



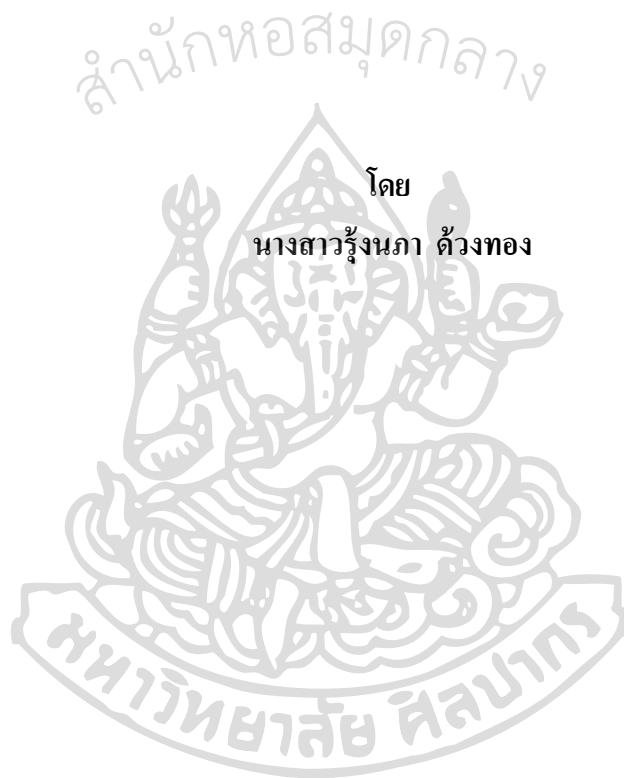
ศักราชภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน
ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี



โดย
นางสาวรุ่งนภา ด้วงทอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศักราชการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน
ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี



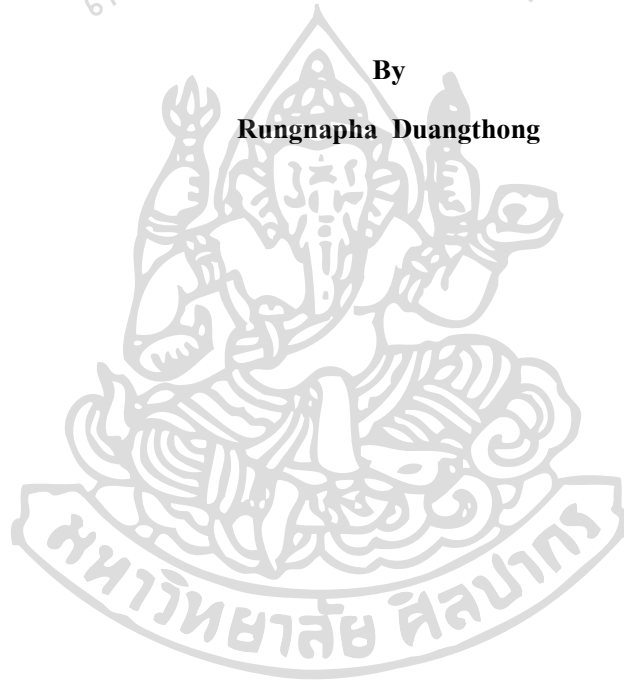
การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE POTENTIAL OF 119TH YEARS CHET SAMIAN MARKET CULTURAL TOURISM
CHET SAMIAN PHOTHARAM RATCHABURI**

สำนักหอสมุดกลาง

By

Rungnapha Duangthong



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Arts Program of Public and Private Management

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2011

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ” เสนอโดย นางสาวรุ่งนภา ด้วงทอง เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 13 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์ฐ์ รัตนพงษ์กัญญา)

17 / มี.ค. / ๖๕

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สุวิษา วรวิเชียรวงษ์)

17 / มี.ค. / ๖๕

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

17 / มี.ค. / ๖๕

50601356 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : ศักยภาพ/การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ตลาดเก่า/เจ็ดเสมียน/โพธาราม/ราชบุรี

รู้รณา ค้วงทอง : ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.พิทักษ์
ศิริวงศ์. 107 หน้า.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธารามจังหวัดราชบุรี ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม วิธีดำเนินการวิจัยเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์กับกลุ่มเฉพาะและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนมีนาคม 2552 และสรุปผลการศึกษาแบบวิธีการพรรณนาโวหาร โดยอธิบายถึงสังคม วัฒนธรรม ความรู้ความเข้าใจ การกระทำ ความรู้สึก และความประทับใจที่มีต่อตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน


จากการศึกษาพบว่า ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยมีจุดแข็งทางด้านสภาพภูมิศาสตร์ มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและศิลปะร่วมสมัยที่เป็นเอกลักษณ์ จุดอ่อนด้านการบริหาร เนื่องจากผู้นำและชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัด ทำให้เกิดความขัดแย้งในการดำเนินงาน โอกาสทางการแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวระหว่างคนรู้จัก หน่วยงาน และกลุ่มต่างๆ ความนิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐมีมากขึ้น แต่อุปสรรคที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านงบประมาณการขาดเงินทุนหมุนเวียนและขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

50601356 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD : POTENTIAL / MARKET / CULTURAL TOURISM / CHET SAMIAN /
PHOTHARAM / RATCHABURI

RUNGNAPHA DUANGTHONG : THE POTENTIAL OF 119TH YEARS
CHET SAMIAN MARKET CULTURAL TOURISM CHET SAMIAN PHOTHARAM
RATCHABURI. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF.PITAK
SIRIWONG, Ph.D. 107 pp.

The purposes of this study were to present the potential of cultural tourism development at the 119 years Chet Samian market, Photharam, Ratchaburi province and to investigate the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT Analysis) of the 119 years Chet Samian market, Photharam, Ratchaburi province. The qualitative research was applied to this study with the following techniques: secondary data collection, focus group interview and in-depth interview. The scope was to study and analyze the relevant populations at the 119 years Chet Samian market, Photharam, Ratchaburi province from November 2008 to March 2009. Summary by using descriptive methods which explain to social, culture, cognition, action, affection and satisfaction on the 119 years Chet Samian market.

The search findings were: The research found that the 119 years Chet Samian market, Photharam, Ratchaburi province has possibility to develop cultural tourism. The strengths of this old market community were the geographic location, the well preservations of the uniques cultural and traditional ways of lives, including its folk and contemporary arts. The poor tourism management and lack of development knowledge were the main weaknesses in the community. The opportunities of this community were information-sharing tourism network and changing trends and growth of domestic tourism in Thailand. The threats were limited monetary resources to manage and development the community and lack of relevant supports from the government.

Program of Public and Private Management Graduate School, Silpakorn University
Student's signature *Rungnapha Duangthong* Academic Year 2011
Independent Study Advisor's signature *Pitak Siriwong*

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้ง อาจารย์ ดร.ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ กรรมการสอบ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนทุกท่าน ที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือวารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ช่วยให้การค้นคว้าอิสระมีความสมบูรณ์ ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนทุกคนที่ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา

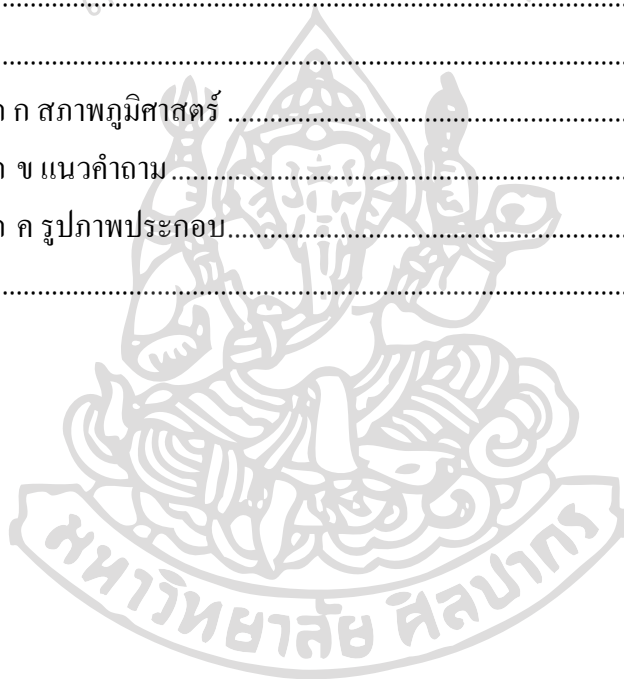
ขอขอบพระคุณ ครูนาย มานพ มีจำรัส ศิลปินรางวัลศิลปาธร สาขาศิลปะการแสดงร่วมสมัย ประจำปี 2548 คุณพิรพงษ์ สิงหนาคิปรีชากุล กำนันตำบลเจ็ดเสมียน คุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย และชาวชุมชนตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามในการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
ขั้นตอนการวิจัย	4
ข้อตกลงเบื้องต้น	5
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	12
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / เชิงอนุรักษ์	17
แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	21
แนวคิดทุนทางสังคม	28
แนวคิดการบริหารจัดการ	32
แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน	36
แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	38
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	39
แนวคิดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.....	41
ทฤษฎีการบริหารการตลาด	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 52
	การออกแบบการวิจัย..... 52
	ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก..... 52
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 53
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 54
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 55
4	ผลการวิเคราะห์..... 57
5	สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 69
	รายการอ้างอิง..... 74
	ภาคผนวก..... 78
	ภาคผนวก ก สภาพภูมิศาสตร์..... 79
	ภาคผนวก ข แนวคำถาม..... 87
	ภาคผนวก ค รูปภาพประกอบ..... 94
	ประวัติผู้วิจัย..... 107



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมาและสภาพสังคมในปัจจุบัน ทำให้หลายๆ องค์กรได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง การทำธุรกิจหรือการทำมาหากินที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาไทยได้รับความสนใจ ความนิยม และมีการให้ความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่มียู่แล้ว ไม่ต้องลงทุนอะไรมากมายนัก ทั้งยังเป็น การถ่ายทอดวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต วิธีการทำมาหากิน จากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และเป็นการยากที่จะลอกเลียนแบบภูมิปัญญานั้นได้ เนื่องจากต้องอาศัยการสะสมองค์ความรู้จากประสบการณ์ชีวิต นำมาประยุกต์ ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน

การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ขยายผลทำให้เกิดแหล่งชุมชนที่ทำธุรกิจการค้า หรือที่เรียกว่า “ ตลาด ” ที่มีรูปแบบตลาดแบบดั้งเดิมตามวิถีชีวิตคนไทย เป็นตลาดที่เกิดจากการอยู่อาศัยร่วมกันเป็นชุมชนและได้พัฒนามาจนถึงปัจจุบันมีอายุยาวนานกว่า 100 ปี และเมื่อต้นปี พ.ศ. 2551 ตลาดแห่งนี้เริ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น เมื่อทางกลุ่ม “ สวนศิลป์บ้านดิน ” ร่วมกับเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จัดกิจกรรมการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ ณ ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ทุกวันศุกร์-วันเสาร์และวันอาทิตย์ สุดท้ายของเดือน โดยมีชื่องานว่า “ สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน หรือ All About Arts ”

“ สวนศิลป์ บ้านดิน ” เกิดจากแนวความคิดของ คุณภัทราวดี มีชูชน หรือครูเล็ก ผู้ก่อตั้งโรงละครภัทราวดีเธียเตอร์ สร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่ถ่ายทำละครเรื่อง “ ตม ” ให้สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในฉากบ้านสี่สั้วที่ทำมาจากดิน ซึ่งได้รับการออกแบบจากศิลปินชื่อดัง นายดี ช่างหม้อศิลปินดินปั้น เมื่อปี พ.ศ.2546 และในปีเดียวกัน เมื่อถ่ายทำละครจบ “ บ้านดิน ” ได้ปรับปรุงต่อเติมและก่อตั้งเป็น “ ศิลปสถาน ” ท่ามกลางธรรมชาติ ล้อมรอบด้วยคูน้ำและสวนมะม่วง บนเนื้อที่ 3 ไร่ ในเทศบาลเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี ด้วยการสนับสนุนของกองทุนเพื่อการศึกษาศิลปภัทราวดีเธียเตอร์ จนแล้วเสร็จเมื่อปี พ.ศ.2550 ในนามของ “ สวนศิลป์ บ้านดิน ”

ชมรมชาติสถานเพื่องานศิลปะ (ภัทราวดีเธียเตอร์ เจ็ดเสมียน ราชบุรี) “ ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริมศิลปินกลับคืนท้องถิ่นกำเนิดเพื่อนำความรู้ความสามารถไปพัฒนา และสร้างพื้นที่ทางศิลปะให้กับชุมชนที่สามารถรองรับกิจกรรมด้านศิลปะต่างๆ ในทุกๆ รูปแบบอย่างครบวงจรด้วยความเรียบง่ายและเป็นกันเอง ประกอบไปด้วยโรงละคร ห้องเรียน ห้องสมุด ห้องพัก ร้านอาหาร ฯลฯ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางของชุมชนในการสร้างสรรค์ พัฒนา และแลกเปลี่ยนความรู้ด้านศิลปะแขนงต่างๆ ระหว่างศิลปินชาวไทย และชาวต่างชาติ รวมถึง นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ในชุมชนเจ็ด เสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยมอบหมายให้ศิลปินในท้องถิ่น นายมานพ มีจำรัส หรือ ครูนาย “ ศิลปินทุนภัทราวดีเธียเตอร์ ” ตั้งแต่ปีพ.ศ.2535 ผู้มากความสามารถด้านการออกแบบและกำกับลีลาจากภัทราวดีเธียเตอร์ และศิลปินยอดเยี่ยม รางวัลศิลปาธร สาขาศิลปะการแสดงร่วมสมัย ปี พ.ศ.2548 จากกระทรวงวัฒนธรรมเป็นผู้อำนวยการสวนศิลป์

ในขณะที่เดียวกันเทศบาลเจ็ดเสมียนเองก็มีแนวความคิดที่จะอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ข้างเคียง “ สวนศิลป์ บ้านดิน ” อยู่แล้ว ได้แก่ ตลาดบริเวณสถานีรถไฟเจ็ดเสมียน ริมแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งเป็นบ้านไม้เก่าแก่อายุกว่า 100 ปี ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แต่ปัจจุบันมีสภาพทรุดโทรมและขาดการดูแล เอาใจใส่ อีกทั้งพื้นที่ดังกล่าวของตำบลเจ็ดเสมียน ยังเคยเป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนลาว เขมร และชาวเขาเผ่าต่างๆ ทำให้เกิดความหลากหลายด้านศิลปวัฒนธรรม ส่งผลให้เมืองราชบุรีเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านศิลปะท้องถิ่นมายาวนาน ในพื้นที่บริเวณตำบลนี้มีประวัตินครดนตรี มีครอบครัวของพ่อเพลง แม่เพลง และครูเพลงที่สืบทอดศิลปะจากรุ่นสู่รุ่น แต่เนื่องจากความชราทำให้ไม่อาจสร้างผลงานได้เต็มที่ และขาดผู้ที่สืบทอด จึงทำให้เกิดการขาดช่วงในการสืบสานและพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ จึงเริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา และกิจกรรมสร้างสรรค์เชิงศิลปะไม่เพียงช่วยขัดเกลาจิตใจคนให้มีความงดงามเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งกระตุ้นให้ชุมชนเจ็ดเสมียนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจขึ้นมาไม่ใช่เป็นแค่ทางผ่านดังที่ผ่านมาก็ต่อไป ดังนั้นเทศบาลเจ็ดเสมียนและ “ สวนศิลป์ บ้านดิน ” จึงได้ร่วมกันจัดกิจกรรมแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัยโดยนักแสดงไทยและต่างชาติ ภายใต้ชื่อ “ สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน หรือ All About Arts ” ให้เข้าชมฟรีบริเวณลานวัฒนธรรมตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน งานนี้มีทั้งการแสดงสมัยใหม่สไตล์เธียเตอร์ การแสดงของศิลปินอาวุโสพื้นบ้านโพธาราม ราชบุรี ได้แก่ ลิเก ลำตัด ทำขวัญข้าว งานแสดง นิทรรศการศิลปะ ภาพถ่าย ภาพวาดที่บรรดาศิลปินท้องถิ่นนำมาจัดแสดง และยังมีตลาดนัดให้นักท่องเที่ยวได้เดินเลือก ซื้อเลือกกินในราคาอ่อมเยา ทั้งนี้ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ สนับสนุน แลกเปลี่ยน ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และเพิ่มพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในชุมชน ตลอดจนเป็นการ

รักษาเอกลักษณ์ของชุมชน สืบทอดภูมิปัญญาบรรพบุรุษ อนุรักษ์อาคารเก่าที่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ชุมชน รวมทั้งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนให้คึกคัก โดยภายในงานจะจัดหมวดหมู่ของการแสดงดนตรี และตลาดนัดงานศิลปะ ตามสถานที่ต่างๆ ของชุมชนอย่างสอดคล้องไปกับบรรยากาศของเดิม (เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี 2551)

ท่ามกลางกระแสการพัฒนาชุมชนอื่นๆ ในรูปแบบคล้ายกันหรือรูปแบบเดียวกันได้ทยอยล้มหายตายจากหรือเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบต่างๆ เพื่อความอยู่รอด แต่ในขณะที่เดียวกันตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ได้ และเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนภายนอกชุมชนมากขึ้น รวมทั้งมีนักท่องเที่ยวเข้าไปแวะเวียนเยี่ยมชมกันมากขึ้นด้วย ด้วยการผสมผสานของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมกับศิลปินท้องถิ่น ซึ่งได้นำเอาเรื่องศิลปะมารวมกับเรื่องมรดกท้องถิ่น ทำให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีคุณค่าในเชิงของวิถีชีวิตและชุมชน ดังนั้นเสน่ห์ของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน จึงอยู่ที่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำเสนอสิ่งต่างๆ ทั้งในอดีตและถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบันในเรื่องของอาหารการกิน การค้าขาย และวิถีชีวิตริมน้ำ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ก็เพื่อให้ทราบและเกิดความเข้าใจถึงศักยภาพของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนที่น่าสนใจต่อไป

คำถามในการวิจัย

ตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน สามารถพัฒนาศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนได้อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อนำเสนอศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
2. เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา จะเน้นศึกษาสภาวะแวดล้อมภายในและภายนอกของชุมชนตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ที่ส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของนักท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลภาคสนามเฉพาะบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

2. ขอบเขตประชากร จะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ประชากรผู้นำชุมชน หมายถึง นายกเทศมนตรี กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ผู้ก่อตั้งกลุ่มสวนศิลป์บ้านดิน

2.2 ประชากรในพื้นที่วิจัย หมายถึง ประชากรที่อาศัยอยู่บริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

2.3 ประชากรผู้ประกอบการ หมายถึง พ่อค้าแม่ค้าที่เปิดร้านจำหน่ายอาหารและสินค้าต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวในบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน บริษัทนำเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

2.4 ประชากรนักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนในวันศุกร์-วันเสาร์และวันอาทิตย์ สุดท้ายของเดือน

3. ขอบเขตระยะเวลา ช่วงเวลาดำเนินการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนมีนาคม 2552

ขั้นตอนการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์กับกลุ่มเฉพาะ (Focus Group) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึง เดือนมีนาคม 2552
3. นำข้อมูลที่ได้อ่านทั้งข้อมูลจากเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลภาคสนามมาวิเคราะห์และประมวลผล
4. สรุปผลการศึกษาโดยพรรณนาโวหาร (Descriptive Methods) ดังนี้
 - 4.1 ข้อมูลจากประชากรผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน นำมาสรุปผลเพื่ออธิบายถึงสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) ความรู้ความเข้าใจ (Cognition) และการกระทำ (Action) ที่มีต่อตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
 - 4.2 ข้อมูลจากประชากรนักท่องเที่ยว นำมาสรุปผลเพื่ออธิบายถึงความรู้สึก (Affection) ความประทับใจ (Satisfaction) ที่มีต่อตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
5. เสนอแนะแนวทางการศึกษาเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่น่าสนใจต่อไป

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษาครั้งนี้จะยึดถือรูปแบบการดำเนินงานและกิจกรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เป็นเงื่อนไขสำคัญ

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
2. ผลจากการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม
3. นำแบบอย่างที่ได้ศึกษาได้จากตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ขยายผลนำไปพัฒนาชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอเจ็ดเสมียน จังหวัดเพชรบุรี ” เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นแนวทางการพิจารณาผลการศึกษาในลำดับต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Tourism Management)

นิยามและความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลา (Leisure Time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้อ้างถึงความหมายของการท่องเที่ยวจากการนิยามขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. มีการเดินทาง (Travel) หมายถึง มีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะใกล้หรือระยะไกล
2. มีจุดหมายปลายทาง หมายถึง มีสถานที่ที่เลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น มักเป็นสถานที่ที่มีความสวยงาม หรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่
3. มีความมุ่งหมาย หมายถึง มีความประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ ซึ่งความมุ่งหมายนี้สามารถแบ่งได้เป็น 9 อย่างคือ

3.1 ความมุ่งหมายเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุด

3.2 ความมุ่งหมายเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural and Religion) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่นๆ ที่น่าสนใจ

3.3 ความมุ่งหมายเพื่อการศึกษา (Education) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการศึกษาวิจัยดูงานและสอนหนังสือในท้องถิ่นอื่น

3.4 ความมุ่งหมายเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นอื่น

3.5 ความมุ่งหมายเพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อชม โบราณสถานและสิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์

3.6 ความมุ่งหมายเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก

3.7 ความมุ่งหมายเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friends and Relatives) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรที่อยู่ห่างไกลคนละท้องถิ่น

3.8 ความมุ่งหมายเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อธุรกิจ แต่ได้จัดเวลาว่างที่นอกเหนือจากการปฏิบัติงานนั้นทำการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ

3.9 ความมุ่งหมายเพื่อประชุมและสัมมนา (Conference and Congress) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนาในท้องถิ่นอื่น โดยปกติผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวรวมอยู่ด้วย

ในบางครั้งการเดินทางอาจไม่ใช่การท่องเที่ยว หากอยู่ภายใต้เงื่อนไขเหล่านี้

1. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่นเพื่อสินจ้างหรือประกอบอาชีพ
2. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่นเพื่อตั้งถิ่นฐานประจำถาวร
3. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่นเพื่อปฏิบัติงานด้านต่างๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศเป็นประจำทุกวัน
5. เป็นการเดินทางผ่านประเทศอื่นโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศนั้นเป็นเวลานานกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางไปยังท้องถิ่นอื่น โดยถูกบังคับ เช่น กองทหารเดินทางจากเชียงใหม่ไปเชียงราย เป็นต้น

ปัจจุบันเกิดการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบขึ้นมากมาย แต่สามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อน หย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาแหล่งธรรมชาติ
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งให้ความรู้ และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม
3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเรื่งบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม
4. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา

พงศ์สานต์ พิทักษ์มหาเกตุ (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว, 2549: 12) กล่าวว่า “ การท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านระบบนิเวศของทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยธรรมชาติ ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนคุณค่า ความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ฯลฯ ของชุมชนนั้นๆ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจดีแล้ว นักท่องเที่ยวจึงปฏิบัติให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ หรือชุมชนนั้นๆ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศของสิ่งแวดล้อม สังคมหรือชุมชนนั้น ”

Hanziker และ Krapf (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว, 2549: 12) ได้กล่าวว่า “ การท่องเที่ยวหมายรวมถึงผลรวมและความเกี่ยวเนื่องที่เกิดจากการเดินทาง และการพักอาศัยของบุคคลที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นนั้น บุคคลเหล่านี้ก็ไม่ได้เข้ามาพักเป็นการถาวร และบุคคลเหล่านี้ก็ไม่เกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมที่มีรายได้ใดๆ ทั้งสิ้น ”

คำว่า “ การท่องเที่ยว ” (Tourism) มีความหมายกว้างมาก ซึ่งมีได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิงเท่านั้น แต่หมายความรวมถึงการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติสนิทมิตรสหาย โดยสามารถแบ่งความหมายของ “ การท่องเที่ยว ” ได้ 2 ทักษะ ดังนี้ (ฉัตรมฤต พิชัยกมลฉัตร, 2550: 12-13)

1. ความหมายของการท่องเที่ยวในทักษะที่แคบ ลอร์สันและบอร์ด์ โบวี (Lawson & Baud Bovy) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “ การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) เป็นนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็น

การเดินทางจากที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่วน แม็คอินทอช (Mc Intosh) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานที่ ”

2. ความหมายของการท่องเที่ยวในทัศนะที่กว้าง ตามแนวคิดของ แม็ค อินทอช และ โกลด์เนอร์ (Mc Intosh and Goldner) “ การท่องเที่ยว ” หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่างๆ รวมทั้งรัฐบาล ประเทศเจ้าภาพและประชากรในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดด้วยการต้อนรับที่อบอุ่นมีไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยพิจารณา 4 ประเด็นหลัก ดังต่อไปนี้ คือ

2.1 นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน หมายถึง ผู้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ที่สัมผัสได้ทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไป

2.2 ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งคาดหวังผลกำไรจากการประกอบธุรกิจ

2.3 หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยว หมายถึง องค์กรของรัฐบาลที่จัดขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแนวนโยบายของรัฐที่วางไว้

2.4 ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว หมายถึง ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่หลักสำหรับการท่องเที่ยว โดยการแสดงการมีส่วนร่วมและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และในบางครั้งก็เป็นส่วนหนึ่งในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย

บัลเตอร์ (Bulter, R.W) (อ้างถึงใน ถัฏมถณ พิชัยกมลถัฏร, 2550: 13-14) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะต้องอยู่ในลำดับขั้นตอนวิวัฒนาการ 6 ขั้นตอน คือ

1. การค้นพบ (Exploration) เกิดขึ้นโดยนักค้นพบกลุ่มเล็กๆ เป็นการค้นพบที่ไม่เป็นพิธีการ ไม่มีความสะดวกสบายต่างๆ ขั้นตอนนี้สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีเปลี่ยนแปลงจากนักท่องเที่ยวกระทำแต่อย่างใด

