51112318: สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม
คำสำคัญ: ความจริงแท้/ การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต/ ชุมชนตลาดสามชุก

เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์: ความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต : กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รศ.ดร. รัศมี ชูทรงเดช. 218 หน้า.

ความจริงแท้กลายเป็นประเด็นถกเถียงที่สำคัญในการศึกษาด้านการท่องเที่ยวมานานกว่าทศวรรษ โดยมีข้อสันนิษฐานว่านักท่องเที่ยวแสวงหาความจริงแท้ในการท่องเที่ยวและค้นหาสถานที่ซึ่งมีความแตกต่างจากวิถีชีวิตปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้การโหยหาอดีต (Nostalgia) จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงนักท่องเที่ยวมักพบการท่องเที่ยวในลักษณะ "ความจริงแท้แบบจัดฉาก (Staged authenticity)" (MacCannell, 1973) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เกณฑ์ที่เสนอในบันทึกข้อตกลงฮอยอัน (Hoi An Protocols, 2009) สำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเด็นความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต และเสนอแนะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตอย่างยั่งยืน โดยการวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการจากภายนอกประชาชนภายในชุมชนในฐานะนักจัดการการท่องเที่ยว การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการโหยหาอดีตเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดสามชุก ทั้งนี้เนื่องมาจากชุมชนยังคงมีความจริงแท้ในมิติตำแหน่งและสถานที่ (Location and setting) และรูปแบบและการออกแบบ (Form and design) อย่างไรก็ตาม ความจริงแท้ในมิติหน้าที่และการใช้สอย (Use and function) ได้เปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางของปรากฏการณ์โหยหาอดีต กล่าวคือ ตลาดเก่าหลายแห่งได้มีหน้าที่และการใช้สอยใหม่ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถรับรู้และประเมินความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ได้เป็นอย่างดี แต่นักท่องเที่ยวไม่สนใจมากนักกับความจริงแท้ของสถานท่องเที่ยวดังกล่าว จากผลการศึกษานี้พบว่า ความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวจะกลายเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตอย่างยั่งยืน

สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ลายมือชื่อนักศึกษา..... ปีการศึกษา 2555
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....

51112318: MAJOR: CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT
KEY WORD: AUTHENTICITY/ NOSTALGIC TOURISM/ SAMCHUCK MARKET COMMUNITY
KRIENGKRAI WATANASAWAD: AUTHENTICITY UNDER A MANAGEMENT OF NOSTALGIC TOURISM : A CASE STUDY OF 100-YEAR-OLD SAMCHUK MARKET COMMUNITY, SUPHANBURI PROVINCE. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. RASMI SHOOCONGDEJ, Ph.D. 218 pp.

Authenticity has been one of the most debated issues in tourism studies for more than a decade. It is assumed that tourists search for authenticity and places which differ from those found in their daily lives. Nostalgia, which can be a form of cultural tourism, can fulfill these needs. However, in reality, tourists will always encounter the staged authenticity of tourism (MacCannell, 1973). This research aims at evaluating the authenticity of this tourist attraction based upon the criteria proposed by the Hoi An Protocals (2009). It surveys tourists' opinions and behaviour towards authenticity under the management of nostalgic tourism and proposes suggestions for the sustainable management of nostalgic tourism. The study was conducted in the 100-Year-Old Samchuk Market Community, using data collected through in-depth interviews with outside scholars and market community members who also are tourism managers, through participant observation, and through questionnaires given to 100 tourists.

The results of this study show that nostalgia is the most important motivation for tourists to visit the 100-Year-Old Samchuk Market Community. This is because the community still seems to have authenticity in terms of location and setting as well as form and design. However, the authenticity of the use and function of this place has already changed in response to the changing direction of nostalgia. That is, old markets now have new uses and functions as tourist attractions. The study further reveals that most tourists recognize and evaluate the authenticity of this place very well, but they do not pay much attention to its authenticity. According to the results of this study, the authenticity of tourist attractions will be the major challenge for the sustainable management of nostalgic tourism.

Program of Cultural Resource Management Graduate School, Silpakorn University

Student's signature ..... Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากองค์ความรู้ที่ได้บูรณาการจากการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิตสาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีจุดเริ่มต้นจากความพยายามที่จะแสวงหา “คำตอบ” กับปรากฏการณ์การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมในสังคมไทย และการบรรลุถึงคำตอบดังกล่าวจะไม่สามารถสำเร็จลงได้ หากปราศจากบุคคลสำคัญต่อไปนี้ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

รองศาสตราจารย์ ดร. รัศมี ชูทรงเดช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่จุดประกายความคิดในการสร้างสรรค์งานวิจัย และทำให้เข้าใจการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ตลอดจนเสียสละเวลาให้คำแนะนำ ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ศาสตราจารย์พิเศษ ดร. พิสิฐ เจริญวงศ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ชนัญ วงษ์วิภาค กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้ความรู้และคำแนะนำ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คณาจารย์หลักสูตรปริญญามหาบัณฑิตสาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทองค์ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมให้กับ “ลูกศิษย์” ขอน้อมรำลึกถึงพระคุณ “ครู”

นักวิชาการ ชาวชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี และนักท่องเที่ยวทุกท่านที่เอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้

ที่สำคัญ พี่น้องพ้องเพื่อน CRM ทุกรุ่นที่มีส่วนเติมเต็ม แบ่งปันความรู้และประสบการณ์การเรียนรู้อย่างมี “สีสัน” ตลอดเส้นทางการศึกษา ณ สถานศึกษาแห่งนี้

สุดท้ายนี้ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนลูกในทุก ๆ ด้านด้วยความรัก ความห่วงใย และปรารถนาดีเสมอมา