



แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
: กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

โดย

นางสาวรัตนา การะเกษ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและ

สภาพแวดล้อมมหัพันธ์

หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหัพันธ์ แผน ข

ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
: กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและ
สภาพแวดล้อมมหัพันธ์
หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหัพันธ์ แผน ข
ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

GUIDELINES FOR ANCIENT MARKET COMMUNITY REVITALIZATION WITH
SUSTAINABLE TOURISM PROMOTION : A CASE STUDY OF
CHUM SAENG'S 100-YEAR-OLD MARKET



By
MISS Rattana KARAKES

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Urban and Environmental Planning Master of Urban and Environmental

Planning Program

Department of URBAN DESIGN AND PLANNING

Silpakorn University

Academic Year 2023

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง
โดย	นางสาวรัตนา การะเกษ
สาขาวิชา	หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต แผน ข
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ กำธร กุลชล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. อภินันท์ เกษมสุข)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงหนาท แสงสีหนาท)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ กำธร กุลชล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพชรลัดดา เพ็ชรภักดี)

61058315 : หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหัพัตติต แผน ข

คำสำคัญ : การฟื้นฟู, ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง, พื้นที่ตลาด

นางสาว รัตนา การะเกษ: แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ กำธร กุลชล

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อชี้แนะแนวทางในการสืบทอดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มิให้เสื่อมสลายไป โดยใช้เครื่องมือ 3 อย่าง ได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) การสัมภาษณ์ และ 3) การสังเกตการณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความต้องการของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ตลาด กลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้บริการของตลาดและกิจกรรมในพื้นที่ตลาด จึงได้ผลการวิเคราะห์ออกมาในรูปแบบของข้อมูลทางสถิติเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ผลจากการศึกษาพบว่า การฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง นั้น มีผู้ประกอบการค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามและให้ความคิดเห็นส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาที่สำคัญในการเข้ามาใช้บริการ โดยสิ่งที่ไม่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงระดับมากคือ ด้านการบริการของตลาด ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม และด้านการบริหารจัดการ สิ่งที่ได้รับ ความพึงพอใจในระดับปานกลางคือด้านเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและด้านการประชาสัมพันธ์ และสิ่งที่ไม่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านการจัดที่จอดรถให้เพียงพอและความสนับสนุนในการจำหน่ายสินค้าบางประเภท

จากการศึกษาวิจัย มีข้อเสนอแนะแนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ได้แก่ 1) ควรจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้นเพื่อส่งเสริมบริการของตลาด โดยสื่อถึงจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ทางกายภาพและวัฒนธรรมของตลาดเก่าแห่งนี้ เพื่อเป็นทางเลือกและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ได้ดียิ่งขึ้น 2) ควรริเริ่มกิจกรรมที่รื้อฟื้นวิถีชีวิตและการสัญจรทางน้ำ โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในอำเภอชุมแสง และบริเวณใกล้เคียง เช่น กิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติที่ดงงามบนสองฝั่งแม่น้ำน่าน เยี่ยมชมธุรกิจแบบพอเพียงของชาวชุมแสง ล่องเรือไหว้พระ เป็นต้น และ 3) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเจาะลึกเพื่อกำหนดพื้นที่ที่มีศักยภาพในการอนุรักษ์และพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยเปิดให้ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เพื่อสร้างความร่วมมือในการปรับปรุงแก้ไขและยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดเก่าชุมแสง ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

61058315 : Major Master of Urban and Environmental Planning Program

Keyword : Revitalization, Chum Saeng's 100-Year-Old Market, Market Area

MISS Rattana KARAKES : Guidelines for Ancient Market Community Revitalization with Sustainable Tourism Promotion : A Case Study of Chum Saeng's 100-Year-Old Market Thesis advisor : Emeritus Professor Kamthorn Kulachol

This study aims to realize that the conservation of Chum Saeng's 100-Year-Old Market has historical and cultural significance to offer suggestions for a development plan for Chum Saeng's 100-year-old market. To revitalize the community economy and be the guidelines for the Physical Environment inheritance of Chum Saeng's 100-year-old market not to gradually disappear. Based on this purpose, three research tools were adopted for data collection which includes 1) questionnaire 2) interview, and 3) observation. These research tools permitted this present study to attain both quantitative and qualitative data. Following the data collection, statistical analysis of the data has been taken to interpret the needs of residents, customers, and the activities provided at Chum Saeng's 100-year-old market.

The results of this study revealed that revitalization with sustainable tourism promotion: a case study of Chum Saeng's 100-Year-Old Market has merchants, people, and tourists answer the questionnaire. The respondents further implied that they were satisfied with services ranging from an average to a high level, especially with regard to market services, Chum Saeng's 100-year-old market's community involvement, cultural value appreciation, and management. However, the respondents gave an average satisfaction for supporting staff and public relations. The respondents also demonstrated that they have the least satisfaction in using services at the old market due to insufficient car parking area and limited products in the market.

Based on the results, shown guidelines for ancient market community revitalization with sustainable tourism promotion: A case study of Chum Saeng's 100-Year-Old Market such as 1) organizing a wider range of activities and such activities should convey the unique physical and cultural features of Chum Saeng's 100-year-old market. Offering alternative choices for tourists' attractions is believed to increase the number of visitors into the old market leading to a better stimulation of the economy at Chum Saeng's 100-Year-Old Market. 2) organizing activities that revive the way of life. Water travel should be initiated to present cultural tourism both in Chum Saeng District and nearby areas. Activities such as boat trips to see the beautiful nature on both sides of the Nan River, visiting self-sufficient businesses of Chum Saeng people, or boat trips to pay homage to the Buddha, etc. and 3) future studies in this area should be conducted for an in-depth analysis to determine the potential areas for conservation and development. As a point of significance, there should be encouragement to communities, public agencies, and private sectors to get involved in improving and upgrading the tourism of Chum Saeng's 100-year-old market.

กิตติกรรมประกาศ

คันทวีอิสระเรื่อง “แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความกรุณาของ ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ กำธร กุลชล อาจารย์ที่ปรึกษาคันทวีอิสระ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์มาโดยตลอด ตลอดทั้งความเมตตา ความช่วยเหลือปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัยด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงหนาท แสงสีหนาท ประธานกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรลัดดา เพ็ชรภักดี กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่กรุณาให้ความรู้ ข้อคิดเห็น และคำแนะนำต่าง ๆ ต่อการศึกษาและการคันทวีอิสระ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองชุมแสง พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล พร้อมทั้งอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดาและมารดา ผู้ที่ทุ่มเททั้งกำลังกาย กำลังใจ และกำลังทรัพย์ สนับสนุนผู้วิจัยให้ผู้วิจัยไม่ท้อถอยในการทำวิจัยในครั้งนี้ และกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่มีแต่ความปรารถนาดี คอยให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ รวมถึงกำลังใจที่มีให้ผู้วิจัยเสมอมา ทั้งญาติพี่น้อง เพื่อนพ้อง ตลอดจนผู้ที่มีส่วนให้ความช่วยเหลือในวิจัยนี้ที่ผู้วิจัยไม่ได้เอ่ยนาม ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

รัตนา การะเกษ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	1
1.3 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
1.3.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	2
1.4.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่.....	2
1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.6 การเสนอผลงาน.....	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	5
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการเกิดตลาด.....	5
2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของตลาด.....	5
2.1.2 ความหมายของตลาด.....	6

2.2 แนวความคิดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	7
2.2.1 ความหมายของการบริหารจัดการ	7
2.2.2 หลักการบริหารจัดการพื้นที่	7
2.2.3 การบริหารจัดการทรัพยากร.....	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติ	9
2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ.....	9
2.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	10
2.3.3 พฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism).....	11
2.4.1 แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	13
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.5.1 แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	14
2.5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จ.ฉะเชิงเทรา	15
2.5.3 การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	16
2.6 สรุปท้ายบท.....	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	17
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	17
3.2 กำหนดขั้นตอนการวิจัย.....	18
3.2.1 ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
3.2.2 การเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม	19
3.2.3 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
3.2.4 การสรุปผลการวิจัย	19
3.3 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย.....	21

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	21
3.4.1 ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ (Primary Data).....	22
3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
3.5.1 เรียบเรียงข้อมูล	23
3.5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	23
3.5.3 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	24
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
4.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง.....	25
4.2 ลักษณะทางกายภาพ	26
4.2.1 ที่ตั้งและอาณาเขต.....	26
4.2.2 ลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม.....	26
4.2.3 การสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง.....	27
4.3 นโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 ถึง 2570).....	36
4.3.1 นโยบาย และยุทธศาสตร์จังหวัด	36
4.3.2 แผนงาน โครงการที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ระดับเทศบาลเมืองชุมแสง.....	38
4.4 สรุปผลการศึกษาจากแบบสอบถาม	39
4.4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป	40
4.4.2 ผลการศึกษาข้อมูลการใช้บริการพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง	42
4.4.3 ผลการศึกษาข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง	46
4.5 สรุปประเด็นจากการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์	56
4.5.1 การเพิ่มกิจกรรมอื่น ๆ ที่หลากหลายเพื่อดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้ บริการในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปีชุมแสงมากขึ้น.....	56
4.5.2 การเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ และความสะดวกในการ เดินทาง	57

4.5.3 การแก้ปัญหาจราจรและเพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ.....	57
4.5.4 มาตรการในการช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการค่านาสินค้าต่าง ๆ ที่ หลากหลายมาจำหน่ายเพิ่มเติม	57
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	58
5.1 สรุปผลการศึกษา	58
5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	59
5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์.....	59
5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์.....	59
5.2 การอภิปรายผล.....	60
5.2.1 การอำนวยความสะดวกและการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องแก่ผู้ใช้บริการ.....	60
5.2.2 ศูนย์รวมชุมชนแห่งใหม่.....	60
5.2.3 การนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายในตลาด.....	61
5.2.4 การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำแบบดั้งเดิม.....	61
5.2.5 ความไม่สะดวกในการเดินทาง.....	62
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	62
รายการอ้างอิง.....	64
ภาคผนวก	66
ภาคผนวก ก แบบสอบถามผู้ใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง.....	67
ภาคผนวก ข สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง.....	72
ประวัติผู้เขียน	78

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง	3
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	13
ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	18
ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนแสดงกระบวนการวิจัย	20
ภาพที่ 4.1 แสดงพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง	28
ภาพที่ 4.2 สถานีรถไฟชุมแสง	29
ภาพที่ 4.3 สะพานหิรัญญิมิต (ซ้าย) และพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (ขวา)	29
ภาพที่ 4.4 สภาพอาคารของตลาด	30
ภาพที่ 4.5 บรรยากาศชุมชนค้าขาย	31
ภาพที่ 4.6 พื้นที่จอดรถ	32
ภาพที่ 4.7 แผงผังร้านอาหาร ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง	33
ภาพที่ 4.8 แผนที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง แสดงโซนแลนด์มาร์คและโซนอาหาร	34
ภาพที่ 4.9 ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ชุมแสง	35
ภาพที่ 4.10 แผนภูมิข้อมูลเพศของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด	40
ภาพที่ 4.11 แผนภูมิข้อมูลอายุของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด	41
ภาพที่ 4.12 แผนภูมิข้อมูลอาชีพของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด	41
ภาพที่ 4.13 แผนภูมิข้อมูลผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เดินทางมาจากที่ใด	42
ภาพที่ 4.14 แผนภูมิข้อมูลการทราบข่าวของผู้ที่มาใช้บริการตลาด	43
ภาพที่ 4.15 แผนภูมิข้อมูลช่วงวันที่ผู้มาใช้บริการตลาด	43
ภาพที่ 4.16 แผนภูมิข้อมูลจำนวนครั้งในการมาตลาดของผู้ที่มาใช้บริการตลาด	44
ภาพที่ 4.17 แผนภูมิข้อมูลการเดินทางมายังตลาดของผู้ที่มาใช้บริการตลาด	45

ภาพที่ 4.18 แผนภูมิข้อมูลผู้ที่มาใช้บริการตลาดมากับใคร	45
ภาพที่ 4.19 แผนภูมิข้อมูลเหตุผลที่เลือกใช้บริการพื้นที่ตลาด	46
ภาพที่ 4.20 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องพ่อค้าแม่ค้า มีมนุษยสัมพันธ์ดี	47
ภาพที่ 4.21 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องผู้ขายให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	47
ภาพที่ 4.22 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวก	48
ภาพที่ 4.23 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องพ่อค้า แม่ค้า ช่วยรักษาที่อยู่อาศัยของตนเองให้มีความดั้งเดิมแบบโบราณ	49
ภาพที่ 4.24 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องพ่อค้า แม่ค้า มีความภาคภูมิใจในตลาดของตัวเอง สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่ขายได้เป็นอย่างดี	49
ภาพที่ 4.25 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ..	50
ภาพที่ 4.26 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องบรรยากาศของตลาดยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่า	51
ภาพที่ 4.27 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดยังคงรักษาวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ ความเป็นอยู่ดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	51
ภาพที่ 4.28 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องสินค้าในตลาดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	52
ภาพที่ 4.29 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีความสะอาดเป็นระเบียบ	53
ภาพที่ 4.30 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	53
ภาพที่ 4.31 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย	54
ภาพที่ 4.32 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องเดินทางมาง่ายและสะดวก	55
ภาพที่ 4.33 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว.....	56

ภาพที่ 5.1 ศูนย์รวมชุมชนแห่งใหม่ตรงบริเวณเชิงสะพานหิรัญนฤมิตร.....61



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ถือเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์ และเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา โดยในอดีตตลาดชุมแสงเป็นศูนย์กลางทางการค้าขายของภาคเหนือตอนล่าง เพราะมีการคมนาคมที่สะดวก โดยมีแม่น้ำน่านเป็นทางสัญจรหลักมาแต่อดีต อีกทั้งยังมีสถานีรถไฟสายเหนือ (สถานีชุมแสง) ที่มุ่งสู่เชียงใหม่วิ่งผ่านมาตั้งแต่ปี 2450 ตลาดแห่งนี้จึงเป็นชุมทางการค้าที่สำคัญในการขนถ่ายสินค้าระหว่างภาคเหนือและภาคกลาง และมีชาวจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานทำมาหากิน ค่าขายเป็นจำนวนมาก ตลาดชุมแสงจึงเป็นย่านเศรษฐกิจตลาดที่เฟื่องฟูเป็นอย่างมาก เมื่อเวลาผ่านไปมีความเสื่อมโทรมตามยุคสมัยมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ตลาดชุมแสงซบเซา เนื่องจากบ้านเมืองเจริญขึ้นในพื้นที่มีถนนหลายสายตัดผ่านรถยนต์สามารถขนส่งสินค้าได้ทั่วถึงการคมนาคมทางเรือและรถไฟลดความสำคัญลดกลุ่มห้องแถวในพื้นที่บางส่วนได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปเป็นอาคารตึกแถวตามลักษณะทางสถาปัตยกรรมอาคารที่เกิดขึ้นในยุคสมัยใหม่ และถึงแม้ว่าจะได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนตลาดชุมแสงไม่ขาดสาย จึงทำให้ตลาดชุมแสงกลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง โดยเทศบาลเมืองชุมแสงเป็นหน่วยงานท้องถิ่นที่มีหน้าที่โดยตรงในการรับผิดชอบดูแลพื้นที่ แต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวไม่ได้เป็นการรื้อฟื้นให้ตลาดแห่งนี้อยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน (นายกเทศมนตรีเมืองชุมแสง, 2562)

จากความสำคัญและปัญหาที่เกิดขึ้นของย่านตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง จะเห็นได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ การดำเนินชีวิต วิถีชุมชน รวมถึงยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ย่านชุมชนเก่าที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดนครสวรรค์อีกด้วย ในปัจจุบันจึงมีความสำคัญในการหาแนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูพื้นที่ให้ได้รับการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดแห่งนี้ให้คงอยู่ต่อไปได้ เพื่อดำรงวิถีชีวิตของคนในชุมชน และรักษาย่านประวัติศาสตร์ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง อีกทั้งยังสามารถสร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กลับมาเฟื่องฟูอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมและตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่

1.2 คำถามการวิจัย

การฟื้นฟูตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถทำได้
อย่างไร

1.3 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อเสนอแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง โดยไม่ทำลายสังคม เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อม

1.3.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.2.1 เพื่อสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่มีคุณค่าทางด้าน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

1.3.2.2 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของ ชุมชนในท้องถิ่น

1.3.2.3 เพื่อชี้แนะแนวทางในการสืบทอดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มิให้เสื่อมสลายไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่

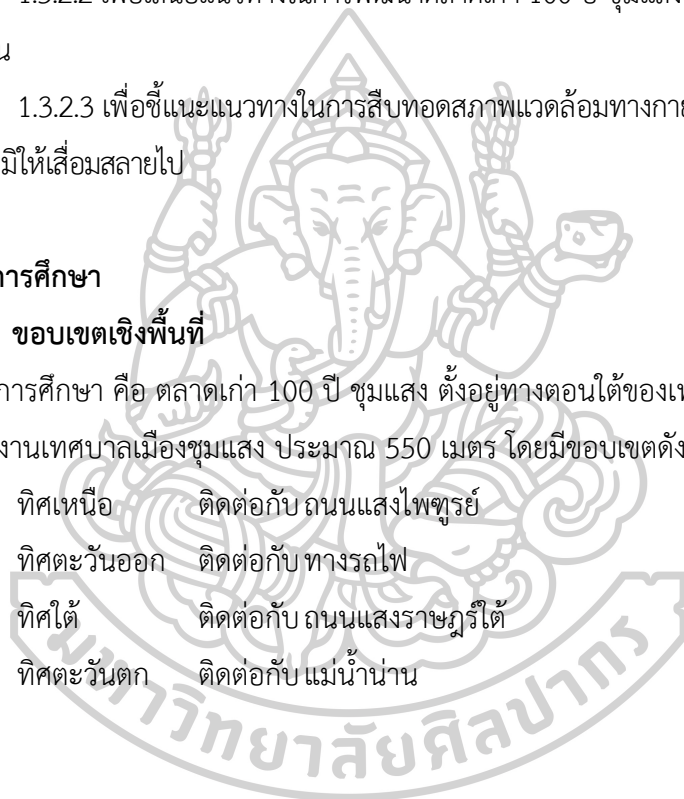
พื้นที่การศึกษา คือ ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของเทศบาลเมืองชุมแสง และ ห่างจากสำนักงานเทศบาลเมืองชุมแสง ประมาณ 550 เมตร โดยมีขอบเขตดังนี้

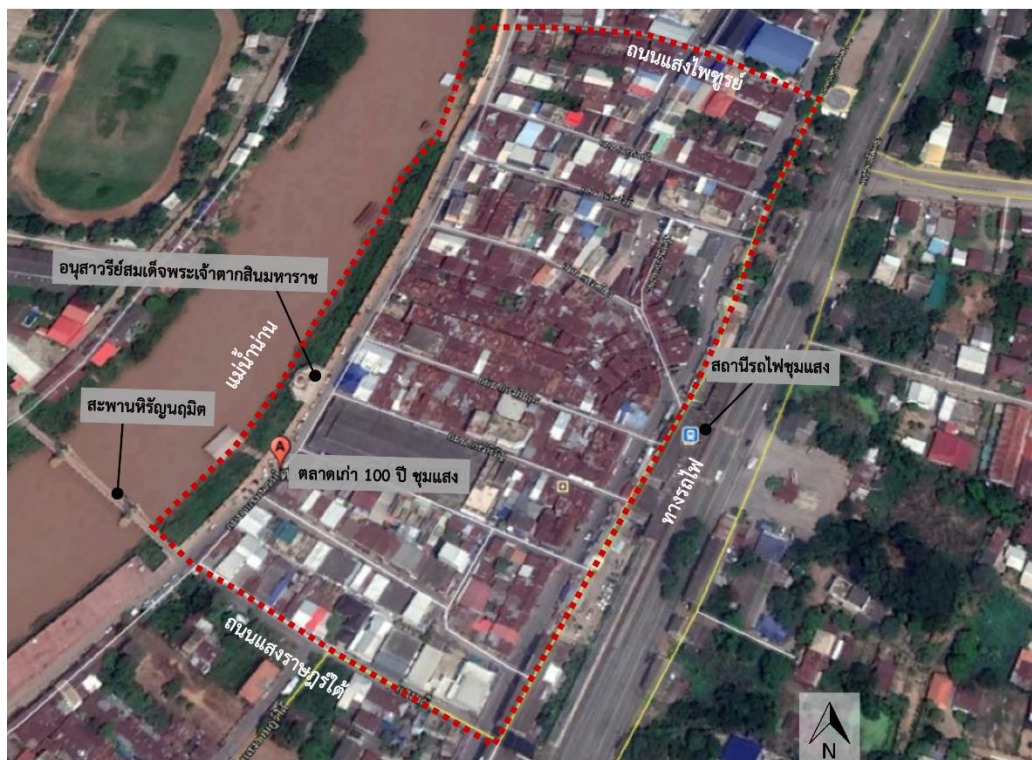
ทิศเหนือ ติดต่อกับ ถนนแสงไพฑูรย์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ทางรถไฟ

ทิศใต้ ติดต่อกับ ถนนแสงราษฎร์ใต้

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ แม่น้ำน่าน





ภาพที่ 1.1 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง
ที่มา : ผู้วิจัย

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การศึกษาลักษณะทางด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านนโยบาย รวมถึงเศรษฐกิจ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ปัญหา และอุปสรรคของของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง กลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้บริการของตลาด การประเมินความพึงพอใจของพ่อค้า แม่ค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ต่อไป

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 เป็นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ของจังหวัดนครสวรรค์
- 1.5.2 สามารถนำไปศึกษาเปรียบเทียบกับชุมชนริมน้ำอื่น ๆ ในประเทศไทยซึ่งได้รับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวมาแล้ว
- 1.5.3 หน่วยงานท้องถิ่นของอำเภอชุมแสงสามารถนำผลการศึกษาไปประกอบการพัฒนาพื้นที่ในความรับผิดชอบในอนาคต

1.6 การเสนอผลงาน

นำเสนอรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ขนาด A4 ประกอบด้วย ข้อมูล สถิติ ตารางรูปภาพ แผนภาพ แผนภูมิ แผนที่ แผนผัง ที่แสดงด้วยภาพสี ตามรูปแบบที่บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากรกำหนด



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรม แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเรื่อง แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร และเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนศึกษากรณีตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการเกิดตลาด
- 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ
- 2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการเกิดตลาด

2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของตลาด

สังคมการใช้ชีวิตในอดีตมีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง โดยที่แต่ละครอบครัวสามารถประดิษฐ์ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนเองได้ จึงทำให้สามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานของตนได้ เพราะเป็นวัตถุดิบที่หาได้ตามธรรมชาติ เมื่อสังคมมีการพัฒนาขึ้นการผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหารสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงมีจำนวนมากเกินความต้องการ และเกิดการแลกเปลี่ยนอาหารหรือสิ่งของที่มีจำนวนเกินความต้องการไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งที่ไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ โดยการแลกเปลี่ยนนี้จะเกิดขึ้นภายในหมู่บ้านเอง หรือเกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างเมืองที่อยู่ไกลออกไป ในยุคสมัยนั้นจึงยังไม่มีสถานที่ที่แน่นอน เมื่อสังคมมีการเจริญเติบโตมากขึ้นจนกลายเป็นเมืองใหญ่ มีสภาพฐานะเป็นสังคมเมืองที่มีการใช้เงินตราในการซื้อขายสินค้าอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้การค้าขายเริ่มขยายตัว มีความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคที่เพิ่มขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องที่มีสถานที่ซื้อขายสินค้า ซึ่งจะต้องเป็นที่ที่คนในชุมชน หรือสังคมนั้นรู้จัก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมทางบกและทางน้ำที่สามารถเดินทางไปได้สะดวก โดยเรียกที่แห่งนี้ว่า “ตลาด” โดยที่ลักษณะของตลาดจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้น ๆ เช่น ถ้าชุมชนนั้นให้ความสำคัญในการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก ก็จะเรียกตลาดในชุมชนนั้นว่า “ตลาดน้ำ” แต่ถ้าชุมชนไหนที่มีถนนตัดผ่านแล้วจะใช้การคมนาคมเส้นทางบกเป็นสำคัญ จะเรียกตลาดนั้นว่า “ตลาดบก” ซึ่งตลาดนี้จะเห็นได้แพร่หลายในปัจจุบัน รวมไปถึงขนาดของตลาดจะเล็กหรือใหญ่จะขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชน หรือจำนวนสินค้าที่ขายอยู่ภายในตลาดแห่งนั้นด้วย (รัตตญา เทวรักษ์, 2560)

ในอดีตที่ผ่านมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าฯ ตลาดยังไม่มีรูปแบบที่แน่นอนเฉพาะตัว ส่วนมากจะใช้เคหะสถานที่อยู่อาศัยเป็นที่ค้าขาย เป็นอาคารเรือนไทยแต่มีการดัดแปลงให้ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น เช่น ถ้าเป็นตลาดบกก็ทำให้เรือนเตี้ยลงมีนอกชานกว้างขวางจะได้วางสินค้าได้มากชนิด และผู้ซื้อสามารถยืนเลือกซื้อได้สะดวกโดยไม่ต้องขึ้นบันไดไปบนเรือน และร้านค้าประเภทนี้จะมีประตูปิดมิดชิดเพื่อกันการขโมยสินค้า จะเรียกว่า “เปิด - ปิดหน้าถ้ง” การที่ร้านค้ามีลักษณะเช่นนี้คงเพราะผู้ค้าต้องการให้มีเนื้อที่ด้านหน้าเปิดโล่งตลอดเพื่อรับลูกค้า และให้ตู้โล่งโปร่งโดยทั่วไปตลาดบกที่เป็นตลาดสดจะนิยมจัดขึ้นในบริเวณที่โล่งใกล้ ๆ หมู่บ้าน ซึ่งอาจเป็นแถวลานวัดหรือลานกลางหมู่บ้าน ตลาดแบบนี้จะมีลักษณะเป็นแผงติดพื้นดินโดยใช้วัสดุอื่น ๆ ปูรองสินค้าไว้ เพราะเป็นตลาดที่ขายแค่เพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในแต่ละวันเท่านั้น จึงไม่จำเป็นต้องสร้างอาคารถาวรไว้ประกอบกับเป็นลานพื้นที่สาธารณะจะต้องมีการใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ด้วย ส่วนตลาดน้ำจะนิยมสร้างเป็นเรือนแพไว้ในน้ำและริมตลิ่ง ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยพร้อมกับค้าขายสินค้า นอกจากนั้นก็เป็นที่เรือเร่ขายตามแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ และในสมัยที่มีการปรับตัวเข้าสู่ยุคใหม่ได้มีการพัฒนาขึ้นมากว่าเดิม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเส้นทางคมนาคมและระบบขนส่ง โดยตลาดจะเกาะอยู่บริเวณแนวถนน เพื่อการเข้าถึงตลาดง่ายขึ้นด้วย และจะเห็นการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านรูปแบบ การจัดระเบียบ ความสะอาด การบริการด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดสด ซึ่งมีการจัดสร้างโรงอาหารถาวรยกพื้นสูงแบ่งเป็นช่อง สำหรับจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสด อาหารแห้ง ผัก และผลไม้ โดยรอบของตลาดหรือด้านหน้าจะมีอาคารถาวรจำหน่ายสินค้าประเภทอื่น ส่วนใหญ่เป็นเครื่องอุปโภค เช่น ด้าย ผ้า เครื่องมือ เครื่องใช้ภาชนะต่าง ๆ และมีร้านของชำแทรกอยู่ทั่วไป ส่วนตลาดขายสินค้าต่างชาติและสินค้าหัตถกรรมที่ผลิตจากแหล่งต่าง ๆ ตึกแถวได้ปรากฏขึ้นใช้ประโยชน์ด้านการค้าอย่างกว้างขวาง การขยายตัวของร้านค้าตึกแถวริมถนนยังมีมากขึ้น (เกียรติ จิวะกุล, 2525)

2.1.2 ความหมายของตลาด

เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ (2519) กล่าวว่า ตลาดเป็นสถานที่รวบรวมอาหารที่เหลือจากการบริโภคของชาวชนบท เพื่อส่งออกมาจำหน่ายยังตลาดในเมือง จึงเกิดระบบการค้าในท้องถิ่น ซึ่งพัฒนาเป็นย่านกลางที่ให้บริการสินค้าทางการเกษตรเป็นสื่อกลางประสานความต้องการสินค้าต่างประเภทของคนในเมืองกับชนบท และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนในชนบทอีกด้วย จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ตลาดเป็นเพียงช่องทางการค้าขายอาหาร และสินค้าทางการเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในชนบทเท่านั้นแต่ตลาดในความหมายของ สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (2542) และ กิตติพร ใจบุญ (2549) คือ ตลาดเป็นสถานที่ที่กำหนดเพื่อเป็นที่ที่ชุมชนซื้อขายของต่าง ๆ ที่ไม่ใช่แค่อาหารหรือสินค้าทางการเกษตรเท่านั้น แต่รวมถึงสินค้าอุปโภคและบริโภคด้วย ซึ่งตลาดจะไม่ได้ตั้งอยู่ที่ประจำ ประชาชนในละแวกใกล้เคียงกำหนดวันและสถานที่ขึ้นเองแบบหมุนเวียนสถานที่

ไปยังที่เหมาะสมจนครบทุกจุดแล้วย้อนกลับมาจัดที่แห่งใหม่ จึงทำให้ตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาขึ้น ทั้งในด้านที่ตั้ง รูปแบบ ตลอดจนประเภทของสินค้าตามสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัย

2.2 แนวความคิดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ

2.2.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

การบริหารหรือการจัดการ เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานทุกระดับ โดยการบริหาร (Administration) นิยมใช้ในภาครัฐหรืองานที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย และการจัดการ (Management) นิยมใช้ในภาคธุรกิจเอกชนซึ่ง The Encyclopedia Americana ได้ขยายความว่า การบริหารและการจัดการใช้ทดแทนกันได้ คำว่า “การบริหาร” เป็นการจัดการงานบริหารระดับสูง ส่วน “การจัดการ” เป็นศิลปะของการประสานองค์ประกอบหรือปัจจัยการผลิตเพื่อมุ่งความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การเป็นความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยอาศัยแรงงาน วัสดุ และเครื่องจักร สำหรับคำว่า การบริหารจัดการ Lunenburg & Ornstein (1996, อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ 2546: 69) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างคำดังกล่าวกับการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) ว่าการบริหารจัดการจะสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิธีการจัดโครงสร้างองค์การ ส่วนการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์จะสนใจการจัดการกับงานและคนงาน ซึ่งอาจสรุปได้ว่าผู้ที่ใช้ในความหมายแตกต่างกัน ส่วนใหญ่จะเห็นว่า คำว่า การบริหาร ครอบคลุมภาพรวมขององค์การ ในขณะที่การจัดการมุ่งไปที่การจัดการกับทรัพยากรเพื่อให้บรรลุจุดหมาย และคำว่า “การบริหาร” ในที่นี้จะใช้ในความหมายว่า เป็นความพยายามใช้ศาสตร์และศิลป์จูงใจผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกองค์การให้ร่วมมือร่วมใจดำเนินกิจกรรม เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จทั้งในเชิงประสิทธิผลและประสิทธิภาพ

2.2.2 หลักการบริหารจัดการพื้นที่

เสรีชัย โชติพานิช (2549) และ บัณฑิต จุลาสัย (2547) ได้อธิบายไว้ว่าการบริหารจัดการพื้นที่จะต้องอาศัยความรู้ด้านการออกแบบ การดูแล การบำรุงรักษาและการบริหารจัดการ ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์อาคาร อุปกรณ์สำนักงาน สถานที่และสภาพแวดล้อม ให้มีความพร้อมและตอบสนองการใช้งานได้ เพื่อทำให้เกิดการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองนโยบายขององค์กร และการใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่ามากที่สุด การบริหารจัดการพื้นที่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด แต่ไม่ได้หมายรวมถึงการใช้พื้นที่ทั้งหมดในการทำให้เกิดรายได้ แต่หมายถึงการใช้พื้นที่ให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อสนองตอบความต้องการขององค์กรนั้น ๆ โดยกำหนดให้กิจกรรมเป้าหมายของ

องค์กร และอาคารเป็นเครื่องมือสนับสนุนองค์กร การที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน โดยงานบริหารจัดการ (Strategic & management) เป็นงานระดับนโยบายเป็นการทำงานเชิงวางแผน โดยกำหนดนโยบาย วางกลยุทธ์ การจัดทำแผน รวมไปถึงการกำกับ ควบคุม ดูแลให้การดำเนินงานในอาคารเป็นไปตามที่วางแผนและมาตรฐานที่กำหนดไว้ และงานดูแลรักษาและบริการ (Operational) เป็นงานระดับปฏิบัติการ ครอบคลุมการทำงาน และการบริการภายในอาคารทั้งหมดด้วย โดยมีการควบคุมดูแลรักษาระบบประกอบอาคาร การซ่อมแซม การบำรุงรักษา ความสะอาด หมายถึงรวมถึงการรักษาความปลอดภัยด้วย ปริญญา เจริญบัณฑิต (2549) ยังกล่าวอีกว่า การบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพอาศัยหลักการที่สำคัญ 3 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ 1) บุคคล (people) 2) พื้นที่ (place) และ 3) กระบวนการ (process) เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

2.2.3 การบริหารจัดการทรัพยากร

จากการให้สัมภาษณ์ของเจฟฟรีย์ เลวิน (Jeffrey Lewin), Chairman of Marketing Department ที่ College of Business, Western Carolina University ได้กล่าวถึงเงื่อนไขสำคัญของการบริหารจัดการเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ (key nature to success) ไว้เป็นช่วงสมัย คือ

ในช่วงศตวรรษที่ 18 มุ่งเน้นการบริหารจัดการเพื่อผลกำไรโดยการตัดรายจ่าย (cost saving) ผู้บริหารจัดการพยายามที่จะลดรายจ่ายในการบริการในรูปแบบต่าง ๆ ผลลัพธ์ก็คือ ความไม่พึงพอใจของลูกค้า

ในช่วงศตวรรษที่ 19 มุ่งเน้นการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม (total quality) องค์กรพยายามที่จะเน้นคุณภาพในทุก ๆ สินค้าหรือบริการที่มีผลต่อการส่งเสริมสินค้าหรือบริการหลัก แต่เป็นไปเพื่อเพียงความต้องการที่จะเพิ่มผลผลิตให้เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งก็ยังไม่มีการพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ในช่วงศตวรรษที่ 20 มุ่งเน้นไปที่ความสามารถในการแข่งขันและความชำนาญ (competence and expertise) ทั้งหลายนั้น อยู่บนเป้าหมาย (corporate goal) เดียวกัน คือ ความพึงพอใจของลูกค้า

กล่าวได้ว่า พัฒนาการของแนวทางการบริหารจัดการได้เปลี่ยนจุดสนใจจากรากฐานของ “การผลิต” ไปสู่รากฐานของ “การบริโภค” เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 1990 เป็นต้นมา แต่ละองค์กรเริ่มเห็นส่วนงานบริการเป็นส่วนสำคัญที่นำมาซึ่งผลกำไร องค์กรส่วนใหญ่มีการแบ่งส่วนงานไปจ้างหน่วยงานภายนอก (outsourcing) เพื่อลดรายจ่าย ลดจำนวนพนักงานภายในองค์กร โดยมีฐานอยู่ที่ความพึงพอใจของลูกค้า โดยที่มีได้หมายถึง “นายทุน” เท่านั้น แต่ครอบคลุมถึง “การจัดการทางธุรกิจ” และ “พนักงานในองค์กร” ดังนั้น แนวทางการตลาดในลักษณะความสัมพันธ์ระยะยาวจึงเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการบริหารจัดการต่อมา

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติ

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก ภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและ ได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสอนศรี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

โอลิเวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือ การตอบสนองที่แสดงถึงความรู้ประสงค์ของลูกค้าเป็นวิจาร์ณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่ มุมมองของแต่ละคน

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

ความหมายคำว่าพึงพอใจ อาจจะสรุปได้ว่า คือเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีทั้งความรู้สึกทางบวกหรือความรู้สึกทางลบได้เช่นเดียวกัน แต่หากมีทัศนคติทางบวกแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจกับสิ่งนั้นหรือความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลนั้น ๆ บรรลุจุดมุ่งหมาย เห็นได้ว่าความพึงพอใจและทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกันและยังสามารถใช้แทนกันได้ ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 395) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งตนเอง โดยมีเหตุผลและประสบการณ์ประกอบด้วย

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (เกียรติ จิวะกุล และคนอื่น ๆ, 2525) ได้จัดความหมายของทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ความหมายการรู้ ความหมายทางความรู้สึก และความหมายเชิงพฤติกรรม อาจเรียกว่าองค์ประกอบทั้งสามของทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนี้

องค์ประกอบทางการเรียนรู้เชิงประเมินค่า เป็นการรู้การคิดบวกกับความเชื่อ ตลอดจนข้อสนเทศทั่วไปเกี่ยวกับวัตถุทางทัศนคติ ในแต่ละองค์ประกอบจะต้องมีลักษณะที่มีทิศทางประกอบด้วย คือ ทางด้านดีหรือทางเลว ให้ประโยชน์หรือโทษอย่างไร

องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกเป็นลักษณะทางความรู้สึกของบุคคลที่เป็นทิศทางด้วย คือ ถ้าบุคคลนั้นเชื่อว่าสิ่งใดดีมีประโยชน์ บุคคลนั้นก็จะชอบและพอใจในสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลเชื่อว่าสิ่งนั้นเลวและมีโทษบุคคลก็จะไม่ชอบและไม่พอใจในสิ่งนั้น ๆ

องค์ประกอบในทิศทางที่มุ่งกระทำ เป็นแนวโน้มที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทัศนคติ

2.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค เป็นการจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เนื่องจากผู้ขายไม่สามารถทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้ ดังนั้นผู้ขายจึงค้นหาว่าผู้ซื้อมีความรู้สึกนึกคิดที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง ได้ทำการศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับผู้ขาย คือ ทำให้ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ได้ ลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's characteristics) ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.3.2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม สามารถแบ่งเป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นได้ในแต่ละสังคมที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน เช่น เชื้อชาติ ศาสนา สีมวล พื้นที่ทางภูมิศาสตร์และท้องถิ่น เป็นต้น

2.3.2.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมรวมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย และมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านพฤติกรรมทางเลือกและการดำรงชีวิต ส่วนใหญ่ครอบครัวจะมีอิทธิพลมากที่สุด ทัศนคติและค่านิยมของแต่ละบุคคล มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของคนในครอบครัว บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม ซึ่งบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มสังคม

2.3.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะ ส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุวงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ และรูปแบบการ ดำรงชีวิต

2.3.2.4 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological factors) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความน่า

2.3.3 พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาให้ได้มา ซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ ทั้งนี้ยังรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และเป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว (ธงชัย สันติวงษ์, 2535 อ้างถึงใน ชัยณรงค์ ทรายศำ, 2552) และพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ (Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, 1991 อ้างถึงใน ศุภร เสรีรัตน์, 2550) สำหรับ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว และกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภค และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจอย่างสูงสุด

Engel, Blackwell & Miniard (1990 : 3) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา การบริโภคและการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้ง กระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกระทำดังกล่าวอีกด้วย

2.3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2535) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุอิทธิพลที่สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ที่มีผลต่อการจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้จากการพูดจาเชิญชวน ให้ลูกค้าสนใจและยอมซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นแล้วการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องของการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าเกิดจากปัจจัยด้านใดที่มีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อดังกล่าวซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำการซื้อจะเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ (New Travel Paradigm) ที่ริเริ่มโดยองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ทั้งนี้ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้นิยาม “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ว่าเป็น “การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีต่าง ๆ ในชุมชน ในเชิงของการเรียนรู้และการทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนจะต้องสามารถใช้

การจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทน และในรูปแบบความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน”

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ (Richards, 2010) ดังนี้

(1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว

(2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงาน

(3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์”

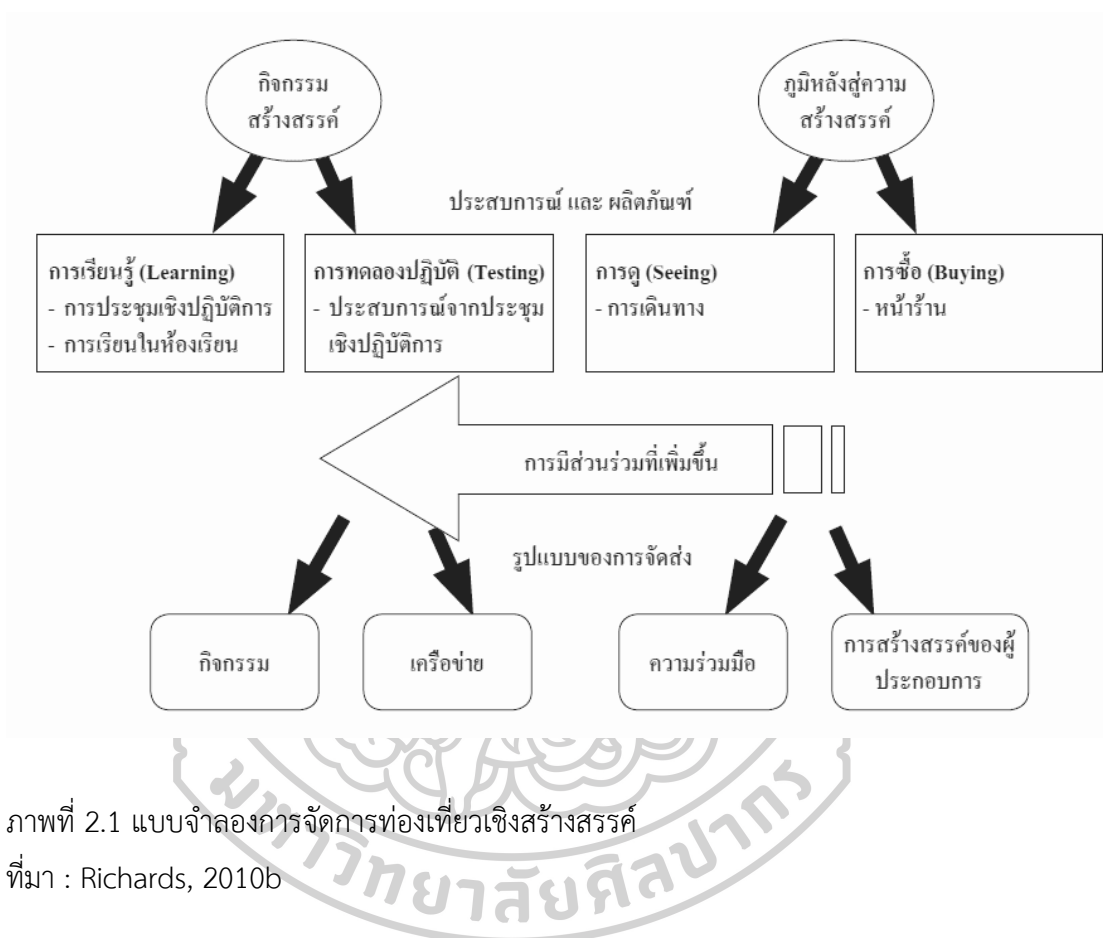
(4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูง เป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ อนุสาวรีย์ต่าง ๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

(5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง เช่น การทำอาหาร การทอผ้า นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใดโดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

(6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่าง

2.4.1 แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของริชาร์ด (Richards, 2010b) พัฒนาขึ้นมา เพื่ออธิบายกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แสดงถึงองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ที่มา : Richards, 2010b

ภียมณี แก้วสง่า และนิศาชล จ่านงศรี (2555 อ้างถึงใน Richards, 2010) แบบจำลองการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ระดับคือ ระดับของการสร้างประสบการณ์และผลลัพธ์ และระดับของการจัดส่งสินค้าและบริการระดับการสร้างประสบการณ์และผลลัพธ์ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ ภูมิหลังผู้ความสร้างสรรค์และกิจกรรมสร้างสรรค์ อธิบายได้ ดังนี้

1. ภูมิหลังผู้ความสร้างสรรค์ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพจะนำมาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างประสบการณ์และผลลัพธ์ใน 2 ลักษณะ คือ การดู (Seeing) และการซื้อ (Buying) เช่น การเดินทางมาเยี่ยมชม

แหล่งท่องเที่ยว และชื่อของที่ระลึกจากหน้าร้านของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในการท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป

2. กิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วย กิจกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) และกิจกรรมที่เกิดจากการทดสอบหรือทดลองปฏิบัติ (Testing) เช่น การเรียนในห้องเรียน การอบรมในห้องประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการลงมือทำในสถานที่จริง เป็นต้น

ระดับของการจัดส่งสินค้าและบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 4 องค์ประกอบ คือ

1. การสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามลักษณะทรัพยากรที่ปรากฏในท้องถิ่น

2. ความร่วมมือจากชุมชนในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการนำเสนอสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว

3. เครือข่ายหรือพันธมิตรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ ที่จะนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเกิดขึ้นในท้องถิ่น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

(รจ รัตนพาหุ, 2547)

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์พื้นที่ วิวัฒนาการการตั้งถิ่นฐานรวมถึงลักษณะทางกายภาพของชุมชนย่านตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาถึงคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ในการเสนอแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก เพื่อให้เกิดความสอดคล้องในการจัดการพื้นที่ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ในอนาคต

การศึกษาใช้กระบวนการศึกษาพื้นที่ด้วยการสังเกต สัมภาษณ์ลักษณะทางกายภาพของกลุ่มอาคารและสภาพแวดล้อมโดยรอบของพื้นที่ย่านตลาดสามชุก รวมถึงการสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในย่านตลาดสามชุก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาและวิเคราะห์

จากการศึกษาพบว่า ย่านชุมชนตลาดสามชุกเป็นย่านการค้าเก่าที่มีอายุการตั้งถิ่นฐานมาเป็นเวลากว่า 100 ปี ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ประกอบไปด้วยโครงสร้างชุมชนที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างทางสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อม อันได้แก่กลุ่มอาคารเรือนค้าขายพื้นถิ่นที่เป็นอาคาร

ก่อสร้างด้วยวัสดุประเภทไม้เป็นหลัก มีการเกาะกลุ่มรวมตัวเป็นย่านการค้าริมฝั่งแม่น้ำสุพรรณบุรี อย่างหนาแน่น อีกทั้งในปัจจุบันยังมีการใช้งานอย่างต่อเนื่องตลอดมา นอกจากนี้โครงสร้างชุมชนที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งได้แก่ คนในย่านชุมชนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสังคมครอบครัวและสังคมการค้าที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างมีลำดับและสามารถสืบเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในย่านด้วยการบอกเล่าเรื่องราวได้ชัดเจน จาก 2 สิ่งนี้ทำให้ชุมชนย่านตลาดสามชุกเป็นชุมชนการค้าที่มีเอกลักษณ์ในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีคุณค่า เหมาะสมต่อการศึกษาเพื่อวางแนวทางในการจัดการทรัพยากรที่สำคัญให้เกิดความสมดุลต่อรูปแบบการพัฒนาของพื้นที่ในด้านกายภาพอื่น ๆ ต่อไป

2.5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จ.ฉะเชิงเทรา (ปาณิกัส ตีปะวรรณ, 2526)

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จ.ฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นเจ้าของทรัพยากร (Resource-based) หรือผู้บริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นนักท่องเที่ยว วิธีการวิจัยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเครื่องมือต่าง ๆ คือ การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และการใช้ข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จ.ฉะเชิงเทรา ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นเจ้าของทรัพยากร (Resource-based) หรือผู้บริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ 1) การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของชุมชน 2) คุณค่าทางวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ และ 3) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ตามลำดับ และเมื่อได้ทดสอบกับนักท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านได้รับการยืนยันจากนักท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของชุมชนและความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ เห็นได้ในระดับที่ชัดเจนมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ สามารถมองเห็นได้ในระดับมาก

2.5.3 การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา (อาทิตยา แก้วพิลา, 2553)

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวในอนาคต 2) ศึกษาบทบาทหน่วยงานต่าง ๆ ที่สนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ และ 3) เสนอแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของตลาดชุมชนบ้านใหม่ภายใต้ความต้องการของคนในชุมชนเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจทางกายภาพ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมการสนทนา การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และการใช้แบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่มีรูปแบบของการจัดการผ่านองค์กรชุมชน 2 องค์กร คือ 1) ชมรมรักษาสีตลาดบ้านใหม่ ซึ่งมีคณะกรรมการชมรมฯ ทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวและประสานภายในชุมชนและหน่วยงานภายนอก 2) คณะกรรมการจัดระเบียบขายของในตลาดบ้านใหม่ทำหน้าที่จัดทำทะเบียนผู้ค้าขาย ออกใบอนุญาตขายของ จัดตำแหน่งการตั้งขายสินค้าให้เหมาะสม พิจารณาประเภทสินค้าและราคาสินค้า ให้อำนวยความสะดวกใหม่แทนรายเดิมและช่วยแก้ปัญหาทั่วไปที่เกิดขึ้นภายในตลาดทั้ง 2 องค์กรชุมชนทำงานร่วมกันในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อประสานงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ หน่วยงานที่สำคัญ ได้แก่ เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 8 (เดิม) หน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักศิลปากรที่ 5 ปราจีนบุรี และสถาบันการศึกษา การเข้ามาสนับสนุนส่วนใหญ่ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การตลาด และการจัดกิจกรรม เป็นต้น ปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแห่งนี้ ได้แก่ การบริหารงานองค์กรชุมชนที่ยังไม่ชัดเจนในการทำงานของแต่ละฝ่าย การให้บริการที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และขาดการเข้ามาสนับสนุนเรื่องการศึกษาวิจัยในการพัฒนาท่องเที่ยว

2.6 สรุปท้ายบท

จากกรณีการศึกษางานวิจัยข้างต้นทั้ง 3 เรื่อง สรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลทำให้ตลาดเก่ากลับมาเฟื่องฟูอีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้น จะต้องอาศัยการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมและที่สำคัญต้องไม่เกิดผลกระทบต่อชุมชนทางด้านกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของคนในชุมชน ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดเก่าให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองรับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ได้ในอนาคต

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

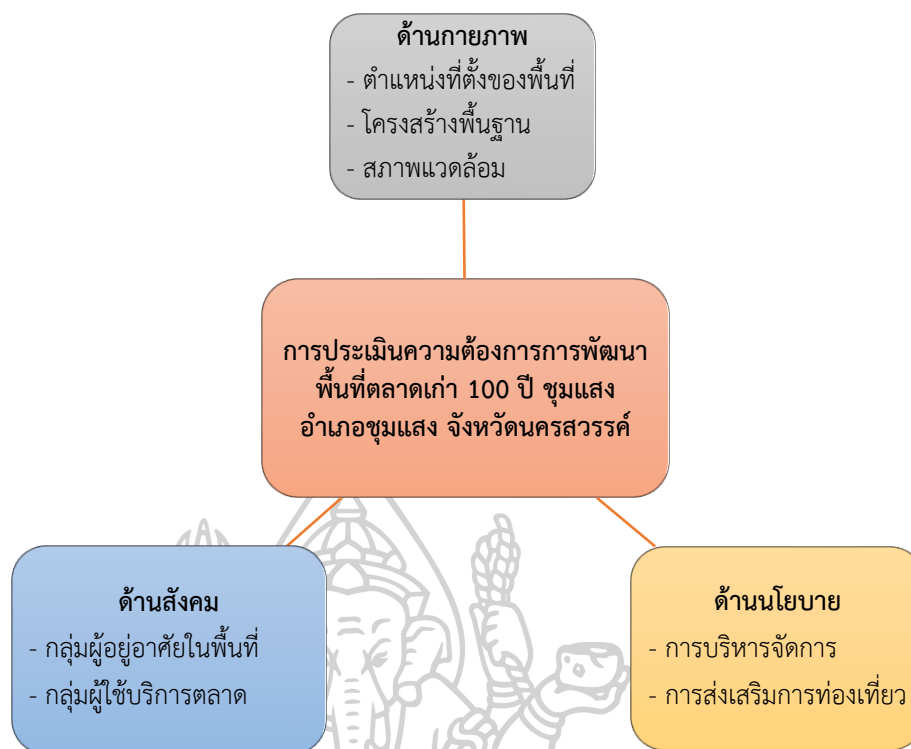
การศึกษางานวิจัย “แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง” โดยในบทนี้มีการกำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 3.2 กำหนดขั้นตอนการวิจัย
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ขอบเขตเนื้อหาทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดและมีความใกล้เคียงกับตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง สามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

1. ด้านกายภาพ เป็นการศึกษาถึงตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ตลาด โครงสร้างพื้นฐาน และสภาพแวดล้อม
2. ด้านสังคม เป็นการศึกษาความต้องการที่จะให้มีการพัฒนาพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ของประชากรผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ และกลุ่มคนที่เข้ามาใช้พื้นที่ตลาด
3. ด้านนโยบาย เป็นการศึกษา นโยบายการบริหารจัดการพื้นที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ ได้แก่ การดูแลรักษาพื้นที่ การปรับปรุงพื้นที่ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566

ทั้งนี้ การศึกษาองค์ประกอบข้างต้นจะช่วยให้เกิดความเข้าใจถึงบทบาทของตลาด เพื่อนำไปพัฒนาทางด้านกายภาพของพื้นที่ตลาด ด้านสังคม และด้านนโยบาย ของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง กลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้บริการของตลาด เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมตามความต้องการของทั้งสองกลุ่มที่มีต่อพื้นที่ตลาด

3.2 กำหนดขั้นตอนการวิจัย

3.2.1 ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยตลาดที่มีความใกล้เคียงกับพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ เรื่องแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา และเรื่องการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

3.2.2 การเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม

3.2.2.1 การแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้อยู่อาศัยในพื้นที่กับกลุ่มผู้เข้ามาใช้บริการ โดยการแจกแบบสอบถามให้กับพ่อค้า แม่ค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว ส่วนการสัมภาษณ์เป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึกที่มีลักษณะคำถามให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการที่จะพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

3.2.2.2 การสำรวจและการสังเกตการณ์ ลงพื้นที่เก็บข้อมูล เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านกายภาพโดยการเก็บข้อมูลจากสภาพแวดล้อมของพื้นที่รอบตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง การใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่และศึกษาพฤติกรรมรูปแบบของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบริเวณตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

3.2.3 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

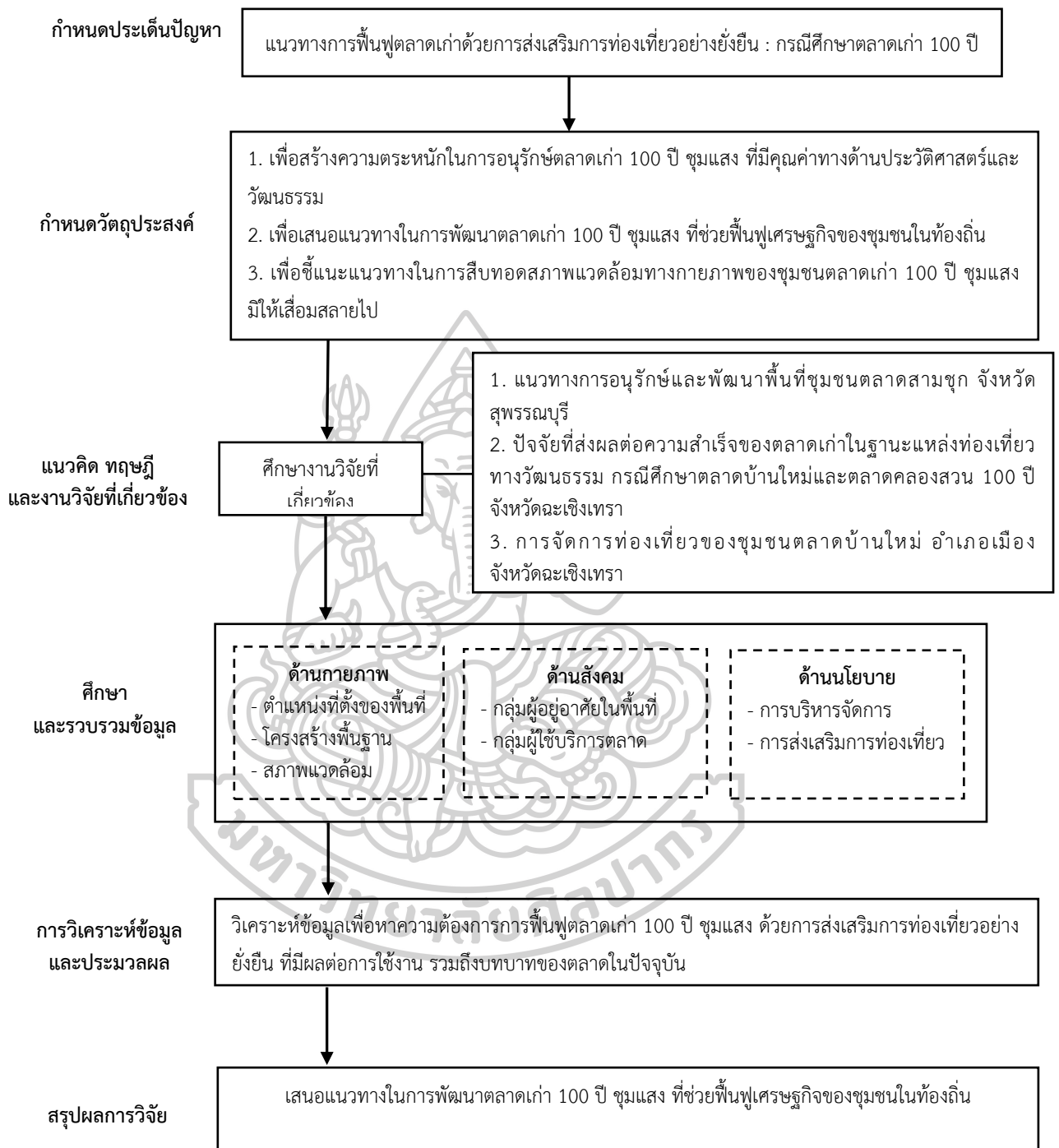
3.2.3.1 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากศึกษา ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ตลาด รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับตลาด

3.2.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความต้องการการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่มีผลต่อการใช้งาน รวมถึงบทบาทของตลาดในปัจจุบัน

3.2.4 การสรุปผลการวิจัย

3.2.4.1 สรุปผลการวิจัย

3.2.4.2 จัดทำเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่น



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนแสดงกระบวนการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566

3.3 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณาทำการศึกษา โดยสามารถแบ่งกลุ่มได้ 2 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลของพื้นที่ตลาดได้เป็นอย่างดี เป็นผู้ที่ทราบประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของพื้นที่ตลาด ตลอดจนสามารถให้ข้อมูลข้อเท็จจริงต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย โดยวิธีการสัมภาษณ์ เพื่อผู้วิจัยจะได้นำไปใช้ประกอบการศึกษาในขั้นตอนต่อไป

3.3.2 กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง กลุ่มผู้อยู่อาศัยในพื้นที่เทศบาลเมืองชุมแสง มีจำนวนประชากรประมาณ 9,442 คน (กรมการปกครอง, 2565) ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะใช้สูตรในการคำนวณของ Yamane (1970) เนื่องจากเป็นกรณีที่ทราบจำนวนแน่นอน (Finite Population) โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร } N = \frac{N}{1+Ne} 2$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

โดยกำหนดให้ P = 0.1 (90% confidence Level) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และยอมให้คลาดเคลื่อน 10% แทนค่าได้

$$N = \frac{9,442}{1+9442(0.1)} 2$$

$$n = 99.8 \text{ หรือประมาณ } 100$$

กลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่มีจำนวนทั้งหมด 9,442 คน สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 100 ตัวอย่าง

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูล คือ 100 คน จะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 10% ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จัดให้มีความเหมาะสมกับลักษณะข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการ ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยมีการคำนึงถึงความสะดวกของผู้ที่ให้ข้อมูลกลุ่มผู้ใช้บริการตลาด ความถูกต้อง และรวดเร็ว โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีการลงพื้นที่ภาคสนาม ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ เพื่อจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความต้องการของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการของตลาด และกิจกรรมในพื้นที่ตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1.1 การเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire)

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง โดยผู้วิจัยได้มีโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง เช่น การเดินทางเข้ามายังพื้นที่ตลาด ช่วงวัน จำนวนครั้งการใช้บริการตลาด แหล่งข่าวสาร

ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้ใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

3.4.1.2 การสัมภาษณ์ (Interview)

เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านความต้องการที่จะพัฒนาตลาด โดยการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะคำถามให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการที่จะพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

3.4.1.3 การสังเกต (Observation)

ผู้วิจัยทำการสังเกตการณ์จากพื้นที่ศึกษาทั้งในด้านกายภาพ สภาพทั่วไปของตลาด รวมทั้งสังเกตการณ์สภาพแวดล้อมโครงสร้างพื้นฐานบรรยากาศต่าง ๆ โดยรอบตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง และกิจกรรมที่เกิดขึ้นบริเวณรอบตลาด

3.4.2 ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ เอกสารการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากสื่อระบบออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาข้อมูลที่ได้จากแหล่งค้นคว้ามาวิเคราะห์และประมวลผล

3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

โดยผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และอภิปรายผลเป็นข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจ รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวข้างต้น นำมาจัดลำดับความสำคัญ ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ทั้งในด้านเชิงของเนื้อหาและสถิติพื้นฐาน เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 เรียบเรียงข้อมูล

เป็นการเรียบเรียงข้อมูลองค์ประกอบทางด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านนโยบายที่ได้จากการสอบถาม การสำรวจ และการสังเกตการณ์ เพื่อนำมาสรุปผลความต้องการการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจัดเก็บ เรียบเรียง ตามหลักการทำงานวิจัยที่ศึกษา

3.5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความต้องการการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนตลาดชุมแสง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่คำตอบในลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดของ (Likert Scale Questions) โดยกำหนดค่าคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, และ 1 คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ ผู้วิจัยใช้วิธีการแบ่งช่วงการประเมินความต้องการตามหลักการของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็นค่าเฉลี่ย 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น การจัดระดับคะแนนค่าเฉลี่ยกับระดับความต้องการได้ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความต้องการ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

3.5.3 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และจากการลงสำรวจพื้นที่ศึกษาโดยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความต้องการการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงในปัจจุบัน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปตามประเด็นที่ศึกษาและตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย



บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง จะต้องทำการศึกษาประวัติความเป็นมาของพื้นที่ ลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และผลการศึกษาจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ควบคู่ไปกับข้อมูลด้านอื่น ๆ โดยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางหรือรูปแบบในการพัฒนาพื้นที่ตลาดให้เหมาะสมกับพื้นที่ต่อไป

4.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

ตลาดชุมแสง เป็นตลาดเก่าแก่จังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ในตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง ซึ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 40 กิโลเมตร คำว่า “ชุมแสง” มีที่มาจากข้อสันนิษฐาน 2 ข้อ คือ ข้อแรกมาจากต้นไม้ชนิดหนึ่ง เรียกว่า “ต้นชุมแสง” มีลักษณะคล้ายกับต้นแจง สมัยก่อนมีขึ้นอยู่ทั่วไปใบคล้ายใบมะปราง เขียวชะอุ่มตลอดปี โบราณใช้ทำยารักษาโรคพรายเลือดลมสตรี ผลของต้นชุมแสงชาวบ้านจะเก็บไปใช้เป็นลูกกระสุนสำหรับธนู ต้นชุมแสงจึงเป็นสัญลักษณ์ประจำถิ่น ได้ใช้เป็นชื่อบ้าน เรียกว่า “บ้านชุมแสง” ส่วนข้อที่สองมาจากเหตุการณ์ประวัติศาสตร์บันทึกว่า สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชนำกองทัพออกทำการปราบก๊กต่าง ๆ ได้ตั้งค่ายและเป็นที่พักแรมหรือค่ายหรือคลังแสง สำหรับปราบก๊กเจ้าเมืองพิษณุโลก ชาวบ้านจึงเรียกบริเวณที่ตั้งค่ายแห่งนั้นว่า “คลังแสง” และต่อ ๆ มาได้เรียกเพี้ยนเป็น “ชุมแสง” ตลาดแห่งนี้แสดงถึงวิถีชีวิตชาวบ้านที่ยังคงดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย แต่ยังคงแฝงไว้ด้วยกลิ่นอายความเก่าเอาไว้อย่างลงตัว และยังมีสะพานหรือรั้วหินหรือสะพานแขวนสะพานแห่งนี้สร้างขึ้นในปี พ.ศ.2552 เพื่อให้ผู้คนจากสองฟากฝั่งแม่น้ำน่านสัญจรข้ามไป-มา โดยห้ามรถยนต์ 4 ล้อวิ่งผ่าน อนุญาตเฉพาะจักรยาน มอเตอร์ไซค์ และเดินเท้าเท่านั้น

ตลาดชุมแสง มีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าขาย เพราะมีการคมนาคมที่สะดวก โดยมีแม่น้ำน่านเป็นทางสัญจรหลักมาแต่อดีต อีกทั้งยังมีสถานีรถไฟสายเหนือ คือ สถานีชุมแสง ที่มุ่งสู่เชียงใหม่วิ่งผ่านมาตั้งแต่ปี 2450 ที่แห่งนี้จึงเป็นชุมทางการค้าที่สำคัญในการขนถ่ายสินค้าระหว่างภาคเหนือและภาคกลาง และมีชาวจีนอพยพมาตั้งถิ่นฐานทำมาหากินค้าขายเป็นจำนวนมาก และสินค้าหลักที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนที่ตลาดแห่งนี้ก็คือ “ข้าว” โดยพ่อค้าและเกษตรกรจากทั้งอำเภอหนองบัว อำเภอนาทะโก จ.นครสวรรค์ และจากจังหวัดใกล้เคียง จะนำข้าวเปลือกมาขายที่ตลาดชุมแสง และที่ตลาดชุมแสงนี้มีโรงสีข้าวเก่าถึง 6 โรง ปัจจุบันยังเหลืออยู่ไม่กี่แห่ง ว่ากันว่าเรือบรรทุกข้าวมานั้นจอดเรียงรายเต็มลำน้ำน่านคึกคักเป็นอย่างมาก ยังไม่รวมเกวียนบรรทุกข้าวอีกนับร้อยเล่มที่มาจอดเรียงรายเมื่อพ่อค้ามาซื้อขายข้าวแล้วก็ต้องแวะพักค้างคืน อีกทั้งต้องซื้อของกินของใช้บรรทุกเกวียน

หรือเรียกกลับบ้าน ทำให้ในตลาดชุมแสงจึงเป็นย่านเศรษฐกิจตลาดที่เฟื่องฟูเป็นอย่างมาก แต่ชุมแสงเป็นเหมือนชุมชนทางน้ำอีกหลาย ๆ แห่ง คือ เมื่อบ้านเมืองเจริญขึ้นมีถนนตัดผ่านเข้ามา ทำให้การสัญจรทางน้ำและทางรถไฟลดความสำคัญลง ส่งผลให้ปัจจุบันวิถีริมน้ำ ชุมชนการค้า และตลาดชุมแสงค่อย ๆ ลดความคึกคักลง แต่ก็ไม่ถึงกับเงียบเหงาซบเซา เพราะภายในตลาดชุมแสงยังพบบรรยากาศการค้าขายที่ยังคงดูมีชีวิตชีวา มีความเคลื่อนไหว เช่นเดียวกับกับ “สถานีรถไฟชุมแสง” ที่อยู่ไม่ไกลจากตลาดนั้นก็เป็นอย่างหนึ่งมุกย้อนยุคในชุมแสง ที่ยังคงดูมีชีวิตชีวา มีความเคลื่อนไหว (2562, ผู้จัดการออนไลน์)

4.2 ลักษณะทางกายภาพ

4.2.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

พื้นที่ศึกษา ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ตั้งอยู่ในเขตอำเภอชุมแสง อยู่บริเวณด้านตะวันออกของจังหวัดนครสวรรค์ ห่างจากอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นระยะทางประมาณ 40 กิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 225 ซึ่งเป็นทางหลักเชื่อมระหว่างตัวจังหวัดนครสวรรค์ถึงอำเภอชุมแสง

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ คลองจระเข้ฝือก ความยาวประมาณ 498 เมตร
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ ทางรถไฟ ความยาวประมาณ 938 เมตร
ทิศใต้	ติดต่อกับ คลองระนอง ความยาวประมาณ 398 เมตร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ แม่น้ำน่าน ความยาวประมาณ 1,075 เมตร

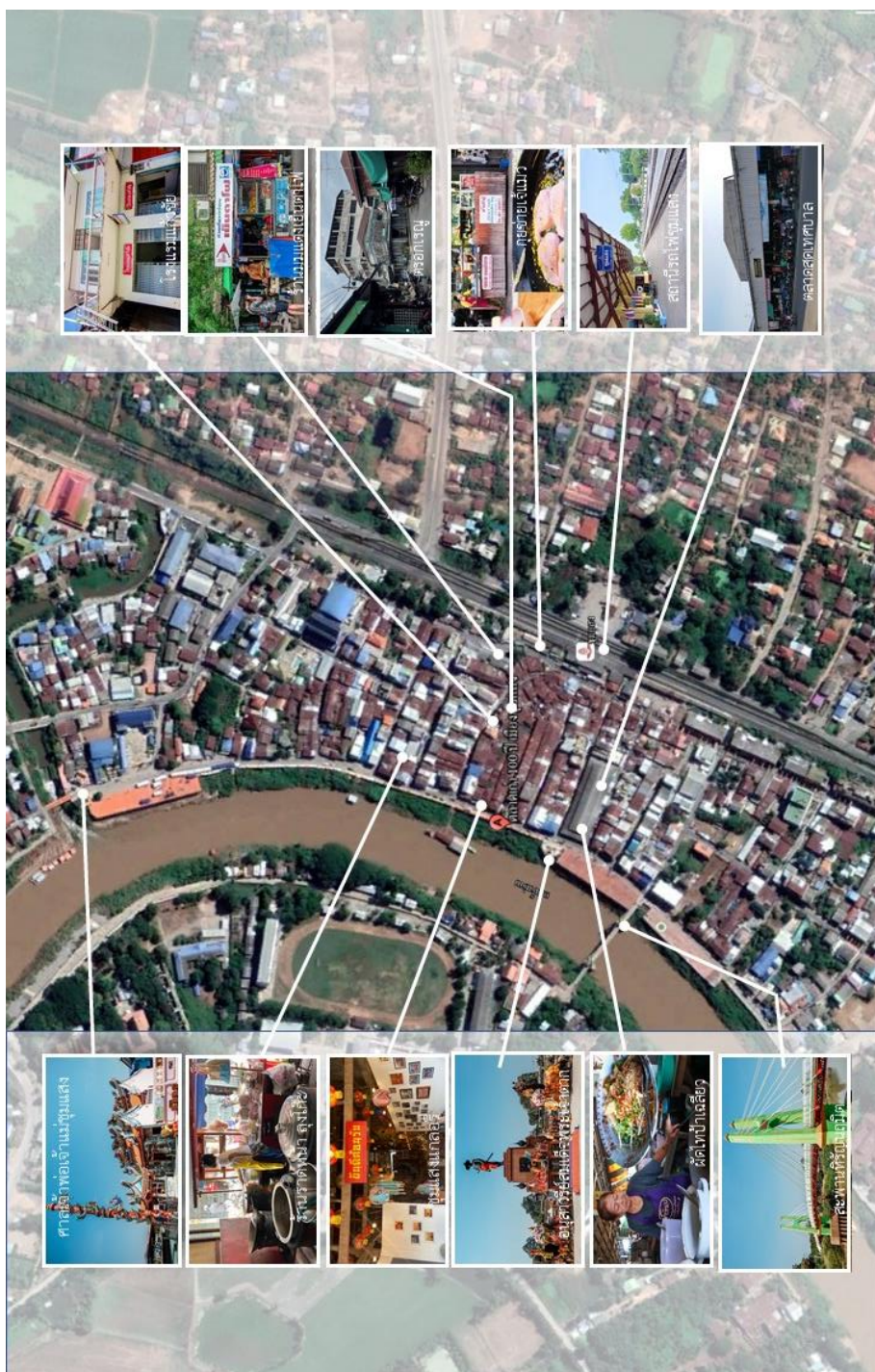
4.2.2 ลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม

สภาพโดยทั่วไปในปัจจุบันของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง เป็นชุมชนเก่าแก่ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำน่าน สภาพโดยรวมของตลาดก็จะคล้ายกันกับตลาดเก่าแทบทุกจังหวัด ที่อยู่ใกล้กับสถานีรถไฟ ใกล้สถานีตำรวจ ย่านการค้าชุมแสงในปัจจุบันมีลักษณะเป็นอาคารไม้โบราณอายุกว่า 100 ปี มีทั้งส่วนอาคารตลาดเก่าที่ถูกทิ้งร้างทรุดโทรมบ้างตามกาลเวลา และบางอาคารมีการถูกปรับปรุงบ้างในบางส่วน แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของความเก่าแก่คลาสสิกไว้ ลักษณะภายในตลาดเป็นตรอกชอกชอยที่สามารถเดินมาบรรจบกันที่สถานีรถไฟชุมแสงได้ ในส่วนของชุมชนค้าขาย ตลาดปัจจุบันก็เต็มไปด้วยเสน่ห์ของบรรยากาศย้อนยุค ไม่ว่าจะเป็นบ้านเรือนไม้ที่หลาย ๆ หลังมีประตูแบบโบราณ ชนิดที่คนเมืองหรือคนรุ่นใหม่ไม่ทันเห็น ตามตรอกชอยตลาดเก่าก็จะมีพ่อค้า แม่ค้า หรือร้านค้าตามบ้านที่ขายวางสินค้าอันหลากหลายประเภทที่เป็นสินค้าโชว์ห่วยมีชีวิตมีการขายสินค้าอยู่ และที่ตลาดแห่งนี้ยังมีของกินทั้งอาหารคาวและหวานมากมายในชอกมุกเล็ก ๆ เน้นการค้าขายแบบเรียบง่ายและพอเพียง

4.2.3 การสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางกายภาพของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง และพื้นที่โดยรอบ โดยทำการสำรวจด้วยกันสองวิธี คือ การเดินเท้าสำรวจ และการนั่งรถยนต์สำรวจ จากนั้นทำการจดบันทึก โดยศึกษาลักษณะทางกายภาพที่เกี่ยวกับการใช้อาคาร ลักษณะของอาคาร สถาปัตยกรรม ที่จอดรถ แหล่งประวัติศาสตร์ เส้นทางเดินริมแม่น้ำ่าน ร้านค้าประกอบการต่าง ๆ ดังภาพที่ 4.1





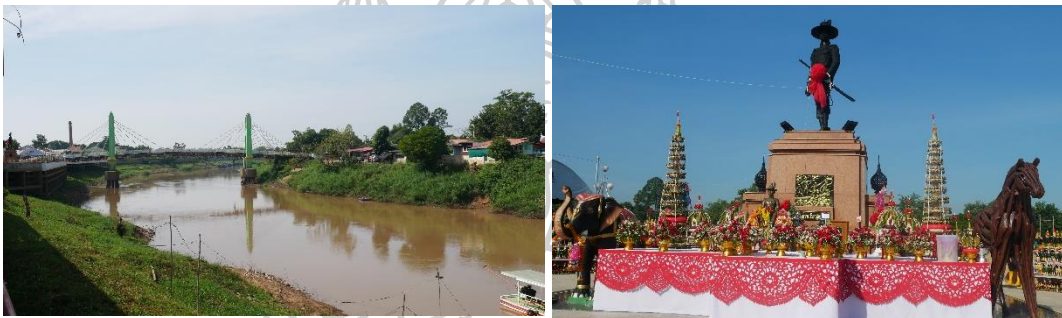
ภาพที่ 4.1 แสดงพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566



ภาพที่ 4.2 สถานีรถไฟชุมแสง

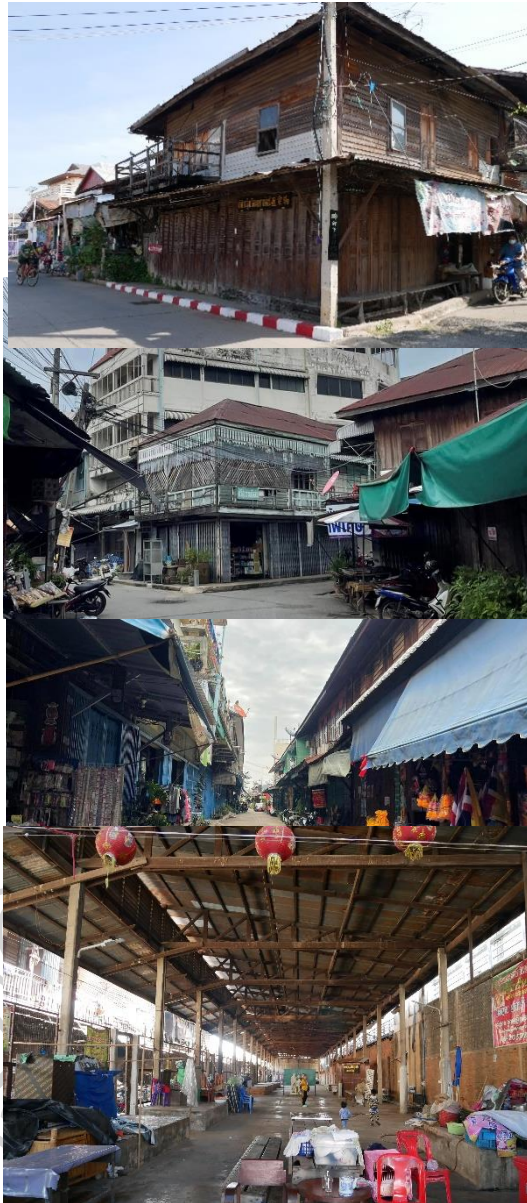
ที่มา : ผู้วิจัย, 2566



ภาพที่ 4.3 สะพานหิรัญนฤมิต (ซ้าย) และพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (ขวา)

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566





ภาพที่ 4.4 สภาพอาคารของตลาด

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566



ภาพที่ 4.5 บรรยากาศชุมชนค้าขาย

ที่มา : ผู้วิจัย, 2566



ภาพที่ 4.6 พื้นที่จอดรถ
ที่มา : ผู้วิจัย, 2566



ภาพที่ 4.7 แผนผังร้านอาหาร ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง
 ที่มา : งานส่งเสริมการท่องเที่ยว เทศบาลเมืองชุมแสง



ภาพที่ 4.8 แผนที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง แสดงโซนแลนด์มาร์คและโซนอาหาร
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครสวรรค์-พิจิตร

ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ใช้การสัญจรทางบกเป็นหลัก ได้แก่ 1) ทางรถไฟ สายกรุงเทพฯ – เชียงใหม่ มีสถานีรถไฟที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอชุมแสงด้วยกัน 3 สถานี คือ สถานีคลองปลากด สถานีทับกฤษ และสถานีชุมแสง 2) ทางรถยนต์ ใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 225 เป็นทางหลัก และ 3) ทางเรือ ตามแม่น้ำยม แม่น้ำน่าน ประชาชนพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำน่านจะใช้เรือสัญจรไปมาหาสู่กัน ตามวิถีแบบดั้งเดิม

ชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตการปกครองของเทศบาลเมืองชุมแสง มีประชากรทั้งสิ้น 9,442 คน และมีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 4,477 ครัวเรือน ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลในระดับชุมชนของเทศบาลเมืองชุมแสง พบว่า พื้นที่เทศบาลเมืองชุมแสงเป็นที่ตั้งของศูนย์ราชการหลายหน่วยงาน ประชากรส่วนใหญ่สร้างที่อยู่อาศัยตามชานเมือง โดยการรวมตัวกันอาศัยอยู่เป็นกลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพมีรายได้จากด้านการพาณิชย์ ค้าขาย และรับจ้างทั่วไปเป็นหลัก

ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง เป็นชุมชนที่มีชาวไทยเชื้อสายจีน นับถือศาสนาพุทธ มีวิถีชีวิตชุมชนไม่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยมากนัก สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ชุมชนเก่าที่น่าสนใจแห่งหนึ่ง รวมไปถึงการมีประวัติน่าสนใจ และประเพณีที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองที่น่าค้นหา ได้แก่ ประเพณีงานประจำปีเจ้าพ่อ เจ้าแม่ชุมแสง โดยจะมีปีละ 2 ครั้ง ครั้งแรกจัดงานวันคล้ายวันเกิดเจ้าพ่อ เจ้าแม่ชุมแสง ในเดือนกุมภาพันธ์ ครั้งที่สองจัดงานประจำปี ในเดือนธันวาคม มีมหรสพสมโภชตลอดงาน และยังมีกรอัญเชิญเจ้าพ่อ เจ้าแม่ แห่รอบตลาดชุมแสง เพื่อเป็นสิริมงคล นับเนื่องเป็นเวลาเกือบกว่า 100 ปี ในปัจจุบันมีผู้คนศรัทธาร่วมขบวนแห่ นับพันคน จึงถือเป็นเทศกาลท่องเที่ยวประจำปีของอำเภอชุมแสง อีกทั้งชุมชนมีความเชื่อถือในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่พึงพอใจให้สักการบูชา และมีตำนานเล่าขานกันมาอย่างยาวนาน นั่นก็คือ ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ชุมแสง



ภาพที่ 4.9 ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ชุมแสง

ที่มา : Google (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/109651>

4.3 นโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 ถึง 2570)

นโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงานท้องถิ่น และโครงการที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ในระดับเทศบาลเมืองชุมแสง อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ สามารถสรุปโครงการที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

4.3.1 นโยบาย และยุทธศาสตร์จังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการเกษตร การค้าและอุตสาหกรรมทางการเกษตรที่

สมดุล

ประกอบด้วย

1. บริหารและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมคุณภาพและปริมาณผลผลิตทางการเกษตร
3. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
4. ส่งเสริมกลุ่มและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. ส่งเสริมกลไกทางการค้าและการตลาด
6. พัฒนาระบบการขนส่งและการกระจายสินค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีคุณธรรมนำความรู้และเกิดความ

ผาสุก ประกอบด้วย

1. ส่งเสริมสนับสนุนอาชีพและจัดสวัสดิการสังคมแก่ประชาชนอย่างเหมาะสมและทั่วถึง
2. การพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต
3. ส่งเสริมการจัดการศึกษาเพื่อการมีงานทำและการประกอบอาชีพอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ รองรับการแข่งขันเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
4. พัฒนาระบบบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพ
5. ส่งเสริมเครือข่ายในการขับเคลื่อนงานศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ส่งเสริมให้ประชาชนดำรงชีวิตอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ประกอบด้วย

1. พัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ
2. พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การบริการและความปลอดภัย
3. ส่งเสริมด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ประกอบด้วย

1. ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. ส่งเสริมสนับสนุนศูนย์เรียนรู้และศูนย์ปราชญ์ชาวบ้าน
3. สนับสนุนให้ครอบครัวมีความอบอุ่น/หมู่บ้าน/ชุมชนมีความ

4. ส่งเสริมสถาบันการศึกษาทุกระดับมีการบริหารจัดการในการประกอบอาชีพตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย

1. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการ
2. ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. ส่งเสริมและพัฒนาพลังงานทดแทน

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การเสริมสร้างธรรมาภิบาลและการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ประกอบด้วย

1. เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการและการให้บริการประชาชน
2. ส่งเสริมประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐให้มีความเป็นธรรม
3. ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร
4. ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรภาครัฐและส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม
5. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ
6. เสริมสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการปฏิบัติราชการให้เกิดประสิทธิภาพ
7. เสริมสร้างความสมานฉันท์ให้เกิดขึ้นในสังคมและสร้างความเป็นธรรมและความเข้มแข็งในหมู่บ้านและชุมชน



4.3.2 แผนงาน โครงการที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ระดับเทศบาลเมืองชุมแสง

ซึ่งมีการเชื่อมโยงมีผลในการพัฒนาพื้นที่ลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง สามารถสรุปแผนงานโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์	แผนงาน	โครงการ	รายละเอียดของกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากโครงการ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	แผนงาน อุตสาหกรรม และการโยธา	เขื่อนป้องกัน ตลิ่งริมแม่น้ำ น่าน	ความยาวไม่น้อยกว่า 500 เมตร - ปี 2566 - ปี 2567 - ปี 2568	- 8,000,000 - 16,000,000 -16,000,000
ยุทธศาสตร์ 2 การพัฒนาคนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีมีคุณธรรมนำความรู้และเกิดความผาสุก	แผนงาน การศึกษา วัฒนธรรม และ นันทนาการ	โครงการดนตรี เพื่อประชาชน	จัดกิจกรรมประกวด ร้องเพลง และวาดภาพของ ประชาชนและ เยาวชน	100,000
		โครงการส่งเสริม การท่องเที่ยว	จัดกิจกรรมต่าง ๆ กิจกรรม ถนนคนเดิน กิจกรรม การส่งเสริม การท่องเที่ยวเทศบาล กิจกรรมอื่น ๆ	300,000
		โครงการอนุรักษ์ และส่งเสริมงาน ประเพณีเจ้าพ่อ เจ้า-แม่ชุมแสง	ส่งเสริมงานประเพณี เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ชุมแสง ซึ่งเป็นงานประเพณี ท้องถิ่น	400,000

ยุทธศาสตร์	แผนงาน	โครงการ	รายละเอียดของกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากโครงการ	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ 3 การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สร้างควาเข้มแข็งของชุมชน	โครงการสนับสนุนส่งเสริมอาชีพแก่ชุมชน	จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ประชาชน มีรายได้จากการประกอบอาชีพที่เหมาะสม	40,000
ยุทธศาสตร์ 5 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	แผนงานเคหะและชุมชน	โครงการลอกท่อระบายน้ำและรางน้ำในเขตเทศบาล	ลอกท่อระบายน้ำและรางน้ำภายในเขตเทศบาล	100,000
		โครงการลดปริมาณขยะในโรงเรียนและชุมชน	- รณรงค์ประชาสัมพันธ์คัดแยกขยะ - จัดอบรมถ่ายทอดความรู้เรื่อง	50,000
		โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การดูแลการจัดการน้ำเสีย	รณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ การดูแลน้ำเสียให้เยาวชน	5,000

ที่มา : บัญชีสรุปจำนวนโครงการพัฒนาท้องถิ่น กิจกรรมและงบประมาณ แผนการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ 2566 เทศบาลเมืองชุมแสง

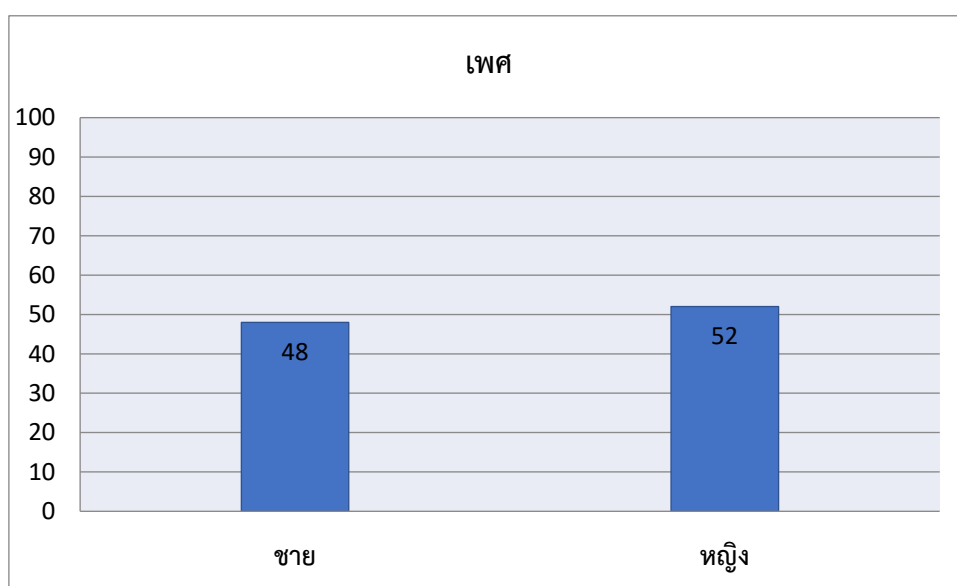
4.4 สรุปผลการศึกษาจากแบบสอบถาม

แบบประเมินความพึงพอใจของพ่อค้า แม่ค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง จำนวน 100 ชุด ต่อลักษณะด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง และส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้ใช้บริการตลาดเก่า

100 ปี ชุมแสง ซึ่งทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS ได้ผลสรุปการศึกษาแบ่งออกเป็นประเด็นตามเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

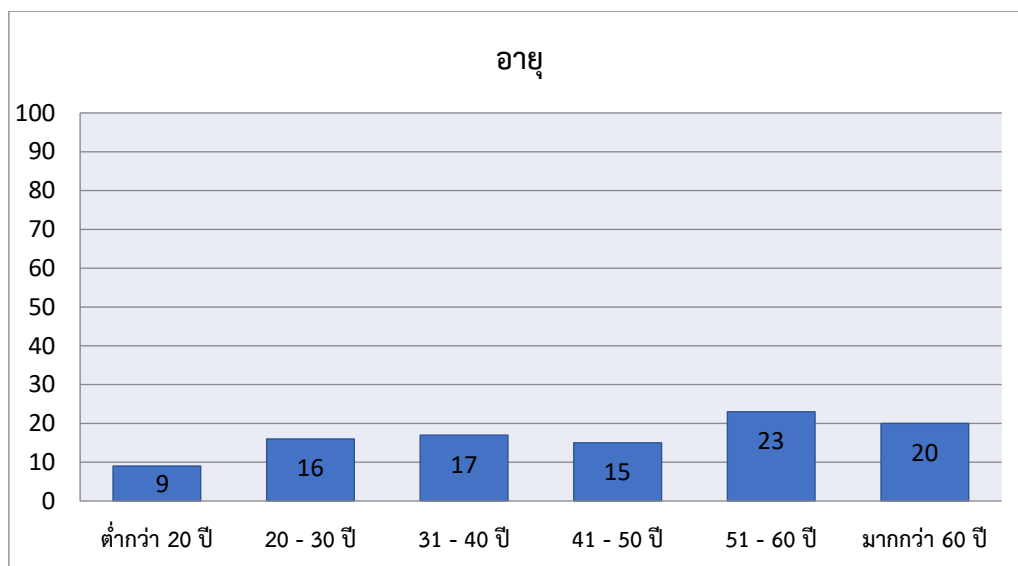
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม 100 ชุด พบว่า พ่อค้า แม่ค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการตลาด เพศหญิงมีจำนวนสูงสุด 52 คน รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 48 คน (ภาพแผนภูมิที่ 4.10)



ภาพที่ 4.10 แผนภูมิข้อมูลเพศของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด

ที่มา : ผู้วิจัย

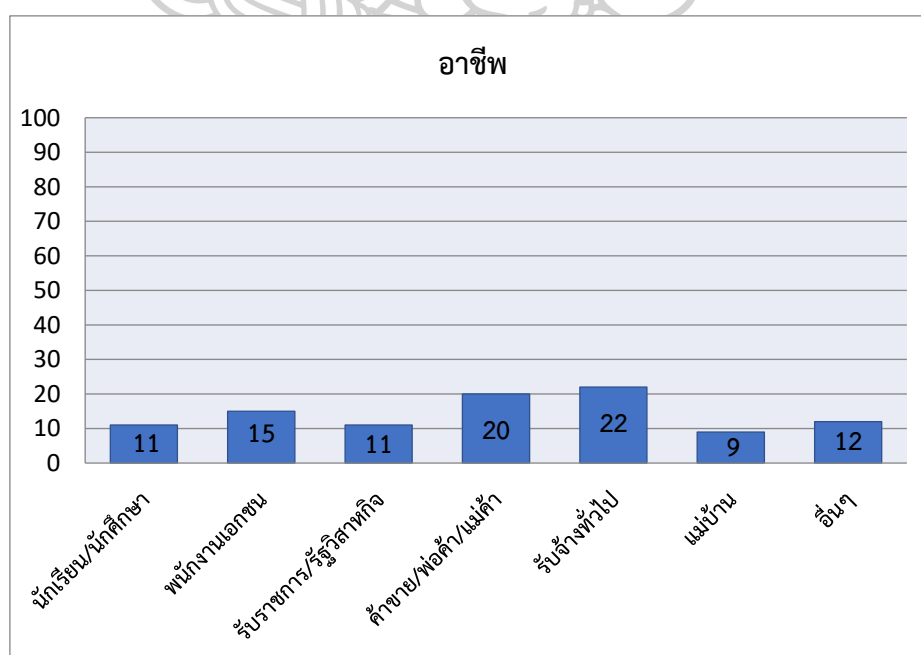
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลช่วงอายุเห็นได้ว่าอายุระหว่าง 51-60 ปี มีจำนวนเป็นอันดับสูงสุดถึง 23 คน รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 20 คน และอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 17 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.11)



ภาพที่ 4.11 แผนภูมิข้อมูลอายุของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด

ที่มา : ผู้วิจัย

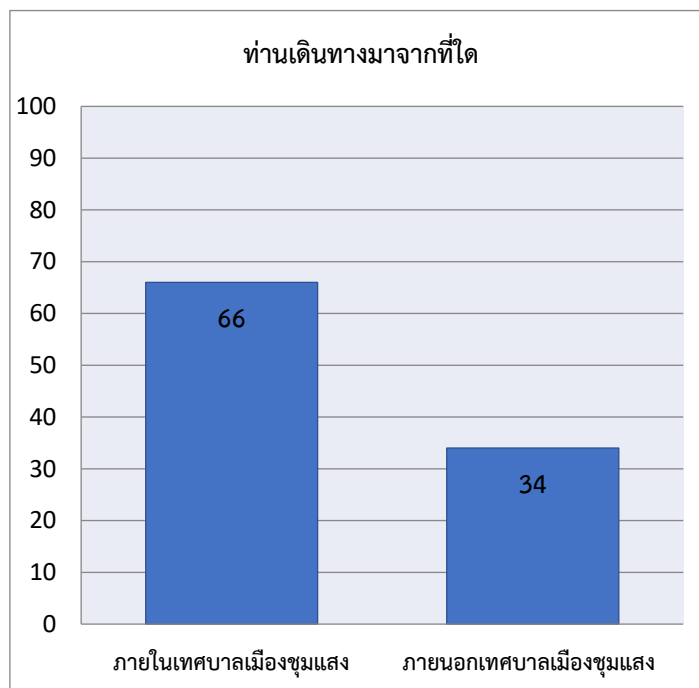
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอาชีพ เห็นได้ว่าอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวนเป็นอันดับสูงสุดถึง 22 คน รองลงมาคืออาชีพค้าขาย พ่อค้าแม่ค้า จำนวน 20 คน และอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 15 คน ตามลำดับ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ การคนขับรถ ธุรกิจส่วนตัว ว่างาน และประกอบอาชีพอิสระ (ภาพแผนภูมิที่ 4.12)



ภาพที่ 4.12 แผนภูมิข้อมูลอาชีพของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด

ที่มา : ผู้วิจัย

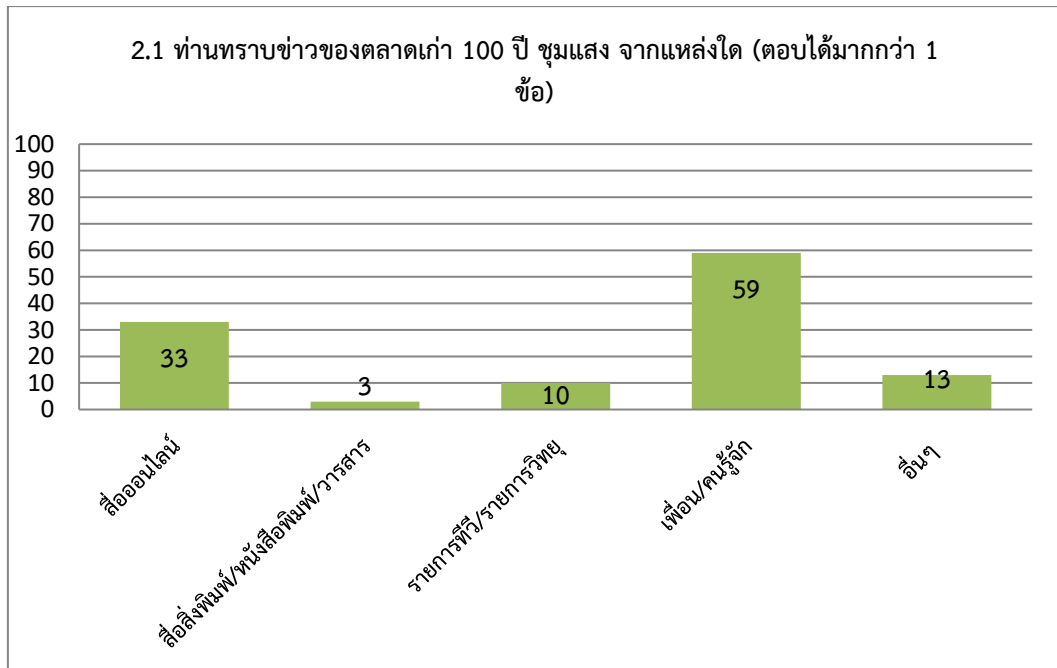
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนมากผู้ใช้บริการตลาดเป็นบุคคลภายในเขตเทศบาลชุมแสง จำนวน 66 คน และเป็นบุคคลภายนอกเขตเทศบาลชุมแสง จำนวน 34 คน (ภาพแผนภูมิที่ 4.13)



ภาพที่ 4.13 แผนภูมิข้อมูลผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เดินทางมาจากที่ใด
ที่มา : ผู้วิจัย

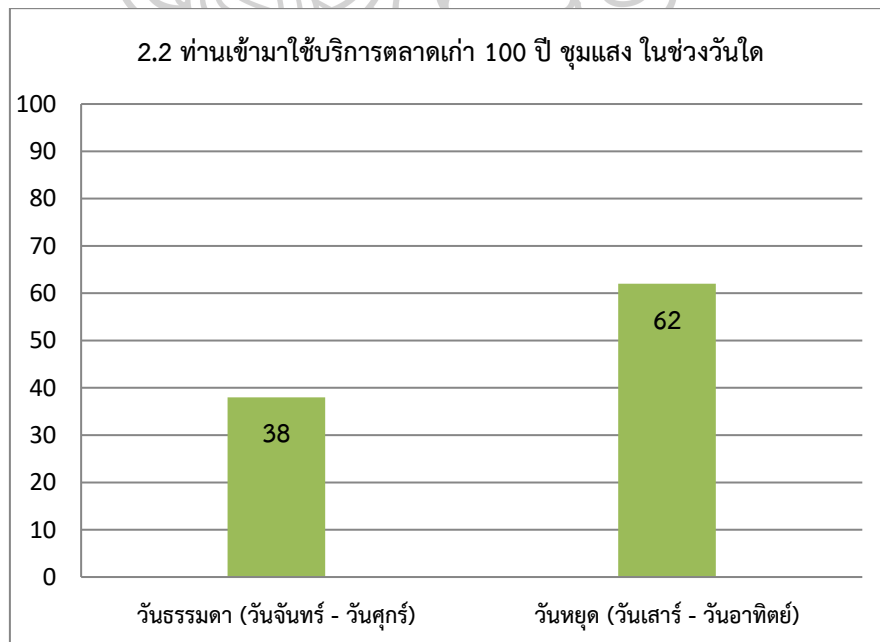
4.4.2 ผลการศึกษาข้อมูลการใช้บริการพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นได้ว่าผู้ที่มาใช้บริการตลาดส่วนใหญ่ทราบข่าวจากเพื่อนหรือคนรู้จักมีจำนวนสูงถึง 59 คน รองลงมาทราบข่าวจากสื่อออนไลน์ จำนวน 33 คน และทราบข่าวจากแหล่งอื่น ๆ ได้แก่คนแก่เล่าขานบอกต่อกันมา ทราบข่าวในพื้นที่ จำนวน 13 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.14)



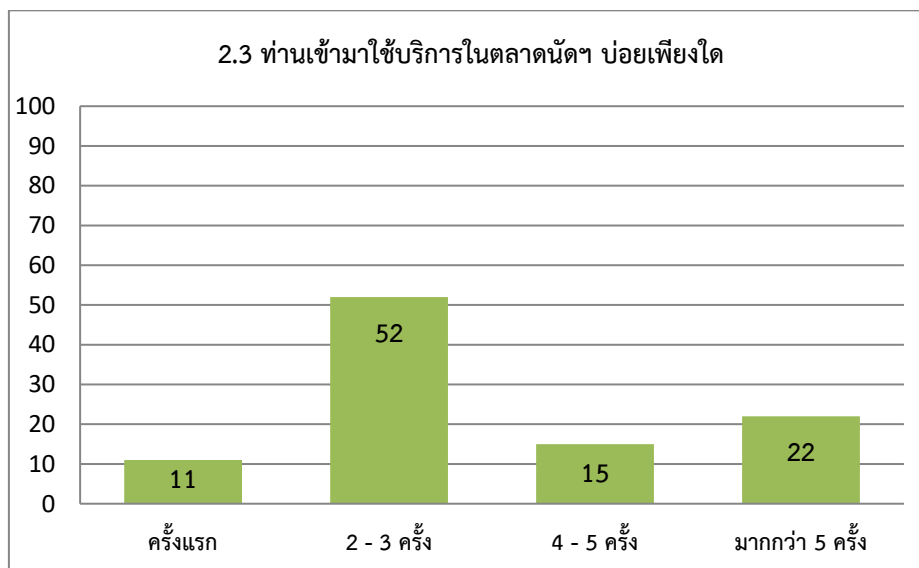
ภาพที่ 4.14 แผนภูมิข้อมูลการทราบข่าวของท่านของผู้ที่มาใช้บริการตลาด
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นว่าช่วงวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) มีผู้มาใช้บริการตลาดมากที่สุดถึง 62 คน รองลงมาเป็นวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) จำนวน 38 คน (ภาพแผนภูมิที่ 4.15)



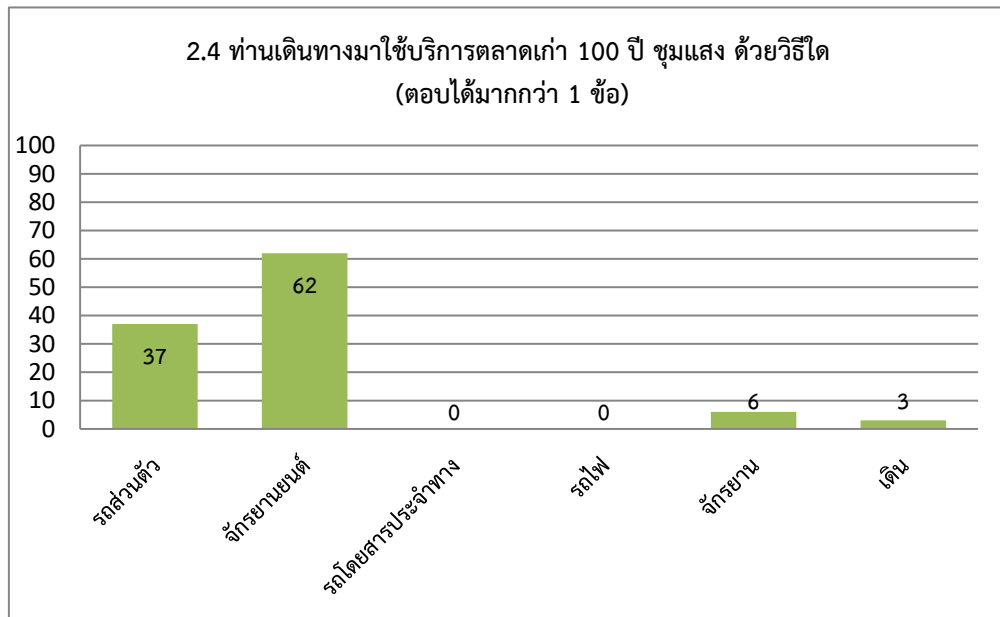
ภาพที่ 4.15 แผนภูมิข้อมูลช่วงวันที่ผู้มาใช้บริการตลาด
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าผู้ที่ใช้บริการตลาดบ่อยมากที่สุด 2-3 ครั้ง จำนวน 52 คน รองลงมามากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 22 คน และ 4-5 ครั้ง จำนวน 15 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.16)



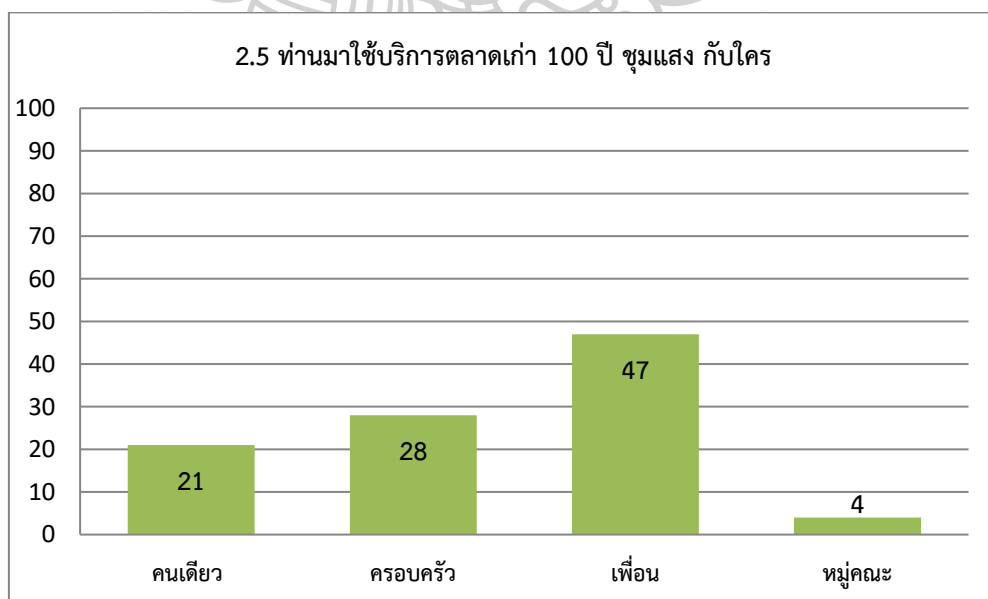
ภาพที่ 4.16 แผนภูมิข้อมูลจำนวนครั้งในการมาตลาดของผู้ที่มาใช้บริการตลาด
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการตลาดส่วนใหญ่เดินทางด้วยจักรยานยนต์มากที่สุดจำนวน 62 คน รองลงมาเดินทางด้วยรถส่วนตัว จำนวน 37 คน เดินทางด้วยจักรยาน จำนวน 6 คน และเดิน จำนวน 3 คน (ภาพแผนภูมิที่ 4.17)



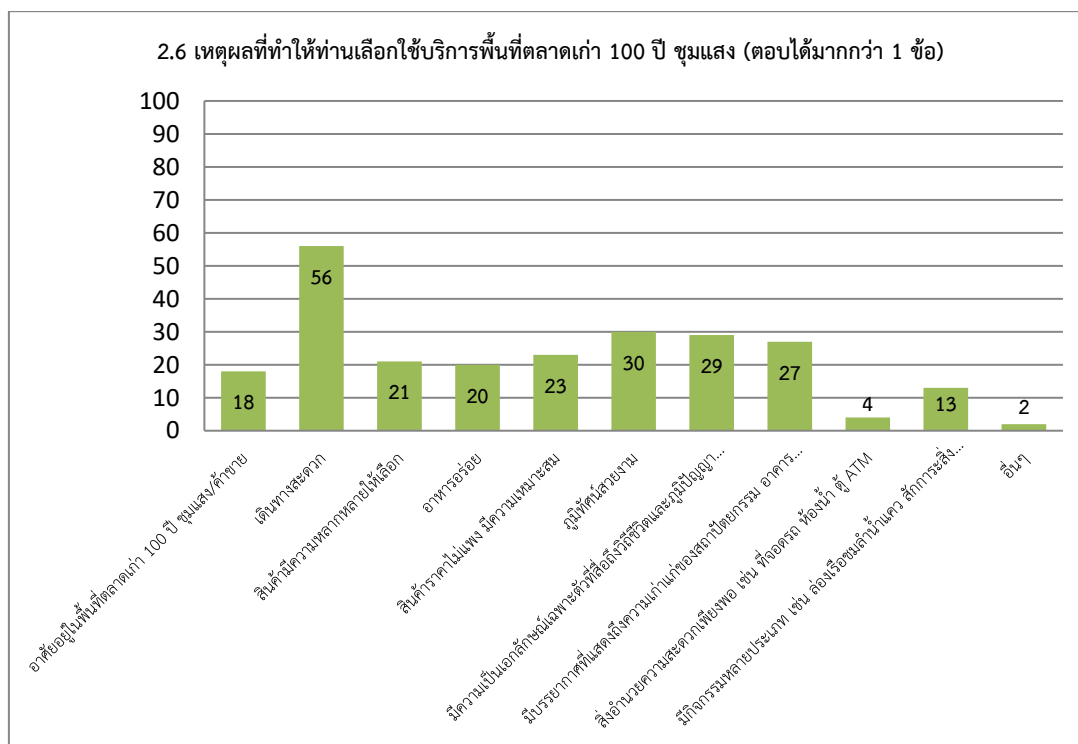
ภาพที่ 4.17 แผนภูมิข้อมูลการเดินทางมายังตลาดของผู้ที่มาใช้บริการตลาด
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าส่วนมากผู้ใช้บริการตลาดมากับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด จำนวน 47 คน รองลงมาคือ มากับครอบครัว จำนวน 28 คน และมาคนเดียว จำนวน 21 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.18)



ภาพที่ 4.18 แผนภูมิข้อมูลผู้ที่มาใช้บริการตลาดมากับใคร
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเห็นว่าเหตุผลที่ผู้ใช้บริการเลือกมากที่สุดคือ เดินทางสะดวก ในการเข้ามาใช้บริการตลาด จำนวน 56 คน รองลงมา คือ ภูมิทัศน์สวยงาม จำนวน 30 คน และ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สื่อถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 29 คน ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4.19)

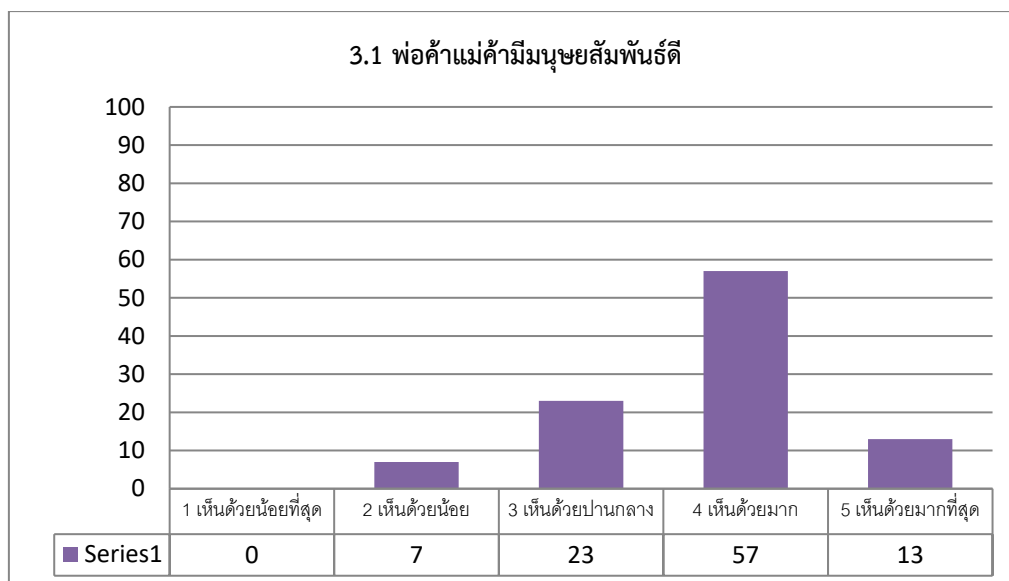


ภาพที่ 4.19 แผนภูมิข้อมูลเหตุผลที่เลือกใช้บริการพื้นที่ตลาด
ที่มา : ผู้วิจัย

4.4.3 ผลการศึกษาข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

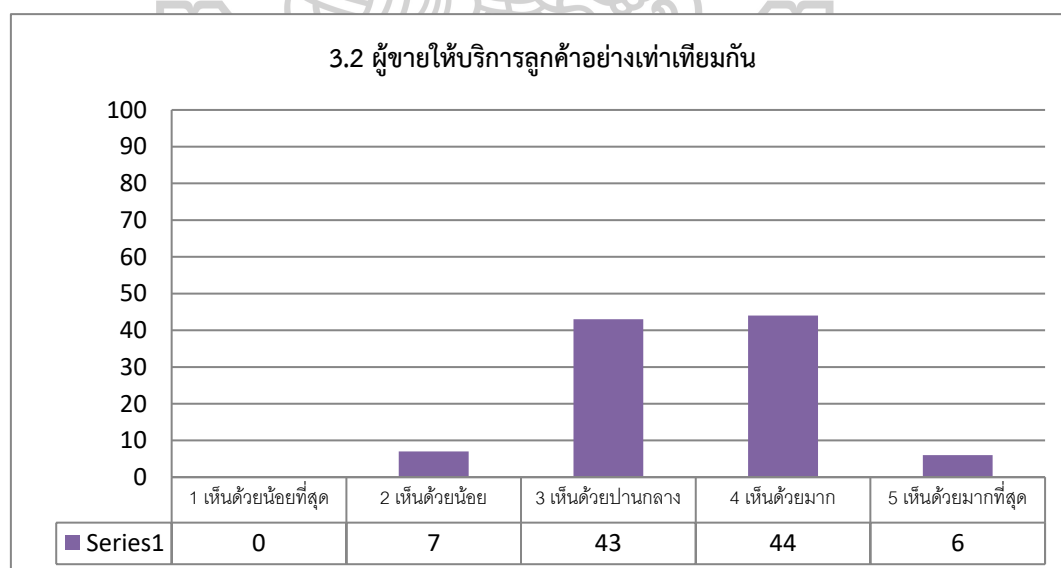
4.4.3.1 ด้านบริการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องพ่อค้าแม่ค้า มีมนุษยสัมพันธ์ดี ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 70 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 23 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 7 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.20)



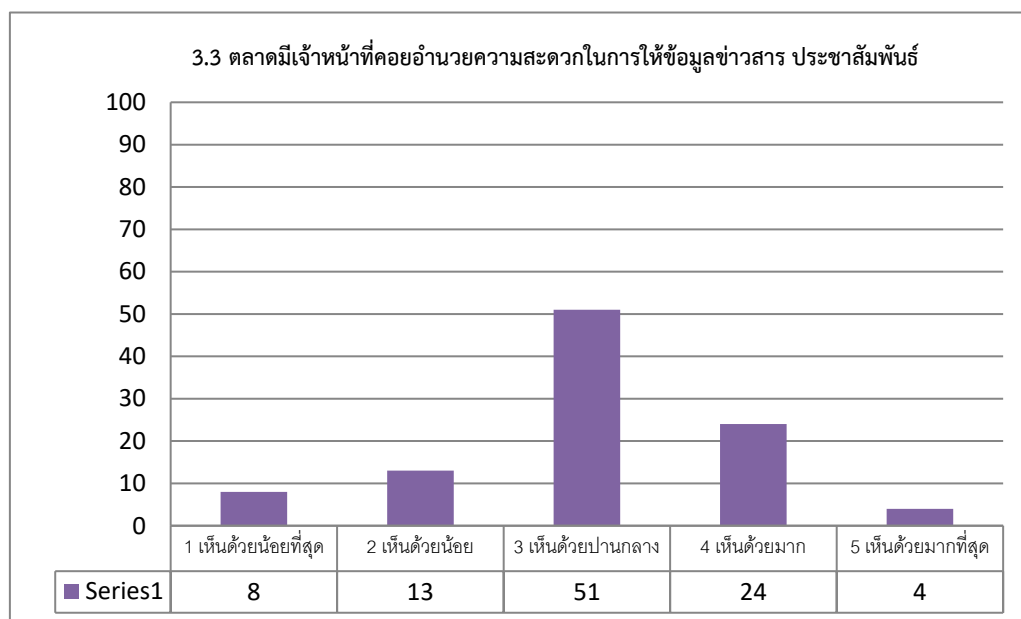
ภาพที่ 4.20 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องพ่อค้าแม่ค้า มีมนุษยสัมพันธ์ดี
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องผู้ขายให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 50 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 43 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 7 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.20)



ภาพที่ 4.21 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องผู้ขายให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน
ที่มา : ผู้วิจัย

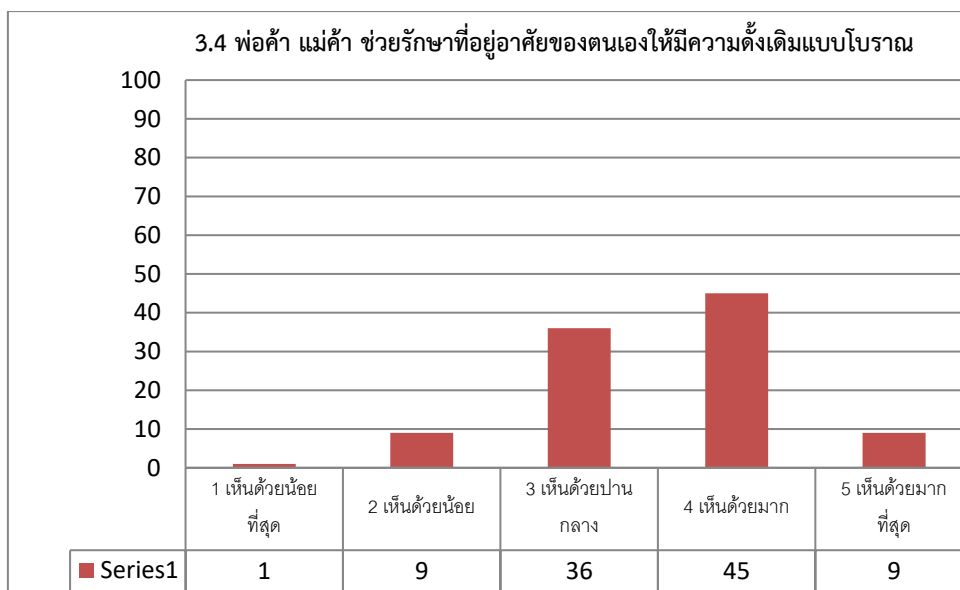
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องตลาดมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลาง จำนวน 51 คน รองลงมาเห็นด้วยมาก จำนวน 28 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 13 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.21)



ภาพที่ 4.22 แผนภูมิที่ทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวก
ที่มา : ผู้วิจัย

4.4.3.2 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

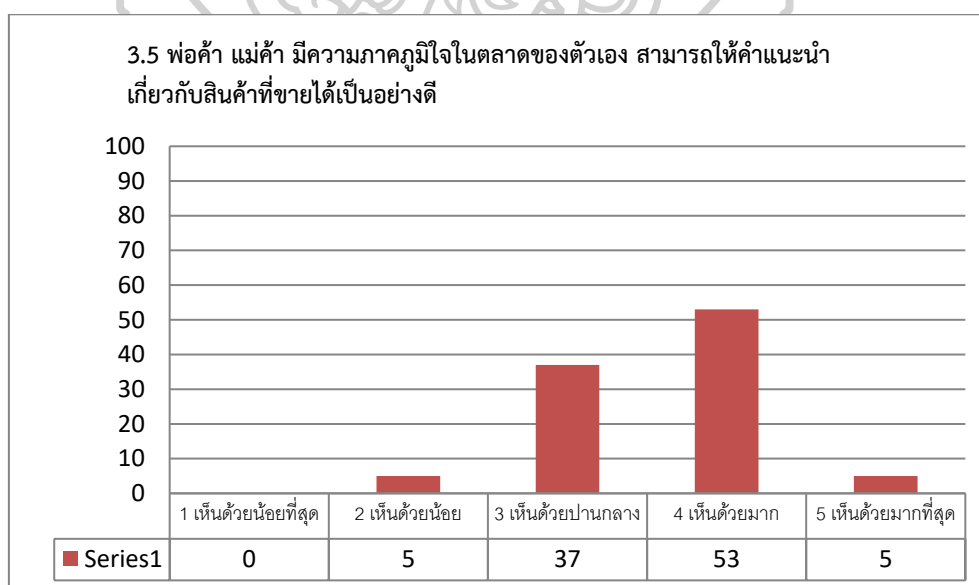
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องพ่อค้าแม่ค้า ช่วยรักษาที่อยู่อาศัยของตนเองให้มีความดั้งเดิมแบบโบราณ ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 54 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 36 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 9 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.23)



ภาพที่ 4.23 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องพ่อค้า แม่ค้า ช่วยรักษาที่อยู่อาศัยของตนเองให้มีความดั้งเดิมแบบโบราณ

ที่มา : ผู้วิจัย

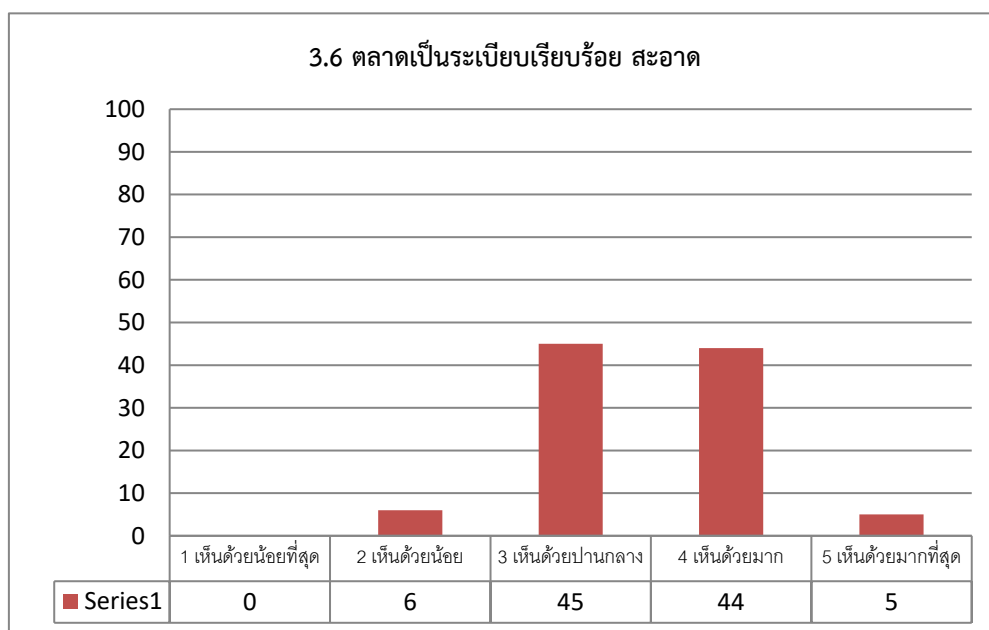
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องพ่อค้า แม่ค้ามีความภาคภูมิใจในตลาดของตนเอง สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่ขายได้เป็นอย่างดี ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 58 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 37 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 5 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.24)



ภาพที่ 4.24 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องพ่อค้า แม่ค้า มีความภาคภูมิใจในตลาดของตนเอง สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่ขายได้เป็นอย่างดี

ที่มา : ผู้วิจัย

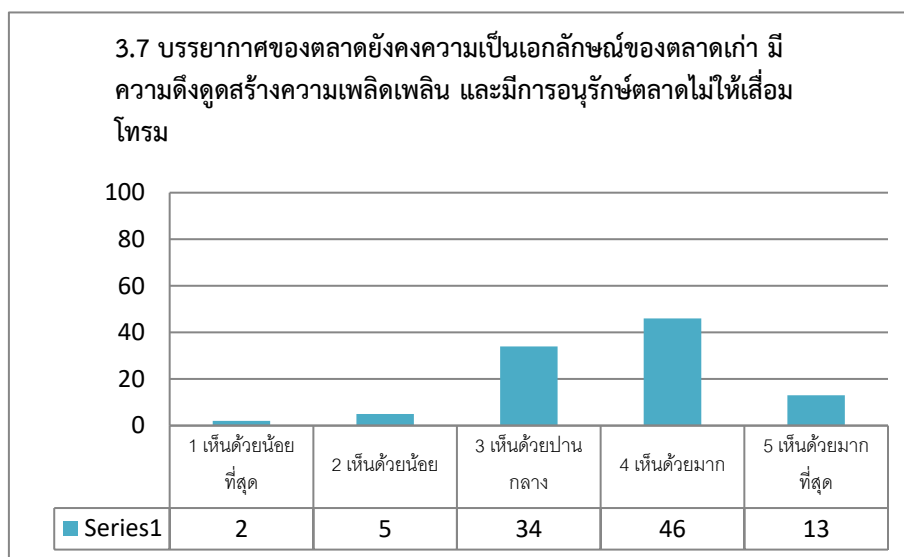
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องตลาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 49 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 45 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 6 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.25)



ภาพที่ 4.25 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด
ที่มา : ผู้วิจัย

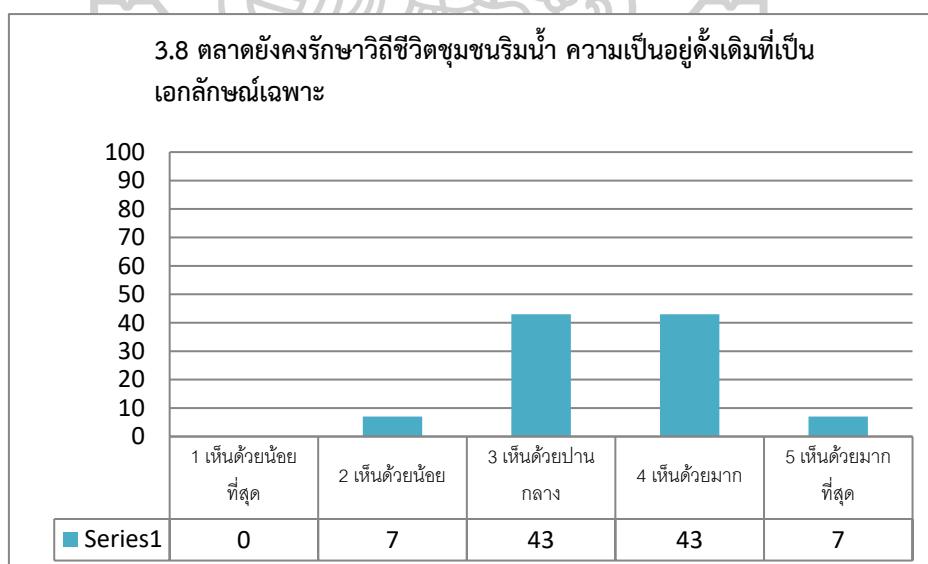
4.4.3.3 ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องบรรยากาศของตลาดยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่า มีความดึงดูดสร้างความเพลิดเพลิน และมีการอนุรักษ์ตลาดไม่ให้เสื่อมโทรม ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 59 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 34 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 5 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.26)



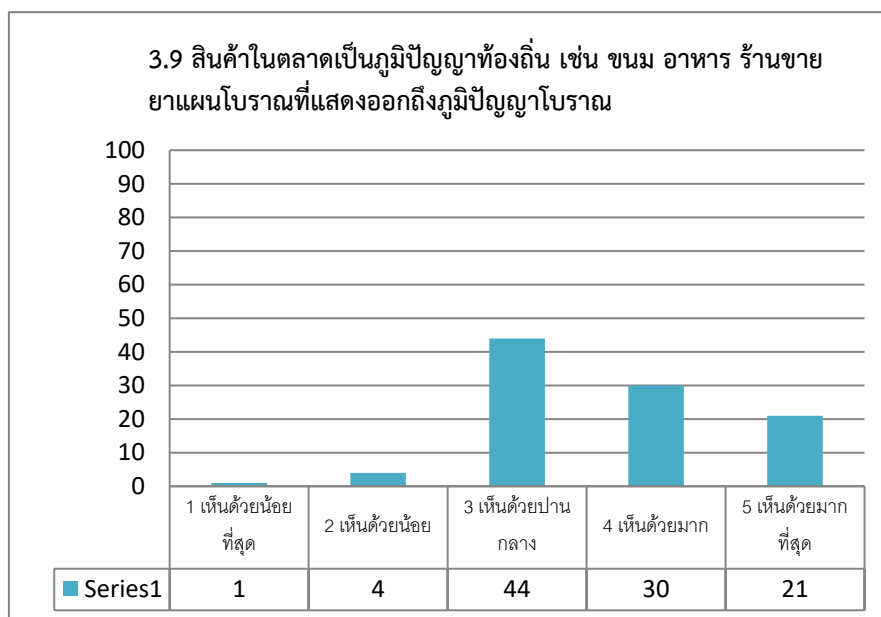
ภาพที่ 4.26 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องบรรยากาศของตลาดยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่า
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องตลาดยังคงรักษาริถีชีวิตชุมชนริมน้ำ ความเป็นอยู่ดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 50 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 43 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 7 คน ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 4.18)



ภาพที่ 4.27 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดยังคงรักษาริถีชีวิตชุมชนริมน้ำ ความเป็นอยู่ดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
ที่มา : ผู้วิจัย

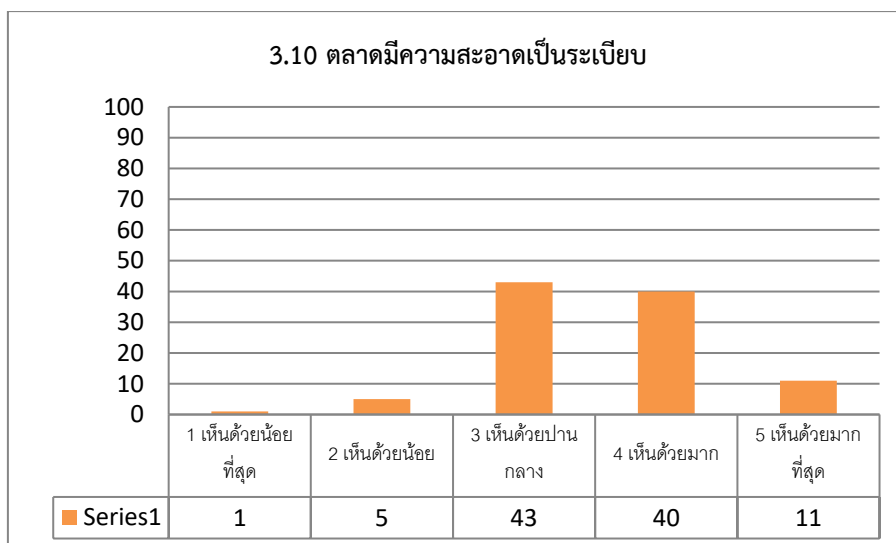
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องสินค้าในตลาดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ขนม อาหาร ร้านขายยาแผนโบราณที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาโบราณ ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 51 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 44 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 4 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.28)



ภาพที่ 4.28 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องสินค้าในตลาดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
ที่มา : ผู้วิจัย

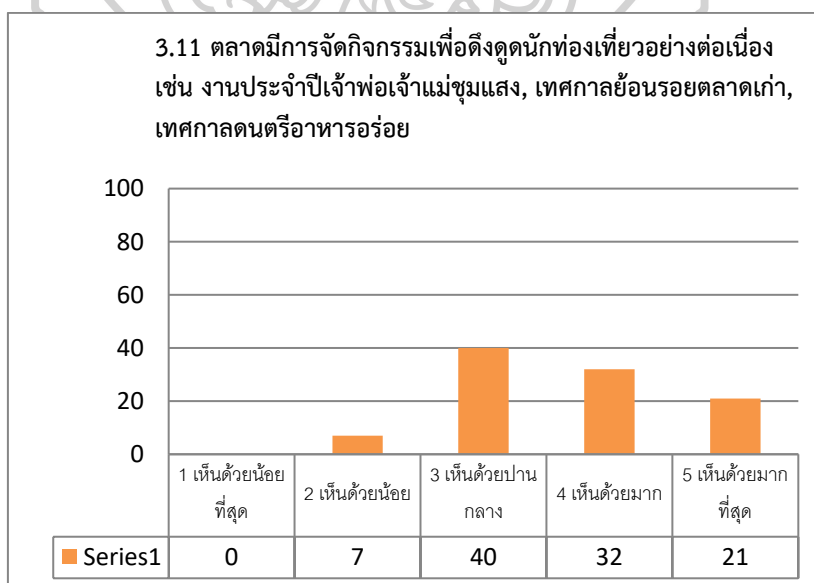
4.4.3.4 ด้านการบริหารจัดการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นได้ว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องตลาดมีความสะอาดเป็นระเบียบ ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 51 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 43 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 5 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.29)



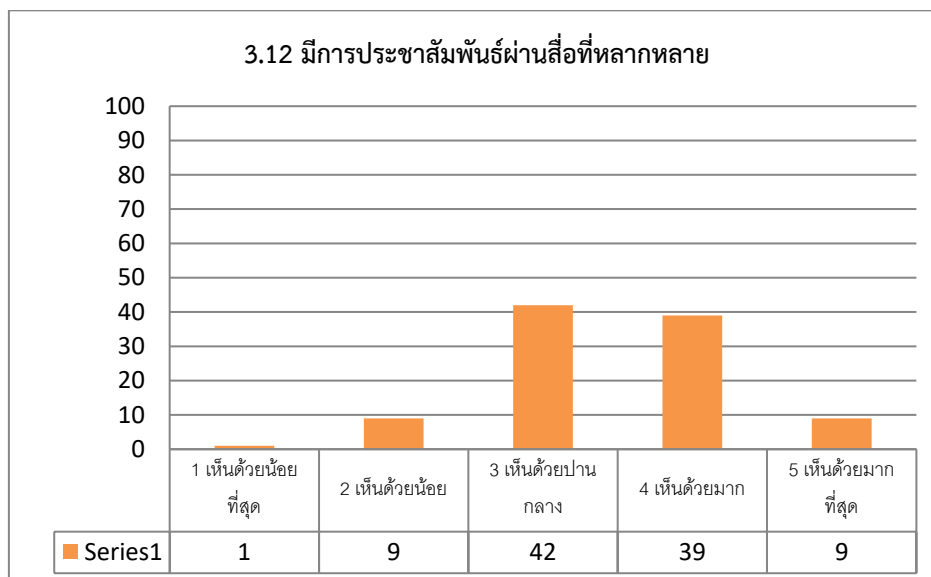
ภาพที่ 4.29 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีความสะอาดเป็นระเบียบ
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องตลาดมีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น งานประจำปีเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง, เทศกาลย้อนรอยตลาดเก่า, เทศกาลดนตรีอาหารอร่อย ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 53 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 40 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 7 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.30)



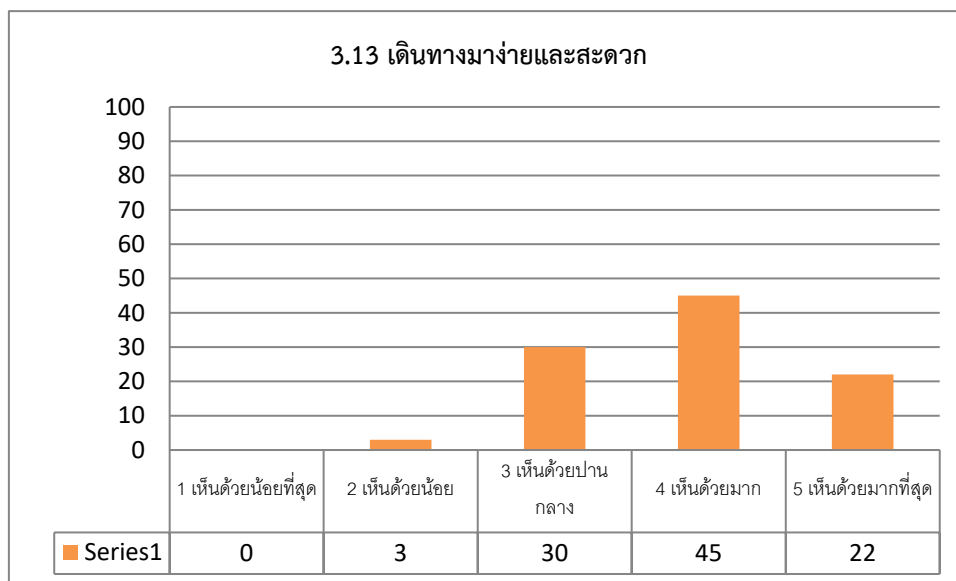
ภาพที่ 4.30 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 48 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 42 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 9 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.31)



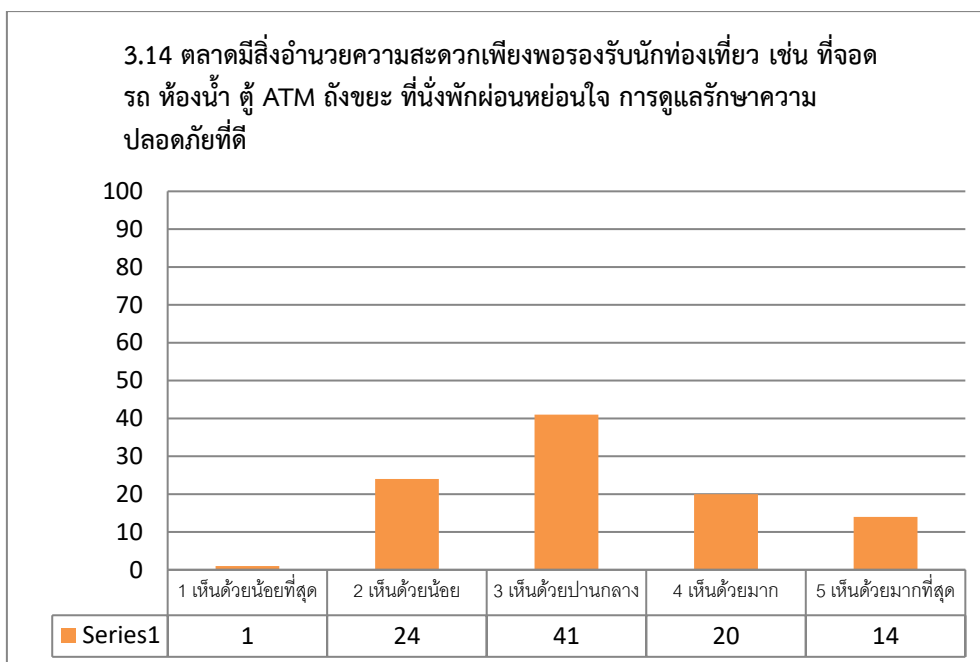
ภาพที่ 4.31 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องเดินทางมาง่ายและสะดวก ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก จำนวน 67 คน รองลงมาเห็นด้วยปานกลาง จำนวน 30 คน และเห็นด้วยน้อย จำนวน 3 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.32)



ภาพที่ 4.32 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องเดินทางมาง่ายและสะดวก
ที่มา : ผู้วิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเห็นว่าทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดในเรื่องตลาดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ตู้ ATM ถังขยะที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ การดูแลรักษาความปลอดภัยที่ดี ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลางจำนวน 41 คน รองลงมาเห็นด้วยน้อย จำนวน 24 คน และเห็นด้วยมาก จำนวน 34 คน ตามลำดับ (ภาพแผนภูมิที่ 4.33)



ภาพที่ 4.33 แผนภูมิทัศนคติของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาด เรื่องตลาดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว

ที่มา : ผู้วิจัย

4.5 สรุปประเด็นจากการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์

ผลสรุปการวิเคราะห์จากแบบสอบถามได้ถูกนำไปสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องรวม 12 คน ซึ่งสามารถประมวลผลโดยรวมดังต่อไปนี้

4.5.1 การเพิ่มกิจกรรมอื่น ๆ ที่หลากหลายเพื่อดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงมากขึ้น

เจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองชุมแสง ผู้ประกอบการค้า และประชาชนทั่วไป ต่างให้ความเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันคือ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในตลาดที่หลากหลายยิ่งขึ้นจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้คึกคักเนื่องจากตลาดเก่าแห่งนี้ขึ้นชื่อในเรื่องของอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่ปรุงจากวัตถุดิบในแม่น้ำน่าน คือเนื้อปลาที่สดใหม่ หลายๆ ฝ่ายจึงเสนอให้จัดงานเทศกาลกินปลา และอาหารอื่น ๆ ของร้านที่มีชื่อเสียงในตำนานชุมแสง กิจกรรมการออกกำลังกาย กิจกรรมการร้องเพลง ฯลฯ เป็นประจำ มิใช่จัดในงานประจำปีเช่น งานเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง เพียงปีละสองครั้งในเดือนกุมภาพันธ์และธันวาคมเท่านั้น ทั้งนี้ สืบเนื่องจากผลสำเร็จในการจัดงานถนนคนเดินชุมแสงที่จัดขึ้น ณ ริมแม่น้ำน่าน สัปดาห์ละหนึ่งครั้ง คือทุกวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 17.00 น. - 22.00 น. ซึ่งได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไปอย่างดีมาก

4.5.2 การเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ และความสะดวกในการเดินทาง

ถึงแม้ว่าเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองชุมแสงได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่ออยู่แล้ว แต่ผู้ประกอบการค้าและประชาชน ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องควรยกระดับโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ ฯลฯ ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการพื้นที่ตลาด โดยเฉพาะในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ห่างไกล ทั้งในและนอกอำเภอชุมแสง ให้มากยิ่งขึ้น

อนึ่ง สิ่งที่ควรเร่งปรับปรุงคือการเดินทางจากภายนอกพื้นที่ เนื่องจากตลาดตั้งอยู่ห่างไกลจากถนนสายหลักและห่างไกลจากตัวอำเภอเมืองนครสวรรค์ ถึงแม้ว่าประชาชนมีทางเลือกในการเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะ รถไฟ และรถยนต์ส่วนตัว แต่ก็ควรมีการพิจารณาแก้ปัญหาที่สำคัญนี้ร่วมกันจากทุกฝ่าย เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทาง

4.5.3 การแก้ปัญหาจราจรและเพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ

ในปัจจุบัน เทศบาลเมืองชุมแสงได้จัดเตรียมพื้นที่จอดรถไว้สำหรับผู้ใช้บริการตลาดแห่งนี้อยู่รวม 3 แห่ง ได้แก่ ลานจอดรถข้างสถานีรถไฟชุมแสง พื้นที่ด้านหน้าเทศบาลเมืองชุมแสง แลบริเวณริมแม่น้ำน่าน โดยไม่เรียกเก็บค่าบริการ แต่พื้นที่จอดรถไม่พอเพียงก็เกิดขึ้นเพราะประชาชนเข้ามาใช้บริการตลาดสดในช่วงเช้าจำนวนมาก เป็นเหตุให้การจราจรติดขัด อีกทั้งถนนโดยรอบพื้นที่ตลาดก็มีขนาดคับแคบ จึงเป็นปัญหาที่เทศบาลเมืองชุมแสงควรเร่งดำเนินการแก้ไขโดยเร็ว ส่วนผู้ประกอบการค้าและประชาชน ได้ให้ความคิดเห็นตรงกันว่าผู้ที่มิหน้าที่รับผิดชอบควรจัดหาสถานที่จอดรถเพิ่มเติมอีก

4.5.4 มาตรการในการช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้านำสินค้าต่าง ๆ ที่หลากหลายมาจำหน่ายเพิ่มเติม

ในปัจจุบัน เทศบาลเมืองชุมแสงได้สนับสนุนให้พ่อค้าแม่ค้า นำผลิตภัณฑ์ของชุมชนซึ่งเป็นมรดกที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษเข้ามาจำหน่ายในตลาดในช่วงการจัดงานประจำปีของอำเภอชุมแสงและงานเทศกาลอื่น ๆ แต่ผู้ประกอบการค้าได้เสนอขอคิดเห็นว่าควรเพิ่มการสนับสนุนให้มีการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวและสินค้าอื่น ๆ มาจำหน่ายในช่วงเวลาอื่น ๆ ด้วย โดยไม่จำกัดว่าให้จำหน่ายเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการจัดงานประจำปีเท่านั้น

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง” ได้นำเอาพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของตลาดเก่าริมแม่น้ำในภาคเหนือตอนล่างอย่างยาวนานนับศตวรรษมาทำการศึกษาทั้งในด้านการดำเนินชีวิต วิถีและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อเสนอแนะแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวให้เหมาะสมกับศักยภาพการใช้งานในปัจจุบันและอนาคตตามหลักวิชาการ ซึ่งตั้งวัตถุประสงค์และคำถามในการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์

5.1.1. เพื่อสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

5.1.2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ที่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่น

5.1.3. เพื่อชี้แนะแนวทางการสืบทอดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มิให้เสื่อมสลายไป

คำถาม

การฟื้นฟูตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถทำได้อย่างไร

อนึ่ง จากการสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรณีศึกษาตลาดเก่าอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อช่วยกำหนดแนวทางสำหรับการศึกษาโครงการนี้นั้น สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดเก่ากลับมาเฟื่องฟูด้วยบทบาทของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนจะต้องอาศัยการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆของพื้นที่อย่างเหมาะสม ข้อสำคัญคือต้องไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนทั้งทางด้านกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมและความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มศักยภาพเพื่อสามารถบรรลุความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

กระบวนการศึกษาเริ่มด้วยการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการสังเคราะห์สิ่งที่ค้นพบมาประมวลไว้ในบทนี้พร้อมการอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะต่างๆ โดยใช้เครื่องมือ 3 อย่าง ได้แก่ 1) แบบสอบถาม (สำหรับข้อมูลในเชิงปริมาณ) 2) การสัมภาษณ์ และ 3) การสังเกตการณ์ (สำหรับข้อมูลในเชิงคุณภาพ) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการค้า และ

ประชาชนทั่วไปจำนวน 100 ราย ส่วนผู้ที่ให้สัมภาษณ์ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกได้แก่ เจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองชุมแสง ผู้ประกอบการค้า ประชาชนผู้ใช้บริการในพื้นที่ตลาด และประชาชนทั่วไป จำนวน 12 ราย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ผู้ประกอบการค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่พบปัญหาที่สำคัญในการเข้ามาใช้บริการ โดยสิ่งที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงระดับมากคือ ด้านการบริการของตลาด ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม และด้านบริหารจัดการ สิ่งที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ด้านเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและด้านการประชาสัมพันธ์ และสิ่งที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านการจัดที่จอดรถให้เพียงพอและความสนับสนุนในการจำหน่ายสินค้าบางประเภท

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองชุมแสง ผู้ประกอบการค้า และประชาชนทั่วไป รวม 12 คน ต่างมีความเห็นสอดคล้องกันในการเพิ่มกิจกรรมต่าง ๆ ภายในตลาดให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น การจัดงานเทศกาลกินปลา เพราะปลาคือวัตถุดิบของอาหารที่มีคุณภาพของชาวชุมแสง รวมถึงอาหารอื่น ๆ ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงตามตำนานของตลาดเก่าชุมแสง นอกจากนี้ หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องก็ต้องเร่งพัฒนาในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ก็จะต้องเร่งปรับปรุงเรื่องการเพิ่มความสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทางจากภายนอกเนื่องจากอำเภอชุมแสงอยู่ห่างไกลจากถนนสายหลักและจากอำเภอเมืองนครสวรรค์ ส่วนปัญหาภายในพื้นที่ปัจจุบันซึ่งเทศบาลเมืองชุมแสงควรเร่งดำเนินการแก้ไขก็คือ การเพิ่มพื้นที่จอดรถจำนวนมากให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดสดในช่วงเช้าเพราะในปัจจุบันถนนโดยรอบพื้นที่ตลาดมีขนาดคับแคบ และประเด็นที่ผู้ประกอบการค้าให้ความเห็นเพิ่มเติมก็คือควรสนับสนุนให้มีการนำเอาผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เป็นมรดกสืบทอดต่อ ๆ กัน มาจากบรรพบุรุษ รวมถึงสินค้าอื่น ๆ เข้ามาจำหน่ายในช่วงเวลาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เฉพาะเวลาที่มีการจัดงานประจำปีเท่านั้น

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์

จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง โดยเน้นด้านสภาพแวดล้อมและด้านวัฒนธรรมของตลาดเก่าแห่งนี้ พบว่าชุมชนไทยเชื้อสายจีนที่นี่ยังคงใช้ชีวิตวิถีแบบดั้งเดิมซึ่งเรียบง่าย บ้านเรือนต่าง ๆ สลับกับร้านค้ายังคงเหมือนกับชุมชนสมัยโบราณที่มีบรรยากาศของชุมชนเก่าแก่ซึ่งยังดำรงอัตลักษณ์ของการตั้งถิ่นฐานริมแม่น้ำ แม้ว่าในปัจจุบันการเดินทางของผู้คนจากภายนอกนิยมใช้รถจักรยานยนต์ รถยนต์ และรถไฟ ซึ่งเป็นการคมนาคมทางบกที่มาแทนการคมนาคมทางน้ำในสมัยโบราณ มีอาหารรสชาติอร่อยจำหน่ายโดยพ่อค้าแม่ค้าที่อาศัยอยู่ในตลาดชุมแสงมานานหลายสิบปี

สภาพแวดล้อมโดยรวมมีความคึกคักกว่าตลาดโบราณหลายแห่งที่มุ่งให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวเท่านั้น

จึงสรุปว่าผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดทำให้ผู้ศึกษาบรรลุตฤประสงค์ของการศึกษา คือ สามารถประเมินความต้องการของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่และผู้ให้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับการอนุรักษ์และพัฒนาตลาดเก่าแห่งนี้ในอนาคต

5.2 การอภิปรายผล

ผู้ศึกษาได้พบข้อสังเกตและประเด็นที่น่าสนใจจากกระบวนการศึกษารวม 5 ข้อดังต่อไปนี้

5.2.1 การอำนวยความสะดวกและการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องแก่ผู้ใช้บริการ

จากการสังเกตการณ์ ผู้ศึกษาไม่เคยพบเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดเก่าแห่งนี้ แต่กลับพบว่า ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการต้องสอบถามข้อมูลต่างๆกับพ่อค้าแม่ค้าด้วยตนเอง เช่น สินค้าอะไรที่เป็นจุดเด่นของตลาด สถานที่ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดสำหรับการถ่ายภาพไว้เป็นที่ระลึก (เช่นอาคารโบราณที่รวมกลุ่มบ้านเรือนไม้มุงสังกะสี) ตั้งอยู่ในบริเวณไหน ฯลฯ ซึ่งการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในเรื่องเหล่านี้มีความสำคัญในการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง มิฉะนั้น ประชาชนก็อาจได้รับข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากผู้ที่ไม่รู้จริง และอาจเป็นสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใจว่าผู้ที่ให้คำตอบเป็นเจ้าหน้าที่ของตลาดหรือเจ้าหน้าที่เทศบาล ดังนั้น ข้อมูลจากแบบสอบถามในข้อนี้จึงสื่อให้เห็นว่าอาจเกิดความผิดพลาดขึ้นได้เพราะค่อนข้างขัดแย้งกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์

5.2.2 ศูนย์รวมชุมชนแห่งใหม่

เนื่องจากสภาพแวดล้อมของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ล้อมรอบด้วยภูมิทัศน์แบบธรรมชาติที่สวยงาม เหมาะสมสำหรับการปรับปรุงเพื่อรองรับกิจกรรมที่ดึงดูดให้เกิดการใช้งานส่วนรวมได้ทั้งในวันทำงานปกติและวันหยุดตามงานประเพณี เช่น ลานเต้นแอโรบิคในบริเวณเชิงสะพานหิรัญนิมิตร ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองชุมแสงด้านตะวันตก เป็นสะพานแขวนทอดข้ามลำน้ำน่าน มีทัศนียภาพที่สวยงามมาก โดยเฉพาะในช่วงเวลาเช้าและช่วงเวลาเย็น ในปัจจุบันก็มีผู้คนใช้นั่งเล่น เดินเล่น ชมวิวแม่น้ำ รวมทั้งการเดินข้ามฟากไปยังโรงเรียนชุมแสงชนูทิศของเด็กนักเรียน ฯลฯ ดังนั้น ถ้าปรับปรุงพื้นที่ดังกล่าวให้ประชาชนพักผ่อนหย่อนใจหรือจัดกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแสดง การละเล่น การร้องเพลง ฯลฯ โดยเฉพาะในเทศกาลวันลอยกระทง วันขึ้นปีใหม่ และวันสงกรานต์ ที่นี้ก็กลายเป็นศูนย์รวมชุมชนแห่งใหม่ที่จะทำให้อำเภอชุมแสงได้รับความนิยมมากขึ้น



ภาพที่ 5.1 ศูนย์รวมชุมชนแห่งใหม่ตรงบริเวณเชิงสะพานหิรัญญมิตร
ที่มา : ผู้วิจัย, 2566

5.2.3 การนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายในตลาด

เนื่องจากสินค้าหลักของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มุ่งเน้นไปในเรื่องของ “อาหาร” ที่คงอยู่ คู่กับอำเภอชุมแสงมาเป็นเวลานานชั่วอายุคนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดแห่งนี้ยังคงค้าขายอาหาร ด้วยฝีมือการปรุงรสที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ จนเกิดคำร่ำลือเป็นเสียงเดียวกันว่าหากใครได้ลิ้มรส อาหารที่แต่ละร้านได้โชว์ฝีมือกันอย่างชำนาญแล้ว ทุกคนจะได้รับความประทับใจอย่างมาก ยกตัวอย่างอาหารในตำนานของชุมแสงเช่น ผัดไทป่าเหลียว มุมแดงเย็นตาโฟ ขนมจีนแม่บุญเลิศ บำรุงเย็นตาโฟ หมูสะเต๊ะสีพื้นอง ถวัลย์ชลาเปา ราดหน้าตาโก๊ะ (เตาถ่าน) หมูหวานห่อใบบัว ขนมหวานไทยโบราณ ฯลฯ ผู้ศึกษาจึงค่อนข้างแปลกใจที่มีผู้ค้าบางรายเรียกร้องให้นำผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เข้ามาจำหน่ายเพิ่มเติม เพราะสินค้าจากที่อื่น ๆ อาจส่งผลกระทบต่อ “แบรนด์เนม” ซึ่งสร้างเอกลักษณ์ที่แข็งแกร่งให้กับตลาดเก่าชุมแสงมาช้านานได้

5.2.4 การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำแบบดั้งเดิม

เนื่องจากข้อมูลในเรื่องการดำรงสภาพของการตั้งถิ่นฐานของชุมชนริมน้ำที่ได้จากแบบสอบถาม นั้นค่อนข้างขัดแย้งกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ กล่าวคือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ตลาดส่วนใหญ่ตอบแบบสอบถามว่า “เห็นด้วยในระดับมากต่อการรักษาวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ”

แต่ผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ศึกษาเองกลับเห็นว่าบริบทในการดำรงวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำแบบดั้งเดิมนั้นได้ถูกปรับเปลี่ยนไปแล้วตั้งแต่การเดินทางทางบกเข้ามามีบทบาทแทนการเดินทางทางน้ำตราวจจนถึงปัจจุบัน จึงยังคงเหลืออาคารสมัยเก่าบางหลังที่อยู่ติดริมน้ำให้เห็นเพียงจำนวนหนึ่ง กระนั้น การสัญจรทางเรือตามแม่น้ำน่าน ก็ยังคงมีประชาชนบนพื้นที่สองฝั่งใช้สัญจรไปมาหาสู่กันเป็นประจำ ส่วนตลาดซึ่งมีอายุมากกว่า 100 ปีมิได้เปลี่ยนแปลงสภาพตามกลุ่มบ้านเรือนโดยรอบ จึงยังคงเอกลักษณ์ที่เก่าแก่ไว้ได้และสะท้อนถึงภูมิปัญญาของชุมชนโบราณแห่งนี้ได้อย่างดี

5.2.5 ความไม่สะดวกในการเดินทาง

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอชุมแสงและพื้นที่ใกล้เคียงซึ่งเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจึงมีความพึงพอใจในระดับสูง แต่ผลจากการสัมภาษณ์ซึ่งสอดคล้องกับการสังเกตการณ์ของผู้ศึกษาคือ ผู้ที่ใช้บริการตลาดเก่าชุมแสงจากพื้นที่ห่างไกลอื่น ๆ จำเป็นต้องอาศัยรถยนต์ส่วนตัว หรือรถเช่า เท่านั้น เพราะยังไม่มีรถโดยสารประจำทางให้บริการ ถึงแม้ว่าการเดินทางโดยรถไฟจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนและนักท่องเที่ยวสามารถใช้เพราะมีสถานีรถไฟชุมแสงตั้งอยู่ใกล้ ๆ กับตลาดและมีรถสามล้อคอยให้บริการ แต่ก็ไม่สะดวกในเรื่องกำหนดเวลาการเดินทางซึ่งเปลี่ยนแปลงตามความสะดวกของผู้โดยสารไม่ได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้นเพื่อส่งเสริมบริการของตลาด โดยสื่อถึงจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ทางกายภาพและวัฒนธรรมของตลาดเก่าแห่งนี้ เพื่อเป็นทางเลือกและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรริเริ่มกิจกรรมที่รื้อฟื้นวิถีชีวิตและการสัญจรทางน้ำ โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในอำเภอชุมแสงและบริเวณใกล้เคียง เช่น กิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติที่ตงามบนสองฝั่งแม่น้ำน่าน เยี่ยมชมธุรกิจแบบพอเพียงของชาวชุมแสง ล่องเรือไหว้พระ เป็นต้น
3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเจาะลึกเพื่อกำหนดพื้นที่ที่มีศักยภาพในการอนุรักษ์และพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยเปิดให้ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เพื่อสร้างความร่วมมือในการปรับปรุงแก้ไขและยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดเก่าชุมแสงให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

กระบวนการศึกษาของการค้นคว้าอิสระเรื่อง “แนวทางการฟื้นฟูตลาดเก่าด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง” ได้ดำเนินมาถึงหน้าสุดท้ายแล้ว ผู้ศึกษาขออภัยว่า บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ในบทนี้ได้แสดงถึงการฟื้นฟูตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถทำได้อย่างไร ไว้อย่างครบถ้วนแล้ว หากรายงานการศึกษาฉบับนี้ขาดตกบกพร่องด้วยประการใด ๆ ผู้ศึกษากราบขอภัยและขอน้อมรับข้อผิดพลาดทั้งปวงโดยดุษณีภาพ



รายการอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2565). **จำนวนประชากร**. เข้าถึงได้จาก https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php
- กะฉ่อนวาไรตี้. (2562). **“ตลาดเก่า 100 ปี เมืองชุมแสง” ความทรงจำอดีตนครสวรรค์**. เข้าถึงได้จาก <https://variety.kachon.com/352512>
- กิตติพร ใจบุญ. (2543). **ตลาดสังคมไทย**. กรุงเทพฯ.
- เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ. (2519). **การวิเคราะห์โครงสร้างทางภูมิศาสตร์ของตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูล**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เกียรติ จิวะกุล. (2525). **ตลาดในกรุงเทพฯ การขยายตัวและพัฒนาการ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- งานส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองชุมแสง. (2566). **แผนที่ตะลุยกินถิ่นชุมแสง**. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/photo/?fbid=201986412586236&set=ecnf.100083246353351>
- จังหวัดนครสวรรค์. (2566). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด**. เข้าถึงได้จาก <http://123.242.166.5/webnkw/nsinfo/generaldata/index.php?tagpage=gdata7>
- เทศบาลเมืองชุมแสง. (2566a). **แผนการดำเนินงาน**. เข้าถึงได้จาก https://www.chumsaeng.org/project_detail.php?hd=8&dolP=1&checkIP=chkIP&id=50431&checkAdd=chkAdd&dum=43169_ypk
- เทศบาลเมืองชุมแสง. (2566b). **สภาพทั่วไปของชุมแสงและอาชีพประชากร**. เข้าถึงได้จาก <https://www.chumsaeng.org/condition.php>
- ธงชัย สันติวงษ์. (2535). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- บันทึกคนแบกเป้ Kon-Back-Pack. (2562). **แผนที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง โชนอาหารและโชนแลนด์มาร์คที่สำคัญ**. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/photo/?fbid=410154226479768&set=pcb.410154943146363>
- ปาณิกัส ติปะวรรณ. (2526). **“ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา”** ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). **เยือน “ชุมแสง” ย้อนอดีตชุมชนเก่าริมแม่น้ำน่านอันรุ่งเรือง ตามรอย “นางย่อย” แห่งกรงกรรม**. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/travel/detail/962>

0000025598

ภักยมณี แก้วสง่า และ นิตาชล จำนงศรี. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย**. เข้าถึงได้จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sjss/article/download/23437/19969/51007>

มหาวิทยาลัยทักษิณ. (2549). **ตลาดกับวิถีชีวิต : บทสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องตลาดในสังคมไทย**.

รุจ รัตนพาหุ. (2547). "แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี." การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาลักษณ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2565). **ประวัติความเป็นมาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง**. เข้าถึงได้จาก <https://culturalempi.onep.go.th/site/detail/6112>.

เสริชัย โชติพานิช. (2549). แนวคิดการบริหารทรัพยากรกายภาพสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยแบบรวม. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาทิตยา แก้วพิลา. (2553). "การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา." การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาลักษณ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

GotoKnow. (2555). **แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ**. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>

Hornby, A. F. (2000). **Advance learner's dictionary**. 6th ed. London: England: Oxford University.

Oliver, R. L. (1997). **Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer**. McGrawHill New York: Irwin.

Richards, G. (2010). **Creative Tourism and Local Development**. Paper presented at the Creative Tourism a Global Conversation How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide, A Present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe. New Mexico. USA.



ภาคผนวก



คำชี้แจงแบบสอบถามนี้สำหรับพ่อค้า แม่ค้า ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว โปรดทำเครื่องหมาย ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษามากที่สุด ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามตรงกับความเป็นจริง โดยคำตอบจะใช้ในการวิจัยเท่านั้น และขอรับรองว่าการให้ข้อมูลของท่านจะไม่เกิดผลกระทบใดๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 เพศ ชาย หญิง
- 1.2 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี
- 1.3 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานเอกชน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย/พ่อค้า/แม่ค้า รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
- 1.4 ท่านเดินทางมาจากที่ใด
 ภายในเทศบาลเมืองชุมแสง ภายนอกเทศบาลเมืองชุมแสง (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

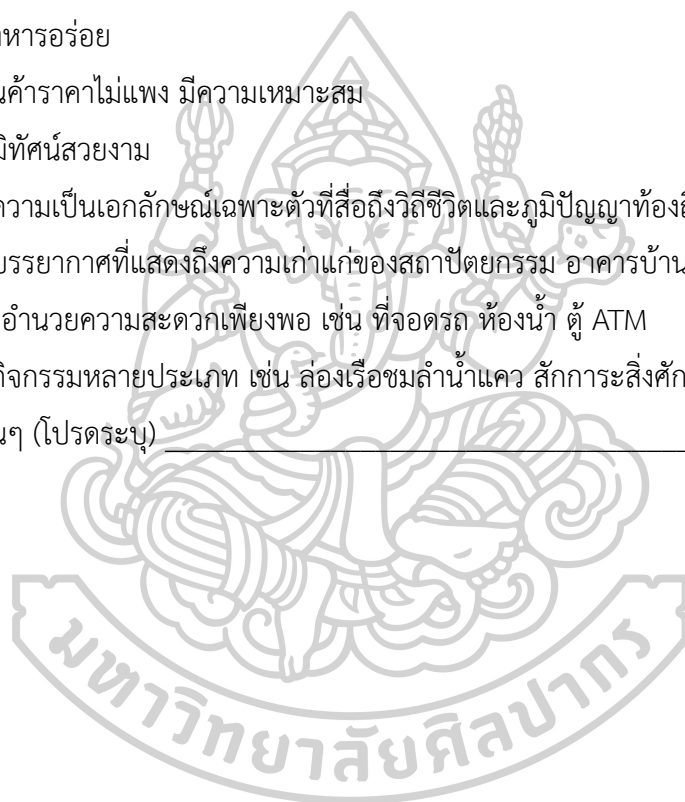
- 2.1 ท่านทราบข่าวของตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์/วารสาร
 รายการทีวี/รายการวิทยุ เพื่อน/คนรู้จัก
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
- 2.2 ท่านเข้ามาใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ในช่วงวันใด
 วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) วันหยุด (วันเสาร์ - วันอาทิตย์)
- 2.3 ท่านเข้ามาใช้บริการในตลาดนัดฯ บ่อยเพียงใด
 ครั้งแรก 2 - 3 ครั้ง 4 - 5 ครั้ง
 มากกว่า 5 ครั้ง
- 2.4 ท่านเดินทางมาใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 รถส่วนตัว จักรยานยนต์ รถโดยสารประจำทาง
 รถไฟจักรยาน เดิน

2.5 ท่านมาใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง กับใคร

- คนเดียว ครอบครัว
 เพื่อน หมู่คณะ

2.6 เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อาศัยอยู่ในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง/ค้าขาย
 เดินทางสะดวก
 สินค้ามีความหลากหลายให้เลือก
 อาหารอร่อย
 สินค้าราคาไม่แพง มีความเหมาะสม
 ภูมิทัศน์สวยงาม
 มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สื่อถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น
 มีบรรยากาศที่แสดงถึงความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน
 สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ตู้ ATM
 มีกิจกรรมหลายประเภท เช่น ล่องเรือชมลำน้ำแคว สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____



ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้ใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ระดับความคิดเห็น 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ลำดับที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการบริการ						
3.1	พ่อค้าแม่ค้ามีมนุษยสัมพันธ์ดี					
3.2	ผู้ขายให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
3.3	ตลาดมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์					
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน						
3.4	พ่อค้า แม่ค้า ช่วยรักษาที่อยู่อาศัยของตนเองให้มีความดั้งเดิมแบบโบราณ					
3.5	พ่อค้า แม่ค้า มีความภาคภูมิใจในตลาดของตัวเอง สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่ขายได้เป็นอย่างดี					
3.6	ตลาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด					
ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม						
3.7	บรรยากาศของตลาดยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่า มีความดึงดูดสร้างความเพลิดเพลิน และมีการอนุรักษ์ตลาดไม่ให้เสื่อมโทรม					
3.8	ตลาดยังคงรักษาวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ ความเป็นอยู่ดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ					
3.9	สินค้าในตลาดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ขนม อาหาร ร้านขายยาแผนโบราณที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาโบราณ					

ลำดับที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการบริหารจัดการ						
3.10	ตลาดมีความสะอาดเป็นระเบียบ					
3.11	ตลาดมีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น งานประจำปีเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง, เทศกาลย้อนรอยตลาดเก่า, เทศกาลดนตรีอาหารอร่อย					
3.12	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย					
3.13	เดินทางมาง่ายและสะดวก					
3.14	ตลาดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ตู้ ATM ถังขยะ ที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ การดูแลรักษาความปลอดภัยที่ดี					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม





ภาคผนวก ข
สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้
คุณเทวินทร์ แสงไชย (หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองชุมแสง)

1. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มีหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนเข้ามามีบทบาท ในเรื่องของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดมีความเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว และพ่อค้าแม่ค้าหรือไม่ อย่างไร

ถ้าหากกล่าวถึงการพัฒนาเมืองนั้น แบ่งออกเป็น 2 ภาค ประกอบไปด้วยภาครัฐและภาคประชาชนเรื่องการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในตลาด เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ตู้ ATM ฯลฯ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาตลอด ในปี พ.ศ.2557 รัฐบาลได้มีโครงการให้มีการพัฒนาเมืองในระดับเทศบาลเมืองระดับเทศบาลนคร และระดับองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้มีงบประมาณให้จำนวน 2,000,000 บาท ทางเทศบาลเมืองชุมแสงจึงได้ดำเนินการเสนอเรื่องการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาด เพื่อให้มีความเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวและพ่อค้าแม่ค้าสภาพพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง อยู่ติดกับริมแม่น้ำน่าน แต่ไม่มีการพัฒนาในเรื่องของการสร้างบันไดคอนกรีตลงแม่น้ำ จึงส่งผลให้เวลาที่มีการจัดกิจกรรมงานประเพณีลอยกระทง นักท่องเที่ยวไม่สามารถลอยกระทงในแม่น้ำได้ ทำให้ทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมกันทำและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ความปลอดภัยของคนในชุมชน ภาครัฐต้องให้ความร่วมมือกับคนในชุมชนด้วยเช่นกัน การพัฒนาเรื่องที่ได้กล่าวข้างต้น ไม่ได้เป็นการพัฒนาเพื่อสิ่งปลูกสร้าง เพียงแต่เป็นการพัฒนาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคนในชุมชนเป็นหลัก ให้มีความอยู่ดีกินดี ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง เป็นตลาดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงยังต้องรักษาเอาไว้ แต่ในการอนุรักษ์จะต้องมีความทันสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

2. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ควรมีการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือไม่ รวมถึงมีวิธีการกระตุ้นเศรษฐกิจของตลาดหรือไม่ อย่างไร

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดถือเป็นสิ่งสำคัญตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง บางกลุ่มได้มีการนำเอาผลิตภัณฑ์ในชุมชนไปบอกต่อและเชิญชวนให้ผู้คนมาเที่ยวตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงอีกด้วย เรื่องการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามายังพื้นที่ตลาดเก่าแห่งนี้ด้วยเช่นกัน ในอนาคตอาจมีการขายทริปทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวจีน เพราะเคยได้ดำเนินการจัดทำทริปเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของตลาด เช่น ทริปนั่งรถไฟสะพานไปชุมแสง ทริปช้อปปิ้ง ชิม ชุมแสง และทริปชิม ช้อป แชะ ชุมชุมแสง เป็นต้นซึ่งทริปเหล่านี้ได้ขายทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย

มาแล้ว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะมาเที่ยวตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงนั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอำเภอแต่เจียง อำเภอถึงไห่ และอำเภอซัวเถา นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้ล้วนมาจากมณฑลกว่างเจา เพราะมีประวัติศาสตร์เกี่ยวกับกลุ่มคนจีนเหล่านี้ หากย้อนอดีตเมื่อ 100 ปี ได้มีชาวจีนกลุ่มดังกล่าวอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่ชุมแสง บริเวณ ณ ตลาดเก่าแห่งนี้ ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าขาย อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการซื้อ-ขายข้าว และขนถ่ายสินค้าระหว่างภาคเหนือและภาคกลาง

3. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และมีมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจหรือไม่ อย่างไร

ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ควรได้รับความร่วมมือการสนับสนุนจากหน่วยงานทุกภาคส่วน เพื่อช่วยกันบูรณาการตลาดให้กลับมาคึกคัก โดยจะต้องอาศัยความสามัคคี การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน รวมถึงการมีส่วนร่วมจากทุกคน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของตลาด

สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้
คุณธนวัฒน์ ชาญธัญกร (นักพัฒนาชุมชน กองสวัสดิการสังคม เทศบาลเมืองชุมแสง)

1. ท่านคิดว่าพ่อค้า แม่ค้ามีส่วนร่วมในเรื่องการช่วยกันรักษาที่อยู่อาศัยของตนเองให้มีความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมแบบโบราณอยู่หรือไม่ อย่างไร

อาคารเก่าดั้งเดิมในพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ในบางพื้นที่ได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นแบบอาคารสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ตามยุคตามสมัย แต่ยังคงมีบางพื้นที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมแบบโบราณอยู่บ้าง และถ้ากล่าวถึงเรื่องผลประโยชน์ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตลาดที่ได้รับผลประโยชน์ จะมีเฉพาะกลุ่มบุคคลที่ได้รับประโยชน์จากตลาดแห่งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการ พ่อค้า แม่ค้า เฉพาะรายใดรายหนึ่งที่มีกิจการการค้าขายได้ผลตอบแทนที่ดี และยังสามารถดำเนินกิจการต่อภายในตลาดแห่งนี้ได้ แต่มีผู้ประกอบการ พ่อค้า แม่ค้าบางรายที่มีกิจการค้าขายไม่ได้ผลตอบแทนที่ดี บุคคลกลุ่มนี้จะทยอยถอนตัวย้ายออกไปจากพื้นที่ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง

2. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันควรมีแนวทางในการปรับปรุงและฟื้นฟูพื้นที่ตลาดหรือไม่ อย่างไร

ถ้าจะให้เศรษฐกิจภายในตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง กลับมามีความคึกคัก เศรษฐกิจดีแบบตลาดสามชุก 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี อาจมีแนวโน้มค่อนข้างเป็นไปได้ยาก เพราะเนื่องจากตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสงมีโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมในการสัญจรไป-มา ยังพื้นที่ตลาดไม่ได้ยึดติดกับถนน

ทางสายหลัก 4 เลน จึงทำให้ผู้คนที่เข้ามาใช้บริการตลาดต้องเดินทางเข้ามาไกล อำเภอชุมแสง ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองนครสวรรค์ 41 กิโลเมตร ในอดีตตลาดชุมแสงมีสถานีชุมแสง มีเส้นทางรถไฟสายเหนือวิ่งผ่านตั้งแต่ปี พ.ศ.2450 และยังมีแม่น้ำน่านเป็นทางสัญจรหลักทางเรือด้วย จึงเป็นเหตุทำให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยมีข้าวเป็นสินค้าหลัก ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง จึงเป็นตลาดย่านเศรษฐกิจที่เฟื่องฟูมาก สภาพแวดล้อมของพื้นที่ตลาดในปัจจุบันก็ยังมีเส้นทางรถไฟวิ่งผ่าน เพราะมีสถานีรถไฟชุมแสง เรื่องการพัฒนาตลาดจะมีการพัฒนาแค่บริเวณในพื้นที่ตลาดเท่านั้น ส่วนสภาพแวดล้อมพื้นที่ภายนอกบริเวณทางด้านทิศตะวันออกของตลาดสภาพพื้นที่เป็นแบบชนบททั่วไป เรื่องการปรับปรุงพื้นที่พื้นที่ตลาด ในช่วงเวลาตอนเช้าจะมีผู้คนที่เข้ามาใช้บริการพื้นที่ตลาดจำนวนมาก ทำให้สภาพการจราจรในตลาดรถติด เส้นทางถนนภายในพื้นที่ตลาดมีพื้นที่การสัญจรแคบ เสนอให้ควรมีการปรับปรุงเรื่องของโครงสร้างการจัดการตลาดที่ดี และเรื่องของพื้นที่จอดรถ ห้องสุขา หากได้รับการบริหารจัดการที่ดีก็จะสามารถรองรับ อำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในตลาดได้ ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ตลาดยังมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ บางคนได้นำรถส่วนตัวไปจอดตรงบริเวณที่ลานจอดด้านข้างสถานีรถไฟสถานีชุมแสง หลังจากโควิด-19 ระบาดจึงส่งผลกระทบต่อทำให้ตลาดดูซบเซา

3. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มีปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดหรือไม่ อย่างไร

เรื่องของการพัฒนาตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มุ่งเน้นในเรื่องความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ให้มีการประชุมหารือร่วมกัน เพื่อปรับปรุงโครงสร้างถนน บริเวณพื้นที่ตลาดบริเวณพื้นที่ที่อยู่ติดกับริมแม่น้ำน่าน ว่าควรมีการปรับปรุงพื้นที่ตลาดให้เป็นไปในทิศทางใด รวมถึงหารือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง กลับมาคึกคักอีกครั้ง ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มีนักท่องเที่ยวที่อยู่ภายในพื้นที่อำเภอชุมแสงและนอกพื้นที่อำเภอชุมแสง เดินทางมาเยี่ยมชมความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่าแห่งนี้บ่อยครั้ง เรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการพื้นที่ตลาด โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และวันธรรมดา ตัวอย่าง เช่น อำเภอชุมแสงขึ้นชื่อเรื่องอาหาร อาหารหลักที่สำคัญ คือ ปลา เพราะพื้นที่ชุมแสงมีทรัพยากรอยู่ติดริมแม่น้ำ ห้วย หนอง คลอง และบึง จึงควรได้รับการสนับสนุนเรื่องอาหาร อาจให้มีการจัดงานเทศกาลกินปลาก็ได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ มีข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ สรุปโดยรวมได้ ดังนี้

1. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ควรได้รับการอนุรักษ์ตลาดไม่ให้เสื่อมโทรม และยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่าอยู่หรือไม่ อย่างไร

เรื่องการอนุรักษ์ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ไม่ให้เสื่อมโทรมและยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่า นั้น ขึ้นอยู่กับบ้านเรือนหรือร้านค้าของแต่ละคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตลาด หากร้านค้า บ้านเรือน มีความเสื่อมโทรมมากก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นอาคารสมัยใหม่ตามยุคตามสมัย ผู้อาศัยเก่าดั้งเดิมบ้างก็ย้ายออกไปอาศัยอยู่ในตัวเมืองนครสวรรค์ บ้านในตลาดจึงถูกปล่อยให้คนเช่าทำกิจการค้าขาย แต่ยังมีบางโซนของพื้นที่ตลาด ร้านค้า บ้านเรือนเสื่อมโทรมไม่มากก็จะปรับปรุงซ่อมแซม เพื่อให้มีสภาพคงอยู่ที่แข็งแรงขึ้น แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตลาดเก่า ในมุมมองของผู้ที่เข้ามาใช้บริการตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง แห่งนี้ ได้รับคำชมตลาดมีทัศนียภาพที่สวยงาม และยังคงความเป็นตลาดเก่าอยู่ อาหารรสชาติอร่อยแบบโบราณจากรุ่นสู่รุ่น และจากการสอบถามพ่อค้า แม่ค้า รวมถึงประชาชนในพื้นที่ ให้คำตอบเป็นเสียงเดียวกันว่าอยากให้ตลาดแห่งนี้ได้รับการอนุรักษ์และคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดเก่าสืบต่อไป

2. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ควรยังคงรักษาวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ มีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะหรือไม่ อย่างไร

ในปัจจุบันตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง การรักษาวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีหลงเหลือความเป็นดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะอยู่เลยก็ได้ มีเพียงบ้านเรือนของผู้อาศัยบางครัวเรือนที่มีที่อยู่อาศัยติดริมน้ำเท่านั้น แต่บริบทการใช้ชีวิตชุมชนริมน้ำของผู้คนได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยใหม่ จากเคยถูกใช้เพื่ออุปโภค บริโภค ใช้เป็นเส้นทางสัญจรไปมาหาสู่กัน กลายเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

3. ท่านคิดว่าตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง ควรมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการฟื้นฟูตลาดในด้านต่าง ๆ หรือไม่ อย่างไร

เสนอให้มีการจัดกิจกรรมภายในตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กลับมาคึกคัก อาจจัดงานเทศกาลกินอาหารร้านเด็ดในตำนานของชุมแสง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาลิ้มลอง สัมผัสถึงกลิ่นไอของตลาดเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า 100 ปี แต่ในปัจจุบันตลาดได้มีการจัดกิจกรรมงานประจำปี ได้แก่ งานเจ้าพ่อเจ้าแม่ชุมแสง งานประเพณีลอยกระทง และมีงานถนนคนเดินชุมแสงที่จัดขึ้นทุกวันเสาร์ เวลา 17.00 น.-22.00 น. บริเวณริมน้ำนาน ตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง มีสิ่งที่น่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ คือ พื้นที่ที่เป็นโซนตลาดเก่าและพื้นที่ที่มีการถ่ายทำละคร

รวมถึงเน้นเรื่องของอาหารแบบดั้งเดิม ตลาดมีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการรองรับผู้คนที่เข้ามาใช้บริการตลาด โดยส่วนใหญ่คนที่มายังตลาดจะจอดรถส่วนตัวไว้แถวริมแม่น้ำเรียงยาวตลอดแนวลำน้ำ บางคนจอดตรงเส้นขาวแดงซึ่งเป็นที่ห้ามจอด ทำให้ถนนคับแคบการสัญจรติดขัด บ้างก็จอดรถไว้ลานข้างสถานีรถไฟ และหน้าเทศบาลเมืองชุมแสง อีกอย่างตลาดเก่า 100 ปี ชุมแสง อยู่ห่างไกลจากถนนสายหลักจึงอาจทำให้ไม่เป็นที่นิยมของคนที่จะเดินทางเข้ามา โดยส่วนมากผู้คนที่แวะเข้ามาซื้อสินค้าถ่ายภาพ กินอาหารร้านเด็ดร้านอร่อย ที่อยู่คู่กับชุมแสงมานานหลายสิบปี จนความอร่อยนั้นเป็นที่บอกกันปากต่อปาก



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

รัตนา การเกษ

วุฒิการศึกษา

พ.ศ. 2553 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมนังคละสุวรรณภูมิ

พ.ศ. 2561 ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต

หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