2. ช่วงเกี่ยวพัน (Involvement) เป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นเดินทางเข้าสู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น พร้อมกับมีการพัฒนาสาธารณูปโภคในบริเวณดังกล่าว

3. ขั้นตอนที่มีการพัฒนา (Development) เป็นช่วงที่มีการพัฒนาสูงที่สุดมีสาธารณูปโภคที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการด้านตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพมากที่สุด

4. ขั้นตอนที่มีเป็นปึกแผ่น (Consolidation) ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีความชัดเจนด้านธุรกิจมากขึ้น มีย่านธุรกิจที่แบ่งพื้นที่ออกไป เป็นแหล่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างสมบูรณ์แบบ บรรดาสาธารณูปโภคต่างๆ ของพื้นที่เดิมตั้งแต่ช่วงแรกเริ่มค้นพบจะถูกเปลี่ยนแปลงไปจนหมด

5. ขั้นตอนหยุดนิ่ง (Stagnation) เป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด (Peak Number of Tours) และบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพธรรมชาติในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และจากการที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นกว่าในขั้นตอนที่ 4 จึงอาจทำให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมในแหล่งท่องเที่ยว

6. ขั้นเสื่อม (Decline or Degeneration) เป็นขั้นตอนที่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีความเสื่อมโทรมลง สาธารณูปโภคและการบริการล้าสมัยไม่เหมาะสมกับสมัยนิยม นักท่องเที่ยวลดน้อยลงไป ที่พักต่างๆ ที่มีอยู่ จะเปลี่ยนแปลงกลายเป็นที่อยู่อาศัยหรือบ้านเรือน เพื่อการพักผ่อนถาวรของผู้สูงอายุ เกิดการตั้งถิ่นฐานที่มิใช่เพื่อการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 3 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์กัน องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน มีดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เป็นองค์ประกอบด้านอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ถือเป็นทรัพยากรหลักทางการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตก ภูเขา ถ้ำ น้ำพุร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่

1.2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สถาปัตยกรรมในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น เป็นองค์ประกอบด้านอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- 2.1 การคมนาคมขนส่ง (ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ)
- 2.2 สถานที่พักแรม (โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ฯลฯ)
- 2.3 อาหารและเครื่องดื่ม (ร้านอาหาร ภัตตาคาร รถเข็น หาบเร่ แผงลอย ฯลฯ)
- 2.4 บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มี 2 ส่วน ได้แก่

2.4.1 ผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยว (Tour Operater) คือ ผู้จัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายนำไปขาย หรือผู้ให้บริการจัดรายการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ

2.4.2 ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agent) คือ ผู้จำหน่ายทัวร์ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจัดขึ้น และเป็นตัวแทนจำหน่ายห้องพัก บัตรโดยสารเครื่องบิน หรือให้บริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง

- 2.5 ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (ห้างสรรพสินค้า ตลาด ย่านหัตถกรรม ฯลฯ)
- 2.6 สถานบันเทิง (โรงภาพยนตร์ โรงละคร ฝั่บ ดิสโก้เธค คาราโอเกะ ฯลฯ)
- 2.7 บริการอื่นๆ เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง

3. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน เป็นองค์ประกอบด้านอุปสงค์ (Tourism Demand) ปกติตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว ซึ่งในกระบวนการจัดการหมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย สำหรับความหมายของนักท่องเที่ยวมี 3 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ผู้มาเยือน (Visitors) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนในระยะเวลาไม่เกิน 90 วัน เพื่อกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทนจากสถานที่ที่ตนไปเยี่ยมชม (ซึ่งไม่รวมการเดินทางเพื่อไปทำงาน เพื่อการศึกษา การโยกย้ายถิ่นฐานชั่วคราวของแรงงาน) ผู้มาเยี่ยมชมนี้เป็นผลรวมของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร

3.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยมีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน ด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และให้ความหมายรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยเสียค่าบริการด้วย

3.3 นักทัศนจร (Excursionist or Day Tripper) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยมีได้ค้างคืนและไม่มีรายได้ หรือค่าตอบแทนในการไปเยือนสถานที่นั้น

สรุป “ การท่องเที่ยว ” หมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลที่เดินทาง ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ดังเช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนเพื่อชมผลงานศิลปะร่วมสมัยโดยนักแสดงไทยและต่างชาติ เพลงพื้นบ้านคำหรับดั้งเดิมโดยศิลปินอาวุโสในท้องถิ่นอายุ 80 ปีขึ้นไป การละเล่นเข้าผีสู่ม ผีกระดังงาของชุมชนบ้านดอนไม้เรียง การแสดงของสวนศิลป์ บ้านดิน และเลือกซื้อ เลือกกิน ในตลาดนัดหลังสถานีรถไฟเจ็ดเสมียน ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดจากกระแสอนุรักษ์ และความต้องการให้คืนสภาพความสมบูรณ์แก่ธรรมชาติ พร้อมทั้งความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา การท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น และแนวคิดความต้องการความรู้ของนักท่องเที่ยว จึงต้องมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจควบคู่กับการฟื้นฟูอนุรักษ์คุณภาพทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด และให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

นิยามและความหมาย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใดๆ ก็ตามจะต้อง

1. คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของสภาพทางกายภาพ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต
2. ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเข้ามาจัดการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิต
3. ต้องก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้เพียงแก่กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเท่านั้น
4. การจัดการพื้นที่ต้องเป็นไปด้วยความยินยอมของประชาชนในชุมชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่นั้น

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องอยู่บนพื้นฐานของประชาชนที่อยู่ในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการป้องกันข้อขัดแย้ง โดยประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมและยั่งยืน การจัดการอาชีพการทำงานของประชาชนในชุมชน และการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมและได้แสดงถึงความตระหนักต่อการอนุรักษ์การท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้เกิดสังคมที่ยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

ภราเดช พัทฒวิเชียร (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดุจศรีแก้ว, 2549: 15) ได้ให้ความหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องพิจารณาทั้งมิติด้านสังคม เศรษฐศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันกันไปตลอด ในรูปแบบของการท่องเที่ยว นั้นเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมต่อเนื่องยาวนาน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสียหายเสื่อมโทรมต่อทรัพยากรนั้นๆ

การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นควรมีความยั่งยืน (กรีซ สอิ่งทอง, 2545: 27-28) อย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Sustainability)

1.1 การเติบโตต้องอยู่ในอัตราที่บริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากโตเร็วเกินไปอาจทำให้สิ่งรองรับนักท่องเที่ยวด้านต่างๆ ไม่พร้อม ไม่เพียงพอ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพของแรงงาน และการให้บริการอาจมีผลทำให้นักท่องเที่ยวหงุดหงิดไม่พอใจ ขาดความนิยม ไม่เดินทางมาท่องเที่ยว ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำในระยะยาว

1.2 การเติบโตของการท่องเที่ยวอาจทำให้คนหันมาประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหมด เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาคอื่นๆ เช่น ภาคการเกษตร การกสิกรรม การอุตสาหกรรม

1.3 การเติบโตที่ต้องอาศัยวัสดุอุปกรณ์ แรงงาน และผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ เป็นผลทำให้เงินตราต่างประเทศรั่วไหลออกไปนอกประเทศ

2. ความยั่งยืนทางด้านสังคม (Social Sustainability)

2.1 การหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นและรวดเร็วเกินไป มีผลกระทบต่อชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่น

2.2 การใช้เงินอย่างง่ายค้ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีกำลังซื้อสูงกว่าคนในท้องถิ่น การใช้ชีวิตที่หรูหราหรืออย่างอิสระ ซึ่งทะลักเข้าสู่ชุมชนหนึ่งๆ อาจกลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดใจให้คนหนุ่มสาวในท้องถิ่นหลงใหลมัวเมาต่อเงินทองหรือความสำเร็จที่หาได้ง่ายๆ ทำให้เกิดปัญหาสังคมติดตามมามากมาย

2.3 อาชีพขายบริการทั้งหญิงชาย การค้ายาเสพติด การละทิ้งคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อาจนำไปสู่ความล่มสลายทางโครงสร้างวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งมีผลทำให้ชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวว่าเป็นตัวการทำให้สังคมเสื่อม ซึ่งบางครั้งอาจสะท้อนออกมาในรูปของการกระทำรุนแรงต่อนักท่องเที่ยว

3. ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

3.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการควบคุม อาจกลายเป็นสิ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคุณค่าหรือความเป็นตัวต้นกำเนิดของกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆ เสียเอง เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่ล้นหลาม ความแออัดยัดเยียด ความสกปรกกรูกรัง และอื่นๆ

3.2 การเร่งพัฒนาโดยใช้เทคนิคก่อสร้างที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดการพังทลายอย่างถาวรของหน้าดิน หาดทราย ชายทะเล การสูญเสียสภาพภูมิทัศน์ ฯลฯ

3.3 การก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างในตำแหน่งที่ผิดพลาดอาจทำให้วงจรทางธรรมชาติเกิดความแปรปรวน

3.4 การเก็บเอาพันธุ์ไม้ไปจากพื้นที่ อาจทำลายระบบนิเวศวิทยาที่เปราะบางของพื้นที่บางแห่งไป

3.5 กิจกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้เกิดปริมาณของเสียอย่างมหาศาล เช่น ของเสีย น้ำเสีย อาหารเหลือ ฯลฯ ทำให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมากมาย

Shirley (อ้างถึงใน นาดยา ธนพลเกียรติ, 2547: 9) ได้เสนอหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Using Resource Sustainable) เป็นการ ใช้ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างพอดีเท่าที่จำเป็นและประหยัด เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร ให้มีการใช้ยาวนานขึ้น

2. การลดการบริโภคและของเสียที่เกินความจำเป็น (Reducing Over Consumption and Waste) เป็นการลดการบริโภคที่มากเกินความจำเป็นและการลดของเสีย เพื่อช่วยลด ค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) เป็นการรักษาความหลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวและช่วยขยายฐานของการท่องเที่ยว

4. การรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าอยู่ในการวางแผน (Intergrating Tourism into Planning) เป็นการรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาแห่งชาติและแผนพัฒนาท้องถิ่น อีกทั้งมีการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment - EIA) ซึ่งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้หลักวิชาการในการคาดการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทั้งทางด้านบวกและด้านลบของการดำเนิน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะมี ต่อสิ่งแวดล้อมทุกด้าน ทั้งด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อหาทางป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นน้อยที่สุด อันจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Support Local Economics) เป็นการรองรับ กิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาควบคู่ไปกับด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อมด้วย

6. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) เป็นการให้ ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลประโยชน์ตอบแทนให้ประชาชนในท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพและเพิ่มคุณค่าการจัดการท่องเที่ยว

7. การศึกษากันระหว่างผู้เกี่ยวข้องและสาธารณชน (Consulting stakeholders and the Public) เป็นการปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างรัฐบาล ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าร่วมงานกันในทิศทางเดียว รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อ ขัดแย้งในผลประโยชน์

8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) เป็นการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่น ทุกประเภททุกระดับให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับของการบริการท่องเที่ยว

9. การตอบสนองการตลาดท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) เป็นการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูล เพื่อเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวให้เข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. การวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking Research) เป็นการวิจัย ติดตามและตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว รวมถึงนักลงทุน

องค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 20-22) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพจิตความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท้องถิ่น เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณสมบัติประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แกชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการท่องเที่ยวของตนเอง และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหน และรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ทุกฝ่ายเกิดความรัก ความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการอนุรักษ์กับการท่องเที่ยว ขอบเขตของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องครอบคลุมทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งสู่ความยั่งยืน คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำรงอยู่ได้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวยังคงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวไว้ได้ กิจกรรมการบริการมีกำไร ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม หรือหากมีต่อน้อยที่สุด ดังนั้นความยั่งยืนจึงหมายถึง ความยั่งยืนของทรัพยากร ชุมชน และตลาดการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542)

สรุป การท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน จะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้จะต้องมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอ โดยชุมชนมีกิจกรรมที่สร้างความประทับใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาอีก หรือชักชวนหรือบอกต่อให้มีนักท่องเที่ยวอื่นๆ เข้ามามากขึ้นๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์และสร้างแนวคำถาม

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / เชิงอนุรักษ์ (Ecotourism)

นิยามและความหมาย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ทำการศึกษาเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ และขอให้ราชบัณฑิตยสถานกำหนดความหมายของคำว่า Ecotourism คือ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

กราเชช พัทฒวิเชียร และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (อ้างถึงใน กนกวรรณ คงศรีแก้ว, 2549: 23) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ กระบวนการและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งเน้นการดำเนินการตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ เรื่องของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด โดยเฉพาะชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์ร่วมในการตัดสินใจ นอกจากนี้ภาระหน้าที่อะไรแล้วต้องเป็นการศึกษา ในขณะที่เดียวกันต้องเน้นพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติหรือมีระบบนิเวศเป็นหลัก คือ ในเนื้อหาเป็นกิจกรรมประเภทหนึ่ง ซึ่งมุ่งเน้นความรู้และความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องไม่ละเลยองค์ประกอบในเชิงวัฒนธรรมชุมชน

Gail Lash (อ้างถึงใน มธุรส ปราบไพรี, 2542: 8) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และต้องคำนึงถึงประชาชนในท้องถิ่นมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี โดยมีหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. หลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถทำลาย หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อลักษณะทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมที่ได้เข้าไปเยี่ยมชม
2. ให้การศึกษา ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์แก่นักเดินทาง
3. รายได้จากการท่องเที่ยวต้องลงไปสู่การอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติและจัดการในการป้องกันพื้นที่โดยตรง
4. ต้องนำผลกำไรที่ได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นและต้องสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โดยตรง เพื่อนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในการป้องกันพื้นที่
5. ต้องมีการวางแผนว่าเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน และต้องแน่ใจว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่
6. ต้องรักษาอัตรารายได้ของประเทศผู้ถูกเยือน ด้วยการใช้จ่ายจากสิ่งอำนวยความสะดวก บริการ สินค้าที่คนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของและเป็นผู้จัดการ
7. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจะต้องกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ เช่น การลดการใช้เชื้อเพลิงพลังงาน รักษาพันธุ์พืชและสัตว์ป่าให้ได้มากที่สุด

วิลาศ เตชะไพบุลย์ (อ้างถึงใน พระมหาสุทิตย์ อบอุ่น, 2541: 17-18) ได้กล่าวถึงหลักการเบื้องต้นของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศก่อน ส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้นจะต้องเหมาะสมกับระบบสาธารณสุขปโลกที่รองรับเป็นสำคัญ
2. ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ (Local Participation)
3. ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ทุกๆ ด้านทั้งทางด้านของจำนวนนักท่องเที่ยว ตัวสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรวม
4. มุ่งใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (Local Products)
5. เน้นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยมุ่งประโยชน์ในระยะยาวของชุมชน
6. คุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมนั้น เป็นคุณค่าที่มีอยู่ในตัวเอง (Intrinsic Value) จึงมีคุณค่ามากกว่าในฐานะเพียงเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวเท่านั้น ความอยู่รอดในระยะยาว จึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจจะเลยได้
7. การปรับตัวเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งจำเป็น แต่ทั้งนี้ต้องไม่ขัดกับหลักการดังกล่าวข้างต้น
8. ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาค และวางอยู่บนหลักการข้างต้น

หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Principles of Ecotourism) 8 ประการ คือ

1. มีพื้นฐานอยู่บนธรรมชาติ วัฒนธรรม และชุมชน (Nature-based / Cultural-based / Community-based)
2. มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน (Sustainable Manage)
3. คำนึงถึงเรื่องสังคมและวัฒนธรรม (Inclusive of Social and Culture Aspect)
4. ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น (Education to Tourist and Local People)
5. คนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ (Benefit to Local People)
6. คนท้องถิ่นมีส่วนร่วม (Involvement of Local People)
7. แหล่งท้องถิ่นต้องเป็นของแท้ดั้งเดิม (Product Authentic)
8. นักท่องเที่ยวมีความพอใจ (Tourist Satisfactorily)

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครอบคลุมองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-System) ในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึง การอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environment education-based tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับความไว้วางใจ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่นทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพท้องถิ่น ในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community participation-based tourism)

สรุป “ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ” เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีปรัชญาพื้นฐานที่มุ่งสู่หรือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกที่ดีในการเห็นคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน (Sustainable Ecotourism) จึงเป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ให้คงรายได้ทางการเงิน และการจ้างงานสูงสุดไว้ รวมทั้งมีการผดุงไว้ซึ่งองค์ประกอบทางสังคม และวัฒนธรรมของประชากรที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมกับธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism)

นิยามและความหมาย

ลินธุ์ สโรบล (2546: 9) การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (Community Based Tourism) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ Host Management ” เป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันก็เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจชุมชนของคนในท้องถิ่นอีกด้านหนึ่งด้วย โดยระยะแรกได้เน้นไปทาง “ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ” และ “ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ” ซึ่งมุ่งพัฒนาให้ “ คน ” เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว เน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยให้ความสมดุลกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต

ลินธุ์ สโรบล (2546: 11-12) เมื่อปี 2535 ได้มีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ “ Earth Summit ” ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งมีส่วนผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3 ประการ ประกอบด้วย

1. กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
2. กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษารเรียนรู้
3. กระแสความต้องการพัฒนาคน

จากกระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าวมีผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยว และระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยม (Conventional Tourism) แบบเดิมๆ ที่เคยปฏิบัติกันมา การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่มีชื่อเรียกหลากหลาย เช่น Green

Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism และการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายที่สุดที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และบางครั้งอาจเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community Based Ecotourism)

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสท่องเที่ยวที่นิยม ที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540 มาตรา 46 และมาตรา 56 จึงได้บัญญัติให้สิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการท้องถิ่น ตามมาตรา 78 รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่น ท่ามกลางแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

ลินธู สโรบล (2546: 60) กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ตรงที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นคนกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว หมายถึง จัดการโดยชุมชน ตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในเรื่องสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมไม่ใช่เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งความแตกต่างที่ชัดเจนก็คือ ชุมชนอยู่ในบทบาทของเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงผู้ให้ความร่วมมือเท่านั้น

จารุเชษฐา เรืองสุวรรณ (2547: 16-17) การท่องเที่ยวเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม โดยปกติ วัฒนธรรมจะคลี่คลายไปตามความเชื่อของคนในสังคม การท่องเที่ยวไม่ได้ทำลายหรือส่งเสริมวัฒนธรรม แต่วิธีการจัดการการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมให้เข้ากับรสนิยมของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำลายวัฒนธรรม เพราะนักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมแต่เพียงเปลือกนอก ไม่เข้าถึงแก่นแท้ และจะพักพิงอยู่ในสถานที่ต่างๆ เพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น จึงไม่สามารถเข้าใจวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง การจัดการท่องเที่ยวที่รักษาวัฒนธรรมต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมพื้นถิ่น ผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมพึงกระทำ

คือให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจวัฒนธรรมต้องกลับมาเยือนอีก ตามอุดมคติของการท่องเที่ยวสากลการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเป็นผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ ดังนั้นทางด้านการพัฒนาวัฒนธรรมผู้ประกอบการต้องมีคุณธรรมและยอมรับว่าการลงทุนด้านวัฒนธรรมไม่คุ้มค่าผลกำไรเป็นตัวเงิน แต่ต้องมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสังคมและมรดกของชาติ

มรดกวัฒนธรรมของชาติควรถูกจัดการ โดยผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นควรรวมตัวกันเพื่อสร้างข่ายงานด้านมรดกทางวัฒนธรรม สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ สังคมทุกระดับควรมีส่วนร่วมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และผู้จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมควรเข้าใจว่าชุมชนคือใคร มีวิธีการใดที่ทำให้ประชาชนในชุมชนเข้าใจถึงผลทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เกิดความร่วมมือด้านการจัดการแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือ การจัดการให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนชื่นชมความงาม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามแหล่งวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าตอบแทนการบริการเพื่อเป็นรายได้เสริมให้แก่คนในท้องถิ่น การพัฒนาวัฒนธรรมพื้นบ้านเพื่อความเป็นเลิศทางการท่องเที่ยวมีหลัก 3 ประการ คือ

1. พัฒนาคุณภาพมาตรฐานชุมชน ทำให้ประชาชนมีความสุขสบายใจ มีเกียรติยศในวิถีชีวิต มีครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็งสามารถช่วยตัวเองได้ด้วยความร่วมมือร่วมใจ ความรักสามัคคีของบุคคล ผู้นำองค์กรในท้องถิ่น
2. การบริการที่ดี มีการสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว จนนักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าและร่วมรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็นภายใต้ความสามารถของชุมชน และการรักษาสวัสดิภาพแก่นักท่องเที่ยว
3. พัฒนาการตลาด มีการคัดเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้สอดคล้องกับธรรมชาติวิถีชีวิต ประเพณีในชุมชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมก่อนการเดินทาง เพื่อเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ก่อนเดินทางไปจนถึงสถานที่จริง

ภราเดช พยัฒวิเชียร (อ้างถึงใน จารุเชษฐ เรื่องสุวรรณ, 2547: 18-19) กล่าวว่าชุมชนที่จะดำเนินการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวต้องมีความพร้อม มีความรู้ความเข้าใจ มีส่วนร่วมกับการจัดการ มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน มีความเข้มแข็งที่รู้เท่าทันการไหลบ่าของวัฒนธรรมและเทคโนโลยี รู้จักการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด โดยมีจุดขายที่สำคัญคือวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และตระหนักว่าการท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมมิใช่รายได้หลัก ชุมชนจะมีความพร้อมเพียงใดขึ้นอยู่กับบุคลากรที่มีความเป็นผู้นำ ทั้งด้านการเจรจาต่อรอง การระดมทุน การประสานงาน การบริหาร สมาชิกที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน เช่น ร่วมสมทบเงินค่าใช้จ่าย การร่วมคิด ร่วมปฏิบัติงาน การจัดรูปองค์การเพื่อรองรับการ

จัดการท่องเที่ยวและประสานงานกับหน่วยงานภายนอก การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เช่น หน่วยราชการ องค์กรพัฒนาเอกชน และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ และสร้างรายได้ให้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรพึ่งพาตนเองและสร้างทุนเพิ่มขึ้นเพื่อไปปรับใช้ชาวบ้าน

รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน

Erik Holm Petersen (อ้างถึงใน สินธุ์ สโรบล, 2546: 72-73) ได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนมีหลากหลาย ดังนี้

1. การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) ได้แก่ สินค้าหัตถกรรม อาหารประจำท้องถิ่น ทั้งนี้หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆ ของชุมชนนั้นด้วย
2. กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows Activities) เช่น การฟ้อนรำ การละเล่นพื้นบ้าน และการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน เป็นต้น
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities) หมายถึง กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมเดินป่าชมธรรมชาติในบริเวณหมู่บ้านหรือบริเวณใกล้เคียง พร้อมมัคคุเทศก์นำทางโดยคิดค่าบริการจ่ายจากนักท่องเที่ยว
4. กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น กิจกรรมพักค้างแรมในหมู่บ้านมีหลายรูปแบบ ได้แก่
 - 4.1 การจัดแคมป์ (Camping)
 - 4.2 การจัดกิจกรรมที่พักแบบ Home Stay ทั้งนี้ ความหมายของคำว่า Home Stay ในภูมิภาคยุโรป หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวหรือนักเรียน นักศึกษา เข้าไปพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารให้เจ้าของบ้าน ซึ่งความหมายนี้มีลักษณะในแนวของที่พักประเภท B&B (Bed and Breakfast) และการพักกับครอบครัวของนักเรียนต่างชาติ (Family Stay) มากกว่าความหมายของ (Home Stay) ที่ใช้ในประเทศไทย
 - 4.3 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักแรมในหมู่บ้าน (Village Accommodation Facilities) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในหมู่บ้านและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้านในชุมชนในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน โดยนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารให้แก่เจ้าของบ้าน ความหมายนี้มีลักษณะคล้ายคำว่า “ Home Stay ” ที่เรากำลังใช้อยู่ปัจจุบัน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. องค์ประกอบด้านทรัพยากร ควรเป็นสภาพธรรมชาติที่สวยงาม ประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรมของชุมชนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มิใช่การปรับปรุงสภาพพื้นที่เพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามทรัพยากรท่องเที่ยวดังกล่าว ไม่ควรเป็นสภาพธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่เปราะบางมากนัก

2. องค์ประกอบด้านตลาดการท่องเที่ยว ควรต้องมีตลาดการท่องเที่ยวอยู่ในบริเวณใกล้เคียง หรือมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นจะเดินทางเชื่อมต่อกับชุมชนได้ค่อนข้างสะดวก และนักท่องเที่ยวควรได้รับประสบการณ์ในการเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน รวมถึงได้รับบริการที่เหมาะสมทั้งด้านราคาและคุณภาพ รวมถึงมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

3. องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชนและดำเนินการโดยสมาชิกในชุมชนทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การคัดเลือกทรัพยากร การวางแผน การบริหารจัดการ การบริการ และการประเมินผล ทั้งนี้โดยสมาชิกในองค์กรบริหารจะต้องมีความรู้และทักษะในการบริหารด้านต่างๆ เช่น การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดการระบบการเงินและบัญชี การตลาดและประชาสัมพันธ์ และการให้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น อาหาร ที่พัก การขนส่ง มัคคุเทศก์ การปฐมพยาบาล ฯลฯ

พจนา สวนศรี (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดุจศรีแก้ว, 2549: 33) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยความร่วมมือของประชาชน เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างพลังความเข้มแข็งให้ชุมชน และสามารถตอบสนองนำไปสู่พัฒนาสู่กระบวนการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนได้ ภายใต้มีมติอันหลากหลายและเป็นองค์รวม ดังนี้

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเรียนรู้ และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งจำกัดให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

2. มิติด้านการเมือง กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับล่าง โดยการสร้างกระบวนการวางแผน และตัดสินใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

3. มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งให้กิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม (เมือง-ชนบท) เพื่อเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งการเท่าทันต่อวัฒนธรรมแบบเมืองที่เติบโตอย่างไร้รากฐาน

4. มิติด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้กิจกรรมการท่องเที่ยวนำไปสู่การกระจายรายได้ และผลกำไรที่เกิดจากการท่องเที่ยวเกิดกับชุมชนอย่างแท้จริง ประชาชนในพื้นที่ที่จะเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา และควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ภายใต้มิติที่ไม่ขัดแย้งกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของประเทศ มีการนำทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ทั้งแหล่งธรรมชาติที่มีคุณค่าแก่การอนุรักษ์ผืนป่าที่มีระบบนิเวศที่หลากหลาย ศิลปกรรมที่มีความงดงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัฒนธรรมประเพณีที่แสดงถึงความรุ่งเรืองในอดีต และภูมิปัญญาที่มีการยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาช้านาน รวมทั้งโบราณสถานที่ยังบอบกถึงพัฒนาการที่ผ่านมามีในอดีตของชุมชนมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงควรมีการวางแผนพัฒนาอย่างบูรณาการ ประสานการพัฒนาในด้านต่างๆ เข้าด้วย และดำเนินงานให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานอย่างแท้จริง มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นการประสานการพัฒนาเศรษฐกิจเข้ากับการพัฒนาด้านสังคม และการคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อม

แนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงศักยภาพความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องรวมทั้งต้องมีแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปกับแผนพัฒนา
2. การส่งเสริมและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะต้องอยู่ภายใต้กรอบของการอนุรักษ์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. การกำหนดทิศทางและมาตรการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับบริบทชุมชน ทั้งในด้านสภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจพื้นฐาน ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่
4. เตรียมมาตรการป้องกันและควบคุมปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว ต้องรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการท่องเที่ยว ต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง
6. จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสมรรถนะและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวของระบบนิเวศ เช่น การกำหนดจำนวน

นักท่องเที่ยง การกำหนดระยะเวลา และการจัดให้มีทางเลือกต่างๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการฟื้นฟู

7. แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการจัดการสภาพแวดล้อมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ดีมีการบริหารจัดการน้ำเสีย ขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลที่ถูกสุขลักษณะรวมทั้งควบคุมสภาพอากาศและเสียง

8. มีการกำหนดสัดส่วนรายได้ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมาใช้ในการดูแลรักษาฟื้นฟูบูรณะ จัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

9. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะต้องดูแลรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวไว้ โดยกำหนดมาตรการควบคุมไม่ให้มีการตัดแปลงสภาพแวดล้อมรวมทั้งควบคุมการก่อสร้างบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กลมกลืนไม่ลดคุณค่าความสำคัญและเอกลักษณ์

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวประสานกับหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายให้มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด เพื่อปราบปรามผู้กระทำผิดกฎหมายอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและโบราณสถาน

สรุป การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีการจัดการท่องเที่ยวอยู่แล้วซึ่งมีการเตรียมการและวางแผน เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อความยั่งยืนทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยที่ชุมชนเป็นผู้ได้ประโยชน์อย่างแท้จริงทางด้านเศรษฐกิจ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จะเน้นให้ความสำคัญกับการมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมให้ชุมชนได้ใช้สิทธิในการเข้าถึงทรัพยากร และรักษาคุ่มครองทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น รวมทั้งนำฐานทรัพยากรดังกล่าวมาจัดการให้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ การนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดการเสริมความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมของชุมชน การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาในพื้นที่ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแนวคำถามเกี่ยวกับการนำทรัพยากรท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างไร

แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital)

“ ทุนทางสังคม ” เกิดจากการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำ บนฐานของความไว้วางใจ เชื่อใจ สายใย ความผูกพัน และวัฒนธรรมที่ดีงามของสังคมไทยผ่านระบบความสัมพันธ์ในองค์ประกอบหลัก ได้แก่ คน สถาบัน วัฒนธรรม และ องค์ความรู้ ซึ่งจะเกิดเป็นพลังในชุมชนและสังคม (ยุทธศาสตร์ แผนฯ 10, 2549)

ความหมายของทุนทางสังคม

Robert D. Putnam (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว, 2549: 36) ได้ให้คำนิยามทุนทางสังคมไว้ว่า คือ ลักษณะเด่นของกลไกองค์กรทางสังคม (Features of Social Organization) เช่น เครือข่าย (Networks) บรรทัดฐาน (Norms) และความไว้วางใจ (Trust) ที่จะช่วยให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในผลประโยชน์ร่วมกัน (Facilitate Coordination and Cooperation for Mutual Benefit)

James Coleman (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว, 2549: 36-37) ได้อธิบายว่า ทุนทางสังคม เป็นชุดของความสัมพันธ์ระหว่างคน (Set of Relationship among People) และเป็นความสัมพันธ์ที่มีผลมาจาก/อยู่บนพื้นฐานของความคาดหวังร่วมกัน (Common Set of Expectation) การมีค่านิยมร่วมกัน (Set of Shared Values) และความรู้สึกไว้วางใจระหว่างกัน (Sense of Trust among People)

ทุนทางสังคมเป็นแนวความคิดที่มีการให้ความหมายหลากหลาย ขึ้นอยู่กับบริบทที่แตกต่างกันของการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานของผู้ให้ความหมาย อาจแบ่งมุมมองของนักวิชาการที่มีต่อทุนทางสังคมออกเป็น 3 มุมมองใหญ่ๆ คือ (วรวิติ โรมรัตน์พันธ์, 2528)

1. มุมมองแรก จะมุ่งเน้นและให้น้ำหนักกับ **ความสัมพันธ์ทางสังคม** ทั้งในระดับบุคคล และในระดับกลุ่ม/สถาบัน ทุนทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์ในระดับบุคคลจะอยู่บนแนวราบมากกว่าแนวตั้ง ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะมีลักษณะของความไว้วางใจกันและมีการปฏิบัติต่อบุคคลต่างๆ อย่างเท่าเทียมกัน ส่วนทุนทางสังคมที่เป็นกลุ่มและสถาบันนั้นหมายถึง ความเป็นชุมชน องค์กรภาคประชาชน/ ความเป็นประชาสังคม เครือข่ายทางสังคม/ความเป็นเครือข่าย เครือข่ายทางการเมืองและผู้นำ นักวิชาการที่สำคัญของมุมมองนี้ คือ Robert Putnam และ Coleman ซึ่ง Robert Putnam มองว่า กระบวนการเกิดทุนทางสังคมเกิดจากระบบความคิดและค่านิยมที่ดี อาจเป็นระบบความคิดที่ประชาชนเกิดความตระหนักถึงปัญหาสาธารณะร่วมกัน ทำให้ทุกคนหันมาให้ความร่วมมือกัน หรืออาจเป็นการที่ประชาชนมีค่านิยมที่ดีร่วมกัน ได้แก่ มีความไว้วางใจกัน รักความเสมอภาค มีการเคารพกฎหมาย ผู้นำมีความซื่อสัตย์ มีความโปร่งใส และมีความเป็นธรรม ระบบ

ความคิดและค่านิยมดังกล่าวในหมู่ประชาชนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมนั้นเป็นไปในทางที่ดี และนำไปสู่ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน

2. มุมมองที่สอง นั้นจะมุ่งเน้นเรื่องของ **วัฒนธรรม** โดยมองว่าทุนทางสังคมเป็นชุดของค่านิยมที่ไม่เป็นทางการ รวมถึงจารีต ขนบธรรมเนียมและประเพณี ซึ่งทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างกัน นักวิชาการที่สนับสนุนมุมมองดังกล่าว ได้แก่ Fukuyama ซึ่งเน้นว่าทุนทางสังคมต้องเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับศีลธรรมความดีงาม นักวิชาการบางท่านเรียกทุนทางสังคมที่มุ่งเน้นเรื่องของวัฒนธรรมว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

3. มุมมองที่สาม ให้ความหมายทุนทางสังคมในลักษณะที่ครอบคลุม และหลากหลาย และให้น้ำหนัก/ความสำคัญกับ **ระบบความสัมพันธ์ทางสังคมกับวัฒนธรรม** เท่าเทียมกัน ทั้งยังชี้ให้เห็นว่าทั้งสองเรื่องนั้นเชื่อมโยงกันอย่างแยกกันไม่ออก ทุนทางสังคมเป็นทั้งความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับบุคคลและกลุ่ม ดังในมุมมองแรก แต่ก็ยังเป็นวัฒนธรรม (ได้แก่ จารีต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ระบบความคิด ความรู้/ภูมิปัญญา ค่านิยม) ด้วย เช่น ดร.อนันท์ กาญจนพันธุ์ มองว่าทุนทางสังคม คือ วิธีคิดและระบบความรู้ในการจัดการวิถีของความเป็นชุมชน การจัดการทรัพยากร การจัดระบบความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันในสังคมชุมชน ไม่ว่าจะเป็ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติ หรือมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยวิถีคิดเชิงซ้อนและเกี่ยวข้องกับระบบความรู้/ภูมิปัญญา อีกทั้งต้องอาศัยกฎเกณฑ์มากำกับการใช้ความรู้ นั้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของจารีต กฎหมาย หรือกฎเกณฑ์ทางสังคม พร้อมกันนั้น ก็ต้องมีองค์กรที่เข้ามาทำหน้าที่จัดการเรื่องนั้นๆ ด้วย

สิ่งที่นักวิชาการที่สนใจเรื่องนี้เห็นร่วมกันก็คือ ทุนทางสังคมเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้ (ดังนั้นจึงสามารถ) เปลี่ยนแปลงได้ โดยเน้นว่าทุนทางสังคมนั้นเกิดขึ้นภายในชุมชนเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาของสังคม/ชุมชนนั้นๆ และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

ประเภทของทุนทางสังคม

เนื่องจากทุนทางสังคม คือ ลักษณะพิเศษทางสังคมที่เกี่ยวกับความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในสังคม และระหว่างสังคม จึงสามารถแบ่ง ทุนทางสังคมออกเป็น 3 ประเภท (เอกสารร่าง World Development Report 2000/1 อ้างถึงใน อมรา พงศาพิชญ์, 2543) คือ

1. ทุนทางสังคมประเภท “ผูกพัน” (Bonding social capital) เป็นความสัมพันธ์เหนียวแน่นที่สุด จนบางครั้งเรียกว่าเป็น “กาวทางสังคม” (Social glue) เป็นการผูกพันระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือในกลุ่มเครือญาติ (Ethnic group) ซึ่งประกอบด้วย พ่อ-แม่-ลูก-ญาติ

2. ทูทางสังคมประเภท “ สะพาน ” (Bridging social capital) เป็นความสัมพันธ์ที่มีความเหนียวแน่นไม่มาก แต่ช่วยให้การติดต่อมีความคล่องตัว ซึ่งบางครั้งเรียกว่า “ น้ำมันหล่อลื่นทางสังคม ” (Social oil) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่างองค์กร เช่น อาจารย์ ก. จากมหาวิทยาลัยศิลปากร ติดต่อกับคนอื่นในองค์กรอื่นอีก เป็นคล้ายสะพานเชื่อมต่อระหว่างองค์กรต่างๆ โดยผ่านสมาชิกในองค์กรต่างๆ เหล่านั้น และเป็นการสร้างสะพานต่อกันระดับแนวราบ (Horizontal level)

3. ทูทางสังคมประเภท “ เชื่อมต่อ ” (Linking social capital) เป็นการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลที่มีฐานะทางสังคม หรืออำนาจต่างกัน (Differing level of power or social status) เช่น เชื่อมต่อระหว่างนักการเมืองกับประชาชน หรือระหว่างบุคคลต่างระดับชั้นทางสังคม (Social classes) เหล่านี้ เป็นต้น

ทูทางสังคมเป็นทั้งเครื่องมือ (means) และเป้าหมาย (end) ของการพัฒนา ทั้งนี้ในชุมชนชนบทมีทูทางสังคมอยู่แล้วแต่อาจจะถูกทำลายไป อันเนื่องมาจากการเข้ามาของการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงจำเป็นต้องรื้อฟื้นทูทางสังคมขึ้นมาใหม่ พร้อมกับการพัฒนาให้สามารถพัฒนาด้วยตัวเองได้ เพื่อเสริมสร้างให้สังคมไทยอยู่เย็นเป็นสุขด้วยวิถีปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนที่เข้มแข็ง จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน โดยที่ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมที่เป็นองค์รวม มีกระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ร่วมกันของคนในชุมชนด้วยทูทางทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน มีการผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองอย่างพอเพียงพึ่งพาตนเองได้ มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกชุมชนบนพื้นฐานการเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม นำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เกิดความสามัคคี มีการอนุรักษ์ พัฒนาและใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมยั่งยืน นำไปสู่สภาวะดินน้ำชุ่ม ป่าไม้ พืชพรรณ สัตว์ป่าอุดมสมบูรณ์ และสิ่งแวดล้อมน่าอยู่ปลอดภัย อยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสันติและเกื้อกูลเกิดความสงบสุขร่มเย็น สามารถแก้ปัญหาความยากจนอย่างมีบูรณาการ มีภูมิคุ้มกันสามารถต้านรับและใช้ประโยชน์จากกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างรู้เท่าทัน และมีบทบาทที่เข้มแข็งในการพัฒนาประเทศ

แนวคิดทูทางสังคมในการพัฒนาสังคม

ในปี พ.ศ. 2542 ธนาคารโลกเริ่มพูดถึงทูทางสังคมและนำแนวคิดทูทางสังคมมาใช้ในฐานะรูปแบบของทุนแบบหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนา โดยมุ่งเน้นทูทางสังคมในรูปของความยึดเหนี่ยวทางสังคม สถาบันทางสังคมและบรรทัดฐาน รวมถึงจารีตที่มีอยู่ในชุมชนนั้นๆ ทั้งที่เกิดจาก

คนภายในชุมชนและจากการพัฒนาขององค์กรภายนอก โดยทุนทางสังคมดังกล่าวทำหน้าที่เชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์หรือความร่วมมือระหว่างกันขององค์กร อันจะมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน

สำหรับประเทศไทย แนวคิดทุนทางสังคมได้ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 เมื่อมีการจัดตั้งสำนักงานกองทุนเพื่อสังคม (SIF) แนวคิดทุนทางสังคมที่นำมาใช้นั้นใช้ในความหมายที่ครอบคลุมและหลากหลายตามแบบมุมมองที่สาม โครงการกองทุนเพื่อสังคมได้พยายามฟื้นฟูทุนทางสังคมที่มีอยู่และเริ่มสูญหายให้มีการนำกลับมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาในระดับชุมชน หลังจากนั้น คำว่า “ ทุนทางสังคม ” ก็ถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยที่สร้างทุนทางสังคมของสังคมชนบท

จากแนวความคิดทุนทางสังคมดังกล่าว เมื่อนำมาวิเคราะห์สังคมชนบทไทย เราจะพบว่า มีทุนทางสังคมจำนวนมากทั้งในความหมายของมุมมองแรก (ความสัมพันธ์ทางสังคม) และมุมมองที่สอง (วัฒนธรรม) โดยมีปัจจัยที่สร้างทุนทางสังคมหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น

1. ภูมิประเทศ ระบบนิเวศวิทยาและทรัพยากรธรรมชาติ จากความแตกต่างในเรื่องดังกล่าวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน เช่น ชุมชนที่อยู่ริมทะเลจะนำเกลือไปแลกชุมชนที่ทำนา ชุมชนที่อยู่ในป่าหรือพื้นที่สูงก็นำหน่อไม้ ของป่า ไปแลกเปลี่ยนข้าวของเครื่องใช้กับชุมชนอื่นๆ นำไปสู่การเกิดกลุ่มที่ทำหน้าที่จัดการ และทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน จนกลายเป็นเครือข่าย ในขณะที่เดียวกัน ชุมชนที่อยู่ริมทะเลและชุมชนในป่าก็จะมี ความเชื่อที่แตกต่างกันออกไป โดยมีลักษณะสอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศและระบบนิเวศวิทยา เช่น มีความเชื่อเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติต่างๆ ที่เกี่ยวกับ ป่า ภูเขา ทะเล ต้นไม้ เป็นต้น ความเชื่อดังกล่าวเป็นที่มาของจารีตและประเพณีของชุมชน และมีบทบาทสำคัญในการควบคุมการใช้และการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยเป็นทั้งบ่อเกิดและตัวต่อยอดให้คนในสังคมเคารพกฎกติการ่วมกัน

2. ลักษณะการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน การตั้งถิ่นฐานแบบกระจุกตัวอยู่ในละแวกใกล้เคียงกัน ทำให้ชุมชนมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่เข้มข้นกว่าชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานแบบกระจายตัว เนื่องจากมีโอกาสติดต่อสื่อสาร พบปะสังสรรค์และช่วยเหลือซึ่งกันและกันบ่อยกว่า ทำให้มีโอกาสเกิดความผูกพันกันสูงกว่าและมักนำไปสู่ทุนทางสังคมที่เข้มแข็งกว่า

3. ระบบเครือญาติ เป็นฐานให้เกิดความผูกพัน มีการช่วยเหลือกันและกันในด้านต่างๆ เช่น การช่วยเหลือในการผลิต การเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้าน กำนัน การจัดงานบุญประเพณี เป็นต้น ทั้งยังอาจเป็นฐานของวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นบางอย่าง เช่น ประเพณีการนับถือหรือไหว้บรรพบุรุษในสาย

ตระกูลเดียวกัน ในชุมชนที่มีลักษณะความเป็นเครือญาติสูง ที่มีนามสกุลเพียงไม่กี่นามสกุลหรือไม่ก็ตระกูล ชุมชนนั้นก็มักจะมีทุนทางสังคมสูงตามไปด้วย

4. ปัญหาและวิกฤตของชุมชน เมื่อสังคมเกิดปัญหาต่างๆ ขึ้น เช่น เกิดการขาดแคลนแรงงาน ความอดอยากยากจน หรือภัยธรรมชาติ ชุมชนจะพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวจนนำไปสู่การเกิดรวมกลุ่มรูปแบบต่างๆ ซึ่งอาจพัฒนาไปเป็นจารีตและวัฒนธรรมต่างๆ ได้ เช่น วัฒนธรรมการลงแขก ที่สร้างขึ้นมาเพื่อแก้ไขการขาดแคลนแรงงานในการทำไร่ทำนา หรือ ธนาคารข้าว ซึ่งเป็นโครงการที่ชุมชนสร้างขึ้นมา เพื่อแก้ไขปัญหาค่าความยากจน โดยเฉพาะการไม่มีข้าวกิน โดยชาวบ้านจะรวมตัวกันและนำข้าวที่ผลิตได้มารวมกัน เพื่อให้เพื่อนบ้านที่ยากจนสามารถมายืมข้าวไปกินได้แทนที่จะไปกู้ยืมจากพ่อค้า โดยคนที่นำข้าวมารวมเป็นต้นทุนของธนาคารนั้นก็ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนตามสมควร ธนาคารข้าวจึงเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดกลุ่มทางสังคม และทำให้ชุมชนฟื้นฟูวัฒนธรรมการแบ่งปันและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

สรุป ทุนทางสังคมสามารถมีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้ นอกจากนั้น ทุนทางสังคมยังอาจเอื้อต่อกันเองและเสริมความเข้มแข็งให้กันและกัน เช่น ศาสนา ความเชื่อ ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเป็นต้นเหตุให้สมาชิกในสังคมมีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกัน ดังเช่น งาน “สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน” (All About Arts) ของชาวบ้านชุมชนตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน มีการเตรียมงานต่างๆ โดยชาวบ้านจะมีการแบ่งงานกันรับผิดชอบ เช่น กลุ่มผู้เฒ่าผู้แก่จะทำหน้าที่ในการแสดงศิลปวัฒนธรรมของชุมชน กลุ่มหนุ่มสาวจะมีหน้าที่เตรียมสถานที่ ประสานงานต่างๆ กลุ่มเด็กๆ จัดเตรียมการแสดง และช่วยงานต่างๆ อย่างเต็มที่ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวนี้ซึ่งมีความจำเป็นต่อการพัฒนาและการอนุรักษ์ ไปเป็นเครื่องมือในสร้างแนวคำถามและการสังเกตการณ์ในการวิจัย

แนวคิดการบริหารจัดการ (Management)

นิยามและความหมาย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: 13) ได้ให้ความหมายของการจัดการ (Management) คือ กระบวนการในการประสานบุคคลและทรัพยากรอื่นๆ เพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยทั่วๆ ไปในการบริหารมักจะอาศัยทรัพยากรหลักประเภทวัสดุอุปกรณ์ คน เงิน และข่าวสารข้อมูล

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: 17) ได้ให้ความหมายของการจัดการในธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทาง และประสบความสำเร็จ

ประเภทของทรัพยากรในการจัดการ

1. ทรัพยากรประเภทวัสดุอุปกรณ์ (Material Resources) เป็นทรัพยากรที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ ซึ่งองค์การธุรกิจจำเป็นต้องจัดหาไว้เพื่อการดำเนินการของกิจการ เช่น บริษัท General Motors จำกัด ต้องใช้วัสดุ เช่น เหล็ก แก้ว ใยแก้ว ยางรถยนต์ เป็นต้น เพื่อใช้ในการผลิตรถยนต์และรถบรรทุก ส่วนวิทยาลัย มหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาต่างๆ จะต้องมีวัสดุอุปกรณ์ เช่น หนังสือ โต๊ะ ห้องเรียน อาคาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น เพื่อจัดบริการให้แก่บัณฑิต นักศึกษา ในโรงพยาบาลจะต้องมีวัสดุอุปกรณ์ เช่น เตียง ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือแพทย์ ยา เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ (Health Care)

2. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร ซึ่งบางที่ยึดถือเป็นปรัชญาของกิจการที่ว่า “ กิจการจะดำรงอยู่ได้ด้วยบุคลากร ” ซึ่งถือเป็นทรัพย์สิน (Assets) ที่สำคัญที่สุด ตัวอย่างเช่น สายการบิน Southwest Pacific ผู้บริหารของสายการบินนี้จะปฏิบัติต่อพนักงานโดยให้การนับถือยกย่องดูแลเอาใจใส่เช่นเดียวกันกับที่ได้ปฏิบัติต่อผู้โดยสาร (ลูกค้า) สายการบินแห่งนี้ยังคงรักษากำไร ได้สูงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากมีพนักงานที่มีคุณภาพถึง 12,000 คน จะเห็นได้ว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวจักรสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร

3. ทรัพยากรด้านการเงิน (Financial Resources) ได้แก่ เงินทุนต่างๆ ขององค์กรที่จำเป็นต้องใช้ประโยชน์แก่ผู้ลงทุนและผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ เงินทุนเหล่านี้จัดหามาได้จากแหล่งต่างๆ เช่น บริษัทท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะได้เงินมาจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อทัวร์ในแต่ละเที่ยว หรือการเข้ามาเช่ารถ และใช้เงินนี้ในการนำไปจอง โรงแรมและที่พักหรือร้านอาหารต่างๆ สถาบันการศึกษาของรัฐ เช่น มหาวิทยาลัยจะได้รับเงินงบประมาณจากรัฐบาลมาใช้จ่ายเป็นค่าสาธารณูปโภค เป็นเงินเดือนของครู-อาจารย์ ฯลฯ ธนาคารต่างๆ จะกู้เงินและให้ยืมเงินเพื่อนำไปใช้จ่ายในโครงการต่างๆ ของกิจการ

4. ทรัพยากรที่เป็นข่าวสารข้อมูล (Information Resources) ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับแล้วว่าทุกองค์กรจะละเลยในเรื่องของข่าวสารข้อมูลไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวสารข้อมูลที่เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งรวมถึงสภาพเศรษฐกิจ สภาพตลาด ผู้บริโภค เทคโนโลยี การเงิน

วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น สภาพดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและอย่างรวดเร็ว องค์การธุรกิจใดที่ปรับตัวไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะไม่สามารถอยู่รอดได้ ในการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงนั้น ผู้บริหารธุรกิจจะต้องรู้ว่ามียุทธศาสตร์อะไรบ้างที่เปลี่ยนแปลงและเปลี่ยนแปลงอย่างไรจึงจะปรับตัวได้ถูกต้อง ปัจจุบันกิจการหลายแห่งจึงเพิ่มความสำคัญในการรวบรวม โดยเน้นกิจการขนาดใหญ่และมีเครือข่ายของข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา

องค์ประกอบของการจัดการ มีองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ได้แก่

1. การวางแผน (Planning) คือ กระบวนการขั้นตอนของการกำหนดเป้าหมายการวางกลยุทธ์เพื่อให้การดำเนินการสามารถไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ โดยผ่านกระบวนการในการวิเคราะห์และการคาดการณ์เกี่ยวกับทรัพยากร และปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเกิดในอนาคต การวางแผนงานนี้จะต้องคำนึงถึงการบูรณาการระหว่างระบบงานทุกระบบส่วน การวางแผนจึงเปรียบเสมือนแบบพิมพ์เขียวในการทำงานหรือเป็นแผนที่ในการนำทางการดำเนินงานสำหรับองค์กร ทั้งนี้แผนการดำเนินงานต่างๆ สามารถมีการปรับปรุงพัฒนาระหว่างการดำเนินการได้ เพื่อบูรณาการและประสานความร่วมมือในด้านต่างๆ ให้เกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น ขั้นตอนในการวางแผนสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่

1.1 การกำหนดเป้าหมาย (Goal Identifying) เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงขององค์กร อันจะเป็นแนวทางในการนำไปสู่การกำหนดพันธกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของแผน

1.2 การรวบรวมข้อมูล (Data Collecting) เช่น การสำรวจและคาดการณ์ เพื่อให้ทราบถึงทรัพยากรและปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และคาดคะเนสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การรวบรวมข้อมูลควรกระทำทั้งในเชิงกว้างและลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

1.3 การวิเคราะห์ (Analyzing) โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์สภาพการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและอนาคต ทั้งในด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ ความเสี่ยง (SWOT Analysis) เพื่อกำหนดทิศทาง การวางแผนการดำเนินงานและการพัฒนาในด้านต่างๆ

1.4 การกำหนดแผน (Planning) กำหนดแผนหรือขั้นตอนการดำเนินงานในการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้แผนอาจมีหลายระดับตามความจำเป็นของระดับในการจัดการ เช่น แผนในเชิงกลยุทธ์ แผนโครงการ หรือแผนดำเนินงาน นอกจากนี้การกำหนดระยะเวลาของแผนงานจะต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับ

เป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ เช่น แผนระยะยาว (อาจจะเป็น 5 ปี หรือมากกว่า) แผนระยะปานกลาง (ประมาณ 2-3 ปี) และแผนระยะสั้น (แผนประจำปี แผนไตรมาส แผนประจำเดือน)

1.5 การดำเนินงานตามแผน (Implementing) คือ การนำแผนงานมาดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ที่กำหนดไว้

1.6 การประเมินผล (Evaluating) คือ การประเมินผลของแผนว่าเมื่อดำเนินงานตามแผนที่วางไว้แล้ว สามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ หากมีพบว่าแผนที่วางไว้มีข้อบกพร่องจะต้องทำการปรับปรุงแผน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนใหม่อีกครั้ง จากนั้นจึงกลับเข้าสู่ขั้นตอนของการดำเนินงานตามแผนที่ปรับปรุงแล้วต่อไป ทั้งนี้การประเมินผลจะต้องทำเป็นระยะๆ ควบคุมไปตลอดการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. การจัดองค์กร (Organizing) คือ การออกแบบและกำหนดภาระงานออกเป็นกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงาน โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 2.1 การจัดทำโครงสร้าง
- 2.2 การกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มงานต่างๆ
- 2.3 การระบุขอบเขตของตำแหน่งงานต่างๆ

3. การจัดตัวบุคคล (Staffing) คือ ภาระหน้าที่ในการบริหารบุคลากร โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.1 การเสาะหาและคัดเลือกบุคลากร เพื่อให้ได้มาซึ่งคนที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับลักษณะงานต่างๆ ที่กำหนดไว้ในโครงสร้างองค์กร

3.2 การมอบหมายงานให้เหมาะกับบุคลากร โดยจะต้องคำนึงถึงความรู้ความสามารถ หรือศักยภาพของแต่ละบุคคล หรือการขีดหลัก “ Put the right man on the right job in the right time at the right place ”

4. การสั่งการ (Leading) เป็นการชี้นำ สั่งการ หรือกำกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ ซึ่งนับเป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดกระบวนการหนึ่งในการบริหาร โดยจะต้องสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นและความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน ซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนและกลุ่มคน และการมีจริยธรรม จรรยาบรรณ การเอาใจใส่ ความยุติธรรมในการบริหารงาน รวมถึงการมีทักษะในการสื่อสารเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถเอาชนะใจบุคลากรในองค์กร อันจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงาน เกิดผลสูงสุดในการทำงาน และนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

5. การควบคุม (Controlling) การควบคุมถือเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหาร เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ และป้องกันมิให้เกิดความเสียหายใน

ด้านต่างๆ โดยการวัดผลงานที่เกิดขึ้นกับมาตรฐานหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างที่ผิดแปลกไปจากแผน หากมีความผิดพลาดเกิดขึ้นก็ต้องดำเนินการแก้ไขหรือปรับปรุงวิธีการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

สรุป การบริหารจัดการองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินงานต่างๆ เพราะองค์กร คือ กลไกในการขับเคลื่อนให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปได้ ดังนั้นหากไม่มีการวางระบบองค์กรหรือจัดรูปแบบการบริหารที่ดีพอ จะทำให้การดำเนินงานล้มเหลว หรือต้องใช้เวลาานกว่าที่ควรจึงจะบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายได้ ในทางกลับกันองค์กรที่มีโครงสร้างและระบบการบริหารที่ดีจะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์ว่าในชุมชนตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน มีการบริหารจัดการและมีประสิทธิภาพอย่างไร

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participative)

ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527) การมีส่วนร่วมเป็นการพัฒนาความสามารถของประชาชนในชุมชนในการใช้ประโยชน์และการกระจายทรัพยากร รวมถึงการทำให้มีปัจจัยในการผลิตภายในชุมชน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีพด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามความสามารถและตามความจำเป็นและฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน การมีส่วนร่วมนี้เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนตามแนวการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถพัฒนาการรับรู้ ความสามารถในการตัดสินใจกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรี ในฐานะสมาชิกสังคมในการมีส่วนร่วมของประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกมาในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนอย่างเป็นตัวของตัวเอง การมีส่วนร่วมต้องยึดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ประชาชนเป็นหลักในการแก้ปัญหาของตนเอง รัฐและองค์กรเป็นตัวกระตุ้นหรือเสริมหรือสนับสนุนเท่านั้น
2. กิจกรรมต้องเริ่มจากพื้นฐานของชุมชน วิถีชีวิตที่ดำรงอยู่ในชุมชน การขัดเขี่ยกิจกรรมจากภายนอกจะไม่นำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เป็นการทำลายศักยภาพขาดความมั่นใจในตนเอง
3. การกระจายสื่อสารข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาการรับรู้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแก้ปัญหา

การดำเนินการดังกล่าวต้องอยู่บนฐานของความเข้าใจอันอุดมสมบูรณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมระบบความคิด ค่านิยมของชุมชน ตลอดจนมาตรฐานพฤติกรรมที่แตกต่างกันระหว่างสังคมชนบทกับสังคมเมือง

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม

1. ความศรัทธาที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ
2. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือมีเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วย
3. การมีอำนาจบังคับที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่าทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ

ไพรัตน์ เจริญรินทร์ (2527) กล่าวถึงการเริ่มต้นกิจกรรมต้องอาศัยผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำตามธรรมชาติที่ชาวบ้านเคารพนับถือ ผู้นำทางศาสนา ผู้นำที่ได้รับการเลือกตั้ง หรือแต่งตั้งจากราชการ เพื่อเป็นผู้บุกเบิกและชักนำชาวบ้านต่อไป ผู้นำชุมชนโดยทั่วไปจะสามารถปรับทัศนคติและการยอมรับสิ่งใหม่ๆ ได้เร็วกว่า และเป็นผู้ที่ชาวบ้านมีศรัทธาในตัวอยู่แล้ว การเริ่มต้นจากผู้นำจึงไปได้เร็วกว่าและได้รับการยอมรับมากกว่าประชาชนทั่วไป รูปแบบและประเภทการมีส่วนร่วม ได้แก่ องค์การที่ประชาชนจัดตั้งอย่างไม่เป็นทางการ องค์การที่ประชาชนจัดตั้งอย่างเป็นทางการและตัวแทนหรือบุคคลหรือตัวแทนองค์กรเอกชนเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ

ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชน

1. รูปแบบของการมีส่วนร่วม เช่น การมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเพราะเกรงใจ ถูกบังคับ เต็มใจ เห็นประโยชน์ระยะยาวแก่ตนและชุมชน
2. ระดับการมีส่วนร่วม ได้แก่
 - 2.1 การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไข
 - 2.2 การตัดสินใจเลือกแนวทางและวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา
 - 2.3 การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
 - 2.4 การประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

ชนิดของการมีส่วนร่วมของชุมชน ของ Norman Uphoff (อ้างถึงใน มธุรส ปรานไพรี, 2542)

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นการริเริ่มตัดสินใจ การดำเนินการตัดสินใจ และการตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ (Implementation) การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม การสนับสนุนทรัพยากร การบริหาร การประสานงาน และการร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์หรือผลที่เกิดขึ้นตามมา (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ด้านบวกหรืออาจเป็นด้านลบ ได้แก่ ผลประโยชน์ด้านวัตถุ สิ่งของ สังคม และตัวบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เป็นการเข้าร่วมในการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด

สรุป การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองด้วยความเต็มใจ ประชาชนในชุมชนสามารถใช้ประโยชน์และได้รับผลประโยชน์จากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยอำนาจการตัดสินใจทั้งหมดต้องอยู่ที่ประชาชนในชุมชน ตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ อันนำไปสู่การตัดสินใจ การวางแผน การปฏิบัติ การติดตาม และแนะนำ การได้รับประโยชน์จากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์ว่าชาวบ้านชุมชนตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและดำเนินการกิจกรรมต่างๆของชุมชนอย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)

สุคนธ์ วิบูลย์ศิลป์ (อ้างถึงใน อำไพ ทวีทรัพย์นวกุล, 2546: 16) ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ ภูมิปัญญาไทย เป็นการสะสมองค์ความรู้ขึ้นมาจากประสบการณ์ชีวิต สังคม และในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน และมีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นวัฒนธรรม ภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นที่มาของวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ความเชื่อทางศาสนา วิธีการทำมาหากิน ตลอดจนศิลปะวิทยาการต่างๆ ภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน คือ ความรู้ของชาวบ้านซึ่งได้มาจากประสบการณ์และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับปรุง ประยุกต์ และเปลี่ยนแปลงให้เกิดความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ถึงแม้ว่าวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัยก่อนยังอาศัยธรรมชาติและแรงงานเป็นหลักในการทำมาหากิน แต่ก็ต้องใช้

สติปัญญาที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเพื่อความอยู่รอด เมื่อสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้นจำเป็นต้องขยายที่ทำกิน ต้องหักร้างถางพง บุกเบิกพื้นที่ทำกินใหม่ การทำไร่ทำนา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ และดูแลรักษาให้เติบโตและได้ผล เป็นงานที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ก่อเกิดและสืบทอดกันมาในชุมชน เมื่อชุมชนเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับสังคมสมัยใหม่ภูมิปัญญาท้องถิ่นก็มีการปรับตัวเช่นเดียวกัน ความรู้ต่างๆ ที่ไม่มีการปฏิบัติสืบทอดเริ่มสูญหายไป เช่น งานหัตถกรรมทอผ้า เครื่องเงิน เครื่องเงิน และถึงแม้จะยังเหลืออยู่ก็ได้ถูกพัฒนาไปเป็นการค้า ไม่สามารถรักษาคุณภาพและฝีมือแบบดั้งเดิมไว้ได้ เปลี่ยนจากการทำเพื่อยังชีพไปเป็นการผลิตเพื่อการค้า ผู้คนต้องการเงินเพื่อซื้อเครื่องบริโภคต่างๆ ทำให้สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนไป สถานการณ์เช่นนี้ทำให้ผู้นำการพัฒนาชุมชนหลายคนเริ่มเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น หน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และคิดค้นสิ่งใหม่ ความรู้ใหม่เพื่อประโยชน์ของสังคม

สรุป พื้นที่บริเวณตำบลเจ็ดเสมียนนี้มีประวัติมายาวนาน เป็นที่อยู่ของกลุ่มคนหลายเชื้อชาติหลายวัฒนธรรม เช่น ไทย ลาว เขมร มอญ ซึ่งมีการผสมกลมกลืนกันอย่างลงตัว มีการดนตรี มีครอบครัวของพ่อเพลง แม่เพลง และครูเพลงที่สืบทอดศิลปะจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาสืบสานและพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและกิจกรรมสร้างสรรค์เชิงศิลปะให้เกิดเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา ไม่เพียงช่วยขัดเกลาจิตใจคนให้มีความงดงามเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งกระตุ้นให้ชุมชนเจ็ดเสมียนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจขึ้นมาด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

McIntoch and Goeldner (อ้างถึงใน กริช สอึงทอง, 2545: 16) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อจะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต

ด้อย ชุมสาย และฉวีพันธ์ พรหมโยธี (2527) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่น่าสนใจ ก็เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ใน

แง่มุมมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปะนานาชาติในหอศิลป์ เพื่อสัมผัสการศรัทธาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหรหรรรม งานฉลอง และเพื่อชมการแสดงศิลปะครั้งสำคัญๆ

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสรรพสิ่ง ในโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในการพัฒนาด้านภูมิปัญญาสร้างสรรค์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่มีการซื้อขายวัฒนธรรมและชีวิตผู้คน

บริษัท มรดกโลก จำกัด (2537) ได้สรุปไว้ในรายงานโครงการศึกษาความเหมาะสมและออกแบบรายละเอียดการให้แสงสว่าง โบราณสถานในตัวเมืองเชียงใหม่ ว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นกลไกที่แยก “นักท่องเที่ยว” ออกจาก “นักท่องเที่ยว” ได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่อาชีพ ฐานะเศรษฐกิจ โลกทัศน์ รสนิยม และความสนใจที่ค่อนข้างไปทางการศึกษาทำให้อยากรู้ อยากเห็นความแตกต่าง และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปพบเห็นเพื่อเปรียบเทียบกับของบ้านเมืองตน สะท้อนถึงความเป็นนักคิด นักจัดการที่แสวงประสบการณ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะ “สนุก” อย่างเดียวแบบ “นักท่องเที่ยว” ทั้งหลายที่เอาความพึงพอใจของตนเอง เป็นที่ตั้งโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบอย่างหนึ่งอย่างใดต่อชุมชนหรือประเทศที่ตนเข้าไปเที่ยว

โครงการวิถีทรรศน์ : วิถีไทยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (2540) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ต้องเปลี่ยนการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทาง (Travel) ให้คนในกลุ่มสร้างภูมิปัญญาของกลุ่ม ไปศึกษา ไปดู ตามความสนใจของตนเอง เป็นการเดินทางไปรู้จัก การเดินทางต้องเป็นโลกส่วนตัว ไปอย่างเกรงใจ ไปอย่างเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชน มีความสุขจากการเดินทางเป็นเป้าหมาย ไม่ใช่การไปบุกรุกพิธีกรรมความเชื่อของชาวบ้านไปซื้อทุกอย่างที่ขวางหน้า

2. ต้องให้การศึกษา โดยเฉพาะกับเด็กๆ ให้เรียนรู้และเข้าใจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะในโลกปัจจุบันนี้เราไม่มีทางเลือกให้นักท่องเที่ยวไปได้ เพราะโลกเล็กลงและเปิดกว้างมากขึ้น การเดินทางสะดวกและผู้คนนิยมเดินทางกันมาก โดยเฉพาะในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะเป็นคนในเอเชียมากขึ้น เราจึงควรให้การศึกษาแก่เด็กๆ และเยาวชนว่า เขาจะเผชิญสถานการณ์เช่นนี้อย่างไร หลักสูตรการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยวควรมีหลักสูตรที่สร้างภูมิคุ้มกันไม่ให้มีการเสพยาขายที่ไม่เคารพผู้อื่น และต้องเร่งสร้างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ รู้เรื่อง

วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ไม่ใช่รู้ภาษาอย่างเดียว มีเหตุผลก็ต้องเป็นผู้มีความรู้เป็นวิทยากร ไม่ใช่คนรับใช้ของนักท่องเที่ยวที่ต้องบริการทุกอย่าง

3. เราต้องเรียนรู้ที่จะต้องเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน ของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของเราเองด้วย เราต้องมีพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้มาเยือนจะละเมิดมิได้ เพราะหากเราไม่เคารพวัฒนธรรมของเรา นักท่องเที่ยวชาติอื่นก็ไม่เคารพเช่นกัน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การเข้าไปยังท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ และเรียนรู้จักวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ด้วยความเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น โดยไม่มองอย่างอคติ เรียนรู้และยอมรับตนเองและผู้อื่นอย่างเข้าใจ เพื่ออยู่ร่วมกันอย่างสันติ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ณ ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ซึ่งอีกหนึ่งสถานที่ที่น่าศึกษาและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

แนวคิดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Efficiency Tourism Evaluation)

นาคยา ธนพลเกียรติ (2547: 20) กล่าวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ควรพิจารณาความพร้อมหรือความสามารถของสภาพแวดล้อมในพื้นที่ว่ามีความสามารถเพียงพอ เพื่อให้การดำเนินการใดๆ เกิดประโยชน์กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านทรัพยากรที่มีอยู่เดิมเป็นสำคัญ เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เมื่อเกิดผลกระทบใดขึ้นอาจจะกระจายไปในวงกว้าง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543) ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ธรรมชาติ มีจุดเด่นคือ ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสามารถพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเที่ยวชม

2. วิถีชีวิต จัดเป็นธรรมชาติประเภทหนึ่งของพื้นที่ มีจุดเด่นคือ วัฒนธรรมชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีพ วัฒนธรรมการเกษตร สามารถประยุกต์ให้เกิดการบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบการบริการที่พักในบ้านของชาวบ้าน
3. กระบวนการผลิต ปัจจัยดึงดูดหรือเสน่ห์ของเกษตรกรรมคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือการใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน ซึ่งสามารถสร้างให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างกิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวในลักษณะการดูงาน ทัศนศึกษา และการฝึกอบรม
4. การตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นผลผลิตการเกษตร ซึ่งอาจมีความเหมือนแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ผลผลิตดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อการตลาดในรูปแบบการสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

ตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

การกำหนดหรือคัดเลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสมเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว จะต้องครอบคลุมประเด็นของประเภทหรือรูปแบบการท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อนำไปสร้างหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทหรือรูปแบบหรือพื้นที่ที่ต้องการ

วิวัฒน์ชัย และธรรมศักดิ์ (อ้างถึงใน นาดยา ธนพลเกียรติ, 2547: 21-22) ได้เสนอตัวชี้วัดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวไว้ 4 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว พิจารณาจากที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิตโดยรอบ
2. ปัจจัยประกอบ ได้แก่ สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจ สังคม ที่สะท้อนพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น การรักษาสิ่งแวดล้อม
3. ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าขายสินค้าที่ระลึก สถานีบริการน้ำมัน สถานพยาบาล การรักษาความปลอดภัย และระบบสื่อความหมาย
4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ได้แก่ สภาพของเส้นทาง การเข้าถึงระยะทาง และระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

หลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (อ้างถึงใน ฉัตรเฉลิม พิชัยกมลนัทร, 2550: 33) ได้แบ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 2 ประเด็น คือ

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เป็นประวัติศาสตร์ ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ จะยังผลให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว ลักษณะของคุณค่าในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีมากมีน้อยต่างกันไปได้แก่ วัดที่มีโบราณวัตถุ โบราณสถาน ที่เป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่ มีประวัติเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ก็ย่อมจะมีคุณค่ามากกว่าวัดที่สร้างตามแบบสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ และไม่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจมากนัก

2. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งหรือส่วนประกอบของสถานที่แห่งนั้นในการต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่นั้นๆ ถึงแม้ว่าความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ใช่สิ่งดึงดูดใจ หรือสิ่งตอบสนองความต้องการโดยตรง แต่ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ซึ่งความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะใหญ่ๆ ทั้งหมด 5 ลักษณะ ได้แก่

- 2.1 สภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.3 สภาพแวดล้อม
- 2.4 ความปลอดภัย
- 2.5 ฤดูกาลในการรองรับนักท่องเที่ยว

การจัดศึกษาภาพของแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณลักษณะด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัววัดศึกษาภาพ แล้วนำมาเปรียบเทียบกันในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญด้านศึกษาภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเลือกพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

สรุป แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีศึกษาภาพแตกต่างกันตามความมุ่งหวังหรือวัตถุประสงค์ของการจัดการ ซึ่งการประเมินศึกษาภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้เป็นหลักเกณฑ์การพิจารณาศึกษาภาพแหล่งท่องเที่ยว คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศึกษาภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว และความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศึกษาภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้เห็นถึงความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวหรือเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสูงจะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้าน

การท่องเที่ยวต่ำ ฉะนั้นโอกาสในการพัฒนาย่อมมีมากกว่าด้วยเช่นกัน เพื่อจะนำไปใช้ประเมินศักยภาพของการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างแม่นยำ และแหล่งท่องเที่ยววันนี้มีการจัดการที่เหมาะสมต่อไป

ทฤษฎีการบริหารการตลาด (Marketing Management)

การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อวางแผนให้สินค้า บริการ หรือความคิดที่มีการสร้างสรรค์หรือผลิตขึ้น สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา ส่งเสริมการขาย และการจัดจำหน่าย ซึ่งในปัจจุบันได้มีทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาดมากมาย เช่น แนวคิดมุ่งที่การผลิต แนวคิดมุ่งที่การขาย แนวคิดมุ่งที่การตลาด แนวคิดการตลาดแบบอิงสังคม หรือแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม เป็นต้น สำหรับการศึกษาคำนี้จะใช้แนวคิดการตลาดแบบอิงสังคมเป็นแนวคิด เนื่องจากเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว

Michael M. Colman (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดวงศรีแก้ว, 2549: 58) ได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่สร้างความสมดุลหรือบรรลุลักษณะทางธุรกิจของแหล่งท่องเที่ยว (tourist destination) หรือของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (supplier) ณ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้อาศัยความต้องการ หรืออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว (tourist demand) สร้างความสมดุลนี้ขึ้น การตลาดยังเป็นปรัชญาทางการจัดการที่ใช้การวิจัย (research) การคาดการณ์ล่วงหน้า (forecasting) และการเลือกที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (selection to place tourism products) ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดแก่หน่วยงาน

Weinreich (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดวงศรีแก้ว, 2549: 58) ให้ความหมายของการตลาดเพื่อสังคมเป็นการใช้เทคนิคการตลาดเชิงธุรกิจมาส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและเกิดพฤติกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรับสารเป้าหมายหรือสังคมโดยรวมมีสุขภาพหรือชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

Andreasen (อ้างถึงใน กนกวรรณ ดวงศรีแก้ว, 2549: 58) ได้ให้คำจำกัดความว่า การตลาดเพื่อสังคมเป็นการประยุกต์ใช้วิชาการทางด้านการตลาดในเชิงธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินโปรแกรมที่จัดทำขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรม

อย่างเต็มใจของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้แต่ละคนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและทำให้สังคมโดยรวมดีขึ้นด้วย

จากคำจำกัดความนี้ การตลาดเพื่อสังคมจึงเป็นการใช้ทักษะทางการตลาดเพื่อช่วยทำให้ความพยายามที่จะก่อให้เกิดการกระทำบางอย่างในสังคมกลายมาเป็นแผนการสื่อสารที่ออกแบบมาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จนผู้รับมีการตอบสนองหรือเปลี่ยนแปลงไปดังที่ผู้วางแผนต้องการ หรืออาจจะพูดอีกนัยหนึ่งว่าเทคนิคการตลาดถือได้ว่าเป็นกลไกที่เชื่อมต่อระหว่างความรู้ที่มีอยู่ในตัวสมาชิกสังคมกับการลงมือนำความรู้นั้นมาปฏิบัติจริง (สมาชิกสังคมเกิดการกระทำตาม) ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนแปลงสังคมมากขึ้น หรืออีกลักษณะหนึ่งคือการตลาดเพื่อสังคมเป็นความพยายามสร้างเงื่อนไข หรือสภาพแวดล้อมภายในโครงสร้างของสังคมนั้นๆ ให้เกิดการเอื้ออำนวยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ดีขึ้นนั่นเอง

ดังนั้นถ้าจะมองในแง่ของการบริหารการตลาดเพื่อสังคมแล้วย่อมพัฒนามาจากการบริหารการตลาดโดยปกติ ซึ่งประกอบไปด้วยการพิจารณาถึงความต้องการ (wants) ทักษะคติ (attitudes) และพฤติกรรมของผู้มีแนวโน้มจะเป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการพิจารณาสิ่งเหล่านี้จะทำให้เราทราบข้อมูล เพื่อนำมาช่วยวางแผนสินค้าให้เป็นที่พึงปรารถนาและสามารถขายได้ พร้อมทั้งแนวทางการส่งเสริมและจำหน่ายสินค้าให้ประสบความสำเร็จ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: 31) ตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด องค์ประกอบของตลาดมีลักษณะเฉพาะดังนี้

1. ผู้ซื้อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนอาจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภค สินค้าการท่องเที่ยวที่ความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคา การท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม ทักษะคติ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยวและเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะมีผลกระทบอะไรบ้างต่อตลาดการท่องเที่ยว และทำให้การวางแผนการตลาดมีความลำบากมากขึ้น ผู้วางแผนงานจำเป็นต้องศึกษาความต้องการของตลาด และเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

2. ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel Suppliers) ผลิตภัณฑ์ในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พักโรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และสินค้าและบริการอื่นๆ ในสายของสินค้าเดียวกันและขายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้ซื้อดังนี้

- 2.1 ขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว (Direct Sales)
- 2.2 ขายให้แก่ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Tour Operator)
- 2.3 ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)

การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: 37-40) ได้ให้ความหมายของการวางแผนการตลาด (Marketing Planning) หมายถึง การกำหนดนโยบาย จุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ แผนงาน กิจกรรมทางการตลาดและการใช้ความพยายามทางการตลาดอื่นๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การวางแผนการตลาดจึงประกอบด้วย

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด เป็นการกำหนดเป้าหมายการเจริญเติบโตทางการตลาด ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้

2. กิจกรรมการตลาด หมายถึง รายละเอียดกิจกรรมทางการตลาดที่ระบุขั้นตอน วิธีการ ผู้ปฏิบัติ วัน เวลา ค่าใช้จ่าย โดยแสดงอยู่ในแผนการตลาด

3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว นำมาวางแผนพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดดังนี้

- 3.1 การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) เพื่อผลิตและพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

- 3.2 การสร้างความแตกต่างด้านการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ในด้าน

- 3.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เช่น ที่นั่งบนรถโดยสารสามารถปรับเอนนอนได้มากกว่าของบริษัทอื่นและมีระบบนวดไฟฟ้า ในขณะที่บริษัทรถโดยสารระดับเดียวกันไม่มี

- 3.2.2 บริการ (Service Differentiation) เช่น คุณภาพและการบริการอาหารและเครื่องดื่มบนรถโดยสารรสชาติอร่อย สะอาด มีมาตรฐานการบริการที่ดี และสร้างความประทับใจได้มากกว่า

- 3.2.3 บุคลากร (Personnel Differentiation) ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมีความรู้ความสามารถในการอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็วไม่ผิดพลาด

3.2.4 ภาพลักษณ์ (Image Differentiation) ลูกค้าน่าสามารถจดจำสัญลักษณ์ ยี่ห้อ ตราสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทได้ สถานที่ตั้ง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

3.2.5 กลยุทธ์และองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies and Components) โดยพิจารณาการพัฒนางค์ประกอบของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ ได้แก่

3.2.5.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product)

3.2.5.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์ (Tangible Product)

3.2.5.3 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) เป็นคุณสมบัติ และเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อซื้อสินค้า

3.2.5.4 ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) เป็นผลประโยชน์ หรือการบริการเพิ่มเติมที่ควบคู่ไปกับสินค้า

3.2.5.5 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential Product) คือ การพัฒนา และเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ควบต่อไป เพื่อตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า ในอนาคต

3.2.6 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) การพัฒนา ผลิตภัณฑ์เก่าที่มีอยู่แล้วให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือผลิตสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ นอกจากจะต้องคำนึงถึงลูกค้าและคู่แข่งแล้ว การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยมีแนวคิด ดังนี้

3.2.6.1 สร้างภาพลักษณ์ แสดงผลประโยชน์ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รู้สึกและมองเห็นว่าจะได้รับอย่างชัดเจนทั้งที่สัมผัสได้จริง และสัมผัสได้ด้วยความรู้สึก

3.2.6.2 โฆษณาประชาสัมพันธ์ ถ่ายทอดผลประโยชน์ให้ลูกค้าทราบ โดยรวดเร็วและกว้างขวาง

3.2.6.3 ผลประโยชน์ (benefit) และการแก้ปัญหา (solution) ทุกอย่างจากการใช้สินค้าและบริการต้องเป็นไปได้ แตกต่างและดีกว่าสินค้าและบริการของคู่แข่ง และลูกค้าเชื่อมั่น

3.2.7 กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) เพื่อให้ราคาของสินค้าและบริการเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาอำนาจการซื้อของลูกค้า ต้นทุนในการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กำไรที่ธุรกิจต้องพึ่งพิง และราคาของกลุ่มคู่แข่ง

3.2.8 การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place/Distribution Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ต้องการกระจายสินค้าและบริการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง โดยผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก ซึ่งทำหน้าที่ทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย และเป็นคนกลางในการนำสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว

3.2.9 การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร สร้างความรู้จัก กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ผลิตขึ้นในที่สุด โดยใช้ส่วนผสมการสื่อสารทางการตลาด

สรุป การตลาดเพื่อสังคมแตกต่างจากแนวคิดทางการตลาดทั่วไปที่เน้นการสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เป็นแนวคิดที่เน้นผลตอบแทนในเชิงสังคมมากกว่าเศรษฐกิจ โดยการรักษาสกุลขององค์ประกอบ 3 ประการ คือ สังคมหรือสวัสดิการของมนุษย์ ความพึงพอใจของผู้บริโภค และผลกำไรของผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นในการให้บริการและการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อให้ผู้บริโภคและสังคมได้รับความพึงพอใจในระยะยาว ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์ ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งมีได้มุ่งเน้นแต่เพียงผลกำไรของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชนด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Research)

ในการศึกษา ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน : การวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว (2549: 72) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะกรณี : บ้านวังน้ำมอก อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย สิ่งสำคัญในการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน คือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีส่วนร่วมในการคิด มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ มีส่วนร่วมในการประเมินผล และมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ จะส่งผลให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เกิดจิตสำนึกหวงแหนถิ่นฐาน มีความรู้สึกเหมือนเป็นเจ้าของ ช่วยกันดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม อันจะรวมไปถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนของตน ก่อให้เกิดมีการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน แต่ทั้งนี้สิ่งที่ชุมชนจะต้องคำนึงและให้

ความสำคัญในการท่องเที่ยวชุมชน คือ จะต้องมีจัดการที่ดีโดยสมาชิกในชุมชนจะต้องเป็นแกนนำในการบริหารจัดการ ไม่ต้องรอให้หน่วยงานต่างๆ มาเป็นผู้ดำเนินการให้ มีการจัดการในด้านสถานที่พักผ่อน ด้านความปลอดภัย ความสะอาด ความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ความสะอาดสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การสื่อความหมาย ป้าย หรือสัญลักษณ์ และการพัฒนาบุคลากร การออกกฎระเบียบ ข้อบังคับในด้านการท่องเที่ยวของชุมชน และสิ่งที่ชุมชนควรจะทำให้ความสนใจอีกประเด็นหนึ่ง คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการตลาด เพื่อข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจะได้เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน พร้อมทั้งจะเรียนรู้วิถีชีวิตของแต่ละชุมชน และปรับตัวเข้าหาชุมชน ได้เป็นอย่างดี

ฉัตรภมณ พิชัยกมลฉัตร (2550) ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพและการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะมีความปลอดภัยสูง เข้าถึงได้อย่างสะดวก มีจุดครบองค์ด้านการท่องเที่ยวเล็กน้อย กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพปานกลาง มีความสำคัญและคุณค่าไม่มากนัก มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่ำ เข้าถึงลำบาก ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

นาตยา ธนพลเกียรติ (2547: 95-96) ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ทำให้ทราบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียว และมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของเกษตรกรแต่ละกลุ่ม คือ สหกรณ์กสิกรรมไร้สารพิษ ในเขตปฏิรูปที่ดินเขตอำเภอวังน้ำเขียว มีการแบ่งพื้นที่สาธิตการทำเกษตรตามกระบวนการผลิต การเตรียมที่พัก ที่จอดรถ ห้องน้ำ ป้ายบอกทางภายในที่ตั้ง และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการให้สมาชิกกลุ่มเป็นผู้แนะนำกระบวนการทำเกษตรปลอดสารพิษ กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษบ้านสุขสมบูรณ์และกลุ่มเพาะเห็ด มีการแบ่งพื้นที่สาธิตการทำเกษตรตามกระบวนการผลิต โดยมีหัวหน้ากลุ่มเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น สหกรณ์เกษตรกรรมวังน้ำเขียวและกลุ่มผู้ปลูกเบญจมาศ มีการแบ่งพื้นที่สาธิตการปลูกไม้ดอกเบญจมาศ การเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยหัวหน้าและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้แนะนำ และนอกจากนี้สหกรณ์เกษตรกรรมวังน้ำเขียว มีการจัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วย เช่น ที่พักและร้านอาหาร ทำให้มีการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ตั้งแต่การชมแหล่งท่องเที่ยว การให้ความรู้ และการบริการ อีกทั้งยังมีการเชื่อมโยงการใช้ผลผลิตระหว่างกลุ่มเกษตรกรให้เอื้อ

หนุนกัน โดยร่วมมือกับชมรมส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลวังหมี่ ด้วยการนำสมุนไพรที่มีอยู่มาแปรรูปเป็นยาป้องกันศัตรูพืช จึงเป็นการเพิ่มมูลค่า การถือถือการผลิตรวมกัน

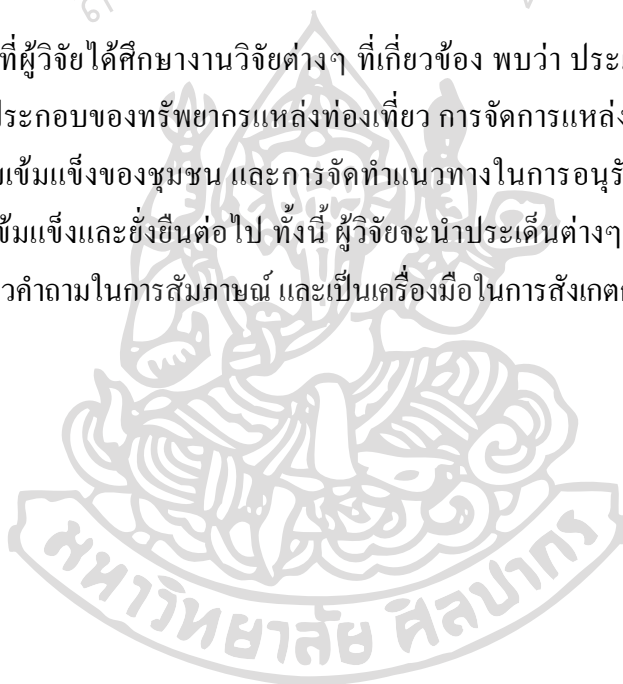
มธุรส ปราบไพร (2542) ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี โดยพบว่าศักยภาพของชุมชน คือ การรวมกลุ่มทำงานของสมาชิกโครงการ “ เยี่ยมเรือนเยือนเหย้าชาวไทยทรงดำ ” โดยมีผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการที่มีศักยภาพ ความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่สะท้อนถึงความเป็นชุมชนเดียวกัน ความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมชุมชนที่สามารถเกิดการสืบทอดและถ่ายทอด โดยเฉพาะระบบอุดมการณ์ของชุมชน การดำเนินรูปแบบทางเศรษฐกิจแบบวิถีลักษณะ และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม เพื่อตัดสินใจร่วมกันอย่างสมัครใจและยุติธรรม นอกจากนี้ชุมชนยังประกอบไปด้วยศักยภาพในด้านลักษณะภูมิประเทศ การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ที่สามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ ซึ่งปัจจัยที่มีผลในการทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพ ได้แก่ วัฒนธรรมชุมชนที่มีความเข้มแข็ง การพึ่งตนเองของชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

รวงทอง ชัยประสพ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง การสำรวจศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงสุด เพราะยังคงสภาพธรรมชาติของพื้นที่ป่าชายเลนและเรือกสวนไว้ได้ดี นอกจากนี้ปัจจัยที่สำคัญยิ่ง คือ ผู้ที่อยู่ในชุมชนมีจิตสำนึกของการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน มีความพอใจและภาคภูมิใจในวิถีชีวิตของชุมชนสูง มีการจัดระเบียบตลาดไว้ เพื่อการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยไม่เน้นการขายพื้นที่ตลาด ห้ามการขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และห้ามเรือหางยาวเข้ามาในบริเวณตลาดน้ำ เป็นต้น

วนิดา บำรุงกิจ (2542) ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : บนทางเลือกระหว่างการตลาดกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน พบว่าคนในชุมชนตลาดน้ำท่าคาแสดงการตอบรับกับกระแสการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นถึงการกำหนดชนิดเพิ่มขึ้นจากชนิดปกติ และการรวมกลุ่มเปิดร้านจำหน่ายสินค้า โดยความช่วยเหลือขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา แต่จากผลกระทบจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมนั้น พบว่าได้รับผลน้อยเนื่องจากข้อจำกัดของกิจกรรมท่องเที่ยวมีอยู่มาก เช่น การกำหนดวันนัด ระยะเวลาท่องเที่ยว ถูกจำกัดมีเฉพาะที่มีตลาดน้ำในตอนเช้าของวันนัดเท่านั้น และนอกจากนั้นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนมากจะถูกจำกัดอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเท่านั้น จึงทำให้ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคนชุมชนกับนักท่องเที่ยวมีน้อย

สุทธิชัย ออบอ่อน (2541) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณี : เส้นทางสายลำน้ำกก พบว่าควรส่งเสริมให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน โดยจะต้องมุ่งเพิ่มศักยภาพในการรับรู้ข่าวสาร และการฝึกอบรมในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรส่งเสริมให้มีเส้นทางท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น และการจัดตั้งกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว หรือการจัดตั้งธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ควรเมืองค์กรที่รับผิดชอบในด้านความปลอดภัย และควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุง และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ประเด็นที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ด้านองค์ประกอบของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน และการจัดทำแนวทางในการอนุรักษ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำประเด็นต่างๆ เหล่านี้ไปใช้ในการสร้างกรอบแนวคิด แนวคำถามในการสัมภาษณ์ และเป็นเครื่องมือในการสังเกตการณ์ด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพชุมชนในการอนุรักษ์แหล่งวัฒนธรรมชุมชน และเป็นการวิจัยเพื่อพิจารณาโอกาสและข้อจำกัดทางการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยจะสามารถช่วยในการกำหนดแนวทางอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น จึงได้เสนอวิธีการและการออกแบบงานวิจัยสำหรับการศึกษาดังกล่าวตามลำดับต่อไป

การออกแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ซึ่งจะใช้การรวบรวมข้อมูลโดยการสร้างแนวคำถามไว้ก่อน และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Information) เช่น จำนวนประชากร เพศ พื้นที่แหล่งชุมชน ประกอบในการอธิบาย เพื่อให้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งข้อมูลจะได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิจาก การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) และการสังเกต (Observation) วิธีการดำเนินงานต่างๆ ภายในชุมชน ตลอดจนการสังเกตสภาพแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วม

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ประชากรผู้นำชุมชน สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน และการริเริ่มจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1.1 นายกเทศมนตรี
- 1.2 กำนัน
- 1.3 ผู้ใหญ่บ้าน

1.4 คณะกรรมการตลาดเก่า 100 ปีเจ็ดเสมียน

1.5 ผู้ก่อตั้งกลุ่มสวนศิลป์บ้านดิน

2. ประชากรในพื้นที่วิจัย หมายถึง ประชากรที่อาศัยอยู่บริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความต้องการ ผลกระทบ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

3. ประชากรผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

3.1 พ่อค้าแม่ค้าที่เปิดร้านจำหน่ายอาหาร และสินค้าต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวในบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความต้องการ ผลกระทบ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

3.2 บริษัทนำเที่ยว สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของบริษัทนำเที่ยว ในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนที่จะนำเสนอขายให้นักท่องเที่ยว

3.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการตลาดที่จะให้การท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนเป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

4. ประชากรนักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนในวันศุกร์-วันเสาร์และวันอาทิตย์ สุดท้ายของเดือน สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ และความต้องการ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจมากขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นชุดแนวคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 4 ชุด คือ แนวคำถามสำหรับผู้นำชุมชน แนวคำถามสำหรับประชาชนในท้องถิ่น แนวคำถามสำหรับนักท่องเที่ยว และแนวคำถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

แนวคำถามที่ใช้ในการวิจัย คำถามจะมีลักษณะกว้างเป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open Questionnaire) เป็นการถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เช่น ประวัติความเป็นมา ความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม การประกอบอาชีพ การมีส่วนร่วมของประชากรในชุมชน เป็นต้น เป็นคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ความคาดหวัง ความต้องการทั้งในอดีตและปัจจุบัน ผลกระทบ ข้อเสนอแนะในการอนุรักษ์และพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ดังนั้นองค์ประกอบในการศึกษา มีดังนี้

1. ศึกษาและสำรวจว่าชุมชนตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนมีทรัพยากรใดบ้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน
 2. ศึกษาและสำรวจเรื่องการจัดการดูแลสภาพแวดล้อมว่าเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งจะรวมไปถึงการพิจารณาว่าวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และการจัดกิจกรรมในชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 3. ศึกษาและสำรวจว่ามีอุปสรรคใดบ้างที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางแก้ไขและป้องกัน
- นอกจากนั้นเครื่องมือที่ใช้ประกอบในการวิจัย ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป และสมุดจดบันทึก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติของการเก็บข้อมูลภาคสนาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล อันจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาและเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานประกอบในการเก็บข้อมูลภาคสนาม
2. แหล่งข้อมูลภาคสนาม (Field Research) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการสังเกต สอบถาม และสัมภาษณ์ เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดในการเก็บข้อมูลภาคสนาม ดังนี้
 - 2.1 ติดต่อประสานงานกับกลุ่มผู้นำชุมชน ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล และเข้าสำรวจพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และจดจำบันทึกข้อมูลด้วยสมุดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูป โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ 2 รูปแบบ ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้ตามความเหมาะสมและตามลักษณะของผู้ที่ให้ข้อมูล คือ

2.2.1 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้ความเข้าใจในคำถามเฉพาะเจาะจงตรงประเด็นที่ผู้วิจัยได้วางแนวคำถามไว้ เช่น กลุ่มผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

2.2.2 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ให้ความร่วมมือโดยการพูดคุยอย่างเป็นกันเองด้วยการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน และโน้มน้าวเข้าสู่ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจควบคู่ไปกับการสังเกตการณ์ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะเตรียมคำถามแนวกว้างๆ ไว้เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ คำถามจะไม่เป็นทางการจะเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล การสัมภาษณ์จะเป็นรูปแบบของการพูดคุยสนทนากัน โดยผู้วิจัยจะไม่ชี้นำหรือยึดยึดความคิด ความรู้สึกของตนเองเข้าไป แต่จะเป็นในลักษณะของผู้ฟังที่ดี

2.3 สังเกต และจดบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องและกิจกรรมต่างๆ ของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิจัย

2.4 ตำรวจและทำแผนที่ของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ ของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำหน้าที่ 2 บทบาท คือ เป็นทั้งนักท่องเที่ยว และเป็นผู้สัมภาษณ์ ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้ความเข้าใจและความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

จากการรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงเอกสาร และข้อมูลภาคสนาม ด้วยวิธีการต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดลำดับความสำคัญ จัดหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลที่บันทึกไว้ ทั้งในแบบการสังเกตและการสัมภาษณ์ เพื่อหาหรือสร้างข้อสรุปและนำเสนอข้อมูลในเชิงบรรยาย/พรรณนา (Descriptive) ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. อธิบายลักษณะและวิธีการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
2. อธิบายข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

3. อธิบายถึงการพัฒนาของชุมชนว่าเป็นมาอย่างไร และจะพัฒนาต่อไปอย่างไร รวมถึงข้อดีและข้อเสียของการพัฒนา
4. อธิบายถึงกลไกหรือเงื่อนไขที่จะผลักดันให้การอนุรักษ์และการพัฒนาเกิดขึ้นได้ คือใช้ความเข้มแข็งของชุมชน และความร่วมมือระหว่างชุมชนกับภาครัฐ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน ศักยภาพของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน รวมถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ยั่งยืนต่อไป

ประวัติความเป็นมา

เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน เดิมมีฐานะเป็นสุขาภิบาลมีชื่อว่า “สุขาภิบาลเจ็ดเสมียน” ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสุขาภิบาล พ.ศ. 2495 ประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่องจัดตั้งสุขาภิบาลเจ็ดเสมียน ลงวันที่ 14 ตุลาคม 2506 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 80 ตอนที่ 105 เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2506 ต่อมาได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะจากสุขาภิบาลเจ็ดเสมียนเป็น “เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน” ตามพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะสุขาภิบาลเป็นเทศบาล พ.ศ. 2542 ตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม 2542 และเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2547 กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศยุบรวมองค์การบริหารส่วนตำบลเจ็ดเสมียนเข้ากับเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน มีผลตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2547 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 121 ตอนพิเศษ 111 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 (เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี 2552)

ใน “สมุทราชบุรี” ซึ่งจัดพิมพ์เมื่อ พ.ศ. 2468 ระบุว่า สมัยที่ยังมีการปกครองแบบมณฑลอยู่นั้นมณฑลราชบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย 5 จังหวัด คือ ราชบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และ สมุทรสงคราม มีพลเมืองทั้งสิ้นอยู่ราวห้าแสนคน จำนวนเกือบครึ่งอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดราชบุรี ส่วนที่เหลือก็กระจายส่วนกันไป แสดงว่าการแบ่งเขตการปกครองสมัยนั้นราชบุรีเป็นเมืองใหญ่อยู่ไม่น้อย ว่าเฉพาะเจ็ดเสมียน เดิมเคยมีฐานะเป็นอำเภอมาก่อน จนถึง พ.ศ. 2438 จึงได้ย้ายที่ตั้งอำเภอไปอยู่ที่โพธาราม เขตปกครองนี้เลยกลายเป็นอำเภอโพธารามไป

บรรพบุรุษของคนเจ็ดเสมียนที่อาศัยอยู่ทางทิศตะวันออกของทางรถไฟมาจากเวียงจันทน์ และเมืองใกล้เคียง เรียกคนกลุ่มนี้ว่า “ลาวดี” ส่วนบรรพบุรุษของชาวเจ็ดเสมียนอีกกลุ่มนั้นอพยพมาจากสุรินทร์ เป็นนายกองเลี้ยงช้างของพระเจ้าแผ่นดินมาลงหลักปักฐานกันอยู่ที่บ้าน

สนามชัย บ้านกุ่มหรือบ้านเกาะสมบุรณ์ มักเรียกกันว่า “ คนไทยเชื้อสายเขมร ” พอคนหลายเชื้อชาติมาอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันก็มีปฏิสัมพันธ์ถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีสู่กัน อย่างประเพณีแห่ดอกไม้ไปวัดในช่วงสงกรานต์ เพื่อกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์และผู้มีพระคุณในช่วงปีใหม่ที่ชาวเจ็ดเสมียนปฏิบัติกันมานานกว่าร้อยปีนั้น ว่ากันว่ามีรากเหง้ามาจากกลุ่มชาวลาวที่สมัยก่อนเก็บดอกไม้คนละกำสองกำจากตามหัวบ้านหัวนามารวมกลุ่มกันตกแต่งเกวียนแห่ไปวัด ส่วนหนึ่งแบ่งไว้ถวายพระสักการะกองผ้าป่า หรือปักที่กองพระทราย (เอกสารประชาสัมพันธ์ชุมชนเจ็ดเสมียน)

ส่วนชื่อ “ เจ็ดเสมียน ” นั้น ยังค้นไม่พบหลักฐานที่ชัดเจน มีแต่เรื่องเล่ากันมาหลายตำนาน ดังเช่น เมื่อคราวล้นเกล้าฯ รัชกาลที่ 5 เสด็จฯ ประทับแรมที่ริมน้ำแม่กลองخانเมืองราชบุรี มีการเกณฑ์กำลังพลชายไทยเพื่อเป็นทหาร ซึ่งมีคนมาสมัครเป็นจำนวนมาก ทำให้เสมียนที่ไปกับขบวนเสด็จฯ จดรายชื่อไม่ทัน จึงประกาศหาผู้รู้หนังสือมาช่วยเป็นเสมียนทำบัญชีรายชื่อ มีชาวบ้านสมัครเป็นเสมียนในคราวนั้นถึงเจ็ดคน งานได้เสร็จอย่างรวดเร็ว จนเป็นที่พอพระราชหฤทัยจึงพระราชทานชื่อตำบลแห่งนี้ว่า “ เจ็ดเสมียน ” ตำนานที่สองเล่าว่าเนื่องจากแคว้นนี้มีพระเจ้ามโหฬารขนาดต้องเกณฑ์เสมียนเจ็ดคนมานับก็ยังไม่หมด อีกตำนานก็เล่ากันว่ามีคนงานในตำบล 7 คนทำหน้าที่ให้ บริการประชาชน คนทั่วไปมักเรียกกันว่า “ บ้านเสมียนเจ็ดคน ” ต่อมาเรียกกันว่า “ บ้านเจ็ดเสมียน ” และในปัจจุบันได้ยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลเจ็ดเสมียน ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านวังลึก หมู่ 2 บ้านเกาะสมบุรณ์ หมู่ 3 บ้านเจ็ดเสมียน หมู่ 4 บ้านสนามชัย หมู่ 5 บ้านคลองมะขาม หมู่ 6 บ้านดอนไม้เรียง

บริเวณตลาดเจ็ดเสมียนแต่เดิมเคยมีต้นจามจุรีใหญ่สองต้นอยู่ริมน้ำแม่กลอง เป็นที่ตั้งของตลาดเล็กๆ ให้พ่อค้าแม่ค้าทางบกเอาสินค้ามาแลกเปลี่ยนกับสินค้าจากทางน้ำ มีเรือนแถวชั้นเดียวหลังคามุงจากพอเป็นแหล่งพักชั่วคราว พอบ้านเมืองพัฒนาขึ้นก็โค่นต้นจามจุรีลงปลูกสร้างห้องแถวไม้สองชั้นขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ตัวตลาดสดก็ขยับจากริมน้ำเข้ามาใกล้ทางรถไฟมากขึ้น เรือนแถวชั้นเดียวก็ถูกรื้อไป ตลาดใหม่นี้จึงเป็นที่ซื้อขายของคนทั้งสองฝั่งน้ำแม่กลอง

สภาพปัจจุบันตลาดเจ็ดเสมียนอยู่ข้างวัดเจ็ดเสมียน มีห้องแถวไม้สองชั้นปลูกอยู่ขนานลานโล่งสองฝั่ง อีกด้านติดแม่น้ำแม่กลอง ส่วนด้านตรงข้ามที่เหลือ มีถนนคั่นระหว่างสถานีรถไฟเจ็ดเสมียน ช่วงหนึ่งตลาดเจ็ดเสมียนเคยมีตลาดนัดทุก 5 วัน โดยนับตามข้างขึ้นข้างแรม สมัยต่อมาตลาดเจ็ดเสมียนเริ่มแผ่วลงเพราะคนเริ่มไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมรอบๆ บริเวณ เช่น โรงงานย้อมผ้า โรงงานสับประรด ฯลฯ ปัจจุบันมีตลาดทุกวันพุธ ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์

จากการศึกษา พบว่า “ จุดเริ่มต้น ” ที่ทำให้เจ็ดเสมียนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในปัจจุบันมาจากแนวคิดและความฝันของ มานพ มีจำรัส ศิลปินเจ้าของรางวัลศิลปาธร สาขา

ศิลปะการแสดงร่วมสมัย ประจำปี 2548 ได้ก่อตั้ง “ สวนศิลป์ บ้านดิน ” ขึ้น และต่อเนื่องมาถึง “ สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน หรือ All About Arts ” ณ เจ็ดเสมียน ราชบุรี

... ตอนที่ผมมีส่วนร่วมทำละครกับคุณจิตติมา สังขพิทักษ์ เรื่องตมทางช่อง 3 เมื่อปี 2546 ครูเล็ก (ภัทราวดี มีชูธน) คุยทางไวบ้างแล้ว โดยผมเองไม่รู้ตัว ก็มาสร้างบ้านดินไว้ แล้วครูก็บอกว่า มันทั้งสิ่งนี้ให้แล้ว สานต่อสิ ทำให้เกิดประโยชน์สิ คิดสิว่าจะทำอะไรต่อ ... (มานพ มีจรัส 2552)

หลังจากนั้นไม่นาน มานพ มีจรัส ก็ได้สานต่อเจตนารมณ์ของครูด้วยการปรับปรุงต่อเติมสวนศิลป์บ้านดิน และก่อตั้งเป็นศิลปะสถานท่ามกลางธรรมชาติ ล้อมรอบด้วยคูน้ำ และสวนมะม่วง บนเนื้อที่ 3 ไร่ ซึ่งพลิกฟื้นจากที่ดินของคุณยายที่เป็นมรดกตกทอด ให้เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมต่างๆ ในทุกรูปแบบอย่างครบวงจร เพื่อสร้าง พัฒนา และแลกเปลี่ยนความรู้ด้านศิลปะแขนงต่างๆ ระหว่างศิลปิน นักเรียน นักศึกษา รวมถึงบุคคลทั่วไปในชุมชนเจ็ดเสมียน อ.โพธาราม จ.ราชบุรี

... พอเริ่มสอนเด็กๆ คนทั่วไปก็มาเยี่ยมแล้วอยากพักที่นี้บ้าง ผมก็มีบ้านหลังเล็กๆ รองรับ เขาถามว่ามีวิธีการอย่างไร ใครคิดให้ ผมบอกว่าจริงๆ ไม่ต้องมีใครคิดให้หรอก แต่ถ้าเราได้สะสมประสบการณ์ให้กับเด็กๆ ให้เขาได้เรียนรู้ว่าวิชาความรู้ในโลกนี้มีอะไรบ้าง เขาก็จะสะสมแล้วตกตะกอนจากวิชาความรู้ตรงนั้น แล้วเอาไปทำอะไรก็ได้ ผมรู้สึกว่าคุณครูนี้สำคัญมาก แล้วคุณครูนี้มันไม่น่าหายไป ไม่ใช่หมดเพียงยุคครูเล็กหรือของ ผม เราต้องเอาคุณครูนี้มาใช้กับเด็ก กับชุมชน ก็เลยเกิดงาน All About Arts...สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน อยากให้ทุกคนรู้สึกว่าจุดประกายความฝันเล็กๆ ของครูคนหนึ่ง (มานพ มีจรัส) ของครูผู้หญิงคนหนึ่ง (ครูเล็ก ภัทราวดี) ที่อยากทำอะไรให้แผ่นดิน อยากเพาะปลูกอะไรเล็กๆ น้อยๆ ให้เจริญเติบโตและงอกงามในคนๆ หนึ่ง มันสามารถทำได้ และทำได้จริง ... (มานพ มีจรัส 2552)

กิจกรรมสร้างสรรค์เชิงศิลปะ “ สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน หรือ All About Arts ” ช่วยขัดเกลาจิตใจคนให้มีความงดงามมากขึ้น และยังมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งกระตุ้นให้ชุมชนเจ็ดเสมียนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เป็นแค่เส้นทางผ่านเท่านั้น

ทั้งนี้ มานพ มีจำรัส มีแนวคิดที่จะอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ข้างเคียง สวนศิลป์ บ้านดิน เช่น บริเวณสถานีรถไฟเจ็ดเสมียน ริมแม่น้ำแม่กลองซึ่งเป็นบ้านไม้เก่าแก่อายุกว่า 100 ปี ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แต่ปัจจุบันมีสภาพทรุดโทรมและขาดการเอาใจใส่ดูแลให้คงงามสมกับประวัติศาสตร์ความเป็นมา อีกทั้งพื้นที่ดังกล่าวของตำบลเจ็ดเสมียน ยังเคยเป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนลาว เขมร และชาวเขาเผ่าต่างๆ ทำให้เกิดความหลากหลายด้านศิลปวัฒนธรรมส่งผลให้เมืองราชบุรีเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านศิลปะท้องถิ่นมายาวนาน ในพื้นที่บริเวณตำบลนี้มีประวัติการดนตรี มีครอบครัวของพ่อเพลง แม่เพลง และครูเพลงที่สืบทอดศิลปะจากรุ่นสู่รุ่น แต่เนื่องจากความชราทำให้ไม่สามารถสร้างผลงานได้เต็มที่ และขาดผู้ที่สืบทอด จึงทำให้เกิดการขาดช่วงในการสืบสานและพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและของชาติ

มานพ มีจำรัส พยายามศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมผู้อาวุโส ครูเพลงในพื้นที่บ้านเกิด และผลงานการแสดงเก่าแก่ต่างๆ เช่น การเช้นผี ตลอดจนศิลปินร่วมสมัยในพื้นที่ และนอกพื้นที่ ร่วมกันสร้างผลงานบนพื้นที่ชุมชนหลังสถานีรถไฟเก่า เพื่อช่วยให้ศิลปินทั้งเก่าและใหม่ได้มีเวทีแสดง เพิ่มพื้นที่ทางศิลปะ ตลอดจนเป็นการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน สืบทอดภูมิปัญญาบรรพบุรุษ อนุรักษ์อาคารเก่าที่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ชุมชน รวมทั้งช่วยกระตุ้น เศรษฐกิจของชุมชนให้คึกคัก งานสืบสานงานศิลป์ที่จะเกิดขึ้นในแต่ละเดือนก็จะมีศิลปิน ของภัทราวดีเชียวเตอร์ มีศิลปินท้องถิ่นและศิลปินนานาชาติด้วย

... ถ้านักท่องเที่ยวมากันเยอะๆ จะเอากระทะมาหุงข้าวทำครัวประกอบอาหารด้วยไขโป้วกว่ายี่สิบชนิดให้นักท่องเที่ยวได้ลองลิ้มชิมรสกันว่าไขโป้วทำอะไรได้มากมาย ... (แม่ตั้งกวย - พเยาว์ ศิลปะวิลาวัณย์ 2552)

... เค้กมะพร้าวอ่อนน้องทราย (ปอนด์ละ 120 บาท) เจ้าของร้านเป็นอดีตอาจารย์คหกรรมสอนอยู่ที่อำเภอบางแพะมาราว 27 ปี ก่อนเกษียณก่อนเวลามาเปิดร้านเค้กด้วยสูตรของตนเอง... (วนิดา สิงหาดีปรีชากุล พยาบาลประจำโรงพยาบาลเจ็ดเสมียน และเลขาชุมชนเจ็ดเสมียน 2552)

การจัดงานสืบสานงานศิลป์ฯ มานพ มีจำรัส ได้ขอความร่วมมือจากผู้คนในชุมชน ร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านขายทองในอดีตจัดทำและตกแต่งเป็นพิพิธภัณฑ์ร้านทอง ปรับปรุงพื้นที่บริเวณโดยรอบชุมชนตรอกเล็กๆ ทางเดินไปศาลเจ้า จัดแสดงภาพถ่ายย้อนอดีต บอกเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชนรวมถึงขออนุญาตและขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการด้วย

... ครั้งแรกเริ่มจากเล็กๆ ผมแค่มีความคิดว่า อยากรู้อยากเห็นได้ต้นโพธิ์ที่ตลาดอะไรทำนองนี้ แล้วผมก็รู้จักพวกเทศบาล รู้จักครูเต๋อ (พลสุทัศน์ เมฆสุวรรณ น้องชายของยอดชาย เมฆสุวรรณ) ผมก็ไปพูดกับแกว่าอยากแสดงตรงนี้ แกก็บอกว่า เอาเลยๆ คุณนายจะทำอะไรก็ได้ เลยพอเราไปบอกครูเล็ก แกก็บอกว่าอย่างนี้ไม่ได้ เธอต้องทำต่อเนื่องมันถึงจะเกิดก็กลายเป็นแกไปซื้อเก้าอี้มาอีก มาจัดโน้นจัดนี้ เทศบาลก็มีตลาดนัด กลายเป็นเรื่องเป็นราว เป็นการแสดงใหญ่ไปเลย ทั้งๆ ที่ตอนแรกก็คือน้อยๆ ผมก็คิดของผมขึ้นมา กลายเป็นตอนนี้ส่วนใหญ่ ก็จะกลับมาซ่อมละครที่ภัทราวดี เพื่อไปเล่นที่เจ็ดเสมียน มีทุกเสาร์ อาทิตย์ปลายเดือน ผมไป ทำให้กับชุมชนเจ็ดเสมียน เจ็ดเสมียนเหมือนเป็นเมืองลับแล โคนทิ้งมานาน มันดูเงียบ แต่เขา มีคาแรกเตอร์ของเขา คนแถวนั้นเขาค้าขาย สาวๆ หนุ่มๆ ก็ทำงานโรงงาน เป็นเมืองเงียบๆ คนในชุมชนเขามีพื้นฐานของศิลปะ พอผมทำงานตรงนี้ มันก็เลยสอดคล้องกัน ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ผมทำงานร่วมกับเทศบาล เขามีโครงการอะไรก็จะรับเด็กมาให้ผมสอน เขามีเงิน มาให้บ้างเป็นความโชคดีของผม เหมือนเขาอยากได้สิ่งนี้อยู่แล้ว แต่เขาไม่รู้จะไปหาใคร ผม ไปผมให้เขาฟรีทุกอย่างเลย อยู่ดีๆ มันก็อยากให้ ทุกคนถามว่า ผมเอาเงินไปลงแล้วผมได้ อะไร ผมบอกว่าผมเรียนจบแค่ ปวช. เพราะฉะนั้นผมเอาเงินมาลงตรงนี้นั้นเหมือนเป็นการ register เรียนมหาวิทยาลัยชีวิต ได้เรียนบริหารกิจการชุมชน ตอนนั้นก็เรียนการบัญชี ผมได้มหาวิทยาลัยที่ใหญ่มาก ชุมชนสอนให้ผมได้รู้ว่าชุมชนคืออะไร ปัญหาคืออะไร เราสามารถเรียนรู้ได้เลย เราเสียเงินไปไม่ได้เสียเปล่า และเราได้อะไรเยอะแยะมากมาย มันก็เลยสนุก เสาร์-อาทิตย์ ปลายเดือนเราก็จะแบกเครื่องเสียงจากภัทราวดีมาแสดง ไปเปิดสอนมีคลาส ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ สอนเด็กทั่วๆ ไป สอนฟรีบ้าง มีเงินจ่ายก็จ่าย ไม่มีก็มาเรียนฟรี มีเด็กมาเรียน 30 กว่าคน และก็มีโฮมสเตย์ จัดแคมป์ทำงานศิลปะ ผู้ปกครองก็อยากจะได้เรียนกับผม แต่เขาไม่กล้า เขามองว่าผมเป็นนางระบำ ต้องมีกล้านเนื้อที่สวยงาม ต้องร่าสวย เพราะคนไทยคิด ว่าศิลปะต้องเป็นการฟ้อน ร่าบันเทิง แต่ศิลปะของผมมันคือเรื่องความคิดที่คุณจะเปิดตาได้อย่างไร ศิลปะพาให้คุณคิดอะไรให้สวยงาม ถ้าเราได้เรียนรู้ศิลปะ ศิลปะจะทำให้คุณ crop frame ได้ ศิลปะสอนให้คนรู้จักเลือก เหมือนรู้จักคนยังต้องรู้จักดูโหวต มันเป็นเรื่องความตั้งใจ ที่ซื้อ เพราะตัวเองมาจากลูกชานาไม่ได้คิดว่าทำไปเพราะอยากมีชื่อเสียง เมื่อก่อนผม เป็นคนที่ร้องไห้เพราะเสียใจ แต่ปัจจุบันผมร้องไห้เพราะปลื้มใจ ทุกวันนี้ชีวิตมันมีพลังใน สิ่งที่ทำและบอกได้เลยว่าไม่ได้ต้องการอะไรจริงๆ จะทำเพียงเพื่อได้แสดงเท่านั้น ... (มานพ มีจำรัส 2552)

... ตลาด 100 ปีดั้งเดิมเป็นถิ่นอาศัยของคนไทยเชื้อสายจีน มีทั้งร้านทอง โรงหนัง ในอดีตมีความเจริญมานาน ด้วยความที่มีพื้นที่ติดแม่น้ำแม่กลองจะมีเรือสินค้ามาพักจอดเทียบท่าตลาดวัดเจ็ดเสมียน เขาของขึ้นมาขายแลกเปลี่ยนประมาณ 119 มาแล้ว การจัดงานครั้งนี้เป็นการฟื้นฟูกิจกรรมที่คนไทยอาจจะลืมเลือนให้ได้ชมกันอีกครั้ง ทางเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน

มีโครงการบ้านพักโฮมสเตย์ด้วย โดยขณะนี้ที่สวนศิลป์ บ้านดิน ก็มีบ้างแล้ว และรองรับผู้มาเยือนได้ประมาณ 50-60 คน ส่วนที่จะเพิ่มขึ้นจากนี้เราก็จะเตรียมรองรับให้มากขึ้น ... (สุทธิเดช ริมธีระกุล นายกเทศมนตรีตำบลเจ็ดเสมียน 2552)

... วันนี้ทุกฝ่ายมาช่วยกันจัดงานตลาด 100 ปีเจ็ดเสมียน ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่อายุยาวนานที่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียม การดำรงชีวิต การซื้อขายแลกเปลี่ยนในสมัยอดีต เป็นความน่าสนใจด้านการท่องเที่ยวของบ้านเราขณะนี้ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นการสืบสานประเพณีท้องถิ่น ทำให้พี่น้องประชาชนภูมิใจในถิ่นเกิดของตัวเอง เกิดความสมัครสมานสามัคคี จึงอยากเชิญชวนผู้ที่สนใจให้เดินทางมาเที่ยวชม ... (พิสิษฐ บุญช่วง รองผู้ว่าราชการจังหวัดราชบุรี 2552)

... ต้องถือว่าเป็นเรื่องที่น่ายินดีที่เรามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าอีกแห่งหนึ่ง ณ พื้นที่เจ็ดเสมียน เป็นการผสมผสานของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมกับศิลปินท้องถิ่นที่ ซึ่งเคยสร้างชื่อเสียงระดับโลกอย่าง มานพ มีจำรัส ซึ่งได้นำเรื่องศิลปะมารวมกับเรื่องมรดกท้องถิ่น ทำให้แหล่งท่องเที่ยวตรงนี้มีคุณค่าในเชิงของวิถีชีวิตและชุมชน เล่นหน้าจะอยู่ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอสิ่งต่างๆ ทั้งในอดีตและถ่ายทอดมาถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอาหารการกิน การค้าขาย และชีวิตริมน้ำ ซึ่งการที่ชุมชนและเยาวชนได้มาเรียนรู้ศิลปะร่วมสมัย นักท่องเที่ยวก็จะได้ชมและเรียนรู้เรื่องดังกล่าวด้วย ... (สุรพล เสวตเสริม รองผู้ว่าการด้านสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2552)

... ทางหน่วยงานได้รับงบประมาณ 150,000 บาท ในโครงการ SML อยู่ดีมีสุข เพื่อพัฒนาชุมชนเจ็ดเสมียน เริ่มงานโดยการรื้อท่าเรือ ทำเป็นสถานที่พักผ่อน ออกกำลังกาย ทำลานปูนปรับภูมิทัศน์ใหม่ ซึ่งเป็นช่วงที่ตรงกับครูนายเปิดสวนศิลป์บ้านดิน ทำเป็นที่พัก จึงปรึกษากันว่าตรงชุมชนนี้ก็ น่าจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยเน้นมรดกทางวัฒนธรรมเป็นจุดขาย อนุรักษ์สิ่งที่มีอยู่ ใช้วิถีชีวิตเหมือนเดิมๆ และได้มีการเรียกประชุมชาวบ้านเพื่อหารือและขอความร่วมมือ ชาวบ้านก็ให้ความร่วมมือด้วยดี ช่วยกันคิดหาของพื้นบ้านมาขาย จัดการแสดง การละเล่นพื้นบ้าน เช่น ประเพณีเข้าผี พม่ารำขวาน รำวง เป็นต้น กระทรวงวัฒนธรรมร่วมสมัยและภัทราวดีเธียเตอร์ยังได้สนับสนุนทุนด้านศิลปะเพื่อใช้ในการสอนศิลปะให้เด็กอีกด้วย ... (พิรพงษ์ สิงหาดีปริชากุล กำนันตำบลเจ็ดเสมียน 2552)

ชาวบ้านส่วนใหญ่กระตือรือร้นและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเปิดตัวต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ในช่วงปีที่ผ่านมานั้นเศรษฐกิจในชุมชนก็คึกคักขึ้นเป็นอย่างมาก ชุมชนเจ็ดเสมียนเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยงานที่จัดทุกสิ้นเดือนนี้มีหัวเรียวหัวแรงหลัก คือ

“ครูนาย” ลูกศิษย์ “ครูเล็ก” ภักธราวดี มีชุมชน ครูนายมีบ้านเกิดอยู่ที่เจ็ดเสมียน จึงมาสร้างสวนศิลป์บ้านดินอยู่ในละแวกนี้ โดยเริ่มแรกที่สร้างนั้นก็เพื่อใช้ถ่ายละครเรื่อง “ตม” ในช่วงปี พ.ศ. 2546 ต่อมาจึงขยายให้เป็นสวนศิลป์และที่พัก อบรม สัมมนา

... ที่บ้านเคยเป็นร้านทำทอง ชื่อร้านง่วนหลีเฮง แต่ปัจจุบันไม่ได้ทำอะไร เก็บเอาไว้เฉยๆ ทางสวนศิลป์ ครูนายเข้ามาคุยเกี่ยวกับงานที่จะจัดและมาขอความร่วมมือ โดยเข้ามาจัดบ้านของเราทำให้เป็นพิพิธภัณฑสถานทองเก่า ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม แต่เดิมชุมชนจะเงียบๆ แต่พอมีการจัดงาน ก็มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้นก็ดีก็คักคักดี ไม่เงียบเหงา และชาวบ้านเองก็รู้สึกภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้าน ชักชวนเพื่อนฝูง คนรู้จักให้มาเที่ยว ภูมิใจที่จะบอกว่าบ้านเรามีประวัติมายาวนาน มีคุณค่า มีการละเล่นเก่าแก่ให้ได้ดู ... (จุม จักค์กริษฐ์ สันติตรงยุทธ ชาวบ้านเจ็ดเสมียน 2552)

... เดิมเจ็ดเสมียนเป็นเหมือนเมืองลับแล การสัญจรไปมาลำบากไม่มีรถเมย์วิ่งผ่าน ต้องใช้รถส่วนตัว คนภายนอกที่จะเดินทางเข้ามาค่อนข้างลำบาก แต่ความจริงอยู่ไม่ไกลมากนัก จุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวตลาดเจ็ดเสมียนนั้น เริ่มด้วยใจของทุกฝ่าย เรื่องค่าใช้จ่าย ผู้รับผิดชอบก็จะเป็นผู้ใหญ่บ้านและของบจากเทศบาล ทางสวนศิลป์บ้านดินก็รับผิดชอบในการจัดการแสดงหาศิลปินมาแสดง จะช่วยๆ กัน โปร โหมททั้งทางเทศบาลและสวนศิลป์ จัดทำโบรชัวร์ ประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่างๆ แต่ใจจริงก็ไม่อยากให้โตเร็วมากนักเพราะเกรงว่าสภาพเดิมๆ จะเปลี่ยนไปมากเหมือนที่อื่นๆ งานนี้จัดมาได้ประมาณ 1 ปีแล้ว มีคนรู้จักมากขึ้น ออกรายการมากขึ้น มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ได้มีโอกาสประชาสัมพันธ์ได้มากขึ้นด้วย ... (วนิดา สิงหาชาติปรีชากุล พยาบาลประจำโรงพยาบาลเจ็ดเสมียน และเลขาชุมชนเจ็ดเสมียน 2552)

รูปแบบการจัดการตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

การจัดการการท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน คูแลรับผิดชอบโดยเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน สวนศิลป์บ้านดิน และชาวบ้านเจ็ดเสมียน โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารชุมชนเจ็ดเสมียน ซึ่งจะมีหน้าที่บริหารจัดการ คูแล วางแนวทางการท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวบริการแก่นักท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวก คูแลพ่อค้าแม่ค้า ชาวบ้านที่มาขายของที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน มีการทำการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์โดยชุมชน เป็นการตลาดเฉพาะกลุ่มไม่ได้เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่เน้นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพตรงกลุ่มมากกว่า ดังนั้นการประสานเครือข่ายความร่วมมือต่างๆ เช่น

โรงเรียน มหาวิทยาลัย กลุ่มทำงานศิลปะ จึงมีความสำคัญในการจัดการตลาดโดยคนท้องถิ่น โดยไม่ต้องรอพึ่งพาดตลาดจากกลุ่มบริษัททัวร์

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทชาจร มาตามหนังสือ คำบอกเล่า และแบบปากต่อปาก
2. กลุ่มที่มาเองโดยตรง ซึ่งปัจจุบันกลุ่มนี้มีจำนวนมากขึ้น เนื่องจากชุมชนได้ถูกเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งทางหนังสือพิมพ์ สารคดีท่องเที่ยวต่างๆ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อชนิดต่างๆ จะมากขึ้นเป็นกลุ่ม หน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งจะติดต่อเข้ามาที่ชุมชนโดยตรง
3. กลุ่มที่เข้ามาท่บริษัททัวร์ ซึ่งบริษัททัวร์จะจัดเป็นโปรแกรมเสริมให้ก่อนเข้าไปพักที่ตัวเมืองราชบุรี หรือกลับเข้ากรุงเทพฯ แต่เป็นลักษณะขจรมากกว่า

โดยรวมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ในเมือง มีความประสงค์จะได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ และแสวงหาสิ่งที่ตนเองสนใจ คือ งานหรือกิจกรรมทางด้านศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบวิถีชีวิตของชาวบ้าน รูปเขียน การแสดงพื้นบ้าน การแสดงศิลปะแนวใหม่ การแลกเปลี่ยนศิลปะพื้นบ้านกับนานาชาติ นักท่องเที่ยวแนวนี้มักเดินทางมาเป็นกลุ่มเล็กๆ เช่น กลุ่มเพื่อนและสมาชิกในครอบครัว เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่รู้จักตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนจากสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ รายการโทรทัศน์ที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

การดำเนินงานดูแลพัฒนาตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน

แบบแสดงสาธารณูปโภคในชุมชนเจ็ดเสมียน

สาธารณูปโภคพื้นฐาน (Infrastructure)	มี	ไม่มี
1. ถนนเข้าถึง	✓	
2. ไฟฟ้าแสงสว่าง	✓	
3. แหล่งน้ำดื่ม น้ำใช้	✓	
4. ร้านอาหาร	✓	
5. ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว	✓	
6. ผู้ให้ข้อมูลนำชมแหล่งท่องเที่ยว	✓	
7. ที่ทิ้งขยะมูลฝอย	✓	
8. ป้ายบอกทิศทาง	✓	

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

1.1 ระบบการคมนาคมขนส่ง นั้นมีทั้งทางรถยนต์และรถไฟ แต่ไม่ค่อยมีรถสาธารณะจากถนนสายหลักเข้าไปยังชุมชน ส่วนมากต้องเป็นรถโดยสารส่วนบุคคล ส่วนทางรถไฟนั้นขามาถือว่าสะดวกอย่างมากลงที่สถานีเจ็ดเสมียน แต่ขากลับจะไม่มีขบวนโดยสารกลับ และเนื่องจากการท่องเที่ยวช่วงเย็นถึงค่ำ จึงไม่สะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัวเป็น อย่างยิ่ง ชาวบ้านพยายามจะทำโฮมสเตย์เพื่อลดปัญหาและเพิ่มความสะดวกให้นักท่องเที่ยว แต่ ยังติดปัญหาบางประการ โครงการนี้จึงยังไม่สำเร็จ

1.2 ระบบไฟฟ้า มีการจ่ายกระแสไฟฟ้าอย่างทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกให้ แก่ พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว

1.3 ระบบประปา มีระบบประปาเพื่อจ่ายน้ำให้แก่พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน และ นักท่องเที่ยว มีห้องน้ำสาธารณะบริการอย่างเพียงพอ

1.4 ระบบโทรคมนาคม มีตู้โทรศัพท์สาธารณะบริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ 2 เครื่อง เครื่องเติมเงินโทรศัพท์ไร้สาย 1 เครื่อง ร้านขายบัตรเติมเงินโทรศัพท์ 3-4 ร้าน มีเครื่องขาย ระบบโทรศัพท์ไร้สาย สามารถเข้าถึงทุกเครือข่าย

1.5 ระบบการกำจัดของเสีย มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลการกำจัดขยะ และ เนื่องจากนักท่องเที่ยวน้อยปริมาณขยะจึงมีไม่มาก ง่ายต่อการควบคุมดูแล และกำลังจัดทำ โครงการรณรงค์การใช้วัสดุธรรมชาติแทนการใช้โฟมและถุงพลาสติก โดยขอความร่วมมือจาก พ่อค้า แม่ค้าทุกร้าน ซึ่งยังไม่ค่อยประสบความสำเร็จนัก

2. วิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ของชุมชนเจ็ดเสมียนนั้น ส่วนใหญ่พยายามดำเนินการเองอยู่หลากหลายวิธีด้วยความร่วมมือของชาวบ้านชุมชนเจ็ดเสมียน ได้แก่ การนำเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไปวางในสถานที่ต่างๆ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆของจังหวัด โรงพยาบาล โรงเรียน สถานที่ราชการ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งจะมีการจัดทำเอกสารแผ่นพับทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ นอกจากนั้นยังได้รับการสนับสนุนในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือท่องเที่ยว วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ต่างๆ

3. การจัดกิจกรรม ชุมชนเจ็ดเสมียนเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นเมื่อทางเทศบาลตำบลเจ็ด เสมียนร่วมกับชุมชนเจ็ดเสมียน และสวนศิลป์บ้านดิน จัดงาน “All About Art สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน: เลือกซื้อ เลือกกิน แบบติดดิน ตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน” ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์สิ้นเดือนตลอดปี มีการแสดงของภัทราวดีเธียเตอร์และการแสดงพื้นบ้านทั้ง ไทย และนานาชาติ รวมถึงการเข้าผีต่างๆ โดยศิลปินพื้นบ้านอายุ 70-80 ปีขึ้นไป มีการเตรียมการเปิด

รับนักท่องเที่ยวโดยขอความร่วมมือจากชาวบ้านทั้งในรูปแบบของการเปิดบ้านบางหลังเป็นพิพิธภัณฑ์ จัดแสดงนิทรรศการรูปถ่ายบอกเล่าความเป็นมาของเจ็ดเสมียน การออกร้านขายของ การจัดเรือท่องเที่ยวชมบริเวณใกล้เคียง การจัดกิจกรรมนั่งเรือแม่ไปชมหนังใหญ่ที่วัดขนอน จี่จักรยานชมสวน ฯลฯ

วิเคราะห์ทรัพยากรสภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ในเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อใช้วางแผนทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนได้ คือ

1. การวิเคราะห์จุดแข็งภายใน ซึ่งวิเคราะห์จุดแข็งที่มีภายในตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนได้ คือ ในเรื่องของทรัพยากรที่มีภายในชุมชนเจ็ดเสมียน สภาพของภูมิประเทศ บรรยากาศภายในชุมชน ห้องแถวไม้สองชั้น เอกลักษณะทางวัฒนธรรมและประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเป็นมิตรเอื้ออาทร การดูแลซึ่งกันและกัน และรอยยิ้มอันเรียบง่ายของชาวชุมชนเจ็ดเสมียน ล้วนเป็นเสน่ห์ของตลาดเก่าเจ็ดเสมียนแห่งนี้ และอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นจุดขายของชุมชนเจ็ดเสมียน คือ สถานีรถไฟเจ็ดเสมียน ซึ่งเป็นจุดขายหนึ่งของการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีที่ได้รับความนิยม และงานสืบสานงานศิลป์ All About Art ซึ่งในปัจจุบันเป็นจุดเด่นหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อน มาหาประสบการณ์ใหม่ๆ มาเสพงานศิลป์ที่ชื่นชอบ ดังนั้นจึงเป็นจุดแข็งที่ดีที่สามารถพัฒนาตลาด 119 ปีเจ็ดเสมียนให้ได้รับความนิยมได้มากขึ้นเรื่อยๆ ยังมีการถ่ายทอดเรื่องราวของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนให้แก่ักคู่เทศก์น้อยเพื่อช่วยดูแลนักท่องเที่ยวและสร้างความภาคภูมิใจที่มีต่อบ้านเกิดของตัวเอง นอกจากนี้ยังมีการสอนศิลปะวัฒนธรรมพื้นบ้านและร่วมสมัยให้แก่เด็กๆ ในชุมชนอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อกล่อมเกลาจิตใจของเด็กๆ ให้รักในศิลปะซึ่งเป็นเสมือนพื้นฐานในการใช้ชีวิตในทางที่ดีตามครรลอง และยังเป็นการปลูกฝังไม่ให้ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านสูญหายไปตามกาลเวลา

2. การวิเคราะห์จุดอ่อนภายใน ซึ่งวิเคราะห์จุดอ่อนที่มีภายในตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนได้ คือ ในเรื่องของการบริหารจัดการ ยังขาดคนที่มีความรู้ในเรื่องของการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การดำเนินงานด้านต่างๆ เกิดปัญหา จะเห็นได้จาก มีร้านค้าที่น้อยลงเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ได้มีจำนวนมากอย่างตลาดน้ำตอนกลางวัน เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ยังเป็นแค่การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเล็กๆ ไม่ใหญ่มาก และยังคงอยู่กับการจัดการแสดงงานศิลปะของกลุ่มสวนศิลป์บ้านดินเป็นหลัก ซึ่งถ้าไม่ใช่อาทิตย์สุดท้ายของเดือนที่จะมีการแสดง ตลาดค่อนข้างจะเงียบเหงาไม่คึกคัก และถ้ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว

ในช่วงเวลาดังกล่าว อาจจะมีผู้สืบทอดหวัง และอาจจะไม่เข้ามาเที่ยวที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนอีก และอาจบอกต่อๆ กันว่าไม่มีอะไรน่าเที่ยว อีกทั้งตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เป็นตลาดช่วงเย็นถึงค่ำจะมีการออกร้านและแสดงงานศิลปะ ตั้งแต่ช่วงเวลา 16.00-20.00 น. โดยประมาณ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัว และไม่มีที่พักใกล้เคียง และถึงแม้จะมีสื่อมวลชนเข้ามาเที่ยวชมและทำข่าวเสนอเผยแพร่ออกไป แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่ไม่ทราบช่วงระยะเวลาจัดงานและเข้ามาเที่ยวในช่วงที่ไม่มีงานก็จะผิดหวังกลับไป จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้

3. การวิเคราะห์โอกาสภายนอก ซึ่งวิเคราะห์โอกาสที่มีของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนได้ คือ หน่วยงานของรัฐและเอกชนได้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อต่างๆ ให้ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ความนิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันเปลี่ยนไป อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นเมืองน่าเที่ยวแห่งหนึ่งของโลก และเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ ชื่นชอบงานศิลปะ โดยเฉพาะแวดวงงานศิลปะ ทั้งจากภัทราวดี เรียบเตอร์ สวนศิลป์บ้านดิน และศิลปินท้องถิ่นเองที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมผ่านงานศิลปะต่างๆ ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้มีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวระหว่างคนรู้จัก หน่วยงาน และกลุ่มต่างๆ การกระจายข่าวโดยการบอกต่อกัน ปากต่อปาก จากคนที่เคยมาเที่ยวและชื่นชอบ จากลูกหลานของชาวบ้านเจ็ดเสมียนที่ทำงานอยู่ที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐมีมากขึ้น ดังนั้นตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนจึงมีโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้

4. การวิเคราะห์อุปสรรคภายนอก ซึ่งวิเคราะห์อุปสรรคที่มีของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนได้ คือ กลุ่มบริษัททัวร์ต่างๆ ยังไม่ให้ความสนใจในการมาเที่ยวที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนมากนัก ยังไม่ลงในโปรแกรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากกว่า ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ปัญหาด้านงบประมาณการขาดเงินทุนหมุนเวียนและการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง และอุปสรรคที่ค่อนข้างสำคัญมาก คือ เมื่อมีการหมดวาระของกรรมการ หรือข้าราชการมีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง ผู้รับผิดชอบประสานงานก็เปลี่ยนไปด้วย นโยบายในการพัฒนาและอนุรักษ์ก็มีการเปลี่ยนแปลงแนวทาง เช่น การสร้างสถานีรถไฟใหม่ การย้ายสถานีรถไฟเก่าอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเจ็ดเสมียน ทำให้เกิดความขัดแย้งกันภายในชุมชน เป็นอุปสรรคในการวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนได้ ในอนาคตการที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวได้ จะต้องมีการร่วมมือกันของทั้งภาครัฐและเอกชนและชาวบ้านชุมชนเจ็ดเสมียน ชาวบ้านต้องให้ความร่วมมือกันกับองค์การ

บริหารส่วนตำบลทำให้การสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน และหน่วยงานของรัฐเองก็ต้องให้ความร่วมมือกับชาวบ้านด้วย และให้ตรงกับความต้องการของชาวชุมชนเจ็ดเสมียนและนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

<p style="text-align: center;">จุดแข็งภายใน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีที่น่าสนใจ 2. มีเสน่ห์ในด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่อันเรียบง่าย และความเป็นมิตรของชาวชุมชนเจ็ดเสมียน 3. มีจุดขายที่โดดเด่น คือ สถานีรถไฟเจ็ดเสมียน, งาน All About Art (สืบสานงานศิลป์) 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อนภายใน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการภายในยังไม่ดีพอ “ต่างคนต่างทำ” ขาดงบประมาณ 2. นักท่องเที่ยวต้องมีรถยนต์ส่วนตัวเข้ามากันเองจึงจะสะดวกที่สุด 3. การประชาสัมพันธ์ยังไม่กว้างพอ 4. ปีนการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากเกินไป และอิงกับการจัดการแสดงงานศิลปะของกลุ่มสวนศิลป์บ้านดินเป็นหลัก
<p style="text-align: center;">โอกาสภายนอก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานของรัฐและเอกชนมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ 2. การกระจายข่าวโดยการบอกต่อกันปากต่อปากจากนักท่องเที่ยวและชาวบ้านเจ็ดเสมียนที่ทำงานอยู่ที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทย และต่างประเทศ 3. การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านงานศิลปะ และแคววงศิลปะของภัทราวดีเซียเตอร์ สวนศิลป์บ้านดิน มหาวิทยาลัย หน่วยงานต่างๆ 	<p style="text-align: center;">อุปสรรคภายนอก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มบริษัททัวร์ยังไม่ให้ความสนใจ 2. นโยบาย หรือ มุมมองของผู้บริหารแต่ละวาระแตกต่างกัน 3. ปัญหาด้านงบประมาณการขาดเงินทุนหมุนเวียนและขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาศักยภาพของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอศักยภาพของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามเฉพาะบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยการนำเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไปได้ คือการมีส่วนร่วมของชุมชน ทุกคนในชุมชนควรมีส่วนร่วมวางแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน โดยที่เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน เป็นหน่วยงานรัฐที่จะช่วยในการดูแลรับผิดชอบเรื่องของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว และวางแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์ร่วมกัน

สรุป

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนนั้นเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป เน้นในเรื่องการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบถึงความโดดเด่นของศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและศิลปะร่วมสมัยที่ผสมกลมกลืนเข้ากับสิ่งที่มีอยู่เดิมได้อย่างลงตัวเป็นอันดับแรก ไม่ได้เน้นทางด้านวัตถุนิยมหรือกำไรจากการค้าขายเป็นหลัก เนื่องจากเป็นชุมชนที่เลี้ยงตัวเองได้อยู่แล้ว ต่อมาจึงได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวไว้รองรับนักท่องเที่ยว โดยจะพัฒนาและปรับปรุงความโดดเด่นของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน หรือจะใช้สภาพที่มีความเป็นอยู่แบบเดิมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนเป็นการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่ต้องพัฒนาหรือปรับปรุงให้เปลี่ยนสภาพไปจากเดิมก็ได้ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของท้องถิ่นไว้ไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา

นอกจากนี้ยังส่งเสริม สนับสนุนการเรียนรู้ และปลูกฝังเรื่องของศิลปะให้แก่เยาวชนของชุมชนเจ็ดเสมียนด้วย ซึ่งพ่อแม่ผู้ปกครองเองก็ยินดีสนับสนุนลูกหลาน เพื่อประโยชน์ในการกลมกลืนจิตใจของลูกหลานของตน และเป็นการกระตุ้นเตือนให้ตระหนักถึงคุณค่าในสิ่งที่มีอยู่ของชุมชน และเป็นการฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี ที่เกือบจะสูญหายไปให้กลับมาอีกครั้ง รวมทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมานั้นเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป สร้างความภาคภูมิใจ

ให้แก่ตนเอง ครอบครัว และชุมชน สร้างสำนึกรักบ้านเกิดพร้อมที่จะร่วมกันพัฒนาและอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และมรดกท้องถิ่นของชุมชนไว้ให้ยั่งยืนต่อไป

ชาวชุมชนเจ็ดเสมียนเองนั้นตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และค่อนข้างกลัว การเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเห็นหลายๆ ตัวอย่างจากตลาดน้ำหรือตลาดเก่าที่อื่นๆ ที่มีชื่อเสียง ขึ้นมาในเวลาอันรวดเร็วตามกระแสนิยม และก็เลือนหายไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน ดังนั้นการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน จึงมีลักษณะการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การกำหนดกิจกรรมต่างๆ และผลตอบแทนที่เกิดจากการท่องเที่ยวกำหนดจาก วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและศิลปะร่วมสมัยเป็นสำคัญ ทำให้ชาวชุมชนเจ็ด เสมียนมีอาชีพหลักจากการประกอบอาชีพที่ตนถนัดและมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว จึงเป็น สัญญาณที่ดีของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชนตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนที่มีโอกาส จัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไปได้

อภิปรายผล

จากการศึกษานี้ ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถพัฒนาให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม การที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ส่วนหนึ่ง อาจเป็นเพราะข้อจำกัดเรื่องการเดินทางเข้าออก ข้อจำกัดเรื่องเวลาของรถสาธารณะ รวมทั้งขาด การศึกษาศักยภาพเพื่อส่งเสริมพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากปล่อยไว้อาจทำให้ สูญเสียโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแหล่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นเป็นทางเลือกแก่ นักท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อเติมเต็มข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอีก แง่มุมหนึ่ง และเพื่อเสนอทางเลือกเพิ่มขึ้นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียนตั้งอยู่ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ ที่ อาจนำผลของการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาหรือบริหารจัดการ เพื่อดึงดูดความ สนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ผลการศึกษาที่ได้ คือ ชาว ชุมชนเจ็ดเสมียนส่วนใหญ่เห็นว่าวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและศิลปะร่วมสมัย เป็นจุดแข็งที่พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมได้ โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ นักท่องเที่ยวทราบ ส่วนจุดอ่อนคือ การบริหาร เนื่องจากผู้นำและชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจการ ท่องเที่ยวค่อนข้างจำกัดและคลาดเคลื่อนบ้าง ทำให้เกิดความขัดแย้ง ชาวบ้านบางคนไม่พอใจและ ไม่ยินดีให้ความร่วมมือ การดำเนินงานยังคงมีลักษณะต่างคนต่างคิด ต่างคนต่างทำ การแก้ปัญหา ต่างๆ มักกระทำแบบแยกส่วน ซึ่งไม่อาจนำไปสู่การแก้ปัญหาที่แท้จริงได้ อุปสรรคที่สำคัญคือ

ปัญหาด้านงบประมาณ เช่น การขาดเงินทุนหมุนเวียน และขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง โครงการอบรมมัคคุเทศก์น้อยและการเปิดสอนศิลปะของสวนศิลป์บ้านดินเป็นอีกโอกาสหนึ่งในการปลูกฝังศิลปะและวัฒนธรรมให้แก่ลูกหลานของชาวชุมชนเจ็ดเสมียน ให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในบ้านชุมชนบ้านเกิด ลูกหลานของชาวชุมชนเจ็ดเสมียนเป็นความหวังในการอนุรักษ์ให้ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนคงอยู่สืบไป หากข้อที่มีศักยภาพคือได้รับการแก้ไขและพัฒนาปรับปรุงโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยวแล้ว ก็จะทำให้ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจและคงอยู่ตลอดไปได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดเพชรบุรี แสดงให้เห็นว่าโดยสภาพและความสำคัญของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม หรือวันสำคัญในชุมชน และการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปะนั้น สามารถที่จะนำมาใช้เป็นจุดขายได้ หากแต่ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมให้ศักยภาพเพิ่มมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการเพื่อพัฒนาศักยภาพ ดังนี้

1. การจัด โปรแกรมหรือแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงแนะนำที่พักใกล้เคียงให้เป็นข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเผยแพร่ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การจัดทำแผ่นปลิวและแผ่นพับ รวมถึงมีแผนที่และรูปประกอบ เพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
2. ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม งานประเพณี การจัดการแสดงงานศิลปะต่างๆ ในแต่ละครั้ง ให้ทราบล่วงหน้า โดยทำการโฆษณาเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ เว็บไซต์ สังคมออนไลน์ต่างๆ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ทราบและเตรียมตัวหรือวางแผนเข้ามาเที่ยวชม
3. มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและพาเที่ยวชมตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนด้วยการให้มัคคุเทศก์น้อยเป็นผู้แนะนำ เป็นการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนด้วย และยังเป็นการปลูกฝังให้ลูกหลานชาวชุมชนเจ็ดเสมียน ได้มีความภาคภูมิใจและรักบ้านเกิดในฐานะเจ้าของบ้าน และอาจจะจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่จัดแสดงนิทรรศการหรือศูนย์การเรียนรู้ที่ยั่งยืน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้ามาเที่ยวชมได้ตลอด

4. ภาครัฐและภาคเอกชนต้องให้การสนับสนุนแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายใต้การมีส่วนร่วมของชาวบ้านและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจะต้องมีบทบาทในการสนับสนุนงบประมาณและการดำเนินการในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการให้คำปรึกษาแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปะและวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีอยู่ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมร่วมกัน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และต้องสอดคล้องกับแนวทางพัฒนาของชุมชน รวมทั้งต้องส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนด้วย

5. ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนมีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ เหมาะแก่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และได้สัมผัสกับวิถีชีวิตที่เป็นกันเองเรียบง่าย โดยกระตุ้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในเรื่องของการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น อาจจะทำให้ชาวบ้านที่มีความพร้อมเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวสามารถพักอยู่ที่บ้านตนเองได้ (แบบโฮมสเตย์) ดังนั้นหากต้องการวางแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์ ควรให้ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้า ในชุมชน มีส่วนร่วม รวมถึงการแสดงความคิดเห็นต่อการตัดสินใจดำเนินโครงการพัฒนาของรัฐที่จะมีผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อการท่องเที่ยวด้วย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน การวางแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์ครั้งนี้เป็นข้อเสนอแนะแนวทางเพื่อการพัฒนา ดังนั้นการดำเนินงานควรเริ่มจากการทำความเข้าใจกับชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในชุมชน เพื่อปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการประสานงาน และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การจัดประชุมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้าในชุมชน คณะกรรมการบริหารตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ผู้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงานกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน และพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นหน่วยงานดูแลรับผิดชอบและประสานงานโดยตรง ซึ่งจะต้องอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐบาล และเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยไม่ปิดใจเป็นความลับของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เมื่อทุกฝ่ายเข้าใจตรงกันและร่วมมือกันในการดำเนินงานก็จะทำให้แผนงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

2. การทำโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อของงบประมาณในการดำเนินโครงการ และขอความช่วยเหลือต่างๆ และนำรายละเอียดของโครงการมอบให้ฝ่ายที่รับผิดชอบไปดำเนินการ เช่น เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน หอการค้าจังหวัดราชบุรี หน่วยงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

3. จัดการควบคุมดูแลกิจกรรม งานประเพณี การแสดงงานต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปในรูปแบบการวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทางเดียวกันทั้งภายในและภายนอกจังหวัด

4. มีการตรวจสอบประเมินผลจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไปแล้ว เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุง แก้ไขให้เกิดการวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวตลอดไป

ทั้งหมดนี้เป็นข้อเสนอแนะ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน แต่ข้อเสนอแนะแนวทางดังกล่าวนี้จะประสบความสำเร็จไปไม่ได้หากขาดความร่วมมือของชาวบ้าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนใจ ดูแลรับผิดชอบ ดังนั้นชาวบ้านและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่รับผิดชอบ ควรเห็นความสำคัญของการวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน และสร้างจิตสำนึกของการมีส่วนร่วม สามารถวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์อย่างจริงจัง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และขณะเดียวกันยังเป็นการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้ไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา เพื่อทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเก่าที่นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และกลับมาเที่ยวที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนแห่งนี้ต่อไป

หากจะมีการวิจัยที่เกี่ยวข้องในโอกาสต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นเชิงพาณิชย์ กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง มีจุดเด่น จุดด้อย และผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการจัดการการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่นที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน เพื่อหาความแตกต่างและพัฒนาศักยภาพที่มีอยู่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับมรดกท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีอยู่ในชุมชนเจ็ดเสมียน เพื่ออนุรักษ์และสืบทอดไปยังรุ่นหลังต่อไป

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน ทั้งด้านบวกและด้านลบ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมชุมชน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวดังกล่าวให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีคุณภาพต่อไป

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ คุณศรีแก้ว. (2549). “การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะกรณี : บ้านวังน้ำมอก อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กริช ส่องทอง. (2545). “ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาชุมชนไต่ห่วย หมู่บ้านน้ำบ่อขาว ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กองวางแผนโครงการ ททท. (2540). **สรุปนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2536). **การดำเนินงานเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลธิดา สามะพุทธิ. (2540). “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง.” คอลัมน์ “โลกใบใหญ่ : การท่องเที่ยว.” สารคดี 13, 153 (พฤศจิกายน): 36-38.
- จริน สิริ. (2547). “การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการท่องเที่ยว โดยใช้วัฒนธรรมชุมชนเป็นฐานในการพัฒนา: กรณีชุมชนเมืองกีด อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและพัฒนาชนบท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จารุเชษฐา เรืองสุวรรณ. (2547). “การประเมินคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาอุทยานและนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรมณฑล พิษัยกมลฉัตร. (2550). “การประเมินศักยภาพและการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาญยุทธ ปะวะขัง. (2551). **All About Art**. เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก: <http://www.nationejobs.com/citylife/content.php?ContentID=1095>
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). **วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ฐาตุร โกมารกุล ฒ นคร. (2553). “เจ็ดเสมียน รวมทั้งการเคลื่อนที่เปลี่ยนของกาลเวลา.” **อนุสาร อสท.** 50, 7 (กุมภาพันธ์): 106-116.

- ณัฐวุฒิ อัสวโกวิทวงศ์. (2550). **ย่านตลาด 100 ปีสามชุก กับกลไกชุมชนในมิติการอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- ค้อย ชุมสาย และฉวีพจน์ พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. (2527). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สักดิ์โสภากาการพิมพ์.
- นาดยา ธนพลเกียรติ. (2547). “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภูมิศาสตร์การวางแผนการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท มรดกโลก จำกัด. (2537). **โครงการศึกษาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทงานประเพณีและกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเทียน ทองประสาน. (2531). **แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนในงานพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2527). “นโยบายและกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน.” ใน **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**, ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัทราวดี มีชูชน. (2552). **All About Art**. เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก http://www.patavaditheatre.com/index.php?option=com_content&task=view&id=84&Itemid=89&lang=th
- มธุรส ปราบไพรี. (2542). “ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาฮ้อย ตำบลเขาฮ้อย อำเภอเขาฮ้อย จังหวัดเพชรบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนตรี กรรพุมมาลย์. (2539). “การพัฒนาชุมชนแนวคิดและการปฏิบัติ.” เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รวงทอง ชัยประสพ. (2549). “การสำรวจศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ Ecotourism in Samutprakan : A Survey.” กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- เรื่อนำรู้. (2549). “ความหมายและองค์ประกอบ ทูทางสังคม ยุทธศาสตร์แผนฯ 10.” สำนักงาน
สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 4, 5 (เมษายน).
- วนิดา บำรุงกิจ. (2542). “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : บนทางเลือกระหว่างการตลาดกับการอนุรักษ์
วัฒนธรรมชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนท่าคา ต.ท่าคา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม.” สาร
นิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รวุฒิ โรมรัตนพันธ์. (2548). **ทูทางสังคม**. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็น
สุข (สรส.).
- วิษุตา ทองแดง. (2553). “สถานีรถไฟเจ็ดเสมียน 117 ปี.” **เมืองโบราณ** 36, 2 (เมษายน-มิถุนายน):
36-39.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ. (2550). การถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็ง
และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่พัก
แรมแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาตำบลตะพง และชุมชนแหลมรุ่งเรือง จังหวัดระยอง. ระบุของ :
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). **การดำเนินการเพื่อกำหนด
นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการสถาบันวิจัย
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมชาย เลี้ยงพรพรรณ. (2548). “การศึกษาศักยภาพของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน
บริเวณทะเลสาบสงขลา.” ใน **รวมบทความการวิจัยท่องเที่ยวท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2547-2548**,
61-89.
- สินธุ์ สโรบล. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ.
เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.**
- สุทธิชัย ออบอ่อน. (2541). “การศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณี : เส้นทางสายลำน้ำกก.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขา
พัฒนาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- สุภาภรณ์ จินดาณีโรจน์. (2537). **ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นลุ่มน้ำแม่กลอง บ้านโป่ง-บ้านเจ็ดเสมียน.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- สุรณัฐ คุณประเสริฐ. (2550). “การศึกษารองรับและฟื้นฟูชุมชนย่านตลาดเก่าริมน้ำ กรณีศึกษา
ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาการวางผัง
เมืองและสภาพแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

- อคิน รพีพัฒน์. (2527). “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย” ใน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา, ทวีทอง หงส์วิวัฒน์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อำไพ ทวีทรัพย์นวกุล. (2546). “กลยุทธ์การตลาดของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.



สำนักหอสมุดกลาง



ภาคผนวก

สำนักหอสมุดกลาง



ภาคผนวก ก.
สถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัย ศสขบ

สภาพทั่วไป/อาณาเขต

สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบดินเป็นกรดและด่าง มีแม่น้ำแม่กลองและคลองชลประทานไหลผ่าน ตลาดเจ็ดเสมียนเป็นห้องแถวไม้อยู่ข้างวัด มีลานกลางให้ติดตลาดนัด

สามารถเข้าถึงได้โดยเส้นทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3238 ซึ่งเป็นเส้นทางเชื่อมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (เดิม) กับถนนเลียบบแม่น้ำแม่กลอง มีเส้นทางคมนาคม ดังนี้

1. สายราชบุรี - เจ็ดเสมียน (ถนนสายเก่า)
2. สายโพธาราม - คลองข่อย - เจ็ดเสมียน
3. สายคลองชลประทาน คลองตาคด - เจ็ดเสมียน
4. สถานีรถไฟ ติดกับแม่น้ำแม่กลอง ใกล้ถนนใหญ่เพชรเกษม

เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนมีพื้นที่ทั้งสิ้น 12 ตารางกิโลเมตร ที่ตั้งชุมชนอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอโพธาราม ประมาณ 7 กิโลเมตร อยู่ห่างจากศาลากลางจังหวัดราชบุรี ประมาณ 13 กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 100 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขต ดังนี้

ด้านเหนือ ติดต่อเขตตำบลคลองข่อย อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ด้านตะวันออก จากหลักเขตที่ 2 ถัดตามเส้นแบ่งเขตตำบลเจ็ดเสมียนกับตำบลคอนทรายไปทางทิศใต้ และถัดตามเส้นแบ่งเขตตำบลเจ็ดเสมียนกับตำบลสามเรือน อำเภอเมืองราชบุรี ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 3 ซึ่งอยู่ตรงเส้นแบ่งเขตตำบลเจ็ดเสมียนกับตำบลท่าราบ อำเภอเมืองราชบุรี

ด้านใต้ จากหลักเขตที่ 3 ถัดตามเส้นแบ่งเขตตำบลเจ็ดเสมียน กับตำบลท่าราบ อำเภอเมืองราชบุรี ไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 4 ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำแม่กลองฝั่งตะวันตก

ด้านตะวันตก จากหลักเขตที่ 4 เลียบตามริมแม่น้ำแม่กลองฝั่งตะวันออกไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือบรรจบเขตตำบลคลองข่อย

สภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม

สภาพเศรษฐกิจ

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีพื้นที่เพาะปลูกอยู่โดยรอบชุมชน พืชที่ปลูก ได้แก่ ข้าว อ้อย มะขามเทศมัน เลียงสัตว์ และพืชอื่นๆ ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจไม่ดีส่งผลกระทบให้กับเกษตรกรในด้านผลผลิต และผลตอบแทนต่ำ

นอกจากนี้ การประกอบอาชีพภายในชุมชน ได้แก่ การค้าและอุตสาหกรรม ด้านการค้าขนาดเล็กถึงปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นการทำโรงงานทำหัวผักกาดเค็ม (หัวไชโป้ว) มีประมาณ 12 แห่ง เป็นกิจการที่ทำต่อเนื่องกันมาทำชื่อเสียงให้แก่ชุมชนพอสมควร นอกจากนี้ในเขตเทศบาลยังมีโรงงานขนาดใหญ่ 1 แห่ง ได้แก่ โรงงานผลิตผลไม้อบแห้ง ซึ่งก็มีคนในชุมชนเข้าไปทำงานในโรงงาน เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการกำจัดขยะมูลฝอย การระบายน้ำปริมาณและคุณภาพถนน ไฟฟ้าสาธารณะ กับกรขายตัวของชุมชน ปัญหาคุณภาพชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนการขาดความรู้ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่และเสรีภาพขั้นพื้นฐานตามระบอบการปกครอง เป็นต้น

ลักษณะการประกอบอาชีพของประชากรในเขตเทศบาล

ประกอบอาชีพเกษตรกรรม	250	หลังคาเรือน
ประกอบอาชีพเกษตรกรรม	1,250	คน
คนงานในโรงงานอุตสาหกรรม	786	คน

สภาพสังคม

ชุมชนเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนนี้เดิมเป็นชุมชนเกษตรกรรมริมน้ำ ในระยะแรกได้มีการตั้งถิ่นฐานรวมกลุ่มกันไปตามริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ต่อมาทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 เดิม (ถนนเพชรเกษม) ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญเชื่อมติดต่อชุมชนต่างๆ ต่อเนื่องกันตลอด ทำให้การตั้งถิ่นฐานของเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนเริ่มเปลี่ยนทิศทางการรวมตัว เข้ามาหาทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 เดิมมากขึ้น โดยรวมไปทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3238 ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 เดิมกับถนนเลียบริมแม่น้ำแม่กลองซึ่งเป็นที่ตั้งชุมชนเดิม ต่อมาได้มีการตัดทางหลวงแผ่นดินหมายเลขที่ 4 ขึ้นใหม่ ซึ่งไม่ผ่านเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน ความเจริญเติบโตจึงเป็นไปอย่างช้าๆ

ในปัจจุบันลักษณะการตั้งถิ่นฐานจึงกระจายอยู่ที่ 2 ทิศทาง ทั้งในแนวริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองและแนวทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3238 โดยมีสถานที่ตั้งของสาธารณูปการเดิม เช่น วัด โรงเรียน ตลาดเรียงรายตามชุมชนเดิม คือ ริมแม่น้ำแม่กลอง

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

การคมนาคม – การจราจร เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนมีเส้นทางคมนาคมผ่าน เพื่อให้ประชาชนใช้สัญจรไปมาทั้งทางรถยนต์และรถไฟ

การคมนาคมทางรถยนต์ ใช้โครงข่ายของระบบทางหลวง ซึ่งประกอบด้วยทางหลวงแผ่นดินและทางหลวงจังหวัดหลายสายเชื่อมโยงพื้นที่ภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่

1. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) เชื่อมโยงระหว่างกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ในภาคกลางและภาคใต้
2. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (เดิม) (ถนนเพชรเกษม) เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน กับจังหวัดราชบุรี
3. ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3238 (แยก 4 เดิม - เจ็ดเสมียน) เชื่อมโยงพื้นที่ภายในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน

การคมนาคมขนส่งทางรถไฟ มีสถานีรถไฟบริเวณตลาดเจ็ดเสมียน เป็นเส้นทางรถไฟสายใต้ที่ใช้ติดต่อระหว่างจังหวัดในภาคกลางกับจังหวัดต่างๆ ในภาคใต้ และภาคตะวันตก

การไฟฟ้า มีการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคโพธาราม บริการไฟฟ้าในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน ทั้งด้านการใช้แสงสว่าง และใช้ในกิจการเพื่ออาศัย ตลอดจนใช้เพื่อธุรกิจ

จำนวนหมู่บ้านที่ไฟฟ้าเข้าถึง 6 หมู่บ้าน

จำนวนหลังคาเรือนที่มีไฟฟ้าใช้ 1,513 หลังคาเรือน

การประปา – แหล่งน้ำ มีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ เรียกว่า “สหกรณ์การประปาเจ็ดเสมียน” บริการน้ำบริโภคและอุปโภคแก่ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน โดยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

จำนวนหมู่บ้านที่มีน้ำประปาใช้ 6 หมู่บ้าน

จำนวนหลังคาเรือนที่มีน้ำประปาใช้ 1,474 หลังคาเรือน

และระบบประปาหมู่บ้าน บริการน้ำบริโภคและอุปโภคแก่ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน ซึ่งให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเช่นกัน

การสื่อสาร

การไปรษณีย์ มีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข (เอกชน) จำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดเจ็ดเสมียน

โทรศัพท์ ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนมีโทรศัพท์ที่ใช้เกือบทุกครัวเรือน และมีชุมสายโทรศัพท์เจ็ดเสมียน 1 แห่ง จำนวนหลังคาเรือนที่มีโทรศัพท์ใช้ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ 1,465 เลขหมาย

จำนวนหมู่บ้านที่มีโทรศัพท์ใช้ 6 หมู่บ้าน

จำนวนหลังคาเรือนที่มีโทรศัพท์ใช้ 650 หลังคาเรือน

การจรรยา ในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนมีผู้พักสำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจ จำนวน 1 แห่ง เพื่อรองรับแจ้งเหตุและตรวจรักษาความสงบให้กับประชาชนในเขตเทศบาลฯ และเจ้าหน้าที่ตำรวจ ได้อำนวยกาจัดการจราจร และความสะดวกให้กับประชาชน

การใช้ที่ดิน เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนแบ่งประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ดังนี้

ประเภทการใช้ประโยชน์	พื้นที่เขตเทศบาล		พื้นที่เขตวางผัง	
	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ	พื้นที่ (ไร่)	ร้อยละ
- ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัย	125.88	5.04	125.88	4.21
- ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม	4.32	0.17	4.32	0.14
- ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมและคลังสินค้า	43.88	1.76	43.88	1.47
- ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม	2,087.40	83.5	2,374.90	79.43
- ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อนันทนาการ และการรักษา คุณภาพสิ่งแวดล้อม	1.44	0.06	1.44	0.05
- ที่ดินประเภทสถาบันการศึกษา	15.83	0.63	15.83	0.53
- ที่ดินประเภทสถาบันการศาสนา	9.35	0.37	9.35	0.31
- ที่ดินประเภทสถาบันราชการ และการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ	7.75	0.31	7.75	0.26
- ถนน ซอย ทางรถไฟ	144.57	5.78	144.57	4.84
- แม่น้ำ คลอง หนอง บึง และคลองส่งน้ำ	59.58	2.38	262.08	8.76
รวม	2,500.00	100.00	2,990.00	100.00

(เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี 2552)

ด้านเศรษฐกิจ

โครงสร้างเศรษฐกิจ/รายได้ประชากร ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ในเขตเทศบาลมีครัวเรือนเกษตรกรรมอยู่มากจึงยังเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญ มีพื้นที่ซึ่งใช้ในการเพาะปลูกร้อยละ 83.5 ของพื้นที่เทศบาล ประกอบด้วยพื้นที่ปลูกข้าว อ้อย มะขามเทศมัน เลี้ยงสัตว์ และพืชอื่นๆ

ประกอบทั้งยังมีประชาชนที่ยึดอาชีพการแปรรูปผักกาดตามโรงงานหัวผักกาดเค็ม (หัวไชโป้ว) ซึ่งมีประมาณ 12 แห่ง โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้จำนวนหนึ่ง นอกจากนี้ในพื้นที่เทศบาลยังมีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ 1 แห่ง เป็นโรงงานผลิตผลไม้อบแห้ง ซึ่งได้สร้างงานให้คนในชุมชนได้มีรายได้จากอีกทางหนึ่งเช่นกัน

การกสิกรรม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม พื้นที่เพาะปลูกโดยรอบ พืชที่ปลูก ได้แก่ ข้าว อ้อย มะขามเทศมัน พืชอื่นๆ ผลผลิตที่สำคัญในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน ได้แก่ ข้าว อ้อย มะขามเทศมัน แต่เนื่องจากเศรษฐกิจไม่ดี ทำให้มูลค่าผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ

พื้นที่ทำการเกษตร	2,087.40	ไร่
จำนวนประชากรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม	240	หลังคาเรือน
จำนวนประชากรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม	1,043	คน

พื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนเป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ โค สุกร ไก่ ปลาสวยงาม บริเวณที่เป็นที่ตั้งของชุมชนหนาแน่น ได้แก่ หมู่ที่ 1, 4 และหมู่ที่ 5

การอุตสาหกรรม เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนมีอุตสาหกรรมด้านการค้าขนาดเล็กถึงปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นโรงงานทำหัวผักกาดเค็ม มีประมาณ 12 แห่ง นอกจากนี้ยังมีโรงงานขนาดใหญ่อีก 1 แห่ง ได้แก่ โรงงานผลิตผลไม้อบแห้ง

จำนวนประชากรในโรงงานอุตสาหกรรม	786	คน
--------------------------------	-----	----

ด้านสังคม

จำนวนประชากร แยกตามเพศและอายุ และลักษณะโครงสร้างประชากรโดยทั่วไป (จำนวน/ความหนาแน่นของครัวเรือน)

หมู่ที่	ชาย	หญิง	รวม	ครัวเรือน
1	469	569	1,038	288
2	594	662	1,256	394
3	69	86	155	57
4	476	513	989	276
5	356	365	721	167
6	668	739	1,407	440
รวม	2,632	2,934	5,566	1,622

ไม่รวมทะเบียนบ้านกลาง ณ เมษายน 2551

ศาสนา ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนส่วนใหญ่มีเชื้อชาติไทย นับถือศาสนาพุทธ และมีประเพณีการประกอบพิธีกรรมในวันสำคัญต่างๆ ทางศาสนาเป็นประจำ เพื่อเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงาม ทางราชการและประชาชนได้ร่วมกันจัดให้มีงานประเพณีที่สำคัญๆ เช่น งานวันเฉลิมพระชนมพรรษา งานวันวิสาขบูชา งานประเพณีแห่ดอกไม้ท้ายสงกรานต์ งานวัน

เข้าพรรษา งานประเพณีลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งงานประเพณีดังกล่าวจะจัดตามเทศบาลประเพณีนิยม เทศบาลให้การสนับสนุนตลอดมา

ในพื้นที่เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน มีวัดทางพุทธศาสนา 4 วัด คือ

1. วัดใหม่ชานาญ ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลเจ็ดเสมียน
2. วัดเจ็ดเสมียน ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ตำบลเจ็ดเสมียน
3. วัดสนามชัย ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ตำบลเจ็ดเสมียน
4. วัดตึกหิรัญราษฎร์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลเจ็ดเสมียน

การศึกษา เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน มีโรงเรียนสังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐานจำนวน 3 แห่ง ได้แก่

1. โรงเรียนชุมชนวัดเจ็ดเสมียน
2. โรงเรียนวัดสนามชัย
3. โรงเรียนวัดตึกหิรัญราษฎร์

ระดับอนุบาล มี 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนอนุบาลวัดสนามชัย

ระดับก่อนปฐมวัย มี 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน

การสาธารณสุข เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนมีโรงพยาบาลชุมชน ขนาด 30 เตียง อยู่ 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลเจ็ดเสมียน ให้บริการการรักษาพยาบาลแก่ประชาชนในเขตเทศบาลและพื้นที่โดยรอบ ในด้านการปฐมพยาบาล การทำคลอด และอุบัติเหตุโดยทั่วไป

จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ในเขตเทศบาล

จำนวนแพทย์	3	คน
จำนวนเภสัชกร	3	คน
จำนวนเภสัชกรรมชุมชน	2	คน
จำนวนพยาบาล	64	คน
จำนวนทันตแพทย์	1	คน
จำนวนทันตสาธารณสุข	2	คน
จำนวนนักวิชาการสาธารณสุข	2	คน
จำนวนเจ้าหน้าที่สาธารณสุข	1	คน
จำนวนวิทยาศาสตร์การแพทย์	2	คน

คำขวัญประจำตำบล

“ถิ่นไชโป้วหวาน โขยขานเค็กมะพร้าวอ่อน สูดยอดมะขามเทศมัน ลีสังงานประเพณีแห่ดอกไม้”

ผลิตภัณฑ์ของตำบล

ผักกาดหวาน เช่น ผลิตภัณฑ์หัวไชโป้วแม่ตั้งกาย

เค็กมะพร้าวอ่อน เช่น ต้มเค็กมะพร้าวอ่อน น่องทรายเบเกอรี่

ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล

1. วัดบางลาน
2. วัดเจ็ดเสมียน
3. วัดสนามชัย
4. วัดหิรัญราษฎร์
5. วัดใหม่ชำนาญ
6. โรงพยาบาลเจ็ดเสมียน
7. กุฎิตาฟ้าขาว

เทศกาลต่างๆ ของตำบล

1. งานแห่ดอกไม้ทำยสงกรานต์ 18-20 เมษายน หรือ หลังเทศกาลสงกรานต์ประมาณ 1 อาทิตย์ ช่วงเทศกาลนี้ถือเป็นงานรื่นเริงและเล่นสนุก ทั้งการเล่นลูกช่วง เล่นเข้าผี หรือเล่นเพลงพื้นบ้านต่างๆ ก็ครึกครื้น ประเพณีที่สืบมาถึงปัจจุบันย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง จากขบวนเกวียนกลายเป็นขบวนรถบุปผชาติตระการตา เป็นงานใหญ่ระดับจังหวัด เพิ่มการแข่งขันเรือยาวประกวด “นางงอมหัวไชโป้ว” ที่จำกัดอายุไม่ต่ำกว่า 70 ปี รวมทั้งมหรสพสมโภชต่างๆ และการแสดงบนเวทีจากตลกคณะดัง และนักร้องชื่อดังก็จัดหามาประชันกัน (ปี 2550 มีการบันทึกสถิติของเค็กมะพร้าวอ่อนที่ใหญ่ที่สุดในโลก)

2. สืบสานงานศิลป์ ภูมิปัญญาคนของแผ่นดิน หรือ All About Arts โดยมีเทศบาลตำบลเจ็ดเสมียนและสวนศิลป์บ้านดิน ภัทราวดีเธียเตอร์ เป็นเจ้าภาพจัดงานทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ สิ้นเดือนไปตลอดปี ตั้งแต่ 16.00 น. เป็นต้นไป มีการแสดงของภัทราวดีเธียเตอร์ และการแสดงพื้นบ้านทั้งไทยและเทศรวมถึงการเข้าผีต่างๆ โดยศิลปินพื้นบ้าน อายุ 80 ปีขึ้นไป

สำนักหอสมุดกลาง



ภาคผนวก ข.

แนวคำถาม

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
(ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ)

เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน

แนวคำถามสำหรับผู้นำท้องถิ่น

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
 - 1.1 ชื่อบริษัท.....
 - 1.2 ชื่อ-นามสกุล
 - 1.3 เพศ
 - 1.4 อายุ
 - 1.5 การศึกษา
 - 1.6 ตำแหน่ง.....
 - 1.7 ระยะเวลาในการทำงาน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
 - 2.1 ชุมชนเจ็ดเสมียนมีวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ใดที่น่าสนใจ
 - 2.2 ชุมชนเจ็ดเสมียนมีวัฒนธรรมหรือสิ่งใดที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามา
3. กระบวนการการพัฒนาชุมชน และ โครงการต่างๆ
 - 3.1 มีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร
 - 3.2 โครงการ หรือ นโยบายต่างๆ ชาวบ้านให้การสนับสนุนหรือคัดค้านอย่างไรบ้าง
 - 3.3 มีหน่วยงานใดบ้างที่เป็นพันธมิตร หรือเครือข่ายในการดำเนินการ
 - 3.4 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในด้านวัฒนธรรมและประวัติความเป็นมาของชุมชน
4. กระบวนการจัดการการท่องเที่ยว
 - 4.1 ด้านสถานที่
 - 4.1.1 ความสะดวกในการเข้าออกชุมชน เช่น สภาพและความกว้างของถนน
 - 4.1.2 มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ป้ายสื่อความหมายต่าง
 - 4.1.3 มีรถประจำทางหรือรถรับจ้างเข้าออกสะดวกต่อนักท่องเที่ยว
 - 4.1.4 มีการจัดทางเดินเท้าสะดวกต่อนักท่องเที่ยว

4.2 ด้านความปลอดภัย

4.3 ด้านความสะอาด เช่น มีการเก็บขยะไปกำจัดอย่างสม่ำเสมอ มีฝาปิดถังขยะอย่างมิดชิดไม่มีขยะตกตามพื้น ความสะอาดของร้านอาหาร

4.4 ด้านความสะดวกสบาย เช่น ห้องสุขา ถังขยะ ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าของที่ระลึก ราคาสินค้า

4.5 ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายสื่อความหมาย ไบปลิว แผ่นพับ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

5. ผลกระทบของการพัฒนา และอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชน

6. ข้อเสนอแนะ

สำนักหอสมุดกลาง



แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
(ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ)

เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน

แนวคำถามสำหรับประชาชนในท้องถิ่น

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
 - 1.1 ชื่อบริษัท
 - 1.2 ชื่อ-นามสกุล
 - 1.3 เพศ
 - 1.4 อายุ
 - 1.5 การศึกษา
 - 1.6 ตำแหน่ง.....
 - 1.7 ระยะเวลาในการทำงาน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
 - 2.1 ชุมชนเจ็ดเสมียนมีวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ใดที่น่าสนใจ
 - 2.2 ชุมชนเจ็ดเสมียนมีวัฒนธรรมหรือสิ่งใดที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามา
3. กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น
 - 3.1 ท่านมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมในท้องถิ่นอย่างไรบ้าง ; เข้าร่วมกิจกรรม, ร่วมกำหนดนโยบายหรือแผนงาน
 - 3.2 ท่านให้ความร่วมมือกับผู้นำท้องถิ่นอย่างไรบ้าง
 - 3.3 การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ วิถีชีวิตของคนในชุมชน
 - 3.4 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในด้านวัฒนธรรมและประวัติความเป็นมาของชุมชน
4. กระบวนการจัดการการท่องเที่ยว
 - 4.1 ด้านสถานที่
 - 4.1.1 ความสะดวกในการเข้าออกชุมชน เช่น สภาพและความกว้างของถนน
 - 4.1.2 มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ป้ายสื่อความหมายต่างๆ
 - 4.1.3 มีรถประจำทางหรือรถรับจ้างเข้าออกสะดวกต่อนักท่องเที่ยว

- 4.1.4 มีการจัดทางเดินเท้าสะดวกต่อนักท่องเที่ยว
- 4.2 ด้านความปลอดภัย
- 4.3 ด้านความสะอาด เช่น มีการเก็บขยะไปกำจัดอย่างสม่ำเสมอ มีฝาปิดถังขยะอย่างมิดชิดไม่มีขยะตกตามพื้น ความสะอาดของร้านอาหาร
- 4.4 ด้านความสะดวกสบาย เช่น ห้องสุขา ถังขยะ ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าของที่ระลึก ราคาสินค้า
- 4.5 ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายสื่อความหมาย ไบโพลิว แผ่นพับ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- 5. ผลกระทบของการพัฒนา โดยเฉพาะต่อการอนุรักษ์ชุมชน
- 6. ข้อเสนอแนะ



แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
(ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ)

เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน

แนวคำถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
 - 1.1 ชื่อบริษัท.....
 - 1.2 ชื่อ-นามสกุล
 - 1.3 เพศ
 - 1.4 อายุ
 - 1.5 การศึกษา
 - 1.6 ตำแหน่ง.....
 - 1.7 ระยะเวลาในการทำงาน
2. ท่านรู้จัก ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน มาก่อนหรือไม่
3. รู้จักในแง่มุมใดบ้าง
4. สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นจุดเด่น และจุดด้อย ของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
5. ผลกระทบของธุรกิจนำเที่ยวต่อชุมชน ทั้งด้านบวก และด้านลบ
6. ข้อเสนอแนะ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
(ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ)

เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน

แนวคำถามสำหรับนักท่องเที่ยว

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
 - 1.1 ชื่อบริษัท.....
 - 1.2 ชื่อ-นามสกุล
 - 1.3 เพศ
 - 1.4 อายุ
 - 1.5 การศึกษา
 - 1.6 ตำแหน่ง.....
 - 1.7 ระยะเวลาในการทำงาน
2. ท่านรู้จัก ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน มาก่อนหรือไม่
3. รู้จักได้อย่างไร
4. เพราะเหตุใดถึงมาเที่ยวที่ ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
5. เดินทางมาท่องเที่ยวอย่างไร มากับใคร
6. สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นจุดเด่น และจุดด้อย ของตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
7. ประทับใจสิ่งใดบ้าง มีอุปสรรคใดบ้างในการเดินทางมาเที่ยวที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน
8. ความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาตลาดควรจะเป็นไปอย่างไร (อยากให้เป็นแบบสมัยใหม่ หรือแบบอนุรักษ์ของเดิม)
9. ข้อเสนอแนะ

สำนักหอสมุดกลาง



ภาคผนวก ค.
รูปภาพประกอบ



ภาพที่ 1 ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 2 แผนที่ตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 3 บริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 4 ห้องแถวไม้ 2 ชั้นบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 5 สถานีรถไฟเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 6 ที่ตั้งศาลเจ้าเจ็ดเสมียน และพิพิธภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 7 ร้านทองเก่าและร้านตัดเสื้อในห้องแถวไม้



ภาพที่ 8 นิทรรศการภาพถ่ายประวัติศาสตร์เจ็ดเสมียน



ภาพที่ 9 การแสดงของศิลปินอาวุโสพื้นบ้าน



ภาพที่ 10 การแสดงรำวงย้อนยุค



ภาพที่ 11 การแสดงของลูกหลานชาวเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 12 ร้านค้าภายในบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 13 ร้านค้าภายในบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 14 ร้านค้าภายในบริเวณตลาดเก่า 119 ปีเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 15 ตลาดนัดศิลปะ



ภาพที่ 16 จัดแสดงผลงานศิลปะ



ภาพที่ 17 จัดแสดงผลงานศิลปะ



ภาพที่ 18 จัดแสดงผลงานศิลปะ



ภาพที่ 19 นิทรรศการพิพิธภัณฑ์เรือนานาชาติไทยโบท



ภาพที่ 20 การแสดงนาฏศิลป์ต่างประเทศ Contemporary Dance



ภาพที่ 21 การแสดงศิลปะร่วมสมัย Contemporary dance



ภาพที่ 22 การแสดงศิลปะร่วมสมัย Contemporary dance



ภาพที่ 23 ป้ายสถานีรถไฟเจ็ดเสมียน



ภาพที่ 24 ผู้วิจัยและเพื่อนๆ ชาวเจ็ดเสมียน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวรุ่งนภา ค้วงทอง
ที่อยู่	555/288 หมู่บ้านออลสวีท ซ.สายไหม 54/1 แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
ที่ทำงาน	คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 22 ถนนบรมราชชนนี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกมานุษยวิทยา วิชาโทประวัติศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ สารนิพนธ์ : การเกิดขึ้นและการคงอยู่ของกลุ่มเยาวชนเซไคคิวเซเคียว
พ.ศ. 2543	สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกสื่อสารมวลชน วิชาโทวัฒนธรรมพื้นบ้าน จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2542 - 2542	ผู้ช่วยวิจัย โครงการผ้าทอพื้นบ้าน ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร
พ.ศ. 2543 - 2546	เจ้าหน้าที่เอกสารส่งออก บริษัท ถาวรทวี จำกัด
พ.ศ. 2546 - 2548	เจ้าหน้าที่การตลาดต่างประเทศ บริษัท ถาวรทวี จำกัด
พ.ศ. 2548 - 2548	เจ้าหน้าที่การตลาดต่างประเทศ บริษัท อินคิม 2004 จำกัด
พ.ศ. 2548 - 2555	เจ้าหน้าที่การตลาดต่างประเทศ บริษัท ที.วี.ที. อินเตอร์เนชันแนล จำกัด
พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน	นักบริหารงานทั่วไป คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร