการปรับปรุงระบบสายไฟฟ้าลงดิน ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ที่มา : กิมหยงดอทคอม (2562)

7) ป้ายสื่อความหมายบริเวณเส้นทางภายในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ป้ายสื่อความหมายหรือป้ายแสดงสัญลักษณ์ต่างๆ ในพื้นที่ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทหนึ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายและเกิดความประทับใจในการมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับป้ายสื่อความหมายและป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ พบว่า ในพื้นที่ส่วนใหญ่มีป้ายสื่อความหมายร้านค้า ร้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ พบว่ายังขาดป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ได้แก่ ป้ายแสดงจุดห้องน้ำสาธารณะ ป้ายแสดงจุดทิ้งขยะ ป้าย Do and Don't ในพื้นที่ ป้ายทางหนีไฟ / ป้ายทางออกฉุกเฉินในอาคารท่องเที่ยว / ป้ายหรือสติ๊กเกอร์เบอร์โทรฉุกเฉิน เป็นต้น

4.3.3 การบริหารจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access) ในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่าในการที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา สามารถมาได้หลายวิธีการ ทั้งการเดินทางมาด้วยรถยนต์ / รถโดยสารส่วนตัว การเดินทางมาทางเครื่องบิน การเดินทางมาโดยรถโดยสารสาธารณะ และการเดินทางมาโดยรถไฟ จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังเมืองเก่าสงขลาได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตามยังพบว่ายังมีข้อบกพร่องแฝงอยู่อันเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางมาด้วยรถโดยสารส่วนตัว กล่าวคือ ระบบการบริการขนส่งสาธารณะในพื้นที่สงขลา มีการกำหนดอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีเหตุการณ์ที่พบว่าผู้ให้บริการระบบขนส่งสาธารณะไม่มีมาตรฐาน อาทิ การล่าช้าในการรับ - ส่งผู้โดยสาร การเก็บราคาค่าโดยสารที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เป็นต้น

1) ระบบรถรางบริการขนาดเล็ก เนื่องจากปัจจุบันการบริการการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีการนำรถรางจำนวน 32 ที่นั่ง มาให้บริการ จำนวน 3 คัน มีตารางการเดินทางเป็นช่วงเวลา ในวันจันทร์- วันเสาร์ ให้บริการเวลา 09.00 – 15.00 น. วันอาทิตย์ ให้บริการเวลา 09.00 - 16.00 น. โดยแต่ละวันแบ่งออกเป็น 5 รอบ ได้แก่ รอบที่ 1 เวลา 09.00 -

10.30 น. รอบที่ 2 เวลา 10.30 - 12.00 น. รอบที่ 3 เวลา 12.00 - 13.30 น. รอบที่ 4 เวลา 13.30 - 15.00 น. รอบที่ 5 เวลา 15.00 - 16.30 น. จากสภาพดังกล่าวพบว่า รถรางที่ให้บริการในปัจจุบันมีขนาดใหญ่ ทำให้การสัญจรบนถนนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาค่อนข้างจะลำบาก อีกทั้งยังพบปัญหาที่สะท้อนมาจากคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว คือ เรื่องการเข้าถึงบริการรถราง โดยบุคคลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การจัดบริการรถรางมุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มคณะมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแบบส่วนตัว และกลุ่มประชาชนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา

รถสามล้อปั่นกับความเป็นย่านเมืองเก่าเดิม ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลามีคนประกอบอาชีพขับรถสามล้อปั่น หรือสามล้อถีบให้บริการสัญจรไปมากับคนในพื้นที่ คนปั่นสามล้อส่วนใหญ่จะเป็นคนดั้งเดิมที่อาศัยในย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นบุคคลที่สามารถบอกเล่าเรื่องราววิถีดั้งเดิมของผู้คนในย่านเมืองเก่าสงขลาได้เป็นอย่างไร แต่เนื่องด้วยปัจจุบันพบว่าอาชีพดังกล่าวเริ่มจะเหลือน้อยลงเนื่องจากมีปัจจัยหลายประการ ประการแรก พบว่า คนที่ประกอบอาชีพสามล้อรับจ้างส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ร่างกายอ่อนล้าง่าย ทำให้มีการประกอบอาชีพนี้น้อยลง ประการที่สอง เกิดจาก สภาพอากาศในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป อากาศร้อนขึ้นทำให้คนไม่นิยมที่ใช้บริการนั่งรถสามล้อปั่น ประการสุดท้าย คือ พบว่าระบบเมืองของย่านเมืองเก่าสงขลาในปัจจุบันไม่เอื้อต่อการสัญจรของสามล้อปั่น กล่าวคือ ผู้ที่สัญจรในย่านเมืองเก่าส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ไรค์และรถยนต์ มีการขับด้วยความรวดเร็ว ส่งผลต่อความปลอดภัยและเกิดอุบัติเหตุกับผู้ที่ปั่นสามล้อ

4.3.4 การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการความปลอดภัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่า มาตรการด้านความปลอดภัยหรือระบบเตือนภัยในพื้นที่อยู่ในระดับที่ต่ำ อาทิ ขาดบุคลากรดูแลด้านการรักษาความปลอดภัยและอุปกรณ์ปฐมพยาบาลแก่นักท่องเที่ยว อาทิ อุปกรณ์ถังดับเพลิงไหม้ อุปกรณ์เพื่อช่วยเหลือการจมน้ำ เช่น ห่วงยาง เชือกช่วยเหลือนักจมน้ำ เป็นต้น เครื่อง AED (Automated External Defibrillator) หรือเครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้า รวมทั้งยังขาดการจัดการในระบบเตือนภัยและการป้องกันอุบัติเหตุ เช่น ป้ายสัญลักษณ์ตามจุดเส้นทาง ป้ายสัญลักษณ์ทางออกฉุกเฉิน การจัดการระบบทางเท้า การจัดการระบบการขับขี่และการจอดรถในพื้นที่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีประเด็นของความปลอดภัยที่อาจเกิดจากอาหารและเครื่องดื่มที่ยังขาดการประเมินและตรวจสอบคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ จึงมีโอกาสเกิดเหตุความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่

4.3.5 การบริหารจัดการด้านการตลาด ด้านการตลาดท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่ามีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่ กิจกรรมนั่งรถรางชมเมืองเก่าสงขลา กิจกรรมถนนคนเดิน “สงขลา แต่แรก” กิจกรรมตลาดสองเล กิจกรรมนันทนาการของโรงสีแดง (หับ โห่ หิ้น) อย่างไรก็ตาม จากการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นของตัวแทนชุมชน ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ มีมุมมองสะท้อนว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเหล่านี้ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ในเชิงการท่องเที่ยวแบบวันธรรมดาที่ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์เฉพาะช่วงเทศกาลสำคัญของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.3.6 การบริหารจัดการด้านบริหารจัดการนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอยู่ในระดับที่ต่ำ พบว่า ยังขาดการจัดทำฐานข้อมูลกลาง (Big data) ของเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ ข่าวสาร งานวิจัย กิจกรรมของเมือง รวมถึงสถิตินักท่องเที่ยว นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาค่อนข้างจะให้อิสระในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ ไม่มีการกำหนดข้อห้ามหรือข้อปฏิบัติ ไม่มีการควบคุมพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่มีการประกาศเงื่อนไข หรือข้อห้ามของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประเด็นที่ต้องเร่งดำเนินการพัฒนาอย่างมาก เพราะการขาดข้อมูลสถิติไม่สามารถคาดการณ์ หรือวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ และการไม่มีเงื่อนไขหรือข้อกำหนดควบคุมนักท่องเที่ยวอาจจะนำมาซึ่งปัญหาอันเกิดจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัญหาความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงความไม่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ต่อไป

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา การวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และการศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ทั้งแกนนำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้นำมาเสนอเป็นแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. วิสัยทัศน์ (Visions)

“เมืองเก่าสงขลามุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สู่การเป็นมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เมืองท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำในอาเซียน เพื่อรักษาคุณาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน”

2. พันธกิจ (Missions)

2.1 พัฒนาศักยภาพสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

2.2 พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

2.3 พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

2.4 สร้างความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. เป้าหมาย (Goal)

เมืองเก่าสงขลาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สามารถรักษาคุณค่าของเมือง มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

4.4.1 แนวทางการปรับปรุงพื้นที่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดการลงทุนและการกระจายรายได้แก่ท้องถิ่น อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

ดังนั้น การเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา สามารถสังเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูล โดยพิจารณาจากศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา บริเวณถนน 3 สาย ได้แก่ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ซึ่งภายในพื้นที่ชุมชนเมืองเก่า มีจุดเด่นของพื้นที่ที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ดังนั้นการส่งเสริม และการพัฒนาการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างคนในพื้นที่ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและ ทางอ้อม เพื่อสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) กรณีสร้างสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นมา เพื่อรองรับทางการท่องเที่ยว ควรออกแบบให้มีภาพลักษณ์และสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับบริบทของย่านเมือง
- 2) การใช้วัสดุ ควรเป็นวัสดุแบบเดียวกันกับอาคารบ้านเรือนในย่านเมืองเก่า หรือมีลักษณะใกล้เคียงกับวัสดุดั้งเดิม เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับรูปทรงและวัสดุดั้งเดิมส่วนอื่นๆ ในชุมชน
- 3) สิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอการปรับปรุงพื้นที่ขึ้นมา ไม่ควรมีผลกระทบต่อวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนในชุมชน

ดังนั้นจึงเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ : การส่งเสริมพื้นที่สีเขียวในบริเวณเมืองเก่าสงขลา จากการสำรวจพื้นที่เมืองเก่าสงขลาของคณะผู้วิจัย และการศึกษาความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางเข้ามายังพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีผลการศึกษาที่สอดคล้องกันคืออุปสรรคของการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวคือสภาพอากาศที่โดยส่วนใหญ่จะมีอากาศร้อน และสภาพโดยทั่วไปของเมืองเก่าสงขลาขาดความร่มรื่น พื้นที่สีเขียวยังมีอยู่น้อย ส่งผลกระทบต่อการเดินทางชมเมืองของนักท่องเที่ยว ทางคณะผู้วิจัยจึงเห็นว่า การเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ ควรเป็นการส่งเสริมพื้นที่สีเขียวในบริเวณเมืองเก่าสงขลา โดยจะดำเนินไปอย่างถูกต้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม บริบทของเมือง และไม่บดบังทัศนียภาพที่สวยงามต่ออาคารบ้านเรือนที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอีกด้วย

อีกทั้ง พบว่าพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นพิเศษ ในบริเวณพื้นที่เมืองเก่า คือ ศาลหลักเมือง โรงสีแดง ท่าเทียบเรือ (ท่าหน้าศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์) พิพิธภัณฑ์บ้านนครใน และบั้งนางน้ำ ซึ่งจะปรากฏเป็นเส้นทางบริเวณนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก โดยมีเส้นทางตัดผ่านไปยังสถานที่นั้นๆ



ภาพที่ 4.30 แสดงพื้นที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

จากภาพที่ 4.30 แสดงให้เห็นถึงตำแหน่งพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในเขตพื้นที่เมืองเก่า จะเห็นได้ว่าสถานที่ดังกล่าวจะกระจายกันออกไป แต่สามารถเชื่อมถึงกันได้โดยเส้นทางหลัก ได้แก่ ถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก และในแผนที่จะเห็นได้ว่า 1) การเดินทางจากศาลหลักเมืองไปยังโรงสีแดง จะสามารถเดินทางผ่านถนนหนองจิก ซึ่งเป็นเส้นตัดผ่านไปยังสถานที่ ซึ่งระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวสามารถพบกับสถาปัตยกรรมรูปแบบจีนดั้งเดิมและศาลเจ้าที่เป็น

สถานที่ที่สะดึงเห็นวจิตใจของคณในชุมชน 2) การเดินทางจากโรงสีแดงมายังทำนน้ำศักดิ์พิทักษ์ ระหว่างเส้นทางเดินก็จะพบกับอาคาร ตึกแถว ที่มีหลากหลายรูปแบบตลอดเส้นทางถนน ซึ่งจะพบกับจุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจถึง 2 จุดด้วยกัน ได้แก่ พิพิธภัณฑ์บ้านนครใน และจุดถ่ายภาพสวยๆ ริมรั้นบริเวณบ้านรางน้ำ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งถนนปัดตานี ก่อนจะถึงจุดหมายเป็นทำนน้ำศักดิ์พิทักษ์ ที่สามารถเห็นวิวของทะเลสาบสงขลาและวิถีชีวิตของคณในชุมชนเมืองเก่าได้อย่างชัดเจน

จากควมสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวไปในข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการปรับปรุงพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า สามารถดำเนินการปรับปรุงได้โดยอาศัยควมร่วมมือจากเจ้าของพื้นที่ นั้นหมายถึงเจ้าของบ้าน ในกรณีทีอาคารมีพื้นที่ว่างบริเวณด้านข้าง หรืออยู่บริเวณพื้นที่หวัมมถนน สามารถที่จะเพิ่มเติมพื้นที่สีเขียวเข้าไปได้ เพื่อให้เกิดทัศนียภาพที่น่านมอและเกิดควมร่มรั้นในพื้นที่ ซึ่งมีแนวทางในการปรับปรุงสีเขียวออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ การปรับปรุงพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบอาคาร และการปรับปรุงพื้นที่ว่างระหว่างอาคารเป็นพื้นที่สาธารณะ



ภาพที่ 4.31 แสดงแนวทางการปรับปรุงพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบอาคาร
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 4.32 แสดงแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ว่างระหว่างอาคาร เป็นพื้นที่สาธารณะ
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

โดยมีแนวทางการดำเนินการปรับปรุงพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบอาคาร และการปรับปรุงพื้นที่ว่างระหว่างอาคารเป็นพื้นที่สาธารณะ ตามกระบวนการดังนี้

1) ดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับการปรับแต่งภูมิทัศน์ในพื้นที่เมืองเก่าด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การอบรม การจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ในแบบออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาความรู้ควรประกอบด้วย การเลือกพืชพรรณที่เหมาะสมกับพื้นที่เมืองเก่าสงขลา รูปแบบการจัดแต่งภูมิทัศน์ให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่บ้านอยู่อาศัยของตน เป็นต้น

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมพืชพรรณที่จะให้ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาใช้ในการปรับแต่งภูมิทัศน์บางส่วน

3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดูแล บำรุงรักษา พื้นที่สีเขียว และพื้นที่สาธารณะที่มีต้นไม้ ให้เป็นระเบียบ สวยงามอยู่เสมอ

4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสร้างแรงจูงใจ แรงกระตุ้นในการพัฒนาปรับแต่งภูมิทัศน์ ผ่านการประกวดบ้านเรือน และมีรางวัลมอบให้แก่บ้านเรือนที่มีการตกแต่งภูมิทัศน์ได้สวยงาม ถูกต้อง และสร้างสรรค์ด้วย

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปรับปรุงพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบอาคาร และการปรับปรุงพื้นที่ว่างระหว่างอาคารเป็นพื้นที่สาธารณะ คือ

1) ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าสงขลามีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเห็นความสำคัญของการปรับแต่งภูมิทัศน์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

2) ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้ความร่วมมือในการปรับแต่งภูมิทัศน์ในบริเวณพื้นที่อยู่อาศัยของตนเองให้เป็นระเบียบ สวยงามและเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

3) บรรยากาศภาพรวมของเมืองเก่าสงขลามีความร่มรื่นมากยิ่งขึ้น

4) สร้างบรรยายที่ดีและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังพื้นที่เมืองเก่าสงขลาได้มากขึ้น

จากการเสนอแนวทางปรับปรุงพื้นที่ โดยการส่งเสริมพื้นที่สีเขียวในบริเวณเมืองเก่าสงขลา สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากในยุคปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจรูปแบบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความนิยมมากขึ้น เพราะฉะนั้นการสร้างทัศนียภาพที่สวยงามให้กับพื้นที่เมืองเก่าสงขลา จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น และสามารถใช้เวลาในการเดินชมเมืองได้นานขึ้น หากมีการปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่นักท่องเที่ยวเคยบอกถึงปัญหาเวลามาเดินชมเมือง ที่มีสภาพอากาศที่ร้อนและไม่มีพื้นที่สาธารณะไว้นั่งพัก ดังนั้นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงเกิดเป็นการเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่สีเขียวให้กับเมืองเก่าสงขลา

นอกจากนั้นจากการศึกษาวิจัยของงานวิจัยย่อย 1 งานวิจัยย่อย 2 และงานวิจัยย่อย 3 และนำมาซึ่งการให้ความสำคัญของการจัดการให้มีพื้นที่เปิด (Open Space) เพื่อการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ที่สำคัญๆ ได้ดังนี้

- 1) ศาลหลักเมืองสงขลา
- 2) ศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี (Kid+Dee @ Historic Center)
- 3) ตลาดแสงดาว
- 4) พื้นที่ว่างตรงข้ามศาลเจ้ากวนอู

สามารถแสดงรายละเอียดแนวคิดการจัดกิจกรรมได้ดังนี้

- 1) ศาลหลักเมืองสงขลา

ศาลหลักเมืองเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอีกแห่งหนึ่ง และในโอกาสที่สำคัญเป็สถานที่จัดงานสมโภชศาลหลักเมืองสงขลา ที่นับเป็นประเพณีที่มีการสืบทอดทางวัฒนธรรมต่อกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน พื้นที่ดังกล่าวถูกใช้เป็นพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ภาพที่ 4.33 แสดงศาลหลักเมืองสงขลา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.34 แสดงงานสมโภชศาลหลักเมือง
สงขลา
ที่มา : ผู้จัดการออนไลน์ (2562)

2) ศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี (Kid+Dee @ Historic Center)

ศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี (Kid+Dee @ Historic Center) เป็นพื้นที่เปิดที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นพื้นที่ที่ใช้ทำงานร่วมกัน (Co-working Space) เป็นพื้นที่ใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้ทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งเรียบเรียงเป็นศูนย์บริการข้อมูลสื่อความหมายเกี่ยวกับเมืองเก่าสงขลาอีกด้วย อีกทั้งยังเป็นศูนย์อำนวยความสะดวกกระจายเสียงและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอีกด้วย



ภาพที่ 4.35 แสดงศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี (Kid+Dee @ Historic Center)
ที่มา : ผู้จัดการออนไลน์ (2562)



ภาพที่ 4.36 แสดงภายในอาคารศูนย์การเรียนรู้ ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี
ที่มา : ผู้จัดการออนไลน์ (2562)

3) ตลาดแสงดาว

แนวคิดในการเริ่มโครงการตลาดแสงดาวเป็นการทำงานบนฐานงานวิชาการ ใช้วิธีการจัดกิจกรรมการจัดพื้นที่ (Zoning) และการบริหารจัดการพื้นที่โดยริเริ่มจากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์โดยอ้างอิงจดหมายเหตุในสมัยรัชกาลที่ 4 เสด็จมาตรวจราชการที่จังหวัดสงขลา พระองค์ทรงเสด็จไปที่พลับพลาที่ประทับบนยอดที่พลับพลาแดงบนเขาดังกวน เนื่องจากจุดนั้นเป็นจุดสูงสามารถมองเห็นเมืองเก่าสงขลาในยามค่ำคืนได้ บริเวณเมืองเก่าสงขลาประชาชนในพื้นที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ การให้แสงสว่างในพื้นที่ใช้วิธีการจุดตะเกียง จุดใต้ พระทรงองค์ทรงเปรียบเปรยว่าไฟระยิบระยับเหมือนแสงดาวด้วยความตอนนี้องในจดหมายเหตุดังกล่าวจึงทำให้คณะผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้แก่ ภาควิชาการเมืองสงขลาสมาคม เทศบาลนครสงขลา ประชาชนในพื้นที่ เชพรอน สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ได้ริเริ่มที่จําแนกแนวคิดนี้มีสร้างสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์แห่งใหม่ในเมืองเก่าสงขลา โดยตั้งชื่อว่า “ตลาดแสงดาว” ตลาดในภาษาใต้แปลว่า “ตลาด” ตลาดแสงดาวดังกล่าวเป็นตลาดที่เป็นการนำเสนอพื้นที่สาธารณะ พื้นที่เปิด (Open Space) ให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์ โดยสร้างการมีส่วนร่วมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ๆแก่เมืองเก่าสงขลา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

การจัดตลาดแสงดาว คณะผู้วิจัยเลือกพื้นที่ในการจัดการ คือ ถนน 2 สาย ได้แก่ ถนนนอกจิก และถนนยะหริ่ง เนื่องจากบนพื้นที่ถนนดังกล่าวเป็นพื้นที่เล็กๆที่สามารถเดินเชื่อมกันถึง ภายในตลาด พื้นที่ดังกล่าวจะสามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ และในด้านการบริหารจัดการนับว่าพื้นที่ดังกล่าวสามารถบริหารจัดการพื้นที่โดยมีผลกระทบต่อพื้นที่น้อยที่สุด เนื่องจากชาวบ้านอำนวยความสะดวกและต้องการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พื้นที่ดังกล่าวใกล้กับจุดจอดรถที่สำคัญๆ และพื้นที่ดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ต่อการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์มากมายให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และระหว่างเดินเที่ยวชมตลาดนักท่องเที่ยวสามารถเดินเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมที่สำคัญของเมืองเก่าสงขลา และแหล่งโบราณสถานที่สำคัญในบริเวณนั้น ได้แก่ วัดยางทอง ศาลเจ้าตั้ง เซ่ง อ่อง อาคาร Historic Center ศาลเจ้าพ่อกวนอู ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ศาลเจ้า ปุน เถ้า กง อดีตที่ตั้งขุมประตุมือง (ประตูดุศศักดิ์พิทักษ์) โรงสีแดง หับ โห่ หิ้น กำแพงเมืองสงขลา เป็นต้น โดยมีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว 2 รูปแบบ คือ ใช้ป้ายสื่อความหมายและใช้ภูมิทัศน์ในการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

จากการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาวดังกล่าว ที่คณะผู้วิจัยมีการบูรณาการชุดความรู้ และมีการทดสอบตลาดโดยนำคณะผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ในจังหวัดสงขลาเข้าร่วมทดสอบตลาดพบว่า กลุ่มผู้ทดสอบตลาดแสดงความคิดเห็นว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่น่าสนใจ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ของจังหวัดสงขลาอีกแห่งหนึ่งอยากให้จัดกิจกรรมดังกล่าวเป็นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดว่าจะมีการจัดให้เกิดตลาดดังกล่าวขึ้นอีกอย่างจริงจังโดยใช้ชื่อตลาดว่า “เมืองแสงดาว” TCDC บริติช เคานซิล (British Council) เซฟรอน ทำในชื่อว่า Sonkhla Design Week และประชาชนในพื้นที่ งานนี้จะจัดในช่วงวันสงขลา ระยะเวลา 1 สัปดาห์



ภาพที่ 4.37 แสดงถนนยะหริ่ง
(ก่อนการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาว)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.38 แสดงถนนนอกจิก
(ก่อนการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาว)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.39 แสดงถนนนอกจิกโฉนนครใน
(ก่อนการจัดกิจกรรมตลาดแสงดาว)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.40 แสดงบรรยากาศตลาดแสงดาว
ยามเย็น
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.41 แสดงกิจกรรมงานศิลปะ
สร้างสรรค์
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.42 แสดงกิจกรรมงานศิลปะ
สร้างสรรค์
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.43 แสดงกิจกรรมสร้างสรรค์ภายใน
ตลาดแสงดาว
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.44 แสดงกิจกรรมการแสดงดนตรี
พื้นบ้านบริเวณ Historic Center
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.45 แสดงกลุ่มประชาชนในพื้นที่ร่วม
กิจกรรมการแสดง
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4) พื้นที่ว่างตรงข้ามศาลเจ้ากวนอู



ภาพที่ 4.46 แสดงพื้นที่ว่าง (Open space) ตรงข้ามศาลเจ้ากวนอูก่อนการจัดกิจกรรม
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

เป็นพื้นที่ว่างเปล่าที่ตั้งอยู่บนถนนนางงามตรงข้ามศาลเจ้ากวนอูในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีเจ้าของเป็นประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา พื้นที่ดังกล่าวคณะผู้วิจัยใช้เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ชื่อกิจกรรม “RUTS Creative Pavilion” โดยเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างเทศบาลนครสงขลา องค์การบริหารส่วนสงขลา คณะนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา บริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด ภาควิชาคนรักเมืองสงขลาสมาคม เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาได้รับประโยชน์อย่างสูงสุดในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีกิจกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่



ภาพที่ 4.47 แสดงปฏิทินกิจกรรมสร้างสรรค์ ณ ประติมากรรมไม้ไผ่
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.1 การเวิร์คช็อปทำโครงสร้างไม้ไผ่กับคณาจารย์และนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

4.2 การจัดแสดงงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับเมืองเก่าสงขลา โดยคณะผู้วิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

4.3 การวาดรูปการ์ตูนตาหวาน โดยผู้ประกอบการ Songkhla Heritage Company

4.4 กิจกรรมออกแบบระบายสีชุดจาน โดยผู้ประกอบการ Songkhla Heritage Company

4.5 กิจกรรมปั้นดินน้ำมัน เครื่องปั้นดินเผา ขนมไทย จากคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา

4.6 กิจกรรมโคมไฟจากกระดาษลัง โดยผู้ประกอบการ Songkhla Heritage Company

4.7 กิจกรรมการแสดงดนตรี จากนักเรียนโรงเรียนเทศบาล 5 วัดหัวป้อมนอก



ภาพที่ 4.48 แสดงกิจกรรมการแสดงดนตรี
จากนักเรียนโรงเรียนเทศบาล 5 วัดหัวป้อมนอก
ที่มา : ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มทร.ศรีวิชัย (2562)



ภาพที่ 4.49 แสดงปั้นดินน้ำมัน เครื่องปั้นดินเผา
ที่มา : ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มทร.ศรีวิชัย (2562)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 ถึงโครงการย่อยที่ 3 รวมทั้งการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาเมืองเก่าสงขลา มีข้อเสนอแนะว่า การจัดกิจกรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาควรเป็นกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์สร้างสรรค์ ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับทราบ จดจำ และวางแผนตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูล และนำเสนอกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ในรูปแบบปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี โดยปฏิทินการท่องเที่ยวนี้ได้รวบรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวเดิม และคณะผู้วิจัยได้เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ลงในปฏิทินการท่องเที่ยวนี้ด้วย แสดงปฏิทินการท่องเที่ยวดังนี้



ภาพที่ 4.50 แสดงปฏิทินการท่องเที่ยว
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

จากการลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวจากภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ต่างๆ มาจะจัดทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

การดำเนินงานวิจัย ได้เกิดเป็นเส้นทางวัฒนธรรมแหล่งใหม่ของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ที่สอดคล้องกับการสนับสนุนการท่องเที่ยว บริเวณถนนยะหริ่ง และถนนหนองจิก ซึ่งเป็นกิจกรรม

“ตลาดแสงดาว” โดยทางคณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาตามเส้นทางตลาดแสงดาว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เส้นทางตลาดแสงดาว



ภาพที่ 4.51 แสดงเส้นทางวัฒนธรรมของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา (ตลาดแสงดาว)

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.5.1 ที่มาของเส้นทางท่องเที่ยว (ตลาดแสงดาว)

ภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชื่อ “กิจกรรมตลาดแสงดาว” โดยมีที่มาจากการนำบันทึกทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับรัชกาลที่ 4 เมื่อครั้งประภาสเมืองสงขลามาเป็นชื่อตลาดคือ ตลาดแสงดาว และแปลงเป็น ตลาดแสงดาว ซึ่งเป็นภาษาถิ่นของชาวสงขลาที่มีความหมายเดียวกัน

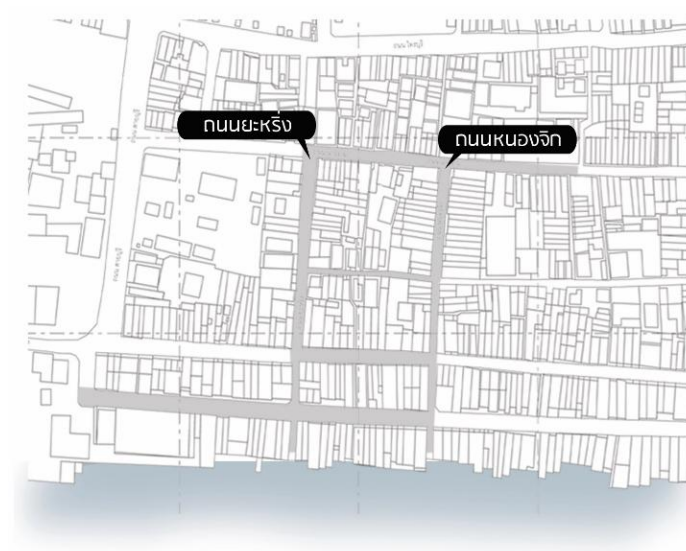
โดยในการจัดเส้นทาง ตลาดแสงดาว จะนำเอาผลการศึกษาข้อมูลวิจัยทั้งหมดมาเชื่อมโยงให้เกิดเป็นกิจกรรมที่สะท้อนในเรื่องของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งจะประกอบไปด้วยอาหารการกิน การการแสดงแสง สี เสียง



ภาพที่ 4.52 แสดงแสง สี เสียง และบรรยากาศในงานตลาดแสงดาว
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.5.2 รูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยว (ตลาดแสงดาว)

รูปแบบของตลาดแสงดาว ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมเดิมของเมืองเก่าสงขลา และสอดคล้องกับที่มาของการเกิดตลาด ซึ่งจะเกิดเส้นทางการท่องเที่ยวบริเวณถนนหนองจิกและถนนยะหริ่ง



ภาพที่ 4.53 แสดงรูปแบบการจัดเส้นทางท่องเที่ยว (ตลาดแสงดาว)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

โดยมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวเข้าร่วมในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ล่าสุดมีนักท่องเที่ยวจากมาเลเซียมาทดสอบเส้นทางกว่า 80 คน นับเป็นสัญญาณที่ดี ในการขับเคลื่อนงานเพื่อกิจกรรมควบคู่ไปกับงานวิจัยและออกแบบให้เป็นกิจกรรมตลาดแสงดาว ซึ่งเป็นตลาดที่จะถ่ายทอดความเป็นเมืองเก่าสงขลาวิถีชีวิตของคนสงขลา ความคลาสสิก ความเก่าแก่ และศิลปะทั้งงดงาม จนเกิดเป็นกิจกรรมใหม่ๆ บนถนนหนองจิกและถนนยะหริ่งในย่านเมืองเก่าสงขลา

ซึ่งจัดให้มีขึ้นครั้งแรกในช่วงแรกตั้งแต่วันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2562 โดยมีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ โดยหลังจากนี้จะมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเริ่มตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2562 ในวันศุกร์ และวันเสาร์ของสัปดาห์ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวรวมถึงคนในพื้นที่ได้เรียนรู้ในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสำคัญของเมืองเก่าสงขลาและบริเวณใกล้เคียงมีสถานที่ที่น่าสนใจอื่นๆ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นทางสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน วัฒนธรรมวิถีอาหารพื้นบ้านหัตถกรรมท้องถิ่น รวมถึงความน่ารักของผู้คนในเมืองเก่าสงขลา ที่จะถูกถ่ายทอดในกิจกรรมตลาดแสงดาว โดยมีนายนิพนธ์ บุญญามณี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา มาเป็นประธานเปิดงานในครั้งนี้



ภาพที่ 4.54 แสดงพิธีเปิดงานตลาดแสงดาว

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

พร้อมกันนี้ ยังมีเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ร่วมสัมผัส ซึ่งเป็นเส้นทางสายกิจกรรมสร้างสรรค์ทั้งถูกออกแบบภายใต้งานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา” จากการสนับสนุนของ สกว. รวมไปถึงเรื่องราวของโปรแกรมการท่องเที่ยวการส่งต่อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองเก่าให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะเข้ามาส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวและเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเที่ยวชมในย่านเมืองเก่าสงขลาต่อไป



ภาพที่ 4.55 แสดงการจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยว (ตลาดแสงดาว)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.5.3 แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ตลาดแสงดาว

ในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ได้เกิดเป็นเส้นทางกิจกรรมตลาดแสงดาว บริเวณถนนยะหริ่งและถนนหนองจิก โดยในกิจกรรมที่จัดขึ้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง ดังนี้

1) เส้นทางท่องเที่ยวสายกิจกรรมสร้างสรรค์ (Creative Street) เป็นการจัดพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่ ที่สนใจเข้าร่วมทำกิจกรรมต่างๆ โดยมีกิจกรรมที่น่าสนใจดังนี้

1.1) พื้นที่กิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่แสดงชิ้นงานที่สร้างสรรค์ หรือเป็นพื้นที่ทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความบันเทิง และสนุกสนาน หรือกิจกรรมที่สามารถต่อยอดเป็นสินค้า และชิ้นงานที่เราสามารถผลิตและนำกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้



ภาพที่ 4.56 แสดงพื้นที่กิจกรรมสร้างสรรค์
ที่มา : นักวิจัยโครงการ

1.2) พื้นที่กิจกรรมเด็ก เป็นลักษณะกิจกรรมที่ง่าย ไม่ซับซ้อน แต่ยังคงความสนุกและมีสีสัน สดใส ให้เหมาะแก่เด็ก



ภาพที่ 4.57 แสดงพื้นที่กิจกรรมเด็ก
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

1.3) พื้นที่ศิลปะสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่เกี่ยวกับการแสดงออกทางด้านงานฝีมือ งานศิลปะ งานประดิษฐ์ เป็นการปลดปล่อยจินตนาการของคนที่น่าสนใจ อีกทั้งยังได้นำผลงานของตนเองกลับบ้านได้อีกด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่า งานศิลปะที่เราทำขึ้นมีเพียงชิ้นเดียวในโลก เพราะทุกตัวมีจินตนาการที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ฝึกสมาธิและฝึกการเรียนรู้ต่างๆ



ภาพที่ 4.58 แสดงพื้นที่ศิลปะสร้างสรรค์
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

1.4) พื้นที่กิจกรรมครอบครัว เป็นลักษณะกิจกรรมที่ต้องมีผู้ปกครองร่วมทำงานกับเด็กได้ โดยผู้ปกครองจะช่วยสนับสนุนในด้านของความคิด และเด็กจะเป็นคนลงมือปฏิบัติ โดยผู้ปกครองจะได้เห็นถึงพัฒนาการของเด็กที่แสดงออกผ่านชิ้นงาน ทำให้เกิดความรักใคร่ สนุกสนาน ในครอบครัวมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.59 แสดงพื้นที่กิจกรรมครอบครัว
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

1.5) พื้นที่แสดงดนตรี (การแสดงพื้นบ้านและร่วมสมัย) เป็นชุดการแสดงต่างๆ ที่เกิดจากหน่วยงานและชุมชนจัดขึ้นในช่วงของพิธีเปิดและตลอดงาน ซึ่งในการแสดงดนตรีสามารถถ่ายทอดผลงานที่ครบถ้วนในเรื่องของพหุวัฒนธรรมของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา (พุทธ อิสลาม และจีน)



ภาพที่ 4.60 แสดงพื้นที่แสดงดนตรี (การแสดงพื้นบ้านและร่วมสมัย)
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

2) เส้นทางท่องเที่ยวสายวัฒนธรรม (Cultural Street)

เป็นลักษณะเส้นทางท่องเที่ยวที่แฝงเรื่องราววัฒนธรรม ในเขตพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยจะเป็นอาคาร สถานที่ ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของเมืองสงขลา ดังนี้ วัดยางทอง ศาลเจ้าตั้ง แซ่ อ่อง อาคาร Historic Center ศาลเจ้าพ่อกวนอู ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ศาลเจ้า ปุน เก้า กง อดีตที่ตั้งชุมชนประตูเมือง (ประตูศักดิ์พิทักษ์) โรงสีแดง หับ โห่ หิ้น และกำแพงเมืองสงขลา



ภาพที่ 4.61 แสดงแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมสร้างสรรค์ หลาดแสงดาว
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวดังนี้

1) วิสัยทัศน์ (Vision)

“เมืองเก่าสงขลามุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สู่การเป็นมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เมืองท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำในอาเซียน เพื่อรักษาคุณภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน”

2) พันธกิจ (Missions)

2.1 พัฒนาศักยภาพสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

2.2 พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

2.3 พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

2.4 สร้างความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3) เป้าหมายในการพัฒนา (Goal)

คณะผู้วิจัยได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ 3 ระยะ โดยพิจารณาจากความเร่งด่วนและความเป็นไปได้ในการพัฒนา โดยเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

4.6.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

- 1) บริหารจัดการพื้นที่จอตารถเพื่อการท่องเที่ยว
- 2) สร้างความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและนักท่องเที่ยว
- 3) ส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนา และต่อยอดมรดกวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น
- 4) กระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

ตารางที่ 4.3 แสดงความเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาระยะสั้น (1-2 ปี) สู่แนวทางปฏิบัติ

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
บริหารจัดการพื้นที่จอดรถเพื่อการท่องเที่ยว (โครงการย่อยที่ 3)	- บริหารจัดการพื้นที่สำหรับจอดรถในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา - บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสัญจรภายในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างจริงจัง เพื่อลดปัญหาการจราจรติดขัดในพื้นที่	7,000,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - ตำรวจภูธรจังหวัดสงขลา	- ได้จำนวนรถที่เข้าออก ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา - จำนวนขีดความสามารถในการรองรับการจอดรถในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา - ที่จำนวนที่จอดรถในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา - ได้ DATA BASE สำหรับทำแผนบริหารจัดการ	ระบบการจอดรถในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาที่มีความทันสมัยและปลอดภัยยิ่งขึ้น
	- โครงการออกแบบทางเดินเท้า (Walk way) ส่งเสริมการเดินในย่านเมืองเก่าสงขลาและ Car free day เพื่อการนันทนาการและการท่องเที่ยว	3,500,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - ตำรวจภูธรจังหวัดสงขลา		
สร้างความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา ให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและนักท่องเที่ยว (โครงการย่อยที่ 1)	- โครงการงานศิลป์ส่งเสริมคุณค่าทางสถาปัตยกรรม เมืองเก่าสงขลา	1,000,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในพื้นที่	- ได้จำนวนของอาคารทรงคุณค่า - ได้ประเภททางสถาปัตยกรรมของอาคารทรงคุณค่า - ได้สภาพเงื่อนไขของอาคารทรงคุณค่า - ได้ DATA BASE สำหรับอาคารทรงคุณค่า	- เกิดการท่องเที่ยวทางมรดกทางวัฒนธรรม(สถาปัตยกรรม)
ส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนาและต่อยอดมรดกวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น	- โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) สืบสานภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่น	100,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา	- ได้การตั้งกลุ่มอาชีพพื้นถิ่นในแนวทางสร้างสรรค์ - ได้องค์ความรู้ ด้านอาหารพื้น	- เกิดการบูรณาการด้านอาหารท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
(โครงการย่อยที่ 1)			- สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สงขลา	ถิ่น	
ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่า สงขลา (โครงการย่อยที่ 1 - 3)	- โครงการตลาดวัฒนธรรม “ตลาด แสงดาว”	500,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สงขลา	- ได้ทดสอบผลการวิจัยลงสู่ กิจกรรม “ตลาดแสงดาว” - ได้บูรณาการ การทำงาน ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่ เกี่ยวข้อง - ได้เส้นทางท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม สร้างสรรค์	- ได้แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ให้แก่พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4.6.2 เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

- 1) พัฒนาความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) พัฒนานักสื่อความหมายจิตอาสาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
- 3) พัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อแสดงตัวตนนักท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืน
- 4) ออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้กลมกลืนกับภูมิสถาปัตยกรรม
- 5) สร้างแรงจูงใจ แรงกระตุ้นในการพัฒนาปรับแต่งภูมิทัศน์ ผ่านการประกวดบ้านเรือน และมีรางวัลมอบให้แก่บ้านเรือนที่มีการตกแต่งภูมิทัศน์ได้สวยงาม ถูกต้อง และสร้างสรรค์
- 6) จัดกิจกรรมและส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มมุ่งตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ
- 7) พัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
- 8) ส่งเสริมและบ่มเพาะผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวที่จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

ตารางที่ 4.4 แสดงความเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาระยะกลาง (3-5 ปี) สู่แนวทางปฏิบัติ

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
พัฒนาความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (โครงการย่อย 3)	1) จัดตั้งกลุ่มโครงสร้างองค์กรที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ที่ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่ม 2) แบ่งฝ่ายงาน กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งโครงสร้างองค์กร และกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) ประชุมวางแผนงานในการ กำหนดโครงการที่จะพัฒนาพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	50,000 บาท	- ภาคประชาชน - สถาบันการศึกษา	- กลุ่มพัฒนาเมืองเก่าสงขลา ภาคประชาชน	- ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืน
พัฒนานักสื่อความหมายจิตอาสาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา (โครงการย่อย 1-3)	- รับสมัครนักสื่อความหมายจิตอาสาในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาโดยแยกเป็นรุ่น ได้แก่ รุ่นนักเรียน (ระดับมัธยมศึกษา) รุ่นนักศึกษา (ระดับอุดมศึกษา และ อาชีวศึกษา) รุ่นประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาหรือพื้นที่ใกล้เคียง - ดำเนินการให้มหาวิทยาลัยที่รับผิดชอบจัดการฝึกอบรมให้ความรู้ตามหลักสูตร “นักสื่อความหมายจิตอาสาเมืองเก่าสงขลา” อบรมทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ	350,000 บาท	- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โรงเรียนและมหาวิทยาลัยเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา	- นักสื่อความหมาย การท่องเที่ยวในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา จำนวน 15 คน	- เยาวชนในพื้นที่และประชาชนในพื้นที่เกิดความรักและหวงแหนต่อพื้นที่เมืองเก่าสงขลา
พัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อแสดงตัวตนนักท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการ	- จัดทำฐานข้อมูลกลาง (Big data) ของเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้	700,000 บาท	- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โรงเรียนและมหาวิทยาลัยเครือข่าย	- ฐานข้อมูลกลาง (Big data) ของเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา	- สามารถนำข้อมูลของพื้นที่ที่ได้จากการวิจัย และนักท่องเที่ยว ไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาพื้นที่อย่าง

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
ท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืน (โครงการย่อย 2 และ 3)	ข่าวสาร งานวิจัย กิจกรรมของเมือง สถิตินักท่องเที่ยว - เผยแพร่ฐานข้อมูลกลางดังกล่าวให้ ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้รับ ทราบ - จัดทำ QR Code ซึ่งเป็น QR Code แสดงตัวตนของนักท่องเที่ยวเพื่อเก็บ รวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวใช้วิธีการขอ ความร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านค้าใน พื้นที่เมืองเก่าสงขลา - ดำเนินการให้มีผู้รับผิดชอบระบบกลาง ดังกล่าวอย่างชัดเจน (Admin) เพื่อ อัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ		ที่เกี่ยวข้อง - สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา - ภาควิชาการเมืองสงขลา สมาคม - ผู้ประกอบการในพื้นที่ เมืองเก่าสงขลา		สูงสุด
ออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า สงขลาให้กลมกลืนกับภูมิสถาปัตยกรรม (โครงการย่อย 3)	- โครงการพัฒนาห้องน้ำสาธารณะ สะอาดเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมือง เก่าสงขลา	1,000,000 บาท	- สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา - เทศบาลนครสงขลา	- ห้องน้ำสาธารณะจำนวน 3 จุด มีความสะอาดขึ้น	- อำนวยความสะดวกและสร้างความ พึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน
	- โครงการประกวดห้องน้ำสะอาดเพื่อ การท่องเที่ยว มุ่งกลุ่มเป้าหมายที่ ร้านอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่เมืองเก่า สงขลา	100,000 บาท	- ผู้ประกอบการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม - สาธารณสุขจังหวัดสงขลา	- ห้องน้ำในร้านอาหารและ เครื่องดื่มที่เข้าร่วมโครงการ อย่างน้อย 5 จุด มีความ สะอาดขึ้น	- อำนวยความสะดวกและสร้างความ พึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน
	- โครงการพัฒนาระบบป้ายสัญลักษณ์ ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เช่น ป้าย สัญลักษณ์บอกทาง ป้ายแผนที่ท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว ป้าย ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น	200,000 บาท	- สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา - เทศบาลนครสงขลา - สถาบันการศึกษา - ปตท.สผ.	- ป้ายสื่อความหมายของ แหล่งท่องเที่ยว - ป้ายสัญญาณจราจรใน แหล่งท่องเที่ยว - ป้ายสัญลักษณ์ค่าเตือนหรือ ให้ข้อมูลต่างๆ ในแหล่ง ท่องเที่ยวเพื่อความปลอดภัย	- นักท่องเที่ยวมีความรู้และความ เข้าใจ ต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมือง เก่าสงขลามากขึ้น - นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวใน พื้นที่เมืองเก่าสงขลาได้อย่างปลอดภัย
	- โครงการถังขยะนำมองถูกสุขอนามัย (ออกแบบถังขยะให้กลมกลืนกับลักษณะ	200,000 บาท	- สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา	- ถังขยะสาธารณะทุกจุดใน พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีความ	- สิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยวมีความกลมกลืนกับ

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
	ทางสถาปัตยกรรมและเป็นถึงขยะที่ถูก สุกสุก มีกรดกัดกร่อน)		- เทศบาลนครสงขลา	กลมกลืนกับสถาปัตยกรรม ในพื้นที่ และถูกสุกสุก	สถาปัตยกรรมในพื้นที่ และถูก สุกสุก
	- โครงการพัฒนาศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว ระบบสื่อความหมาย (Multimedia) รวมทั้งมีการสื่อ ความหมายในหลายภาษาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เป็นต้น	10,000,000 บาท	- สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา - เทศบาลนครสงขลา - สถาบันการศึกษา - ปตท.สผ	- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ระบบสื่อความหมาย (Multimedia) จำนวน 1 แห่ง	- นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศได้รับความรู้และความ ใจต่อมรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่า สงขลาอย่างลึกซึ้ง ทันสมัย และ น่าสนใจ
	- โครงการพัฒนาศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว ระบบสื่อความหมาย (Multimedia) รวมทั้งมีการสื่อ ความหมายในหลายภาษาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เป็นต้น	10,000,000 บาท	- สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา - เทศบาลนครสงขลา - สถาบันการศึกษา - ปตท.สผ	- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ระบบสื่อความหมาย (Multimedia) จำนวน 1 แห่ง	- นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศได้รับความรู้และความ ใจต่อมรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่า สงขลาอย่างลึกซึ้ง ทันสมัย และ น่าสนใจ
	- โครงการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อนั่ง พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว	1,000,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - ปตท.สผ - บริษัทเซฟรอน คอปอเรชั่น สงขลา	- พื้นที่สาธารณะสำหรับนั่ง พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 2 จุด	- อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน
สร้างแรงจูงใจ แรงกระตุ้นในการ พัฒนาปรับแต่งภูมิทัศน์ ผ่านการ ประกวดบ้านเรือน และมีรางวัล มอบให้แก่บ้านเรือนที่มีการตกแต่ง ภูมิทัศน์ได้สวยงาม ถูกต้อง และ สร้างสรรค์ (โครงการย่อย 1 - 3)	โครงการสวนผักและสวนดอกไม้คนเมือง เก่าตามโครงการเมืองสีเขียว (Green City, IMT - GT)	200,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา สำนักงาน - ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมจังหวัดสงขลา - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย / สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สงขลา	- พื้นที่สีเขียวในพื้นที่เมือง เก่าสงขลาจำนวนมากขึ้น	- บรรยากาศในการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมืองเก่าสงขลามีความร่มรื่นขึ้น
ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มมุ่ง ตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (โครงการย่อย 2)	- โครงการส่งเสริมการตลาดการ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่เมือง เก่าสงขลา	500,000 บาท	- สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสงขลา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่	- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ เน้นประสบการณ์แก่นัก ท่องเที่ยวจำนวน 1 กิจกรรม	- นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เชิง ลึกในการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า สงขลา
พัฒนาระบบการจัดการความ	- โครงการติดตั้งเครื่อง AED	1,000,000 บาท	- สำนักงานสาธารณสุข	- อุปกรณ์อำนวยความสะดวก	- แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรฐานและ

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
ปลอดภัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยว (โครงการย่อย 3)	(Automated External Defibrillator) หรือเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้า รวมทั้ง อุปกรณ์ดับเพลิงไหม้ มีจุดหรือบริเวณที่สำคัญในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เช่น โรงสีแดง ศาลเจ้าหลักเมืองสงขลา Historic Center เป็นต้น และอบรมให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่		จังหวัดสงขลา - เทศบาลนครสงขลา	ปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีจำนวนมากขึ้น เช่น เครื่อง AED ถังดับเพลิง เส้นทางหนีไฟ เบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน เป็นต้น - ประชาชนในพื้นที่และคนในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ต่อการใช้อุปกรณ์ในกรณีฉุกเฉิน	ศักยภาพในด้านความปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนมากขึ้น
	- โครงการฝึกดับเพลิงและการช่วยชีวิต เสริมสมรรถนะการจัดการด้านอัคคีภัย	6,200,000 บาท	- ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เทศบาลนครสงขลา	- ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่สามารถใช้อุปกรณ์และมีความรู้ที่ถูกต้อง	- ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่สามารถใช้อุปกรณ์และมีความรู้ที่ถูกต้อง
	- โครงการปรับปรุงระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) ในย่านเมืองเก่าสงขลา	30,000,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา	- กล้องวงจรปิด (CCTV) ในย่านเมืองเก่าสงขลา จำนวน 15 ตัว	- พื้นที่มีความปลอดภัยมากขึ้น
	- โครงการร้านอาหารปลอดภัย Clean Food Good Taste	70,000 บาท	- สาธารณสุขจังหวัดสงขลา	- ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการอย่างน้อย 10 ร้าน	- สร้างความเชื่อมั่นในด้านอาหารปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
ส่งเสริมและบ่มเพาะผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวที่จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (โครงการย่อย 2)	- โครงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างสรรค์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ	900,000 บาท	- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา - หอการค้าจังหวัดสงขลา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ - สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	- ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์จำนวนมากขึ้น	- พัฒนาเมืองสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์

4.6.3 เป้าหมายระยะยาว (6-10 ปี)

- 1) ส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาอาคารทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างถูกต้องตามหลักการอนุรักษ์และพัฒนา
- 2) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาในการการอนุรักษ์ โดยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ ให้ความรู้การศึกษา ให้งบประมาณในการอนุรักษ์บ้านเรือนบางส่วนลดภาษีที่ดิน หรือภาษีโรงเรือน เป็นต้น
- 3) จัดทำระบบการสื่อความหมายที่สร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ และมีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
- 4) พัฒนาเมืองเก่าสงขลาให้มีความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 5) ส่งเสริมและพัฒนาเมืองเก่าสงขลาสู่การเป็นเมืองมรดกโลก

ตารางที่ 4.5 แสดงความเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาระยะยาว (5-10 ปี) สู่แนวทางปฏิบัติ

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
ส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาอาคารทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างถูกต้องตามหลักการอนุรักษ์และพัฒนา (โครงการวิจัยย่อย 1)	โครงการปรับปรุงทางสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมอาคารทรงคุณค่าบริเวณเมืองเก่าสงขลา	15,000,000 บาท	- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสงขลา	- วิธีการปฏิบัติในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์รวมถึงวิธีการพัฒนาอาคารในทางสถาปัตยกรรมในชุมชนบริเวณพื้นที่เมืองเก่าสงขลาโดยยึดแนวทางการอนุรักษ์ในการสำรวจทางสถาปัตยกรรม ในด้านรูปแบบ ลักษณะการใช้งาน เพื่อเป็นการจำแนกลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยศึกษาอาคารที่อยู่ริมถนนทั้ง 3 สาย คือ ถนนนางงาม ถนนนครนอก ถนนนครใน	- ความเข้าใจความรู้ และการตระหนัก ร่วมกันในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมในด้านสถาปัตยกรรมโดยผู้ใช้ประโยชน์จะทำให้หลักการปฏิบัติในการอนุรักษ์รวมถึงแนวทางการพัฒนาปรับปรุงซ่อมแซม
สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาในการอนุรักษ์	- จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางสถาปัตยกรรมที่มีความสำคัญต่อการ	1,000,000 บาท	- เทศบาลนครสงขลา - องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา - สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสงขลา	- ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา	- การตระหนักรู้ ร่วมกันในการให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

ประเด็น การพัฒนา	แนว ทางการ พัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
	ท่องเที่ยวใน พื้นที่เมืองเก่า สงขลา - จัดตั้ง กองทุนเพื่อ สนับสนุนการ อนุรักษ์ อาคาร บ้านเรือนทุก ประเภทใน พื้นที่เมืองเก่า สงขลา - สร้างแรงจูง ใจให้กับผู้ที่ อาศัยในพื้นที่ เมืองเก่า สงขลาในการ				
พัฒนาเมือง เก่าสงขลาให้ มีความยั่งยืน และเป็นมิตร กับ สิ่งแวดล้อม	- โครงการ เมืองที่เป็น มิตรกับ ผู้สูงอายุ (Age- friendly cities) ใน เมืองเก่า สงขลา	10,000,000 บาท	- เทศบาลนคร สงขลา	- เมืองสงขลาที่น่าอยู่	- ประชาชน ผู้สูงอายุมี คุณภาพชีวิตที่ดี และรองรับกลุ่ม นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ

ประเด็น การพัฒนา	แนว ทางการ พัฒนา	งบประมาณ	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ผลผลิต (Outputs)	ผลลัพธ์ (Outcomes)
	- โครงการรถ ขนส่งไฟฟ้า ขนาดเล็ก เพื่อ สนับสนุนการ และการ ท่องเที่ยว	800,000 บาท	- เทศบาลนคร สงขลา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา - หน่วยงาน ภาคเอกชนที่ เกี่ยวข้อง	- การคมนาคมขนส่งในพื้นที่มีความทันสมัย และสะดวก	- ลดอัตรา แออัดการ คมนาคมขนส่ง ในพื้นที่เมือง เก่าสงขลา และ อำนวยความสะดวก สะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว
ส่งเสริมและ พัฒนาเมือง เก่าสงขลาสู่ การเป็นเมือง มรดกโลก (โครงการ ย่อย 1 - 3)	โครงการ การศึกษา ออกแบบ พื้นที่เฉพาะ และ มาตรการ เพื่อคงคุณค่า เมือง	1,500,000 บาท	- เทศบาลนคร สงขลา - สำนักงาน ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จังหวัดสงขลา	- มาตรการ กฎหมาย กฎระเบียบเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา	- เขตมรดกทาง วัฒนธรรมเมือง เก่าสงขลาได้รับ การอนุรักษ์ อย่างถูกวิธี
	- โครงการ ปรับปรุง สถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ และ พื้นที่ใช้ งานศาสน สถานในเขต เมืองเก่า สงขลา	1,350,000 บาท	- เทศบาลนคร สงขลา - สำนักงาน ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จังหวัดสงขลา	- แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในเชิงศาสนสถานได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อการอนุรักษ์และเพื่อการ ท่องเที่ยว	- ศาสนสถาน ได้ รับ การ อนุรักษ์อย่างถูก วิธี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีวัตถุประสงค์มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 2) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา 3) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 6) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษา รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลทางด้านศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ตามกรอบวิธีการดำเนินงานวิจัย ซึ่งสามารถอธิบายตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1.1 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

จากการลงพื้นที่สำรวจตามกรอบการดำเนินงานวิจัยศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวิถีชีวิตร่วมกับโครงการวิจัยย่อย เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยพิจารณามรดกทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะโดดเด่น และทบทวนมรดกภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทบทวนคุณค่า The Burra Charter เพื่อเป็นเกณฑ์การประเมินทรัพยากรมรดกทางวัฒนธรรมพบว่าเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีศักยภาพทรัพยากร 4 ด้าน ได้แก่

1) ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม ลักษณะที่โดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าสงขลา จากการประเมินคุณค่าได้แก่ คุณค่าทางความงาม (Aesthetic Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) สามารถจัดประเภท (Category) เป็น 3 ประเภท ได้แก่ โบราณสถาน ศาสนสถาน และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความแตกต่างหลากหลายถึง 3 รูปแบบ ได้แก่ อาคารรูปแบบจีนดั้งเดิม รูปแบบไทย และชิโนยูโรเปียน (จีนผสมฝรั่ง)

2) ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ พบว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ (Historic Value) และมีคุณค่าทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Value) ย่านเมืองเก่าสงขลา ได้แก่ โรงสีแดง (หับ โห้ หิ้น) บ้านที่ระเบิดในสงครามโลกครั้งที่ 2 พิพิธภัณฑ์บ้านนครใน กำแพงเมืองสงขลา บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์ ศาลหลักเมืองสงขลา และประตูเมืองจำลอง

3) ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม พบว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นและมีคุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) เรื่องราวสะท้อนถึงความเชื่อ ได้แก่ ศาลหลักเมืองสงขลา ศาลปูนเท่างง ศาลเจ้าพ่อกวนอู ศาลเจ้าโป๋ อันเตียน ศาลเจ้าลำเล้งเตียนกวนแต้กั๊น ล้วนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมสะท้อนให้เห็นถึงประเพณีที่มีความสำคัญที่มีคุณค่ายิ่ง

4) ศักยภาพการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต พบว่ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นและมีคุณค่าทางสังคม (Social Value) และมีคุณค่าทางใจ (Spiritual Value) ที่สะท้อนให้เห็นการดำรงชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น คือ การประกอบอาชีพประมงพื้นถิ่น ได้แก่ ทำนํ้าศักดิ์สิทธิ์ พิทักษ์ โรงสีแดง

จากการประเมินพบมรดกทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้งในส่วนของมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เห็นถึงลักษณะของการเปลี่ยนแปลงมรดกทางวัฒนธรรมผ่านกาลเวลา จากการศึกษาพบว่าวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมจีน วัฒนธรรมไทย และชาติตะวันตก โดยการรับวัฒนธรรมที่เข้ามานั้นส่งผลทำให้มรดกทางวัฒนธรรม ต้องปรับความเป็นมรดกวัฒนธรรมให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของเมืองสงขลาอย่างมากที่สุด โบราณสถาน ศาสนสถาน รูปแบบอาคารต่างๆ และสถานที่สำคัญที่ปรากฏในเขตมรดกวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา ล้วนมีความสัมพันธ์กับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับสภาพภูมิประเทศในทะเลสาบสงขลาและทะเลฝั่งอ่าวไทย และมีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต การประกอบอาชีพของผู้คนในสงขลา ความเชื่อ การประกอบพิธีกรรมและประเพณีของชุมชน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถือเป็นศักยภาพที่เข้มแข็งของการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจในการพัฒนาศักยภาพ ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงนำรูปแบบอาคารที่มีศักยภาพจากการเกณฑ์ประเมินคุณค่า The Burra Charter สรุปรวบรวมศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบสถาปัตยกรรมให้เป็นอาคารทรงคุณค่า ให้มีความพร้อมเพื่รองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากผลการประเมินคุณค่าสถาปัตยกรรมทางคณะผู้วิจัยได้เลือกอาคารที่สามารถนำมาพัฒนา ปรับปรุง หรือแก้ไข ให้เป็นอาคารทรงคุณค่าเพื่อการท่องเที่ยวพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตมรดกวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาต่อไป

5.1.2 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

คณะวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) พบว่า จุดแข็งการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา คือ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม, แหล่งท่องเที่ยวมีการกระจายตัวอยู่ทั่วทั้งพื้นที่และมีระยะทางไม่ไกลกัน ทำให้สามารถเชื่อมโยงกันได้ต่อเนื่อง, มีประวัติศาสตร์เมืองเก่าที่ยาวนานสามารถจับต้องได้เชิงประจักษ์

จุดอ่อนการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา คือ แหล่งท่องเที่ยวในบางส่วนของพัฒนาในเชิงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและ

สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่, งบประมาณในการส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าไม่มีเพียงพอ, ขาดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

โอกาสการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา คือ มีนโยบายและแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น, นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในทางอนุรักษ์เมืองเก่าและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าทั้งในประเทศไทยและประเทศในกรอบความร่วมมือ IMT-GT ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, เกิดกระแสการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรคการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา คือ การขาดงบประมาณและความต่อเนื่องในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สภาวะการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีค่อนข้างสูง, สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำส่งผลให้เกิดการชะลอในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยยังได้เชื่อมโยงสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาด (TOWS Matrix) พบว่า

กลยุทธ์เชิงรุก คือ 1. พัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์เมืองเก่าสงขลา และ 2. ส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ 1. ส่งเสริมและสนับสนุนการทำตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาในเชิงรุกร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการตลาดออนไลน์ และ 2. การบูรณาการและเชื่อมโยงงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ 1. การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 2. การประสานเชื่อมโยงและบูรณาการงบประมาณเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

กลยุทธ์เชิงตั้งรับ คือ 1. การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา และ 2. การพัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าให้มีความต่อเนื่องและหลากหลาย

คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์ทั้งในส่วนของวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวของพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อนำไปประกอบการร่างแผนเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อนำไปสู่การแผนเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา แบ่งออกเป็น 5 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การพัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เชิงอนุรักษ์เมืองเก่าสงขลา อาทิ โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ ป้ายชี้ทาง ป้ายสื่อความหมาย ระบบไฟฟ้าตกแต่งเมือง การ

บูรณะอาคารบ้านเรือนและสถาปัตยกรรม การพัฒนาท่าเทียบเรือเพื่อการท่องเที่ยว ฯลฯ, โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา, โครงการอบรมนักสื่อความหมายในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา กิจกรรมส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เช่น กิจกรรม “ตลาดแสงดาว” กิจกรรมนั่งสามล้อชมเมืองเก่าเรื่องเมืองเก่าสงขลา กิจกรรม “Night Tour” เมืองเก่าสงขลา เป็นต้น

2. การส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) เช่น โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในเส้นทางเมืองเก่าภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย), โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย), กิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา และเมืองเก่าในกรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) เป็นต้น

3. การส่งเสริมและสนับสนุนการทำตลาดการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาในเชิงรุก ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และการตลาดออนไลน์ อาทิ โครงการ Road Show ส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาทั้งในและต่างประเทศ, กิจกรรม Fam Trip นำผู้ประกอบการนำเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวและนำไปสู่การเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว, โครงการอบรมการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

4. การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ กิจกรรม Fam Trip นำสื่อมวลชนเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว, โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลา, โครงการจัดทำ Branding ด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นต้น

5. การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ โครงการฝึกอบรมการทำตลาดท่องเที่ยวออนไลน์เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองเก่าสงขลา, โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อยกระดับมาตรฐานในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา, โครงการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่า

5.1.3 เพื่อการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ 3 ภาคส่วนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เทศบาลนครสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสงขลา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา สำนักศิลปากรที่ 11 สงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาสงขลา การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย หาดใหญ่ สถาบันการศึกษาพื้นที่สงขลา และกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีบทบาทในการสำรวจ ศึกษา วางแผนจัดทำโครงการ และให้งบประมาณในการสนับสนุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการพื้นที่สำหรับ จอดรถเพื่อการท่องเที่ยว ทางเดินเท้า ห้องน้ำสาธารณะ ไฟฟ้า การจัดการขยะ การรักษาความปลอดภัย ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมการพัฒนาในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ให้บริการความรู้ทางวิชาการ วิจัยเชิงพัฒนาในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา บริษัท เซฟรอน คอร์ปอเรชั่น สงขลา โครงการฐานสนับสนุนการพัฒนาปิโตรเลียม (ปตท.สผ.) สงขลา สโมสร โรตารีสงขลา สโมสรไลออนส์ สงขลา หอศิลป์ สงขลา A.E.Y Space สงขลา สเตชั่น ร้านกาแฟ อ่องเสียบฮวด สงขลา บ้านในนคร มีบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในภาคผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นต้น สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ส่งเสริม และพัฒนาเมืองเก่าสงขลา เช่น กิจกรรมตลาดแสงดาว การพัฒนาบ้านสื่อความหมาย ส่งเสริม กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้ความรู้ผลงานทาง ศิลปะและสถาปัตยกรรมในเมืองเก่าสงขลา

ภาคประชาชน ได้แก่ ภาศึคนรักเมืองสงขลาสมาคม 5 สมาคมจีนสงขลา ชมรมเก่าห้อง ชมรมเมืองเก่า Kid+Dee @ Historic Center รวบรวม รักษา และเผยแพร่ความรู้เรื่องเมืองเก่า สงขลา ทั้งด้านผู้คน บ้านเรือน ประเพณี อาหาร และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองสงขลา- ระวีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของเมืองเก่าสงขลา ร่วมกันควบคุมคัดค้านและผลักดันไม่ให้มีการ ทำลายคุณค่า และบรรยากาศของเมืองเก่า ปลูกชีวิตชีวาของเมืองเก่าสงขลา ส่งเสริมกิจกรรมการ ท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า จัดเทศกาลละคร ดนตรี และศิลปะเพื่อยกระดับเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองอารย ธรรม เป็นตัวกลางสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ และการพัฒนาเพื่อให้ทุกฝ่ายอยู่ร่วมกันได้ อย่างมีความสุข สนับสนุนกระบวนการที่จะนำเมืองสงขลาสู่มรดกโลก ร่วมมือกับองค์กรทั้งภาค ประชาชน เอกชน และภาครัฐ ที่มีเจตคติที่ดีต่อเมืองสงขลา เพื่อบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมด สร้างสงขลาให้เป็นเมืองที่น่าอยู่สำหรับทุกคน

5.1.4 เพื่อเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทาง วัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทาง วัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่า ในพื้นที่เมืองเก่ายังไม่มีมีการปรับปรุงพื้นที่ในส่วนนี้ เพื่อรองรับ กลุ่มนักท่องเที่ยว ผลจากการสำรวจพื้นที่เมืองเก่าสงขลา นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่เมือง เก่าสงขลา มักเจออุปสรรคของสภาพอากาศที่มีอากาศร้อน สภาพโดยทั่วไปของเมืองเก่าสงขลาขาด ความร่มรื่น และพื้นที่สีเขียวยังมีอยู่น้อย ส่งผลกระทบต่อการเดินเที่ยวชมเมืองของนักท่องเที่ยว จึง เกิดการเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ ที่ส่งเสริมพื้นที่สีเขียวในบริเวณเมืองเก่าสงขลา โดยจะดำเนิน ไปอย่างถูกต้อง เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม บริบทของเมือง และไม่ขัดแย้งทัศนียภาพที่สวยงามต่อ

อาคารบ้านเรือนที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอีกด้วย โดยคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้

1) กรณีสร้างสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นมา เพื่อรองรับทางการท่องเที่ยว ควรออกแบบให้มีภาพลักษณ์และสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับบริบทของย่านเมือง

2) การใช้วัสดุ ควรเป็นวัสดุแบบเดียวกันกับอาคารบ้านเรือนในย่านเมืองเก่า หรือมีลักษณะใกล้เคียงกับวัสดุดั้งเดิม เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับรูปทรงและวัสดุดั้งเดิมส่วนอื่นๆ ในชุมชน

3) สิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอการปรับปรุงพื้นที่ขึ้นมา ไม่ควรมีผลกระทบต่อวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนในชุมชน

จากการเสนอแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ด้วยการส่งเสริมพื้นที่สีเขียว ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา สามารถดำเนินการได้ในบริเวณอาคารหุ้มถนน ซึ่งเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะใช้ในการเดินไปยังสถานที่สำคัญในพื้นที่เมืองเก่า เห็นได้ชัดจากการเดินทางจากศาลหลักเมืองบริเวณถนนนางงามไปยังโรงสีแดง จะใช้เส้นทางตัดผ่านไปยังจุดหมาย คือถนนหนองจิก ท้ายียภาพโดยรอบจะพบกับอาคารที่รูปแบบปะปนกันไปตลอดเส้นทาง

การเสนอพื้นที่ปรับปรุงเป็นพื้นที่สีเขียวในเมืองเก่าสงขลา ทางคณะวิจัยพบว่า ความพร้อมในการปรับปรุงมีด้วยกัน 3 จุด 1) อาคารหุ้มถนนหนองจิกติดกับถนนนครใน 2) อาคารหุ้มถนนรามัญติดกับถนนนครใน และ 3) ที่ว่างระหว่างอาคารบริเวณถนนนครใน ส่งเสริมให้เป็นพื้นที่สาธารณะ โดยการปรับปรุงให้มีพื้นที่สีเขียวเข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

5.1.5 เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่า

สงขลาจนเกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ภายใต้ชื่อ “ตลาดแสงดาว” แผลงเป็น “ตลาดแสงดาว” คือ ตลาดที่ถ่ายทอดความเป็นมาของเมืองเก่าสงขลา วิถีชีวิตของคนสงขลา ความคลาสสิก ความเก่าแก่ และศิลปะทั้งดงาม จนเกิดเป็นกิจกรรมใหม่ๆ บนถนนหนองจิกและถนนยะหริ่ง ในย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งได้มีการจัดขึ้นครั้งแรก เมื่อวันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2562 กิจกรรมจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องเริ่มตั้งแต่วันที่ 1-2 มีนาคม 2562 ในวันศุกร์และวันเสาร์ของสัปดาห์ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวรวมถึงคนในพื้นที่ได้เรียนรู้ในเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสำคัญของเมืองเก่าสงขลา

5.1.6 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา

จากการศึกษาของคณะผู้วิจัยแผนงานได้กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา คือ “เมืองเก่าสงขลามุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สู่การเป็นมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เมืองท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำในอาเซียน เพื่อรักษาคุลยภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน” โดยกำหนดพันธกิจ (Missions) ที่มีความสอดคล้องกับประเด็นกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ 1) พัฒนาศักยภาพสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน 2) พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในเขตมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน

3) พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่ความยั่งยืน และ4) สร้างความร่วมมือและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาเพื่อไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้เป้าหมายในการพัฒนา (Goal) กำหนดไว้เป็น 3 ระยะ โดยพิจารณาจากความเร่งด่วนและความเป็นไปได้ในการพัฒนา โดยเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี) ซึ่งมุ่งเน้นการบริหารจัดการพื้นที่จอตลอดเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนา และต่อยอดมรดกวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และการกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี) ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนานักสื่อความหมายจิตอาสาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา การพัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อแสดงตัวตนนักท่องเที่ยวสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืน การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาให้กลมกลืนกับภูมิสถาปัตย์ การสร้างแรงจูงใจ แรงกระตุ้นในการพัฒนาปรับแต่งภูมิทัศน์ ผ่านการประกวดบ้านเรือน และมีรางวัลมอบให้แก่บ้านเรือนที่มีการตกแต่งภูมิทัศน์ได้สวยงาม ถูกต้อง และสร้างสรรค์ การจัดกิจกรรมและส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มมุ่งตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ การพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และส่งเสริมและบ่มเพาะผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวที่จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

เป้าหมายระยะยาว (6-10 ปี) ซึ่งมุ่งส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาอาคารทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างถูกต้องตามหลักการอนุรักษ์และพัฒนา การสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาในการการอนุรักษ์ โดยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ ให้ทุนการศึกษา ให้งบประมาณในการอนุรักษ์บ้านเรือนบางส่วนลดภาษีที่ดิน หรือภาษีโรงเรือน เป็นต้น การจัดทำระบบการสื่อความหมายที่สร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ และมีหลากหลายภาษาเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การพัฒนาเมืองเก่าสงขลาให้มีความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมและพัฒนาเมืองเก่าสงขลาสู่การเป็นเมืองมรดกโลก

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

การศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลาพบว่า มีศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม สอดคล้องตามแนวทางการประเมินคุณค่าของ The Burra Charter และเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม มีความเชื่อมโยงกับด้านประวัติศาสตร์ สะท้อนถึงวัฒนธรรม ความเชื่อและสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยวดังกล่าว สอดคล้องไปตามแนวคิดการอนุรักษ์เมือง

และย่านประวัติศาสตร์ คือ การปรับปรุง ดัดแปลง อาคารหรืองานสถาปัตยกรรมต่างๆ ควรรักษา โครงสร้างและตัวอาคาร ลักษณะเฉพาะของอาคาร ไว้ซึ่งคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อิง กับสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ของเมืองที่มีอยู่เดิม พยายามนำอาคารเก่ามาใช้ประโยชน์เพื่อรองรับการ ท่องเที่ยว ที่สำคัญหลีกเลี่ยงการรื้อถอนตัวอาคารหรือสถาปัตยกรรม

อีกทั้งพบว่ามีเพียง 10 อาคาร ที่สามารถนำไปเสนอแนวทางการพัฒนาต่อ โดยพิจารณาจาก ความเกี่ยวข้องทางประวัติศาสตร์ อายุเรือน และการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณ ถนนนครใน ช่วงกลางถนนและตามมุมอาคารที่เชื่อมระหว่างสองถนน สามารถสะท้อนถึงจินตภาพ ของเมืองเก่าสงขลาในอดีตได้อย่างชัดเจน อาจกล่าวได้ว่า เป็นมรดกวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความค่า ดังนั้น การประเมินคุณค่ามรดกวัฒนธรรมจึงเป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการอนุรักษ์ เพื่อนำมาจัดลำดับ ความสำคัญและนำมาใช้พิจารณาเลือกใช้วิธีการในการอนุรักษ์และบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม ซึ่งจะต้องพิจารณาว่ามรดกวัฒนธรรมนั้นมีคุณค่าโดดเด่นในด้านใดบ้าง เช่น ด้านสุนทรียภาพ ด้านโบราณคดี ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวิชาการ ด้านสังคม เพื่อวางแผนรักษา คุณค่าความสำคัญที่เด่นที่สุดเอาไว้ โดยยังคงคุณค่าความสำคัญในด้านที่รองลงมาด้วยตามความ เหมาะสม โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

การบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน

จากการศึกษาการบริหารจัดการพื้นที่ในเขตวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องใน การบริหารจัดการ 3 ภาคส่วนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เทศบาลนครสงขลา องค์การบริหารส่วน จังหวัดสงขลา สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดสงขลา สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดสงขลา สำนักศิลปากรที่ 11 สงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาสงขลา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หาดใหญ่ สถาบันการศึกษาพื้นที่สงขลา และกรุงเทพมหานครหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา บริษัท เซฟรอน คอร์ปอเรชั่น สงขลา โครงการ ฐานสนับสนุนการพัฒนาปิโตรเลียม (ปตท.สผ.) สงขลา สโมสรโรตารีสงขลา สโมสรไลออนส์ สงขลา หอศิลป์ สงขลา A.E.Y Space สงขลา สเตชั่น ร้านกาแฟ อ่องเฮียบฮวด สงขลา / บ้านโนนคร และ ภาคประชาชน ได้แก่ ภาคคนรักเมืองสงขลาสมาคม 5 สมาคมจีนสงขลา ชมรมเก่าห้อง ชมรมเมือง เก่า Kid+Dee @ Historic Center ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของ (ธีระ อินทรเรือง, 2559) อธิบายว่าหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนควรคำนึงการดำเนินกิจกรรม การท่องเที่ยวในขอบเขตของความสามารถของธรรมชาติชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มี ผลกระทบต่อชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน การมีส่วนร่วม ของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคง อยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถ ของระบบธรรมชาติ (Carrying Capacity) ในการฟื้นฟู ให้สามารถผลิตและให้บริการต่าง ๆ ที่

เกี่ยวข้องได้ตลอดไป โดยไม่ลดถอย หรือเสื่อมโทรมลง มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น (Equity) ให้ประสบการณ์นั้นหนาแน่นที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว (Quality of Experience) ให้ผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากร และวิถีชีวิต (Education and understanding) เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น (Local architecture and local material) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา ส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับการบริการการท่องเที่ยว และข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

การเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา คือ “เมืองเก่าสงขลามุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สู่การเป็นมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เมืองท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำในอาเซียน เพื่อรักษาคุณภาพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนอย่างยั่งยืน” ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทและผังแม่บทการท่องเที่ยวและพัฒนาระบบเมืองเก่าสงขลา (สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดสงขลา, 2561) ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนา คือ “เมืองเก่าสงขลา” “เมืองเก่าที่มีชีวิตชีวา” (Livable old town) และพันธกิจในการพัฒนาไว้หลายประเด็น แต่ทั้งนี้ประเด็นที่มีความสำคัญคือการส่งเสริมกิจกรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นเพื่อให้เมืองเก่ามีชีวิตชีวา การจัดกิจกรรมที่สร้างเสริมความมีชีวิตชีวาของเมืองในพื้นที่เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีผลสืบเนื่องจากการปลูกจิตสำนึกของประชาชนในพื้นที่ให้เห็นคุณค่า และเกิดความหวงแหนมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของนโยบายของภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคมและเทศบาลนครสงขลาที่ต้องการส่งเสริมและผลักดันให้สงขลาเป็นเมืองมรดกโลก

อีกทั้งในด้านการกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาเมืองเก่าสงขลา ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน เนื่องด้วยพื้นฐานการเติบโตของการท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลักที่คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการที่ต้องได้มาตรฐานระดับสากล และมีเอกลักษณ์โดดเด่น การพัฒนาต้องเกิดขึ้นอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความสมดุล ทั้งในด้านพื้นที่ เวลา และกลุ่มการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการกระจายนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย

ในประเด็นของแนวทางการพัฒนามีประเด็นที่ต้องการพัฒนามากมาย แต่ทั้งนี้ในการพัฒนาไม่สามารถทำทุกอย่างได้พร้อมกัน จึงต้องกำหนดช่วงเวลาของการพัฒนา ซึ่งคณะผู้วิจัยได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนา (Goal) ไว้เป็น 3 ระยะ ได้แก่ เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี) เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี) และเป้าหมายระยะยาว (6-10 ปี) โดยพิจารณาจากความเร่งด่วนและความเป็นไปได้ในการพัฒนา เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี) มีเป้าหมาย 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) การบริหารจัดการพื้นที่จอดรถเพื่อการท่องเที่ยว 2) สร้างความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและนักท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนา และต่อยอดมรดกวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และ 4) กระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่จอดรถเพื่อการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางคือบริหารจัดการพื้นที่สำหรับจอดรถในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสัญจรภายในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาอย่างจริงจัง เพื่อลดปัญหาการจราจรติดขัดในพื้นที่ โครงการออกแบบทางเดินเท้า (Walk way) ส่งเสริมการเดินในย่านเมืองเก่าสงขลาและ Car free day เพื่อการนันทนาการและการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยย่อย 3 ที่ได้ศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการระบบการสัญจรในเมืองเก่าสงขลาให้เป็นการเดินเท้า หรือการใช้จักรยานเท่านั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วย จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75 มากกว่าไม่เห็นด้วย มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยส่วนใหญ่แสดงเหตุผลว่าจะสามารถอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และสำหรับนักท่องเที่ยวที่แสดงความคิดเห็นไม่เห็นด้วยมีเหตุผลคืออาจจะทำให้การเดินทางเข้ามาในเมืองเก่าสงขลาไม่สะดวกเท่าที่ควร ประกอบกับอากาศที่ร้อนเกินไปจะทำให้บรรยากาศในการท่องเที่ยวไม่สนุกสนานเท่าที่ควร การจัดการดังกล่าวอาจมีผลกระทบต่อประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เพราะต้องใช้รถในการขนส่งสินค้าเข้ามาในพื้นที่และยังเป็นย่านที่อยู่อาศัยของประชาชนในพื้นที่อีกด้วย จากการสอบถามความคิดเห็นในประเด็นนี้นักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะว่าควรออกแบบหรือจัดการทางเดินให้มีความร่มรื่น หรือมีจุดนั่งพักที่ร่มรื่น และควรมีการบริการจัดการแบ่งวันให้มีการใช้รถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ และการเดินเท้า เป็นต้น

ประเด็นการสร้างความรู้และความเข้าใจต่อคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาให้แก่ประชาชนในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาและนักท่องเที่ยว มีแนวทางการพัฒนาประกอบด้วยโครงการงานศิลปส่งเสริมคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลา โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) สืบสานภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่น ซึ่งผลการศึกษาจากงานวิจัยย่อย 3 การประเมินศักยภาพประเมินศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม พบว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 29.00 จากคะแนนเต็ม 35 คะแนน เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า ด้านความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.00 รองลงมาในสองลำดับเท่ากันคือความผูกพันต่อท้องถิ่น และความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 4.67 ตามลำดับ ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทและผังแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนาบริเวณเมืองเก่าสงขลา (สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดสงขลา, 2561) ที่กล่าวถึงพันธกิจในการพัฒนา

ในประเด็นการส่งเสริมกิจกรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นเพื่อให้เมืองเก่ามีชีวิตชีวา การจัดกิจกรรมที่สร้างเสริมความมีชีวิตชีวาของเมืองในพื้นที่เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีผลสืบเนื่องกับการปลูกจิตสำนึกของประชาชนในพื้นที่ให้เห็นคุณค่า และเกิดความหวงแหนมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ อีกทั้งในพื้นที่เมืองเก่าสงขลายังมีวัฒนธรรมด้านอาหารที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งหากไม่มีการสืบสานวัฒนธรรมด้านอาหารพื้นถิ่นดังกล่าว ในอนาคตคุณค่าเหล่านี้อาจหายไป และส่งผลกระทบต่อ การดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอีกด้วย

ประเด็นการพัฒนาที่เกี่ยวกับกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา คณะผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา โดยจัดโครงการตลาดวัฒนธรรม “ตลาดแสงดาว” ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลาทุกภาคส่วน อาทิ เทศบาลนครสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สถาบันการศึกษาในพื้นที่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา รวมทั้งองค์กรภาคประชาชน ได้แก่ ภาศึคนรักเมืองสงขลาสมาคม ชมรมเก้าห้อง 5 สมาคมจีนสงขลา เป็นต้น การจัดกิจกรรมดังกล่าวนับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วัฒนธรรม ซึ่งในการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาทดลองเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น มัคคุเทศก์อาชีพท้องถิ่นจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวมาเลเซีย ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น จากการทดลองเส้นทางการจัดกิจกรรมดังกล่าว มีผลสะท้อนกลับมามีการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีการจัดอย่างต่อเนื่องจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ให้นักท่องเที่ยว และเป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาด และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ผ่านการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่ม และการพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานคุณภาพรวมทั้งการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวไทย กอปรกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการบนพื้นฐานเอกลักษณ์ของไทย และการปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ของงานวิจัย มีรายละเอียดที่รวบรวมเป็นองค์ความรู้ สามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลใช้ประกอบกับการจัดทำข้อมูลด้านศักยภาพทรัพยากรมรดกวัฒนธรรมการท่องเที่ยว และการพัฒนาศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว สามารถจำแนกผู้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1.1) หน่วยงานภาครัฐ อาทิ จังหวัดสงขลา เทศบาลนครสงขลา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สามารถนำฐานข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพมรดกทางวัฒนธรรมผนวกกับการเสนอแนะแนวทางการพัฒนา แนวทางการปรับปรุงและการอนุรักษ์ศักยภาพทรัพยากรมรดกวัฒนธรรมให้ทรงคุณค่า หรือต่อยอดงานวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตมรดกวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

1.2) ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำผลของงานวิจัยใช้เป็นฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเขตมรดกวัฒนธรรม ได้แก่

- ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities) ความพร้อมของพื้นที่มรดกวัฒนธรรมในการรองรับนักท่องเที่ยว และการวางแผนการปรับตัวธุรกิจให้ทันกับการพัฒนาเมืองตามกระแสของการท่องเที่ยว (TREND) และสามารถสร้างตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพต่อไป

- ข้อปฏิบัติมารยาทสำหรับการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรม

- การประชาสัมพันธ์แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งที่มีศักยภาพบอกเล่าเรื่องราว (Story) พื้นที่เมืองเก่าสงขลาในมิติอื่นที่น่าสนใจ ประกอบการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว และสามารถนำนักท่องเที่ยวมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ มีความโดดเด่นและทรงคุณค่าภายในพื้นที่ ตามเส้นทางการท่องเที่ยวหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้

1.3) ภาคประชาชนหรือประชากรภายในพื้นที่สามารถร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เทศบาลนครสงขลา ชุมชนโดยภาคีคนรักเมืองสงขลา สมาคมและองค์กรในท้องถิ่นต่างๆ สามารถนำเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงศักยภาพในเขตพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรม นำไปพัฒนาและต่อยอดให้เกิดประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเชื่อมโยงไปสู่ชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) การศึกษาเกี่ยวกับการสร้าง “Branding” ของเมืองสงขลา เพื่อนำไปต่อยอดให้กลายเป็นสินค้าและสร้างตลาดคุณภาพในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2) การศึกษาวิจัยศักยภาพการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งพื้นที่อื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงในมิติอื่นๆ อาทิ สถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อการพัฒนาเครือข่ายชุมชนสำหรับเขตอนุรักษมรดกทางวัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันระหว่างพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างเส้นทางหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าอื่นๆ อาทิ พื้นที่เมืองเก่าในประเทศไทย หรือพื้นที่เมืองเก่าในโครงการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในเส้นทางเมืองเก่าภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT (ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย) เป็นต้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). แผนปฏิบัติการ เพื่อกำหนดสินค้าทางการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ. 2556. คู่มือจัดทำแผนตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปี 2556.
- กาญจนา แสงลัมสุวรรณ และ ศรีนยา แสงลัมสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม Executive Journal.www.bu.ac.th/knowledgecenter/.../oct.../aw019.pdf.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559).osthailand.nic.go.th/masterplan_area/.../Tourism.pdf (สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2561).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559) ยุทธศาสตร์ติดเครื่อง เดินหน้าท่องเที่ยว 6 เดือน MOVE FORWARD. <http://www.tatnewsthai.org/detail.php?newsID=4200>. (สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2561).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114. (สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2561).
- กองกลยุทธ์การตลาด ททท. (2558). การส่งเสริมท่องเที่ยวไทย ปี 2559 TATreviewMagazine ไตรมาสที่ 4/2015 ตุลาคม-ธันวาคม: <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-tat/menu-2015/menu-42015/686-42015-destination>. (สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2561).
- ฉันทิช วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา
- ติกาหลัง สุขกุล. (2013). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่ มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ. กาญจนบุรี. KASEM BUNDIT JOURNAL (วารสาร เกษม บัณฑิต), 14 (1), 55 -74.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย. TAT Tourism Journal. ฉบับที่ 4/2557 ตุลาคม-ธันวาคม. <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-web-etatjournal?catid=0&id=615>. (สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2561).
- นงลักษณ์ จันทาภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). การศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน จังหวัดราชบุรี. วารสารวิทยบริการ ปีที่ 24 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2556 หน้า143-156.
- นิตา ชัชกุล. (2557) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 6 (ฉบับปรับปรุง) สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บริวัตร ปาโส. (2554) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดร้อยเอ็ด วิทยานิพนธ์ สืบค้นจาก ฐานข้อมูลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ.2554- พ.ศ.2555 ห้องสมุดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย <http://tatrd.tourismthailand.org>. (สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2561).

- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุง
กรุงเทพ ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา
- ศศิธร เจตานนท์. แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ใน เขตกรุงเทพมหานคร.
ศูนย์ข้อมูลมรดกโลก กระทรวงวัฒนธรรม. (2559) อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทาง
วัฒนธรรม และทางธรรมชาติ <http://www.thaiwhic.go.th/convention.aspx>.
สืบค้นเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2561
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). ตลาดต่างชาติเที่ยวไทยปี 2559 ยังเติบโต...หันเน้นตลาดคุณภาพสร้าง
รายได้ที่ยั่งยืน(กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2693 วันที่ 15 มกราคม 2561
[https://www.kasikornresearch.com/th/K-](https://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=34856)
EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=34856. (สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน
2559).
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559) คู่มือ
ประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. สืบค้นจาก
www.tourism.go.th/home/details/11/7/215. (สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561).
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2554). ชุดความรู้ด้านการอนุรักษ์
พัฒนา และบริหารจัดการเมืองเก่า เล่มที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองเก่าใน
ประเทศไทย www.onep.go.th/download/book1final.pdf. (สืบค้นเมื่อ 20
สิงหาคม 2561).
- สำนักงานเทศบาลนครสงขลา. (2559). ประชุมพิจารณาร่างเทศบัญญัติเทศบาลนครสงขลา
<http://www.songkhla-city.go.th/gallery/detail/2682>. (สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม
2561).
- สาร ภาคิคนรักเมืองสงขลาสมาคม (2557) ความเป็นมาของโครงการพัฒนาเมืองเก่าสงขลา ฉบับที่ 1
พฤษภาคม 2557. <http://www.skht.org/5information/index.html>. (สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม
2561).
- อนงค์ พรไศลวรกุล, & ศิริเพ็ญ ดาบเพชร ธนวัฒน์ ขวัญบุญ. (2559). การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว
ใน กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว
ไทย. วารสาร สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, 18.
- อรุณสวัสดิ์ ภูริทัตพงศ์. (2551). การพัฒนาบนพื้นฐานของคุณค่าทางวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน
จังหวัดเลย ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ สืบค้นจาก
<http://tatrd.tourismthailand.org>. (สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2561).
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism.
- P fister, R. E. (2000). Culture as a Tourism Resource: Aboriginal Views on the Privileges
of Storytelling. (Chapter 6) in Tourism and Development in Mountain
Regions.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสำรวจ

แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่เมืองเก่าสงขลา

แบบสำรวจชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เก็บข้อมูลพื้นฐานทั่วไปด้านการท่องเที่ยวทรัพยากรใน
เขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา สำหรับข้อมูลที่ได้ถือเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์เพื่อ
ประกอบการทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตรมรดกทางวัฒนธรรม พื้นที่เมืองเก่าสงขลา
ภายใต้การสนับสนุนทุนวิจัยจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปร (.สกว) ประจำปีงบประมาณ
2561

ส่วนที่ โปรดทำเครื่องหมาย) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คำชี้แจง ✓ หรือตอบคำถาม
ในช่องว่าง)

1. เพศ () ชาย () หญิง

2. อายุ ปี

3. ชื่อชุมชน/ชื่อองค์กร

.....

4. ที่ตั้งชุมชน/องค์กร

.....

.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน/พื้นที่

1. ที่พัก (Accommodation) มีลักษณะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2. ลักษณะและความสะดวกของเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. สถาปัตยกรรมที่มีอยู่มีความน่าสนใจหรือไม่ และสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Attraction) ประเภทใด

.....

.....

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ในพื้นที่มีความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ หรือควรปรับปรุงอย่างไร

.....

.....

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ในพื้นที่มีกิจกรรมใดบ้าง และลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

6. การบริการจัดการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

8. สถานการณ์ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

9. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

10. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

11. ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้บันทึกข้อมูล

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ข
ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มย่อย

ประเด็นคำถามในการสัมมนากลุ่มย่อย

การจัดกลุ่มสนทนาจะเป็นการสนทนากลุ่มไม่เกิน 20 คน โดยมีกลุ่มเป้าหมายดังนี้

- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา
- เทศบาลนครสงขลา
- ผู้แทนกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาสมคม
- ผู้แทนกลุ่มเก่าห้อง

ประเด็นคำถาม :

1. บทบาทของภาคประชาชนในการจัดการการด้านอนุรักษ์ และพัฒนาเมืองเก่าสงขลาที่ผ่านมา

.....

2. บทบาทของภาครัฐในการจัดการการด้านอนุรักษ์ และพัฒนาเมืองเก่าสงขลาที่ผ่านมา

.....

3. สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยภาพรวมของเมืองเก่าสงขลาเป็นอย่างไร

USER - TIMING & USE BEHAVIOUR

- ลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใด เข้ามาชื่นชมสิ่งใดในเมือง (พฤติกรรมนักท่องเที่ยว) และนักท่องเที่ยวนิยมใช้เวลาในช่วงใด เช่น วันธรรมดา วันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดนัตซ์ตฤกษ์

.....

MAIN ELEMENT

- นักท่องเที่ยวชื่นชมกับองค์ประกอบหลักๆของเมืองที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น อาคาร ทำน้ำ ภาพถ่าย Street Art และประติมากรรม อะไรบ้าง

.....

- นักท่องเที่ยวชื่นชมกับองค์ประกอบหลักๆของเมืองที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ร้านอาหาร ขนม ประเพณี การแสดง อะไรบ้าง

.....

4. ท่านคิดว่าหน่วยงานรัฐ และภาคประชาสังคมปัจจุบันได้มีส่วนร่วมในการจัดการในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างไรบ้างทั้งในระดับพื้นที่ และการเชื่อมต่อประเด็นการท่องเที่ยวเมืองเก่าสงขลาสู่ประเทศพินบ้าน

.....

5.คำถามอื่นๆ

.....