

บทคัดย่อ

ชื่อรายงานการวิจัย : รูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวชิตสุภางค์ อังสวานนท์

ปีที่ทำการวิจัย : 2553

.....

การวิจัยนี้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและจัดหมวดหมู่เนื้อหาขององค์ความรู้ด้าน
วิวัฒนาการวัฒนธรรมการค้าและศึกษา รูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมทางการค้า ของ
ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือใน
การวิจัยแบบสัมภาษณ์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ ไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีแบบ เจาะจงสำหรับ
ผู้นำชุมชนทั้ง 12 หมู่ และแบบสโนว์บอลสำหรับประชาชนชาวบ้าน จำนวน 15 คน ส่วน
แบบสอบถาม เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วย วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ สำหรับ
นักท่องเที่ยวโดยไม่ซ้ำกันจำนวน 277 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหาและเชิงตรรกะสร้าง
ข้อสรุปแบบอุปนัย และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 รูปแบบ คือ ใช้สถิติ
พรรณนา และใช้สถิติอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่า องค์ความรู้ที่เป็นวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา ได้อาศัย
ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำท่าคา เป็นพื้นฐานในการศึกษา ซึ่งพบว่า “ท่าคา” มีที่มาคือ พื้นที่
มีหญ้าคามาก การมีเรือเข้ามาค้าขายมากทำให้ติดขัดและ ติดคาอยู่ที่ท่าคา และการขึ้นลงของน้ำ
ที่เป็นเวลาทำให้เรือของคนต่างพื้นที่มักติดคาอยู่ตามคลอง โดยการศึกษาได้ รวบรวมข้อมูลและจัด
หมวดหมู่ได้เป็น 5 กลุ่ม (1) ความเชื่อที่มีในตำบลท่าคาที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายเป็นหลัก คือ
ความเชื่อในการไหว้แม่ย่านางเรือ การไหว้แม่ย่านางเตา (2) อาชีพหลักและขั้นตอนในการ
ประกอบอาชีพ ในอดีตมีการทำสวนเตียนและสวนยาจัด ส่วนปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นอาชีพทำสวน
มะพร้าวเป็นหลัก (3) สินค้าในอดีตมีสินค้าที่ใช้ในการซื้อขายแลกเปลี่ยน คือ ยาจัดและพืชผักสวน
ครัว แต่ปัจจุบันมีสินค้าเกี่ยวกับมะพร้าวเป็นสินค้าหลักของชุมชน และมีการแปรรูปสินค้าจาก

(2)

มะพร้าว เช่น เครื่องจักรสาน ขนมไทยต่างๆ เป็นต้น (4) การแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งในอดีตมีการแลกเปลี่ยนสินค้าต่อสินค้าเป็นหลัก แต่ปัจจุบันมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินตราเป็นตัวกลาง แต่ก็ยังมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเองได้ (5) ภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการทำน้ำตาลมะพร้าว และ การทำมาค้าขายในท้องถิ่น ในส่วนของการสื่อความหมายในวัฒนธรรมการค้าของพื้นที่ทำคานั้น พบว่า นักท่องเที่ยว มีความต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว มากที่สุด แต่หากเป็นการสื่อความหมายโดยใช้วัสดุแล้ว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการให้มี ป้ายนำทางเพื่อท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับการใช้ภาพเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคามากที่สุด

ABSTRACT

Research Title : The Interpretation's Model of Floating Market Culture of Thakha,
Amphawa, Samutsongkram.

Author : Ms. Chitsuphang Ungsvanonda

Year : 2010

.....

The purposes of this research were to (1) collect and categorise data of the evaluation of sales cultural knowledge; and (2) to study the sales cultural communicative pattern in the context of Thaka Floating Market. Quantitative and qualitative method was conducted to collect data. The instruments used included of(1) the interview of 12 purposive sampling community leaders of Thaka district; (2) snowball sampling for 15 village philosophers; and (3) questionnaire forms for the random sampling of 277 tourist of Thaka Floating Market. The data was analyzed by using logical and content analysis method and SSRU package Program was additionally used to analyze and divide the data into 3 types including of statistic, description and inferential statistic. Inductive conclusion was employed.

The finding showed that the sales cultural knowledge of Thaka Floating Market based on the history of the floating market itself. It indicated that the word "Thaka" came from the geographical condition of Thaka district. The canal area in Thaka district was full of Cogon grass and there was frequently tide. As the result, it was difficult for the boats to move because of Cogon grass and the boats were always struck in the weir because of the tide. The finding of this research was categorized into 5 groups comprising of (1) the belief in paying respect to "Mae-ya-rue" or a female guardian spirit of a boat or ship; (2) the main career of people in Thaka district and the way people earning their livelihood including in the past, Thaka people earned their lives by engaging an orchard and growing mild

(4)

tobacco chew, and in the present, the people have earned their lives by growing coconut tree; (3) the main products of Thaka floating market in the past were vegetable and mild tobacco chew and in the present are preserved products from coconut and basketry from coconut tree; (4) barter system or exchanging or exchanging goods without money in the past and money system in the present; and (5) local knowledge about the process of making sugar from coconut and engaging in local trade. In light of sales cultural communicative pattern in the context of Thaka Floating Market, the research discovered that the tourists demanded the informative service provided by the tourist information centre and the signpost to inform the direction to the local area of Thaka Floating Market. The finding suggested that the tourists were satisfied in picture signposts which were used as a medium to present sales culture of Thaka Floating Market.