



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา  
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

The Interpretation's Model of Floating Market Culture of  
Tha kha, Amphawa, Samutsongkram

โดย

ชิตสุภางค์ อังสวานนท์

ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ปีงบประมาณ 2553

## รายงานการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา

อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

The Interpretation's Model of Floating Market Culture of

Tha kha, Amphawa, Samutsongkram

โดย

ชิตสุภางค์ อังสวานนท์

ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีงบประมาณ 2553

## 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.

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้นั้น เกิดจากการสนับสนุนของ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อีกทั้งการให้การช่วยเหลือให้คำปรึกษา ของคณาจารย์ภายในสถาบันที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยวัฒน์ ตันตวิจิตร อาจารย์ภูสิทธิ์ ชันติกุล ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิจัย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รวมถึงอาจารย์พิณทิพา สืบแสง อาจารย์คณะครุศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ ที่กรุณาสละเวลา อันมีค่าในการอ่านงานวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ประธานกลุ่มต่างๆ ประชาชนของชุมชน และชาวบ้านรวมถึงในชุมชนตลาดน้ำท่าคา ที่ได้ให้การสนับสนุนในการเก็บ ข้อมูลเป็นอย่างดี การทำงานวิจัยในครั้งนี้ไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้หากขาดความร่วมมือของ นักศึกษาทั้ง 3 คน ได้แก่ นายจิรศักดิ์ กาศศิริ นางสาวเพ็ญพิมล จันทรีโย และนายประวิทย์ อินทรกรานต์ ที่ร่วมเป็นที่มงานวิจัยที่ลงเก็บข้อมูลในพื้นที่ชุมชนตลาดน้ำท่าคา อย่างมุ่งมั่น และ อุตุน

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณแม่จิตตนาถ อังสวานนท์ และคุณพ่อสุพจน์ อังสวานนท์ ที่เป็นกำลังใจในการทำงานวิจัยอย่างยิ่งมาโดยตลอด จนประสบผลสำเร็จด้วยความ สมบูรณ์

ชิตสุภาวค์ อังสวานนท์

กันยายน 2553

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (1)	
ABSTRACT	(3)
กิตติกรรมประกาศ (	5)
สารบัญ	(6)
สารบัญภาพ (	8)
สารบัญตาราง (	9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1	
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย 3	
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ 4	
1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น	5
1.6 วิธีการดำเนินงาน 5	
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ 6	
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7	
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตำบลท่าคาและตลาดน้ำท่าคา 7	
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม 13	
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 17	
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม 21	
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย 25	
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 34	
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย 40	
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 40	
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 42	
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล 43	
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล 46	



3.5 การวิเคราะห์และการประมวลผลข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการศึกษา	48
4.1 ประวัติความเป็นมา	48
4.2 องค์ความรู้ในท้องถิ่น	54
4.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อความหมาย วัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	71
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	92
5.1 สรุปผลการวิจัย	92
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	96
5.3 ข้อเสนอแนะ	99
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	105
ประวัติผู้วิจัย	114

## สารบัญภาพ

### ภาพที่ หน้า

2.1	ตราสัญลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	7
2.2	อาณาเขตติดต่อตำบลท่าคา	8
3.1	กรอบแนวคิดในการวิจัยรูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	41
4.1	แผนผังแสดงที่ตั้งครัวเรือน	49
4.2	สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านตำบลท่าคา 1	51
4.3	สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านตำบลท่าคา 2	52
4.4	สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านตำบลท่าคา 3	53
4.5	ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 1	55
4.6	ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 2	56
4.7	ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 3	57
4.8	ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 4	58
4.9	เรือมาด	59
4.10	เรือสำปั้น	60
4.11	เรือปีาบ	61
4.12	เครื่องจักรสานจากทางมะพร้าว	62
4.13	การสานทางมะพร้าว 1	63
4.14	การสานทางมะพร้าว 2	63
4.15	การแลกเปลี่ยนสินค้าในปัจจุบัน 1	65
4.16	การแลกเปลี่ยนสินค้าในปัจจุบัน 2	66
4.17	บริเวณศาลเจ้าแม่ตัวเนี้ย	67
4.18	ศาลเจ้าแม่ตัวเนี้ย	68
4.19	การบูชาแม่ย่านางเตา	69

## สารบัญตาราง

### ตารางที่ หน้า

2.1	การปกครอง 12 หมู่บ้าน	9
4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	71
4.2	แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมและ รายด้าน	73
4.3	แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการที่ ใช้คน	73
4.4	แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการที่ ใช้สื่อวัสดุ	74
4.5	แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านลักษณะของ สื่อ	76
4.6	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการในการสื่อความหมายของ นักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามเพศ	78
4.7	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ	78
4.8	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมเป็นรายคู่	80
4.9	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ ด้านการบริการที่ใช้คน เป็นรายคู่	80

## หน้า

4.10	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา	81
4.11	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม เป็นรายคู่	82
4.12	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่	83
4.13	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่	84
4.14	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา	84
4.15	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่	86
4.16	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่	87
4.17	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	88
4.18	การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่	89

**หน้า**

4.19	แสดงความถี่และร้อยละของปัญหาอุปสรรค	90
4.20	แสดงความถี่และร้อยละของข้อเสนอแนะ	90

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความเกี่ยวข้องกับสายน้ำ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นประเพณี การละเล่น ความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพ ก็ล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับน้ำด้วยกันทั้งสิ้น ดังจะ เห็นได้จากการมีประเพณีแข่งเรือยาว ประเพณีลอยกระทง ประเพณีชักพระ เป็นต้น เป็นเพราะ ส่วนหนึ่งในอดีตประชาชนนิยมอาศัยอยู่ใกล้แม่น้ำลำคลอง ซึ่งจะได้เรือเป็นยานพาหนะในการ เดินทาง คมนาคมขนส่งต่าง ๆ รวมถึงการค้าขายกันมักจะใช้เรือจัดส่งสินค้า และขายสินค้ากัน เมื่อผู้คนมีสินค้ามากมายแตกต่างกันมักจะนำสินค้าเหล่านั้นมาแลกเปลี่ยนกันหรือซื้อขายกัน จนกระทั่งเกิดเป็นตลาดน้ำขึ้น ตามย่านที่มีคนสัญจรและอยู่อาศัยกัน ดังนั้นจึงมีวัฒนธรรมของ แม่น้ำที่ค้าขายกันสืบทอดให้กับคนรุ่นหลังได้สืบทอดต่อมาเรื่อย ๆ เมื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมของไทยได้เจริญรุ่งเรืองขึ้นทั้งทางสาธารณูปโภค และสาธารณูปการในพัฒนาทางกายภาพ ของพื้นที่ต่าง ๆ มีการสร้างถนนหนทางไปทั่วประเทศทำให้การคมนาคมทางน้ำเริ่มหายไป วิถีชีวิต การพายเรือค้าขายทางน้ำเริ่มจืดจางหายไปด้วย การสืบทอดไม่มีความต่อเนื่องของคนรุ่นหลังทำ ให้ตลาดน้ำหลายแห่งหายไปอย่างสิ้นเชิง แต่ยังมีหลายแห่งที่มีการรื้อฟื้นขึ้นมาเพื่อสืบสานต่อ แต่ จะมีการปรับรูปแบบมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อความ ยั่งยืนเป็นส่วนใหญ่ด้วย เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำวัดดอนหวาย ตลาดน้ำศาลายา ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำไทรน้อย เป็นต้น เมื่อตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่น่าท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากต่อการไปท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ตลาดน้ำที่เกิดขึ้นใกล้ กับกรุงเทพมหานคร จึงเป็นหมายต้นของการท่องเที่ยว และที่สำคัญที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงครามนั่นเอง ด้วยการเป็นพื้นที่ราบต่ำที่อุดมสมบูรณ์จากการทับถม ของดินตะกอนที่พัดพามาจากลุ่มน้ำตอนบน มีป่าชายเลน หาดเลน ดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ (ดอนหอยหลอด) ตลอดแนวชายฝั่งทะเล ยาวกว่า 23 กิโลเมตร มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านจากทิศ เหนือสู่ทิศใต้ มีคลองน้อยใหญ่ ประมาณ 391 คลอง และถูกซอยแบ่งเป็นแพรก ลำราง และลำประ โดง ซึ่งเป็นเครือข่ายทางน้ำอีกกว่า 2,000 สาย ที่ทำหน้าที่ระบายน้ำระหว่างพื้นที่ส่วนบนกับฝั่ง ทะเลและยังทำหน้าที่เป็นแก้มลิงหรือพื้นที่แผ่นน้ำรองรับน้ำที่ขึ้นลงทุก ๆ 6 ชั่วโมงประสาน

สอดคล้องกับลักษณะการทำสวน จึงทำให้เป็นจังหวัดที่มีระบบนิเวศ สามน้ำ คือน้ำจืด น้ำกร่อย น้ำเค็ม (สุรจิต ชีรเวทย์ และคณะ, 2548 : 5) ด้วยสภาพพื้นที่ยังคงอุดมสมบูรณ์ และยังเป็น ท้องถิ่นที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ เช่นเป็นที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย เป็นที่ตั้งค่ายของพระเจ้าตากสินมหาราช รวมถึงเป็นเมืองของนักปกครอง นักปราชญ์ นักรบ และราชศิลปินของไทย มากมาย จึงเหตุผลที่สำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้จังหวัดสมุทรสงครามกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ในข้อที่ 3 ว่าด้วยการปลูกจิตสำนึกให้ชาวจังหวัดสมุทรสงคราม รักถิ่นกำเนิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมอันดีงาม ประกอบด้วย การปลูกจิตสำนึกให้รักความเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีทุนทางสังคมสูงการสร้างประชากรให้มีคุณภาพ สร้างการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายการสร้างงาน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ที่เกิดจากการพัฒนาทุนของชุมชนและส่งเสริมความเป็นเมืองน่าอยู่และสร้างความมั่นคงปลอดภัยของชุมชน ด้วยการจัดการความรู้ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อการพัฒนาจังหวัดอย่างยั่งยืน (รังสิมารอดรัศมี, ปาฎกฐา เมื่อ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2552) การที่ประชาชนยังคงมีรูปแบบวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นอาชีพการทำสวนผักผลไม้ การเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว ยังคงมีอีกหลายแห่งที่ยังรักษาการผลิตดั้งเดิมไว้ เมื่อมีจุดเด่นเรื่องของสายน้ำและใช้ทางน้ำในการคมนาคมขนส่งตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา วัฒนธรรมการค้าขายทางน้ำนับเป็นสิ่งที่สำคัญของประชาชน ที่เรียกว่าเป็นตลาดนัดทางน้ำ และตลาดน้ำที่ยังคงค้าขายกันมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน นั่นคือ ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวานั่นเอง ซึ่งเหตุผลในการศึกษาตลาดน้ำท่าคาเนื่องจาก เป็นตลาดที่จะมีเฉพาะวันขึ้นหรือแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ ตั้งแต่เวลาประมาณ 06.00- 12.00 น ซึ่งขณะนี้วันเสาร์-อาทิตย์เพิ่มขึ้นมาทำให้มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันตลาดน้ำท่าคาพยายามที่จะปรับตัวเองเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดการท่องเที่ยว โดยการเปิดให้เที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อสร้างกระแสความนิยมให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับตลาดน้ำอัมพวา แต่ประชาชนส่วนใหญ่ยังต้องการวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสทุนนิยมมากนัก ซึ่งในท้ายที่สุดความนิยมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคาก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และวิถีชีวิตก็ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไป หากไม่ได้ทำการศึกษาวิจัยวัฒนธรรมการค้าขายไว้ อาจส่งผลให้วัฒนธรรมเหล่านั้นหายไปพร้อมกับกระแสทุนนิยมทั้งในเรื่องการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือการค้าขายที่มีมาตั้งแต่ในอดีต เวลาที่ใช้ในการเปิดตลาดค้าขาย วิถีชีวิตในการประกอบอาชีพ ทั้งขั้นตอนหรือวิธีการต่างๆ วัตถุดิบและผลผลิตที่ใช้ในการผลิตสินค้าแบบดั้ง เป็นต้นก็เป็นไปได้อย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการวางแผนทางเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมทางการค้าขายซึ่งเปรียบเสมือนรากฐานที่สำคัญของตลาดน้ำท่าคา สื่อความหมายเหล่านั้นให้กับคนภายนอกได้รับรู้และเข้าใจ โดยทำการสื่อความหมายของการท่องเที่ยวให้ถูกต้องเหมาะสม ซึ่งการสื่อความหมายวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาไปยังนักท่องเที่ยวนี้เป็นการวางรากฐานให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถขับเคลื่อนชุมชนให้อยู่ได้ด้วยตนเองและยั่งยืน ทั้งยังเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ชุมชนให้เกิดการหมุนเวียนรายได้ภายในชุมชนและดำรงชีพได้อย่างพอเพียงอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ข้อมูลท่องเที่ยว 76 จังหวัด ; ตลาดน้ำท่าคา, 2552 : ออนไลน์) ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดคือการที่ประชาชนในชุมชนได้เริ่มต้นเรียนรู้ภูมิปัญญาภายในชุมชนให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ เมื่อผู้ที่อยู่อาศัยภายในชุมชนยอมรับเห็นคุณค่าในการที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นย่อมส่งผลต่อคนภายนอกชุมชนจะเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วยย่อมยังให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อรวบรวม การจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรมทางการค้าขายของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.2.2 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมทางการค้าขายของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นการศึกษาวรรณกรรมทางการค้าเฉพาะในเขตพื้นที่ตลาดน้ำท่าคาเท่านั้น

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา จะศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการค้า ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการทำการค้า วิถีชีวิตของพ่อค้าแม่ค้า สินค้าและภูมิปัญญาที่โดดเด่น ความต้องการของพ่อค้าแม่ค้า เป็นต้น

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร เป็นการศึกษารายชื่อจากพ่อค้าแม่ค้าที่ประกอบอาชีพภายในตลาดน้ำท่าคา ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง เป็นสำคัญ



1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา ช่วงพ.ศ. 2489 – ปัจจุบัน เนื่องจากมีหลักฐานทางด้านบุคคลที่ได้กล่าวอ้างถึงความนิยมของตลาดน้ำที่เริ่มถดถอยลงหลังจากที่มีความเจริญทางการคมนาคมเข้ามาในพื้นที่

#### 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

วัฒนธรรมการค้า หมายถึง วิถีชีวิตในการค้าขายภายในชุมชนตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ไม่ว่าจะป็นรูปแบบการประกอบอาชีพ ขั้นตอน รวมถึงภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้าขาย วิธีการในการแลกเปลี่ยนสินค้า สินค้า ความเชื่อ เป็นต้น

การจัดการองค์ความรู้ หมายถึง การรวบรวม สร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในชุมชนที่อยู่ในรูปแบบเอกสารหรือตัวบุคคล มาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อความหมาย หมายถึง การนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อให้อื่นเข้าใจ อาจเป็นไปเพื่อความรื่นรมย์หรือความรู้ ทั้งสิ่งที่เป็นธรรมชาติแวดล้อมและสิ่งที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยผ่านสื่อที่ดีในการนำพาสารไปสู่ผู้รับสารให้เกิดความเข้าใจตรงกันกับผู้ส่งสารต้องการ

สินค้าและการแปรรูป หมายถึง ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดรายได้แก่ชุมชนหรือชาวบ้านในชุมชน ทั้งที่เป็นผลผลิตที่ยังไม่ได้ผ่านกรรมวิธีในการแปรรูปและที่ผ่านการแปรรูปแล้ว โดยการแปรรูปอาจใช้วิธีการต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะเปลี่ยนแปลงไป โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ยังคงมีคุณค่าของวัตถุดิบที่นำมาใช้หรืออาจให้คุณค่าที่ดีกว่าเดิม

การแลกเปลี่ยนสินค้า หมายถึง การตกลงแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือทั้งสองอย่าง โดยในอดีตจะมีการแลกเปลี่ยนโดยตรงระหว่างผู้ค้าจะเป็นลักษณะของการยอมรับในสิ่งของที่แลกเปลี่ยนร่วมกัน แต่ ปัจจุบันผู้ค้าสมัยใหม่ใช้การเจรจาต่อรองด้วยสิ่งแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินตรา

ความเชื่อในการประกอบอาชีพ หมายถึง การยอมรับอันที่อยู่ในจิตสำนึกของมนุษย์ ต่อพลังอำนาจเหนือธรรมชาติ ที่สืบต่อกันมาเป็นเวลานาน โดยอาศัยสิ่งแวดล้อม เช่น การประกอบอาชีพค้าขาย การทำน้ำตาล เป็นต้น จนทำให้เกิดเป็นรูปสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ในรูปแบบความเชื่อที่เป็นรูปธรรม และความเชื่อที่เป็นนามธรรม

ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถและทักษะที่สั่งสมประสบการณ์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกรร รุ่งแต่ง พัฒนา และถ่ายทอดสืบต่อกันมา เพื่อใช้แก้ไขปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย

## 1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น

เป็นการศึกษาข้อมูลของชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้ในการศึกษาอาจมีการสอดแทรกเนื้อหาข้อมูลอื่นๆ เพื่อให้เห็นสภาพของตลาดน้ำท่าคาได้ชัดเจนขึ้น

## 1.6 วิธีการดำเนินงาน

### 1 .6.1 ชั้นเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) เก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบเอกสารและหนังสือต่างๆ

(2) เก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะของรูปภาพ

(3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชน และผู้ที่มีบทบาทในชุมชน อาทิเช่น หัวหน้าชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ประธานกลุ่มอาชีพต่างๆ เป็นต้น

### 1.6.2 ชั้นวิเคราะห์ข้อมูล

*วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ*

(1) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเอกสาร ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในอดีตและปัจจุบัน

(2) เป็นการนำภาพมาวิเคราะห์โดยเจาะประเด็นที่ต้องการหาคำตอบเพื่อให้ได้รายละเอียดเพิ่มขึ้น

(3) การวิเคราะห์ผลจากสัมภาษณ์เป็นการนำผลมาสรุปสถานการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อหารายละเอียดเพิ่มเติมจากการเก็บข้อมูลจากเอกสารและรูปภาพ

(4) จัดแบ่งองค์ความรู้ต่างๆ ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งแบ่งได้ทั้งหมด 5 หมวด คือ การประกอบอาชีพและขั้นตอนในการทำงาน สินค้าและการแปรรูป การแลกเปลี่ยนสินค้า ความเชื่อในการประกอบอาชีพ และภูมิปัญญา

### วิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

โดยทำการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลเชิงเนื้อหาโดยการพรรณนาและ ประเมินผลร่วมกับทฤษฎีหรือแนวคิดเพื่อหารูปแบบในการสื่อความหมายวัฒนธรรมทางการค้า ของตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### 1.6.3 ชั้นสรุปและอภิปรายผล

มีการสรุปผลโดยการเขียนบรรยาย และใช้กรอบแนวคิดจากการศึกษาในด้านต่างๆ เพื่อให้เห็นข้อสรุปของการสร้างรูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามในอดีตมาจนถึงปัจจุบันเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น

### 1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เป็นแนวทางในการอนุรักษ์ พัฒนา และส่งเสริมวัฒนธรรมการค้าทางน้ำแก่คนในชุมชน ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำท่าคา รวมถึงชุมชนอื่นๆ

1.7.2 สร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนที่อาศัยภายในตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ให้เห็นคุณค่า และสามารถถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7.3 เป็นองค์ความรู้และฐานข้อมูลให้หน่วยงานภาครัฐนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการอนุรักษ์และพัฒนา รวมถึงต่อยอดในการวิจัยอื่นๆ ได้ต่อไป

1.7.4 บริการความรู้ในด้านการจัดการทางวัฒนธรรมให้แก่ประชาชน

1.7.5 นำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อการพาณิชย์

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากเอกสารที่ค้นคว้ารวบรวมมานี้ ได้นำมาศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และนำมาประยุกต์กับเนื้อหาของการศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในรูปแบบของ วัฒนธรรมการค้า และสภาพการเปลี่ยนแปลงของชุมชน ผู้วิจัยจึงได้มีการแบ่งรายละเอียดของ เนื้อหา ดังต่อไปนี้

- 1) ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตำบลท่าคาและตลาดน้ำท่าคา
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย
- 6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตำบลท่าคา



ภาพที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม  
แหล่งที่มา : จังหวัดสมุทรสงคราม, 2553 : ออนไลน์

#### ความหมายตราสัญลักษณ์

ภาพคนพายเรือ หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ตามแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของ ชาวตำบลท่าคาในด้านการคมนาคมและการค้าขายทางน้ำนับตั้งแต่โบราณมาจนถึงปัจจุบัน

ภาพต้นมะพร้าว หมายถึง อาชีพหลักของคนในตำบลท่าคา คือ การทำสวนมะพร้าว

**เนื้อที่ตำบลท่าคา** มีเนื้อที่ประมาณ 9 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,631 ไร่

### ภูมิประเทศ

พื้นที่ทางกายภาพเป็นพื้นที่ราบลุ่ม สภาพของดินเป็นดินเหนียวปนทราย ไม่มีภูเขาหรือเกาะ มีลำคลองไหลผ่านหลายสาย เช่น คลองท่าคา คลองศาลา คลองวัดมณีสวรรค์ คลองแม่เนี้ย เป็นต้น ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ทางการเกษตรและการสัญจรภายในชุมชนได้ และจากการที่ชุมชนตั้งอยู่บริเวณลำคลองต่างๆ ทำให้เกิดวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเกี่ยวข้องกับน้ำ เช่น การค้าขายทางน้ำ การแข่งเรือพาย เป็นต้น

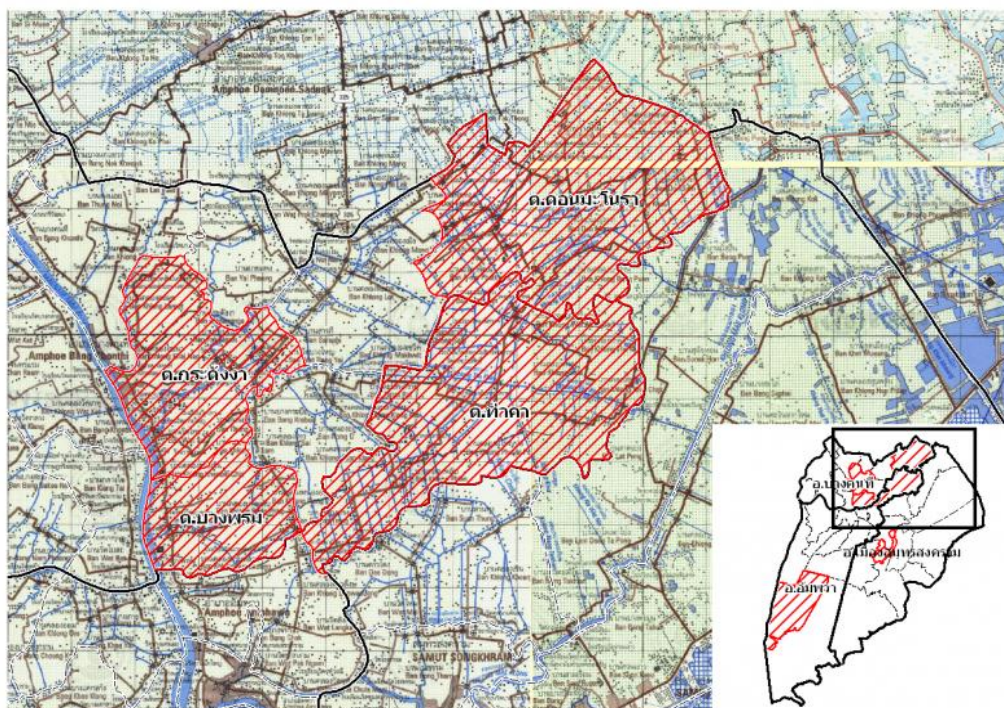
### อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลจอมปลวก ตำบลดอนมะโนรา อำเภอบางคนที

ทิศใต้ ติดกับ ตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา

ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลคลองเขิน ตำบลนางตะเคียน อำเภอเมือง

ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลบางกระบือ อำเภอบางคนที



ภาพที่ 2.2 อาณาเขตติดต่อตำบลท่าคา

แหล่งที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา, 2552 : ออนไลน์

## ประชากร

ตำบลท่าคาอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล แยกพื้นที่การปกครองออกเป็น 12 หมู่บ้าน ดังนี้

หมู่ที่	ชื่อบ้าน	จำนวนประชากร			จำนวน/หลัง	ชื่อผู้นำ
		ชาย	หญิง	รวม		
1	บ้านคลองมะขวิด	109	117	226	53	นายอำนาจ แม่นจำรัส
2	บ้านคลองศาลา	263	285	548	146	นางอุไร สีเหลือง
3	บ้านคลองบ้านใต้	118	147	265	61	นางจรินทร์ แผนคุ้ม
4	บ้านคลองวัดมณีสวรรค์	335	320	655	136	นางประไพ เกตุกาญจน์
5	บ้านคลองท่าคา	353	331	684	149	นายชลช มิตรพิทักษ์
6	บ้านคลองผู้ใหญ่ป้อ	283	284	567	121	นายดิเรก ประชานิยม
7	บ้านคลองพลับ	175	188	363	78	นายนุกูล เรืองโรจน์
8	บ้านคลองตรง	332	341	673	148	นายวินัย ภูัสกุล
9	บ้านปลายคลองตรง	247	206	453	109	นายสุชาติ ช่วยชูวงศ์
10	บ้านคลองบางกึ่ง	181	174	355	81	นายณรงค์ ธรรมสวัสดิ์
11	บ้านคลองสวนทุ่ง	213	202	415	86	นายสมชาย ประชานิยม
12	บ้านคลองขุดแจ็ก	204	239	443	74	นางกัญญา ปานาพุด
รวม		2,813	2,834	5,647	1,242	

ตารางที่ 2.1 การปกครอง 12 หมู่บ้าน

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, 2553 : ออนไลน์

## ภูมิอากาศ

โดยจังหวัดสมุทรสงครามติดต่อกับอ่าวไทยจึงได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตก-เฉียงใต้ จากอ่าวไทยและทะเลจีนใต้ พัดเอาฝนมาตกในฤดูฝนมาพอสมควร ประกอบกับอยู่ใกล้ทะเล จึงมีความชุ่มชื้นอยู่เสมอ ในฤดูหนาวอากาศจึงไม่หนาวจัด ในฤดูร้อนก็ไม่ร้อนจนเกินไปอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปี ประมาณ 28.1 องศาเซลเซียส พายุและฟ้าคะนองจะเกิดขึ้นในจังหวัดนี้ในระหว่างฤดูฝน และฤดูร้อนคือระหว่างเดือนเมษายนและพฤษภาคม ซึ่งเป็นระยะเวลาก่อนที่จะมีมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ นอกจากนี้ อาจได้รับพายุดีเปรสชัน ซึ่งเคลื่อนตัวจากทะเลจีนใต้ เข้ามาทาง

ฝั่งเวียดนามในสภาพของพายุไต้ฝุ่นหรือไซนร้อน ทำให้ฝนตกหนักต่อเนื่องกันและอาจก่อให้เกิด  
อันตรายได้ (จังหวัดสมุทรสงคราม, 2553 : ออนไลน์)

### **อาชีพ**

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น ทำสวนมะพร้าว ทำน้ำตาลมะพร้าว  
และรับจ้างทั่วไป

### **หน่วยธุรกิจในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล**

ตลาดนัด 4 แห่ง

กลุ่มอาชีพ 9 กลุ่ม

ปั้มน้ำมัน (หลอด) 6 แห่ง

กลุ่มออมทรัพย์ 12 แห่ง

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 3 กลุ่ม

### **การศึกษา**

โรงเรียนประถมศึกษา 2 แห่ง

โรงเรียนมัธยมศึกษา 1 แห่ง

ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 1 แห่ง

ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน 4 แห่ง

### **สถาบันองค์การทางศาสนา**

วัด 2 แห่ง

ศาลเจ้า 2 แห่ง

### **การสาธารณสุข**

สถานีอนามัยประจำตำบล/หมู่บ้าน 2 แห่ง

อัตราการมีและใช้ส้วมราดน้ำร้อยละ 100

### **ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน**

ป้อมตำรวจชุมชน 1 แห่ง

### **การคมนาคม**

การคมนาคมภายในชุมชนตลาดน้ำท่าคา

ถนนลาดยาง 12 สาย

ถนนผิวจราจรลูกรัง	2 สาย
ถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก	4 สาย
ถนนผิวจราจรหินคลุก	13 สาย

#### การโทรคมนาคม

โทรศัพท์สาธารณะ	17	แห่ง
หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน	11	แห่ง
สถานีส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่	4	แห่ง

#### การไฟฟ้า

หมู่บ้านที่ไฟฟ้าเข้าถึง 12 หมู่บ้าน จำนวนครัวเรือนที่มีไฟฟ้าใช้ทั้งสิ้น 987 ครัวเรือน (บางครัวเรือนพ่วงสายจากบ้านใกล้เคียง)

#### แหล่งน้ำธรรมชาติ

ลำน้ำ, ลำห้วย	21	สาย
บึง, หนอง และอื่นๆ	1	สาย

#### แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

ถังเก็บน้ำฝน (ผ.99)	2	แห่ง
ประตุน้ำ	1	แห่ง
ประปาหมู่บ้าน	13	แห่ง

สภาพดินมีความอุดมสมบูรณ์ดี มีลำคลองหลายสายทำให้มีน้ำไหลผ่านทั่วทั้งพื้นที่

#### มวลชนจัดตั้ง

ลูกเสือชาวบ้าน	1	รุ่น 200 คน
อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.)	2	รุ่น 62 คน
อาสาสมัครตำรวจชุมชน	1	รุ่น 12 คน

#### ตลาดน้ำท่าคา

ตลาดน้ำท่าคาตั้งอยู่บริเวณหมู่ที่ 5 ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งแต่เดิมชื่อตำบลสวนทุ้ง เพราะมีลักษณะเป็นท้องนาและเป็นที่ราบลุ่มตลอด เมื่อเวลานำน้ำ น้ำจะท่วมถึงจึงแลดูเป็นทุ้งโล่ง สาเหตุที่เปลี่ยนจากตำบลสวนทุ้ง กลายมาเป็นตำบลท่าคา มีสาเหตุ



ตามที่เราได้กล่าวมาแล้ว 2 ทางด้วยกันคือ ประการแรก เพราะสภาพท้องที่ตำบลสวนทุ้งเป็นท้องนาตลอด มีลักษณะเป็นทุ้ง จึงมีเรือเข้าไปค้าขายกันมาก แต่เมื่อเรือเข้าไปแล้วเกิดติดแห้งเป็นประจำ เลยเรียกกันว่าเป็นท่าคา เพราะเรือไปติดแห้งค้างอยู่อย่างนั้นเลยกลายเป็นตำบลท่าคาไป ส่วนสาเหตุอีกประการหนึ่ง คือ ตำบลสวนทุ้งเป็นดงหญ้าคามากมาย ว่ากันว่าไม่มีหญ้าคาที่ใดมากเท่าตำบลสวนทุ้งนี้ เลยเรียกกันว่าทุ้งหญ้าคา ต่อมาได้กลายเป็นท่าคา ซึ่งเป็นชื่อตำบลท่าคาในปัจจุบัน

ตลาดท่าคาเดิม มีลักษณะเป็นลำคลองที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติที่มีน้ำไหลผ่านตลอด มีความยาวประมาณ 2 วา 8 ศอก สาเหตุที่ต้องมีการสร้างทำนบกั้นน้ำนั้นเนื่องมาจากในเวลาที่มีน้ำขึ้นมักมีน้ำเค็มไหลเข้ามายังพื้นที่เพาะปลูก ทำนบนี้ถูกสร้างขึ้นเมื่อประมาณ 70 ปีที่ผ่านมา โดยมีกำนันลพเป็นผู้ริเริ่มการค้าในช่วงแรก (ปี 2478) โดยการค้าขายในช่วงนั้นค่อนข้างมีความลำบาก เนื่องจากต้องมีการเข็นเรือข้ามทำนบเข้ามา การค้าขาย ลักษณะการค้าเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ผลิตขึ้นเองในชุมชนและระหว่างชุมชน (Barter system) (อำเภออัมพวาและอำเภอบางคนทีและบางส่วนของมาจางทางราชบุรี) จะพายเรือนำสินค้าทางการเกษตรมายังทำนบท่าคา และฝั่งอำเภอเมืองก็จะ นำสินค้าจำพวกอาหารทะเลมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน โดยสินค้าที่ต้องมีการใช้เงินซื้อบ้างก็จะเป็นสินค้าจำพวกเนื้อสัตว์ การค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตลาดท่าคาจะติดตลาดทุกๆ 5 วัน คือ ในวันข้างขึ้นและข้างแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ ตลาดท่าคานี้ น่าจะเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายราวปี 2488-2489 เรียกกันว่า “นัดทำนบท่าคา” ซึ่งการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำนั้นเป็นที่แพร่หลายในบริเวณ ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และจังหวัดราชบุรี เนื่องจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่พื้นที่มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่าน และมีชุมชนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่กระจัดกระจายตามริมคลอง

เมื่อมีการตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยภายในพื้นที่หนาแน่นมากขึ้น ก็มีการประกอบอาชีพเพาะปลูกต่างๆ มากขึ้นด้วย เป็นผลให้สินค้าที่จะนำมาแลกเปลี่ยนกันมีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการขุดคลองเชื่อมเส้นทาง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งในปี 2500 มีชาวจีนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านคลองขุดเจ๊ก (หมู่ 12 ในปัจจุบัน) มาขุดลำกลางให้เป็นคลองเพื่อปล่อยน้ำจืดเข้าไปในสวนที่คลองขุดเจ๊ก มีความยาวประมาณ 4 กิโลเมตร กว้าง 6 เมตร ทำให้การค้าขายล้นเข้ามา

คลองขุดเจ็ก แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงใช้ชื่อที่มีการเรียกกันแต่เดิม ใช้กำหนดวันเดิม และยังคงมีลักษณะการแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรเป็นหลักไม่มีการเปลี่ยนแปลง

หลังจากนั้นก็มีการขุดคลองมาเรื่อยๆ จนมาถึงคลองพันลา (ราชการเรียกคลองศาลา) ซึ่งเป็นการขุดคลองต่อมาจากคลองขุดเจ็ก มีความยาวประมาณ 350 เมตร กว้างประมาณ 6 เมตร เป็นคลองที่ขุดเชื่อมคลองบ้านไต้เพื่อเชื่อมเส้นทางไปยังตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และเป็นคลองเชื่อมกับคลองเขินที่เชื่อมต่อไปยังคลองตะเคียนซึ่งเป็นเส้นทางออกไปสู่มแม่น้ำแม่กลองด้วย ตลาดนัดท่าคาบริเวณคลองพันลานี้เริ่มขึ้นประมาณปี 2500 แต่เมื่อเกิดการพัฒนาตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้อยู่ในเครือข่ายของการท่องเที่ยว ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเปลี่ยนเป็นตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว ต่อมาในปี 2541 ตลาดน้ำท่าคาจึงได้รับการส่งเสริมให้เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และมีการกำหนดวันเป็นวันเสาร์-อาทิตย์เพิ่มขึ้นจากการนัดกันในวันขึ้นและแรม 2 ค่ำ, 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวได้มากขึ้น(องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา, 2552 : ออนไลน์)

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

“วัฒนธรรม” มีความหมายครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลายแขนง ซึ่งมีผู้ให้ความหมายอย่างกว้างขวางด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปหลายประการ โดยอาจมาจากสาเหตุที่มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิตและการสืบทอดเผ่าพันธุ์ และในเมื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องค่อนข้างกว้างและมีแง่มุมต่างๆ ให้พิจารณาอย่างซับซ้อน ดังนั้นเรื่องของวัฒนธรรมจึงสามารถมองได้หลายแง่มุม เช่น วัฒนธรรมหมายถึง “สิ่งที่ทำความเจริญอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมไทยวัฒนธรรมการแต่งกาย วิถีชีวิตของหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา ”

นอกจากนี้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรม ได้ถูกจำกัดความหมายกว้างๆ ไว้ว่า วัฒนธรรมนั้นครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึงวิธีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมต่างๆ ได้แก่ ขนบธรรมเนียมประเพณี อาหาร เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม อาคารบ้านเรือน ภาษา การ

ต้นกำเนิดตรี การละคร วรรณกรรม และศาสนา วัฒนธรรมจึงเป็นแบบที่กำหนดพฤติกรรม การกระทำและความคิดของมนุษย์

วิภาวรรณ บัวทอง และคณะ (2549 : 21-22) ยังได้ยกตัวอย่างบุคคลต่างๆ ที่ให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ไว้อย่างหลากหลาย เช่น นายวีระ บำรุงรักษ์ ได้เขียนไว้ว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำที่เกิดขึ้นในสมัยจอมพลป.พิบูลสงครามเป็นนายกรัฐมนตรี ซึ่งได้มองเห็นความสำคัญของเรื่องนี้ โดยมาจากคำเดิมภาษาอังกฤษคือ “Culture” ซึ่งในตอนแรกพระมหารุ่นแห่งวัดมหาธาตุได้แปลคำนี้ว่า “ภูมิธรรม” แต่กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงสังเกตเห็นว่าคำว่า “ภูมิธรรม” มีความหมายค่อนข้างคงที่ พระองค์ท่านทรงมีความประสงค์ให้คำนี้มีความหมายในลักษณะเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงทรงแปลใหม่เป็น “วัฒนธรรม” และได้มีการนำมาใช้สืบต่อมาจนปัจจุบัน ซึ่ง “Culture” นี้มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า “Cultura” มีความหมายว่า การเพาะปลูกหรือการปลูกฝัง อธิบายได้ว่า มนุษย์เป็นผู้ปลูกฝังอบรมบ่มนิสัยให้เกิดความเจริญงอกงาม ส่วนคำว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำสมาสระหว่างบาลีสันสกฤต มาจาก คำว่า “วัฒนธรรม” ที่มีความหมายว่า เจริญงอกงาม รุ่งเรือง ส่วนคำว่า “ธรรม” ในที่นี้หมายถึงกฎ ระเบียบ หรือ ข้อปฏิบัติ ซึ่งเมื่อรวมความแล้ว คำว่า “วัฒนธรรม” น่าจะหมายถึง ความเป็นระเบียบ หรือ ข้อปฏิบัติที่ทำให้เจริญรุ่งเรือง แต่ในทางปฏิบัติแล้ว มีผู้รู้ได้ให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” อย่างหลากหลายยิ่งไม่ว่าในต่างประเทศหรือในประเทศ เช่น

Taylor กล่าวว่า “วัฒนธรรม” เป็นส่วนทั้งหมดที่ซับซ้อน ประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี และความสามารถอื่นๆ ที่มนุษย์ได้มาในฐานะเป็นสมาชิกของสังคม

พระยาอนุমানราชชน ได้ให้คำนิยามของคำว่า วัฒนธรรม ในเชิงกว้างโดยความหมายที่ค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น

1. วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตของส่วนรวม ถ้ายทอดกันไว้ เขาอย่างกันได้
2. วัฒนธรรม คือ ผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณีกันมา

3. วัฒนธรรม คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความประพฤติ และกิริยาอาการ หรือการกระทำใดๆ ของมนุษย์ในส่วนรวมลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกัน และสำแดงออกมาให้ปรากฏเป็น ภาษา ศิลปะ ความเชื่อถือ ระเบียบประเพณี เป็นต้น

4. วัฒนธรรม คือ มรดกแห่งสังคม ซึ่งสังคมรับและรักษาไว้ให้เจริญงอกงาม เป็นผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณีกันมา

ประเวศ วะสี กล่าวว่า “วัฒนธรรม” คือ พลังของสังคมทางภูมิปัญญา เพื่อพัฒนา เศรษฐกิจ จิตใจ การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อมพร้อมกันไป

นอกจากนี้คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติยังได้แสดงความหมายของวัฒนธรรมไว้ต่างกัน เช่น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต พ.ศ.2542 (2542, 1058)ให้ความหมาย “วัฒนธรรม” ว่าสิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมในการแต่งกาย หรือวิถีชีวิตของหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมชาวเขา

ในพ.ร.บ.วัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 ได้ให้ความหมาย “วัฒนธรรม” ว่าหมายถึง ลักษณะที่แสดงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบ ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีงามของประชาชน (พ. ร. บ. วัฒนธรรมแห่งชาติ พ. ศ. 2485, 2552 : ออนไลน์)

ส่วนความหมาย “วัฒนธรรม” ตามแนวทางในการรักษาส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2529 กล่าวว่า “วัฒนธรรม”คือ วิถีชีวิต เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติและการแสดงออกซึ่งความรู้สึก นึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกัน สามารถแก้ไขและซาบซึ้งร่วมกัน ดังนั้น วัฒนธรรมไทย คือ วิถีชีวิตที่คนไทยได้สั่งสม เลือกรับ ปรับปรุง แก้ไข จนถือว่าเป็นสิ่งดีงามเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและได้ใช้เป็นเครื่องมือ หรือเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคม นอกจากนี้ “วัฒนธรรม” ยังหมายถึง มรดกแห่งสังคม ซึ่งสังคมปรับปรุงและรักษาไว้ให้เจริญงอกงาม วัฒนธรรมเกิดจากการประพฤติปฏิบัติร่วมกัน เป็นแนวเดียวกันอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในสังคม สืบทอดเป็นมรดกทางสังคมต่อกันมาจากอดีต หรืออาจเป็นสิ่งประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ หรืออาจรับเอาสิ่งที่เผยแพร่มาจากสังคมอื่นๆ ทั้งหมดนี้หากสมาชิกยอมรับและยึดถือเป็นแบบแผนประพฤติปฏิบัติร่วมกัน ก็ย่อมถือว่าเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น และในปีพ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมาย “วัฒนธรรม” ว่า หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม

และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้านคือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและสืบทอด จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถ เรียนรู้และก่อให้เกิดผลดีกรรมและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรถ้าแก่ การวิจัย อนุรักษ์ ฟื้นฟู ถ้ายทอด เสริมสร้างเอตทัคคะ และแลกเปลี่ยน เพื่อสร้างดุลยภาพแห่ง ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

คณะกรรมการการโลกว่าด้วยวัฒนธรรมและการพัฒนา ( The World Commission on Culture and Development) ได้นำเสนอรายงานเรื่อง ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ( Our Creation Diversity) ต่อที่ประชุมสมัชชาสามัญของยูเนสโก เมื่อตุลาคม 2538 ว่า วัฒนธรรม เป็น ปัจจัยในการถ่ายทอดพฤติกรรม และพลังแห่งการเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์ เสรีภาพ และความเป็น ผู้ตื่นตัวต่อความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตอยู่เสมอ และว่า วัฒนธรรม คือ พลัง จิตสำนึก อำนาจ ความรู้และความหลากหลายสำหรับชุมชนและสังคม ดังนั้น ปัญหาท้าทายมนุษยชาติ ปัจจุบัน คือ การปรับวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับสังคมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน และที่กำลังจะ เปลี่ยนไปในอนาคต โดยเฉพาะการปรับแนวคิดใหม่ พฤติกรรมใหม่ การจัดระเบียบสังคมใหม่ และการส่งเสริมแนวทางการพัฒนาทั้งหลายบนพื้นฐานมิติทางวัฒนธรรม

กล่าวโดยสรุป “วัฒนธรรม” หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิต ( The Way of Life) ของคนใน สังคม นับตั้งแต่วิถีกิน วิถีอยู่ วิถีแต่งกาย วิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดงอารมณ์ วิถีสื่อความ วิถี จรรยาและขนบ วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ วิถีแสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนิน ชีวิต โดยแนวทางการแสดงถึงวิถีชีวิตนั้นอาจมาจากเอกชน หรือคณะบุคคลทำเป็นตัวอย่าง แล้ว ต่อมาคนส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติสืบทอดกันมา วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลา เมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิถีใหม่ที่แก้ปัญหาค้นพบและตอบสนองความต้องการของสังคม ได้ดีกว่า ซึ่งอาจทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกใช้วัฒนธรรมเดิม ดังนั้น การรักษาหรือธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิม จึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาวัฒนธรรมให้ เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

วัฒนธรรม อาจแบ่งอย่างกว้างๆ ได้ 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ ได้แก่เรื่องเกี่ยวกับปัจจัยสี่ และวัฒนธรรมทางจิตใจ ได้แก่ เรื่องศาสนา ศิลปะ วรรณคดี กฎระเบียบต่างๆ ที่ส่งเสริมในเรื่องจิตใจส่วน UNESCO ได้แบ่ง “มรดกวัฒนธรรม” ออกเป็น 2 ส่วนคือ Tangible Cultural Heritage คือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุต่างๆ และ Intangible Cultural Heritage คือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อันเป็นเรื่องเกี่ยวกับภูมิปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญา ระบบคุณค่า ความเชื่อ พฤติกรรมและวิถีชีวิต ซึ่งวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้นี้ มีผู้เสนอว่าน่าจะใช้คำว่า “วิถีชน” จะเห็นภาพได้ชัดเจนกว่า (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2552 : ออนไลน์)

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

“ภูมิปัญญาเป็นวัฒนธรรม” เป็นความรู้ที่สะสมจากการปฏิบัติจริงในห้องทดลองของสังคม เป็นความรู้ดั้งเดิมที่ถูกรื้อค้นพบ มีการทดลองใช้ แก้ไขดัดแปลง จนเป็นองค์ความรู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาในการดำเนินชีวิตและถ่ายทอดสืบต่อกันมา ภูมิปัญญาไทยเป็นชุมชนทรัพย์สินทางปัญญาที่คนไทยทุกคนควรรู้ ควรศึกษา ปรับปรุงและพัฒนาใช้เพื่ออนาคตแห่งการดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาที่ควรค่าแก่การการศึกษา ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้แตกต่างกันดังที่ วชิร หิรัญพันธุ์ และคณะ (2549, 15-18) ได้กล่าวถึงบุคคลต่างๆ ไว้ดังนี้

ประเวศ วะสี กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นสะสมขึ้นมาจากประสบการณ์หรือความชัดเจนจากชีวิตและสังคมในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ เพราะฉะนั้นจึงมีความสอดคล้องกับเรื่องของท้องถิ่นมากกว่า ภูมิปัญญาที่มาจากข้างนอกซึ่งลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นก็คือมีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน มีความเป็นบูรณาการสูงทั้งในเรื่องของกาย ใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่งอีกทั้งยังเน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุ เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ความสำคัญแก่ประสบการณ์ จึงมีความเคารพผู้อาวุโส ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่า

นิคม ชมภูหลง กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ประสบการณ์ของชาวบ้านในท้องถิ่นที่ใช้ในการแก้ปัญหา หรือดำเนินชีวิตโดยได้รับการถ่ายทอดและกลั่นกรองเป็นระยะเวลา ยาวนาน

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือที่มาขององค์ความรู้ที่ กongsam ชื่นใหม่ ที่ช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิต ของคนไทย ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญา มีความเด่นชัดในหลายด้าน เช่น ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้านการจัดการทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษาและวรรณกรรม ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี และด้านโภชนาการ

Zane ma Rhea and Bob Teasdale ได้แสดงความคิดเห็นถึงความหมายของภูมิปัญญา โดยมีบริบทว่าเป็นผลที่เกิดจากการคิดหรือสิ่งที่สังคมมีความเข้าใจร่วมกันว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า สังเกตได้จากสังคมท้องถิ่นสามารถสรุปได้ว่าใครเป็นผู้ฉลาด หรือมีภูมิปัญญา ภูมิปัญญาเป็น ความฉลาดของสังคมหนึ่งอาจไม่ใช่ความรู้ที่สมบูรณ์เสมอไป ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ทำให้ ท้องถิ่นดำรงอยู่ได้อย่างสมดุล

จากความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความสามารถ หรือระบบของความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมจากประสบการณ์ของ ชีวิตที่มีคุณค่าของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวให้ เหมาะแก่การเปลี่ยนแปลงของบริบทของสังคม เป็นความรู้ที่สร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

### **ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น**

ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดสะสม กันมาเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาหรือการดำเนินชีวิตซึ่งสภาพของภูมิปัญญาชาวบ้าน นักวิชาการได้ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการพื้นฐานขององค์แห่งความรู้

กลุ่มที่ 2 ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี

กลุ่มที่ 3 การประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่น

กลุ่มที่ 4 แนวความคิด หลักปฏิบัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่และแต่ละประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการพื้นฐานขององค์แห่งความรู้ที่เกิดจากการสังสมถ่ายทอดกันมา ได้แก่ การประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ โดยการพึ่งพาธรรมชาติมาใช้ประโยชน์เพื่อการยังชีพ เช่น ชุมชนภูเขา มีความเชื่อในเรื่องของผีป่า เจ้าป่า เทพารักษ์ ผู้อยู่ตามพื้นราบเชื่อในเรื่องพระภูมิเจ้าที่ พระภูมินา การบูชาขวัญ แม่ย่านางเรือ ความคิดความเชื่อเหล่านี้จะนำมาสู่การพัฒนาชีวิตและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การจัดพิธีสืบชะตาแม่น้ำ การจัดทำพิธีกรรมบวชต้นไม้ การจัดตั้งป่าสมุนไพรรักษาโรค หมูบ้าน ธนาคารโค กระบือ ธนาคารข้าว กลุ่มทอผ้า กลุ่มฅมปนกิจ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 เป็นเรื่องของศิลปะ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นตัวชี้ที่สำคัญต่อการแสดงออกถึงภูมิปัญญาของชุมชนต่อการดำเนินชีวิต เช่น ประเพณีการบวชนาคเข้าพรรษา ออกพรรษา วันสำคัญทางศาสนา การทำบุญวันเกิด โคนผมไฟ โคนจุก ขึ้นบ้านใหม่แต่งงาน นอกจากนี้ ยังมีศิลปกรรมพื้นบ้าน ที่แสดงปรากฏให้เห็นถึงความสำเร็จของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุ เช่น งานถักสายและทอกระเป๋าย่านลือภาคใต้ กระเป๋าถือใบตาล เสื้อจันทบูร เปลเด็ก เครื่องปั้นดินเผา งานแกะสลัก งานปั้นหล่อ ด้วยโลหะการก่อสร้าง อาคารที่อยู่อาศัย ภาพเขียนบนผนัง การฟ้อนรำและเพลงพื้นบ้าน เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 เป็นเรื่องของการประกอบอาชีพ ในแต่ละท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับสมัยเป็นการปรับการดำเนินชีวิตที่เคยถูกรวบงำจากสภาพสังคม พ่อค้าคนกลางระบบธุรกิจ ระบบโรงงาน กลับเข้าสู่การเกษตรที่อาศัยความสมดุลทางธรรมชาติ สามารถยืนหยัดต่อสู้กับความล้มเหลวกับการล้มละลายทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ได้อย่างภาคภูมิใจด้วยกำลังกาย กำลังปัญญา และการการสังสมประสบการณ์ เช่น การทำวนเกษตร ทำการเกษตรแบบผสมผสาน การเกษตรแบบพึ่งตนเอง การทำสวนสมุนไพรและการแพทย์แผนโบราณ

กลุ่มที่ 4 เป็นเรื่องราวแนวคิด หลักปฏิบัติ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในชุมชน ซึ่งเป็นอิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เช่น การเลี้ยงปลาตู้บึงกู่ อยู่ในบ่อซีเมนต์ โดยจัดระบบการถ่ายเทน้ำและคิดสูตรอาหารปลาขึ้นมาเอง การคิดค้นวิธีที่จะ



กรองน้ำให้ใสเพื่อเพาะปักปลูกปลาให้รอดตาย การประดิษฐ์เครื่องนวดข้าวแบบประหยัด และการ  
คิดสร้างอ่างเก็บน้ำจากอ่างเก็บน้ำบนภูเขา ลงมาใช้ปลูกพืชสวน

### กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. การทำให้ดูเป็นตัวอย่าง ถือว่าเป็นวิธีการถ่ายทอดของผู้อาวุโส หรือ ผู้เฒ่าผู้แก่โดยเป็น  
ตัวอย่างของคนในครอบครัว ญาติพี่น้อง ชุมชนเดียวกัน
2. การคิดร่วมกัน เป็นการกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนได้แสดงความรู้สึกรู้สึกและความคิดเห็น  
ต่อประเด็นต่าง ๆ อย่างเป็นธรรมชาติ มีการแลกเปลี่ยนและเสนอความเห็นอย่างมีเหตุผล  
เปิดโอกาสถ่ายทอดภูมิปัญญาซึ่งกันและกัน
3. การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือการทำงานร่วมกัน โดยการขยายเครือข่ายระดับบุคคล  
ระดับกลุ่มให้มากเพราะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาหลากหลายและนำมาพัฒนากิจกรรมที่  
กระทำอยู่
4. การบรรยาย หรือ เวทีชาวบ้าน เป็นกิจกรรมสำคัญอีกอย่างหนึ่ง สำหรับการแลกเปลี่ยน  
เรียนรู้ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ประสบการณ์ของชาวบ้านร่วมกัน อันจะส่งผลให้สมาชิกของ  
ชุมชนมีความรู้ความสามารถสูงขึ้น

### ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่สั่งสมกันมาแต่อดีต
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่เรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับ  
ธรรมชาติ คนกับสิ่งที่เห็นธรรมชาติ
3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นถ่ายทอดโดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิตและ  
พิธีกรรมต่าง ๆ ให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้น
4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้เกิดความสงบสุขทั้งในชุมชน หมู่บ้าน หรือในส่วนตัวของ  
ชาวบ้าน
5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้คนในชุมชนพึ่งตนเองได้ ลดการพึ่งตนเองจากสังคมภายนอก  
มีส่วนร่วมในการจัดการชุมชนของตน ทราบถึงความต้องการของตน เข้าใจตนเอง และเป็นการ  
ปลูกสำนึกในการรับรู้ในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น

6. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เป็นการเชื่อมโยงการเรียนรู้ระหว่างภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (วัชรวิ หิรัญพันธ์ และคณะ, 2549, 15-18)

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

### ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

Robert W. McIntosh and Charles R. Goeldner ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไว้ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น ดังนั้นการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งในปัจจุบันและอนาคต

David W. Howell Goeldner ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไว้ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์ และความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเห็นว่า คนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ก็สามารถดึงดูดการท่องเที่ยวได้เช่นกัน สิ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้โดดเด่นก็คือ การที่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกลไปกว่าเดิม

พลอยศรี ไปรานานนท์ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ ที่ต้องการมีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้จะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็มีความเพลิดเพลินอยู่ด้วย เช่น การมีประสบการณ์ด้านอาหาร ดนตรี การละเล่น การเต้นรำ ที่เป็นวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เป็นต้น

ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ และคณะ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น

ต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาศีวิตความเป็นอยู่ ทั้งในแง่มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่างๆ

### หลักการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, พิทยา ว่องกุล และจุไรรัตน์ แสนใจรักษ์ (2540) ได้กล่าวถึง หลักการของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไว้ว่ามีหลักการที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องเปลี่ยนการท่องเที่ยว ( Tourism) เป็นการเดินทาง ( Travel) ให้คนกลุ่มเล็กสร้าง ภูมิปัญญาของกลุ่มไปศึกษา ไปดูตามความสนใจของตนเอง เป็นการเดินทางไปรู้จัก การเดินทางต้องเป็นโลกส่วนตัว ไปอย่างเกรงใจ ไปอย่างเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ท้องถิ่นและชุมชน มีความสุขจากการเดินทางเป็นเป้าหมาย ไม่ใช่การไปบุกรุกพิธีกรรมความ เชื่อของชาวบ้าน ไปซื้อทุกอย่างที่ขวางหน้า

2. ต้องให้การศึกษา โดยเฉพาะกับเด็กๆ ให้เรียนรู้และเข้าใจการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม เพราะโลกมีการเปิดกว้างมากขึ้น การเดินทางสะดวกและมีผู้คนนิยมเดินทางมาก ขึ้น โดยเฉพาะในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะเป็นคนเอเชียด้วยกันมากขึ้น เราจึงควรให้ การศึกษาแก่เด็กและเยาวชนเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความรู้และการ แก่ไขสถานการณ์ เพื่อเป็นการสร้างบุคคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

3. ต้องมีการเรียนรู้ที่จะเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพใน วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของเราเองด้วย เราต้องมีพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้มาเยือนจะละเมิดมิได้ เพราะหากเราไม่เคารพวัฒนธรรมของเรา นักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ก็จะไม่เคารพด้วยเช่นกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ไว้ว่า หลักการของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมี 4 ประการ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าทางประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิด ความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำ เที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายของที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลินพร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

### **การจัดการองค์ความรู้**

คือ การรวบรวม สร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยพัฒนาระบบจาก ข้อมูล ไปสู่ สารสนเทศ เพื่อให้เกิด ความรู้ และ ปัญญา ในที่สุด

การจัดการความรู้ประกอบไปด้วยชุดของการปฏิบัติงานที่ถูกใช้โดยองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะระบุ สร้าง แสดงและกระจายความรู้ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้และการเรียนรู้ภายในองค์กร อันนำไปสู่การจัดการสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการธุรกิจที่ดี องค์กรขนาดใหญ่โดยส่วนมากจะมีการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการจัดการองค์ความรู้ โดยมักจะเป็นส่วนหนึ่งของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศหรือแผนกการจัดการทรัพยากรมนุษย์ รูปแบบการจัดการองค์ความรู้โดยปกติจะถูกจัดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรและประสงค์ที่จะได้ผลลัพธ์เฉพาะด้าน เช่น เพื่อแบ่งปันภูมิปัญญา , เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน , เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน, หรือเพื่อเพิ่มระดับนวัตกรรมให้สูงขึ้น

### **ประเภทขององค์ความรู้**

ความรู้สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้สองประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง ( Explicit Knowledge) และความรู้แฝงเร้น หรือความรู้แบบฝังลึก ( Tacit Knowledge) ความรู้ชัดแจ้งคือความรู้ที่เขียนอธิบายออกมาเป็นตัวอักษร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ Blog ฯลฯ ส่วนความรู้แฝงเร้นคือความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ไม่ได้ถอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบางครั้งก็ไม่สามารถถอดเป็นลายลักษณ์อักษรได้ ความรู้ที่สำคัญส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นความรู้แฝงเร้น อยู่ในคนทำงาน และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเรื่อง จึงต้องอาศัยกลไกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้คนได้พบกัน สร้างความไว้วางใจกัน และถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันและกัน

### ความรู้แบบฝังลึก

ความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้ มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์ มีลักษณะเป็นความเชื่อ ทักษะ และเป็นอัตวิสัย (Subjective) ต้องการการฝึกฝนเพื่อให้เกิดความชำนาญ มีลักษณะเป็นเรื่องส่วนบุคคล มีบริบทเฉพาะ (Context-specific) ทำให้เป็นทางการและสื่อสารยาก เช่น วิจารณ์ญาณ ความลับทางการค้า วัฒนธรรมองค์กร ทักษะ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ การเรียนรู้ขององค์กร ความสามารถในการชิมรสไวน์ หรือกระทั่งทักษะในการสังเกตเปลวควันจากปล่องโรงงานว่ามีปัญหาในกระบวนการผลิตหรือไม่

### ความรู้ชัดแจ้ง

ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่รวบรวมได้ง่าย จัดระบบและถ่ายโอนโดยใช้วิธีการดิจิทัล มีลักษณะเป็นวัตถุวิสัย (Objective) เป็นทฤษฎี สามารถแปลงเป็นรหัสในการถ่ายทอดโดยวิธีการที่เป็นทางการ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อถ่ายทอดความรู้ เช่น นโยบายขององค์กร กระบวนการทำงาน ซอฟต์แวร์ เอกสาร และกลยุทธ์ เป้าหมายและความสามารถขององค์กร

ความรู้ยังมีลักษณะไม่ชัดแจ้งมากเท่าไร การถ่ายโอนรู้อย่างยิ่งกระทำได้ยากเท่านั้น ดังนั้นบางคนจึงเรียกความรู้ประเภทนี้ว่าเป็นความรู้แบบเหนียว (Sticky Knowledge) หรือความรู้แบบฝังอยู่ภายใน (Embedded Knowledge) ส่วนความรู้แบบชัดแจ้งมีการถ่ายโอนและแบ่งปันง่าย จึงมีชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า ความรู้แบบรั่วไหลได้ง่าย (Leaky Knowledge) ความสัมพันธ์ของความรู้ทั้งสองประเภทเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ต้องอาศัยซึ่งกันและกัน (Mutually Constituted) (Tsoukas, 1996) เนื่องจากความรู้แบบฝังลึกเป็นส่วนประกอบของความรู้ทั้งหมด (Grant, 1996) และสามารถแปลงให้เป็นความรู้แบบชัดแจ้งโดยการสื่อสารด้วยคำพูด

ตามรูปแบบของเซซี (SECI Model) (ของ Nonaka และ Takeuchi) ความรู้ทั้งแบบแฝงเร้นและแบบชัดแจ้งจะมีการแปรเปลี่ยนถ่ายโอนไปตามกลไกต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถอดความรู้ การผสานความรู้ และการซึมซับความรู้

การจัดการรู้นั้นมีหลายรูปแบบ มีหลากหลายโมเดล แต่ที่น่าสนใจ คือ การจัดการความรู้ ที่ทำให้คนเคารพศักดิ์ศรีของคนอื่น เป็นรูปแบบการจัดการความรู้ที่เชื่อว่า ทุกคนมีความรู้

ปฏิบัติในระดับความชำนาญที่ต่างกัน เคารพความรู้ที่อยู่ในคน เพราะหากถ้าเคารพความรู้ในตำราวิชาการอย่างเดียวนั้น ก็เท่ากับว่าเป็นการมองว่า คนที่ไม่ได้เรียนหนังสือ เป็นคนที่ไม่มีความรู้

### ระดับของความรู้

หากจำแนกระดับของความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ความรู้เชิงทฤษฎี (Know-What) เป็นความรู้เชิงข้อเท็จจริง รู้อะไร เป็นอะไร จะพบในผู้ที่สำเร็จการศึกษามาใหม่ๆ ที่มีความรู้โดยเฉพาะความรู้ที่จำมาได้จากความรู้ชัดแจ้งซึ่งได้จากการได้เรียนมาก แต่เวลาทำงาน ก็จะไม่มั่นใจ มักจะปรึกษารุ่นพี่ก่อน

2. ความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงบริบท (Know-How) เป็นความรู้เชื่อมโยงกับโลกของความเป็นจริง ภายใต้สภาพความเป็นจริงที่ซับซ้อนสามารถนำเอาความรู้ชัดแจ้งที่ได้มาประยุกต์ใช้ตามบริบทของตนเองได้ มักพบในคนที่ทำงานไปหลายๆปี จนเกิดความรู้ฝังลึกที่เป็นทักษะหรือประสบการณ์มากขึ้น

3. ความรู้ในระดับที่อธิบายเหตุผล (Know-Why) เป็นความรู้เชิงเหตุผลระหว่างเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ผลของประสบการณ์แก้ปัญหาที่ซับซ้อน และนำประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น เป็นผู้ทำงานมาระยะหนึ่งแล้วเกิดความรู้ฝังลึก สามารถถอดความรู้ฝังลึกของตนเองมาแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นหรือถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้พร้อมทั้งรับเอาความรู้จากผู้อื่นไปปรับใช้ในบริบทของตนเองได้

4. ความรู้ในระดับคุณค่า ความเชื่อ (Care-Why) เป็นความรู้ในลักษณะของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ซับซ้อนมาจากภายในตนเองจะเป็นผู้ที่สามารถสกัด ประมวล วิเคราะห์ความรู้ที่ตนเองมีอยู่ กับความรู้ที่ตนเองได้รับมาสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาได้ เช่น สร้างตัวแบบหรือทฤษฎีใหม่หรือนวัตกรรม ขึ้นมาใช้ในการทำงานได้ (การจัดการความรู้ - วิกีพีเดีย, 2553 : ออนไลน์)

## 2.5 แนวคิดในการสื่อความหมาย

“การสื่อความหมาย” ( Interpretation) หมายถึง กิจกรรมทั้งหลาย อาทิเช่น สิ่งพิมพ์ การบรรยาย อุปกรณ์ต่างๆ โปรแกรมการศึกษา กิจกรรมชุมชน การศึกษาค้นคว้า การฝึกอบรม และการประเมินกระบวนการสื่อความหมาย ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวมีความมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการรับรู้แก่สาธารณชนและเสริมสร้างความเข้าใจให้กับแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม (กฎบัตรวอชิงตัน (ICOMOS), 2552 : ออนไลน์)

หลักการเบื้องต้นในการสื่อความหมายซึ่งมีอยู่ 6 ประการด้วยกัน คือ

1. การสื่อความหมายต้องสอดคล้องกับลักษณะและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
2. การสื่อความหมายเป็นการเปิดเผยสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงโดยอาศัยข้อมูล และข้อเท็จจริงเป็นพื้นฐาน
3. การสื่อความหมายเป็นศิลปะที่ผสมผสานการนำเสนอสิ่งต่างๆ หลายแขนงทั้งที่เป็นเรื่องราวทางวิทยาศาสตร์ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์หรือสถาปัตยกรรม
4. การสื่อความหมายเป็นการกระตุ้นและเร่งรัดความรู้สึกนักท่องเที่ยว
5. การสื่อความหมายควรเน้นการนำเสนอภาพรวมมากกว่าการนำเสนอเพียงบางส่วน โดยต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์มากกว่าส่วนอื่น
6. การสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับเด็กอายุไม่ถึง 12 ปี ต้องมีการพัฒนาวิธีการที่แตกต่างกับรูปแบบที่ใช้ในการนำเสนอสำหรับผู้ใหญ่

### ประเภทของการสื่อความหมาย

การสื่อความหมายสามารถแบ่งการให้บริการได้เป็น 2 ประเภทที่สำคัญ คือ

1. บริการที่ใช้คน (The Personal or Attended Service) ผู้มาเยือนจะมาติดต่อกับผู้ชำนาญการสื่อความหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ ในกิจกรรมดังนี้
  - 1.1 การบริการข้อมูลข่าวสาร ผู้สื่อความหมายจะประจำอยู่ในแต่ละสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว แล้วให้ผู้มาเยือนเจาะจงที่จะเข้าไปพบเพื่อสอบถามข้อมูลด้วยตนเอง เช่น ด้านทางเข้า ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หน่วยบริการเคลื่อนที่ เป็นต้น
  - 1.2 กิจกรรมที่มีการนำ (The Conducted Activity) เป็นลักษณะของการที่ผู้มาเยือนจะมีการพบปะกับผู้สื่อความหมาย ณ สถานที่เริ่มต้น แล้วมีการเคลื่อนย้ายไปตามเส้นทางที่เลือกไว้ไปยังจุดที่น่าสนใจ โดยกิจกรรมที่มีการนำนี้รวมถึงการเดินเล่นของผู้มาเยือนด้วย
  - 1.3 การพูดคุยกับกลุ่ม (Talk to Group) การนำเสนอหลายอย่างที่ทำในเวลาและสถานที่ต่างๆ โดยเรื่องราวที่นำมาพูดคุยมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของผู้มาเยือนในแหล่งนั้นๆ ทั้งนี้จะมีการเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้ซักถาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจและพึงพอใจกับคุณค่าของพื้นที่ที่พวกเขาจะมาเยือน

1.4 การสื่อความเป็นอยู่และสาธิตด้านวัฒนธรรม ( Living Interpretation and Cultural Demonstration) เป็นการสื่อความหมายแนะนำแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือน โดยการสาธิตหรือการแสดงให้ชม

การสื่อความหมายแบบบริการที่ใช้คนนี่ถือเป็นการสื่อความหมายที่ดีที่สุดเนื่องจากทำให้เกิดความอบอุ่น และแสดงให้เห็นการตอบสนองจากการสื่อสารแบบสองทาง ( Two way communication) นอกจากนี้แล้วผู้สื่อความหมายสามารถควบคุมสถานการณ์ให้เป็นไปตามกระบวนการในการสื่อความหมายได้ดีกว่า

2. การบริการที่ไม่ใช้คน ( The Non Personal or Unattended Services) เป็นการสื่อความหมายที่ผู้มาเยือนมีการติดต่อสื่อสารกับผู้สื่อความหมายเพียงผิวเผิน ลักษณะการบริการที่ไม่ใช้คนมักใช้ในการขยายรายการสื่อความหมายให้มากขึ้นกว่าการใช้ผู้สื่อความหมายเพียงอย่างเดียว บริการที่ไม่ใช้คนสามารถแบ่งออกเป็น

- 1) อุปกรณ์โสต (Audio Devices)
- 2) วัสดุที่ใช้เขียน (Written Material)
- 3) ป้าย (Signs)
- 4) คำบรรยาย (Labels)
- 5) สิ่งพิมพ์ (Publications)
- 6) กิจกรรมที่ทำด้วยตนเอง ซึ่งแบ่งได้เป็น การเดินด้วยตนเอง ( Self Guides

Trail) และรถทัศนจรด้วย (Self Guided Auto Tour)

- 7) นิทรรศการในห้อง (Eschibit : indoor)
- 8) นิทรรศการนอกห้อง (Eschibit : outdoor)
- 9) ศูนย์ผู้มาเยือน (Visitor Center)
- 10) สื่อนอกสถานที่และนอกฤดูกาล (Off-site and Off season Media)

นอกจากนี้ยังมีวิธีการในการสื่อความหมายอื่นๆ อีก เช่น คู่มือศึกษาธรรมชาติ ที่จะช่วยอธิบายลักษณะทรัพยากรในเส้นทางการศึกษาธรรมชาติ โดยทั่วไปจะพิมพ์เพื่อแจกจ่าย หรือ



จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวใช้ระหว่างการเดินทางศึกษาธรรมชาติ ซึ่งจะมีความง่ายในการให้ข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนสามารถพกพาติดตัวไปได้ตลอดการเดินทาง

### **กฎบัตรอิโคโมส ว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรม**

กฎบัตรอิโคโมส ว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรม นี้อยู่ภายใต้การสนับสนุนและกำกับดูแลของคณะกรรมการวิชาการระหว่างประเทศ ของอิโคโมส ว่าด้วยการสื่อความหมายและการนำเสนอ ( ICIP) ได้มีหลักการที่ใช้เพื่อการสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการสร้างความหมายในสถานตากอากาศบางปู โดยหลักการต่างๆ มีดังนี้ (กฎบัตรอิโคโมส (ICOMOS), 2552 : ออนไลน์)

หลักการที่ 1 : การเข้าถึงและการทำความเข้าใจ (Access and Understanding)

โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดที่เหมาะสมและยั่งยืน ควรจะมีความสะดวกต่อสาธารณชนในการเข้าถึงแหล่งมรดกวัฒนธรรมทั้งทางกายภาพและทางองค์ความรู้

1.1 การสื่อความหมายและการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพควรจะสร้างเสริมประสบการณ์เพิ่มพูนความเคารพและความเข้าใจของสาธารณชน และสื่อสารถึงความสำคัญของการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรม

1.2 การสื่อความหมายและการนำเสนอ ควรจะส่งเสริมให้บุคคลและชุมชนได้คำนึงถึงความรับรู้ของตนเองที่มีต่อแหล่ง และสร้างความสัมพันธ์อย่างมีความหมายกับแหล่งโดยให้ภูมิรู้รวมทั้งสภาพความเป็นจริง โดยควรมีเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจและการเรียนรู้สืบเนื่องต่อไป

1.3 โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะระบุและประเมินผู้รับข้อมูลทั้งในด้านจำนวนประชากร และด้านวัฒนธรรม อีกทั้งจะต้องพยายามอย่างยิ่งยวดในการสื่อสารถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งให้เข้าถึงผู้รับข้อมูลที่หลากหลาย

1.4 ความหลากหลายของภาษาในกลุ่มผู้เข้าชมแหล่งและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่ง ควรจะนำมาเป็นประเด็นพิจารณาสำหรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย

1.5 กิจกรรมการสื่อความหมายและการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ควรมีส่วนที่สาธารณชนสามารถเข้าถึงได้ทางกายภาพด้วย

1.6 ในกรณีที่การเข้าถึงแหล่งทางกายภาพถูกจำกัดเนื่องจากประเด็นการอนุรักษ์ ความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม การใช้สอยที่ถูกปรับเปลี่ยนไป หรือด้วยประเด็นความปลอดภัย ควรจะจัดให้มีการสื่อความหมายและการนำเสนอออกแหล่ง

## หลักการที่ 2 : แหล่งข้อมูล (Information Sources)

การสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะต้องอยู่บนพื้นฐานของหลักฐานที่รวบรวมขึ้นด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์และทางวิชาการที่เป็นที่ยอมรับ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีที่ดำรงอยู่

2.1 การสื่อความหมายควรจะต้องประกอบด้วยข้อมูลทั้งแบบมุขปาฐะและข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษร หลักฐานที่เป็นวัตถุ รูปแบบประเพณี และความหมายต่างๆ ที่ผูกพันอยู่กับแหล่ง อีกทั้งจะต้องมีการระบุถึงแหล่งที่มาของข้อมูลเหล่านั้นอย่างชัดเจน

2.2 การสื่อความหมายควรจะต้องอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาค้นคว้าแหล่งและสภาพแวดล้อมโดยละเอียด และโดยศาสตร์ที่หลากหลาย แต่ก็จะต้องตระหนักว่า การสื่อความหมายที่มีคุณค่าจะต้องรวมถึงการพิจารณาสมมติฐานทางประวัติศาสตร์ ตำนานพื้นบ้าน และเรื่องเล่าต่างๆ ด้วย

2.3 ในแหล่งประวัติศาสตร์ที่การเล่าเรื่องราวแบบพื้นบ้าน หรือความทรงจำของผู้ที่มีส่วนในประวัติศาสตร์เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับความสำคัญของแหล่ง โปรแกรมการสื่อความหมายควรผนวกแหล่งข้อมูลเหล่านี้เข้าไปด้วย ไม่ว่าจะโดยทางอ้อมผ่านทางโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อความหมายหรือโดยทางตรงผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของวิทยากรประจำแหล่ง

2.4 การปฏิบัติงานของแหล่ง ไม่ว่าจะโดยศิลปิน สถาปนิก หรือนักสร้างหุ่นจำลอง คอมพิวเตอร์ ควรจะมีพื้นฐานอยู่บนการวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมด้านโบราณคดี ด้านสถาปัตยกรรมและข้อมูลทางประวัติศาสตร์อย่างละเอียดและเป็นระบบ รวมทั้งการวิเคราะห์แหล่งข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษร มุขปาฐะ สัญลักษณ์ และภาพถ่าย แหล่งข้อมูลเดิม ภาพใหม่นั้นจะต้องได้รับการนำเสนอเพื่อเปรียบเทียบกับการปฏิบัติงานภาคครั้งก่อน

2.5 กิจกรรมการสื่อความหมายและการนำเสนอ รวมทั้งแหล่งการศึกษาและแหล่งข้อมูล ที่นำมาใช้เป็นพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเหล่านั้นควรจะต้องได้รับการบันทึกและจัดเก็บไว้เพื่อการอ้างอิงและพิจารณาในอนาคต

## หลักการที่ 3 : บริบทและสภาพโดยรอบ (Context and Setting)

การสื่อความหมายและการนำเสนอของแหล่งมรดกวัฒนธรรม ควรจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องในระดับกว้าง กับบริบทและสภาพโดยรอบทางสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ

3.1 การสื่อความหมายควรจะต้องค้นคว้าถึงความสำคัญของแหล่งในบริบทที่หลากหลายของ

ประวัติศาสตร์การเมือง จิตวิญญาณ และศิลปะ อีกทั้งจะต้องพิจารณาทุกแง่มุมของ  
ความสำคัญของแหล่ง ได้แก่ แง่วัฒนธรรมสังคม และสภาพแวดล้อม

3.2 การสื่อความหมายสู่สาธารณะของแหล่งมรดกวัฒนธรรม ควรจะต้องมีการจำแนก  
และระบุอย่างชัดเจนถึงอายุสมัยของช่วงเวลาที่แหล่งนั้นๆ ได้มีวิวัฒนาการมา และอิทธิพลต่างๆ ที่  
มีต่อวิวัฒนาการของแหล่ง ช่วงสมัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำคัญของแหล่งจะต้องได้รับการเคารพ

3.3 การสื่อความหมายควรให้ความสำคัญกับกลุ่มต่างๆ ที่มีผลต่อความสำคัญด้าน  
ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่งด้วย

3.4 ภูมิทัศน์โดยรอบแหล่ง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพทางภูมิศาสตร์นั้น  
เป็นส่วนหนึ่งของความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่ง ดังนั้น จึงควรให้  
ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ในการสื่อความหมายด้วย

3.5 องค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้ของมรดกในแหล่ง อาทิ แบบแผนทางวัฒนธรรมและจิต  
วิญญาณ เรื่องเล่า ดนตรี ระบาย ละคร วรรณกรรม ทัศนศิลป์ ธรรมเนียมเฉพาะบุคคล และอาหาร  
ควรจะต้องให้ความสำคัญและรวมอยู่ในการสื่อความหมายด้วย

3.6 ความสำคัญข้ามวัฒนธรรมของแหล่งมรดก เช่นเดียวกับมุมมองต่างๆ เกี่ยวกับเรื่อง  
ดังกล่าวที่วางพื้นฐานอยู่บนการศึกษาทางวิชาการ บันทึกโบราณ และรูปแบบประเพณีที่ดำรงอยู่  
ควรจะนำมาพิจารณาในการจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมาย

หลักการที่ 4 : ความเป็นของแท้ (Authenticity)

การสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรมจะต้องเคารพต่อหลักการ  
พื้นฐานของความเป็นของแท้ ตามสาระของ Nara Document (1994)

4.1 ความเป็นของแท้ คือความห่วงใยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนมนุษย์ เช่นเดียวกับหลักฐาน  
วัตถุที่คงเหลืออยู่ การออกแบบโปรแกรมการสื่อความหมายจึงควรเคารพหน้าที่ใช้สอยตามรูปแบบ  
ประเพณีทางสังคมของแหล่ง อีกทั้งกิจกรรมทางวัฒนธรรมและความภาคภูมิใจของประชาชนใน  
ท้องถิ่นและชุมชนที่เกี่ยวข้อง

4.2 การสื่อความหมายและการนำเสนอควรเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ความเป็นของแท้  
ของแหล่งมรดกวัฒนธรรมโดยสื่อสารถึงความสำคัญของแหล่งโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ  
ต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่ง หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของแหล่งอย่างที่ไม่  
สามารถทำให้กลับคืนดั้งเดิมได้

4.3 โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายที่มองเห็นได้ (อาทิ ชุม ทางเดิน และป้ายสื่อ  
ความหมาย) ตามที่เห็นว่าเหมาะสมและมีความจำเป็น จะต้องมีความละเอียดอ่อนต่อรูปลักษณะ

สภาพโดยรอบ และความสำคัญด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติของแหล่ง ในขณะที่ตัวโครงสร้างก็จะต้องมองเห็นได้อย่างชัดเจน

4.4 กิจกรรมการสื่อความหมายต่างๆ ที่จัดขึ้นในแหล่ง อาทิ คอนเสิร์ต การแสดงประเภทละคร ฯลฯ ที่เห็นว่าเหมาะสมและมีความอ่อนไหวต่อรูปลักษณะของแหล่ง จะต้องมีการวางแผนอย่างรัดกุม เพื่อให้การรบกวนต่อประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพเกิดขึ้นน้อยที่สุด

หลักการที่ 5 : ความยั่งยืน (Sustainability)

แผนการสื่อความหมายสำหรับแหล่งมรดกวัฒนธรรมจะต้องมีความละเอียดอ่อนต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่ง โดยมีความยั่งยืนด้านสังคม การเงิน และสภาพแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายหลัก

5.1 การพัฒนาและการเดินการโปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะเป็นหนึ่งในองค์รวมของการวางแผน การงบประมาณ และกระบวนการจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม

5.2 ผลที่คาดหวังจากโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายและจำนวนผู้เข้าชมแหล่งต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม ลักษณะทางกายภาพ ความสมบูรณ์ และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแหล่งจะต้องนำมาพิจารณาทั้งหมด ในการประเมินผลกระทบของมรดกวัฒนธรรม

5.3 การสื่อความหมายและการนำเสนอ ควรตอบสนองวัตถุประสงค์ด้านการศึกษาและวัฒนธรรมในระดับกว้าง ความสำเร็จของโปรแกรมการสื่อความหมายจะต้องไม่พิจารณาเฉพาะในแง่จำนวนผู้เข้าชมหรือรายได้แต่เพียงอย่างเดียว

5.4 การสื่อความหมายและการนำเสนอควรจะเป็นส่วนหนึ่งในองค์รวมของกระบวนการอนุรักษ์ ส่งเสริมความตระหนักรู้ของสาธารณชนต่อปัญหาด้านการอนุรักษ์ที่แหล่งนั้นๆ ประสบอยู่ และอธิบายถึงความพยายามในการปกป้องความสมบูรณ์ทางกายภาพของแหล่งไว้

5.5 องค์ประกอบทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีใดๆ ที่ได้กำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อความหมายแบบถาวรของแหล่ง ควรจะมีการออกแบบและก่อสร้างในแบบที่สามารถบำรุงรักษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

5.6 กิจกรรมด้านการสื่อความหมายควรพุ่งเป้าไปที่การให้ประโยชน์ต่อชุมชนของแหล่งนั้นๆ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อย่างยุติธรรมและยั่งยืนในทุกระดับ และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว จะต้องสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมและจัดจ้างวิทยากรประจำแหล่งจากคนในชุมชนของแหล่งนั้นๆ

## หลักการที่ 6 : ความเป็นองค์รวม (Inclusiveness)

การสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่งมรดกวัฒนธรรมจะต้องเป็นผลของการร่วมมือกันอย่างมีคุณค่าความหมายระหว่างนักวิชาชีพด้านมรดก ชุมชนที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

6.1 ความเชี่ยวชาญของหลากหลายสาขาวิชาชีพ อาทิ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์ หน่วยงานของรัฐ ผู้จัดการแหล่ง ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และวิชาชีพอื่นๆ ควรจะบูรณาการอยู่ในการจัดทำโปรแกรมการนำเสนอ

6.2 สิทธิตามประเพณี ความรับผิดชอบ และผลประโยชน์ของเจ้าของทรัพย์สิน ผู้อยู่อาศัย ในบริเวณใกล้เคียง และชุมชนที่เกี่ยวข้องควรได้รับการให้ความสำคัญและเคารพในการวางแผนโปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอแหล่ง

6.3 แผนการขยายหรือทบทวนโปรแกรมการสื่อความหมาย และการนำเสนอควรจะทำให้สาธารณชนให้ความเห็นและมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นสิทธิและความรับผิดชอบของทุกคนที่จะเปิดเผยความเห็นและมุมมองของตนให้เป็นที่รับรู้

6.4 เนื่องจากปัญหาด้านสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญาและวัฒนธรรมตามรูปแบบประเพณี มีความเกี่ยวพันเป็นพิเศษกับกระบวนการการสื่อความหมายและการสื่อสารออกมาด้วยสื่อต่างๆ (อาทิ สื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอในแหล่ง สื่อดิจิทัล และสิ่งพิมพ์) กรรมสิทธิ์ตามกฎหมาย และสิทธิในการใช้ภาพ ข้อความ และวัตถุในการสื่อความหมายอื่นๆ ควรจะได้มีการปรึกษาหารือและระบุให้ชัดเจนลงไปในกระบวนการวางแผน

## หลักการที่ 7 : การศึกษาวิจัย การประเมินผล และการฝึกอบรม (Research, Evaluation, and Training)

การศึกษาวิจัย การฝึกอบรม และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อความหมายแหล่งมรดกวัฒนธรรม

7.1 การสื่อความหมายของแหล่งมรดกวัฒนธรรมไม่ควรจะพิจารณาว่าเสร็จสมบูรณ์เมื่อการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมายเสร็จเรียบร้อยแล้ว การศึกษาค้นคว้าและการปรึกษาหารืออย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญในการขยายผลความเข้าใจและความประทับใจใน ความสำคัญของแหล่ง และควรจะเป็นองค์ประกอบที่บูรณาการอยู่ในโปรแกรมการสื่อความหมายทุกโปรแกรม

7.2 โปรแกรมการสื่อความหมายและโครงสร้างพื้นฐานควรมีการออกแบบและก่อสร้างให้เหมาะกับการปรับปรุงแก้ไข และ/หรือ เพิ่มเติมได้เป็นระยะๆ

7.3 โปรแกรมการสื่อความหมายและการนำเสนอรวมทั้งผลกระทบทางกายภาพที่โปรแกรมเหล่านี้มีต่อแหล่งควรรจะมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรมีการเปลี่ยนแปลงเป็นครั้งคราวบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์และทางวิชาการ รวมถึงเสียงสะท้อนจากประชาชน ผู้เข้าชมและสมาชิกของชุมชนที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านมรดกวัฒนธรรมควรรจะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการประเมินผลนี้ด้วย

7.4 โปรแกรมการสื่อความหมายทุกโปรแกรมควรรจะได้รับการพิจารณาว่าเป็นแหล่งการศึกษาแห่งหนึ่ง และการออกแบบโปรแกรมนั้นๆ ควรรให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ที่จะนำมาไปใช้ในหลักสูตรการเรียนการสอนของโรงเรียน สื่อด้านการสื่อสารและข้อมูล กิจกรรมพิเศษ การจัดงาน และงานอาสาสมัครตามฤดูกาล

7.5 การฝึกอบรมนักวิชาชีพผู้มีคุณวุฒิเฉพาะด้านในการสื่อความหมาย และนำเสนอ มรดกวัฒนธรรม อาทิ การสร้างสรรค์เนื้อหา การจัดการ เทคโนโลยี การนำเที่ยว และการศึกษา ถือเป็นวัตถุประสงค์อันสำคัญยิ่ง ยิ่งไปกว่านั้น โปรแกรมการศึกษาพื้นฐานด้านการอนุรักษ์ควรรผนวกเอาองค์ประกอบของการสื่อความหมาย และการนำเสนอเข้าไว้ในหลักสูตรด้วย

7.6 โปรแกรมและคอร์สการฝึกอบรมที่จัดขึ้นมาในแหล่งที่ควรรพัฒนาขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับพัฒนาการใหม่ๆ และนวัตกรรมในแหล่งต่อเจ้าหน้าที่ด้านมรดกและการสื่อความหมายในทุกระดับ รวมทั้งชุมชนที่เกี่ยวข้องและชุมชนเจ้าของพื้นที่

7.7 ความร่วมมือระหว่างประเทศ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและธำรงรักษามาตรฐานด้านวิธีการและเทคโนโลยีการสื่อความหมาย เพื่อเป้าหมายดังกล่าว การประชุมระหว่างประเทศ การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการแลกเปลี่ยนเจ้าหน้าที่ระดับวิชาชีพรวมถึงการประชุมในระดับชาติและระดับภูมิภาคควรรได้รับการสนับสนุน กิจกรรมเหล่านี้จะสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับความหลากหลายของวิธีการสื่อความหมาย รวมทั้งประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังมีกฎบัตรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยขึ้นนี้ด้วย ได้แก่ กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER) ซึ่งได้มีการรับรองในที่ประชุมสามัญครั้งที่ 12 ของ ICOMOS ที่ประเทศเม็กซิโก ตุลาคม 1999 มีเนื้อหาสำคัญดังนี้ (กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, 2552)

“เนื่องด้วยการท่องเที่ยว คือ หนทางหลักแห่งการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์ จะต้องสร้างโอกาสให้ทั้งประชาชนในท้องถิ่น และผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์รับรู้ และเข้าใจใน มรดกและวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ที่หลากหลาย การสื่อความหมายจึงมีส่วนเกี่ยวข้องและเป็น ส่วนที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ นั้น ต่างมีการรับรู้ที่ แตกต่างกัน(กฎบัตรระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, 2542) ดังนั้นจึงมี กิจกรรมการสื่อความหมายในระดับบุคคลด้วยรูปแบบที่หลากหลาย เช่น รูปแบบการศึกษาและ เทคโนโลยีในปัจจุบันที่เหมาะสม กิจกรรมการสื่อความหมายนี้จะต้องสนับสนุนให้สาธารณชนได้ ตระหนักถึงคุณค่า และให้ความร่วมมือช่วยเหลือ อันจะส่งผลให้มรดกทั้งทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมดำรงอยู่ และควรนำเสนอความสำคัญของแหล่งโบราณสถาน วัฒนธรรมประเพณีที่ ปฏิบัติกันอยู่ ตั้งแต่อดีตในยุคสมัยต่างๆ และในท้องที่ภูมิภาคต่างๆ โดยไม่ละเลยถึงวัฒนธรรม และภาษาของชนกลุ่มย่อย ผู้มาเยือนควรได้รับข้อมูลของคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง อันเป็น ตัวกำหนดลักษณะเฉพาะของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นๆ ด้วย”

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิไลพร สาคริก ( 2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อความหมายและการรับรู้ เอกลักษณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน โดยทำการเก็บข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึก ผลการศึกษาพบว่า 1) การสร้างเอกลักษณ์เกิดจากวัฒนธรรมพื้นฐาน ของชุมชน คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ชุมชน สื่อจินตคติ และ สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน โดยเอกลักษณ์ชุมชน ได้แก่ ภาพลักษณ์ของชุมชน สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการ และประเพณีการเล่น 2) การสื่อความหมายเอกลักษณ์ของชุมชนมีวิธีการคือ การใช้คำขวัญและสโลแกน การใช้นโยบาย การสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน การอนุรักษ์สถาปัตยกรรม การจัดงานประเพณี งานเทศกาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วน การสื่อสารนั้นมีการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน การสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับชาวบ้านในชุมชน และการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว 3) การรับรู้เอกลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า เอกลักษณ์ที่ เกิดการรับรู้ได้แก่ ภาพลักษณ์ในด้านการเป็นเมืองที่เงียบสงบ การเป็นเมืองเจ้านาย สถานที่ ท่องเที่ยวและอาหาร ส่วนเอกลักษณ์ที่รับรู้้น้อยคือ โผน กิ่งเพชร, สินค้าและบริการ, ประเพณี การเล่น ส่วนเอกลักษณ์ที่ประทับใจคือบรรยากาศของเมือง ความสะอาดสวยงามและความ ปลอดภัย และความหลากหลายของเมือง

อภิวัน สายประดิษฐ์ และรัชเชลล์ สเตรฟ ( 2007) ได้ศึกษาเรื่อง Crossing the cultural divide: Western visitors and interpretation at Ayutthaya World Heritage Site, Thailand การวิจัยชิ้นนี้มุ่งหวังที่จะศึกษาว่า ชาวยุโรป รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ใช่เอเชีย ไม่ใช่คนไทย และไม่ใช่คนศาสนาพุทธจะได้อะไรบ้างจากการมาท่องเที่ยวยังเมืองมรดกโลกที่จังหวัดอยุธยา และผลการศึกษาพบว่า การสื่อความหมายในเมืองมรดกโลกได้สร้างความสับสน และไม่ได้สื่อถึงคุณค่า ความสำคัญของสถานที่ ไปให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นชาวยุโรป รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ใช่เอเชีย ไม่ใช่คนไทย และไม่ใช่คนศาสนาพุทธได้รับรู้ ส่วนใหญ่แล้วการสื่อความหมายจะทำให้เข้าใจเฉพาะคนไทยด้วยกันเอง หรือเฉพาะผู้ที่นับถือศาสนาพุทธเข้าใจ โดยการสื่อความหมายจะเป็นลักษณะของการเน้นที่จะตอบคำถามว่า สิ่งนี้คืออะไร มากกว่าที่จะอธิบายถึงคุณค่าของวัตถุ/สัญลักษณ์ ของสิ่งนั้น ซึ่งในมุมมองของผู้ที่เข้ามายังแหล่งมรดกโลกนั้น ก็จะมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลในเชิงวิชาการ คุณค่าและความสำคัญ อันจะเป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

ศิริมา อยู่เวียง ( 2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความเป็นไทยมีการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาประกอบด้วยความเป็นทั้งในรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งความเป็นไทยด้านรูปธรรมที่นำมาใช้มากที่สุดประกอบด้วยภาพของวัด พระศรีรัตนศาสดาราม พระพุทธรูป การแสดงโขน เรือสุพรรณหงส์และกระบวนพยุหยาตรา ชลมารค ส่วนความเป็นไทยในด้านนามธรรมที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือความเป็นไทยในเรื่อง ลักษณะนิสัยและวิถีชีวิตแบบไทย ส่วนกลยุทธ์ในการสื่อสารภาพยนตร์โฆษณาของ ททท. สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือการสื่อสารประเภท Thematic Campaign และ Tactical Campaign ซึ่งการสื่อสารทั้ง 2 รูปแบบนั้นนอกจากจะมุ่งให้ผู้ชมเกิดการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทยแล้ว ยังมุ่งโน้มน้าวใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกอยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย ทั้งนี้โดยมีการเลือกใช้กลยุทธ์การโฆษณาแบบ Product Positioning มากที่สุด รองลงไปได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณาแบบ Affective Strategy และ The Resonance Approach และมีการอาศัยหลักการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพเป็นแนวทางในการผลิต



สิทธิพร มาลาไทย ( 2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการสถานตากอากาศบางปูเกี่ยวกับสภาพป่าชายเลน ผลการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูส่วนใหญ่ เพื่อเป็นสถานที่พักผ่อน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการป่าชายเลน ส่วนใหญ่จากสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการมาใช้บริการร้านค้าและร้านอาหารมากที่สุดและเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยมากมักกลุ่มประมาณ 2-3 ครั้งต่อปี และใช้เวลาเพียงครึ่งวัน มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการพัฒนาในเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน ผู้ที่มาใช้บริการมีความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศป่าชายเลนอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อสภาพทั่วไปของสถานที่ตากอากาศบางปูอยู่ในเชิงบวก

มณูญ พลอยประดับ ( 2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการสื่อความหมายและการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม พบว่า การสื่อความหมายในเพลง หากมีเรื่องราวที่เหมือนกันการเล่าเรื่องจะไม่เหมือนกัน ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูดเขียนเพลง ลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทย รองลงมาคือใช้ภาษาไทยผสมภาษาอังกฤษ และใช้ภาษาไทยผสมกับภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาญี่ปุ่น เกาหลี จีน ส่วนใหญ่แต่งทำนองดนตรีก่อนเขียนคำร้อง

พิมพ์ภรณ์ สุวดีทิกุล และคณะ ( 2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ไม่ดีมากนัก แต่เมื่อผนวกกับอีกสองมิติในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมและวัฒนธรรม แล้วปรากฏว่ามีคนไทยบางส่วนที่สามารถสื่อสารได้ดีเป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยจุดเด่นของความเป็นมิตร ความสุภาพ ความมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือ ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ความเป็นผู้มีลักษณะนิสัยในการให้บริการและความเป็นผู้มีธรรมชาติที่ดี ส่วนผลการศึกษาโดยรวมชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจะมุ่งเน้นเฉพาะการเรียนการสอนภาษาใด ๆ ไม่ได้ แต่ต้องคำนึงถึงองค์รวมของการสื่อสารที่มีวัฒนธรรมและวัฒนธรรมเข้าไปผนวกเป็นมิติสำคัญด้วย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้รวบรวมเสนอแนะไว้ในบทสุดท้ายของรายงานผลการวิจัย เพื่อให้ผู้ที่

รับผิดชอบในการจัดหลักสูตร และการสอนภาษาอังกฤษ ของคึกกรบริหารทุกฝ่ายในจังหวัดได้รับทราบเพื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจของแต่ละฝ่ายต่อไป

ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ ( 2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การสำรวจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า 1) ทักษะคติ ความพึงพอใจ การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการต่อการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 2) ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อยจังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งในเรื่องตัวสินค้า (ผลิตภัณฑ์อาหาร สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น โปรแกรมการท่องเที่ยว การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านความเข้มแข็งของชุมชนผู้ประกอบการมีศักยภาพในระดับดี 3) ทักษะคติ ความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อยจังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมเห็นด้วยมาก 4) ศักยภาพของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อยจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ศักยภาพโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดี ส่วนด้านตัวสินค้า มีศักยภาพดี และด้านความเข้มแข็งของชุมชน ศักยภาพปานกลาง 5) ทักษะคติ ความพึงพอใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านมีความพึงพอใจมาก 6) ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวด้านการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย พบว่า ศักยภาพรวมและด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดี 7) รูปแบบเรือที่เหมาะสมที่นำมาใช้ในการชมหิ่งห้อยในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับรูปแบบเรือที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

มณีวรรณ ผิวยิ้ม และคณะ ( 2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ พบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองแห่งทั้งในด้านบวกและลบ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียงและอากาศ แต่มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนให้ดีขึ้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทำให้มีการจ้างงานในชุมชน ไม่ต้องไปหางานนอกชุมชน มีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มขึ้น ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชน แต่

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกภายใต้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ผลกระทบทางสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า มีการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและให้บริการ ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นไปในทางบวกเป็นส่วนใหญ่ กระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยในด้านการแต่งตัว กิจกรรมทางวัฒนธรรม ความรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นของตน ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่เหมือนที่อื่น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ คนในชุมชนทั้งสองยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อไป และสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้และต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ ให้ข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบัน สร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิถีทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ และคณะ ( 2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษากรณี : ชุมท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ได้แก่การมีส่วนร่วมของชุมชน การแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียละ และมีวิสัยทัศน์เพื่อสร้างกระบวนการทำงาน ตลอดจนกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมดั้งเดิม ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ทั้งนักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้า ผู้อาศัยในชุมชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมธำรงรักษาระบบนิเวศที่สมบูรณ์เอาไว้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

มธุวรรณ พลวัน ( 2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณลักษณะทางกายภาพ 2 เรื่อง คือ สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำ และในด้านบริการการ

ท่องเที่ยว 1 เรื่อง คือ ทัศนคติของคนในชุมชนท้องถิ่น ส่วนการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านบริการการท่องเที่ยว 1 เรื่อง คือ ความพอเพียงและความสะดวกในการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ถังขยะและสุขาสาธารณะ ส่วนข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ 1) ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำ ตารางวันที่นัดของตลาดน้ำเพื่อเผยแพร่ให้คนทั่วไปได้ทราบและรู้จักมากยิ่งขึ้น 2) ควรส่งเสริมให้เยาวชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม และคงรูปแบบการจัดการตลาดน้ำในแบบเรียบง่ายคล้ายคลึงกับในอดีตให้คงอยู่สืบไป 3) ควรเพิ่มจำนวนและรักษาความสะอาดถังขยะและสุขาสาธารณะให้มากขึ้น 4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีในหมู่บ้านอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวของหมู่บ้านต่าง ๆ ในตำบลท่าคาเข้าด้วยกัน เป็นตารางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

## บทที่ 3

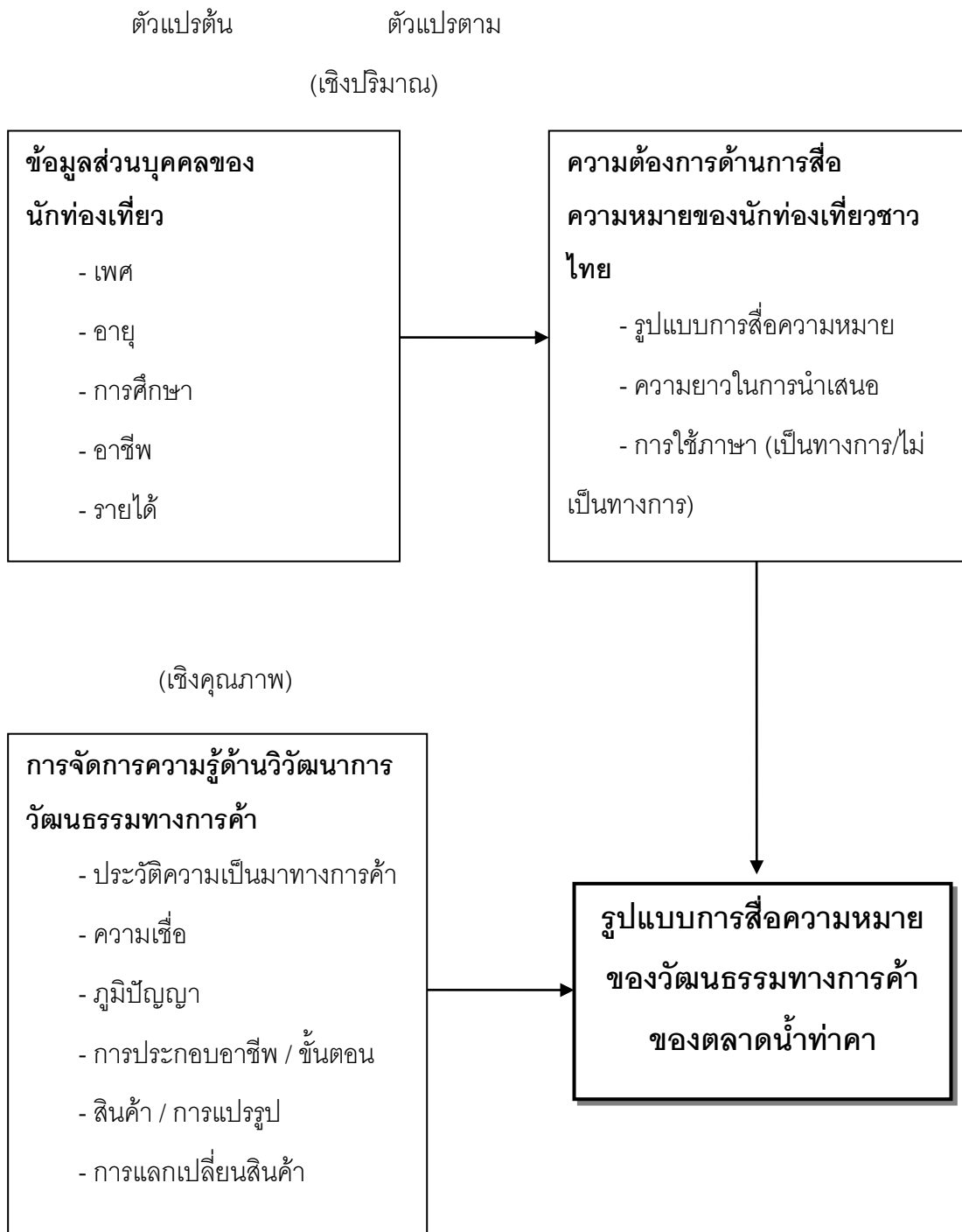
### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การสร้างรูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ( Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งได้กำหนดไว้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1) การศึกษาข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร ( Documentary research) โดยการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางในการออกแบบการวิจัย เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปร 2) การศึกษาข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม ( Field research) โดยทำการทดสอบจาก การสัมภาษณ์( Interview) ผู้นำชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูล( Key informant) และแบบสอบถาม ( Questionnaires) เพื่อศึกษาการสื่อความหมายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมของชุมชน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์และการประมวลผลข้อมูล

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้พิจารณาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 ดังกล่าวมาแล้ว นั้น จึงได้สังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยรูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดประชากร เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประชาชนทั้งชายหรือหญิง ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลท่าคา จำนวน 25 คน โดยมีคุณสมบัติ ที่ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบสโนว์บอล (Snowball) ได้แก่ 1) เป็นผู้ที่มีความรู้หรือประสบการณ์ในการดำเนินงานเป็นผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน นายกเทศบาลตำบลท่าคา จำนวน 5 คน และผู้นำที่ประชาชนเคารพนับถือ จำนวน 5 คน 2) ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลท่าคาไม่น้อยกว่า 40 ปี จำนวน 15 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ ( Interview) แบบมีโครงสร้างเป็นหลัก

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งในระยะเวลา 2 เดือน มีนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวโดยไม่ซ้ำ จำนวน 900 คน (จรรยา เจือไทย 2553 : สัมภาษณ์) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yama (1973 : 125) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ในที่นี้ คือ 5 %

ฉะนั้น ค่า e = 0.05

แทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{900}{1 + 900(0.05)^2}$$

$$n = \frac{900}{3.25}$$

$$= 276.92$$

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ จำนวน 277 คน และเลือกสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ( Accidental

Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติทั่วไปคือ มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจำนวน 5 ครั้ง คือ 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2552 ถึง วันที่ 31 มกราคม 2553

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) ทำการสำรวจวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ผลงานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาประมวลรวมกันสร้างเป็นแบบสอบถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการและน่าสนใจในการทดสอบ ส่วนเครื่องมือที่เป็นแบบสัมภาษณ์นั้นได้กำหนดข้อความแบบมีโครงสร้างด้วยการกำหนดให้ข้อความให้สอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งหมด

2) สร้างแบบสอบถามตามรูปแบบและเนื้อหาที่ได้ทำการศึกษาไว้ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษา ความเที่ยงตรงและครอบคลุมเนื้อหาโดยผู้วิจัย ได้ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเพื่อขอคำแนะนำ พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไขตามข้อแนะนำก่อนนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบวัดที่สร้างขึ้นจากการประยุกต์ใช้ตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีจำนวน 2 แบบ มีรายละเอียดดังนี้

1. เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ (Interview)
2. เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaires)

#### 3.3.1 เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ (Interview) มี แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ นามสกุลผู้ถูกสัมภาษณ์ เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพสมรส รายได้ ระดับการศึกษา

- ตอนที่ 2 ข้อมูลในการสัมภาษณ์ มีจำนวน 21 ข้อคำถาม ดังนี้

- 1) ตำบลท่าคามีความเป็นมา / พัฒนาการจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร
- 2) ประวัติความเป็นมาของการค้าขายภายในชุมชน และอาชีพหลักของคนใน

ชุมชนคืออะไร



- 3) การประกอบอาชีพของชุมชนในอดีตและปัจจุบันเป็นอย่างไร และมีความแตกต่างกันอย่างไร
- 4) ความเชื่อในการประกอบอาชีพในเรื่องของแม่ย่านางเรือเป็นอย่างไร
- 5) เรือที่ใช้ในการดำเนินชีวิตภายในชุมชนคือเรืออะไร มีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร เพราะอะไร
- 6) เรื่องเกี่ยวกับน้ำขึ้นน้ำลงมีความสำคัญกับการค้าภายในชุมชนอย่างไร
- 7) การค้าในพื้นที่ตำบลท่าคานิยมค้าขายอะไร
- 8) ผลผลิตหลักของชุมชนคืออะไร มีขั้นตอนในการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างไร
- 9) มีการแปรรูปผลผลิตเป็นอะไรบ้างอย่างไร
- 10) มีการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างไร (ทางบก/ทางน้ำ/แลกด้วยเงิน/แลกด้วยสิ่งของ)
- 11) ผู้บริโภคปัจจุบันกับอดีตมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร (อายุ/เพศ/เชื้อชาติ)
- 12) แม่ย่านางในความเชื่อของชุมชนคืออะไร มีขั้นตอนในการบูชาหรือไม่อย่างไร
- 13) อะไรคือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการค้าขาย เช่น น้ำขึ้นน้ำลง ความหลากหลายของสินค้า
- 14) วิถีชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าที่อาศัยอยู่ในตลาดท่าคาเป็นอย่างไร
- 15) อธิบายขั้นตอนในการทำน้ำตาลโดยละเอียด ตั้งแต่การเลือกต้นที่จะใช้น้ำตาล
- 16) ศาลเจ้าแม่ตัวเนี้ยมีประวัติความเป็นมาอย่างไร และมีความสำคัญอย่างไรกับการค้าในชุมชน
- 17) อาชีพเลี้ยงกุ้งปัจจุบันมีการทำกันมากน้อยเพียงใดหากเทียบกับการทำน้ำตาล และมีวิธีการอย่างไร
- 18) อาชีพการทำผ้ามัดย้อมมีความแพร่หลายมากน้อยเพียงใด และมีวิธีการอย่างไร
- 19) กุ้งและผ้ามัดย้อมเป็นสินค้าหลักภายในชุมชนด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด
- 20) ภูมิปัญญาที่ปลูกฝังกันมาของชุมชนได้แก่อะไรบ้าง อธิบาย
- 21) การปลูกมะพร้าวมีขั้นตอนอย่างไรจงอธิบายโดยละเอียด (ตั้งแต่คัดเลือกพันธุ์มาปลูก)

**3.3.2 เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaires)** มีความเกี่ยวข้องกับวิธีการ รูปแบบ และลักษณะที่ใช้ในการสื่อความหมาย ของนักท่งเที่ยว ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับผู้กรอกแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา เป็นต้น
- ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมาย ได้แก่ ความต้องการในการสื่อความหมายที่มีการบริการที่ใช้คน และไม่ใช้คน รวมถึงลักษณะความต้องการสื่อในรูปแบบต่างๆ
- ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ ที่นักท่งเที่ยวต้องการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมจากการข้อมูลคำถามในแบบสอบถาม

### 3.3.3 เกณฑ์ในการวัด

เกณฑ์ในการวัดของแบบวัดส่วนที่ 1 จะใช้วิธีการวัดแบบตรวจสอบรายการ ( Check-list) เป็นข้อคำถามที่มีตัวเลือกคำตอบตั้งแต่ 2 ตัวเลือกขึ้นไป

เกณฑ์ในการวัดของแบบวัดส่วนที่ 2 จะใช้วิธีการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า ( Rating scale) โดยมีมีระดับมาตราส่วน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีการให้ระดับคะแนน ดังนี้

มากที่สุด เท่ากับ	5	คะแนน
มาก เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง เท่ากับ	3	คะแนน
น้อย เท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด เท่ากับ	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความคิดเห็นที่เป็นความต้องการของนักท่งเที่ยวออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.51 - 5.00	หมายถึง ความต้องการระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.51 - 4.50	หมายถึง ความต้องการระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.51 - 3.50	หมายถึง ความต้องการระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50	หมายถึง ความต้องการระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50	หมายถึง ความต้องการระดับน้อยที่สุด

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.4.1 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารในรูปแบบเอกสารราชการ หนังสือและเอกสารอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำท่าคา ในด้านสังคมและวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม เพื่อนำมาศึกษาความเป็นมา สภาพทางสังคม วัฒนธรรมทางการค้ารวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาพถ่าย ที่แสดงให้เห็นสภาพความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อใช้ในการศึกษารายละเอียดของเนื้อหาให้มีข้อมูลเพิ่มขึ้น หรือเป็นการขยายความ โดยการใช้ภาพประกอบกับข้อมูลข้างต้น

#### 3.4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนอย่างใกล้ชิด เช่น ประธานกลุ่มต่างๆ ผู้นำทางภูมิปัญญาและผู้สูงอายุที่อาศัยหรือประกอบอาชีพในตลาดน้ำท่าคาหรือบริเวณใกล้เคียง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตในการประกอบอาชีพค้าขาย สินค้าและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ยังมีให้เห็นอยู่และที่หายไปจากท้องถิ่นแล้ว ความต้องการของประชาชนที่ประกอบอาชีพภายในตลาดน้ำท่าคา

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม โดยสังเกตสภาพความเป็นอยู่ในชุมชน ลักษณะการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ การร่วมมือกันในพื้นที่

- เก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากแบบสอบถามเพื่อสำรวจลักษณะการสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวต้องการ

### 3.5 การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการประมวลผลข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

#### 1. ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

- ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากคำสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชนและประชาชน

#### 2. ข้อมูลจากแบบสอบถาม

- ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาได้และคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ (Editing)

- ลงรหัสข้อมูลจากแบบสอบถามทุกข้อ และตรวจสอบการลงรหัส

- นำข้อมูลที่ตรวจและลงรหัสแล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยวิเคราะห์ข้อมูลพร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1) ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความถี่ (Frequency) เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

2) ใช้สถิติอนุมาน (Inductive Statistics) หรือ สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อทำการเปรียบเทียบและทดสอบข้อมูล ได้แก่ Independent - Samples T test (T-test), One-Way ANOVA (F-test)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาการสร้างรูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาและสภาพทั่วไปของท่าคา ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจรากฐานของวัฒนธรรมในพื้นที่ได้ชัดเจนขึ้น
2. องค์ความรู้ในท้องถิ่น ที่มีการจัดการองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลในพื้นที่ โดยผู้ศึกษาได้มีการจัดหมวดหมู่ขององค์ความรู้ไว้เป็น 5 ด้าน คือ ด้านการประกอบอาชีพและขั้นตอนในการทำงาน ด้านสินค้าและการแปรรูป ด้านการแลกเปลี่ยนสินค้า ด้านความเชื่อในการประกอบอาชีพและด้านภูมิปัญญา ซึ่งเป็นการแบ่งหมวดหมู่เพื่อให้เห็นลักษณะวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคาได้ชัดเจนขึ้น
3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

#### 4.1 ประวัติความเป็นมา

ผลจากการศึกษาด้านประวัติความเป็นมาและสภาพพื้นที่ พบว่า จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นเมือง 3 คือ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภออัมพวา อำเภอบางคนที มี 3 ศาสนา ได้แก่ ศาสนาพุทธ คริสต์ และอิสลาม เป็นเมือง 3 น้ำ ก็คือ น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม รวมถึงมีนา 3 นา คือ นาข้าว นาเกลือ และนากุ้ง (นายวินัย นุชอุดม, 2553 : สัมภาษณ์)

ตำบลท่ามีประวัติความเป็นมาและการสันนิษฐานเกี่ยวกับคำที่มาของ “ท่าคา” หลาย ประเด็นด้วยกันบ้างก็ว่าเดิมท่าคามีเรือสินค้าที่มาค้าขายในบริเวณดังกล่าวมากมายไม่ว่าจะเป็น



ภาพที่ 4.1 แผนผังแสดงที่ตั้งครัวเรือน

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา

เรือในพื้นที่หรือนอกพื้นที่ ซึ่งเมื่อมีเรือเข้ามามากแล้วก็ทำให้เกิดการติดขัดและคาอยู่บริเวณตลาด จึงเรียกกันว่า “ท่าคา” บ้างก็ว่าแต่เดิมท่าคาเป็นท่าที่มีการนัดพบปะกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าต่างๆ ซึ่งได้อดีดาคาดว่าเรียกกันว่า “ท่าค้า” ต่อมาจึงเพี้ยนกลายมาเป็น “ท่าคา” ในปัจจุบัน บ้างก็ว่าที่บริเวณคลองศาลาซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของตลาดน้ำท่าคาในปัจจุบันนั้นมีต้นหญ้าคาขึ้นอยู่มาก จึงกลายเป็นชื่อเรียกกันว่า “ท่าคา” (นางฐานิดา สีเหลือง, 2553 : สัมภาษณ์)

ตลาดน้ำท่าคานั้นเดิมเป็นตลาดปิด ไม่มีทางรถยนต์หรือทางสัญจรใดๆ ทำให้พื้นที่ท่าคามีลักษณะเป็นชุมชนปิด จะมีเพียงการเดินเท้าตามท้องร่องสวน และทางสัญจรหลักคือ ทางน้ำ ซึ่งตำบลท่าคามีคลองประมาณ 30 กว่าคลองเมื่อกำหนดกฎได้ริเริ่มที่ให้มีการทำตลาดนัดบริเวณหมู่ที่ 5 ซึ่งไม่ใช่พื้นที่ปัจจุบัน และนัดคนมาค้าขายกัน ก็ทำให้ตลาดท่าคามีจำนวนเรือที่เข้ามาค้าขายมากกว่าบริเวณอื่นๆ คนที่มาค้าขายในตลาดน้ำท่าคา นี้ จะเป็นคน 2 กลุ่ม คือ คนพื้นบ้าน และคนที่ประกอบอาชีพประมง (นายวินัย นุชอุดม, 2553 : สัมภาษณ์) แต่เดิมมีลักษณะเป็นตลาดบก

ซึ่งอยู่บริเวณหมู่ 5 (คลองศาลา) มีลักษณะเป็นทำนบ(สันเขื่อน) กั้นน้ำจืดกับน้ำเค็ม เมื่อมีเรือใหญ่จากเมืองกาญจนบุรี เมืองเพชรบุรี หรือที่ต่างๆเข้ามา ก็ไม่สามารถผ่านทำนบเข้ามาได้ ชาวบ้านบริเวณนี้จึงแลกเปลี่ยนสินค้าได้บริเวณท่าคา โดยเรือสินค้าต้องยกสินค้าขึ้นไปแลกเปลี่ยนกันบริเวณทำนบ (สันเขื่อน) และยังมีสินค้าบางส่วนที่ถูกพ่อค้าคนกลางรับไปขายในกรุงเทพและต่างจังหวัด ระยะเวลาที่มีพ่อค้าคนกลางมาดักเรือซื้อสินค้าบริเวณ หมู่ 2 ทำให้ตลาดน้ำเค็มที่ตั้งอยู่หมู่ 5 ถอยร่นขึ้นมาตั้งอยู่ที่หมู่ 2 และได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นการค้าขายมาเป็นทางน้ำดังที่เห็นกันในปัจจุบัน (จรรยา เจือไทย, นางฐานิดา สีเหลือง, ทวีป เจือไทย, 2553 : สัมภาษณ์)

พื้นที่ตำบลท่าคาแต่เดิมเป็นสวนเตียนที่มีการปลูกพืชผักล้มลุกบนร่องสวนซึ่งเรียกกันว่าหลังร่อง พืชผักที่นิยมปลูกได้แก่พริก หอม กระเทียม ยาสูบ ข้าวโพด อ้อย ถั่ว ฯลฯ โดยการเพาะปลูกจะปลูกพืชหมุนเวียนครวละประมาณ 3 เดือน ตัวอย่างเช่น เมื่อหมดหน้าพริก หอม กระเทียม ผักชี ฯลฯ ก็สลับมาเป็นยาสูบ และมันสำปะหลัง สลับกันอยู่อย่างนั้น เป็นต้น นอกจากนี้แล้วในพื้นที่ยังมีการจับปลา และการทำนาปรัง(นาดำ)ในร่องสวน ซึ่งเรียกกันว่าท้องคลอง ข้าวที่เพาะปลูกนี้จะปลูกเพื่อรับประทานในครัวเรือน โดยหากต้องการที่จะรับประทานข้าวก็จะนำไปที่โรงสีแล้วสีมาแค่พอรับประทานถือเป็นลักษณะของเศรษฐกิจพอเพียงที่อยู่กับธรรมชาติ แต่หากมีการเก็บเกี่ยวข้าวในปริมาณมากๆ ก็จะมีการช่วยกันลงแขกเกี่ยวข้าว บ้านเรือนของชาวท่าคามักจะปลูกแบบยกพื้นสูงเนื่องจากแต่เดิมเมื่อฝนตกหนักน้ำก็จะท่วมในพื้นที่ ซึ่งในสมัยนั้นน้ำยังมีลักษณะเป็นน้ำกร่อยที่สามารถเพาะปลูกพืชผักได้บ้าง (นายวินัย นุชอุดม, 2553 : สัมภาษณ์) จนกระทั่งประมาณปี 2502 น้ำเค็มไหลเข้ามามาก อาจเนื่องมาจากการสร้างเขื่อน ตามปกติแล้วน้ำเค็มจะเข้ามาถึงบริเวณท่านางตะเคียนเท่านั้น ซึ่งขณะนั้นตำบลนางตะเคียน ที่มีลักษณะเป็นน้ำเค็มปลูกมะพร้าวอยู่ ส่วนตำบลดอนมะโนราที่มีลักษณะเป็นน้ำจืดปลูกผัก ผลไม้ (เน้นมะม่วง) แต่จากการที่มีน้ำเค็มไหลท่วมเข้ามาจนกลายเป็นน้ำกร่อย ก็ทำให้เกิดผลเสียแก่การปลูกข้าว พริก หอม กระเทียม เนื่องจากพืชผักเหล่านี้ต้องปลูกกับน้ำจืด แต่ขณะนั้นก็ยังมีการทำนาข้าวและสวนเตียนอยู่ โดยชาวบ้านก็พยายามหาหนทางที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงได้นำมะพร้าวจากแม่กลองมาลองปลูกกันบ้างตามพื้นที่ต่างๆ เมื่อปลูกแล้วชาวบ้านเกิดรายได้ดีกว่าการทำสวนเตียนจึงกลายเป็นที่นิยมและปลูกตามกันมาจน ข้าว สวนเตียนหมดไปตามลำดับ (นายจรรยา เจือไทย, นายณรงค์ ธรรมะสวัสดิ์, 2553 : สัมภาษณ์) การลดลงของการปลูกยาสูบและสวนเตียนนั้นค่อยหายไป โดยเริ่มจากหมู่ 1 และหมู่ 2 ส่วนหมู่ที่สามารถปลูกยาสูบและสวนเตียนได้นานที่สุดคือ หมู่ 3 (นางฐานิดา สีเหลือง, 2553 : สัมภาษณ์) ประมาณปี 2512 มะพร้าวและตาลเริ่มเป็นพืชที่โดดเด่นในพื้นที่เมื่อประมาณปี 2523-2524 แต่ภายหลังเมื่อมะพร้าวทำรายได้ดีสู้การ

ทำน้ำตาลไม่ได้ชาวบ้านก็หันมาทำน้ำตาลและสร้างเตาตาลขึ้นในพื้นที่มากมาย เป็นผลให้มีการปลูกมะพร้าวถึง 99% ของพื้นที่ แต่ก็ยังมีการปลูกผลไม้ประเภทกล้วยอยู่ โดยการปลูกแซมกับมะพร้าว (นายจรูญ เจือไทย, นายณรงค์ ธรรมะสวัสดิ์, นางฐานิดา สีเหลือง, 2553 : สัมภาษณ์)

ปี 35-36 มีงบจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เข้ามาพัฒนาตลาดน้ำมีการสร้างถนน และขยายถนนเพิ่มขึ้นทำให้จอดรถซึ่งแต่ก่อนเป็นถนนลูกรัง มีการสร้างสะพาน ทำให้ชาวบ้านตื่นตัวกันมากขึ้น ชาวบ้านเริ่มมีการค้าขายดีขึ้น (จรูญ เจือไทย, 2553 : สัมภาษณ์)

ปี 2551 นายองค์การบริหารส่วนตำบลท่าคาเข้ามารับตำแหน่งและเข้ามาดูแลตลาดน้ำท่าคา โดยดูต้นแบบตลาดจากตลาดน้ำดำเนินสะดวก ที่เปิดโอกาสให้สัมผัสวิถีชีวิตแบบเก่าๆ โดยมีการจัดตลาดนัดในวัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ จึงได้มีการจัดเปิดตลาดน้ำท่าคาโดยเพิ่มวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งเริ่มมีการรณรงค์เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2551 เปิดตลาดตั้งแต่ 6 โมงเช้าถึงบ่าย 2 โมง นอกจากนี้ยังมี โฮมสเตย์ และการนั่งเรือพายดูหิ่งห้อย แต่การ



ภาพที่ 4.2 สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านตำบลท่าคา 1  
แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 16 กรกฎาคม 2553





ภาพที่ 4.3 สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านตำบลท่าคา 2  
แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 16 กรกฎาคม 2553

เปิดตลาดวันเสาร์-อาทิตย์บางครั้งแม่ค้าเก่าๆ ที่ค้าขายในพื้นที่ก็ไม่สะดวกที่จะมาทำการค้าขายแลกเปลี่ยนในวันดังกล่าว จึงจำเป็นที่จะต้องปลุกกระดมคนในท้องถิ่นขึ้นมา ในช่วงแรกๆ ชาวบ้านออกมาได้แย้งว่าไม่สามารถดำเนินการดังกล่าวได้ ซึ่งในช่วงนั้นเป็นช่วงที่ตลาดอัมพวาเปิดเป็นตลาดยามเย็น ทางตลาดน้ำท่าคาจึงมีนโยบายที่จะรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในช่วงเช้า โดยการเปิดเป็นตลาดเช้า มีการประชาสัมพันธ์กันมาก โดยการทำป้ายคัทเออร์ท์ และประชาสัมพันธ์อื่นๆ ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่าคานั้นมีบ้านคุณทวีป เจือไท เป็น “บ้านเรือนไทยโบราณ ” มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินชีวิตในอดีตให้ศึกษา แล้วอีกจุดหนึ่งที่บ้านครูศิริที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตในการทำน้ำตาลมะพร้าว ซึ่งเป็นการดำเนินชีวิตที่สามารถเห็นได้ในปัจจุบัน ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว ได้รับความสนใจจากชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นตาล การเคี้ยวน้ำตาลมาเป็นก้อน เป็นปึก (วินัย นุชอุดม, 2553 : สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.4 สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านตำบลท่าคา 3  
แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 18 ตุลาคม 2553

ปัจจุบันสภาพของตลาดน้ำท่าคาได้มีการพัฒนารูปแบบของตลาดน้ำให้มีตลาดบกเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว ให้สามารถทำกิจกรรมภายในตลาดน้ำท่าคาได้จนถึงช่วงเวลาบ่ายๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีที่พักผ่อนหย่อนใจได้อย่างสะดวกสบาย โดยนายกอบต.ได้ปรับปรุงพื้นที่ให้มีหลังคา และสร้างที่นั่งสำหรับรับประทานอาหารริมน้ำ นอกจากนี้ยังมีโครงการที่จะชิงแสดสูงๆ บริเวณตลาด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับแม่ค้า เนื่องจากปัจจุบันอากาศร้อนอบอ้าวมาก ประกอบกับแม่ค้าที่มาค้าขายส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งก็ไม่สามารถทนกับสภาพอากาศในปัจจุบันได้ ทำให้มีแม่ค้าที่มาค้าขายในพื้นที่น้อย และฝั่งตรงข้ามจะทำสะพานข้ามและจัดเป็นเรือนแพ เรือนหญ้าคา เป็นล๊อกๆ เพื่อใช้ในการค้าขาย (นิรดา จิรดาโชติการ, วิมลทิพย์ ลิ้มภูติวัฒน์, 2553 : สัมภาษณ์)

## 4.2 องค์ความรู้ในท้องถิ่น

### 4.2.1 การประกอบอาชีพและขั้นตอนในการทำงาน

ตำบลท่าคาเป็นพื้นที่เกษตรกรรม เดิมประกอบอาชีพทำสวนเตยวน ปลูกยาจืด ปลูกข้าว ซึ่งการทำยาจืดมีกรรมวิธีที่ยุ่งยากมาก คือ ขั้นแรกต้องนำเมล็ดพันธุ์ที่ได้จากการเพาะต้นแม่พันธุ์ มาเตรียมปลูก ช่วงเดือน 3 เริ่มหว่านเมล็ดยาจืดเพื่อเพาะเป็นต้นกล้า และเตรียมแปลงดินสำหรับ ปลูกยาจืดโดยการพรวนดินให้ดินร่วนและขุดหลุมเป็นช่องๆ นำต้นกล้ายาจืดที่เพาะไว้ไปใส่ลงหลุม ครอบโคนต้นกล้าให้มีดิน รดน้ำ พรวนดิน ใส่ปุ๋ย พอประมาณ 45 วัน ก็เริ่มหักใบยาจืดได้เรื่อยๆ จนใบ หมก จากนั้นก็นำมาแปรรูป โดยฉีกกลางใบออกแล้วมาเรียงบนผ้า จากนั้นก็ม้วนผ้าเป็นกลมๆ นำ ขึ้นหน้าม้า และใช้มีดหันเป็นฝอยนำไปยาจืดที่เป็นฝอยไปล้างยางออกจะสังเกตได้ว่าเมื่อยางออก หมดใบยาจืดจะมีกลิ่นหอม แล้วนำใบยาจืดที่ล้างยางแล้วไปใส่ในกระสอบม้วนกระสอบเพื่อให้ใบ ยาจืดแห้งมาดๆ เทใบยาจืดส่งลงกระดิ่งนำไปตากแดดในตะแกรงประมาณ 2-3 วัน จนกว่าใบยา จืดจะแห้ง กลับใบยาจืดให้แห้งทั่วถึง เมื่อใบยาจืดแห้งนำมาผับเป็นผง นำไปวางจัดจำหน่าย (ทวีป แจ้อไทย, 2553 : สัมภาษณ์) ต่อมาเมื่อเริ่มไม่มีการปลูกข้าวและยาจืด ก็หันมาประกอบ อาชีพทำตาล การทำตาลมีความแพร่หลายมากขึ้นก็ทำกันทั่วไปถือเป็นอาชีพหลัก ทุกบ้านจะมีเตา ตาล เพราะถือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่มีรายได้ดี เป็นงานที่ไม่ลำบากเพราะเป็นงานที่ตก ทอดจากรุ่นพ่อรุ่นแม่และมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก และถือเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิต ที่เรียบง่าย กรรมวิธีในการแปรรูปวัตถุดิบจากธรรมชาติให้เป็นอาหารประเภทต่างๆ มีการพัฒนา ปรับปรุงให้มีคุณภาพดีขึ้น “การทำน้ำตาลพื้นบ้าน” เป็นกรรมวิธีแปรรูปวัตถุดิบจากธรรมชาติให้ เป็นอาหารไทยได้ทั้งคาวและหวาน ซึ่งจะประกอบด้วยวัสดุอุปกรณ์ ดังนี้

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1. พะอง (ไม้ไผ่ใช้สำหรับขึ้นต้นมะพร้าว) ตาพะอง    | 2. กระทะ                 |
| 3. กระบอกรอน้ำตาล เป็นไม้ไผ่ หรือพลาสติก หูกระบอก | 4. ไม้พะยอม, ไม้เคี่ยม   |
| 5. มีดปาดตาล                                      | 6. ฟืน                   |
| 7. อุปกรณ์ใช้บรรจุ เช่น หม้อตาล, ปีบ, ถุงพลาสติก  | 8. เตาทาล                |
| 9. ไม้วีน้ำตาล (ลวดกะทึงน้ำตาล)                   | 10. ผ้ากรองน้ำตาล        |
| 11. โพงตักน้ำตาล                                  | 12. โคครอบน้ำตาล         |
| 13. เนียนปาดน้ำตาล                                | 14. เสวียน (ที่รองกระทะ) |
| 15. เครื่องปั่นน้ำตาลด้วยมอเตอร์                  | 16. ไม้คานหาบกระบอก      |
| 17. ที่ล้างกระบอก                                 |                          |

(ศึกษาดูงานวิธีทำน้ำตาลมะพร้าว สมุทรสงคราม, 2553 : ออนไลน์)

ในการทำน้ำตาลจะเริ่มจากการคัดเลือกมะพร้าวพันธุ์เล็ก โดยคัดเอาลูกมะพร้าวที่ได้จากแม่พันธุ์ที่ดี นำมาปลูกในหลุมกว้าง 1 เมตร ยาว 1 เมตร ลึกประมาณ 2 ศอก ระยะห่างระหว่างต้นประมาณ 8 ศอก นำเอาพวกเศษใบไม้ ใบหญ้า มารองกั้นหลุม นำลูกมะพร้าวที่เลือกไว้ลงวางในหลุมแล้วกลบให้มิด รดน้ำ กำจัดศัตรูพืช เช่น ดั้วมะพร้าวไม่ให้มากัดทำลาย หลังจากนั้นเมื่อมะพร้าวอายุได้ 2 ปีก็จะออกผล และครบ 3 ปีก็จะสามารถผลิตน้ำตาลได้อย่างเต็มที่ (ทวีป แจ่มไทย, 2553 : สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.5 ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 1  
แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553



ภาพที่ 4.6 ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 2

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553

เริ่มแรกจะนำพะองไปพาดที่ต้นมะพร้าวตาล เพื่อใช้ขึ้นไปเก็บน้ำตาลสด ซึ่งการจะได้น้ำตาลมานั้นต้องมีการคัดเลือกวงโดยเลือกวงที่ไม่แก่เกินไปและอ่อนเกินไป โดยสังเกตจากวงน้อง ถ้างวงน้องยาวประมาณ 1 คืบ ก็สามารถปาดวงที่เพื่อเอาน้ำตาลได้ แต่ถ้างวงน้อยยาวเลย 1 คืบไปแล้ว วงจะแก่เกินไปจนไม่มีน้ำ จากนั้นก็ขึ้นนำกระบอกรับน้ำที่เลือกและปาดแล้ววงหนึ่งถ้ามีน้ำออกดีจะได้น้ำตาลเป็นลิตร โดยปกติการขึ้นมะพร้าววันหนึ่งจะขึ้น 2 ครั้ง แต่ถ้าหากขึ้นลงวันละครั้งจะต้องใส่สารกันบูดเพื่อไม่ให้น้ำตาลเสียโดยต้องขึ้นมะพร้าวช่วงเช้า (ไม่ควรเกิน 10.00 น. เพราะจะทำให้น้ำตาลหวานมันน้อยลงและมีแบคทีเรีย) และช่วงเย็น ทิ้งไว้คร่าวๆ

ไม่เกิน 16 ชั่วโมง ต้องไม่ใส่สารกันบูด เป็นน้ำตาลปลอดสารที่มีความบริสุทธิ์ กระจกที่รองน้ำตาลต้องล้างให้สะอาดใส่ไม้พะยอม(เปลือกไม้ลับ) เพื่อฆ่าเชื้อ ไม่ให้เกิดการบูดเน่า ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านสมัยปู่ย่าตายาย โดยไม้พะยอมสามารถหาซื้อได้ในราคาประมาณ 6 กิโลกรัม 55 บาท (ครอบครัวพันธ์เจริญ, 2553 : สัมภาษณ์) และต้องขึ้นมะพร้าวให้เป็นเวลา หลังจากได้น้ำตาลมากก็ต้องเอามากรอง เอาไม้พะยอมออก และนำน้ำตาลตั้งกระทะเคี่ยวหากน้ำตาลเดือด ใช้โคลนอบก้นน้ำตาลล้น แล้วเคี่ยวน้ำตาลต่อไปด้วยไฟอ่อนๆ จนงวด (ไฟมีผลต่อสีของน้ำตาลและความเร็วในการเคี่ยวน้ำตาล หากใช้ไฟแรงจะใช้เวลาในการเคี่ยวประมาณ 1 ชั่วโมงกว่า)



ภาพที่ 4.7 ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 3  
แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553

เดิมการทำน้ำตาลมะพร้าวจะไม่มีกรรมผสม แต่ปัจจุบันทุกเตาต้องผสมน้ำตาลทรายเพื่อให้ น้ำตาลแห้ง (นายณรงค์ ธรรมะสวัสดิ์) จากนั้นจะคอยช้อนฟองออก เมื่องวดก็นำมากรองด้วยผ้า แก้ว แล้วปั่นประมาณ 10 นาทีและทิ้งให้เย็น หยอดใส่พิมพ์ ซึ่งน้ำตาลสด 7 ปีบ จะเคี่ยวน้ำตาลได้ 1 ปีบ (30 ก.ก.)



ภาพที่ 4.8 ขั้นตอนการทำน้ำตาลมะพร้าว 4  
แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553

ส่วนอื่นๆ ของมะพร้าว เช่น ก้านและอื่นๆ นำมาเป็นเชื้อเพลิง ลูก (ชาย) ลำต้น ต้องจ้างคนมาตัด (ไม่สามารถขายได้) กะลา หลังจากขูดเอาเนื้อมะพร้าวขาวไปแล้วก็จะนำไปขาย (ครอบครัว พันธุ์เจริญ, 2553 : สัมภาษณ์) แต่ในสภาวะการณปัจจุบัน เกษตรกรในหลายๆ พื้นที่ ซึ่งประกอบอาชีพทำตาลหรือปลูกมะพร้าว และเคี้ยวน้ำตาลจากตาลหรือมะพร้าว กำลังประสบปัญหาวิกฤต เช่น การขาดแคลนเชื้อเพลิง น้ำตาลไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน ทำให้ผลผลิตต่ำและมีราคาถูกลง เกิดปัญหาคนยากจนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรบางพื้นที่เลิกประกอบอาชีพนี้ และเกิดการขาดแคลนแรงงานขึ้นต้นตาลตามมา เนื่องจากชาวบ้านที่ด้อยการศึกษาหันไปทำงานโรงงานกันเพราะไม่ชอบทำตาล แต่ละหมู่บ้านจึงมีจำนวนเตาตาลลดลงเหลืออยู่ไม่ถึงครึ่งของทั้งหมด นอกจากนี้ น้ำตาลที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานที่หาซื้อได้ตามท้องตลาดนั้น มักจะมีสารเจือปนต่างๆ อยู่เป็นองค์ประกอบหลัก ทำให้รสชาติ กลิ่น และเนื้อ (Texture) ของอาหารเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในการซื้อ ส่งผลให้ธุรกิจในการทำน้ำตาลมะพร้าวหรือการส่งน้ำตาลมะพร้าวไปจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ ประสบปัญหาและเกิดธุรกิจทำน้ำตาลเทียมหรือที่เรียกกันว่าน้ำตาลหลอมขึ้นมาเป็นจำนวนมากเพื่อทดแทนน้ำตาลมะพร้าวของแท้ที่

นับวันเริ่มจะหาได้ยากขึ้น แต่การที่ตลาดน้ำได้รับความสนใจมากขึ้นก็ทำให้ชาวบ้านสนใจกลับมาทำเตาตาลมากขึ้น แต่ก็ยังไม่เท่าในอดีต (ศึกษาดูงานวิธีทำน้ำตาลมะพร้าว สมุทรสงคราม, 2553 : ออนไลน์)

สำหรับพื้นที่ที่ยังคงสภาพเป็นสวนที่ยังมีการปลูกหอม กระเทียม ยาจัด ผักล้มลุกในลักษณะของสวนเตียนจะอยู่ในพื้นที่เขตบางคนที และดอนมะโนรา

จะเห็นได้ว่าการดำรงชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่ตำบลท่าคานี้มีความผูกพันกับแม่น้ำลำคลองดังจะเห็นได้จากการที่แต่ละบ้านมีเรือประจำบ้านอย่างน้อยหลังละ 1 ลำ ทำให้ชาวบ้านตำบลท่าคามีการใช้เรือเป็นพาหนะหลักในการเดินทางไปมาหาสู่กันอย่างเป็นปกติ เรือที่นิยมใช้กันภายในพื้นที่คือ เรือสำปั้น เรือบด(พระภิกษุ) เรือมาด มีหลายขนาด ขนาดใหญ่สุดสามารถบรรทุกคนได้ถึง ๕๐ คน ปัจจุบันมีการใช้เรือหางยาว เรือแจว (นางฐานิดา สีเหลือง)



ภาพที่ 4.9 เรือมาด

แหล่งที่มา : เรือมาด, 2553 : ออนไลน์

โดยเรือสำปั้น โดยทั่วไปจะมีลักษณะห้วงอน ทำยงอน บรรจุคนได้ประมาณ 4-5 คน แบ่งออกเป็นสำปั้นน้ำจืดและสำปั้นน้ำเค็ม เป็นเรือที่ใช้ในการขายของ เทียบได้กับรถยนต์ส่วนบุคคล ลักษณะเรือสำปั้นน้ำเค็ม จะไม่มีหัว หัวท้ายจะยาวเสมอกัน เพื่อป้องกันคลื่นเข้ามาในลำเรือ นอกจากนี้ยังมีเรือสำปั้นจีน ซึ่งมีลักษณะห้วงอน ทำยงอน มีความเรียวยาวมากกว่าเรือสำปั้นธรรมดาแต่จะมีขนาดเล็กกว่า





ภาพที่ 4.10 เรือสำปั้น

แหล่งที่มา : เรือสำปั้น, 2553 : ออนไลน์

ส่วนเรือสำปั้นนี้จะมีลักษณะคล้ายเรือสำปั้นแต่หัวจะไม่งอนและมีขนาดเล็กกว่าเรือสำปั้น บรรจุคนได้ประมาณ 2 คน เรือชนิดนี้เป็นเรือที่พระใช้บิณฑบาตตอนเช้า นั่งได้คนเดียว ลำเรือมีขนาดเล็ก ช่วงหัวและช่วงท้ายแหลม

นอกจากนี้แล้วก็ยังมีเรืออีป้าบ ใช้บรรทุกของ ค้าขาย เดิมจะใช้บรรทุกพืน น้ำตาล เทียบได้กับรถกระบะ ส่วนขนาดก็แล้วแต่จะใช้ทำอะไร หรือหากใช้ขนของก็ขึ้นอยู่กับปริมาณในการบรรทุก ส่วนเรือแปะ คือ เรืออีป้าบเล็ก มีขนาด 8 ศอก 10 ศอก 3 วา 2 ศอก 4 วา ส่วนอีป้าบใหญ่ จะใช้ในการขนของ และรับส่งนักท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ส่วนมากจะใช้เครื่องยนต์ในการขับเคลื่อน (จรรยา เจือไทย, พรทิพย์ เจริญรัตน์, สุพจน์ ศรีประเสริฐ, นีรดา จิรดาโชติการ และวิมลทิพย์ ลิ้มภูติวัฒน์, 2553 : สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.11 เรือเปียบ

แหล่งที่มา : เรือเปียบ หรือบางครั้งเรียกว่าเรือเตะ, 2553 : ออนไลน์

#### 4.2.2 สินค้าและการแปรรูป

สินค้าหลักในอดีตของพื้นที่ท่าคา คือ พืชล้มลุก จำพวกพริก หอม กระเทียม พืชล้มลุก ถั่ว ลิสง ถั่วระ ยาจืด ฯลฯ แต่ระยะหลังสินค้าเหล่านี้ทำรายได้ได้ไม่ดีนัก ชาวบ้านจึงหันมาปลูก มะพร้าว (นายวินัย นุชอุดม, จุฑาญ เจือไทย, นิรดา จิรดาโชติการ, วิมลทิพย์ ลิ้มภูติวัฒน์ สัมภาษณ์) ที่ชุมชนท่าคาเน้นการขายมะพร้าวในรูปแบบของน้ำ เดิมประมาณพ.ศ. 2520 จะนิยมขายมะพร้าว ชาวเป็นลูกสดเพื่อกินน้ำ ทำมะพร้าวเผา แต่นักท่องเที่ยวไม่นิยมซื้อจึงไม่มีให้เห็นมากนักในวันเสาร์-อาทิตย์ แต่มะพร้าวอ่อนจะมีการขายกันมากในวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อเป็นเครื่องดื่มดับ กระหายให้แก่นักท่องเที่ยว โดยจะขายลูกละประมาณ 7-10 บาท ส่วนการแปรรูปมะพร้าวนั้นมา เกิดขึ้นในภายหลัง เพราะได้รายดีกว่า (ได้ทุกวัน) จึงทำให้การทำน้ำตาลมะพร้าวกลายเป็นอาชีพ หลักในพื้นที่ตำบลท่าคาดังที่เห็นในปัจจุบัน แต่การขายมะพร้าวเป็นลูกจะได้รายได้ 3-3.5 เดือน ครั้ง แต่ที่เห็นมีการขายมะพร้าวเป็นลูกเนื่องจากเจ้าของสวนอายุมากและไม่มีแรงงานที่จะขึ้นตาล ระยะหลังจึงหันมาทำสวนตาลกันหมด นอกจากนี้แล้วยอดมะพร้าวสามารถนำไปประกอบอาหาร ได้ มีคนมารับซื้อใบมะพร้าวและก้านมาแปรรูปทำเครื่องจักรสาน เช่น ฝาชี กระจาด ตะกร้า มะพร้าวแห้งๆ ที่ตกลงมาจากต้น ก็สามารถนำมาทำฟืน ส่วนลำต้นที่แก่มากก็นำมาทำ

เฟอร์นิเจอร์ กะลาก็นำไปทำเฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ เช่น สร้อยคอ กระดุม การทำน้ำตาลก้อน ถือเป็นภูมิปัญญาที่มีมาแต่โบราณ นิยมทำเป็นน้ำตาลก้อนเล็กๆ น้ำตาลปึก เพื่อขายเป็นของฝาก สำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนน้ำตาลปืบจะทำเพื่อขายคราวละมากๆ เป็นการขายส่งให้กับพ่อขาย ภายนอก ซึ่งจะนำรถมารับถึงเตาตาล (นายวินัย นุชอุดม, ทวีป เจือไทย, สัมภาษณ์) ส่วนน้ำตาลไซรับเป็นการเรียนรู้ภูมิปัญญาเดิมและทดลองสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ เพื่อให้ได้น้ำตาลจากมะพร้าว ร้อยเปอร์เซ็นต์ และสามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น โดยเทคนิคที่สำคัญ คือ ไม่อุ่น น้ำตาลไซรับ มีลักษณะเหมือนน้ำผึ้ง แต่มีขั้นตอนที่ละเอียดกว่า คือ น้ำตาลที่ได้มาจากต้นต้องเป็นน้ำตาลสดที่ เก็บมาตอนเช้าแล้วนำมาเคี่ยว (ไม่สามารถพักค้างคืนได้) ต้องเคี่ยวรวดเดียวจนได้ที่ ถ้าอุ่นใหม่ จะจะทำให้น้ำตาลไม่เหนียว รสชาติเปลี่ยน เป็นตะกอน น้ำตาลไซรับจะเป็นน้ำตาลมะพร้าวร้อย เปอร์เซ็นต์ มีลักษณะใส ไม่คือน้ำรูป มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และไม่ทำให้อ้วน ไม่มีคลอเรสเตอรอล สามารถขายได้ราคาดีกว่าน้ำตาลก้อน (นางฐานิดา สีเหลือง, นายณรงค์ ธรรมะสวัสดิ์, 2553 : สัมภาษณ์)

นอกจากนี้แล้วภายในตำบลท่าคายังมีกลุ่มจักรสานที่ก้านมะพร้าวมาแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อใช้งาน โดยส่วนใหญ่เน้นของใช้ที่ใ้ใช้ฝีมือในการทำ และการใช้งานภายในครัวเรือน เช่น ฝาชี ตะกร้า เป็นต้น ทำให้งานมีความละเอียดสวยงาม นอกจากนี้การจักรสาน ลวดลายต่างๆ เป็นการคิดค้นขึ้นจากภูมิปัญญาของชาวบ้านโดยประธานกลุ่มจักรสาน ซึ่งจะคิด และทำชิ้นงานขึ้นโดยไม่ได้มีการวาดแบบร่างหรือคำนวณล่วงหน้า ทำให้เพื่อต้องการที่จะถ่ายทอด ความรู้ไปยังรุ่นต่อมานั้นต้องใช้การสอนจากผู้คิดค้นลายขึ้นเท่านั้น ไม่สามารถที่จะเรียนรู้ด้วยตนเองได้ โดยขั้นตอนในการทำนั้นจะมีความละเอียดอ่อนเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 4.12 เครื่องจักรสานจากทางมะพร้าว

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 18 ตุลาคม 2553

การสานก้านมะพร้าวจะเริ่มจากการการคัดเลือกทางมะพร้าวที่ต้องยังคัดเฉพาะยอดอ่อนที่มีสีเขียวอ่อนๆ เพื่อให้มีความอ่อนสามารถดัดให้โค้งตามรูปทรงได้ โดยส่วนมากก้านมะพร้าวที่ได้



ภาพที่ 4.13 การสานทางมะพร้าว 1

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 18 ตุลาคม 2553

มาแล้วต้องมีการนำมาเหลาให้เรียบและรีบขึ้นรูป มิฉะนั้นก้านจะแข็งและแตกเมื่อสาน หลังจากนั้นก็ขึ้นรูปเป็นชิ้นงาน



ภาพที่ 4.14 การสานทางมะพร้าว 2

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 18 ตุลาคม 2553

ผลิตภัณฑ์จักรสานของ ตำบลท่าคานันต์ได้รับรางวัลสินค้า...ของตำบล และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ แต่เนื่องจากภูมิลักษณ์ของประจักษ์กลุ่มจักรสานและชาวบ้านในชุมชนมีจำนวนน้อยที่สามารถผลิตชิ้นงานได้ จึงทำให้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเป็นสินค้าส่งออกได้ เนื่องจากปริมาณในการส่งสินค้าแต่ละคราวมีจำนวนมาก ทำให้ปัจจุบันกลุ่มจักรสานมีจำนวนสมาชิกอยู่เพียง 3-5 คน ซึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัว สินค้าที่ผลิตขึ้นมานั้นจะผลิตตามสั่ง โดยไม่มีวางขายในตลาดน้ำ

ส่วนการแปรรูปเป็นสินค้าอื่นๆ ก็นิยมแปรรูปโดยอาศัยพืชหลักของพื้นที่คือ มะพร้าวหรือน้ำตาลมะพร้าวโดยการแปรรูปเป็นขนมถ้วย ขนมใส่ไส้ ข้าวต้มมัด ขนมกล้วย นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปมะม่วงเป็นมะม่วงกวนด้วย ส่วนการเลี้ยงกุ้งในตำบลท่าคาไม่ค่อยแพร่หลายมากนัก เมื่อเทียบกับการทำน้ำตาล เพราะการเลี้ยงกุ้งต้องใช้ต้นทุนสูง ต้องขุดบ่อ และในพื้นที่ตำบลท่าคายังไม่เอื้ออำนวยต่อการเลี้ยงกุ้ง การเลี้ยงกุ้งในตำบลท่าคาจะมีอยู่เพียงสองบ่อซึ่งจะอยู่ในหมู่ ๙ และผ้าหมัดย้อมในตำบลท่าคาจะทำกันอยู่ในหมู่ที่ 6 โดยให้ชาวบ้านในตำบลท่าคาไปเรียนรู้การทำผ้าหมัดย้อม ผ้าหมัดย้อมของตำบลท่าคาจะใช้วัสดุจากธรรมชาติเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันการทำผ้าหมัดย้อมเริ่มซบเซาลง ทำให้กุ้งและผ้าหมัดย้อมไม่ถือเป็นสินค้าหลักในตำบลท่าคา (ทวีป แจ่มไทย, 2553 : สัมภาษณ์)

#### 4.2.3 การแลกเปลี่ยนสินค้า

ในพื้นที่ตำบลท่าคามีวัฒนธรรมการค้าขายมาเป็นร้อยปี ซึ่งได้รับความนิยมจากชาวบ้านในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงเป็นอย่างมาก ทำให้มีเรือที่มากำขายแลกเปลี่ยนหนาแน่น โดยเฉพาะในวัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าจะมีการนัดพบเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้ากันทุกๆ 5 วัน (นายวินัย นุชอุดม, 2553 : สัมภาษณ์) พื้นที่ตำบลท่าคามีการปลูกผักเหมือนๆ กัน ไม่สามารถซื้อขายกันได้ จึงใช้การแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายกับต่างถิ่น ซึ่งการซื้อขายมักจะเกิดขึ้นกับเรือใหญ่ที่มาจากท้องถิ่นอื่น เช่น ปากท่อ ราชบุรี อัมพวา ที่ตลาดนัดกรอบแก้ว ตลาดนัดบางน้อย



ภาพที่ 4.15 การแลกเปลี่ยนสินค้าในปัจจุบัน 1

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553

เดิมในตำบลท่าคาส่วนใหญ่จะแลกเปลี่ยนกันโดยเปรียบเทียบราคาตามความพอใจของแต่ละบุคคล กล่าวคือ หากมีการพบปะพูดคุยกันแล้วรู้สึกถูกอัธยาศัยก็จะแลกเปลี่ยนสินค้าต่างๆ กัน แต่หากมีความต้องการที่จะบริโภค หมู ไก่ เนื้อสัตว์ต่างๆ ต้องซื้อจากตลาดภายนอกพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนสินค้าท้องถิ่นกับอาหารทะเล ปลาแห้ง ดัวย (จรรยา เจือไทย, 2553 : สัมภาษณ์) ส่วนปลาน้ำจืดสามารถหาได้ตามร่องสวน โดยมักเป็นปลาช่อน ปลาตะเพียน ปลาน้ำจืดต่างๆ รวมถึงกุ้งก้ามกราม ปูทะเล แต่หากเป็นพวกพืชผัก จะใช้การแลกกันภายในพื้นที่ การซื้อขายในพื้นที่ที่มีบ้างแต่น้อย จะเห็นได้ว่าการแลกเปลี่ยนสินค้าจะแลกเปลี่ยนของที่ปลูกกันภายในพื้นที่ของตนเองโดยอาศัยทางน้ำในการสัญจร แต่เมื่อความเจริญเข้ามาภายในชุมชน มีการตัดถนนการเดินทางก็มีความสะดวกมากขึ้น เป็นผลให้มีรถยนต์นำสินค้าต่างๆ เข้า-ออกเพื่อไปขายนอกพื้นที่ได้ การมีห้างสรรพสินค้า และตลาดบก รวมถึงการที่ชาวบ้านในพื้นที่ก็สามารถออกไปประกอบอาชีพนอกตำบลได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้มีชาวบ้านประกอบอาชีพทำสวนตาลน้อยลง และปัจจุบันการแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีการสัญจรทางน้ำก็น้อยลงด้วย แต่ในวัน 2 ค่า 7 ค่า 12 ค่าก็ยังคงมีเรือมากอยู่โดยแม้ค่าจะมีตารางในการค้าขายอยู่ทุกวันใดต้องไปตลาดใด จากการที่มี

บุคคลภายนอกเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นทำให้ตลาดน้ำท่าคาเน้นการซื้อขายเป็นส่วนใหญ่ อาจเนื่องมาจากไม่คุ้นเคยกับบุคคลภายนอก แต่ก็ยังสามารถพบเห็นได้จากผู้สูงอายุที่อยู่ภายในตำบลซึ่งยังคงยึดถือวัฒนธรรมการค้าเนินชีวิตแบบเดิมไว้ (จรรยา เจือไทย, นางฐานิดา สีเหลือง, ณรงค์ ธรรมสวัสดิ์, นายวินัย นุชอุดม, 2553 : สัมภาษณ์) รายได้หลักของคนในพื้นที่ท่าคามาจากมะพร้าว ซึ่งสามารถเพาะปลูกได้ง่ายกว่าและใช้เวลาน้อยกว่าสวนเตียน ปัจจุบันมีการทำเตาตาลในหมู่ 10 มีประมาณสิบหลังคาเรือนจากหกสิบกว่าหลังคาเรือน พี่ชผักในปัจจุบันมีการเพาะปลูกไว้เพื่อรับประทานในครัวเรือนบ้าง คนนอกพื้นที่ที่มักเข้ามาค้าขายส่วนใหญ่เป็นคนแม่กลอง บางน้อยนอก อัมพวา โดยการค้าขายที่เกิดขึ้นในพื้นที่แต่เดิมเกิดขึ้นในช่วงน้ำขึ้นแต่ 2 คำ 7 คำ 12 คำ เนื่องจากมีน้ำมาก แต่ปัจจุบันเพิ่มเสาร์-อาทิตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาในพื้นที่ได้สะดวกขึ้น ผู้บริหารระดับท้องถิ่นต้องการที่จะอนุรักษ์การค้าขายแบบดั้งเดิมไว้จึงได้มีการควบคุมระบบการค้าภายในพื้นที่ โดยตั้งราคาที่เป็นมาตรฐาน และปลูกฝั่งให้แม่ค้าซื้อสัตว์ต่ออาชีพ ติดราคาสินค้า ไม่นำให้คนนอกเข้ามาค้าขาย(ณรงค์ ธรรมสวัสดิ์, 2553 : สัมภาษณ์) บทบาทสำคัญของตลาดน้ำท่าคา คือ เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้า กระจายสินค้าให้กับชุมชน การมีตลาดน้ำท่าคา ทำให้ชาวบ้านสามารถกำหนดราคาสินค้าขึ้นมาได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีอาชีพเพิ่มขึ้น คือ มีการพายเรือพานักท่องเที่ยวเที่ยว มีการบริหารจัดการในชุมชนกันเอง เช่น โฮมสเตย์ กลุ่มเรือพาย เป็นต้น (นางฐานิดา สีเหลือง, 2553 : สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.16 การแลกเปลี่ยนสินค้าในปัจจุบัน 2

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553

#### 4.2.4 ความเชื่อในการประกอบอาชีพ



ภาพที่ 4.17 บริเวณศาลเจ้าแม่ตัวเนี้ย

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 18 ตุลาคม 2553

สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวบ้านในตำบลท่าคานับถือ คือ เจ้าแม่ตัวเนี้ย สำนักทรงตัวเนี้ย แม่ตัวเนี้ย และ หลวงพ่อวัดบ้านแหลม สำหรับความเชื่อเรื่องสำนักทรงของเจ้าแม่ตัวเนี้ยนั้น เชื่อกันว่ามีอายุมา ประมาณ 100 ปี มาพร้อมกับตระกูลคนจีน และได้มาตั้งศาล ให้คนสักการะและมีร่างทรงให้ เคารพ การนับถือเจ้าแม่ตัวเนี้ยนั้นเกิดจากการที่ในสมัยก่อนชาวบ้านในตำบลท่าคาไม่มีที่พึ่งด้าน การรักษาโรคภัยไข้เจ็บ เนื่องจากโรงพยาบาลอยู่ไกลจากชุมชน และลำบากในการเดินทาง การแพทย์ในพื้นที่ไม่เจริญเท่าที่ควร โดยในอดีตจะเชื่อว่าคนที่ป่วยเกิดจากการถูกของขลัง ซึ่ง ปัจจุบันก็ยังคงมีความเชื่อดังกล่าวอยู่บ้าง โดยสำนักทรงเหล่านี้เป็นสำนักทรงของคนไทยมากกว่า คนจีน เนื่องจากคนจีนแท้ๆ จะไม่มีการทรงเจ้า โดยส่วนมากผู้ที่มากราบไหว้สักการะศาลเจ้าแม่ตัว เนี้ยจะเป็นนักธุรกิจ ซึ่งอยู่นอกพื้นที่ ส่วนชาวสวนในตำบลท่าคาที่เคารพและศรัทธาศาลเจ้าแม่ตัว เนี้ยก็จะมาขอพรและนำธูป ไปปักไม้ไว้ในสวนเพื่อให้พืชผลได้ผลผลิตดี (นายวินัย นุชอุดม, จุฑญา เจือไทย, ทวีป เจือไทย, 2553 : สัมภาษณ์)





ภาพที่ 4.18 ศาลเจ้าแม่ตัวเนี้ย

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 18 ตุลาคม 2553

แม่ย่านางเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้พายเรือค้าขายเคราพและสักการะ ทุกครั้งที่ออกเรือไปขายของ พ่อค้า แม่ค้า จะต้องไหว้แม่ย่านางเรือก่อนออกเรือเสมอ เพราะเชื่อว่าจะคุ้มครองให้ขายดี เป็นสิริมงคลในการค้าขาย มีสุขภาพแข็งแรง มีเงินมีทอง คุ้มครองให้ปลอดภัยในการเดินทาง และมีความเชื่อว่าจะไม่ให้เหยียบที่หัวเรือเวลาขึ้น-ลง จะมีการบูชาก่อนที่จะออกไปค้าขาย โดยใช้พวงมาลัยและนำของที่จะออกไปขายมาเช่นไหว้ หรือบางครั้งก็แบ่งข้าว ผลไม้ ของที่ใช้ไหว้วางไว้ที่ กาบเรือคล้ายกับการไหว้เจ้าที่ บางคนจะใช้ธูปไหว้ด้วย บางคนก็ไม่ใช้ ส่วนจำนวนธูปยังไม่ทราบแน่ชัด บางคนจะเอาสายสิญจน์ผูก เวลาจะไปค้าขาย ก็จะมีการทำขวัญแล้วปิดทอง ในช่วงเทศกาลตรุษจีน สารทจีน จะมีการไหว้แม่ย่านางครั้งใหญ่ (นายณรงค์ ธรรมะสวัสดิ์, นางฐานิดา สีเหลือง, จริญญา เจือไทย, สัมภาษณ์) นอกจากนี้แล้วบางบ้านที่ทำน้ำตาลจะไหว้เตาทุกครั้งที่เปิดเตา แต่บางบ้านจะไหว้เตาปีละครั้งในช่วงวันตรุษจีน เพื่อแสดงความเคารพ เพราะชาวบ้านมีความ

เชื่อว่าเตาทุกเตาจะมีแม่ย่านางเตาสิงสถิตอยู่ อีกอย่างหนึ่งคือแสดงความเคารพเตาเพราะเตาเป็นแหล่งทำมาหากินสร้างกินของผู้ทำน้ำตาล (ทวีป แจ่มไทย, 2553 : สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.19 การบูชาแม่ย่านางเตา

แหล่งที่มา : ตำบลท่าคา, ถ่ายเมื่อ 19 เมษายน 2553

จากการที่ในตำบลมีความเชื่อในลักษณะดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อความศรัทธาในพุทธศาสนาแต่อย่างใด เนื่องจากชาวบ้านยังแวะเวียนมาทำบุญในวันสำคัญต่างๆ และยังคงมีกิจกรรมที่ต้องออกไปปฏิบัติภายนอกวัดเป็นครั้งคราว (พระครูสมุทรรชัชคุณ, 2553 : สัมภาษณ์)

#### 4.2.5 ภูมิปัญญา

##### ลักษณะของความรู้

- ความรู้ชัดแจ้ง คือ มนุษย์มีการอาศัยและพึ่งพากัน ความเป็นธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างลงตัว สอดคล้องและไม่ทำลายธรรมชาติ ดังที่ชาวบ้านแต่โบราณจะสังเกตเห็นว่า น้ำทะเลมันจะหนุนขึ้นมามากในวัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ ซึ่งมากพอที่จะทำให้น้ำไหลเข้าตามคลองต่างๆ ได้ และสามารถเข้ามาถึงยังตำบลท่าคาได้ คนแม่กลองที่มีอาชีพประมงประมาณตีสามตีสี่ก็จะพายเรือเข้ามาตามคลอง ซึ่งก็จะมาสว่างและพบกันที่ตลาดน้ำท่าคา ประมาณหกโมงเช้าพอดี พอช่วงน้ำลดช่วงบ่าย ๆ น้ำก็จะไหลย้อนกลับพอดำแม่ค้ำ ที่มาจากใน

เมืองก็จะพายเรือตามน้ำกลับ จุดนี้ก็อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่พ่อค้า แม่ค้า ใช้หลักน้ำขึ้น น้ำลง เพื่อเป็นหารทุนแรงในการพายเรือ (วินัย นุชอุดม, ทวีป เจือไทย, 2553 : สัมภาษณ์)

- ความรู้โดยนัย คือ จะเห็นว่าการผลิตน้ำตาลมะพร้าว มีเทคนิคและเคล็ดลับ การทำมากมาย ที่คาดไม่ถึงว่าคนในสมัยก่อน จะมีความคิดและมีการทำน้ำตาลมะพร้าว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการทำน้ำตาล คือ การใส่ไม้พะยอม (เปลือกไม้สับ) เพื่อฆ่าเชื้อ ไม่ให้เกิดการบูดเน่า การแก้ปัญหาน้ำตาลเป็นฟองอันเนื่องมาจาก อุณหภูมิของอากาศที่ร้อนมาก ทำให้เชื้อโรคแพร่พันธุ์ในช่วงอุณหภูมิดังกล่าวได้ดี ดังนั้นการเก็บน้ำตาลมะพร้าวจึงต้องเก็บน้ำตาลมะพร้าวในช่วงที่อากาศยังไม่ร้อนมาก และต้องนำน้ำตาลมะพร้าวจากสวนมาต้มเคี่ยวให้เร็วที่สุดเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อโรคและน้ำตาลไม่เสีย ใช้เวลาให้เหมาะสมซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านสมัยปู่ย่าตายาย ส่วนกระบอกรองน้ำตาลที่เกษตรกรใช้ ต้องมีการล้างทำความสะอาด โดยใช้การต้มในน้ำร้อนประมาณ 1 นาที เพื่อช่วยฆ่าเชื้อโรคที่อาศัยในกระบอกรองได้ แต่หากลวก จุ่มแล้วเอาขึ้น ตามขอบมุมของกระบอกรองอาจไม่สะอาด การฆ่าเชื้อโรคไม่ทั่วถึง จึงเป็นแหล่งสะสมเชื้อโรคได้ (ครอบครัวพันธ์เจริญ, 2553 : สัมภาษณ์) นอกจากนี้เทคนิคการปาดตาลให้น้ำตาลออกดี ก่อนปาดจั้นทุกครั้งให้ใช้มีดตาลแตะบริเวณหน้าผลกาตาลก่อน เป็นการกระตุ้นให้เกสรกระทะเพื่อน จั้นมะพร้าวจะได้ไม่เกิดผลเล็ก ๆ เมื่อปาดตาลจะทำให้น้ำตาลออกดีขึ้น

ในส่วนของเตาที่ใช้ในการประกอบอาชีพนั้น พบว่ามีภูมิปัญญาในการสร้างเตาที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละยุคสมัย ในช่วงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 จะเรียกเตาชนิดนี้ว่าเตารุ่น เตารุ่นจะมีลักษณะก่ออิฐขึ้นมาเป็น 4 เหลี่ยม มีช่องวางกระทะ 1 ช่อง ไม่มีปล่อง ต่อมามีการพัฒนาเพิ่มเป็นสองช่องจึงเรียกว่าเตาแฝด จนปัจจุบันพัฒนามาเป็นเตาปล่องซึ่งจะมีปล่อง มีช่องวางกระทะหลายช่อง และเตาเคี่ยวน้ำตาลจะใช้เชื้อเพลิงหลักคือฟืน (ทวีป เจือไทย, 2553 : สัมภาษณ์)

### 4.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงต่อการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามจากผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 277 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 250 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.25 โดยผลการวิเคราะห์ดังนี้

#### 4.3.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	95	38.0
หญิง	155	62.0
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ อายุ 25 ปี	71	28.4
อายุ 25-50 ปี	129	51.6
อายุ 51 ปีขึ้นไป	50	20.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ไม่ได้เรียนหนังสือ	7	2.8
ประถมศึกษา	46	18.4
มัธยมศึกษา หรือปวช.	34	13.6
อนุปริญญา หรือปวส.	30	12.0
ปริญญาตรี	117	46.8
สูงกว่าปริญญาตรี	16	6.4

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
พ่อบ้าน แม่บ้าน	23	9.2
รับจ้างทั่วไป	47	18.8
พนักงานเอกชน	46	18.4
ธุรกิจส่วนตัว	36	14.4
รับราชการ	35	14.0
นักเรียน/นักศึกษา	47	18.8
อื่น ๆ (ครูอัตราจ้าง ครูผู้ช่วย อาสาสมัคร ทำสวน ค้าขาย)	16	6.4
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	126	50.4
10,001-20,000 บาท	74	29.6
20,001 บาทขึ้นไป	50	20.0
รวม	250	100

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 25-50 ปี ร้อยละ 51.6 มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.8 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 18.8 รองลงมาคืออาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 18.4 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 50.4

#### 4.3.2 ระดับความต้องการในการสื่อความหมาย

ความต้องการในการสื่อความหมาย	Mean	S.D.	ระดับ
ด้านการบริการที่ใช้คน	3.85	0.83	มาก
ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	3.79	0.47	มาก
ด้านลักษณะของสื่อ	3.80	0.53	มาก
โดยภาพรวม	3.81	0.51	มาก

ตารางที่ 4. 2 แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมและรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับ ความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุก ๆ ด้านมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการบริการที่ใช้คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านลักษณะของสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

การบริการที่ใช้คน	Mean	S.D.	ระดับ
1. ความต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำบริเวณทางเข้าตลาดน้ำท่าคา	3.86	0.80	มาก
2. ความต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.16	3.66	มาก
3. ความต้องการเจ้าหน้าที่ประจำหน่วยบริการเคลื่อนที่	3.69	0.82	มาก
4. ความต้องการมีจุดเทศกั้ท้องถิ่นในการนำชมและทำกิจกรรมในตลาดน้ำท่าคา	3.77	0.81	มาก

การบริการที่ใช้คน	Mean	S.D.	ระดับ
5. ความต้องการการพูดคุยกับกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มผู้นำชุมชน	3.69	0.83	มาก
6. ความต้องการให้มีการสาธิตขั้นตอนการประกอบอาชีพที่มี ความสำคัญในท้องถิ่นของชาวบ้านตำบลท่าคา เช่น การทำ น้ำตาล การทำยาจืด	3.91	0.68	มาก
รวม	3.85	0.83	มาก

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการที่ใช้คน

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับ ระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการที่ใช้คน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยของความต้อกรในระดั้มากซึ่งเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความต้องการให้มีการสาธิตขั้นตอนการประกอบอาชีพที่มีความสำคัญในท้องถิ่นของชาวบ้านตำบลท่าคา เช่น การทำน้ำตาล การทำยาจืด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ความต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำบริเวณทางเข้าตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมและทำกิจกรรมในตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ความต้องการการพูดคุยกับกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มผู้นำชุมชนและความต้องการเจ้าหน้าที่ประจำหน่วยบริการเคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

การบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	Mean	S.D.	ระดับ
1. ความต้องการให้มีอุปกรณ์โสต เช่น เสียงตามสาย วิทยู ชุมชน เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำท่าคาและสถานที่ อื่น ๆ	3.77	0.81	มาก
2. ความต้องการให้มีคู่มือที่สามารถบันทึกเพิ่มเติม หรือมีเกม ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสนุกสนานตามเส้นทาง ที่จัดไว้	3.74	0.90	มาก
3. ความต้องการให้มีป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำท่าคา เพิ่มขึ้น เช่น ลี้นค้าที่น่าสนใจ วิถีชีวิต เป็นต้น	3.88	0.77	มาก

การบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	Mean	S.D.	ระดับ
4. ความต้องการให้มีป้ายนำทางเพื่อท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น การทำตาล การทำยาจัด เป็นต้น	3.97	0.74	มาก
5. ความต้องการให้มีคำบรรยายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การดำเนินชีวิต รวมถึงสิ่งที่น่าสนใจภายในตลาดน้ำท่าคา	3.86	0.74	มาก
6. ความต้องการให้มีสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำท่าคา เช่น ประวัติความเป็นมา แผนที่การเดินทางภายในพื้นที่ เป็นต้น	3.83	0.65	มาก
7. ความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในท้องถิ่น เช่น การเคียวตาล การหยอดตาล การพายเรือ เป็นต้น	3.71	0.73	มาก
8. ความต้องการให้มีการจัดห้องนิทรรศการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ของคนในท้องถิ่น	3.69	0.75	มาก
9. ความต้องการให้มีการจัดนิทรรศการนอกห้อง เช่น นิทรรศการขนมพื้นบ้าน นิทรรศการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา เป็นต้น	3.66	0.78	มาก
10. ความต้องการให้มีการจัดศูนย์ผู้มาเยือนเพื่อต้อนรับและหาข้อมูลในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	3.74	0.71	มาก
11. ความต้องการให้ตลาดน้ำท่าคา มีการจัดกิจกรรมหรือการให้ข้อมูลตามงานเทศกาลต่างๆ นอกพื้นที่เพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์	3.86	0.71	มาก
รวม	3.79	0.47	มาก

ตารางที่ 4. 4 แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับ ระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมี



ค่าเฉลี่ยของความต้องการในระดับมากซึ่งเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความต้องการให้มีป้ายนำทางเพื่อ  
 ท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น การทำตาล การทำยาจืด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97  
 ความต้องการให้มีป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำท่าคาเพิ่มขึ้น เช่น สิ้นค้าที่น่าสนใจ วิถีชีวิต  
 เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความต้องการให้มีคำบรรยายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาการ  
 ดำเนินชีวิต รวมถึงสิ่งที่น่าสนใจภายในตลาดน้ำท่าคาและความต้องการให้ตลาดน้ำท่าคามีการจัด  
 กิจกรรมหรือการให้ข้อมูลตามงานเทศกาลต่างๆ นอกพื้นที่เพื่อนำสถานที่ท่องเที่ยว และเป็น  
 การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความต้องการให้มีสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นข้อมูลในการ  
 ท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำท่าคา เช่น ประวัติความเป็นมา แผนที่การเดินทางภายในพื้นที่ เป็นต้น มี  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความต้องการให้มีอุปกรณ์โสต เช่น เสียงตามสาย วิทยุชุมชน เป็นต้น เพื่อให้  
 ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำท่าคาและสถานที่อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ความต้องการให้มีคู่มือที่  
 สามารถบันทึกเพิ่มเติม หรือมีเกมประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสนุกสนานตามเส้นทางที่  
 จัดไว้และความต้องการให้มีการจัดศูนย์ผู้มาเยือนเพื่อต้อนรับและหาข้อมูลในการท่องเที่ยวด้วย  
 ตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต  
 ในท้องถิ่น เช่น การเคียวตาล การหยอดตาล การพายเรือ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความ  
 ต้องการให้มีการจัดห้องนิทรรศการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ของคนใน  
 ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และความต้องการให้มีการจัดนิทรรศการนอกห้อง เช่น นิทรรศการ  
 ชนบทพื้นบ้าน นิทรรศการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

	รูปแบบในการนำเสนอ	Mean	S.D.	ระดับ
1.	ความต้องการให้มีการนำเสนอแบบเล่าเรื่อง รายละเอียดของวัฒนธรรมทางการค้าตลาดน้ำท่าคา	3.74	0.76	มาก
2.	ความต้องการให้มีการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของ ตลาดน้ำท่าคาที่สั้น กระชับ ได้ใจความหลักเท่านั้น	3.75	0.74	มาก
3.	ความต้องการให้มีการใช้ภาษาประกอบการนำเสนอที่เป็น ทางการของวัฒนธรรมทางการค้าตลาดน้ำท่าคา	3.70	0.70	มาก
4.	ความต้องการใช้ภาษาที่ทันสมัย เป็นกันเองในการนำเสนอ เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา	3.84	0.80	มาก
5.	ความต้องการให้มีรูปแบบในการนำเสนอที่ทันสมัย	3.68	0.88	มาก
6.	ความต้องการให้มีรูปแบบในการนำเสนอที่มีความเป็นท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เป็นของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา	3.94	0.75	มาก

รูปแบบในการนำเสนอ	Mean	S.D.	ระดับ
7. ความต้องการให้มีการใช้ภาษาเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอ วัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา	3.83	0.76	มาก
8. ความต้องการใช้ภาพเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรม ทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา	3.96	0.79	มาก
รวม	3.80	0.53	มาก

ตารางที่ 4. 5 แสดงระดับความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา  
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านลักษณะของสื่อ

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับ ระดับความต้องการในการสื่อความหมาย  
ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านลักษณะของสื่อ โดย  
ภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ย  
ของความต้องการในระดับมากซึ่งเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความต้องการใช้ภาพเป็นสื่อสำคัญในการ  
นำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ความต้องการให้มีรูปแบบ  
ในการนำเสนอที่มีความเป็นท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เป็นของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา  
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ความต้องการใช้ภาษาที่ทันสมัย เป็นกันเองในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ  
วัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความต้องการให้มีการใช้ภาษา  
เป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83  
ความต้องการให้มีการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคาที่สั้น กระชับ ได้ใจความ  
หลักเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความต้องการให้มีการนำเสนอแบบเล่าเรื่อง ที่เน้นรายละเอียด  
ของวัฒนธรรมทางการค้าตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความต้องการให้มีการใช้ภาษา  
ประกอบการนำเสนอที่เป็นทางการของวัฒนธรรมทางการค้าตลาดน้ำท่าคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
3.70 และความต้องการให้มีรูปแบบในการนำเสนอที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

#### 4.3.3 การเปรียบเทียบความต้องการในการสื่อความหมาย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความต้องการในการสื่อความหมาย	เพศชาย		เพศหญิง		t	P-value
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ด้านการบริการที่ใช้คน	3.86	1.12	3.83	0.58	0.282	0.778
ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	3.72	0.45	3.84	0.48	-2.003	0.046*
ด้านลักษณะของสื่อ	3.77	0.47	3.82	0.56	-0.867	0.387
โดยภาพรวม	3.78	0.56	3.83	0.48	-0.745	0.457

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามเพศ

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.6 พบว่า ความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมพบว่า นักท่งเที่ยวเพศชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ในขณะที่นักท่งเที่ยวเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่งเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยวิธีการ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า นักท่งเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการในการสื่อความหมาย โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุของนักท่งเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความต้องการในการสื่อความหมาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการบริการที่ใช้คน	ระหว่างกลุ่ม	5.416	2	2.708	4.029	0.019*
	ภายในกลุ่ม	166.016	247	0.672		
	รวม	171.432	249			
ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	ระหว่างกลุ่ม	1.002	2	0.501	2.268	0.106
	ภายในกลุ่ม	54.555	247	0.221		
	รวม	55.557	249			

ความต้องการในการสื่อ ความหมาย	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านลักษณะของสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	0.655	2	0.327	1.181	0.309
	ภายในกลุ่ม	68.484	247	0.277		
	รวม	69.139	249			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.864	2	0.932	3.636	0.028*
	ภายในกลุ่ม	63.321	247	0.256		
	รวม	65.185	249			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.7 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ( One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความต้องการในการสื่อความหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายด้านการบริการที่ใช้คน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงความแตกต่างโดยภาพรวมและด้านบริการที่ใช้คน มาทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญ ( LSD: Least-Significant Different) ดังตารางที่ 4.8-4.9

อายุ	Mean	น้อยกว่าหรือเท่ากับ อายุ 25 ปี		
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ อายุ 25 ปี	อายุ 25-50 ปี	อายุ 51 ปีขึ้นไป
		3.73	3.90	3.72
น้อยกว่าหรือเท่ากับ อายุ 25 ปี	3.73	-	0.175*	-0.003
อายุ 25-50 ปี	3.90		-	-0.175
อายุ 51 ปีขึ้นไป	3.72			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวดลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมเป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.8 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวดลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านอายุของนักท่องเที่ยงที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25-50 ปี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ อายุ 25 ปี

อายุ	Mean	น้อยกว่าหรือเท่ากับอายุ 25 ปี		
		น้อยกว่าหรือเท่ากับอายุ 25 ปี	อายุ 25-50 ปี	อายุ 51 ปีขึ้นไป
		3.69	3.99	3.71
น้อยกว่าหรือเท่ากับอายุ 25 ปี	3.69		0.303*	0.021
อายุ 25-50 ปี	3.99			-0.282*
อายุ 51 ปีขึ้นไป	3.71			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวดลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอายุ ด้านการบริการที่ใช้คน เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.9 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวดลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม

อายุ ด้านการบริการที่ใช้คน เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านอายุของนักท่องเที่ยงที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25-50 ปี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ อายุ 25 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป

ความต้องการในการสื่อความหมาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการบริการที่ใช้คน	ระหว่างกลุ่ม	3.441	5	0.688	1.000	0.419
	ภายในกลุ่ม	167.991	244	0.688		
	รวม	171.432	249			
ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	ระหว่างกลุ่ม	2.873	5	0.575	2.661	0.023*
	ภายในกลุ่ม	52.684	244	0.216		
	รวม	55.557	249			
ด้านลักษณะของสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	7.632	5	1.526	6.056	0.000**
	ภายในกลุ่ม	61.507	244	0.252		
	รวม	69.139	249			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.750	5	0.750	2.979	0.012*
	ภายในกลุ่ม	61.435	244	0.252		
	รวม	65.185	249			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยงตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.10 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยงตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ( One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความต้องการในการสื่อความหมาย พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมาย ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 ส่วนด้านลักษณะของสื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ดังนั้นผู้วิจัยจึงความแตกต่างโดยภาพรวม ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ และด้านลักษณะของสื่อ มาทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD: Least-Significant Different) ดังตารางที่ 4.11-4.13

ระดับการศึกษา	Mean	ไม่ได้เรียนหนังสือ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.92	3.83	3.72	3.68	3.81	4.23
ไม่ได้เรียนหนังสือ	3.92	-	-0.087	-0.197	-0.233	-0.109	0.319
ประถมศึกษา	3.83		-	-0.110	-0.146	-0.022	0.406*
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	3.72			-	-0.036	0.088	0.516*
อนุปริญญา หรือ ปวส.	3.68				-	0.124	0.552*
ปริญญาตรี	3.81					-	0.428*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.23						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.11 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา, มัธยมศึกษา หรือ ปวช., อนุปริญญา หรือ ปวส. และปริญญาตรี

ระดับการศึกษา	Mean	ไม่ได้เรียนหนังสือ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือปวช.	อนุปริญญา หรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.81	3.89	3.74	3.67	3.76	4.13
ไม่ได้เรียนหนังสือ	3.81	-	0.080	-0.062	-0.139	-0.048	0.320
ประถมศึกษา	3.89		-	-0.142	-0.219*	-0.129	0.240
มัธยมศึกษา หรือปวช.	3.74			-	-0.077	0.013	0.382*
อนุปริญญา หรือปวส.	3.67				-	0.090	0.458*
ปริญญาตรี	3.76					-	0.368*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.13						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.12 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือปวช., อนุปริญญา หรือปวส., ปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือปวส. มีความต้องการในการสื่อความหมายน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา



ระดับการศึกษา	Mean	ไม่ได้เรียนหนังสือ	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือปวช.	อนุปริญญา หรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.89	3.73	3.74	3.70	3.79	4.45
ไม่ได้เรียนหนังสือ	3.89	-	-0.167	-0.158	-0.197	-0.108	0.560**
ประถมศึกษา	3.73		-	0.010	-0.030	0.060	0.728**
มัธยมศึกษา หรือปวช.	3.74			-	-0.039	0.050	0.718**
อนุปริญญา หรือปวส.	3.70				-	0.089	0.757**
ปริญญาตรี	3.79					-	0.668**
สูงกว่าปริญญาตรี	4.45						-

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวดลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.13 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวดลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยงที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษา ไม่ได้เรียนหนังสือ , ประถมศึกษา, มัธยมศึกษา หรือปวช., อนุปริญญา หรือปวส. และปริญญาตรี

ความต้องการในการสื่อความหมาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการบริการที่ใช้คน	ระหว่างกลุ่ม	5.244	6	0.874	1.278	0.268
	ภายในกลุ่ม	166.188	243	0.684		
	รวม	171.432	249			
ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	ระหว่างกลุ่ม	2.807	6	0.468	2.155	0.048*
	ภายในกลุ่ม	52.750	243	0.217		
	รวม	55.557	249			

ความต้องการในการสื่อ ความหมาย	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านลักษณะของสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	7.021	6	1.170	4.577	0.000**
	ภายในกลุ่ม	62.119	243	0.256		
	รวม	69.139	249			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.823	6	0.470	1.833	0.093
	ภายในกลุ่ม	62.363	243	0.257		
	รวม	65.185	249			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 4.14 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวม ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ( One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความต้องการในการสื่อความหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมาย ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ด้านลักษณะของสื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ดังนั้นผู้วิจัยจึงความแตกต่าง ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ และด้านลักษณะของสื่อ มาทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญ ( LSD: Least-Significant Different) ดังตารางที่ 4.15-4.16

อาชีพ	Mean	พ่อบ้าน	รับจ้าง	พนักงาน	ธุรกิจ	รับ	นักเรียน/	อื่น ๆ (ครู
		แม่บ้าน	ทั่วไป	เอกชน	ส่วนตัว	ราชการ	นักศึกษา	อัตราจ้าง
								อาสาสมัคร
								ทำสวน)
		3.74	3.90	3.89	3.75	3.81	3.61	3.88
พ่อบ้าน แม่บ้าน	3.74	-	0.158	0.150	0.013	0.074	-0.132	0.136
รับจ้างทั่วไป	3.90		-	-0.008	-0.145	-0.084	-0.290*	-0.022
พนักงานเอกชน	3.89			-	-0.137	-0.076	-0.282*	-0.014
ธุรกิจส่วนตัว	3.75				-	0.060	-0.145	0.122
รับราชการ	3.81					-	-0.206*	0.062
นักเรียน/นักศึกษา	3.61						-	0.268*
อื่น ๆ (ครูอัตราจ้าง อาสาสมัคร ทำสวน)	3.88							-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.15 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ (ครูอัตราจ้าง อาสาสมัคร ทำสวน) มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงาน/นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความต้องการในการสื่อความหมายน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป พนักงานเอกชน และรับราชการ

อาชีพ	Mean	พ่อบ้าน	รับจ้าง	พนักงาน	ธุรกิจ	รับ	นักเรียน/	อื่น ๆ (ครู
		แม่บ้าน	ทั่วไป	เอกชน	ส่วนตัว	ราชการ	นักศึกษา	อัตราจ้าง
								อาสาสมัคร
								ทำสวน)
		3.84	3.67	3.98	3.72	4.03	3.58	3.97
พ่อบ้าน แม่บ้าน	3.84	-	-	0.144	-0.115	0.188	-0.257**	0.132
รับจ้างทั่วไป	3.67		0.164	0.308**	0.049	0.352**	-0.093	0.296**
พนักงานเอกชน	3.98			-	-0.259**	0.044	-0.401**	-0.012
ธุรกิจส่วนตัว	3.72				-	0.303**	-0.142	0.247
รับราชการ	4.03					-	-0.445**	-0.056
นักเรียน/นักศึกษา	3.58						-	0.389**
อื่น ๆ (ครูอัตราจ้าง	3.97							-
อาสาสมัคร ทำสวน)								

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.16 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามอาชีพ ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 9 คู่ ได้แก่

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความต้องการในการสื่อความหมายน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปและอาชีพธุรกิจส่วนตัว

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความต้องการในการสื่อความหมายน้อยกว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน อาชีพพนักงานเอกชน และอาชีพรับราชการ

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ (ครูอัตราจ้าง อาสาสมัคร ทำสวน) มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปและอาชีพรับราชการ

ความต้องการในการสื่อความหมาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
ด้านการบริการที่ใช้คน	ระหว่างกลุ่ม	1.640	2	0.820	1.193	0.305
	ภายในกลุ่ม	169.792	247	0.687		
	รวม	171.432	249			
ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ	ระหว่างกลุ่ม	0.454	2	0.227	1.018	0.363
	ภายในกลุ่ม	55.103	247	0.223		
	รวม	55.557	249			
ด้านลักษณะของสื่อ	ระหว่างกลุ่ม	2.423	2	1.212	4.485	0.012*
	ภายในกลุ่ม	66.716	247	0.270		
	รวม	69.139	249			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.224	2	0.612	2.363	0.096
	ภายในกลุ่ม	63.962	247	0.259		
	รวม	65.185	249			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.17 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวม ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ( One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความต้องการในการสื่อความหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมายโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความต้องการในการสื่อความหมาย ด้านลักษณะของสื่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยจึงความแตกต่าง ด้านลักษณะของสื่อ มาทำการทดสอบความแตกต่างเป็น รายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD: Least-Significant Different) ดังตารางที่ 4.18

รายได้ต่อเดือน	Mean	ไม่เกิน 10,000	10,001-20,000	20,001 บาทขึ้นไป
		บาท	บาท	
		3.74	3.77	4.00
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.74	-	0.032	0.255*
10,001-20,000 บาท	3.77		-	0.224*
20,001 บาทขึ้นไป	4.00			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านลักษณะของสื่อ เป็นรายคู่

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ด้านการบริการที่ใช้สื่อวัสดุ เป็นรายคู่ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท หรือทุกระดับรายได้นั้นเอง

#### 4.3.4 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

ปัญหาอุปสรรค	ความถี่	ร้อยละ
สถานที่จอดรถรื้อนมาก และแคบ	5	31.25
ห้องน้ำน้อยและไม่สะอาด	2	12.50
สภาพน้ำในคลองค่อนข้างสกปรก	2	12.50
ถังขยะน้อย	1	6.25
ทางเข้าไกล	1	6.25
ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	1	6.25
ของที่ขายในตลาดน้อย	1	6.25
ตลาดเล็ก	1	6.25
แม่ค้าน้อย	1	6.25
ทางเดินแคบ	1	6.25

ตารางที่ 4.19 แสดงความถี่และร้อยละของปัญหาอุปสรรค

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตามทัศนะของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถรื้อนมาก และแคบ เป็นปัญหาที่มีความถี่สูงสุดคือ 5 คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมา ได้แก่ ปัญหาเรื่องห้องน้ำน้อยและไม่สะอาด รวมถึงสภาพน้ำในคลองค่อนข้างสกปรก มีจำนวนความถี่ 2 คิดเป็นร้อยละ 12.50

ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
ควรให้มีการประชาสัมพันธ์และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้มากขึ้น	12	30.00
ควรดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่และแม่น้ำลำคลอง	4	10.00
เพิ่มที่จอดรถให้กว้างขึ้น	4	10.00
ควรทำห้องน้ำเพิ่มขึ้น	3	7.50
ควรเพิ่มป้ายบอกทางให้มากขึ้น และชัดเจนขึ้น	3	7.50
ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่	2	5.00
ควรทำหลังคา	2	5.00

ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
อยากให้อนุรักษ์ความดั้งเดิมเอาไว้ไม่ต้องเปลี่ยนแปลงแต่ให้ต่อยอด "ไทยนิยม"	2	5.00
ควรสร้างจุดเด่นที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ สร้างผลิตภัณฑ์ประจำถิ่นให้มากขึ้น	2	5.00
ควรรักษาความเป็นตลาดน้ำไว้นาน ๆ	2	5.00
ควรค้นหาแหล่งที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจเพิ่มขึ้น	1	2.50
ต้องคำนึงถึงการดำรงชีวิตแบบดั้งเดิมไว้	1	2.50
ควรเปิดทุกวัน	1	2.50
ควรมีของขายมากขึ้นและขยายพื้นที่ขายให้มากขึ้น	1	2.50

ตารางที่ 4.20 แสดงความถี่และร้อยละของข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.20 พบว่า ข้อเสนอแนะที่สำคัญของตลาดน้ำท่าคา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตามทัศนระของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับ ควรให้มีการประชาสัมพันธ์และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้มากขึ้น มีความถี่สูงสุด คือ 12 คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา ได้แก่ ควรดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่และแม่น้ำลำคลอง และเพิ่มที่จอดรถให้กว้างขึ้น มีความถี่ 4 คิดเป็นร้อยละ 10.00 ควรทำห้องน้ำเพิ่มขึ้น และควรเพิ่มป้ายบอกทางให้มากขึ้น และชัดเจนขึ้น มีความถี่ 3 คิดเป็นร้อยละ 7.50



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ดังนี้

1. เพื่อรวบรวม และจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ความเป็นมาและสภาพพื้นที่

ตลาดน้ำท่าคาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจในเรื่องประวัติที่มีมาอย่างยาวนาน รวมถึงความหมายและความเป็นมาของชื่อ “ **ท่าคา** ” ซึ่งได้ให้ความหมายแตกต่างกันออกไป ตามแต่ละความเชื่อและการบอกเล่าของผู้ที่อาศัยในพื้นที่เดิม ไม่ว่าจะเป็นการที่พ่อค้าแม่ค้า เข้ามาค้าขายเวลาที่น้ำเกิด และไม่สามารถพายเรือออกนอกพื้นที่ได้เวลาน้ำตาย หรือการที่มีเรือ มาค้าขายจำนวนมากทำให้เกิดการสัญจรทางน้ำที่ติดขัด หรือแต่เดิมในพื้นที่มีต้นหญ้าคาอยู่เป็น จำนวนมาก นอกจากนี้วัฒนธรรมการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับน้ำ ยังเป็นลักษณะที่โดดเด่น ทางภูมิศาสตร์ด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีผลกับตลาดชุมชนตลาดน้ำท่าคาที่มีลักษณะเป็นตลาดเช้า ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่อาศัยในพื้นที่สมัยโบราณ ที่สังเกตว่าในเวลารุ่งเช้าจะมีน้ำเกิด ซึ่งจะมีการไหลของน้ำเข้ามายังพื้นที่ เป็นการหนุนแรงการพายเรือเมื่อเข้ามาค้าขาย และน้ำตาย เวลาบ่ายซึ่งจะพัดเรือออกนอกชุมชน จากภูมิปัญญานี้จึงทำให้เกิดลักษณะการประกอบอาชีพ ค้าขายทางน้ำในเวลาเช้า มีการเดินทางสัญจรโดยการใช้เรือรูปแบบต่างๆ การดำรงชีวิต มีการ ปลูกพืช ผัก ไม้ยืนต้นต่างๆ และอยู่อาศัยอย่างพอเพียงโดยการหาเลี้ยงชีพจากผลผลิตที่ได้จาก พื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการปลูกข้าว ปลูกผักผลไม้ การจับสัตว์น้ำ เป็นต้น แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้าน

สภาพแวดล้อม และความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ ส่งผลให้วัฒนธรรมในพื้นที่มีความเปลี่ยนแปลงไป

ลักษณะสภาพพื้นที่ที่เคยมีน้ำจืดไหลเข้าท่วม ก็กลายเป็นน้ำทะเลหนุนสูง อันเป็นผลมาจาก การสร้างเขื่อน ส่งผลให้พืชผักล้มลุก ยาจืด และข้าวที่เคยปลูกกันทุกพื้นที่ต้องค่อยลดจำนวนลง เนื่องจากพืชดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยน้ำจืดในการเพาะปลูก ซึ่งหากมีน้ำเค็มเข้ามาปนเปื้อนก็ จะไม่สามารถให้ผลผลิตได้ ประกอบกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้ชาวบ้านในพื้นที่เริ่มปรับตัวกลับ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการสังเกตจากชุมชนที่มีน้ำทะเลหนุนสูงอันได้แก่ชุมชน... พบว่ามีการปลูกมะพร้าวเป็นหลัก ชาวบ้านในพื้นที่จึงทดลองที่จะปลูกมะพร้าว ซึ่งพบว่าสามารถ ให้ผลผลิตได้ดี และมีขั้นตอนในการเพาะปลูกที่ซับซ้อนน้อยกว่าพืชชนิดเดิมที่เคยปลูก จึงหันมา ปลูกมะพร้าวเป็นหลัก แต่จากการที่ชาวบ้านมีลักษณะการอยู่อาศัยกันแบบชุมชนปิด ทำให้ใน อดีตความเจริญไม่สามารถเข้าถึงได้ ส่งผลให้เกิดความเชื่อในเรื่องของการบูชาภูตผี เทวดา ทั้งหลายเพื่อให้อภัยคุ้มครอง บัดเป่าสิ่งชั่วร้าย (โรคภัยไข้เจ็บ) รวมถึงก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ในการประกอบอาชีพ ดังจะเห็นได้จากการบูชาเจ้าแม่ตัวเนี้ย การบูชาแม่ย่าเรือ แต่เมื่อความเจริญ ทางด้านคมนาคมที่มีการตัดถนนเข้ามายังชุมชน ส่งผลให้ความเชื่อของคนในพื้นที่ในเรื่องของการ บัดเป่าโรคภัยของชาวบ้านในพื้นที่ลดลง แต่การบูชาแม่ย่านางเรือเพื่อให้อภัยคุ้มครองในยามเดินทาง ยังคงมีการปฏิบัติเช่นเดิม ถึงแม้จะมีการใช้เรือเป็นพาหนะลดลง การที่เรือที่ใช้กันภายในชุมชนมี จำนวนลดลง เนื่องจากการใช้รถยนต์มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ ได้สะดวก มากกว่า จากเหตุดังกล่าวมีผลให้วัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคาที่เคยมีเรือค้าขายอย่าง หนาแน่น ค่อยๆ ลดจำนวนลง เหลือเพียงชาวบ้านสูงอายุที่ยังคุ้นเคยกับการพายเรือเพื่อเข้ามา ค้าขายในพื้นที่ รวมถึงชุมชนอื่นที่เคยเข้ามาค้าขายโดยการนำเรือเป็นพาหนะก็ลดลงด้วยเช่นกัน

จากความเจริญดังกล่าว ที่เริ่มมีคนภายนอกเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นส่งผลให้ชาวบ้านใน พื้นที่หันมาใช้เงินเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า เนื่องจากแต่เดิมชาวบ้านสามารถอยู่ได้โดย การอาศัยหลักเศรษฐกิจพอเพียง หาและใช้อยู่ภายในครัวเรือนของตนเอง จึงมีการแลกเปลี่ยน สินค้าตามความพึงพอใจ เพื่อให้ได้สินค้าที่ตนเองต้องการมาเท่านั้น ดังนั้นหากมีความคุ้นเคยสนิท สนมกันก็สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าได้ง่าย โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของวัตถุ แต่เมื่อมี บุคคลนอกพื้นที่ที่ไม่ได้มีความคุ้นเคยเข้ามายังพื้นที่ พ่อค้าแม่ค้าที่เป็นชาวบ้านจึงต้องเริ่มใช้เงิน

เป็นตัวกลางเพื่อให้ชาวบ้านสามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนกับบุคคลภายนอกชุมชนได้อย่างสะดวกสบายขึ้น

ส่วนการหันมาปลูกมะพร้าวเป็นจำนวนมากนั้น ก็ส่งผลให้การประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายมีความเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากกรณีที่เดิมชาวบ้านในพื้นที่จะค้าขายพืชผักสวนครัว ยาจัด และผลไม้บางชนิดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมักไม่ได้มีการแปรรูปก็จะนำออกมายังตลาดเพื่อแลกเปลี่ยนกันสินค้า แต่เมื่อสินค้าหลักของพื้นที่ในปัจจุบันเปลี่ยนเป็นมะพร้าว ก็ทำให้การค้าขายมีรูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น จากเดิมเป็นการค้าขายที่ไม่มีการแปรรูป คือ ขายพืชผักสวนครัว ยาจัด ผลไม้ ก็เริ่มหันมาแปรรูปสินค้าที่ได้จากมะพร้าวเป็นน้ำตาล หรือนำส่วนต่างๆ ของมะพร้าวมาใช้ในการแปรรูปเป็นเครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องประดับ เป็นต้น ส่วนการค้าขายแลกเปลี่ยนในรูปแบบที่ไม่ได้แปรรูปก็มีให้เห็นได้ทั่วไป คือ การขายลูกมะพร้าวสด

### 5.1.2 การจัดการองค์ความรู้และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้ทำการศึกษาวิจัยนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการจัดการองค์ความรู้โดยแบ่งแยกออกเป็น 5 ด้าน คือ การประกอบอาชีพและขั้นตอนในการทำงาน สินค้าและการแปรรูป การแลกเปลี่ยนสินค้า ความเชื่อในการประกอบอาชีพและภูมิปัญญา โดยอาศัยประวัติความเป็นมาเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการวิเคราะห์เนื้อหาทั้ง 5 ด้านเพิ่มเติม และหลังจากที่ได้ทำการจัดหมวดหมู่ขององค์ความรู้ต่างๆ แล้ว จึงนำมาเป็นข้อมูลในการจัดทำแบบสอบถามความต้องการในการสื่อความหมายของตลาดน้ำท่าคา ซึ่งพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 25-50 ปี มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท โดยมีความต้องการในการสื่อความหมายบริการที่ใช้คนมากที่สุด โดยมีความต้องการ 3 อันดับแรก เป็นการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การสาธิตขั้นตอนการประกอบอาชีพที่มีความสำคัญในท้องถิ่นของชาวบ้านตำบลท่าคา เช่น การทำน้ำตาล การทำยาจัด ความต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำบริเวณทางเข้าตลาดน้ำท่าคา ส่วนความต้องการให้มีการสื่อความหมายโดยใช้บริการที่ใช้สื่อวัสดุ 3 อันดับแรกนั้น มีความต้องการป้ายนำทางเพื่อท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น การทำตาล การทำยาจัด ความต้องการให้มีป้ายโฆษณา

ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำท่าคาเพิ่มขึ้น และความต้องการให้มีคำบรรยายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาการค้าเงินชีวิต รวมถึงสิ่งที่น่าสนใจภายในตลาดน้ำท่าคา

นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการใช้ ภาพเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา รวมถึงความต้องการให้มีรูปแบบในการนำเสนอที่มีความเป็นท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เป็นของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา และความต้องการให้มีการใช้ภาษาที่ทันสมัย เป็นกันเองในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา

โดยหากเปรียบเทียบความต้องการในการสื่อความหมาย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลจะพบว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง รวมถึงอายุที่แตกต่างกันมีความต้องการในการสื่อความหมาย ต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25-50 ปี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับอายุ 25 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไป และปัจจัยด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา หรือปวช., อนุปริญญา หรือปวส. รวมถึงปริญญาตรี ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานเอกชน มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ พ่อบ้าน แม่บ้าน นักศึกษาและอาชีพอื่นๆ (ครูอัตราจ้าง อาสาสมัคร ทำสวน) โดยอาชีพรับจ้างทั่วไปและธุรกิจส่วนตัวมีความต้องการในการสื่อความหมายน้อยที่สุด ส่วนรายได้ก็ส่งผลกระทบต่อความต้องการในการสื่อความหมาย คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการในการสื่อความหมายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท หรือทุกระดับรายได้นั่นเอง

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะ ในการประชาสัมพันธ์และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้มีมากขึ้น ดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่และแม่น้ำลำคลอง รวมถึงเพิ่มที่จอดรถให้กว้างขวางขึ้น

### 5.1.3 รูปแบบการสื่อความหมาย

จากข้อมูลที่ได้สรุปลงได้สามารถสร้างรูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ดังนี้คือ ตลาดน้ำท่าคาต้องมีการสื่อความหมาย

โดยมีการจัดทำป้ายนำทางที่ใช้ภาพประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวและได้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำยาจืด ได้สะดวกขึ้น และให้มีการ

บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการค้า อันได้แก่ การประกอบอาชีพและขั้นตอนในการทำงาน สินค้าและการแปรรูป การแลกเปลี่ยนสินค้า ความเชื่อในการประกอบอาชีพและภูมิปัญญา โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และจัดให้มีการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำบริเวณทางเข้าตลาดน้ำท่าคาเพื่อช่วยเหลือและให้ความเข้าใจเพิ่มเติมโดยมีรูปแบบการนำเสนอที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นทางการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำท่าคา รวมถึงมีการจัดตั้งป้ายความรู้ของตลาดน้ำท่าคาเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาการดำเนินชีวิต สิ่งที่น่าสนใจภายในตลาดน้ำท่าคา นอกจากนี้ต้องมีการจัดการสาธิตขั้นตอนการประกอบอาชีพที่มีความสำคัญในท้องถิ่นของชาวบ้านตำบลท่าคา เช่น การทำน้ำตาล การทำยาจืด โดยเป็นการจัดการสาธิตที่มีรูปแบบอิงตามการดำเนินชีวิตจริงของชาวบ้านท่าคา และหากตลาดน้ำท่าคา มีการจัดทำป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำท่าคาเพิ่มขึ้นก็จะทำให้ตลาดน้ำท่าคาเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเกิดการประชาสัมพันธ์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งใหม่ให้เป็นที่รู้จัก ทำให้ชาวบ้านตำบลท่าคา มีรายได้เพิ่มมากขึ้นในการประกอบอาชีพต่างๆ และจากการที่ตลาดน้ำท่าคา มีความสัมพันธ์และอาศัยคลองในการดำเนินชีวิตในรูปแบบต่างๆ จึงควรที่จะมีการดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่และแม่น้ำลำคลอง เพื่อให้มีความพร้อมที่จะขยายการท่องเที่ยวในอนาคต นอกจากนี้ควรมีการรองรับในเรื่องของสถานที่ที่ใช้ในการจอดรถให้มีความสะดวก และกว้างขวางมากขึ้นด้วย

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา เรื่องรูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา อำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาไว้ดังนี้

ตลาดน้ำท่าคา ดั้งเดิมเป็นตลาดบกตั้งอยู่บริเวณหมู่ 5 ต่อมา มีการสร้างทำนบ (สันเขื่อน) กั้นน้ำเค็มไม่ให้ไหลท่วมพื้นที่หมู่บ้าน จึงมีการร่นลงมาที่คลองศาลา ปัจจุบันเรียกว่า *คลองท่าคา* โดยประชาชนจะนำสินค้าจำพวกพืชผักที่ปลูกเองในหมู่บ้านมาแลกเปลี่ยนหรือค้าขายกันเองเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นยังมีพ่อค้าภายนอกหมู่บ้านยังนำสินค้าประเภท อาหารทะเล มาแลกเปลี่ยนหรือค้าขายให้กับชาวบ้านด้วย และสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำท่าคา คือ เป็นตลาดนัดที่เกิดขึ้นด้วยความเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน มิใช่เป็นตลาดที่ตั้งขึ้น การมีตลาดนัดจะเกิดขึ้นเฉพาะขึ้น วัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ และมีระยะเวลาเพียง ครึ่งวันเช้า(ถึงเวลา 12.00 น.)เท่านั้น และที่สำคัญตลาดแห่งนี้ยังคงรักษาความเป็นธรรมชาติไว้อย่างสมบูรณ์ดั้งเดิม แต่สภาพในอดีตเริ่มมีการ

เปลี่ยนแปลงให้เห็นเมื่อกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเริ่มมีมากขึ้นในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกันมากขึ้นส่วนหนึ่งเป็นแหล่งที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมากมาย จะเห็นได้จากแนวนโยบายของภาครัฐที่ต้องการเพิ่มวันในการรองรับนักท่องเที่ยว ขยายเป็นวันเสาร์ และวันอาทิตย์ เพิ่มระยะเวลาถึง 14.00 น. ทำให้เกิดความขัดแย้งทางความคิดระหว่างการอนุรักษ์ไว้ให้คงเดิมกับการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันโดยการลงทุนจากภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของลุงจตุฎฐ์ เจือไทย (2553 : สัมภาษณ์) ไว้ว่า “เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐท้องถิ่น(อบต.)และประชาชนที่เป็นเจ้าของที่ริมคลองท่าคาในการพัฒนาเพื่อให้คงสภาพเดิมไว้หรือเปลี่ยนแปลงในเรื่องพื้นที่ธุรกิจริมคลองรวมถึงทางเดินและที่จอดรถด้วย” นอกจากนี้ยังพบเรื่องความขัดแย้งการค้าขายในตลาดน้ำในงานวิจัยของ มณีวรรณ ผิวนิม และคณะ ( 2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ พบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบทางสังคมคือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า เป็นต้น

ความเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นสิ่งที่สำคัญควรแก่การจัดการรวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ ไว้ทั้งด้านวัฒนธรรมการค้าขาย การประกอบอาชีพของชาวบ้าน เป็นการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวได้เห็นคุณค่าสิ่งเหล่านี้ ไม่ทำลายไปพร้อมกับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้ามาได้ ซึ่งองค์ความรู้ที่เด่นชัดมีอยู่ 5 ประการ ได้แก่ 1) การประกอบอาชีพและขั้นตอนในการทำงาน ซึ่งดั้งเดิมชาวบ้านประกอบอาชีพทำสวนเตียน ปลูกยาจัด ปลูกข้าว เป็นหลัก แต่ปัจจุบันมีการทำน้ำตาลมะพร้าวเป็นหลัก โดยมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและลำบากมากมีถึง 17 ขั้นตอน จึงทำให้ลูกหลานของชาวบ้านไม่นิยมทำน้ำตาลมะพร้าวกัน 2) สินค้าและการแปรรูป ซึ่งในอดีตมีสินค้าหลักเป็นจำพวกพืชล้มลุก เช่น พริก หอม กระเทียม พืชล้มลุก ถั่วลิสง ถั่วแระ ยาจัด เป็นต้นส่วนปัจจุบันประชาชนหันมาปลูกมะพร้าว และทำน้ำตาลมะพร้าวเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการผลิตภัณฑจาก เครื่องจักรสานจากทางมะพร้าวด้วย 3) การแลกเปลี่ยนสินค้า วัฒนธรรมการค้าขายมีมาเป็นร้อยปี โดยมีเรือที่มาค้าขายแลกเปลี่ยนกันอย่างมากในวัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ ซึ่งการแลกเปลี่ยนกันจะเปรียบเทียบราคาตามความพอใจของแต่ละบุคคลหรือเป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งของกับสิ่งของ ( Barter System) เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีส่วนหนึ่งที่ใช้ระบบการแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง ( Money System) แต่ปัจจุบันจะใช้ระบบการแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินเป็นสื่อกลางมากขึ้นเพราะมีการติดต่อกับพ่อค้าแม่ค้า นักท่องเที่ยวภายนอกมากขึ้น 4) ความเชื่อในการประกอบอาชีพ ชาวบ้านในตำบลท่าคานับ

ถือ คือ เจ้าแม่ตัวเนี้ย เป็นความเชื่อและนับถือกันในเรื่องการรักษาโรคภัยไข้เจ็บและการทำธุรกิจ  
 สอนชาวสวนพ่อค้า แม่ค้าที่ใช้เรือพายประจำจะให้ความสำคัญกับแม่ย่านางเรือจะบูชาและไหว้ทุก  
 ครั้งเมื่อออเรือซึ่งเชื่อว่า คู่ครองให้ขายดี เป็นศิริมงคลในการค้าขาย มีสุขภาพแข็งแรง มีเงินมีทอง  
 คู่ครองให้ปลอดภัยในการเดินทาง รวมถึงความเชื่อเรื่องแม่ย่านางเตา เป็นความเชื่อของชาวบ้าน  
 ที่ทำน้ำตาลมะพร้าวตัวเอง 5) ภูมิปัญญา มีลักษณะแรกคือเป็นความรู้ชัดแจ้ง ที่ชาวบ้านฟังฟัง  
 ธรรมชาติ สังเกตธรรมชาติเกี่ยวกับน้ำขึ้นน้ำลง เช่น น้ำจะหนุนขึ้นมามากในวัน 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ  
 ซึ่งมากพอที่จะทำให้น้ำไหลเข้าตามคลองต่างๆ ได้ และสามารถเข้ามาถึงยังตำบลท่าคาได้ คนแม่  
 กลองที่มีอาชีพประมง ประมาณตีสามตีสี่ก็จะพายเรือเข้ามาตามคลอง ซึ่งก็จะมาสว่างและพบกัน  
 ที่ตลาดน้ำท่าคาพอดี และลักษณะที่สองคือความรู้โดยนัย เกี่ยวกับการทำน้ำตาลมะพร้าว เช่นการ  
 ใส่ไม้พะยอม(เปลือกไม้สับ) เพื่อฆ่าเชื้อ ไม่ให้เกิดการบูดเน่า เกิดจากการสังเกต เป็นต้น

ส่วนการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวควรรับรู้และเข้าใจที่  
 สำคัญควรสื่อความหมายออกมาเป็นรูปแบบสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เป็นผู้นำเสนอองค์  
 ความรู้ท้องถิ่นดั้งเดิม จะทำให้เข้าใจถึงความเป็นจริงที่เป็นปฐมภูมิ เช่น แม่ค้า พ่อค้า เจ้าหน้าที  
 การสาธิตด้วยเจ้าของสินค้า และไม่ใช้บุคคล เช่น คู่มือการท่องเที่ยวของชุมชน ภาพป้ายนำทาง  
 และป้ายความรู้ประจำแหล่งท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่เกิดจากการเรียบเรียงจากคำบอกเล่า คำ  
 สัมภาษณ์มาแสดงเป็นข้อมูลทุติยภูมิสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจต่อไป นอกจากนี้  
 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อความหมายของวัฒนธรรมการค้าขายในตลาดน้ำท่าคายัง  
 ต้องการให้ความสำคัญกับรูปแบบต้องให้บุคคลในการเป็นเครื่องมือสื่อความหมายมีคะแนนเฉลี่ย  
 ที่มากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวเห็นว่าเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์และเจ้าหน้าที่ประจำตลาดน้ำท่า  
 คามีความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและได้เห็นสภาพจริงในการสื่อความหมาย  
 นั้น ๆ ได้ทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวไม่เข้าใจ รวมถึงต้องการให้มีการสาธิตวิธีการหรือขั้นตอนของสินค้า  
 ด้วย เช่นการทำน้ำตาลมะพร้าว เป็นต้น ซึ่งรูปแบบที่นักท่องเที่ยวต้องการให้นำเสนอข้อมูลมาก  
 ที่สุดจะเป็นเรื่องของภาพของวัฒนธรรมการค้าขายของตลาดน้ำท่าคาที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น  
 เนื่องจากเป็นตลาดน้ำที่มีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ สวยงามมีความเป็นโดดเด่นเป็น  
 เอกลักษณ์เฉพาะชุมชนท่าคาเท่านั้นนอกจากนี้ชาวบ้านยังมีน้ำใจ อธิบายกับผู้มาเยือนเป็นอย่างดี  
 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มธุวรรณ พลวัน(2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง  
 กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา  
 ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดใน  
 ด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงาม

และความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำ และในด้านบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ อรรถยาศัยของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ภายในชุมชนควรมีการพบปะพูดคุยและประชุมร่วมกันเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์เพื่อให้การดำเนินงานมีทิศทางเดียวกัน และมีความชัดเจนมากขึ้น

5.3.2 ผู้บริหารและผู้นำชุมชน ควรหาหาทางหรือวิธีการในการส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์บางชนิดของชุมชนที่ขาดการพัฒนา เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับชุมชน รวมถึงสร้างรายได้แก่ครัวเรือนอื่นๆ

5.3.3 ควรมีการปลูกฝังความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมชุมชนให้แก่เยาวชนที่อยู่ในชุมชนให้เกิดความรัก และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการสืบทอดวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนให้มากขึ้น



## บรรณานุกรม

- กาญจนา เพชรประยูร และคณะ. 2545. **การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดน้ำบางประมง ตำบลบางประมง อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์**. จังหวัดนครสวรรค์ : สถาบันราชภัฏนครสวรรค์.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. **วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐฐา ผิวมา และคณะ. 2549. **การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ดุสิต รัชชทอง. 2539. **การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติของนายหนั่ง**. ปริญญาโท นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตา บัวงาม และคณะ. 2546. **การศึกษากิจการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม**. จังหวัดนครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปาริชาติ รัตนรักษ์ และคณะ. 2549. **การสำรวจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำเพื่อการชมหิ่งห้อย จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ปิ่นรัชฎ์ กาญจนรัชชิตติ. 2547. **การอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำในกรุงเทพฯ ชั้นในและบริเวณใกล้เคียง**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพาภรณ์ สุวัตติกุล และคณะ. 2546. **การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- มณีวรรณ ผิวนิ่ม. 2545. **โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มณีวรรณ ผิวนิ่ม และคณะ. 2546. **พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.

- มธุวรรณ พลวัน. 2546. **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาชนบทศึกษาและการพัฒนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนูญ พลอยประดับ. 2549. **การสื่อความหมายและการผสมผสานทางวัฒนธรรมของเพลงไทยสากลยอดนิยม.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.**  
กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น.
- วัชรวิ หิรัญพันธุ์ และคณะ. 2549. **โครงการแนวทางการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสำเร็จรูปการส่งเสริมการตลาดและจิตวิทยาการบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ .** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- วิภาวรรณ บัวทอง และคณะ. 2549. **โครงการศึกษารูปแบบการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่).** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- วิไลพร สาคริก. 2545. **การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ และคณะ. 2550. **ตลาดน้ำท่าคา : การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน.** บทความ ในวารสารร่วมพฤษฯ ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2550 หน้า 220.
- ศิริมา อยู่เวียง. 2541. **การสื่อสารความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตร มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิพร มาลาไทย. 2546. **ความคิดเห็นและความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการสถานตากอากาศบางปูเกี่ยวกับสภาพป่าชายเลน.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกริก.

สุรจิต ชิริเวทย์ และคณะ. 2548. **โครงการนำร่องบูรณาการการบริหารจัดการเชิงพื้นที่**

**จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.

สุรชัย บุญเจริญ 2546. **พัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำวัดบางประมงแบบยั่งยืน อำเภอ**

**โกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์**. จังหวัดนครสวรรค์ : สถาบันราชภัฏนครสวรรค์.

อุดร วงษ์ทับทิมและคณะ. 2545. **โครงการชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและ**

**วัฒนธรรม ตำบลแม่ธิ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. กรุงเทพมหานคร :

สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.

Aphivan, S & Staiff, R. 2007. "Crossing the Cultural Divide: Western Visitors and Interpretation at Ayutthaya World Heritage Site, Thailand." *Journal of Heritage Tourism*. 2 (3).

Taro Yamané. *Statistic: An introductory analysis* (3rd ed.). New York : Harber and Row, 1973.

## เว็บไซต์ [Online]

**การจัดการความรู้ - วิกีพีเดีย**. 2553. [Online] accessed 31 May 2009 Available from [www.th.wikipedia.org/wiki/การจัดการความรู้](http://www.th.wikipedia.org/wiki/การจัดการความรู้)

**การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. 2552. **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ข้อมูลท่องเที่ยว 76 จังหวัด**. [online] accessed 12 October 2009. Available from [thai.tourismthailand.org/.../samutsongkhram-75-1-1.html](http://thai.tourismthailand.org/.../samutsongkhram-75-1-1.html)

**จังหวัดสมุทรสงคราม**. 2553. [Online] accessed 2 April 2009 Available from <http://www.samutsongkhram.nso.go.th/smskhram/aboutchangwat.htm>

**ภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคเหนือ**. 2552. [online] accessed 14 October 2009. Available from [www.images.poohgive.multiply.multiplycontent.com/.../](http://www.images.poohgive.multiply.multiplycontent.com/.../)

**เรือป่าบ หรือบางครั้งเรียกว่าเรือแตะ**. 2553 [online] accessed 29 December 2009. Available from [www.skn.ac.th](http://www.skn.ac.th)

**เรือมาด**. 2553 [online] accessed 29 December 2009. Available from [www.mblog.manager.co.th](http://www.mblog.manager.co.th)

**เรือสำปั้น**. 2553 [online] accessed 29 December 2009. Available from [www.gotoknow.org](http://www.gotoknow.org)

- แรงจูงใจ.** 2553. [online] accessed 31 May 2009. Available from  
[www.pirun.ku.ac.th/~g4968073/report/475512/Motivation\\_by\\_1.doc](http://www.pirun.ku.ac.th/~g4968073/report/475512/Motivation_by_1.doc)
- ศึกษาดูงานวิธีทำน้ำตาลมะพร้าว สมุทรสงคราม.** 2553 .[online] accessed 25 June  
 2009. Available from.  
[www.banplatabtimresort.com/index.asp?autherid=120...title...](http://www.banplatabtimresort.com/index.asp?autherid=120...title...)
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.** 2552. **สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม  
 แห่งชาติ.** [online] accessed 14 October 2009. Available from  
[www.culture.go.th/knowledge/study.php?&YY=2548](http://www.culture.go.th/knowledge/study.php?&YY=2548)
- หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน .** 2552. [online] accessed 14 October 2009.  
 Available from [guru.sanook.com/...//](http://guru.sanook.com/...//)
- องค์การบริหารส่วนตำบลท่าคา.** 2552 [online] accessed 27 December 2009. Available  
 from [www.thakha.go.th/default.php?bmodules=html&html...](http://www.thakha.go.th/default.php?bmodules=html&html...)
- Administrator. **พ. ร. บ. วัฒนธรรมแห่งชาติ พ. ศ. 2485.** 2009 [online] accessed 4 April  
 2009. Available from  
[www.thailawtoday.com/component/content/474.html?task=view](http://www.thailawtoday.com/component/content/474.html?task=view)
- ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites  
 [Online]. Accessed 20 March 2009. Available from [www.icomos.org](http://www.icomos.org)
- Kittinan. **ตำบลท่าคา.** 2553. [Online] accessed 2 April 2009 Available from  
<http://www.watermis.com/wemis/th/node/27—>
- Maeklongtoday . 2552. **ตลาดน้ำท่าคา.** [online] accessed 12 October 2009. Available  
 from <http://www.maeklongtoday.com/tour/thaka.php>
- Maeklongtoday. 2552. **ข้อมูลทั่วไป.** [online] accessed 12 October 2009. Available from  
<http://www.maeklongtoday.com/menu/data.php>

### การสัมภาษณ์(ผู้ให้ข้อมูล)

1. ครอบครัวพันธ์เจริญ. ประชาชนชาวบ้านในการทำน้ำตาล. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
2. จรุงญ เจือไทย. ประชาชนชาวบ้าน. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
3. ณรงค์ ธรรมะสวัสดิ์. ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 10. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2553
4. สุวนิดา สีเหลือง. ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2553
5. ทวีป เจือไทย. ประชาชนชาวบ้านในการทำสวนยาจัด. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
6. ทองหล่อ รัตนพิทักษ์. ประธานกลุ่มจักรสาน. สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2553
7. นิรดา จิรดาโชติการ. ชาวบ้านประกอบอาชีพค้าขาย. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
8. ประภาพร รัตนพิทักษ์. สมาชิกกลุ่มจักรสาน. สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2553
9. พรทิพย์ เจริญรัตน์. สมาชิกกลุ่มเรือพาย. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
10. วินัย นุชอุดม. นายกองค้การบริหารส่วนตำบลท่าคา. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2553
11. วิภารัตน์ รัตนพิทักษ์. สมาชิกกลุ่มจักรสาน. สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2553
12. วิมลทิพย์ ลิ้มภูติวัฒน์. ชาวบ้านประกอบอาชีพค้าขาย. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
13. ศิริ ธรรมสวัสดิ์. ประชาชนชาวบ้านในการทำน้ำตาล. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
14. สุพจน์ ประเสริฐศรี. สมาชิกกลุ่มเรือพาย. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553
15. สมพงษ์ รัตนพิทักษ์. สมาชิกกลุ่มจักรสาน. สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2553

ภาคผนวก

**แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง รูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา**  
**อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

ชื่อ-สกุลผู้สัมภาษณ์.....วันเดือนปีที่สัมภาษณ์...../...../.....  
 เวลา.....สถานที่(ชุมชน).....

**สถานภาพทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์**

ชื่อ-สกุลผู้ถูกสัมภาษณ์.....  
 เพศ.....อายุ.....ปี สถานภาพสมรส.....ศาสนา.....  
 อาชีพ.....ระดับการศึกษา.....รายได้ต่อเดือน.....บาท

**ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) รายละเอียดมีดังนี้**

1. ตำบลท่าคา มีความเป็นมา / พัฒนาการจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร
2. ประวัติความเป็นมาของการค้าขายภายในชุมชน และอาชีพหลักของคนในชุมชนคืออะไร
3. การประกอบอาชีพของชุมชนในอดีตและปัจจุบันเป็นอย่างไร และมีความแตกต่างกันอย่างไร
4. ความเชื่อในการประกอบอาชีพในเรื่องของแม่ย่านางเรือเป็นอย่างไร
5. เรือที่ใช้ในการดำเนินชีวิตภายในชุมชนคือเรืออะไร มีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร เพราะอะไร
6. เรื่องเกี่ยวกับน้ำขึ้นน้ำลงมีความสำคัญกับการค้าภายในชุมชนอย่างไร
7. การค้าในพื้นที่ตำบลท่าคานิยมค้าขายอะไร
8. ผลผลิตหลักของชุมชนคืออะไร มีขั้นตอนในการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างไร
9. มีการแปรรูปผลผลิตเป็นอะไรบ้างอย่างไร
10. มีการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างไร (ทางบก/ทางน้ำ/แลกด้วยเงิน/แลกด้วยสิ่งของ)
11. ผู้บริโภคปัจจุบันกับอดีตมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร (อายุ/เพศ/เชื้อชาติ)
12. แม่ย่านางในความเชื่อของชุมชนคืออะไร มีขั้นตอนในการบูชาหรือไม่อย่างไร
13. อะไรคือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการค้าขาย เช่น น้ำขึ้นน้ำลง ความหลากหลายของสินค้า

14. วิธีชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าที่อาศัยอยู่ในตลาดท่าคาเป็นอย่างไร
15. อธิบายขั้นตอนในการทำน้ำตาลโดยละเอียด ตั้งแต่การเลือกต้นที่จะใช้น้ำตาล
16. ศาลเจ้าแม่ตัวเนี้ยมีประวัติความเป็นมาอย่างไร และมีความสำคัญอย่างไรกับการค้าในชุมชน
17. อาชีพเลี้ยงกุ้งปัจจุบันมีการทำกันมากน้อยเพียงใดหากเทียบกับการทำน้ำตาล และมีวิธีการอย่างไร
18. อาชีพการทำผ้ามัดย้อมมีความแพร่หลายมากน้อยเพียงใด และมีวิธีการอย่างไร
19. กุ้งและผ้ามัดย้อมเป็นสินค้าหลักภายในชุมชนด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด
20. ภูมิปัญญาที่ปลูกฝังกันมาของชุมชนได้แก่อะไรบ้าง อธิบาย
21. การปลูกมะพร้าวมีขั้นตอนอย่างไรจงอธิบายโดยละเอียด (ตั้งแต่คัดเลือกพันธุ์มาปลูก)

---ขอขอบคุณท่านที่ได้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ครั้งนี้---



**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง รูปแบบการสื่อความหมายวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคา**  
**อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

**คำชี้แจง** แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดการความรู้ด้านวิวัฒนาการวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา เพื่อการสื่อความหมาย และหาวิธีการในการสร้างรูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา และนำข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัย ไปเผยแพร่ต่อสาธารณะให้เกิดประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตท้องถิ่นต่อไป ทั้งนี้ ความหมายของวัฒนธรรมการค้าของตลาดน้ำท่าคาหมายรวมถึง การดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ และการค้าขายต่างๆ อันเป็นพื้นฐานไปสู่วัฒนธรรมการค้าของท้องถิ่น

คำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการสื่อความหมาย ส่วนที่ 3 ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการสื่อความหมาย

ผู้วิจัย อาจารย์ ชิตสุภางค์ อังสวานนท์

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคล

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ตามข้อความที่เป็นจริง หรือ เติมข้อความที่ตรงกับสภาพที่เป็นจริงของท่าน ในช่องว่างที่กำหนดไว้

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี  25-50 ปี  
 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  
 ไม่ได้เรียนหนังสือ  ประถมศึกษา  
 มัธยมศึกษา หรือ ปวช.  อนุปริญญา หรือ ปวส.  
ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

## 4. อาชีพ (ตอบอาชีพหลักเพียง 1 อาชีพ)

- พ่อบ้าน แม่บ้าน                       รับจ้างทั่วไป  
 พนักงานเอกชน                             ธุรกิจส่วนตัว  
 รับราชการ                                     นักเรียน/นักศึกษา  
 อื่น ๆ (ระบุ).....

## 5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท                       10,001 – 20,000 บาท  
 20,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการสื่อความหมาย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของท่านที่มีความ

คิดเห็นว่าเหมาะสม ดังนี้

- 5 หมายถึง ต้องการมากที่สุด                      4 หมายถึง ต้องการมาก  
 3 หมายถึง ปานกลาง                                      2 หมายถึง ต้องการน้อย  
 1 หมายถึง ต้องการน้อยที่สุด

ความต้องการในการสื่อความหมาย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. การบริการที่ใช้คน</b>					
1.1 ท่านต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำบริเวณทางเข้าตลาดน้ำท่าคา					
1.2 ท่านต้องการการบริการข้อมูลโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
1.3 ท่านต้องการเจ้าหน้าที่ประจำหน่วยบริการเคลื่อนที่					
1.4 ท่านต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมและทำกิจกรรมในตลาดน้ำท่าคา					

ความต้องการในการสื่อความหมาย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.5 ท่านต้องการการพูดคุยกับกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มผู้นำชุมชน					
1.6 ท่านต้องการให้มีการสาธิตขั้นตอนการประกอบอาชีพที่มีความสำคัญในท้องถิ่นของชาวบ้านตำบลท่าคา เช่น การทำน้ำตาล การทำยาจืด					
<b>2. การบริการที่ไม่ใช่คน</b>					
2.1 ท่านต้องการให้มีอุปกรณ์ใส่ต เช่น เสี่ยงตามสาย วิทย์ชุมชน เป็นต้น เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำท่าคา และสถานที่อื่นๆ					
2.2 ท่านต้องการให้มีคู่มือที่สามารถบันทึกเพิ่มเติม หรือมีเกมประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสนุกสนานตามเส้นทางที่จัดไว้					
2.3 ท่านต้องการให้มีป้ายโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำท่าคา เพิ่มขึ้น เช่น สินค้าที่น่าสนใจ วิถีชีวิต เป็นต้น					
2.4 ท่านต้องการให้มีป้ายนำทางเพื่อท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น การทำตาล การทำยาจืด เป็นต้น					
2.5 ท่านต้องการให้มีคำบรรยายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การดำเนินชีวิต รวมถึงสิ่งที่น่าสนใจภายในตลาดน้ำท่าคา					

ความต้องการในการสื่อความหมาย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.6 ท่านต้องการให้มีสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำท่าคา เช่น ประวัติความเป็นมา แผนที่การเดินทาง ภายในพื้นที่ เป็นต้น					
2.7 ท่านต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในท้องถิ่น เช่น การเคียวตาล การหยอดตาล การพายเรือ					
2.8 ท่านต้องการให้มีการจัดห้องนิทรรศการเพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ ของคนในท้องถิ่น					
2.9 ท่านต้องการให้มีการจัดนิทรรศการนอกห้อง เช่น นิทรรศการขนมพื้นบ้าน นิทรรศการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา เป็นต้น					
2.10 ท่านต้องการให้มีการจัดศูนย์ผู้มาเยือนเพื่อต้อนรับและหาข้อมูลในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง					
2.11 ท่านต้องการให้ตลาดน้ำท่าคามีการจัดกิจกรรมหรือการให้ข้อมูลตามงานเทศกาลต่างๆ นอกพื้นที่เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์					

ความต้องการในการสื่อความหมาย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>3. ลักษณะของสื่อ</b>					
3.1 ท่านต้องการให้มีการนำเสนอแบบเล่าเรื่อง ที่เน้นรายละเอียดของวัฒนธรรมทางการค้าตลาดน้ำท่าคา					
3.2 ท่านต้องการให้มีการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคาที่สั้น กระชับ ได้ใจความหลักเท่านั้น					
3.3 ท่านต้องการให้มีการใช้ภาษาประกอบการนำเสนอที่เป็นทางการของวัฒนธรรมทางการค้าตลาดน้ำท่าคา					
3.4 ท่านต้องการการใช้ภาษาที่ทันสมัย เป็นกันเองในการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา					
3.5 ท่านต้องการให้มีรูปแบบในการนำเสนอที่ทันสมัย					
3.6 ท่านต้องการให้มีรูปแบบในการนำเสนอที่มีความเป็นท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เป็นของวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา					
3.7 ท่านต้องการให้มีการใช้ภาษาเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาดน้ำท่าคา					
3.8 ท่านต้องการใช้ภาพเป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอวัฒนธรรมทางการค้าของตลาด					

หน้าทำคา					
----------	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

😊 ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ 😊

## ประวัติผู้วิจัย

### ชื่อ - นามสกุล

นางสาวชิตสุภางค์ อังสวานนท์

Ms. Chitsuphang Ungsvanonda

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม

สถานที่ติดต่อ สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

โทรศัพท์/โทรสาร 02-243-2246 ต่อ 145

E-mail – address: Chitsuphang@gmail.com

ที่อยู่ ศรีย่าน 3 ถ.นครไชยศรี ดุสิต กทม.

### ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท

การจัดการวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปริญญาตรี นาฏศิลป์ไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### สาขาวิชาที่เชี่ยวชาญ

- การจัดพื้นที่การแสดง
- งานวิจัยทางวัฒนธรรม
- การตลาดทางวัฒนธรรม

### ภาระงานในปัจจุบัน

#### งานประจำ

- อาจารย์ผู้สอนสาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม คณะกรรมการประจำ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

#### ผลงานวิจัย

- งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิถีชีวิตชุมชนชอยราชพัสดุ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร”

งานวิจัยปีงบประมาณ 2553 ภายใต้โครงการวิถีชีวิตชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานครได้ร่วมพระ

บรมโพธิสมภาร ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาวิถีชีวิตชุมชนศรีย่านชอย 3 เขตดุสิต

กรุงเทพมหานคร”งานวิจัยปีงบประมาณ 2553 ภายใต้โครงการวิถีชีวิตชุมชนเขตดุสิต

กรุงเทพมหานครได้ร่วมพระบรมโพธิสมภาร ทุนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา