



การออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น  
ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น  
ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

CULTURAL IDENTITY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM  
OF THA PEAR DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE.



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Fine Arts DESIGN ARTS  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2017  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	การออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
	ท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
โดย	ประไพพิมพ์ พานิชสมัย
สาขาวิชา	ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัฒนพันธุ์ ครุฑะเสน

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

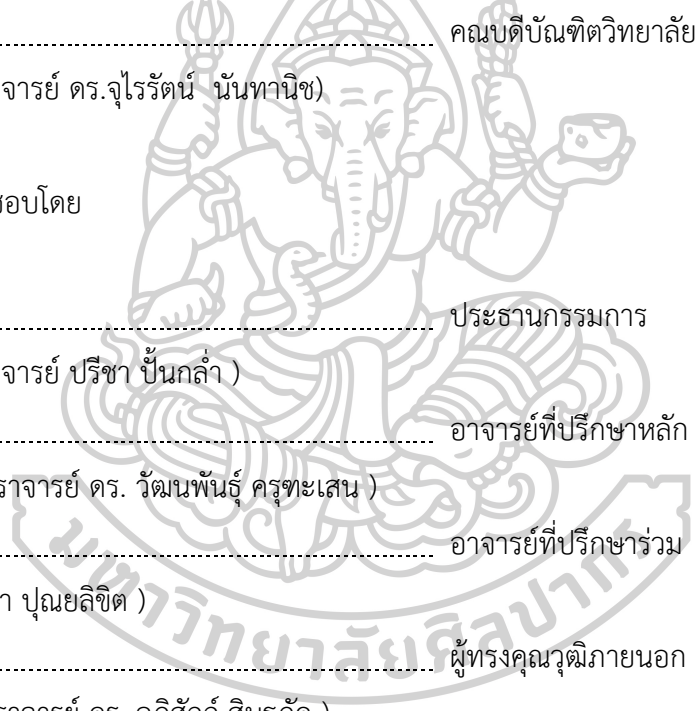
พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ปรีชา ปั่นกล้า )

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัฒนพันธุ์ ครุฑะเสน )

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(ดร. เรืองดา ปุณยลิขิต )

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิสักดิ์ สิ้นรุภัก )



58156315 : ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : การออกแบบอัตลักษณ์, ส่งเสริมการท่องเที่ยว, วัฒนธรรม

นางสาว ประไพพิมพ์ พานิชสมัย: การออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัฒนพันธุ์ คุรุทะเลน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมาของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศึกษาบริบทของคนในชุมชนท่าแพ และ 3) พัฒนาแนวทางการออกแบบ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช วิธีการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่จริงเพื่อนำข้อมูลที่ค้นคว้ามา รวบรวมถึงประวัติความเป็นมา และลักษณะทางกายภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังใช้เครื่องมือในการทำระเบียบวิจัยจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ร่วมกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งจะแบ่งออกเป็นคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้นำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ทางสถิติ สรุปผล และพัฒนาแนวทางการออกแบบผลงานการสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการออกแบบอัตลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้กลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การปรับภาพลักษณ์ ขยายการรับรู้เชิงคุณค่าทางวัฒนธรรม จากรากฐานความเข้าใจการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากสถานที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ การออกแบบป้ายบอกทาง และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์กระจายพื้นที่และจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน และ 3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ผลการวิจัยพบว่าอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งด้านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สถาปัตยกรรม ความเชื่อ และศาสนา ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ถึงความเป็นมาที่สำคัญของรากเหง้า สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชนท่าแพ นอกจากนี้ยังสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก่อให้เกิดรายได้ สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนให้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนให้ได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ก่อให้เกิดการจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก สร้างความแข็งแกร่งทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ที่คำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม มุ่งสู่การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว



58156315 : Major DESIGN ARTS

Keyword : IDENTITY DESIGN, SUPPORT TOURISM, CULTURAL

MISS PRAPIPIM PANICHSAMAI : CULTURAL IDENTITY DESIGN FOR SUSTAINABLE TOURISM OF THA PEAR DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE.

THESIS ADVISOR : WATANAPUN KRUTASAEN

The objectives of this research were 1) to study the background of local cultural identity in Thapae community, Nakhon Si Thammarat, 2) to study the context of local people in Thapae community to analyze the surrounding area and 3) to develop design guidelines to promote cultural tourism in Tha Phae community, Nakhon Si Thammarat.

The methodology of this study began from exploring related documents, articles, concepts and research, including actual site observation to collect data on the background and physical characteristics of current living conditions. Questionnaire and interview were used as research tools. The sample consisted of local people and tourists visiting Thapae community. Data collected were then analyzed by statistical methods, summarized, and used as the guidelines to design creative cultural identity work that promotes tourism in Thapae community, Nakhon Si Thammarat.

The results showed that designing identity to promote cultural tourism in Thapae community, Nakhon Si Thammarat was conducted under the following strategies: 1) image change strategy was used to expand cultural awareness in Thapae community, Nakhon Si Thammarat. Identity design was implemented from understanding about promoting cultural tourism from historic sites. This included the design of signage and tourism PR media. 2) Spatial distribution and creative activity strategy was implemented during peak season that was linked to major local tourist attractions. 3) Strategy for sustainable tourism development and seasonal tourism was used.

The results of this study showed that cultural tourism identity of Thapae community in Nakhon Si Thammarat in terms of lifestyle, architecture, beliefs and

religions symbolized the origin and background of Thapae community that creates the pride to local people. Besides, the identity could promote cultural tourism, generating income to local people. This also encouraged local people to participate in resources management and the utilization for benefits in various forms through tourism. This led to employment, tour operator, transportation, and accommodation services, souvenir shop, strengthening social, economic, and environmental aspects towards the development into a famous tourist destination.





## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนพันธุ์ คุรุทะเลน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา และแนะนำความคิดเห็น ข้อคิดเสนอ ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ และกราบขอบพระคุณกรรมการสอบทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อให้วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาตรวจเครื่องมือวิจัย และ ประเมินผลงานออกแบบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก่ผู้วิจัย รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่ สละเวลาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย

กราบขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาศิลปการออกแบบทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดวิชา ความรู้และประสบการณ์ต่างๆ พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

สุดท้ายต้องขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนเป็น แรงผลักดันให้แก่ผู้วิจัยตลอดมา รวมทั้งอีกหลายๆ ท่านที่มีได้เอื้อนามไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยยังหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาได้นำไป พิจารณา เพื่อให้ปรากฏผลเป็นรูปธรรมต่อไป



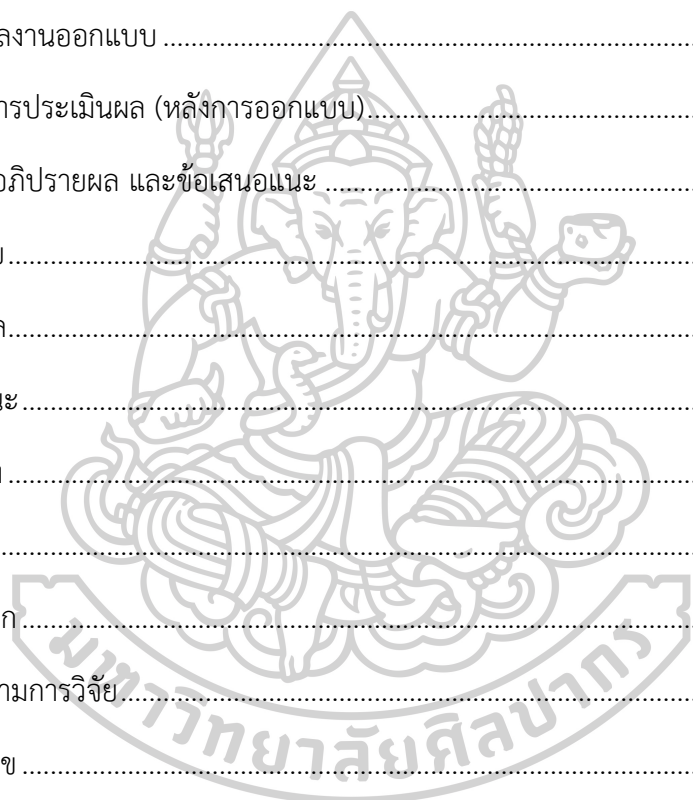
ประไพพิมพ์ พานิชสมัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	3
สมมุติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
นิยามคำศัพท์.....	4
บทที่ 2 การศึกษาทฤษฎีแนวคิด เอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	6
การศึกษาอัตลักษณ์.....	7
ทฤษฎีอัตลักษณ์ของสไตรเกอร์.....	12
การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	15
ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	17
ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	19
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.....	21
สื่อประชาสัมพันธ์ (public relations).....	28

ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	30
ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ .....	31
ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท.....	31
สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media).....	31
สื่อบุคคล (Personal Media).....	32
สื่อโสตทัศน์ (AudioVisual Media) .....	33
สื่อออนไลน์ (Online Media).....	33
บริบทของพื้นที่.....	35
สภาพภูมิประเทศ .....	36
ลักษณะภูมิอากาศ .....	36
สัญลักษณ์ของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	37
คำขวัญเทศบาลตำบลท่าแพ .....	37
สภาพด้านเศรษฐกิจ .....	37
สภาพด้านสังคม .....	38
การอุปโภค บริโภค.....	40
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม .....	40
ประวัติความเป็นมาของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	41
มรดกทางธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น.....	45
มรดกทางธรรมชาติ .....	45
มรดกทางวัฒนธรรม.....	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	49
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน .....	53
วิธีการดำเนินการวิจัย .....	53
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย .....	53

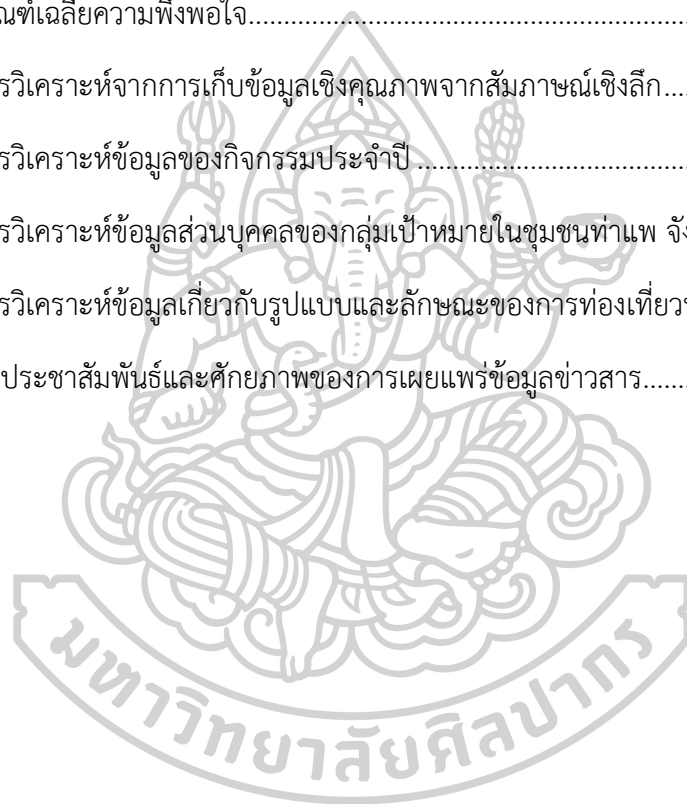
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล .....	55
การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ .....	57
ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ .....	58
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล (ก่อนการออกแบบ).....	60
ส่วนที่ 2 ผลงานออกแบบ .....	67
ส่วนที่ 3 การประเมินผล (หลังการออกแบบ).....	79
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	84
สรุปผลวิจัย .....	85
อภิปรายผล.....	87
ข้อเสนอแนะ .....	88
รายการอ้างอิง .....	89
ภาคผนวก.....	91
ภาคผนวก ก.....	92
แบบสอบถามการวิจัย.....	92
ภาคผนวก ข .....	95
แบบประเมินผลงานออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	95
ประวัติผู้เขียน.....	98



## สารบัญตาราง

หน้า

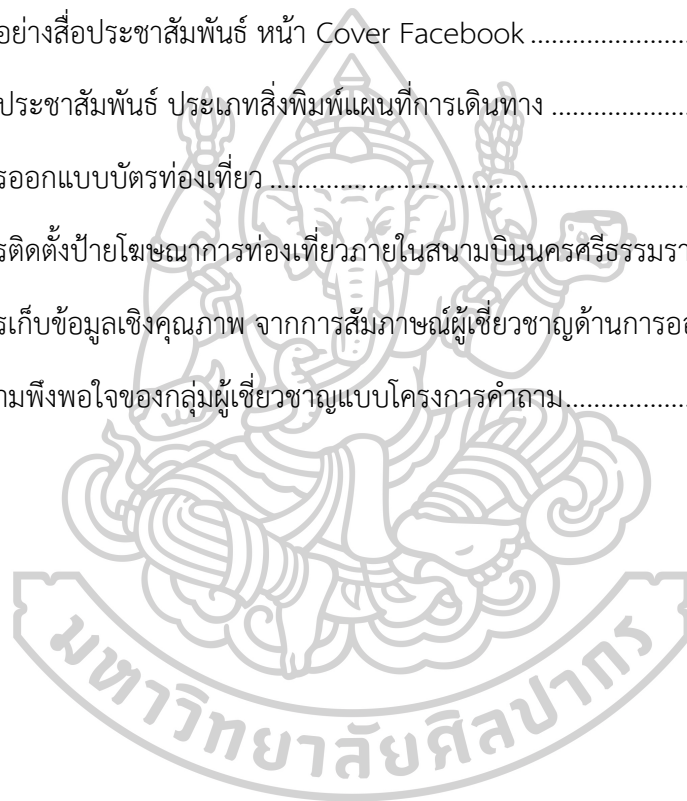
ตารางที่ 1 ประเภทธุรกิจการค้าและบริการ ภายในเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช... 38	38
ตารางที่ 2 จำนวนประชากรชาย-หญิง ภายในเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช..... 39	39
ตารางที่ 3 จำนวนประชากรเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช กับการนับถือสัญชาติ.... 39	39
ตารางที่ 4 เกณฑ์เฉลี่ยความพึงพอใจ..... 58	58
ตารางที่ 5 การวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากสัมภาษณ์เชิงลึก..... 62	62
ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลของกิจกรรมประจำปี..... 62	62
ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ..... 64	64
ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม..... 65	65
ตารางที่ 9 สื่อประชาสัมพันธ์และศักยภาพของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร..... 66	66



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	35
ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์ประจำเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	37
ภาพที่ 3 (ซ้าย) สะพานไม้ข้ามคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	41
ภาพที่ 4 (ขวา) ภาพบรรยากาศคลองท่าแพ ปัจจุบัน ถ่ายเมื่อเดือนมกราคม 2560 .....	42
ภาพที่ 5 การจราจรทางน้ำบริเวณคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ปีพุทธศักราช 2443 .....	42
ภาพที่ 6 ขบวนช้างรับเสด็จ ในรัชกาลที่ 5 บริเวณบ้านท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	43
ภาพที่ 7 การร่วมพัฒนาระหว่างหน่วยงานทหารและภาพประชาชน .....	44
ภาพที่ 8 ทหารญี่ปุ่นยกพลขึ้นบกบริเวณบ้านท่าแพ ใกล้กองพันทหารปืนใหญ่ที่ 15.....	44
ภาพที่ 9 ป่าโกงกาง บริเวณคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	46
ภาพที่ 10 อนุสาวรีย์วีรไทยพ่อจ๋า บริเวณค่ายวิชราวุธ จังหวัดนครศรีธรรมราช .....	47
ภาพที่ 11 นกเงือกที่พบได้ทั่วไปในบริเวณปากแม่น้ำป่า .....	48
ภาพที่ 12 การวิเคราะห์ Concept และ Key word .....	68
ภาพที่ 13 การวิเคราะห์และออกแบบสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ .....	68
ภาพที่ 14 ผลงานแบบร่างการออกแบบโลโก้.....	69
ภาพที่ 15 แผนภูมิแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการออกแบบโลโก้.....	69
ภาพที่ 16 Grid Design.....	70
ภาพที่ 17 วงจรอัตลักษณ์ของสี.....	70
ภาพที่ 18 ผลงานแสดงเชรตสีบนพื้นหลัง.....	71
ภาพที่ 19 ตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบ .....	72
ภาพที่ 20 ผลงานการออกแบบบรรดโดยสาร.....	73
ภาพที่ 21 ผลงานการออกแบบเส้นทางรถโดยสาร .....	73

ภาพที่ 22 ผลงานการออกแบบเส้นทางการเดินเรือโดยสาร.....	74
ภาพที่ 23 ผลงานการออกแบบเส้นทางการเดินเรือโดยสาร.....	74
ภาพที่ 24 แผนภาพความสัมพันธ์ของประโยชน์การใช้สอยพื้นที่บริเวณสนามบิน จังหวัดนครศรีฯ..	74
ภาพที่ 25 ผลงานการออกแบบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....	75
ภาพที่ 26 พื้นที่ติดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณท่าขึ้น-ลงเรือ.....	75
ภาพที่ 27 พื้นที่ติดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณภายในสนามบิน.....	76
ภาพที่ 28 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ หน้า Cover Facebook .....	77
ภาพที่ 29 สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสิ่งพิมพ์แผนที่การเดินทาง .....	78
ภาพที่ 30 การออกแบบบัตรท่องเที่ยว .....	78
ภาพที่ 31 การติดตั้งป้ายโฆษณาการท่องเที่ยวภายในสนามบินนครศรีธรรมราช .....	79
ภาพที่ 32 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ.....	80
ภาพที่ 33 ความพึงพอใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบโครงการคำถาม.....	82



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีพัฒนาการมาตั้งแต่ ปีพุทธศักราช 2467 หรือสมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ซึ่งยังทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่สร้างขึ้นโดยชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย จวบจนปัจจุบันที่การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นลำดับต้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจหลายประการ ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา แต่ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นภาคเดียวที่ยังมีแนวโน้มดีขึ้นต่อเนื่องจนองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization – WTO) ได้มีการกำหนด รูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism)

สังคมในปัจจุบันมีความตระหนักถึงความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรม เทศกาลรวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมพื้นบ้านมากขึ้นทั้งนี้การตื่นตัวต่อวัฒนธรรมประกอบกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของในแต่ละพื้นที่เป็นจุดกำเนิดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังจะเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้กลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอีกหลายๆประเทศ ซึ่งได้พยายามที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศของตนเอง นอกจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะสามารถหารายได้เข้าสู่ประเทศและนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศและระดับภูมิภาคแล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปสำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากอย่างไรก็ดี ท่ามกลางการแข่งขันของตลาดท่องเที่ยวที่สูงขึ้นกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและได้มีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน ดังนั้นโครงการวิจัยนี้จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการ



วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยจะแสดงถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราชให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

“ชุมชนท่าแพ” หนึ่งในชุมชนเล็กๆ ห่างจากตัวเมืองนครศรีธรรมราชเพียง 9 กิโลเมตร มีชัยภูมิที่ตั้งติดริมคลองทอดยาวไหลกั้นกลางระหว่างท่าแพฝั่งเหนือกับท่าแพฝั่งใต้ ปัจจุบันมีเส้นทางสายหลักที่ผ่านชุมชนออกไปยังจังหวัดสุราษฎร์ธานี อีกทั้งคลองท่าแพยังสามารถออกสู่ทะเลอ่าวไทยได้ชุมชนท่าแพถือว่าเป็นชุมชนเก่าแก่ดั้งเดิมมาตั้งแต่อดีต จากตำนานการบวชหรือการอุปสมบทของหลวงปู่ทวดหรือสมเด็จพระโคะ ซึ่งเป็นตำนานที่อธิบายที่มาของคำว่า “ท่าแพ” ที่มีความเชื่อมโยงกับการอุปสมบทโดยการใช้เรือ 4 ลำ มาต่อเป็นแพที่เรียกว่า “อุทกสีมา” หรือสีมาทางน้ำ เพื่อบวชสมเด็จพระโคะ ด้วยเหตุนี้จึงเรียกคลองท่าแพ และเมื่อเกิดวัดขึ้นบริเวณนี้จึงเรียกว่า “วัดท่าแพ” ซึ่งมีลักษณะเด่นที่เป็นท่าเรือใหญ่ใช้จอดเรือแพของชาวบ้านและเรือสินค้าที่เข้ามาค้าขายกับเมืองนครศรีธรรมราชในอดีต

เมื่อครั้งที่ยังมีการเดินทางสัญจรกันทางน้ำชุมชนนี้เป็นเพียงจุดพักจอดของเรือสำหรับผู้คนผ่านไปผ่านมาของคนต่างบ้านต่างเมือง ซึ่งในอดีตสมัยรัชกาลที่ 5 เองก็เคยมีการเสด็จประพาสแหลมมลายูในต่างเส้นทาง และต่างวาระ รวมทั้งสิ้น 7 ครั้งด้วยกัน โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชก็เป็นหนึ่งในเมืองที่ทรงเสด็จประพาสผ่านทางโดยเรือพระที่นั่งมหาจักรีเช่นกัน

และเหตุการณ์สำคัญในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อกองกำลังประเทศญี่ปุ่นได้ยกพลขึ้นบกที่ตลาดท่าแพและได้ต่อสู้กับกองกำลังทหารไทย บริเวณชุมชนตลาดท่าแพ เกิดเป็นวีรบุรุษที่ชาวบ้านเคารพคือ ‘พ่อจ๋าดำ’ ซึ่งเป็นทหารกล้าที่ยืนหยัดต่อสู้กับกองทัพญี่ปุ่นในสมัยนั้น ปัจจุบันเทศบาลตำบลท่าแพ ได้ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม อาชีพหลักของคนในชุมชน จึงหนีไม่พ้นการค้าพาณิชย์ อุตสาหกรรม จำพวกกุ้ง ปลาตากแห้ง และการทำประมงเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันความเจริญของสังคมมาถึงวิถีบางอย่าง กลับสูญหายไปอย่างน่าเสียดาย หากก็ยังคงมีความเป็นอยู่ของวิถีชีวิตคนในชุมชนที่ยังคงเสน่ห์ไว้มิเสื่อมคลาย มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากก็ไม่ชัดเจนในเรื่องของการแสดงออกทางด้านความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะหลักฐานที่เหลือน้อยและคนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากเท่าที่ควรการออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จึงเป็นอีกหนึ่งวิธีการสะท้อนเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ รวมถึงการพัฒนาภาพลักษณ์สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรของท้องถิ่นๆ บริการ

และสื่อต่างๆ ให้ดำเนินการไปยังทิศทางเดียวกันได้ และยังสามารถจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกด้วย

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พัฒนาจากรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช และเล็งเห็นว่าการศึกษาพัฒนาอัตลักษณ์ภายในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งยังสอดคล้องกับหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในเรื่องของ “การสร้างเชื่อมั่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง” โดยยุทธศาสตร์นี้เองที่จะมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ตระหนักถึงการรับรู้เกิดความภาคภูมิใจของอัตลักษณ์ในท้องถิ่น ส่งผลทำให้เกิดเป็นความประทับใจ ทักศนคติที่ดีทั้งนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนตราบยังรุ่นลูกรุ่นหลาน ผลงานวิจัยในครั้งนี้ จึงเป็นโครงการออกแบบที่กำหนดขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในเชิงมุ่งเน้นแสวงหาความรู้ และนำมาวิเคราะห์วิจัยเพื่อสังเคราะห์ให้เกิดเป็นผลงานการออกแบบที่สามารถส่งเสริมและถ่ายทอดอัตลักษณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นภายในชุมชนท่าแพ อำเภอปากพนون จังหวัดนครศรีธรรมราช

### วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความเป็นมาของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ
2. ศึกษาบริบทของคนในชุมชนท่าแพ เพื่อวิเคราะห์พื้นที่บริเวณโดยรอบชุมชน
3. พัฒนาแนวทางการออกแบบ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

### สมมุติฐานของการวิจัย

การออกแบบอัตลักษณ์จะสามารถปรับภาพลักษณ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้กับชุมชนท่าแพจังหวัดนครศรีธรรมราช

### ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านกลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

## 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 2.1 ศึกษาความหมายและแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชน
- 2.2 ศึกษาความหมายและวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- 2.3 ศึกษาการพัฒนาและกิจกรรม เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- 2.4 ศึกษาประวัติความเป็นมาบริเวณโดยรอบชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ
- 2.5 ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริม

## 3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นการศึกษาอัตลักษณ์ บริเวณพื้นที่ชุมชนท่าแพ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ชุมชน อันได้แก่ ชุมชนบ้านกลาง ชุมชนทิศเหนือ ชุมชนทิศตะวันออก ชุมชนท่าแพศรีหนิง ชุมชนมุสลิม และชุมชนตลาด ซึ่งทั้งหมดอยู่ในอำเภอปากพนัง (ห่างจากตัวเมืองนครศรีธรรมราช 9 กิโลเมตร) จังหวัดนครศรีธรรมราช

### นิยามคำศัพท์

**วัฒนธรรม** ได้ถูกนิยามโดยรากศัพท์ภาษาบาลีและสันสกฤต คำว่า วัฒน (วัฒน) หมายถึง ความเจริญงอกงาม ส่วนธรม (ธรม) หมายถึง ความดี ความงาม และความเจริญในชีวิตมนุษย์ ซึ่งปรากฏในรูปธรรมต่างๆ และได้ตกทอดมาถึงเราในปัจจุบัน หรือว่าที่เราได้ปรับปรุงและสร้างสรรค์ขึ้นตามยุคสมัยของเราเอง

**วัฒนธรรม (Culture)** หมายถึง วิธีการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่แสดงถึงความเจริญงอกงามในการอยู่ร่วมกัน เป็นการสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกในลักษณะวัตถุและไม่ใช่วัตถุแล้วถ่ายทอดสืบต่อกันมา

**การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Heritage Tourism)** จึงมีความหมายว่า การท่องเที่ยวในการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคม และมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมองค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ

สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

**อัตลักษณ์(Identity)** ตามความหมายของคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมาย “อัตลักษณ์” (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ว่า ตน หรือ ตัวเอง กับลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ จึงหมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่จดจำ คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Identity ซึ่งหมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

ชุมชนท่าแพ หมายถึง 6 ชุมชน อันได้แก่ ชุมชนบ้านกลาง ชุมชนทิศเหนือ ชุมชนทิศตะวันออก ชุมชนท่าแพศรีหนึ่ง ชุมชนมุสลิม และชุมชนตลาด ซึ่งทั้งหมดอยู่ในอำเภอปากพนัง (ห่างจากตัวเมืองนครศรีธรรมราช 9 กิโลเมตร) จังหวัดนครศรีธรรมราช



## บทที่ 2

### การศึกษาทฤษฎี แนวคิด เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยโครงการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่าแพ จังหวัด นครศรีธรรมราชในครั้งนี้ ผู้จัดทำได้นำประวัติความเป็นมา แนวคิดและทฤษฎีมาใช้ในการศึกษาเป็น แนวทางในการศึกษาได้ดัง ต่อไปนี้

1. การศึกษาอัตลักษณ์
  - 1.1 ความหมายของอัตลักษณ์
  - 1.2 ทฤษฎีอัตลักษณ์ของสไตรเกอร์
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
  - 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
  - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
  - 2.3 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
  - 2.4 แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์
3. ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์
  - 3.1 ความหมายของการสื่อประชาสัมพันธ์
  - 3.2 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์
  - 3.3 ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท
  - 3.4 ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
  - 3.5 ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท
4. บริบทของพื้นที่
  - 4.1 ข้อมูลทางกายภาพ
  - 4.2 ประวัติความเป็นมาของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
  - 4.3 มรดกทางธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การศึกษาอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ในนิยามศัพท์ของคำในภาษาอังกฤษ คำว่า Identification แปลว่า การกำหนดเอกลักษณ์ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งนิยามตนเอง หรือเอกลักษณ์ของตน โดยยึดถือบุคคลอื่นหรือสิ่งอื่นนอกจากตัวเองเป็นหลัก

ในขณะที่อัตลักษณ์ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษ-ไทย คำว่า Identity คือคำว่า อัตลักษณ์ ซึ่งตรงกับความหมายของคำนี้ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ นั่นก็คือสิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่งและมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งนั้นที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น แต่ในปัจจุบันความหมายนี้ได้แปรเปลี่ยนไป แนวโน้มทางทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ทำให้เกิดการตั้งคำถามอย่างมากกับวิธีการมองโลกการเข้าถึงความจริงของสิ่งต่างๆ

รวมทั้งสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นความจริงที่เป็นแก่นแกนของปัจเจกบุคคล วิธีคิดในกระแสนี้รื้อถอนความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติแก่นแกนของปัจเจกภาพ ความเป็นปัจเจกกลายเป็นเรื่องของการนิยามความหมายซึ่งสามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงไปตามบริบท อัตลักษณ์เป็นมโนทัศน์ที่คาบเกี่ยวสัมพันธ์กับวิชาหลายแขนงทางด้านสังคมศาสตร์ ทั้งสังคมวิทยา มนุษยวิทยา จิตวิทยา และปรัชญา อัตลักษณ์มีความสำคัญเป็นพิเศษเนื่องจากเป็นปริณทลเชื่อมต่อระหว่างข้อทั้งสองในด้านหนึ่งอัตลักษณ์ คือความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม

ซึ่งเกี่ยวกับความหมายของอัตลักษณ์นี้ประสิทธิ์ ลีปรีชา (2547: 32-33) ได้กล่าวถึงความหมายของอัตลักษณ์ (Identity) ว่ามีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือ Identitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งหมายถึง เหมือนกัน (The same) อย่างไรก็ดีตามโดยพื้นฐานภาษาอังกฤษแล้ว อัตลักษณ์มีความหมายสองนัยยะด้วยกัน คือ ความหมายเหมือนและความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป นั่นคือการตีความหมายเหมือนกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของในสองแง่มุมมอง คือ ความคล้ายคลึงและความแตกต่าง นอกจากนั้นแล้ว Jenkins ยังชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่แล้วในตัวของมันเอง หรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมคน หรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลาซึ่งสอดคล้องกับการให้ ความหมายของ Berger and Luckmann (1967: 173) ใน ประสิทธิ์ ลีปรีชา (2547: 33) ที่ว่าอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ครั้นเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก อีกนัยหนึ่ง อัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้



ว่าเราเป็นใครและคนอื่นเป็นใครนั้นคือเป็นการก่อกำเนิดและดำรงอยู่ว่าเรารับรู้เกี่ยวกับตัวเราเองอย่างไร และคนอื่นรับรู้เราอย่างไรโดยมีกระบวนการทางสังคม ในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่นๆ ด้วย

อัตลักษณ์ (Identity) แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ระดับปัจเจก (Individual Identity) และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective Identity) ในระดับปัจเจกบุคคลหนึ่งอาจมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง ในขณะที่อัตลักษณ์ร่วมก่อให้เกิดความสงบอยู่ร่วมกันของกลุ่มชน และไม่สามารถแยกออกจากการกระทำหรือละทิ้งสถานภาพของปัจเจกในกลุ่มได้

คำว่า อัตลักษณ์ มีความหมายที่ครอบคลุม ตั้งแต่เรื่องของเชื้อชาติ เพศ สีมืด โดยปัจจุบันเราพบความเปลี่ยนแปลงและความเปลี่ยนแปลงและความไม่ชัดเจนของการแสดงอัตลักษณ์ในหลายๆ กลุ่มชน เนื่องจากอิทธิพลของการพัฒนาและการเปิดรับอารยธรรมของชนเผ่าที่มองว่าตนเองเป็นผู้มีอารยธรรมเหนือกว่า ดังนั้น การพยายามเปลี่ยนแปลงโดยไม่เข้าใจที่มาของรูปแบบวัฒนธรรมนั้นย่อมทำให้ผู้รับเอาวัฒนธรรมมาตีความหมายที่ผิดแปลกออกไป การดูถูกทางวัฒนธรรมหรือการเหยียดสีผิว การเหยียดชนชั้นจึงเป็นสิ่งที่ตามมา

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) อ้างถึง Kathryn Woodward (1997) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์คือสิ่งที่ทำให้เรารับรู้ตนเองว่าเราคือใคร และเราดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร อัตลักษณ์ คือสิ่งที่กำหนดทางเดินให้กับเรา เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่แตกต่างจากเรา ส่วนใหญ่แล้ว อัตลักษณ์ถูกกำหนดโดยความแตกต่าง ซึ่งอาจมองเห็นได้ในลักษณะของการแบ่งแยกออกจากกัน เช่น อัตลักษณ์ในรูปแบบของความแตกต่างระหว่างชนชาติ หรือความขัดแย้งด้านความเชื่อ เป็นต้น โดยมากแล้วอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นในลักษณะของสิ่งตรงกันข้าม เช่น คนผิวขาว- คนผิวสี ความปกติ - ความเบี่ยงเบนจากปกติ และผู้ชาย ผู้หญิง

นอกจากนี้ สไตรเกอร์ และเบอร์เกอร์ (Stryker, 1968; Stryker & Burke, 2000) ได้กล่าวถึงนิยาม ของคำว่า อัตลักษณ์ หรือ Identity นั้นเป็นหน่วยเล็กๆ ในการศึกษาทางสังคมวิทยาซึ่งเชื่อมโยงเรื่องของทัศนคติที่มีต่อตัวตน หรือเอกลักษณ์ เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบทบาทหน้าที่ และพฤติกรรมอันเกิดจากบทบาทของบุคคล นักทฤษฎีอัตลักษณ์ได้ตั้งข้อโต้แย้งกันว่าตัวตน คือ การรวมกันของอัตลักษณ์ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะของบทบาท เช่นเดียวกับการที่เราตอบคำถามตัวเองว่าตัวฉันคือใคร แล้วเราก็ได้คำตอบว่าฉันเป็นพ่อ ฉันเป็นแม่ ซึ่งคำตอบเหล่านี้ก็เชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลนั่นเอง

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) อ้างถึง แคทริน วูดเวิร์ด (1997) ว่า ประเภทของอัตลักษณ์ มี 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personnel Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เพื่อศึกษาความคาบเกี่ยวและปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองระดับนี้ บุคลิกภาพไม่ได้ หมายถึง การตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งเร้าข้างนอกแต่เป็นความพร้อม หรือแนวโน้มที่ตอบสนอง ในขณะที่ “อีริก อีริกสัน” (Erick Erickson) นักจิตวิทยาองค์การก่อรูปของอัตลักษณ์เป็นกระบวนการตลอดทั้งชีวิต (A life long Process) และคน เราสามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะสำคัญของตนเองได้ อีริกสัน เลือกใช้คำว่า อัตลักษณ์ (Identity) แทนคำว่า บุคลิกภาพและแม่ได้อิทธิพลจาก “ฟรอยด์ เขาเลือกที่เน้นที่บทบาทของ Ego มากกว่าบทบาทของจิตสำนึก และมีนัยของการเน้นเสรีภาพในการเลือกของปัจเจก แต่แต่ละคนจึงต้องรับผิดชอบต่อการเลือกในชีวิตและรูปแบบอัตลักษณ์ที่ตนเลือกเป็นปัจเจกสามารถบูรณาการที่หลากหลายให้เข้ามาอยู่ในอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวได้ หากล้มเหลวเกิดภาวะวิกฤตของอัตลักษณ์ (Identity Crisis) คือ อาการที่ค้นหาตนเองไม่พบ ไม่รู้แน่ว่าตนเอง คือ อะไรไม่มั่นใจ ในความสามารถของตน และไม่รู้จักวางตนในความสัมพันธ์กับผู้อื่น ผลในขั้นต่อมา คือ ทางเลือกระหว่างบุคลิกภาพที่ชอบโดดเด่นด้วยตนเองประสบผลในการพัฒนาอัตลักษณ์ที่มีคุณภาพมีบุคลิกภาพที่มี การบูรณาการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับอดีตของตน ส่วนคนที่หาอัตลักษณ์ตนเองไม่พบ หรือมีอัตลักษณ์ที่แตกสลายก็รู้สึกชีวิต คือ ความสิ้นหวัง และไม่อาจแก้ไขให้ดีขึ้นได้อีก

การเชื่อมโยงปัจเจกเข้ากับอัตลักษณ์ร่วมทางสังคมนั้น เดอร์ไคม์ เห็นว่า พลวัตสำคัญ คือ พลังของพิธีกรรม ซึ่งปัจเจกร่วมกันสร้างและผลิตซ้ำสัญลักษณ์ ที่เป็นเสมือนอัตลักษณ์ร่วมของสังคม เขาให้ความสำคัญกับพลังของพิธีกรรมทั้งแง่มุมการเสนอเนื้อหา (Cognitive Aspect) และแง่มุมของพลังทางอารมณ์ (Emotive Aspect) พิธีกรรม คือ ภาษาสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายผ่านการปลุกเร้าอารมณ์ผู้เข้าร่วมที่มุ่งตนเองลงในบรรยากาศศักดิ์สิทธิ์ร่วมกัน

อัตลักษณ์ในยุคสมัยใหม่ (Modernism) หัวใจของวิถีคิดของยุคสมัยใหม่ คือ ปรัชญาในยุคแสงสว่างแห่งภูมิปัญญา (Enlightenment) ในศตวรรษที่ 18 การสร้างทฤษฎีทางสังคมในยุคนี้จึงมีลักษณะที่เป็น Grand Theory คือ มุ่งแสวงหากฎสากลที่จะทำให้เข้าใจ และอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ได้ทฤษฎีต้องมีลักษณะครอบคลุม มีพลังการอธิบายสูง วิถีคิดกระแสหลักของยุคนี้จึงเชื่อในแนวคิดที่เรียกว่า สารัตถะนิยม (Essentialism) คือ เชื่อว่าธรรมชาติของสังคม หรือมนุษย์มีคุณสมบัติอะไรบางอย่างเป็นแก่น หรือสารัตถะ เป็นสิ่งที่ซ่อนแฝงอยู่ลึกๆ และกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่เห็นจากภายนอกอีกที ภาพมุกกว้างของปัจเจกบุคคล และอัตลักษณ์ในยุคสมัยใหม่ ที่ปรากฏในทฤษฎีสังคมวิทยา คือ เมื่อสังคมวิทยาก่อรูปร่างขึ้นมา เป็นสาขาวิชาหนึ่งในปลายศตวรรษที่ 19 ลักษณะ



สำคัญก็คือ การเสนอมนทัศน์ของปัจเจกภาพ ภายในบริบทสังคมผู้บุกเบิกก่อตั้งวิชานี้ในร่มของปรัชญาปฏิฐานนิยม ได้แก่ เอมีล เดอร์ไคม์ (Emile Durkheim) เดอร์ไคม์ เห็นว่าสังคมมีแรงยึดเหนี่ยวโดยธรรมชาติซึ่งอยู่เหนือกว่าและมีอำนาจบังคับปัจเจกแรงยึดเหนี่ยวที่เป็นจิตวิญญาณร่วมหรืออัตลักษณ์ร่วมของสังคมมีอาจทอนลงไปเป็นจิตสำนึกของปัจเจกคนใดคนหนึ่ง หรืออีกนัยหนึ่ง อัตลักษณ์ร่วมของสังคมไม่ใช่ผลรวมของอัตลักษณ์ของปัจเจก ส่วนคาร์ล มาร์กซ์ (Karl Mark) ได้ย้ำจารีตของการให้ความสำคัญกับตัวกำหนดเชิงโครงสร้างมากกว่าปัจเจก แต่โครงสร้างของมาร์กซ์ หมายถึงโครงสร้างสังคมของกระบวนการผลิต เราจะเข้าใจพฤติกรรมของปัจเจกก็ต้องดูที่ตำแหน่งแห่งที่ของเขาในกระบวนการผลิต ใครคือเจ้าของปัจจัยการผลิต ใครคือผู้ผลิต โดยตรงการจัดการแรงงาน เป็นอย่างไร

สำหรับนักคิดในสายปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactions) เห็นว่าอัตลักษณ์คือ สิ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ชาร์ลส์ คูลีย์ (Charles Cooley) เชื่อว่าสังคมและปัจเจกบุคคลเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ สังคมเกิดจากการผสมผสานของตัวตนเชิงจิตของคนหลายๆ คนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเราเองพัฒนาขึ้นมาจากปฏิกริยาของเราต่อความเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตัวเรา เขาเรียกตัวตนที่เกิดจากกระบวนการนี้ว่าตัวตนในกระจกเงา ประกอบไปด้วยภาพลักษณ์ของเราที่เรามีต่อตนเอง และจินตนาการเกี่ยวกับการตัดสินของผู้อื่นต่อภาพลักษณ์นั้น สำหรับ “จอร์จ เฮอร์เบิร์ต มีด” (George Herbert Mead) ได้ศึกษาพัฒนาการที่ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวตนค่อยๆ ก่อกำเนิดจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ เขาเห็นว่า กลไกสำคัญของการสร้างตัวตน คือ การเรียนรู้ที่จะสวมบทบาทของผู้อื่น และหัวใจสำคัญในการเรียนรู้ก็คือ ภาษา ซึ่งเป็นช่องทางถ่ายทอดระบบสัญลักษณ์ และกฎเกณฑ์ร่วมของสังคม มีดได้เสนอแนวคิดที่ว่า ตัวตนมีสองด้านที่ปะทะสังสรรค์กันเองตลอดเวลา ด้านหนึ่ง คือ Me อันเป็นตัวตนที่เกิดจากความเห็น และปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น และเป็นส่วนที่เป็นลักษณะเฉพาะของเราเอง เออร์วิง ก็อฟมัน (Erving Goffman) เป็นนักสังคมวิทยาในสายปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่จำแนกแยกแยะ ความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคม เขานิยามความคิดความรู้สึกที่ปัจเจกมีต่อตนเองว่า Ego Identity ส่วนภาพของปัจเจกผู้อื่นในสายตาคนอื่นในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เขาเรียกว่า Personal Identity ซึ่งทุกสังคมมีกระบวนการแจกแจง และระบุอัตลักษณ์ ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชน หรือการพิมพ์รอยนิ้วมือ เป็นต้น ส่วน Social Identity ของบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางสังคม อาทิเช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่นั่นเอง

ระบบสัญลักษณ์ (Symbolic Systems) กับความหมาย (Meaning) ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างหรือการผลิต (Production) การบริโภค (Consumption) การควบคุมจัดการ (Regulation) การสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Representation) และอัตลักษณ์ของผู้คน สัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ (Sign) ที่เชื่อมโยงระหว่างความหมาย (Meaning) กับเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์นั้น และความเชื่อมโยงนี้เป็นสิ่งสร้างทางสังคมวัฒนธรรมมากกว่าที่เป็น การเชื่อมโยงตามธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ไฟจราจรสีแดง หมายถึง หยุด นอกจากนั้นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายยังหมายถึงการเป็นภาพตัวแทนแบบอ้อมๆ (Direct Representation) ของความหมายที่แฝงอยู่ตัวอย่าง เช่น สัญลักษณ์ต่างๆ ของศาสนาและลัทธิความเชื่อต่างๆ ที่บ่งบอกความหมายที่เป็นเนื้อหาสาระที่ศาสนา ความเชื่อนั้นๆ ต้องการสื่อสาร อนึ่ง สัญลักษณ์ถูกส่งออกมาในหลายรูปแบบ เช่น เป็นเครื่องหมายรูปปั้น รูปเขียน (เห็นได้ด้วยตา) ภาษา ดนตรี (เสียง) และกิริยาท่าทาง (Body Language)

ในทางสังคมวิทยาจึงนิยามคำว่า อัตลักษณ์ (Identity) หมายถึง การรู้คิดเกี่ยวกับตนเองของบุคคลในเรื่องของบทบาทและตำแหน่ง ในระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล Stryker, (1991: 873) เบอร์ค และ ไรซ์ (Burke & Reitzes, 1991: 242) กล่าวว่า อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่บุคคลให้ความหมายทางสังคมที่คนซึ่งอยู่ในบทบาทเดียวกันมีร่วมกัน (Shared Social Meanings) อัตลักษณ์มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการคือ

1) อัตลักษณ์ต่างๆ เป็นผลผลิตทางสังคม (Social Products) กล่าวคือ อัตลักษณ์ถูกก่อรูปและ ดำรงรักษาผ่านกระบวนการทางสังคม 3 ประการคือ

1.1) การนิยาม (Naming) หรือให้ความหมายเกี่ยวกับตัวตนตามการแบ่งประเภทต่างๆ ทางสังคม (Interaction with Others in Terms of These Categories) เช่น เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น (Burke & Reitzes, 1991: 242: Citing Foote, 1951; Stryker, 1968)

1.2) การมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตามการแบ่งประเภทต่างๆ ทางสังคม (Interaction with others in Terms of these categories) (Burke & Reitzes, 1991: 242; Citing McCall & Simmons, 1966; Stone, 1962) ตัวอย่างเช่น การที่นักเรียนไปปรึกษาด้านการเรียนกับครูแนะแนว ทั้งสองฝ่ายแสดงออกตามอัตลักษณ์ทางสังคมของตนนักเรียนอาจแสดงความรู้สึกเรียบร้อยในขณะที่ครูแนะแนว แสดงความสนใจ ฟังตามบทบาทครูแนะแนว เป็นต้น

1.3) การแสดงตนโดยการประนีประนอมหรือยืนยันการให้ความหมายและการแสดงพฤติกรรมตามตัวอย่าง เช่น การที่ครูแนะแนวแสดงออกตามอัตลักษณ์ของตนเมื่ออยู่ในโรงเรียน ซึ่งต้องประนีประนอมบทบาทอื่น เพื่อมาแสดงบทบาทครูแนะแนวในโรงเรียน

2) อัตลักษณ์ต่างๆ เป็นการให้ความหมายกับตนเอง (Self – Meaning) กล่าวคืออัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เราได้มาจากการเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งและอัตลักษณ์เกิดขึ้นบนพื้นฐานความคล้ายคลึงและความแตกต่างของบทบาทอื่นๆ (Burke & Reitzes, 1991: 242; Citing Lind Smith & Strauss, 1956; Turner, 1956) ตัวอย่าง ในขณะที่ครูแนะแนวปฏิบัติงานให้การปรึกษาแก่นักเรียน คุณครู แนะแนวแสดงอัตลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การรับรู้ความรู้สึกคนอื่น การรักษาความลับ ฯลฯ ในขณะที่เดียวกัน อัตลักษณ์ดังกล่าวก็แตกต่างกันเมื่อแต่ละคนไปแสดงบทบาทอื่น

3) อัตลักษณ์เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) และผลสะท้อนกลับ (Reflexive) มีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็น คือ อัตลักษณ์เป็นสัญลักษณ์ หมายความว่า คนที่มีอัตลักษณ์เดียวกัน มีการแสดงออกในเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นเหมือนกัน เช่น อัตลักษณ์วิชาชีพครูแนะแนวเกี่ยวกับการช่วยเหลือนักเรียนในการวางแผนการศึกษาและอาชีพ ส่วนประเด็นหลัง คือ อัตลักษณ์เป็นผลสะท้อนกลับ หมายความว่า การใช้อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่อ้างอิงในการประเมินพฤติกรรมของตนเองและผู้อื่น ตามกระบวนการประเมินค่าซึ่งกันและกัน (Burke & Reitzes, 1991: 242; Citing Burke, 1980; Felson, Well, 1978) เช่น การแสดงออกของครูแนะแนวเมื่อให้คำปรึกษานักเรียน ครูแนะแนวตระหนักในบทบาทของผู้เอื้ออำนวยให้นักเรียนได้แก้ปัญหาของตนเอง การแสดงออกดังกล่าวเป็นผลการสะท้อนการมีปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน จึงสรุปได้ว่า “อัตลักษณ์” หมายถึง ความนึกคิดเกี่ยวกับบทบาทเฉพาะตนของบุคคลในการแสดงออก เพื่อติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นตามโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่บุคคลดำรงอยู่ เนื่องจากอัตลักษณ์เป็นความนึกคิดเกี่ยวกับตนเอง จึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือความนึกคิดเกี่ยวกับตนเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพราะคนเราย่อมกระทำไปตามความคิด หรือมโนภาพว่าตนเองเป็นคนเช่นไร

### ทฤษฎีอัตลักษณ์ของสไตรเกอร์

แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีอัตลักษณ์ของสไตรเกอร์ สมศักดิ์ สีตากลุฤทธิ์ (2545) กล่าวถึงแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีอัตลักษณ์ของสไตรเกอร์ว่า สไตรเกอร์ (Stryker, 1980) และสไตรเกอร์และสตาแธม (Stryker & Statham, 1985: 311 -378) อธิบายแนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยม (Symbolic Interactionism) แนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยมได้พัฒนาขึ้นตั้งแต่ศตวรรษที่ 18

โดยนักปรัชญาชาวสก็อต (อาทิ David Hume, Frances Hutcheson, Adam Smith, Adam Ferguson and others) พยายามที่อธิบายการดำรงอยู่ของมนุษย์ในลักษณะวัตถุตามธรรมชาติที่สามารถศึกษาได้ โดยเน้นการกระทำที่เป็นปกติประจำวันเพื่อพัฒนาเป็นหลักการแห่งพฤติกรรม นักปรัชญากลุ่มนี้ได้ให้ความสำคัญกับจิต (Mind) และสังคม (Society) ที่ทำให้มนุษย์ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมองว่าพฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกมาขึ้นอยู่กับจิตที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ต่อมา กลุ่มนักปรัชญาชาวอเมริกัน (อาทิ William James, John Dewey, Charles Horton Cooley, George Herbert Mead and others) ได้พัฒนาแนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นิยมตามความหมายเดตินัว อย่างการอธิบายแนวคิดปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์นิยมของ มีด (Stryker, 1980: 33 – 40; Stryker & Statham, 1985: 316; Citing Mead, 1934; Mind, Self and Society) ที่ได้อธิบายพฤติกรรมเชิงสังคม โดยเน้นความสนใจในกระบวนการที่บุคคลได้มาซึ่งสิ่งส่งสมเชิงพฤติกรรม (Behavioral Repertoire) อันเป็นผลมาจากการปรับตัวให้เข้ากับแบบแผนการจัดการจัดระเบียบทางสังคมที่กำลังดำเนินอยู่ ดังนั้นในการวิเคราะห์พฤติกรรมของบุคคลไม่เพียงแต่เฉพาะการกระทำที่สังเกตได้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงพฤติกรรมภายในด้วย เช่น การคิด การตรวจสอบ และการประเมินภายใต้บริบททางสังคม (Social Context) เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์ รวมทั้งพฤติกรรมที่เป็นลักษณะพิเศษของมนุษย์อันประกอบด้วยจิตและตัวตน เกิดขึ้นมาจากการตัดแปลงและการปรับตัวให้เข้ากับกิจกรรมทางสังคม (พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิ์ พงษ์, 2532 : 32 - 33) โดยที่จิตเป็นการตอบสนองเชิงพฤติกรรมประเภทหนึ่ง (Behavioral Response) ซึ่งเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในบริบททางสังคมตลอดจนเป็นความสามารถเชิงพฤติกรรมที่ทำให้มนุษย์ใช้สัญลักษณ์ในการเรียกชื่อวัตถุต่างๆ และทำการสวมบทบาท โดยใช้วัตถุต่างๆ และทำการสวมบทบาท โดยใช้วัตถุต่างๆ เป็นตัวเรา พฤติกรรมที่ห้ามพฤติกรรมชักจูงทางเลือกพฤติกรรมโดยจิตนาการและเลือกวิถีการกระทำ

ดังนั้นจิตจึงช่วยให้บุคคลสามารถร่วมมือและประสานการกระทำซึ่งกันและกันได้ กระบวนการทางสังคมที่ก่อให้เกิดจิต เรียกว่า กระบวนการสื่อสารโดยท่าที (Gstures) ของการตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างมีความหมาย (Meaning) ส่วนตัวตน หมายถึงความสามารถในการมองเห็นตนเองที่เป็นวัตถุชนิดหนึ่ง โดยตัวตนพัฒนาขึ้นมาในบุคคลอันเป็นผลมาจากความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น มิติของตัวตนประกอบด้วยฉันในฐานะเป็นฝ่ายกระทำ (I) และฉันในฐานะเป็นฝ่ายถูกกระทำ (Me) โดยที่ I เป็นส่วนหนึ่งของปัจเจกชนที่รวมเอาลักษณะนิสัยตามธรรมชาติและเป็นอัตลักษณ์ส่วนตัวของบุคคล เช่น แรงขับต่างๆ ที่ทำให้บุคคลแสดงออกมาอย่างอิสระ ส่วน Me เป็นกระทำระหว่างกันทางสังคม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีการตอบสนองระหว่างกัน (Reciprocal Behavior) แบบแผนดังกล่าว

เรียกว่าสถานภาพ (Status) ส่วนสิทธิและหน้าที่ที่ต้องแสดง ตามสถานภาพเรียกว่าบทบาท (Role) สถานภาพและบทบาททำให้บุคคลมีรูปแบบเฉพาะตน (Individual Form) การปรับตัวของบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับสถานภาพและบทบาทขึ้นอยู่กับหน้าที่ทางสังคม โดยบุคคลมีทั้งบทบาททั่วไป (General Role) เช่น บทบาททางเพศ ซึ่งเป็นบทบาทที่ติดตัวมา (Achieved Role) โดยที่กระบวนการได้มาซึ่งบทบาทถูกอธิบายได้ด้วยกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (Stryker & Statham, 1985: 334 – 336) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลได้มาซึ่งความรู้ ทักษะคุณลักษณะ และแรงจูงใจ ในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสมาชิกที่ดี (Effective Member) ของสังคมและของกลุ่มที่แตกต่างกัน ภายในสังคม โดยทั้งกลุ่มและสังคมมีรูปแบบโครงสร้างที่ถูกจัดระเบียบโดยปทัสถาน (Norms) ซึ่งทำให้บุคคลต้องปฏิบัติตามเพื่อให้หน่วยของสังคมทำหน้าที่อย่างต่อเนื่องในขณะที่เดียวกันบุคคลที่ซึมซับ ปทัสถาน เข้าสู่บทบาทที่ตนแสดงผ่านตัวแทนของการถ่ายทอดทางสังคม ได้แก่ บิดามารดา พี่น้อง เพื่อนและครู นอกจากนี้ การถ่ายทอดทางสังคมยังส่งผลให้บุคคลรับรู้ถึงการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทที่เหมาะสม (Adequate Role Performance) โดยบทบาทที่บุคคลแสดงออกเกิดจากการมีความคิดเกี่ยวกับตนเองที่เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลที่เรียกว่า อัตลักษณ์ (Stryker & Statham, 1985: 335-345) สรุปได้ว่าโครงสร้าง และหน้าที่ทางสังคมกำหนดให้บุคคลมีสถานภาพและบทบาทตามตำแหน่งที่ตนครอบครองอยู่ และบทบาทที่บุคคลแสดงออกมาขึ้นอยู่กับความคิดเกี่ยวกับตนเองที่เรียกว่า “อัตลักษณ์” ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อสังคมตามบทบาทที่กล่าวแล้วจึงนำมาสู่การพัฒนาทฤษฎีอัตลักษณ์ (Stryker, 1982:207)

### การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” กำหนดขึ้นมาอย่างชัดเจนในการประชุมสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites: ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ด ใน พ.ศ. 2512 หรือ ค.ศ. 1969 (Moulin: 1989, cited in Koster, 1996: 231) ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างๆ ล้วนมีจุดมุ่งเน้นในทานองเดียวกันคือ “เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงคลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกต เรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ขนบธรรมเนียม ประเพณี และกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนจุดหมายปลายทาง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้อง



เคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพ และสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน”

พะยอม ธรรมบุตร (2548: 1) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้า หัตถกรรม พิพิธภัณฑ์ทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่างๆ

ราณี อสิชัยกุล (2546: 83) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษา และวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาลงานประเพณี

รลิกา อังกูร (2549: 80) ได้ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต และความงดงามศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความวิจิตรอลังการที่แตกต่างจากชาติอื่น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

#### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เหมือนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชนในการตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จึงก่อให้เกิดกระแสเรียกร้องหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้

1. กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของประชาชนทั่วโลกให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในแง่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนถึงขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพไว้

2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการที่มีมากขึ้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากกว่าความสนุกเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่

3. กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นหลักประกันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

จากกระแสดังกล่าวก่อให้เกิดการตื่นตัวในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ขึ้น เพื่อมาทดแทน หรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม จึงเป็นเหตุผลการเกิดการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น ณ เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือนมีนาคม ปี ค.ศ. 1990 (พ.ศ. 2535) จากผลของการประชุมครั้งนี้ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่าเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง ซึ่งความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ด้วย กล่าวคือ สามารถนำมาแปลเป็นหลักการเบื้องต้นและสร้างกรอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงทำให้ประเทศต่างคิดหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นเหตุให้มีการประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) ในที่ประชุมมุ่งเน้นความสนใจทั่วโลกสู่ประเด็นเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและได้มีการลงนาม อันเป็นที่เกิดแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม

### **หลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ความหวงแหน รักษาและดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3.เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4.เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่นรวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

### ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญมีอยู่ 9 ประการ คือ

1.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อสามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด

3.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของการบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริงโดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม



7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดภายในพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุกๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

### **องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ฉะนั้นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรมี 6 ด้านดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการคือ

1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น

1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ

1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง

1.4 ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก

1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา

1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ

1.7 ภาษา และวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ขนบธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ

1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2.องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมโดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3.องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไร ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

4.องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5.องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการตลาดท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือดำรงจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6.องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยว ที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

### **ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและ

วัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นประเภท ได้ 5 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ พิเศษโดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬา ในขณะเดียวกันก็ได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางจัดการรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกาย

บริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีดังนี้

1. เพื่อเสริมสร้างให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของความเป็นชุมชนเมืองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายใต้กรอบอัตลักษณ์ชุมชน
3. เพื่ออนุรักษ์ พื้นฟู พัฒนาพื้นที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ให้ยั่งยืนสืบไป จากการวิเคราะห์ตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์สามารถกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้อัตลักษณ์ ดังนี้

### ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชนัญวงษ์วิภาค (2545: 271) ได้กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1. ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลการดำเนินการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเป็นอย่างมาก นำเงินตราเข้าประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และจะมีการประชาสัมพันธ์ไปสู่นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2. ประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกับผู้คนในท้องถิ่นได้มีโอกาสรู้จักกันนั้น ผลก็คือ เกิดความสมานฉันท์ของคนในชาติ และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกและเกิดสันติภาพขึ้นแก่โลกการท่องเที่ยว (Tourism) คือกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์นอกเหนือจากการดำเนินชีวิตประจำวัน

และการกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอื่นๆ (Basic Need) เป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) และจัดอยู่ในประเภทกิจกรรมการนันทนาการ (Recreation) อย่างหนึ่ง ทั้งนี้กิจกรรมส่วนใหญ่ เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมักรวมมีการเดินทาง (Travel) พร้อมกันไปด้วย

### ข้อพิจารณาในการจัดเส้นทางสัญจรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. การกำหนดเส้นทาง การพิจารณากำหนดเส้นทางท่องเที่ยวควรสำรวจและสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ประกอบกับแนวโน้มที่ควรจะเป็นในการจัดเส้นทาง ควรเริ่มต้นจากการพิจารณาดำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ภายในเมือง จัดลำดับความสำคัญและความน่าสนใจ จากนั้นจึงพิจารณาความสามารถในการเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้าด้วยกัน

2. การจัดเส้นทางในลักษณะวงจรรอบๆ ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความเพลิดเพลินไปตลอดทางโดยไม่ต้องย้อนกลับเส้นทางเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจเกิดความรู้สึกเบื่อและเสียเวลา ข้อดีอีกประการหนึ่งคือ สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่ต้องการทิ้งพาหนะของตนเองไว้ยังจุดเดิม อาจจัดให้มีการเดินทางใน 2 ลักษณะ เช่น เริ่มต้นด้วยการเดินเท้าไประยะหนึ่งแล้วจึงเปลี่ยนเป็นการสัญจรโดยทางเรือในขากลับ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้พักผ่อนไปในตัวระหว่างขากลับ หรืออาจจัดในลักษณะแบบทางเดียว โดยมีจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้ายแยกกันอยู่ ตามความเหมาะสม เช่น กรณีที่แหล่งท่องเที่ยว กระจายห่างไกลกัน แหล่งท่องเที่ยวอยู่ริมน้ำ เป็นต้น เส้นทางลักษณะนี้จะไม่มีปัญหาสำหรับการท่องเที่ยว แบบกลุ่มเพราะยานพาหนะสามารถไปรอรับอยู่ที่จุดใดก็ได้

3. การจัดเส้นทางให้มีความแตกต่างภายในเมือง การกำหนดเส้นทางอาจจัดทำขึ้นหลายเส้นทาง หรือหลายระบบก็ได้ภายในเมืองๆหนึ่ง เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลานานน้อยต่างกัน ความแตกต่างกันอันเนื่องมาจากความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางสำหรับผู้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมอาจพำนักท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำลำคลองเพื่อดูชีวิตความเป็นอยู่และสภาพบ้านเมือง หรืออาจเป็นเส้นทางที่มีความหลากหลายและน่าสนใจหลายด้านร่วมกันอยู่

4. ควบคุมเส้นทางและรูปแบบของการสัญจรไม่ให้เกิดความสับสน การเข้าถึงและเดินทางจะต้องควบคุมได้ง่ายและไม่สับสน



5. การให้ข้อมูลข่าวสารในเส้นทางจัดทำ การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวตลอดทางอย่างสม่ำเสมอด้วยระบบป้ายหรือด้วยวิธีอื่นๆ เพื่อช่วยบอกทิศทาง ตำแหน่งที่ตั้ง และระยะทาง เช่น ช่วยนักท่องเที่ยวกำหนดทิศทางด้วยที่หมายตา (Landmark) การสร้างความต่อเนื่องของเส้นทางด้วยการใช้วัสดุปูพื้นทางเท้าที่เหมือนกันไปตลอดทาง หรือใช้วัสดุพืชพันธุ์ที่เหมือนกันตลอดแนว เป็นต้น

6. พิจารณาจัดประเภทของพาหนะตามสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ เส้นทางท่องเที่ยวอาจใช้พาหนะในการเดินทางต่างกัน ทำให้เกิดความน่าสนใจแตกต่างกัน ตามเหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ และลักษณะเฉพาะตัวของเมืองๆ นั้น

7. ปรับปรุงบริเวณจุดเริ่มต้นของเส้นทาง จุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวมักจะอยู่ในย่านใจกลางเมืองเข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลต่างๆ รวมอยู่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้ในการตัดสินใจวางแผนการเดินทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่พักคอย ห้องน้ำในเมืองหนึ่งๆ อาจจัดให้มีเส้นทางนักทัศนาจรหลายๆ เส้นทางดังนั้นจุดเริ่มต้นนี้ไม่จำเป็นต้องมีอยู่จุดเดียว แต่อาจกระจายกันอยู่ตามบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวรวมกลุ่มกันอยู่ก็ได้

8. ความต่อเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวภายนอกเมือง เส้นทางท่องเที่ยวไม่ควรจะจำกัดอยู่เพียงภายในเมืองเท่านั้น แต่ควรต่อเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวภายนอกเมืองด้วย ซึ่งอาจเป็นเส้นทางเดียวกัน หรือต่อเนื่องกันเป็นบางส่วนก็ได้

9. จัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อาทิเช่น ร้านอาหาร ร้านขายของเล็กๆ น้อยๆ ซึ่งอาจรวมถึงร้านขายของที่ระลึกต่างๆ ด้วย ในกรณีที่เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางที่มีอัตราการเข้า-ออกค่อนข้างสูง ส่วนบริการ เช่น จุดพักคอย จุดนัดหมายจะต้องให้ความสะดวกสบาย และมองเห็นได้ชัดเจนไม่สับสน ห้องน้ำ ถังขยะ ไฟฟ้าแสงสว่าง โทรศัพท์

10. ส่วนบริการทางด้านข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับตัวเมืองอาจจะอยู่ในรูปของแผ่นประกาศ เอกสาร แจก หรือเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ข้อมูลดังกล่าวควรประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับจุดสนใจต่างๆ ในเมือง ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ร้านอาหาร การสัญจร รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในเมือง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถช่วยเหลือตนเองได้

11. ลักษณะทางกายภาพของสิ่งก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจะเป็นรูปแบบของ ศิลปะวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองที่นำมาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความสะดวกในการ ให้บริการ

12. นอกจากนี้แล้วการดูแลรักษาสถานที่และส่วนบริการต่างๆ ให้สะอาดเรียบร้อย และใช้ งานได้ อยู่ตลอดเวลาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งที่จะละเลยไม่ได้

### รูปแบบและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเมือง

รูปแบบของนักท่องเที่ยวในเมืองอาจจำแนกได้ 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นมักมีความกระตือรือร้นและให้ความสนใจต่อ ศิลปะวัฒนธรรมมีกำลังการใช้จ่ายค่อนข้างสูงมีความคาดหวังในเรื่องการกำหนดทิศทาง (Orientation) ของตนเอง ความสะอาด ความสะดวกสบาย และเอกลักษณ์มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

### รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นสองรูปแบบคือ

1. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวโดยลำพัง คือนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว อาจได้รับคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่คาดหวังในเรื่องความ สะดวกสบายของการเดินทางมากนัก แต่คาดหวังในเรื่องที่พัก ทิศทางและตำแหน่งของสถานที่ ค่อนข้างสูง

2. นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม คือนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว มีความต้องการ การบอกเล่า ความสะดวกสบายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มในลักษณะนี้ อาจทำความรบกวนแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น หากการจัดเตรียมสถานที่และการจัดการไม่ดีพอ

1. การชมเมืองโดยรวม ได้แก่ การนั่งรถ เดินชมเมือง หรือใช้ยานพาหนะอื่นๆ เช่น รถม้า รถ สามล้อ เป็นการสัญจรไปตามเส้นทางสายสำคัญผ่านบริเวณสำคัญของเมือง ระหว่างทางอาจมีการ บรรยายถึงประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ การทำมาหากินของชาวเมืองและสถานที่สำคัญของเมือง

2. การเข้าชมสถานที่สำคัญและสถานที่ที่น่าสนใจ มักเป็นสถาปัตยกรรมในเชิงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถาน โรงงานผลิตภัณฑพื้นเมือง ซึ่งต้องมีการจัดเส้นทางให้นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งเตรียมพื้นที่ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วย

3. การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง อาจเป็นหอคอย เจดีย์สูง ความสะดวกในการเข้าชมจะขึ้นอยู่กับ การจัดสถานที่ หรือการจัดโปรแกรมในสถานที่นั้นๆ

4. การชมการละเล่นพื้นเมืองหรืองานเทศกาล การจัดสถานที่ขึ้นอยู่กับรูปแบบและขนาดของ การละเล่น อาจเป็นการจัดถาวรหรือจัดเป็นครั้งคราว เช่น ในเทศกาลต่างๆ ที่จัดขึ้นตามเมืองต่างๆ

5. การจำหน่ายซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์พื้นเมือง

6. การมนัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ การซื้อธูปเทียนบูชา การไหว้พระปิดทอง การเสี้ยวเซียมซี การบริจาคเงิน การรดน้ำมนต์ การแก้บน และมักจบลง ด้วยการจำหน่ายซื้อของที่นำมาขายในบริเวณนั้นๆ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญในการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องอยู่ ภายใต้ขอบเขต ความสามารถในการรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน การทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงขีดความสามารถในการ รองรับจะนำความเสื่อมโทรมมาให้ทรัพยากรการท่องเที่ยว

1) การรักษาเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำเป็นต้องส่งเสริมรักษาวัฒนธรรมประเพณี คุณค่าวิถีชีวิตท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนซึ่ง เปรียบเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนเองอีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม ของแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน

2) การเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีฐานจากการมีส่วนร่วมของชุมชน จะเห็นได้จากการเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้ ชุมชนเกิดสำนึกของการเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมร่วมกัน นอกจากนี้การกระจายรายได้ที่เกิด จากการบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรมไปสู่ชุมชนท้องถิ่นยังเสริมสร้างการมีส่วนร่วมให้ชุมชน ท้องถิ่นอีกทางการยกระดับจิตสำนึกในการอนุรักษ์ และปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและนำไปให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านจะเต็มใจให้ความ ร่วมมือและมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3)การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์การพัฒนาทรัพยากรของประเทศเพื่อตอบสนองความ จำเป็นของประชาชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวในช่วงเวลาปัจจุบันรวมทั้งต้องปกป้องสงวนรักษา และ



ขยายโอกาสการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยว (สิ่งแวดล้อม ประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น) ของลูกหลานในอนาคตตามที่ International Ecotourism Society ระบุว่า Sustainable travel is: “Tourism that meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future.”

4) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมุ่งในการสร้างความยั่งยืนสู่สังคมวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจของประเทศ เพื่อคนรุ่นปัจจุบันและสืบต่อไปถึงรุ่นอนาคต

5) การเน้นเนื้อหาความรู้ไม่ว่าจะเป็นประวัติความเป็นมาของมาตุภูมิชุมชนความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติท้องถิ่น (รศ.ดร. รัศมี ชูทรงเดช 2551) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นต้นทุนที่มีค่าและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องคำนึงถึงการให้ความรู้ความเข้าใจการสื่อความหมาย เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจง่าย และสะดวกในการเรียนรู้เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวของตน

6) การเชื่อมโยงคนในปัจจุบันและเหตุการณ์ในอดีต แสดงให้เห็นว่าเราเป็นใคร เรามาจากไหน ทำไมเราต้องมาที่นี่ ดังจะเห็นจากบทความ Better place to live ระบุว่า “Historic environment informs us of the connections between people and events, who we are ,why and where come from” (Article Better place to live) แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นทางประวัติศาสตร์ควรจัดการแหล่งท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนด้วยการเชื่อมโยงเหตุการณ์ในอดีตสู่คนรุ่นปัจจุบันเพื่อให้คนรุ่นปัจจุบันเห็นถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของอยากปกป้องรักษาและสืบทอดสภาพแวดล้อมทางประวัติศาสตร์นั้นไว้ให้คนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดๆ จำเป็นต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ดังนี้

1) พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองการซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนาความพึงพอใจของมนุษย์ แต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมมีความเข้มข้นแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ค่านิยม ระดับการศึกษาของผู้คน

ตลอดจนสภาพการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ในขณะที่มีการปะทะสังสรรค์กันเป็นองค์ประกอบอยู่ด้วย กล่าวคือความพึงพอใจอาจเกิดขึ้นได้ จากการที่ได้รับสิ่งที่ตนปรารถนาหรืออยากได้ความพึงพอใจจึงเป็นทั้งพฤติกรรม และกระบวนการในการลดความตึงเครียด ความสำคัญของทฤษฎีความพึงพอใจอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของสินค้า และคุณภาพของสินค้า รวมไปถึงคุณภาพของการให้บริการ

3) ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ องค์กรธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ชัยอนันต์ สมุทวนิช (2540, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาโครงการวิจัยแนวคิด “การลงทุนทางวัฒนธรรม” พบว่าการลงทุนทางวัฒนธรรมสามารถกระทำได้ทั้งจากผู้นำของรัฐหรืออาจโดยความยินยอมจากรัฐก็ได้ ดังนั้นอาจนำมาซึ่งความขัดแย้งของกลุ่มผู้นำหรือรัฐ แต่การลงทุนทางวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่จำเป็นมากในกระแสโลกาภิวัตน์เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน มิใช่รายจ่ายที่ฟุ่มเฟือยตามที่เข้าใจกัน เช่น ในสมัย ร.5-6 ที่รัฐบาลเลือกใช้นโยบายวัฒนธรรมเป็นใหญ่เหนือชนชาติจึงมีความจำเป็นต้องลงทุนทางวัฒนธรรม โดยการสร้างวัฒนธรรมไทยสากล เพื่อจรรโลงความเป็นไทยไว้ได้ในยามที่เผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงจากตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอนาคตที่รัฐกำลังจะเปลี่ยนรูปไปเป็นรัฐที่ไร้รูป ดังนั้นจึงควรมียุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมของไทยที่เน้นจุดเด่นของประเทศไทยผสมผสานกับการเปลี่ยนแปลงโดยสร้างวัฒนธรรมในการคิดใหม่ที่เข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม และนัยทางนโยบายของไทยกับต่างชาติ โดยทั้งหมดนี้ต้องอาศัยการลงทุนทางวัฒนธรรม (ไทยสากล) โดยไม่คิดว่าเป็นรายจ่ายที่ฟุ่มเฟือย

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ และคณะ ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา : ชุมท่าคา อำเภอบ้านนา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชน การแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ และมีวิสัยทัศน์เพื่อสร้างกระบวนการทำงาน ตลอดจนถึงกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมดั้งเดิม ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ทั้งนักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้า ผู้อาศัยในชุมชน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมธำรงรักษาระบบนิเวศที่

สมบูรณ์เอาไว้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

สุทธยา สมสุข ได้ศึกษาคุณภาพบริการท่องเที่ยวของตลาดบางน้ำผึ้ง ได้ผลการวิจัยว่าคุณภาพบริการการท่องเที่ยวของตลาดบางน้ำผึ้งอยู่ในระดับดีทุกด้าน ยกเว้นการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ขอบริการเดินทางมาตลาดน้ำ ความถี่ในการเดินทาง จำนวนเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนเงินที่ใช้มีความสัมพันธ์น้อยมากกับคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว

เดชา จิรวัดน์สถิต ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้ผลการวิจัยว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะตั้งใจมาซื้อสินค้า เพื่อรับประทานโดยความหลากหลายของสินค้าที่มีมากจะเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญขมนและผลไม่เป็สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยสุด

### สื่อประชาสัมพันธ์ (public relations)

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ (public relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งตามหน่วยงาน องค์กรสถาบัน และประชาชนทั่วไป ถ้าจะแปลกันตามตรงตามที่กำหนดไว้ในพจนานุกรมเว็บสเตอร์ นิว คอลเลจ (Webster's New College) ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า คือ ธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ (goodwill) ต่อบุคคลหรือหน่วยงานสถาบันนั้น คำว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “public relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามคำศัพท์นี้หมายถึงการมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าจะขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้นจะหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผน และเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการหรือสินค้าของหน่วยงานนี้ เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว” อย่างไรก็ตาม ได้มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อ

ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

จากความหมาย “การประชาสัมพันธ์” ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า “การประชาสัมพันธ์ ” หมายถึง “การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน องค์กร และกลุ่มประชาชน เป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย”

สุพิน ปัญญาภัก อธิบายไว้ว่า “ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน”

สก๊อต เอ็ม. คัทลิป (Scott M. Cutlip) และ แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ (Allen H. Center) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 20 กว่าปีนี้ได้ให้ความหมายไว้ว่า “เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นสื่อสารสองทาง”

จอร์น อี. มาร์สตัน (John E. Marston) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากผู้หนึ่ง กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ”

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute Public Relations) ของประเทศอังกฤษได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นความพยายามที่สุขุมรอบคอบมีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์การกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย”

สะอาด ตันสุภผล อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากผู้หนึ่งในการวางรากฐานการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยในปัจจุบันได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานที่สำคัญด้วย”

จากตัวอย่างความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้นนี้มีความแตกต่างกันแต่ก็พอสรุปความหมายได้ 4 ประเด็น คือ

1. มีการวางแผน การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นการกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำหรือจะกระทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำแต่ที่ถุ่กนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ประสานและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

2. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว การประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น ทั้งนี้เพราะประชาชนจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง การขาดการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารและกิจกรรมนานๆ จะเป็นสาเหตุของการเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนและจะเป็นบ่อเกิดของความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งยังผลต่อปฏิกริยาในทิศทางที่เป็นผลเสียต่อหน่วยงานได้ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์จะให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรมได้ จะต้องใช้เวลาระยะหนึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการประชาสัมพันธ์และกลวิธีในการประชาสัมพันธ์ด้วย

3. มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การโน้มน้าวจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและการบริการหรือสินค้าของหน่วยงาน การที่จะมีทัศนคติที่ดีนั้นหมายถึงการมีความรู้การเข้าใจที่ถูกต้องที่จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดี และมีพฤติกรรมที่เป็นการสนับสนุนหรือร่วมมือ

4. มีความสัมพันธ์กับประชาชน ถ้าหากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนแล้ว ก็จะไม่มีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ ความสัมพันธ์นี้จะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน และขณะเดียวกันหน่วยงานก็ยินดีที่จะรับฟังความคิดเห็น และให้ความสำคัญต่อปฏิกริยาโต้ตอบของประชาชนด้วย

### ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวล สรุปไว้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (mass media) สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)



2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อบันเทิง (entertainment media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อข่าวสาร (information media)

3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)

4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค(technical functions) ได้แก่ สื่อการถ่ายทอดสาร (transmission media) สื่อบันทึกสาร (record media)

5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสารได้แก่สื่อสิ่งพิมพ์(print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) สื่อบันเทิงเสียงหรือภาพ (film or tape) ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)
- สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
- สื่อกิจกรรมต่างๆ (Activity Media)

2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)

- สื่อมวลชน (Mass Media)

### ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

### ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

#### สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

1) สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจ่มแจ้งกันเฉพาะภายในหน่วยงาน



2) สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงานจัดทำรูปเล่ม ประณีต ใช้ถ้อยคำสำนวนภาษาเป็นทางการการระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน

3) สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์สื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

### สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลักด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวันในงานอาชีพในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคม ยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจคำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้น มี 2 แบบ

-แบบที่เป็นทางการ (Formaloral communication) เช่น การอภิปรายการบรรยายการประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา

-แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informaloral communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่างๆ โดยผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังเข้าใจง่ายด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าจุดมุ่งหมายจะมี 2 ลักษณะ คือ จุดมุ่งหมายที่เปิดเผย หรือจุดมุ่งหมายที่ปกปิด

### ข้อดีของสื่อบุคคล

1. เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้วไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบอื่นๆ
2. ทำให้ผู้พูดและฟังเห็นหน้าตา บุคลิกภาพท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงสร้างความสนใจได้มากกว่า

- 3.เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
- 4.ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ทันที
- 5.เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

#### ข้อจำกัดของสื่อบุคคล

1. ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านไป
2. ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมากๆ ได้
3. หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้
4. เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากสลับซับซ้อนเกินไปทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจต้องมีอุปกรณ์ประกอบการพูด เช่น ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ภาพยนตร์
5. เป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน

สื่อโสตทัศน (AudioVisual Media) สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง

สื่อออนไลน์ (Online Media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้ รวดเร็วและเผยแพร่ข่าวไปได้รวดเร็วและเป็นวงกว้างเป็นที่นิยมสำหรับผู้คนในยุคดิจิทัล เช่น โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อป

#### ข้อดีของสื่อออนไลน์

1. มีราคาถูก มีความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
2. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก
3. สามารถติดตามข่าวสารย้อนหลังได้
4. มีผลกระทบต่อสภาพจิตใจ

#### ข้อจำกัดของวิทยุ

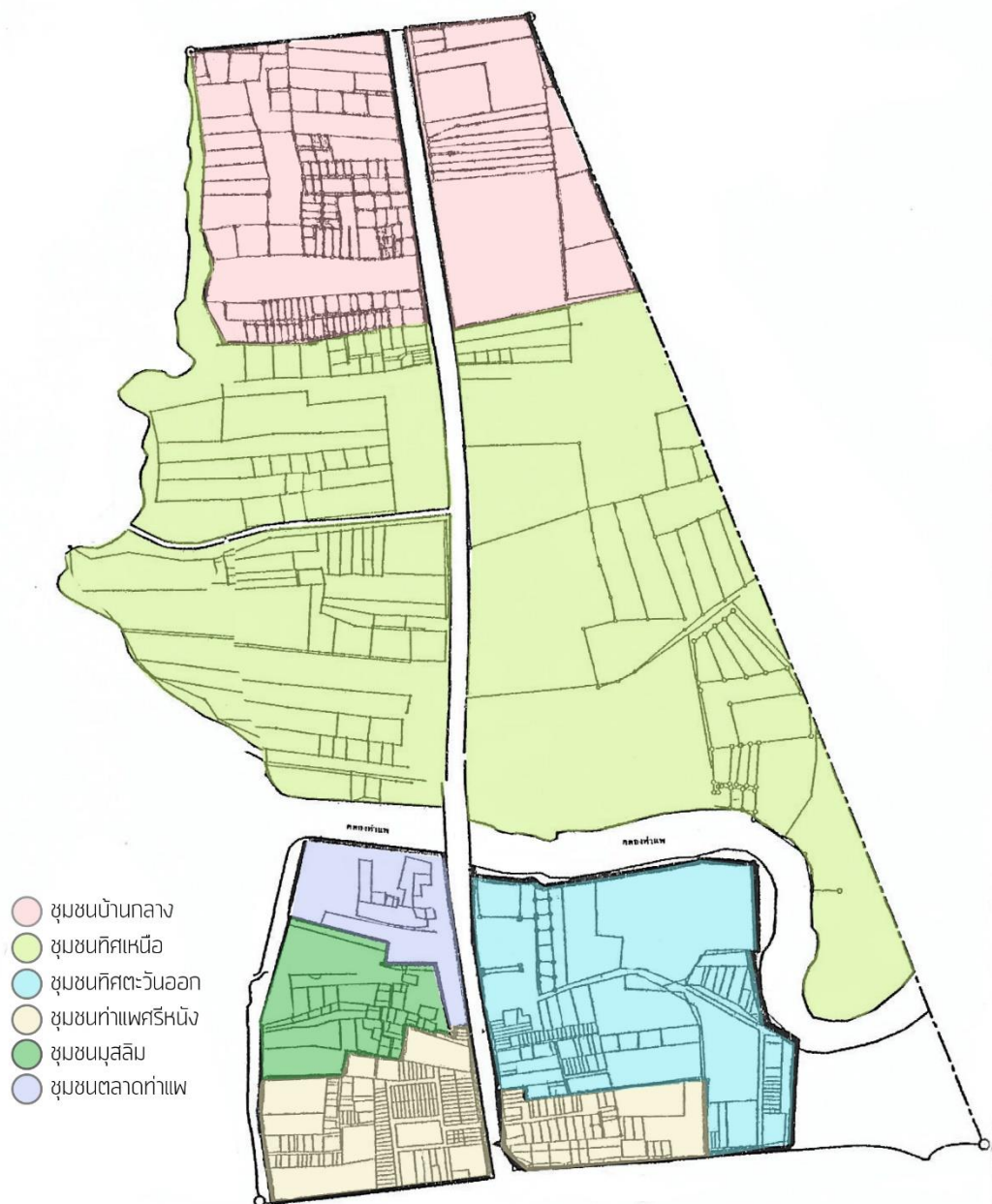
1. หากพื้นที่บริเวณนั้นอับสัญญาณ ไม่สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ก็จะเป็นอุปสรรคในการรับรู้ข่าวสาร

2. ไม่มีความคงทนถาวร ถ้าผู้ฟังพลาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก
3. ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก
4. เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้



## บริบทของพื้นที่

1. ข้อมูลทางกายภาพ ที่ตั้งและอาณาเขต ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ในภาคใต้ตอนล่าง เทศบาลตำบลท่าแพ ได้ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542 ตามพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะสุขาภิบาลเป็นเทศบาล



ภาพที่ 1 แผนที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษาลงวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2542 และมีอาณาเขตติดต่อกับ จังหวัดใกล้เคียง คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับ เขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ เขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูน

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ เขตองค์การบริหารส่วนตำบลท่าจั่วและปากพูน

ทิศใต้ ติดต่อกับ เขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากพูนหมู่ 1

### สภาพภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิอากาศ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ ของเทศบาลตำบลท่าแพ จะเป็นพื้นที่ราบลุ่มมีคลอง ท่าแพกั้นกลางระหว่าง ท่าแพฝั่งทิศเหนือกับท่าแพฝั่งทิศใต้ หมู่ที่ 1 ตำบลปากพูน

### ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพพื้นที่ของเทศบาลตำบลท่าแพ จะมีสภาพภูมิอากาศค่อนข้างร้อน คือ ในระหว่างเดือน มกราคม-พฤษภาคม ซึ่งเป็นฤดูร้อน โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ย 26-28 องศาเซลเซียส และฤดูฝนระหว่าง เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ของทุกปี

เทศบาลตำบลท่าแพประกอบด้วยชุมชน 6 ชุมชน

1. ชุมชนท่าแพฝั่งทิศเหนือ
2. ชุมชนท่าแพฝั่งทิศตะวันออก
3. ชุมชนบ้านกลาง
4. ชุมชนตลาดท่าแพ
5. ชุมชนมุสลิมท่าแพ
6. ชุมชนท่าแพศรีพินัง

## สัญลักษณ์ของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์ประจำเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช  
 ตราสัญลักษณ์เป็นรูปเรือใบแล่นลมอยู่ ด้านหลังเป็นเขาหลวง หรือเทือกเขานครศรีธรรมราช ที่ล้อมรอบจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งนับเป็นเทือกเขาที่ใหญ่ที่สุดและยาวที่สุดในภาคใต้ โดยมียอดเขาหลวง ซึ่งมีความสูงประมาณ 1,835 เมตร จากระดับน้ำทะเล คือเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดของแนวเทือกเขา และสูงที่สุดในเขตภาคใต้ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เปรียบเสมือนเป็นหลังคาสีเขียวของภาคใต้ เพราะมีสภาพเป็นป่าดงดิบชื้นและป่าดิบเขาที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางชีวภาพมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทยและของโลก

### คำขวัญเทศบาลตำบลท่าแพ

ท่าแพเมืองธรรมมาภิบาล โครงสร้างพื้นฐานดี สืบสานวัฒนธรรม น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมการเรียนรู้ พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ

### สภาพด้านเศรษฐกิจ

#### การประมง

เทศบาลตำบลท่าแพ เศรษฐกิจส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงเป็นหลักเนื่องจากลักษณะ ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบลุ่มมีคลองที่มีความเหมาะสม ต่อการประกอบอาชีพประมงรายได้ส่วนใหญ่จึงมาจากการประกอบอาชีพประมง โดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 30,000.- บาท/ปี และนอกจากนี้ ยังประกอบอาชีพ รับจ้างและอื่นๆ ร้อยละ 10 ได้แก่ รับจ้างปอกกุ้ง



### อุตสาหกรรม

เทศบาลตำบลท่าแพ มีการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องจากการทำการประมง เช่น อุตสาหกรรมทำกุ้งแห้ง โรงน้ำแข็ง อู่ซ่อมเรือ นอกจากนี้ยังมีประเภทให้บริการร้านเล็กๆ กระจายอยู่ทั่วไปในเขตชุมชน เช่น การซ่อมเครื่องยนต์

### การพาณิชย์กรรม

เทศบาลตำบลท่าแพ เป็นเส้นทางหลักที่จะผ่านไปยังจังหวัดสุราษฎร์ธานีรวมทั้ง คลองท่าแพ ยังสามารถออกสู่ทะเลอ่าวไทยได้ จึงทำให้มีการขยายตัวทางการพาณิชย์และตามสองฝากถนนมีการค้าขาย การให้บริการด้านการค้าจะมีลักษณะเป็นร้านค้าย่อยของตนเอง และมีตลาดนัดเอกชน ให้บริการทุกวันในช่วงเช้า และสามารถแยกธุรกิจการค้า/การบริการ ดังนี้

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจการค้า/บริการ	จำนวน
1	ตลาด	2
2	ร้านอาหาร	22
3	ร้านแก๊ส	3
4	ร้านขายของชำ	20
5	โรงกลึง	5
6	ร้านเสริมสวยแต่งผม	17
7	แพปลา	3
8	ร้านไดนาโม	3
9	ร้านซ่อมรถ	9
10	ร้านขายยา	5
11	โรงไม้	1
12	โรงน้ำแข็ง	1
13	โรงอิฐ	1
14	ซูปเปอร์มาเก็ต	3

ตารางที่ 1 ประเภทธุรกิจการค้าและบริการ ภายในเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

### สภาพด้านสังคม

จำนวนประชากร (จำนวนประชากรตามสถิติการทะเบียนราษฎร ณ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553 แยกตามจำนวน ชาย-หญิง แยกตามสัญชาติ จำนวนประชากรที่มีอยู่จริง ความหนาแน่นของ

ประชากรต่อพื้นที่ อัตราการเพิ่มของประชากร) จำนวนบ้านทั้งหมด 1,125 หลังคาเรือน แยกตามประเภท ดังนี้

- ประเภทบ้าน 1,112 หลังคาเรือน
- ประเภทวัด 1 หลังคาเรือน
- ประเภทตึกแถว 1 หลังคาเรือน
- ประเภทบริษัท 1 หลังคาเรือน
- ประเภททะเบียนบ้านกลาง 1 หลังคาเรือน
- ประเภททะเบียนบ้านชั่วคราว 9 หลังคาเรือน

#### แยกตามจำนวนชาย - หญิง

ชาย	หญิง	รวม
2,135	2,229	4,364

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรชาย-หญิง ภายในเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช แยกตามสถานภาพการอยู่อาศัย (เฉพาะสัญชาติไทยและมีชื่อในทะเบียนบ้าน)

- จำนวนผู้อาศัย 3,587 คน
- จำนวนเจ้าบ้าน 699 คน
- จำนวนหัวหน้าครอบครัว 7 คน

#### แยกตามสัญชาติ

สัญชาติ	ชาย	หญิง
สัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ใช่ไทย	4	5
สัญชาติจีน	4	5
สัญชาติไทย	2,131	2,224
ทุกสัญชาติ	2,135	2,229

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรเทศบาลตำบลท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช กับการนับถือสัญชาติ

## การคมนาคมขนส่ง

### ทางรถยนต์

มีถนนสายหลักจำนวน 1 สาย เป็นถนนลาดยาง อยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 1 ตำบลปากพูน คือ ถนนสายนครศรีฯ-สุราษฎร์ ซึ่งเป็นถนนสายหลักในการสัญจรไป-มา ระหว่างเทศบาลตำบลท่าแพกับอำเภอเมือง นครศรีธรรมราช สำหรับในชุมชนภายในเขตเทศบาลตำบลท่าแพมีถนนคอนกรีต จำนวน 15 สาย ถนนดิน จำนวน 1 สาย ถนนลูกรัง จำนวน 1 สาย เป็นเส้นทางในการสัญจรไป-มา

### ทางน้ำ

มีคลองท่าแพ ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งทางน้ำที่สำคัญของเทศบาลส่วนใหญ่เป็นเรือประมง

### ทางอากาศ

มีท่าอากาศยานจังหวัดนครศรีฯ อยู่ติดกับเทศบาลตำบลท่าแพ ประมาณ 2 กิโลเมตร

## การอุปโภค บริโภค

### การไฟฟ้า

ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลท่าแพ มีไฟฟ้าใช้ประมาณ 99% ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด ส่วน ไฟฟ้าสาธารณะยังขยายไม่ทั่วถึงเต็มพื้นที่ มีเฉพาะถนนสายหลักเท่านั้น

### การประปา

เทศบาลตำบลท่าแพ มีการให้บริการด้านน้ำประปาแก่ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลท่าแพ โดย ผลิตน้ำประปาจากบ่อบาดาล สามารถบริการประชาชนในเขตเทศบาล 725 ครัวเรือน

### การจราจร

ระบบการจราจรในเขตเทศบาลตำบลท่าแพ สามารถรองรับยานพาหนะที่สัญจรไปมาได้อย่างสะดวกสบาย เนื่องจากมีถนนภายในเขตเทศบาล 15 สาย

## ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

### แหล่งน้ำ

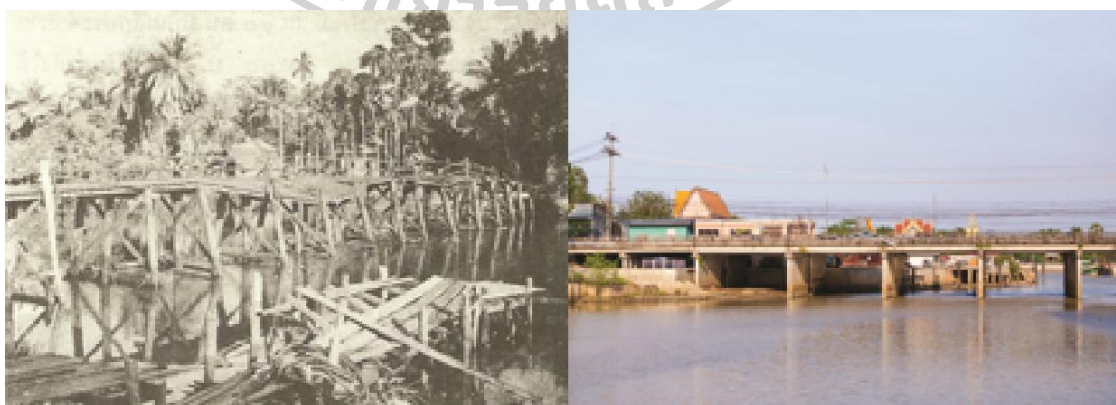
- 1) คลอง จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ คลองท่าแพ ซึ่งสามารถออกสู่อ่าวไทยได้

### ขยะ

- 1) ปริมาณขยะ 1,236.8 กิโลกรัม / วัน หรืออาจกล่าวได้ค่า ปริมาณขยะ 1.09 กิโลกรัม/ คนในชุมชน
- 2) รถยนต์ที่ใช้จัดเก็บขยะ รวม 3 คัน แยกเป็น
  - รถบรรทุกขยะแบบปิคอัพ 2 คัน
  - รถบรรทุกขยะอัดท้าย 1 คัน
- 3) พนักงานขับรถ 2 คน
  - คนงานประจำรถบรรทุกขยะอีก 4 คน
- 4) พนักงานกวาดขยะ 3 คน

### ประวัติความเป็นมาของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

“ชุมชนท่าแพ” หนึ่งในชุมชนเล็กๆ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ชุมชน อันได้แก่ ชุมชนบ้านกลาง ชุมชนทิศเหนือ ชุมชนทิศตะวันออก ชุมชนท่าแพศรีหนั่ง ชุมชนมุสลิม และชุมชนตลาด ซึ่งทั้งหมดอยู่ในอำเภอปากพนัง ห่างจากตัวเมืองนครศรีธรรมราชเพียง 9 กิโลเมตร มีชัยภูมิที่ตั้งติดริมคลองทอดยาวไหลกั้นกลางระหว่างท่าแพฝั่งเหนือกับท่าแพฝั่งใต้ ปัจจุบันมีเส้นทางสายหลักที่ผ่านชุมชนออกไปยังจังหวัดสุราษฎร์ธานี อีกทั้งคลองท่าแพยังสามารถออกสู่ทะเลอ่าวไทยได้ ชุมชนท่าแพถือว่าเป็นชุมชนเก่าแก่ดั้งเดิมมาตั้งแต่อดีต



ภาพที่ 3 (ซ้าย) สะพานไม้ข้ามคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช  
เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2484 ถ่ายโดย “ร้านน้ำชาลุงพล” ตลาดท่าแพ

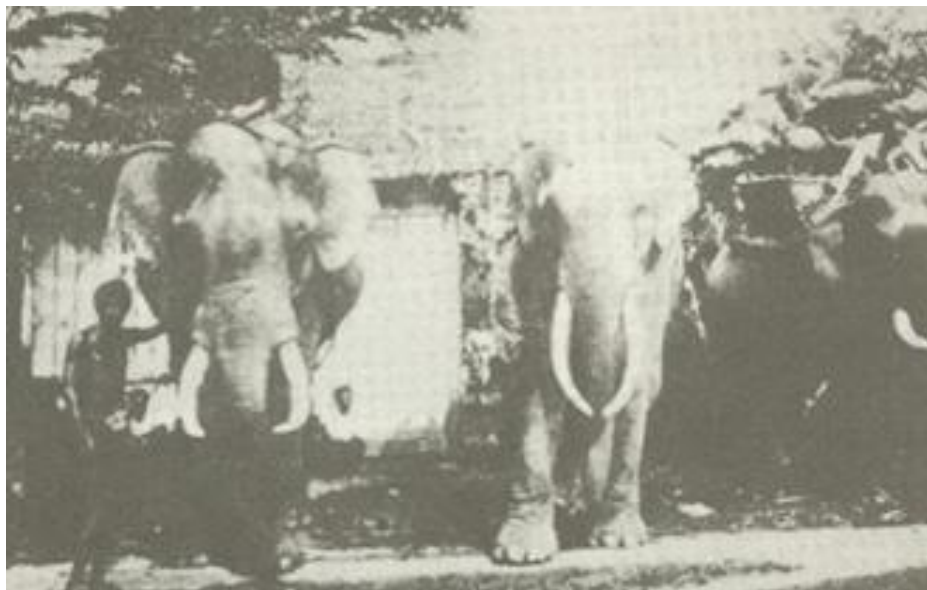
ภาพที่ 4 (ขวา) ภาพบรรยากาศคลองท่าแพ ปัจจุบัน ถ่ายเมื่อเดือนมกราคม 2560

จากตำนานการบวชหรือการอุปสมบทของหลวงปู่ทวดหรือสมเด็จพระโคะ ซึ่งเป็นตำนานที่อธิบายที่มาของคำว่า “ท่าแพ” ที่มีความเชื่อมโยงกับการอุปสมบท โดยการใช้เรือ 4 ลำ มาต่อเป็นแพที่เรียกว่า “อุทกสีมา” หรือสีมาทางน้ำ เพื่อบวชสมเด็จพระโคะ ด้วยเหตุนี้จึงเรียกคลองท่าแพ และเมื่อเกิดวัดขึ้น บริเวณนี้จึงเรียกว่า “วัดท่าแพ” ซึ่งมีลักษณะเด่นที่เป็นท่าเรือใหญ่ใช้จอดเรือแพของชาวบ้านและเรือสินค้าที่เข้ามาค้าขายกับเมืองนครศรีธรรมราชในอดีต

เมื่อครั้งที่ยังมีการเดินทางสัญจรกันทางน้ำ ชุมชนนี้เป็นเพียงจุดพักจอดของเรือสำหรับผู้คนผ่านไปผ่านมาต่างบ้านต่างเมือง ซึ่งในอดีตสมัยรัชกาลที่ 5 เองก็เคยมีการเสด็จประพาสแหลมมลายูในต่างเส้นทาง และต่างวาระ รวมทั้งสิ้น 7 ครั้งด้วยกัน โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชก็เป็นหนึ่งในเมืองที่ทรงเสด็จประพาสผ่านทางโดยเรือพระที่นั่งมหาจักรีเช่นกัน



ภาพที่ 5 การจราจรทางน้ำบริเวณคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ปีพุทธศักราช 2443



ภาพที่ 6 ขบวนช้างรับเสด็จ ในรัชกาลที่ 5 บริเวณบ้านท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

อีกหนึ่งเหตุการณ์สำคัญที่ผู้คนกล่าวถึง ไม่รู้ลืมคือสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 กองกำลังประเทศญี่ปุ่น ได้ยกพลขึ้นบกที่ตลาดท่าแพ ณ วันที่ 8 ธันวาคม 2484 เวลาประมาณ 06.00 น. กองทัพญี่ปุ่น ได้ยกพลขึ้นบกที่ภาคใต้ของไทยเพื่อรุกไปโจมตีมลายูและพม่าจุดที่ญี่ปุ่นบุกขึ้นนั้น ได้แก่ จังหวัดปัตตานี สงขลา ชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ และนครศรีธรรมราช จุดที่กองทัพญี่ปุ่นยกพลขึ้นบกต่างก็ถูกกำลังของกองทัพไทยต่อต้านอย่างเหนียวแน่นและทรหดเป็นที่สุด และได้ต่อสู้กับกำลังทหารในบริเวณชุมชนท่าแพ ซึ่งนำโดยพลตรี หลวงเสนาณรงค์ ผู้บัญชาการมณฑลทหารบกที่ 6 เป็นแม่ทัพบัญชาการรบนำทหารจำนวนหนึ่งไปปฏิบัติการสู้รบ ณ แนวรบบ้านท่าแพ ได้มีการสู้รบอย่างดุเดือดระหว่างทหารไทยกับทหารญี่ปุ่น การสู้รบได้ดำเนินการอย่างรุนแรงโดยฝ่ายไทยฝ่ายรุกจนจนทหารญี่ปุ่นล่าถอยไป วีรไทยนักรบผู้กล้าหาญไปปฏิบัติการสู้รบอย่างกล้าหาญและนำขึ้นขมยิง ปัจจุบันอนุสาวรีย์วีรไทย ตั้งอยู่ในค่ายอชิวราฐ กองทัพภาคที่ 4 ซึ่งเดิมเป็นจุดรบกันอย่างรุนแรงถึงขั้นประจัญบาน ตัวอนุสาวรีย์หันหน้าไปทางทิศที่ญี่ปุ่นยกพลขึ้นบกที่ท่าแพ ตัวอนุสาวรีย์สร้างเป็นทหารรบในชุดเครื่องแบบพร้อมรบ มือถือดาบปลายปืนอยู่ในท่าประจัญบาน มีขนาดสูงกว่าคนจริง 2 เท่า ตั้งอยู่บนฐานสามเหลี่ยมภายในฐานจารึกบรรจู้รัฐทหารที่เสียชีวิตในการรบ เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2484 จำนวน 116 นาย ณ บริเวณกองทัพภาคที่ 4 และมีจัดงานในวันวีรไทยเฉลิมฉลองเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความเคารพและรำลึกวีรกรรมความกล้าหาญของทหาร





ภาพที่ 7 การร่วมพัฒนาระหว่างหน่วยงานทหารและภาพประชาชน  
ช่วงถนนหน้าค่ายชิวราวุธไปถนนอ้อมค่าย (ทางไปปากพูน อำเภอเมือง)  
เมื่อวันที่ 25 มิ.ย. 2504 ถ่ายโดย คุณอรธร ศิริรักษ์



ภาพที่ 8 ทหารญี่ปุ่นยกพลขึ้นบกบริเวณบ้านท่าแพ ใกล้กองพันทหารปืนใหญ่ที่ 15

เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2484 จำนวน 116 นาย กองทัพอากาศที่ 4 ได้จัดงานวันวีรไทย เฉลิมฉลอง เป็นประจำทุกปีเพื่อแสดงความเคารพและรำลึกวีรกรรมความกล้าหาญของทหารภายหลัง เมื่อสงครามสิ้นสุดลงได้มีการก่อตั้งอนุสาวรีย์วีรไทยขึ้นเพื่อแสดงความกล้าหาญของเหล่านักรบผู้กล้าหาญของนครศรีธรรมราช โดยพลตรีหลวงเสนาณรงค์ ผู้ดำเนินการก่อสร้างขึ้น ตามความประสงค์ของ

ประชาชนและจอมพลป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้ตั้งชื่ออนุสาวรีย์ว่า “อนุสาวรีย์วีรไทย พ.ศ. 2484 ซึ่งเป็นทหารกล้าที่ยืนหยัดต่อสู้กับกองทัพญี่ปุ่นในสมัยนั้น ปัจจุบันเทศบาลตำบลท่าแพ ได้ยกฐานะเป็นเทศบาล เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2542

## มรดกทางธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น

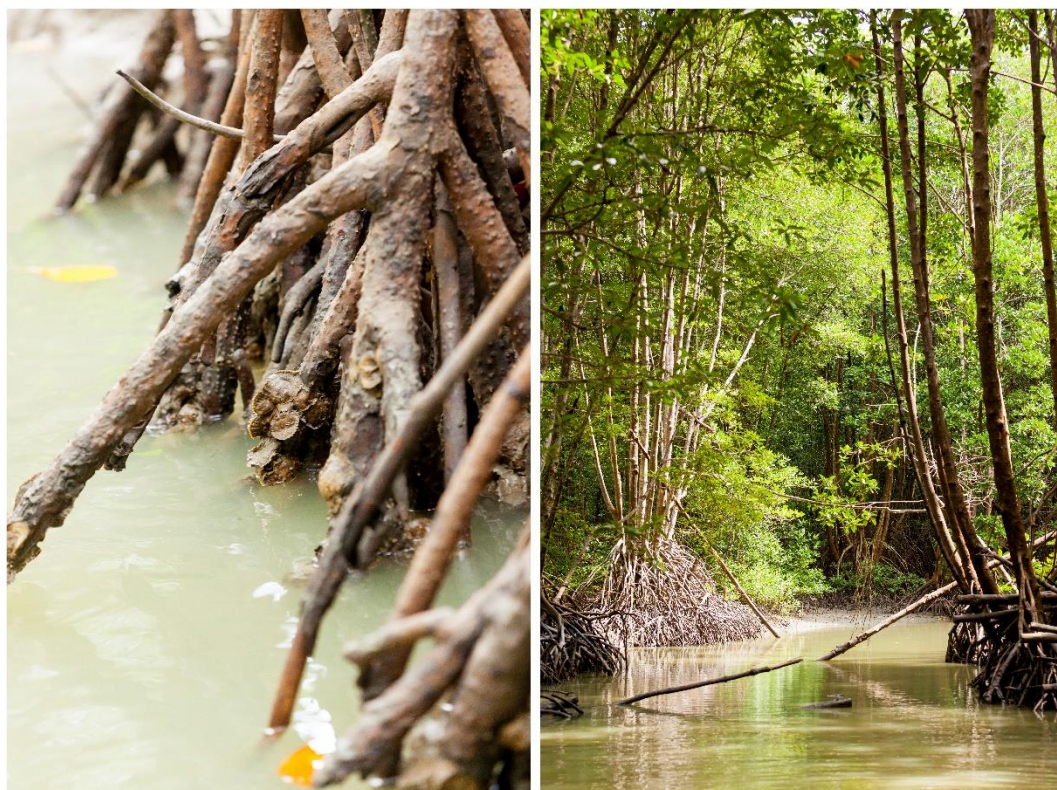
### มรดกทางธรรมชาติ

#### ป่าชายเลน

ป่าชายเลนปากลำน้ำท่าแพมีความสำคัญต่อความสมดุลของปากอ่าวไทยป่าชายเลนบริเวณนี้เป็นแหล่งอาหารแหล่งวางไข่และแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อนนานาชนิด อีกทั้งยังเป็นแหล่งต้นกำเนิดห่วงโซ่อาหารในชายฝั่งทะเลแห่งนี้ นอกจากนี้ป่าชายเลนยังช่วยเป็นป้อมปราการธรรมชาติในการป้องกันการพังทลายของดินชายฝั่งทะเล เป็นที่กำบังลมในการพอกพูนดินบริเวณชายฝั่งให้สะอาด ซึ่งยังเป็นแหล่งที่อยู่และแหล่งอาหารของสัตว์นานาชนิด เช่น นกนางนวล นกกาน้ำ นกกระยางขาว ฯลฯ

#### พืชพรรณไม้

พรรณไม้ที่ขึ้นบริเวณป่าชายเลนมีหลากหลาย มีลักษณะเป็นป่าไม้ผลัดใบทนต่อความเค็มได้ดี มีความสำคัญและเป็นประโยชน์มหาศาลเป็นที่อยู่ของพืช สัตว์น้ำ สัตว์บก นานาชนิดเป็นระบบนิเวศน์ที่มีคุณค่าพันธุ์ไม้ที่พบมากในบริเวณริมคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ ได้แก่ โกงกางใบเล็ก โกงกางใบใหญ่ ปาล์ม และแสม เป็นต้น



ภาพที่ 9 ป่าโกงกาง บริเวณคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช  
 ถ่ายโดยนายภูวภัทร์ ชุสิทธิ์ เมื่อเดือนกันยายน ปีพุทธศักราช 2560

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากป่าชายเลน

ถ่าน เป็นการนำไม้มาผ่านกรรมวิธีการเผา ไม้ที่นำมาเผา ได้แก่ ไม้โกงกาง ได้ถ่านที่มีคุณภาพดี ปริมาณขึ้นเถาต่ำ ได้ราคาสูง

ไม้ฟืน จะใช้ไม้อื่นที่ไม่ใช่ไม้โกงกาง เช่น โปรงขาว แสม

ไม้เสาเข็มและไม้ค้ำยัน ไม้ที่นำมาใช้เป็นเสาเข็มและไม้ค้ำยัน ได้แก่ ไม้โกงกาง เนื่องจากลักษณะลำต้นตรง ใช้ค้ำยันสิ่งก่อสร้างขนาดเล็ก ทำอุปกรณ์ประมงหลัก สำหรับเลี้ยงหอยแมลงภู่อย ปลากะพง นอกจากนี้ยังนำมาใช้เกี่ยวกับสมุนไพร เช่น เปลือกไม้โกงกางใช้รักษาแผลสด





ภาพที่ 10 อนุสาวรีย์วีรไทยพ้อจำคำ บริเวณค่ายวชิราวุธ จังหวัดนครศรีธรรมราช  
 ถ่ายโดยภวภัทร์ ชูสิทธิ์ เมื่อเดือนกันยายน ปีพุทธศักราช 2560

### สัตว์นานาชนิด

สัตว์ที่พบบริเวณสองริมฝั่งลำน้ำท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นสัตว์ที่อยู่ในเขตป่าชายเลน ดังนี้

กุ้ง จะเป็นกุ้งน้ำกร่อยกุ้งที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดรายได้สูง คือ กุ้งแช่บ๊วย กุ้งก้ามกราม กุ้งฝอย(เคย)

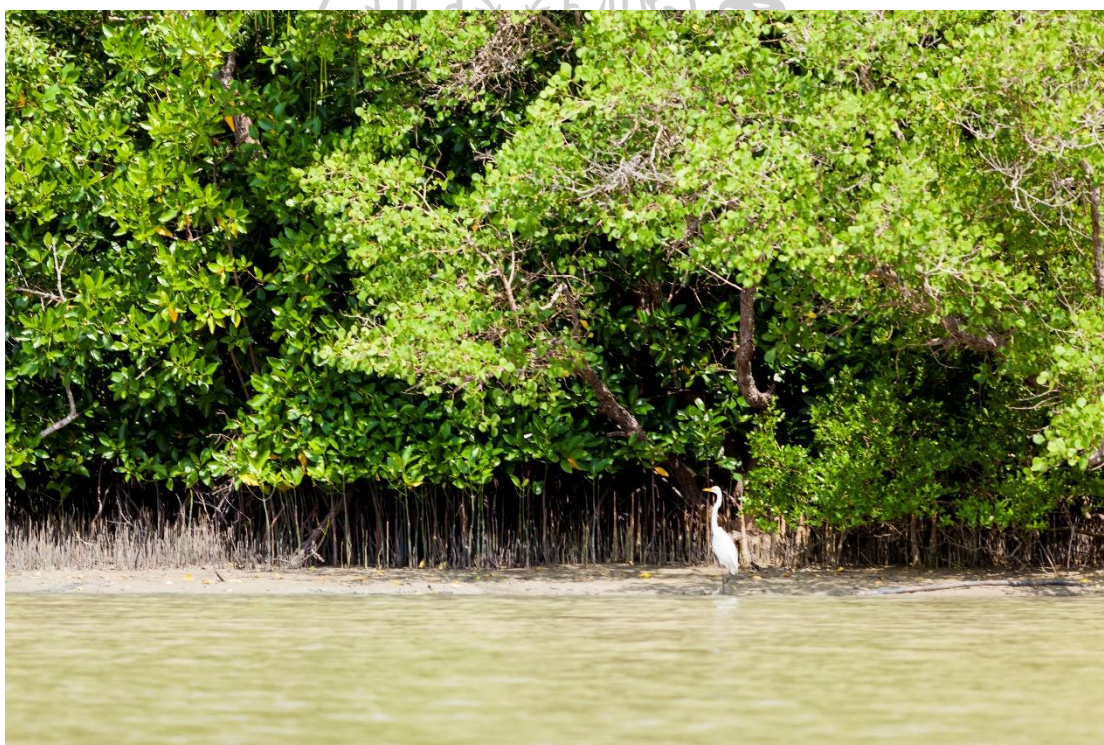
ปลา ปลาที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและพบมาก ได้แก่ ปลาทุปลา

ปู ปูที่พบและรู้จัก ได้แก่ ปูม้า ปูแสม ปูลม ซึ่งมีผู้นิยมบริโภค เช่น ปูทะเล ปูม้า หอย มีทั้งชนิดที่อาศัยตามผิวดิน และเกาะติดตามลำต้น ราก กิ่ง และใบของไม้ในเขตป่าชายเลน ได้แก่ หอยลาย หอยแครง หอยนางรม เป็นต้น

## มรดกทางวัฒนธรรม

### รูปปั้นอนุสาวรีย์วีรไทย

วีรไทยนักรบผู้กล้าหาญแห่งนครศรีธรรมราช ในการต่อสู้ข้าศึกทหารญี่ปุ่นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 นำโดยพลตรีหลวงเสนานรงค์ ผู้บัญชาการมณฑลทหารบกที่ 6 เป็นแม่ทัพบัญชาการรบนำทหารจำนวนหนึ่งไปปฏิบัติการสู้รบ ณ แนวรบบ้านท่าแพ ได้มีการสู้รบอย่างดุเดือดระหว่างทหารไทยกับทหารญี่ปุ่น การสู้รบได้ดำเนินการอย่างรุนแรงโดยฝ่ายไทยฝ่ายรุกจนจนทหารญี่ปุ่นล่าถอยไป วีรไทยนักรบผู้กล้าหาญไปปฏิบัติ การสู้รบอย่างกล้าหาญและนำชื่นชมยิ่ง ภายหลังเมื่อสงครามสิ้นสุดลง ได้มีการก่อตั้งอนุสาวรีย์วีรไทยขึ้นเพื่อแสดงความกล้าหาญของเหล่านักรบผู้กล้าหาญของนครศรีฯ โดยพลตรีหลวงเสนานรงค์ ผู้ดำเนินการก่อสร้างขึ้นตามความประสงค์ของประชาชนและจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นได้ตั้งชื่ออนุสาวรีย์ว่า “อนุสาวรีย์วีรไทย พ.ศ. 2484”



ภาพที่ 11 นกกระยางที่พบได้ทั่วไปในบริเวณปากแม่น้ำป่า  
ถ่ายโดยภูวภัทร์ ชูสิทธิ์ เมื่อเดือนกันยายน ปีพุทธศักราช 2560

อนุสาวรีย์วีรไทย ตั้งอยู่ในค่ายวิชราวุธ กองทัพภาคที่ 4 ซึ่งเดิมเป็นจุดรบกันอย่างรุนแรงถึงขั้นประจัญบาน ตัวอนุสาวรีย์หันหน้าไปทางทิศที่ญี่ปุ่นยกพลขึ้นบกที่ท่าแพ ตัวอนุสาวรีย์สร้างเป็นทหารรบในภาพที่ 10 อนุสาวรีย์วีรไทย “พ่อจ๋าดำ” ที่เคารพและรำลึกถึงของคนในชุมชนท่าแพ



จังหวัดนครศรีฯ ชุดเครื่องแบบพร้อมรบ มือถือดาบปลายปืนอยู่ในท่าประจัญบาน มีขนาดสูงกว่าคนจริง 2 เท่าครึ่ง ตั้งอยู่บนฐานสามเหลี่ยมภายในฐานจารึกบรรจุอุทเทหที่เสียชีวิตในการรบ เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2484 จำนวน 116 นาย กองทัพอากาศที่ 4 ได้จัดงานวันวีรไทยเฉลิมฉลองเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความเคารพและรำลึกวีรกรรมความกล้าหาญของทหาร

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อินทิรา พงษ์นาค (Intira Pongnak) และ ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ (Suppakorn Disatapunahu) ได้ศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทเทหจังหวัดสุพรรณบุรี” โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตและสัมภาษณ์ จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนเมืองโบราณอุทเทหมีความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ในยุคทวารวดี มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมจำนวนมากทั้งที่เป็นโบราณสถานและโบราณวัตถุ ตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่างๆ จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคดังกล่าวข้างต้น พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเมืองโบราณอุทเทหมีความน่าสนใจในการลงทุน และสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากชุมชนอื่นได้เป็นอย่างดี

กรพินธุ์ จารุวร (2541) ศึกษาดนตรีไทยร่วมสมัยและอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์จากดนตรีของผู้รับสารและอัตลักษณ์ของบุคคล โดยมุ่งประเด็นอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐาน มาจากการรอบแนวคิดของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์สัญลักษณ์ (Symbolic Interactions) และทฤษฎีการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Media Uses and Gratification) ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแทบทุกคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้วยวิธีสุ่มแบบโควต้า ทั้งคนที่เข้าร่วมและไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมด้านการพัฒนาสังคมจำนวน 32 คน ทั้งนี้เชื่อว่ากลุ่มแรกมีแนวโน้มที่ตระหนักในอัตลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของตนเองสูงกว่ากลุ่มที่สองและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยตอบคำถามการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มของระดับอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันเปิดรับดนตรีหลากหลายประเภทไม่แตกต่างกันเขานำดนตรี มาใช้ประโยชน์ทั้งเพื่อความบันเทิงการบูรณาการและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม, ข้อมูลข่าวสาร และเพื่อสนับสนุนอัตลักษณ์ส่วนบุคคล นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากดนตรีในแง่เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ เช่น เพื่อความบันเทิงเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากกว่าเพื่อการสร้างหรือสนับสนุนอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบ



ขอบต่อสังคม งานวิจัยชิ้นนี้ไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างการใช้ดนตรีเพื่อสุนทรียภาพและเพื่อวัตถุประสงค์เชิงสังคมกับอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคคล

สมศักดิ์ สีตาทูลฤทธิ์ (2545) ปัจจัยการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครูที่ส่งผลต่อเอกลักษณ์วิชาชีพและพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของครูแนะแนว ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรภายนอกที่ศึกษา ได้แก่ แรงจูงใจในการศึกษาปฏิสัมพันธ์เชิงถ่ายทอดวิชาชีพกับตัวแทนในสถาบันฝึกหัดครู ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวแปรภายใน ได้แก่ ผลการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครู และพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของครูแนะแนว โดยสรุปข้อค้นพบของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำให้ยอมรับแบบจำลองสมมติฐาน ซึ่งพบว่าตัวแปรสาเหตุทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผล สรุปได้ดังนี้ (1)ความผูกพันต่อบทบาทส่งผลโดยอ้อมต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทผ่านเอกลักษณ์วิชาชีพ (2)ผลการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครูส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อเอกลักษณ์วิชาชีพครูผ่านการถ่ายทอดทางสังคมของโรงเรียน (3)ปฏิสัมพันธ์เชิงถ่ายทอดวิชาชีพกับตัวแทนในสถาบันฝึกหัดครูส่งผลโดยอ้อมเชิงถ่ายทอดวิชาชีพ กับตัวแทนในโรงเรียนส่งผลโดยอ้อมต่อเอกลักษณ์วิชาชีพผ่านการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครู (4)ปฏิสัมพันธ์เชิงถ่ายทอดวิชาชีพกับตัวแทนในสถาบันฝึกหัดครูส่งผลโดยอ้อมต่อเอกลักษณ์วิชาชีพผ่านการถ่ายทอดทางสังคมของโรงเรียน และผ่านผลการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครู (5) แรงจูงใจในการศึกษาส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาท ผ่านผลการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครู ผลการวิจัยนี้จึงเป็นการยืนยันได้ว่าเอกลักษณ์วิชาชีพครูแนะแนวและพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทเป็นผลมาจากแรงจูงใจในการศึกษา ตลอดจนการได้รับประสบการณ์การถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครูในระหว่างศึกษาในสถาบันฝึกหัดครูและประสบการณ์ทำงานในโรงเรียน

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจิราพร ชุนศรี (2549) อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1.ขั้นตอนของการหาสิ่งที่เป็จุดร่วมของคนเชียงราย 2.ขั้นการเผยแพร่ และ 3.ขั้นแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สำหรับกระบวนการการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กร

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจัดพิมพ์เผยแพร่ในชุดโครงการวิถีทรรศน์ชี้ว่าปัจจุบันการท่องเที่ยวถูกทำให้เป็นอุตสาหกรรม ดำเนินการทุกวิถีทาง เพื่อจะรีดเงินจากกระเป๋านักท่องเที่ยว พัฒนาการทางการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่มีผู้ซื้อผู้ขายชัดเจนมุ่งสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึง

ผลกระทบที่ตามมา ซึ่งได้แก่การขายบริการทางเพศ การก่อสร้างตึกอาคารขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบต่อการจัดการทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็นน้ำ ที่ดิน แหล่งท่องเที่ยวถูกทำลายด้วยแสง สี เสียง วัฒนธรรมชุมชนได้รับผลกระทบเกิดการเปลี่ยนแปลงการบริโภคที่หรูหรา ฟุ่มเฟือยของประชาชนในท้องถิ่น และเกิดปัญหาการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เพราะที่ผ่านมารายได้จากการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ตกอยู่กับเจ้าของธุรกิจโรงแรม บริษัททัวร์ แต่ชาวบ้านในท้องถิ่น ได้รับผลประโยชน์น้อยที่สุด

ประภาส อิทนปสาธน์ (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว แบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีหมู่บ้านโคกโก่ง อำเภอภูผารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การจัดองค์กรชาวบ้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างด้านผู้นำด้านเป้าหมาย ด้านกิจกรรมร่วมกัน การประสานงาน และการสื่อสาร และการติดตามประเมินผล พบว่าในภาพรวม 6 ด้าน ระดับค่าเฉลี่ยของสมาชิกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านกิจกรรมร่วมกัน ด้านการประสานงานและการสื่อสารด้านโครงสร้างด้านเป้าหมายร่วมกันด้านผู้นำ และด้านการติดตามประเมินผลการมีส่วนร่วมของชาวบ้านโคกโก่งใน 4 ด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมีส่วนร่วมมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ร่วมรับประโยชน์ ร่วมดำเนินการร่วมตัดสินใจ และร่วมวางแผนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน 6 ด้าน พบว่าภาพรวมความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ความพึงพอใจด้านวัฒนธรรม และวิถีชุมชนมากที่สุด ด้านกิจกรรมที่เตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว และด้านความพอใจ โดยรวมส่วน 3 ด้านที่เหลืออยู่ในระดับพอใจปานกลาง คือ การต้อนรับบริการด้านความปลอดภัย และด้านสถานที่สำหรับปัญหาอุปสรรคด้านความปลอดภัยที่รู้สึกจากนักท่องเที่ยวเรื่องแสงสว่าง การจัดเวรยามในการดูแลความเรียบร้อยสำหรับแนวทางพัฒนาในด้านจัดองค์กร ชาวบ้านในเรื่องการพัฒนาความเข้าใจให้เห็นความสำคัญ การติดตามประเมินผล ขณะที่ด้านการมีส่วนร่วมควรพัฒนาและให้ความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการวางแผนและจากนักท่องเที่ยวควรมีการการพัฒนาเพิ่มความพึงพอใจด้านสถานที่พักและหมู่บ้าน ด้านการต้อนรับและการบริการและด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทกับภาคการเกษตรในชนบท การท่องเที่ยวสามารถเสริมรายได้ภาคเกษตร นำผลผลิตการเกษตรที่มีอยู่หรือสินค้าท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์เด่นในชุมชนมาเชื่อมกับการท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับเกษตรที่มีในท้องถิ่น หรือเชื่อมโยงผลิตผลการเกษตรจากท้องถิ่นไปสู่เมืองโดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาภาคเกษตรของชาวชนบทในการท่องเที่ยว

พจนา ชัชวาล ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ มี

ทั้งหมด 9 แห่ง กระจายอยู่ในทุกตำบลของอำเภอคำม่วง มีสภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ 3 ด้าน คือ 1) ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี จำนวน 3 แห่ง คือ สิมโบราณ ตำบลเนินยาง พระบรมธาตุเจดีย์ สีสम्मมหาเถรานุสรณ์ ตำบลโพน หม้อไหโบราณ ตำบลนาทัน 2) ด้านทรัพยากรธรรมชาติ จำนวน 3 แห่ง คือ ภูพันหยอด ตำบลทุ่งคลอง อ่างเก็บน้ำห้วยสมอบ ตำบลดินจี แหล่งไม้กลายเป็นหิน ตำบลนาบอน และด้านวิถีชุมชน จำนวน 3 แห่ง คือ สวนศิริบุตร ตำบลโพน ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทย ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน ตำบลโพน กลุ่มแม่บ้านเกษตรพื้นฟูเศรษฐกิจ ตำบลนาบอน การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพบว่าการดำเนินการใน 2 กลุ่ม คือ การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยกลุ่มราชการ และการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยชุมชน กลุ่มราชการกำหนดนโยบาย และแผนงานการท่องเที่ยวให้การสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์บอกเส้นทาง การท่องเที่ยว จัดนิทรรศการแสดงผลงานผลิตภัณฑ์ของชุมชน และให้ความรู้ในการวางแผนการจัดสรรงบประมาณการพัฒนาความพร้อมของพื้นที่ การทำนุบำรุงรักษาและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ ส่วนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าได้มีขั้นตอนในการจัดการการท่องเที่ยวไว้ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นเตรียมการเป็นการเก็บ รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น แนะนำแหล่งท่องเที่ยว อาสาสมัครนำเที่ยว ขั้นดำเนินการมีการทำความสะอาด จัดปรับตกแต่ง บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และขึ้นสรุปผลการดำเนินงานมีการประชุมร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน เพื่อวางแผนทางการดำเนินงาน โดนสรุปสภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอคำม่วง มีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีเส้นทางหลักถึง 4 เส้นทาง ติดต่อกัน 3 จังหวัด คือ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดสกลนคร และมีเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยวสะดวก เป็นถนนลาดยางส่วนใหญ่ และติดต่อเชื่อมโยงกันเป็นรูปวงแหวนสู่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 9 แห่ง และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว แต่ยังคงขาดรูปแบบการบริหารจัดการโดยภาครัฐ และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยโครงการออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. วิธีการดำเนินการวิจัย
2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ใช้แบบผสมวิธี นั่นคือการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช และมีความรู้ของประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญาชาวบ้าน เศรษฐกิจ สังคมทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบหาอัตลักษณ์ ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** โดยลงพื้นที่สำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ วิธีการสังเกต และสัมภาษณ์เป็นหลักจากคนในชุมชน ประธานกลุ่มชุมชน และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกประชาชนผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีรายละเอียดดังนี้
2. **การสอบถาม (observation)** ซึ่งผู้วิจัยใช้การสังเกต 2 แบบ คือการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม สำหรับสังเกตสภาพทั่วไปของชุมชนในระยะแรกของการวิจัย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยเข้าไปร่วมกิจกรรมกับกลุ่มคนในชุมชนรวมทั้งซักถามและจดบันทึกข้อมูลระหว่างการทำแบบสอบถาม

**2.1 การสัมภาษณ์ (interview) เจาะลึกประเด็นต่างๆ** เกี่ยวกับความเป็นตัวตนที่มีลักษณะที่โดดเด่นของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และเป็นกลุ่มซึ่งผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ 3 แบบ คือ

**2.1.1) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview)** ใช้ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นภาพและเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระยะแรกของการวิจัย

**2.1.2) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure - interview)** เป็นการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลทั่วไปซึ่งเป็นประชาชน ในพื้นที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ราษฎรในพื้นที่ ข้าราชการ และพ่อค้าแม่ค้า วินมอเตอร์ไซด์ นักเรียนนักศึกษา คนเก็บขยะ โดยแบ่งตามกลุ่มอาชีพจำนวน 10 กลุ่มอาชีพ

**2.1.3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)** เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วยกลุ่มผู้นำชุมชนและนักวิชาการ ได้ดังนี้

1. อาจารย์สุวัฒน์ นาคเสน ตำแหน่งอาจารย์วิทยาลัยนาฏศิลป์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. อาจารย์ปฐม พัฒนภักดี ตำแหน่งข้าราชการชำนาญการ
3. พระอาจารย์สุรัตน์วิหารการ เจ้าอาวาสวัดท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. คุณสมหวัง วิเชียร หัวหน้ากลุ่มชุมชน

**2.1.2.5 นายอัมพร พิมพิพัฒน์ รองนายกเทศมนตรี เทศบาลปากพูน จังหวัดนครศรีธรรมราช** นอกจากนั้นยังใช้เครื่องมืออื่นๆ เช่น การจดบันทึกภาคสนาม การบันทึกเสียง และการถ่ายภาพนิ่ง โดยการบันทึกเสียงใช้สำหรับการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนการถ่ายภาพนิ่ง ใช้สำหรับบันทึกภาพ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของชุมชน ตลอดจนอัตลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม เช่น การแต่งกาย อาหารการกิน แหล่งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ฯลฯ ตามประเด็นของการวิจัย

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อประกอบการสรุป และอภิปรายผล เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช และแนวทางการนำอัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ไปใช้ในออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว



เชิงวัฒนธรรม ซึ่งใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (method triangulation) ซึ่งเป็นการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อย

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) หรือข้อมูลที่มีผู้เรียบเรียงและรวบรวมไว้แล้ว โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแนวคิดต่างๆ ได้แก่ อัตลักษณ์ชุมชน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มรดกวัฒนธรรม ภูมิทัศน์วัฒนธรรม ทรัพยากรทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดการเชิงกลยุทธ์ และสื่อสารเพื่อการตลาด และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นต้น

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 300 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับชุมชนท่าแพ จำนวน 200 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน โดยวิธีสอบถามออนไลน์แบบการสุ่ม ซึ่งจะแบ่งเป็นประเด็นข้อมูลส่วนตัว อาชีพ อายุ อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงช่องทางในการเข้าถึงสื่อมีเดียต่างๆ

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Random Sampling) ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตามความสมัครใจของคนในชุมชน ขั้นตอนที่ 2 สุ่มแบบบังเอิญ โดยเลือกกลุ่มช่วงอายุ เพศ ลักษณะอาชีพ เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Random Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำแบบประเมินออนไลน์ทั้งหมด 300 ชุดและได้รับแบบประเมินที่สมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 300 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบประเมินที่ส่งไป

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช จะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. แบบสอบถาม สำหรับการสอบถามกลุ่มเป้าหมายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ได้ทราบถึงข้อมูลอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวและช่องทางการเข้าถึงสื่อมีเดียต่างๆ

2. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาอัตลักษณ์และแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบที่ส่วนร่วมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช จะเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีประเด็นคำถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประวัติส่วนตัว ประวัติการศึกษา และประวัติการทำงานอย่างย่อของผู้ถูกสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับทัศนคติด้านกายภาพ ลักษณะเด่น เอกลักษณ์ของชุมชน และทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัจจัย/แรงจูงใจ หรือทิศทางในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว และแหล่งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการกลยุทธ์ในการกระตุ้นนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ และปัญหาอุปสรรคที่มีผลในการออกแบบ

3. แบบสอบถามความพึงพอใจ งานออกแบบสร้างสรรค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

4. แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการออกแบบสื่อสร้างสรรค์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 3 คน

#### การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ เกี่ยวกับทฤษฎีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ศึกษาและผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ นำมาสร้างประเด็นในการสัมภาษณ์และทำแบบสอบถาม 2 ด้าน คือ

1.1 เนื้อหาการวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.2 ด้านการออกแบบสร้างสรรค์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิเคราะห์โครงสร้างรูปแบบสาระสำคัญ ทั้ง 2 ด้านการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสอบถามความคิดเห็นและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อนำไปปรับแก้ไข พัฒนาต่อไปให้ได้ข้อสรุปและยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับสื่อการตลาดแบบบูรณาการที่จะสร้างขึ้นโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Average)

2.การออกแบบและสร้างสรรค์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพัฒนาความน่าสนใจแบบบูรณาการเนื้อหาให้เป็นที่รู้จักและส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหา โดยศึกษาจากเอกสารและหนังสือ และสอบถามพูดคุยกับผู้เกี่ยวข้อง

2.3 วิเคราะห์และกำหนดโครงเรื่องของเนื้อหา ให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ เพื่อให้มีเนื้อหาที่สอดคล้องครอบคลุม

2.4 ออกแบบสื่อการตลาดแบบบูรณาการจากข้อมูลที่ค้นคว้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

2.5 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องความเหมาะสมของเนื้อหา แล้วนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไข

2.6 นำสื่อที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วมาพัฒนาผลงานการออกแบบเพิ่มเติมให้พร้อมนำไปใช้งานจริง

**การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ**

ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามจากตำราและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวัดผล ประเมินผล กำหนดรูปแบบของแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน คือ แบบปลายปิดที่มีลักษณะการตอบ แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของเบสท์ (Best) และแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสอบถามความคิดเห็นอื่นๆนำไปสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับผลงานการออกแบบกับกลุ่มตัวอย่าง

ระดับคะแนน	คะแนนเฉลี่ย	คุณภาพ
5	4.50-5.00	มากที่สุด
4	3.50-4.49	มาก
3	2.50-3.49	ปานกลาง
2	1.50-2.499	น้อย

1	1.00-1.49	น้อยที่สุด
---	-----------	------------

ตารางที่ 4 เกณฑ์เฉลี่ยความพึงพอใจ

### ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

1. ศึกษาวิธีการสร้างคำถาม จากแบบสอบถามที่มีผู้วิจัย คนอื่นๆ ได้สร้างขึ้น รวมถึงงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลงานการออกแบบสื่อและกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. นำคำถามที่สร้างเสร็จเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและหาค่า IOC
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านขั้นตอนทั้งหมดไปใช้ในการทดลองจริง

### แผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบแผนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีแบบแผน ดังนี้ ให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นผลงานการออกแบบที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นจนจบจากนั้นผู้วิจัยทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางความพึงพอใจหลังการรับรู้ทันที

### การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. สุ่มตัวอย่างประชากรคนในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ จากนั้นอธิบายถึงความเป็นมาและจุดประสงค์ เพื่อขอความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม
2. สอบถามเพื่อทดสอบการรับรู้การออกแบบอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. กลุ่มเป้าหมายประเมินโดยการทำแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อผลงานการออกแบบ
4. เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วนำผลงานการออกแบบไปวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานในครั้งนี้นำมาวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าความแปรปรวน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนทั้งหมด และการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคะแนนของแบบทดสอบหลังรับชมสื่อสร้างสรรค์ซึ่งใช้สูตรดังนี้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราชได้ทำการศึกษาถึงประวัติความเป็นมาภูมิปัญญาชาวบ้าน เศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อม โดยใช้การสังเกตและสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ผู้ประกอบการในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มาทำการสรุปเพื่อหาแนวทางในการออกแบบเพื่อหาอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำผลจากการออกแบบ ไปประเมินกับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญของกับชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช และผู้เชี่ยวชาญด้านในการออกแบบ อันมีเนื้อหาการศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล (ก่อนการออกแบบ)

- 1.1 สรุปผลจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช และมีความรู้ของประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญาชาวบ้าน เศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบหาอัตลักษณ์ ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 1.2 สรุปผลจากการเก็บข้อมูลการแลกเปลี่ยนเชิงปริมาณ (Quantitative data) จากกลุ่มตัวอย่างคนในชุมชนและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช แบบสุ่มโดยบังเอิญ เพื่อหาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

#### ส่วนที่ 2 ผลงานออกแบบ

ผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช



### ส่วนที่ 3 การประเมินผล (หลังการออกแบบ)

การประเมินผลงานออกแบบแบบสามเส้า เพื่อประเมินผลการออกแบบทางการออกแบบ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ จากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความรู้เกี่ยวข้องกับชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช และคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล (ก่อนการออกแบบ)

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้นำชุมชนที่มีความรู้ อาศัยอยู่ในภูมิ ลำเนาชุมชนท่าแพ จ.นครศรีธรรมราช ซึ่งมีความเข้าใจในภูมิปัญญาชาวบ้าน เศรษฐกิจสังคม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบหาอัตลักษณ์ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 คน ได้แก่

1. อาจารย์สุพัฒน์ นาคเสน ตำแหน่งอาจารย์วิทยาลัยนาฏศิลป์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. อาจารย์ปฐม พัฒนภักดี ตำแหน่งข้าราชการชำนาญการ
3. พระอาจารย์สุรัตน์นวิหารการ เจ้าอาวาสวัดท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. คุณสมหวัง วิเชียร ตัวแทนกลุ่มผู้แทนชุมชน
5. นายอัมพร พิมพ์พัฒน์ รองนายกเทศมนตรี เทศบาลปากพูน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนผู้นำในชุมชน (Focus Group) จำนวน 5 คน ได้ข้อสรุป ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 1.1 การวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึก ที่เป็นอัตลักษณ์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปได้ดังนี้

หมวด	ประเภท	รายละเอียด
1.ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต	1.1 อาชีพ	1.1.1 ค้าขาย 60% 1.1.2 อุตสาหกรรม 20% 1.1.3 ประมง 10% 1.1.4 รับจ้างทั่วไป 10%
	1.2 บ้านเรือน	1.2.1 เรือนเครื่องสับ (ใต้ถุนสูง)

	1.3 การเดินทาง	1.3.1 เรือ - เรือหางยาว - เรือประมง 1.3.2 รถยนต์ 1.3.3 เครื่องบิน
2.ความเชื่อและศาสนา	2.1 ศาสนา  2.2 เทศกาล	2.1.1 พุทธ 2.1.2 อิสลาม 2.2.1 สารทเดือนสิบ (พุทธ-พราหมณ์) 2.2.2 ถือศีลอด (อิสลาม) 2.2.3 ลอยกระทง
3.มรดกทางวัฒนธรรม	3.1 ตำนาน, พงศาวดาร  3.2 โบราณคดี	3.1.1 ตามรอยหลวงปู่ทวด ปี 2125 (สมัยเอกราช) 3.1.2 ร.5 เสด็จประพาส ปี 2441 (รศ.117) 3.1.3 ญี่ปุ่นยกพลขึ้นบก ปี 2484-2488  3.2.1 โบราณวัตถุ (พระเครื่อง) - รุ่งพระแก้วมรกต และรุ่งพ่อท่านเฟียน ปี 2504 - รุ่งสามพี่น้อง และรุ่งเวียดนาม ปี 2511 - รุ่งย้อนรอยอดีต หลวงปู่ทวด ปี 2541 - รุ่งหลวงปู่ทวด ปี 2559 3.3.1 โบราณสถาน - พุทธสถาน (วัดท่าแพ) มัสยิดดารุ้ลมุสลิมิน
4.วิทยาการและภูมิปัญญา	4.1 หัตถกรรม (ถักทอ)	4.1.1 ถักแห, ถักอ้วน

	4.2 การถนอมอาหาร	4.2.1 กุ้งแห้ง 4.2.2 ปลาแห้ง
5. ทรัพยากรธรรมชาติ	ป่าโกงกาง	
6. ของดีประจำชุมชน	อาหาร	6.1 อาหารสด (กุ้ง, หอย, ปู, ปลา) 6.2 ปลาตากแห้ง

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากสัมภาษณ์เชิงลึก จากตารางที่ 1.1 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพจากสัมภาษณ์เชิงลึกศิลปวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถแยกออกเป็นหมวดวิถีชีวิต หมวดความเชื่อ ศาสนา หมวดประวัติศาสตร์ หมวดวิทยาการภูมิปัญญา และหมวดทรัพยากรธรรมชาติ

ตารางที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกิจกรรมประจำปี ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปได้ดังนี้

กิจกรรม	ฤดูกาล	
	ฤดูร้อน (ม.ค-มิ.ย)	ฤดูฝน (ก.ค-ธ.ค)
1.กิจกรรม “ล่องเรือตามลำน้ำ 32 คด ชุมชนและวิถีชีวิตของคนในชุมชน”		○
2.กิจกรรมปลูกป่าชายเลน (จัดโดยการประสานส่วนภูมิภาค)	○	
3.กิจกรรมลอยกระทง (แข่งเรือ ไทย-พุทธ และ ไทย-อิสลาม)	○	
4.ประเพณีบุญสารเดือนสิบ (กิจกรรมภายในงานคือการทำบุญบรพกรรม และชิงเปรต)	○	
5.ประเพณีชักพระประจำปี (ช่วงวันออกพรรษา)	○	
6.เทศกาลงานวันวีรไทยรำลึก	○	

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลของกิจกรรมประจำปี

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็น คนในชุมชน จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน ได้แบบสอบถาม ที่สมบูรณ์จำนวน 381 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.25 แสดงรายละเอียดได้ ดังนี้

ตารางที่ 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	196	51.44
หญิง	185	48.56
2. อายุ		
21-30 ปี	67	17.58
31-40 ปี	120	31.49
41-49 ปี	96	25.19
50-59 ปี	62	16.27
60 ปีขึ้นไป	36	9.44
3.สถานะภาพ		
โสด	234	61.42
สมรส	147	38.58
4.อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา		
รับจ้างทั่วไป	43	11.29
แม่บ้าน	54	14.17
กิจการส่วนตัว	77	20.21
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	12.60
อื่นๆ	122	32.02
	37	9.71
5.ท่านคิดว่าชุมชนท่าแพสมควรแก่การสนับสนุนให้เปิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือไม่		

ควร	262	68.76
ไม่ควร	119	31.23
6. ท่านคิดว่าควรมีศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวหรือไม่		
ควร	215	56.43
ไม่ควร	166	43.57

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ

จากตารางที่ 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็น เพศชายร้อยละ 51.44 มีช่วงอายุ 30-30 ปี ร้อยละ 31.49 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 61.42 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 32.02 โดยให้ความคิดเห็นว่าคุณชุมชนท่าแพ สมควรสนับสนุนให้เปิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยว ถึงร้อยละ 68.76 และให้ความคิดเห็นว่าคุณควรมีศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ถึงร้อยละ 56.43

ตารางที่ 1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตารางที่ 1.5.1 ลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแรงจูงใจต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ		
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	102	26.77
ท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต	144	37.79
ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	135	35.43
2. ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนท่าแพ		
คนเดียว	85	22.31
กลุ่มเพื่อน	113	29.66
ครอบครัว	148	38.84



อื่นๆ	35	9.18
3.ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ		
รถส่วนตัว	155	40.68
รถประจำทาง	37	9.71
รถเช่า	24	6.30
เครื่องบิน	122	32.02
รถไฟ	43	11.28
4.ลักษณะการท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมที่ท่านสนใจมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)		
เน้นเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์	75	19.68
ท่องเที่ยวสบายๆ พักผ่อน กินอาหารชมวิว	174	45.67
เน้นบรรยากาศสวยๆ	132	34.64

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากตารางที่ 1.5.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแรงจูงใจต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ร้อยละ 37.79 ลักษณะการท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว ร้อยละ 38.84 ใ้ยานพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 40.68 และเน้นการท่องเที่ยวสบายๆ พักผ่อน ร้อยละ 45.67 รองลงมาบรรยากาศสวยๆ ร้อยละ 34.64

ตารางที่ 1.5.2 สื่อประชาสัมพันธ์และศักยภาพของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1.สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านคิดว่ามีศักยภาพในการนำออกเผยแพร่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ		
สื่อบุคคล (ครอบครัว, เพื่อน, คนรู้จัก)	93	24.40
สื่อมวลชน (วิทยุ, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร)	43	11.29
สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์, เฟสบุค, เพจรีวิวการท่องเที่ยว)	169	44.35

สื่อกิจกรรม (กิจกรรมการจัดบูธท่องเที่ยว ททท.)	76	19.94
2.ลักษณะเนื้อหา		
ข้อมูลข่าวสารที่ท่านต้องการเปิดอ่านสำหรับการตัดสินใจในการท่องเที่ยว		
เนื้อหาภาพประกอบของสถานที่ อาหาร วิถีชีวิตความเป็นอยู่	123	32.28
เนื้อหาของบทความ	43	11.28
ภาพเคลื่อนไหว หรือ คลิปวิดีโอสั้นๆ	139	36.48
3.ประเภทข้อมูลที่ท่านต้องการรับรู้ในการท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ		
เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	156	40.94
กิจกรรม และฤดูกาลในการท่องเที่ยว	116	30.45
ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาในชุมชนท่าแพ	43	11.28
ประเพณี งานบุญประจำปี	66	17.32

ตารางที่ 9 สื่อประชาสัมพันธ์และศักยภาพของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

จากตารางที่ 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สื่อประชาสัมพันธ์และศักยภาพของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารโดยสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 44.35 โดยมีเป็นภาพเคลื่อนไหว หรือ คลิปสั้นๆ ร้อยละ 36.48 โดยเน้นกิจกรรมประเภท บอกเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน ร้อยละ 40.94

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ** (กรุณาแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนา) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะ 3 อันดับแรก คือ 1) ต้องการให้เห็นสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้น 2) ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการท่องเที่ยว และ 3) ต้องการข้อมูลเชิงลึกที่อธิบายประวัติความเป็นมาโดยเข้าใจง่าย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มคนในชุมชน ข้อเสนอแนะ 3 อันดับแรก คือ 1) ต้องการให้ปรับปรุงพื้นที่ เพื่อให้มีความพร้อมสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวมากกว่านี้ 2) ควรเน้นการให้ข้อมูลที่

ชัดเจน ข้อมูลถูกต้องโดยเข้าใจง่าย 3) ควรเน้นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวให้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร

## ส่วนที่ 2 ผลงานออกแบบ

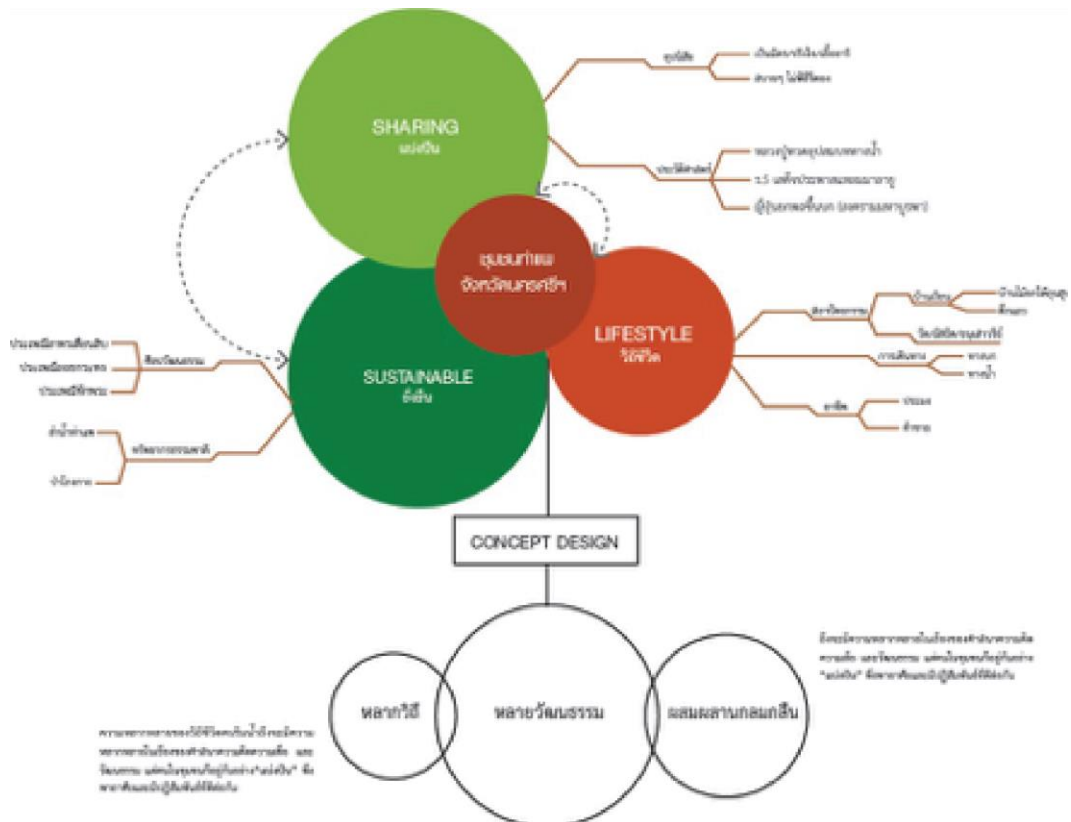
การออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่นชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้แก่ ชุดตัวอักษร การหาอัตลักษณ์ของสีและตัวอย่างเลขศิลป์สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิในจังหวัดนครศรีธรรมราช และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประเมินผลงานออกแบบ และนำผลการประเมินนั้นมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ ต่อไป

จากการวิเคราะห์ตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ สามารถกำหนดแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้อัตลักษณ์ ดังนี้

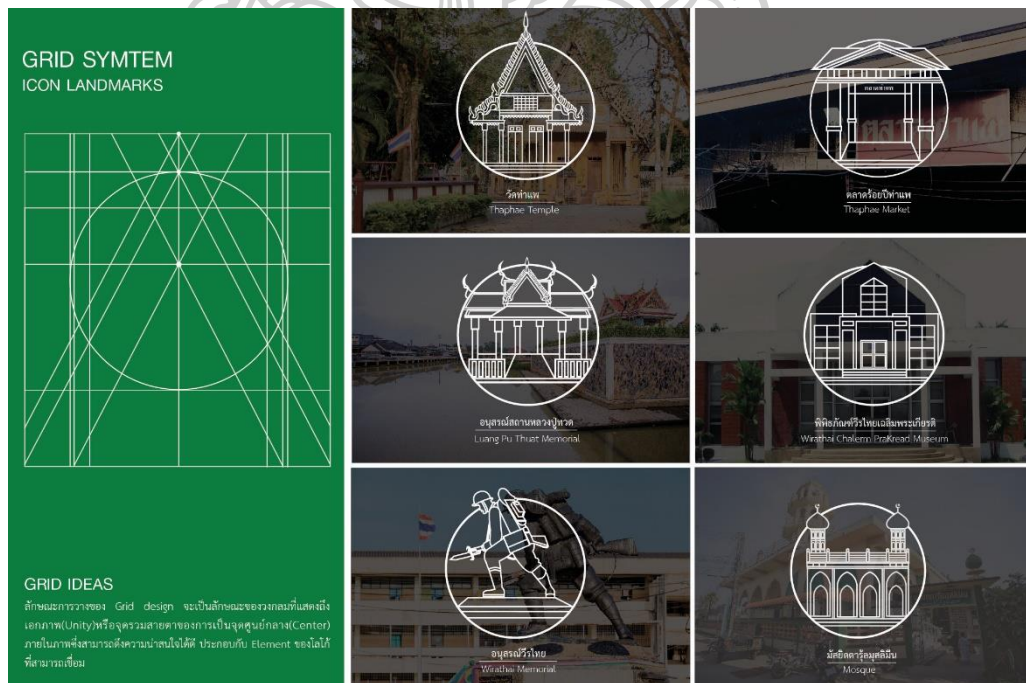
### 1) กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการปรับภาพลักษณ์และขยายการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากวงจรการวิเคราะห์ พบว่า จากการศึกษาค้นคว้าหาอัตลักษณ์ในเชิงคุณภาพสัมภาษณ์เชิงลึก และการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ได้สรุปว่า “รากเหง้าของอัตลักษณ์ (Identity) คือเรื่องราวของประวัติศาสตร์ที่ก่อให้เกิดเป็นวิถีชีวิต ผ่านการถ่ายทอดสะสมออกมาในรูปแบบของความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องทำให้เกิดเป็นศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ฝังงมในชุมชน” เกิดเป็น “การแบ่งปัน วิถี และความยั่งยืน” ทางความรู้ ความคิด และภูมิปัญญาอย่างแท้จริง

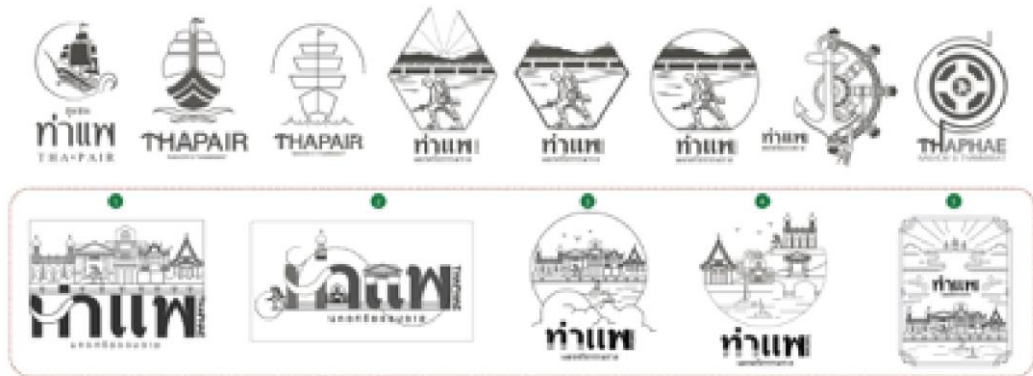
ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เอง มีสิ่งหนึ่งที่เชื่อมโยงถึงกัน ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ของการศึกษาวิจัยนี้ นั่นก็คือ “การท่องเที่ยวหลากหลายวิถี หลายวัฒนธรรม ผสมผสานกลมกลืน” เนื่องจากชุมชนนี้มีความเป็นมาที่ยาวนาน ผ่านเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาหลายยุคหลายสมัย การเดินทางและการคมนาคมสินค้าของพ่อค้าแม่ค้าที่เดินทางเข้ามาทางปากอ่าว กลายเป็นวิถีชีวิตที่มาถึงปัจจุบันคนทางเหนือจากทางเทือกเขานครศรีธรรมราช ทำให้เกิดเป็นชุมชน หากทว่าการค้าก็ทำให้เกิดการแบ่งปันและบ่งบอกถึงวิถีทางด้านภาษา ซึ่งเป็นบ่อเกิดของความเชื่อ ศาสนา และอื่นๆ อีกมากมาย และนี่เองคือจุดเริ่มต้นของความเป็นมาดังที่กล่าวไว้



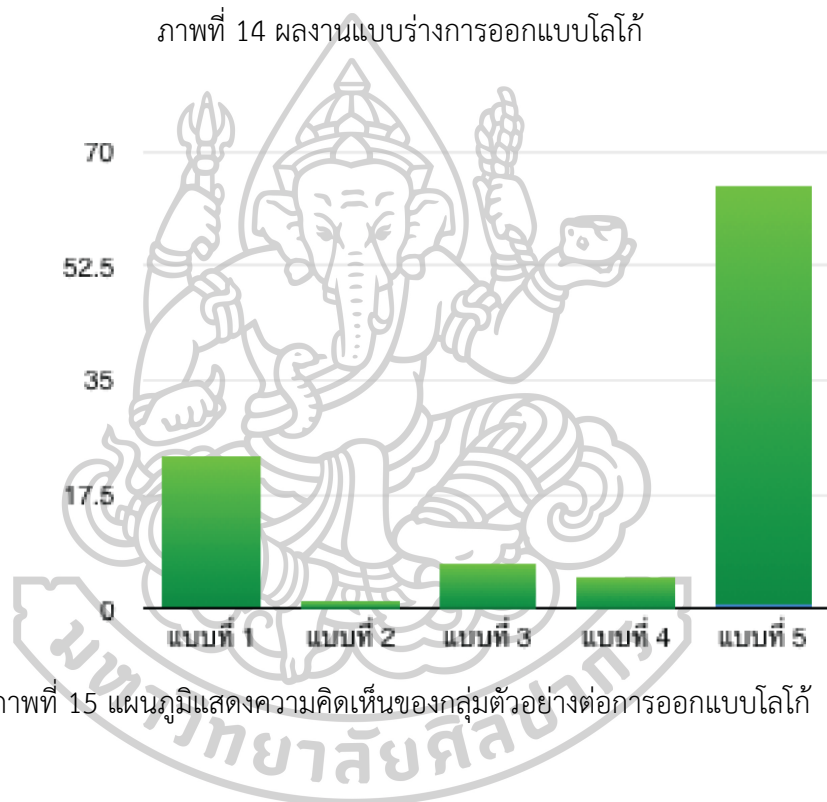
ภาพที่ 12 การวิเคราะห์ Concept และ Key word



ภาพที่ 13 การวิเคราะห์และออกแบบสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช



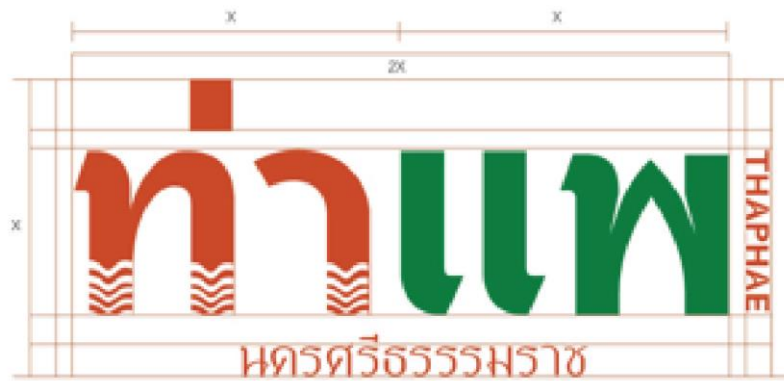
ภาพที่ 14 ผลงานแบบร่างการออกแบบโลโก้



ภาพที่ 15 แผนภูมิแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการออกแบบโลโก้

จากการออกแบบสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มแรก จนมาถึงทุกวันนี้ สัญลักษณ์ที่บ่งบอกเรื่องราว ความเป็นมาและสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ประจำชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ ที่ผ่านมาจากการสอบถามและสัมภาษณ์คนในชุมชน จำนวนประชากรที่อาศัย 200 คน ที่มีความรู้ และอาศัยอยู่ภายในชุมชน ทำให้ได้ผลสรุปที่เห็นตรงกันและเป็นเสียงเอกฉันท์ได้ในที่สุด



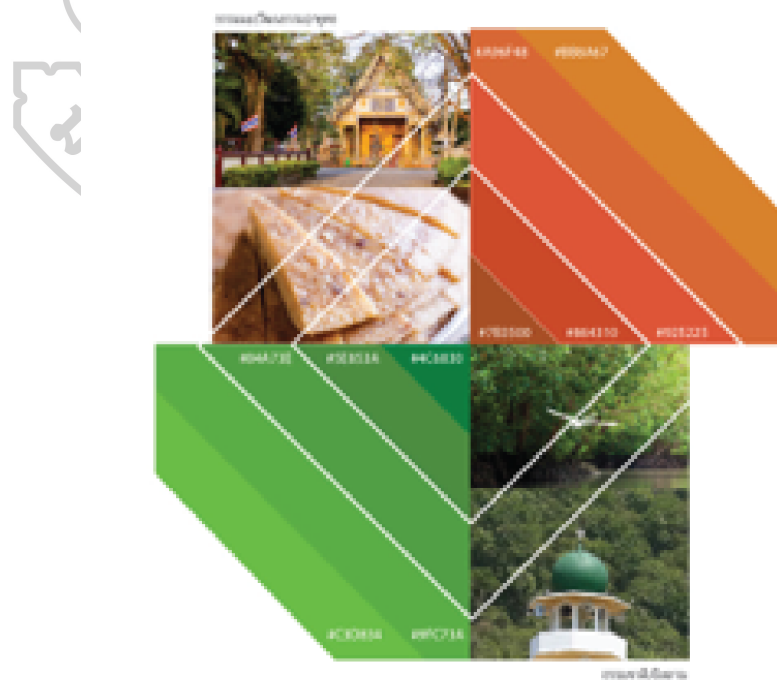


การสะกดคำ และพู่กันสี ของคำว่า THE PHAE "ท่าแพ" อ้างอิงมาจากกรมศิลปากร  
 "ท่าแพ" ชุมชนของสถานี ฝีมือการความเป็นมาที่ยาวนาน คงไว้กับเป็นวิถีชีวิตที่ผสมผสานกันของความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ภาพที่ 16 Grid Design

เส้นทางที่มีความคิดเคี้ยวมากถึง 32 คัด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Shape ของลำน้ำนั้นเองที่ทำให้เกิดความหมายทาง Graphic Element ของคำว่า "ท่า" ซึ่งอาจตีความหมายว่า ท่าของน้ำที่ไหลผ่าน

อัตลักษณ์ของสี



ภาพที่ 17 วงจรอัตลักษณ์ของสี

## ความหมายของสีเขียว

ธรรมชาติ ชีวิต มนุษยชาติ การเริ่มต้น ความสดชื่น ความปลอดภัย อาหาร ความอุดมสมบูรณ์ ความเป็นอมตะ การเจริญงอกงาม การเติบโต การดูแล การรักษาเยี่ยวยา ความเห็นอกเห็นใจ การควบคุม ความสมดุลทางกายและใจ ความสัมพันธ์ที่ดี อีกนัยยะหนึ่งก็สื่อถึงสีประจำศาสนาอิสลามที่มีความหมายถึง เสื้อคลุมของศาสนานั้นเป็นสีเขียว สำหรับผู้ที่ศรัทธาอย่างแรงกล้าถึงสีเขียวได้

## พลังของสีเขียว

สีเขียวช่วยกระตุ้นให้เพื่อนๆรู้สึกสดชื่น ลดความเหน็ดเหนื่อย คลายความตึงเครียด ความตื่นตระหนกและความวิตกกังวลลง อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์สากลของคำว่า ‘ผ่าน’ หรือ ‘ไปได้’ สีเขียวสามารถช่วยเพื่อนๆผ่อนคลายสายตา และระบบประสาทสีเขียวเข้ามาช่วยในเรื่องการมองเห็นและสมาธิ นอกจากนี้ ยังมีพลังช่วยให้จิตใจภายในสงบ ช่วยพัฒนาอารมณ์และพฤติกรรม

## ความหมาย สีส้ม (จิตวิญญาณและความรู้)

พลัง ความกระตือรือร้น ความมีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน การผจญภัย ความอบอุ่น ความยุติธรรม ความรอบรู้ มารยาท ความหลงใหล ความมีเสน่ห์ ความสุข ความมั่นใจ ความปรารถนา การเก็บเกี่ยวฤดูใบไม้ผลิ



ภาพที่ 18 ผลงานแสดงเชรดสีบนพื้นหลัง

## Typography BSRU bansomdej

ออกแบบและพัฒนาโดย อ.ดร.วิสิทธิ์ โปธิวัฒน์ จัดเป็นฟอนต์ในประเภทฟอนต์สำหรับพาดหัว (Display type) ประยุกต์รูปลักษณะจากการเขียนอักษรตามแบบลายมือช่างปากกาปากตัด ควบคุมองศาจุดเริ่มของเส้น (Stem) และปลายสุดตัดตรงเพื่อให้องค์ประกอบดูน้อยลง พยายามให้

เกิดบุคลากรไทยร่วมสมัย โครงสร้างนุ่มนวล ทรงสง่าและมีแบบแผนความเป็นพื้นถิ่นประยุกต์สะท้อนสมัยเกียรติคุณความดีงามขององค์กร



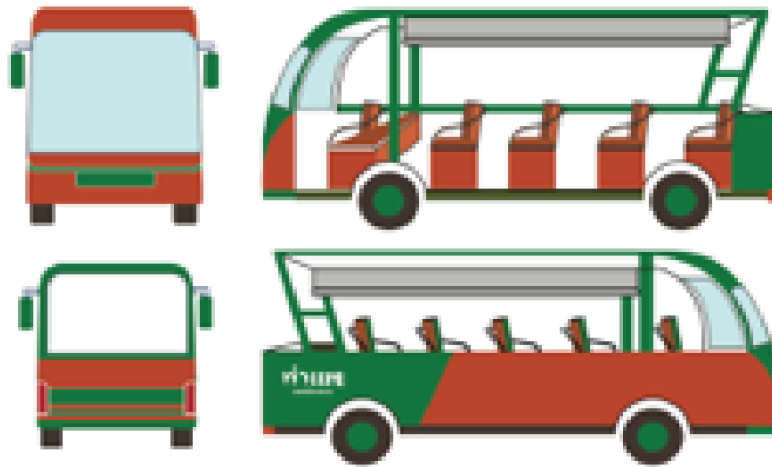
ภาพที่ 19 ตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบ

ฟอนต์ PSL Kanda Pro จัดเป็นฟอนต์หนึ่งใน Element ที่สำคัญในการทำเว็บไซต์ ผู้ออกแบบได้พัฒนาให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ฟอนต์ PSL Kanda Pro มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบพยัญชนะบางตัวให้มีเอกลักษณ์มากขึ้น เช่น ค ศ ฐ จ ฐ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงอักษรละตินให้มีมาตรฐานสากลมากขึ้น เพิ่มรูปแบบอักษรมากขึ้นถึง 6 รูปแบบ

## 2) กลยุทธ์การเชื่อมโยงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

การเชื่อมโยงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชนท่าแพ ในรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวทางเรือ และทางรถโดยสาร ภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ สามารถแยกได้ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวแบบที่ 1 การเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถโดยสาร แบบใช้พลังงานไฟฟ้า ปราศจากการปล่อยมลพิษทางอากาศ วิ่งได้ 100 กิโลเมตรต่อการชาร์จไฟเต็ม 1 ครั้ง (มาตรฐาน EPA) ใช้เวลาชาร์จไฟด้วยปลั๊กบ้านขนาด 12 แอมป์ ประมาณ 14 ชั่วโมง เส้นทางการนี้จึงเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย ใช้เวลาท่องเที่ยว อย่างน้อย 3 ชั่วโมง ค่าจ่ายใช้จ่ายในโปรแกรมนี้ แวะท่องเที่ยว 5 สถานที่ ในราคาพิเศษสุด เพียง 250 บาท/เที่ยว

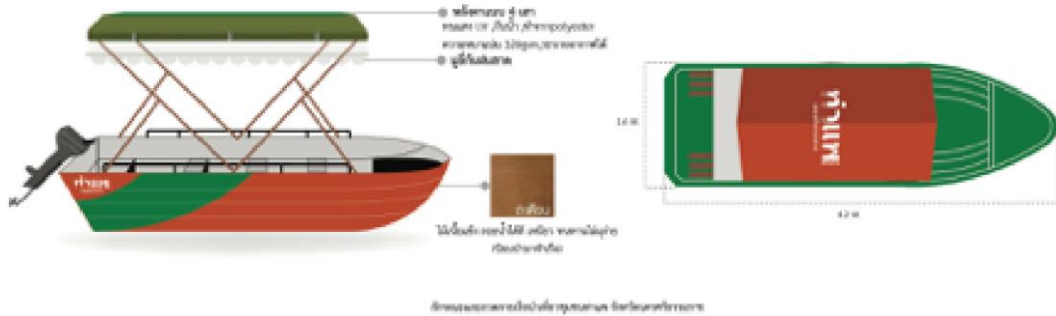


ภาพที่ 20 ผลงานการออกแบบรถโดยสาร



ภาพที่ 21 ผลงานการออกแบบเส้นทางการเดินทางรถโดยสาร

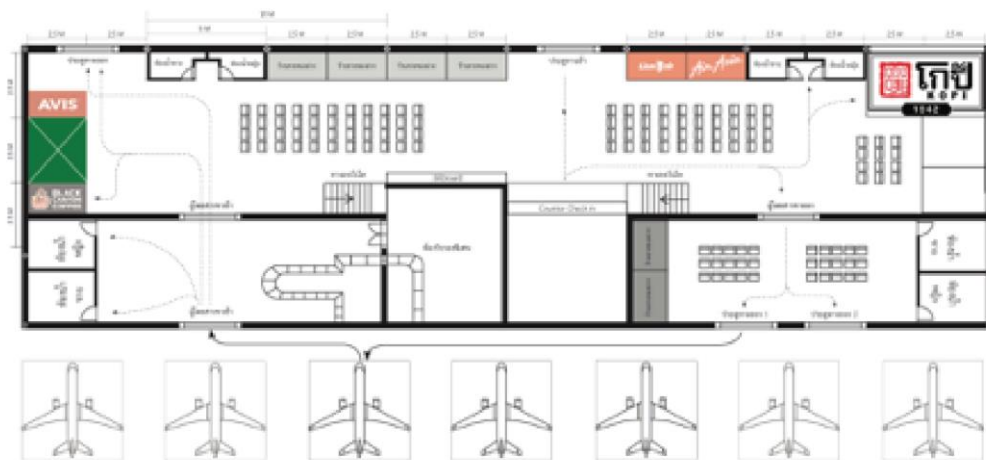
เส้นทางท่องเที่ยวแบบที่ 2 เป็นการล่องเรือโดยสาร ซึ่งเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเวลา ต้องการพักผ่อน และไม่เร่งรีบ ซึ่งประเภทของเรือท่องเที่ยวจะใช้เชื้อเพลิงไบโอดีเซลที่สกัดจากวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น น้ำมันพืช ไขมันสัตว์ ซึ่งสามารถนำมาใช้กับเครื่องยนต์ดีเซลได้ โดยเส้นทางใช้เวลาท่องเที่ยว อย่างน้อย 5 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายจ่ายในการล่องเรือในโปรแกรมนี้ แวะท่องเที่ยว 8 สถานที่ ราคา 350 บาท ร่วมกับการออกแบบเรือท่องเที่ยวที่เพิ่มฟังก์ชันของหลังคา และมู่ลี่เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพอากาศในชุมชนโดยทำขึ้นเรือและประชาสัมพันธ์ Tourism Center ซึ่งตั้งอยู่บริเวณภายในสนามบิน สำหรับการติดต่อซื้อตั๋วขึ้นเรือและศูนย์ประสานความช่วยเหลือให้นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย



ภาพที่ 22 ผลงานการออกแบบเส้นทางการเดินเรือโดยสาร



ภาพที่ 23 ผลงานการออกแบบเส้นทางการเดินเรือโดยสาร



ภาพที่ 24 แผนภาพความสัมพันธ์ของประโยชน์การใช้สอยพื้นที่บริเวณสนามบิน จังหวัดนครศรีฯ





ภาพที่ 25 ผลงานการออกแบบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 26 พื้นที่ติดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณท่าขึ้น-ลงเรือ



ภาพที่ 27 พื้นที่ติดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณภายในสนามบิน

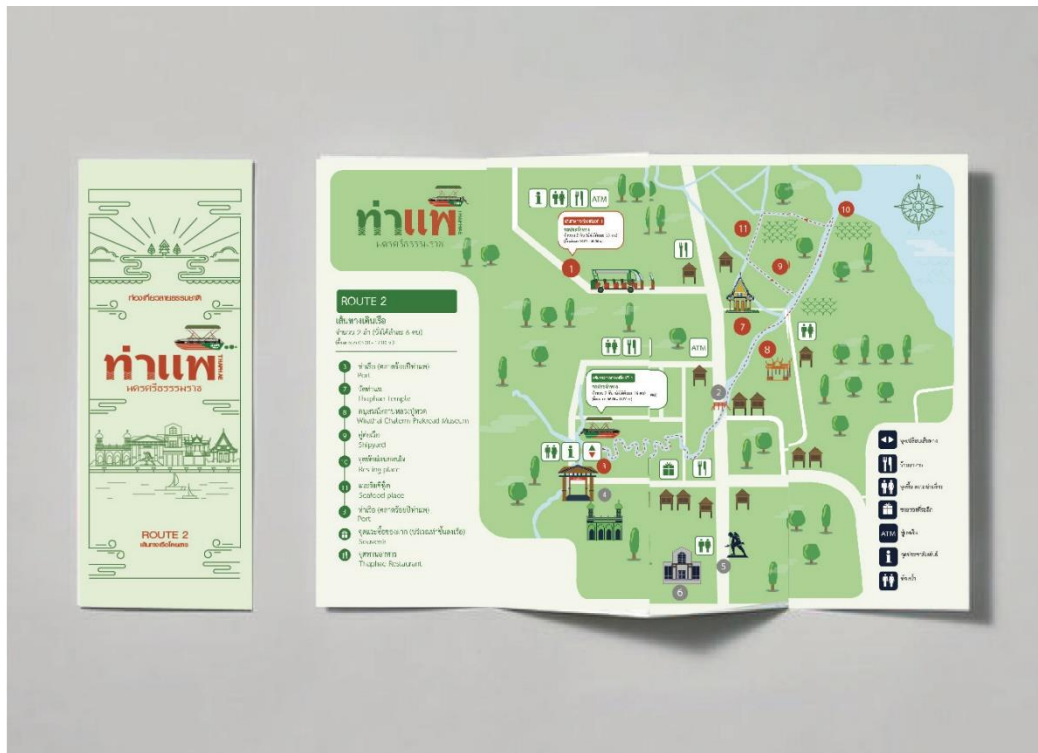
### 3) กลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์การตลาดชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการวิเคราะห์ ทฤษฎีการส่งเสริมการตลาด สื่อที่เหมาะสมกับโครงการนี้คือ การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ร่วมกัน และเกิดองค์ความรู้ในการแลกเปลี่ยนความคิด มุมมองจากการได้สัมผัสบริการท่องเที่ยว และง่ายสำหรับการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งนี่เองจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการโปรโมทการท่องเที่ยวมากขึ้น ผ่านสื่อออนไลน์ โดยการใช้ไลน์และแชร์ในการสร้างเครือข่ายในระบบของสื่อที่เป็นที่นิยม อย่าง Facebook ผ่านการ Scanner QR Cord โดยการออกแบบอัตลักษณ์ของสีและภาพสร้างเป็นสื่อผสมที่ง่ายต่อการจดจำ ผ่านหน้า Cover ดังรูปด้านล่าง



ภาพที่ 28 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ หน้า Cover Facebook





ภาพที่ 29 สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสิ่งพิมพ์แผนที่การเดินทาง  
 นอกจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ได้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง อย่างสื่อออนไลน์แล้ว สื่ออีกประเภทที่มีความสำคัญต่อการเข้าถึง และเข้าใจง่ายด้วยเช่นกันเมื่อได้เข้ามาในบริเวณพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ยังมีสื่อที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาให้ได้ทราบกิจกรรม ราคา ช่วงเวลา และสถานที่ท่องเที่ยวในการเดินทางอีกด้วย



ภาพที่ 30 การออกแบบบัตรท่องเที่ยว



ภาพที่ 31 การติดตั้งป้ายโฆษณาการท่องเที่ยวภายในสนามบินนครศรีธรรมราช  
**ส่วนที่ 3 การประเมินผล (หลังการออกแบบ)**

การประเมินผลงานออกแบบอัตลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัด นครศรีฯ จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้มีความรู้ทางการออกแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัด นครศรีธรรมราช จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. คุณสมหวัง วิเชียร ผู้นำชุมชนตลาดท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. คุณลดาวัลย์ ช่วยชาติ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัด นครศรีธรรมราช
3. คุณอภิญา สุวรรณ นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ ผอ.กลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม





ภาพที่ 32 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลการประเมินผลงานการออกแบบ จึงได้สรุปและแยกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

## 1. การสื่อสารความหมายของอัตลักษณ์ที่สะท้อนชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

**คุณอภิญา สุวรรณ** นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกอัตลักษณ์ว่า “โดยภาพรวมการออกแบบอัตลักษณ์ ร่วมของสถานที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว หากแต่การนำอัตลักษณ์ของเรือที่มาใช้ควรบ่งบอกเรื่องราวของเรือ ภายในโลกที่มีรายละเอียดมากกว่านี้

**นางสมหวัง วิเชียร** ผู้นำชุมชนตลาดท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์ ในเรื่องของการออกแบบโลโก้สัญลักษณ์ ที่อาจต้องสื่อถึงความ เป็นอยู่วิถีชีวิตของคนในชุมชนมากกว่านี้ เพื่อเป็นการแสดงตัวตนของชุมชนที่ชัดเจนขึ้น

## 2. การพัฒนาพื้นที่เพื่อการออกแบบกิจกรรมให้มีความเหมาะสม และสะท้อนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน ท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

**คุณอภิญา สุวรรณ** นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ได้แนะนำเพิ่มเติมในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรมีการรณรงค์ กระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมมากกว่านี้ ซึ่งอาจต้องมีส่วนของภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ

ในด้านงบประมาณ และร่วมประชาสัมพันธ์ที่ตีรวมด้วย จึงจะเกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างแท้จริง ในด้านของการพัฒนาพื้นที่ด้วยการออกแบบป้ายบอกทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นว่า “ป้ายควรมีความเชื่อมโยงของพื้นที่ให้ครบถ้วน เพื่อความเข้าใจและเป็นสากล” ส่วนกิจกรรมในการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการจะทำให้สอดแทรกความรู้ในการท่องเที่ยวแต่ละสถานที่มากกว่านี้ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ในการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ”

**นางสมหวัง วิเชียร** ผู้นำชุมชนตลาดท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แสดงความคิดเห็นถึงความน่าสนใจที่จะนำเอาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่ควรต้องศึกษาให้ดีและถี่ถ้วน ส่วนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แสดงความคิดเห็นถึงป้ายบอกทางที่อยากให้เข้ามาพัฒนาภายในตลาดด้วย เพื่อความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันทั้งชุมชน

**คุณดาววัลย์ ช่วยชาติ** ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครศรีธรรมราช ได้แสดงความคิดเห็นถึงการพัฒนารูปแบบในพื้นที่นอกเหนือจากตลาดท่าแพ ส่วนในด้านของกิจกรรมเชื่อมโยงพื้นที่

**คุณดาววัลย์ ช่วยชาติ** ได้แสดงความคิดเห็นเป็นห่วงในด้านของการจัดตั้งสมาคม ที่ควรจะมีผู้ตรวจสอบผลประโยชน์เพื่อความเป็นธรรมของสมาชิกและคนในชุมชน

### 3. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความเหมาะสม

**คุณดาววัลย์ ช่วยชาติ** ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครศรีธรรมราช ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ต้องจัดสรรเพื่อให้เกิดการพัฒนาในทุกส่วน ครบถ้วนอย่างเหมาะสม การเลือกใช้สื่ออาจต้องปรับเปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย จึงแนะนำไม่ควรยึดติด

**นางสมหวัง วิเชียร** ผู้นำชุมชนตลาดท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงความคิดเห็นถึงสื่อในรูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติมครบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**คุณอภิญา สุวรรณ** นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ได้แสดงความคิดเห็นเช่นเดียวกับ คุณดาววัลย์ ช่วยชาติ ในเรื่องของการจัดสรรงบประมาณในเรื่องของการทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและคุ้มค่า โดยผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบโครงการคำถามเกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประเด็นในการประเมิน	คุณสมหวัง วิเชียร	คุณลดาวัลย์ ช่วยชาติ	คุณอภิญา สุวรรณ	ค่าเฉลี่ย
<b>1.การออกแบบอัตลักษณ์ที่สื่อความหมายของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช</b>				
1.1 ความเข้าใจในสัญลักษณ์ของแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชน	5	4	5	4.66
1.2 การจัดวางองค์ประกอบที่ เหมาะสม	4	4	5	4.33
1.3 ลักษณะของสีที่บ่งบอกความ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	4	4	4	4.00
1.4 ความสวยงามและความน่าสนใจ	5	5	5	4.66
1.5 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อ ชุมชน	4	4	4	4.00
<b>2.แนวคิดการพัฒนาพื้นที่และการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ</b>				
2.1 ความเหมาะสมของช่วงเวลาใน การท่องเที่ยว	4	4	4	4.00
2.2 ความน่าสนใจในการท่องเที่ยว	5	5	5	5.00
2.3 ลำดับความต่อเนื่องของกิจกรรม	4	4	4	4.00
<b>3. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในชุมชน</b>				
3.1 ความเหมาะสมในประเภทของสื่อ ประชาสัมพันธ์	5	5	5	5.00
3.2 ความสะดวกและช่องทางการรับ ข่าวสาร	4	4	4	4.00
3.3 มีประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน	5	4	4	4.33

ภาพที่ 33 ความพึงพอใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบโครงการคำถาม

ตารางแสดงคะแนนเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลผลความคิดเห็น  
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อโครงการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช จาก  
ตารางพบว่าความพึงพอใจและการรับรู้จากการออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนท่าแพ

จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับดี-ดีมากในด้านแนวคิดการพัฒนาพื้นที่และการออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ในระดับดี-ดีมากเช่นเดียวกัน และการออกแบบสื่อที่เป็นตัวกลางในการใช้ประชาสัมพันธ์ของชุมชน เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมอยู่ในระดับดีมาก



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการวิเคราะห์จากการนำข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นคนในชุมชน 200 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน และการทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่ม จำนวน 6 คน หลังจากนั้นวัดผลความพึงพอใจต่อผลงานการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวและสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากนั้นจึงจะสามารถสรุปสาระสำคัญ และผลการศึกษาได้ดังนี้

วัตถุประสงค์และแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีดังนี้

1. ศึกษาความเป็นมาทางอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ เพื่อปรับภาพลักษณ์ทางการรับรู้ที่ดีต่อคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว
2. ศึกษาบริบทของคนในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายใต้กรอบอัตลักษณ์ในชุมชน
3. พัฒนาหาแนวทางการออกแบบ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีคุณค่าให้ยั่งยืนสืบต่อไป

จากการวิเคราะห์ตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ สามารถกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้อัตลักษณ์ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยปรับภาพลักษณ์และขยายการรับรู้เชิงคุณค่าทางวัฒนธรรม ภายในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) กลยุทธ์กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยว และส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์
- 3) กลยุทธ์ออกแบบสร้างความยั่งยืนให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช



## สรุปผลวิจัย

### ด้านกายภาพ

1. มีการพบหลักฐานอ้างอิงที่แสดงถึงการอุปสมบททางน้ำของหลวงปู่ทวด ในสมัยเอกาทศรถ บริเวณคลองท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งสามารถหาอ่านจากพงศาวดาร และหนังสือหอจดหมายเหตุได้ จึงเป็นเหตุผลที่มีสถาปัตยกรรม อย่างวัดท่าแพ และอนุสรสถานหลวงปู่ทวดนั่นเอง

2. อนุสรณ์วีรไทยพ่อจ๋า คำ ทหารรบในชุดเครื่องแบบพร้อมรบ ที่ยื่นหันหน้าออกไปจากคลองท่าแพ ไปทางทิศเหนือ มือถือดาบปลายปืนอยู่ในท่าประจัญบาน มีขนาดสูงกว่าคนจริง 2 เท่าครึ่ง ตั้งอยู่บนฐานสามเหลี่ยมภายในฐานจารึกบรรจุอัฐิทหารที่เสียชีวิตในการรบ เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2484 จำนวน 116 นาย

### สังคมและเศรษฐกิจ

ลักษณะของผังของชุมชนท่าแพ ที่มีแม่น้ำ 3 สายจากเทือกเขานครศรีธรรมราช มาบรรจบกัน มีคลองคอดไหลลงสู่ปากอ่าวไทย แสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่สร้างขึ้นในการดำรงชีวิตของการทำมาค้าขายระหว่างคนปากอ่าว และคนที่อาศัยอยู่บนเขา มาประสบพบเจอและเกิดเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนตลาดการค้า จุดขนส่ง และแหล่งคมนาคม ทำให้เกิดเป็นชุมชนที่ใครไปใครมาก็ต้องผ่านจุดชัยภูมิแห่งนี้ ซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะของชุมชนเมืองที่เป็นคอคอดแคบและลึกของเส้นทางน้ำที่มารวมกัน ทำให้เกิดเป็นตะกอนทับถมของแร่ธาตุระหว่างดินน้ำจืด และดินของน้ำเค็ม(บริเวณปากอ่าว) แสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ในดิน นอกจากนั้นลักษณะที่ตั้งของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช นั้นยึดตามแบบแผนการตั้งเมืองตามคติอินเดีย ซึ่งกำหนดว่าการตั้งเมืองจะต้องมีด้านหนึ่งเป็นภูเขาอีกด้านหนึ่งเป็นทะเลจะต้องมีประตูสี่ด้าน

ส่วนอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ นั้น เนื่องจากชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม อันสืบเนื่องจากการค้า การแลกเปลี่ยนเงินตรา และการคมนาคม ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายผู้คนจากต่างถิ่น หากแต่ก็ยังคงความสามัคคี การอยู่ร่วมกันในพื้นที่อย่างสันติสุข และเป็นมิตรจากการศึกษาได้ค้นพบว่าอัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ มีดังนี้

1) ประเพณีบุญสาทรเดือนสิบ การทำบุญให้แก่บรรพบุรุษผู้ล่วงลับไปแล้ว หรือเป็นวันรวมญาติของคนใต้ที่จะมาเจอหน้ากัน ภายในงานจะมีกิจกรรม “ชิงเปรต” ซึ่งเป็นความเชื่อของคนใต้ที่ว่าผู้ที่ชิงจะได้บุญตามไปด้วยกิจกรรมจะจัดเป็นเวลา 10 วัน 10 คืนในช่วงต้นเดือนตุลาคมของทุกปี

2) ประเพณีลอยกระทง แข่งพายเรือไทย-พุทธ และ ไทย-อิสลาม เรียบริมฝั่งตลาดท่าแพ และลำวางเวียนนครก เป็นประเพณีที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช จะร่วมใจจัดกิจกรรมขึ้นเพื่อเพิ่มสีสันในวันลอยกระทง

3) เทศกาลถือศีลตอมกฐอน เป็นการทดสอบความศรัทธาอันแรงกล้าต่อองค์พระผู้เป็นเจ้าของเจ้าที่ ประธานพระบัญญัติแก้วมณุษย์ เพื่อฝึกฝนให้มณุษย์รู้จักความอดกลั้นอดทน มีจิตใจหนักแน่น และไม่ทอดย้อย่างง่ายตายต่อความยากลำบากที่เผชิญอยู่ ณ เบื้องหน้าของชาวอิสลาม

4) เทศกาลรำลึกวีรไทย ในวันที่ 8 ของทุกปี โดยมีการจัดงานวันวีรไทยเฉลิมฉลองเป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงความเคารพและรำลึกวีรกรรมความกล้าหาญของทหาร

### ด้านสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถพบเห็นได้บริเวณปากอ่าว ป่าชายเลนบริเวณนี้เป็นแหล่งอาหารแหล่งวางไข่ และแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำวัยอ่อนนานาชนิด อีกทั้งยังเป็นแหล่งต้นกำเนิดห่วงโซ่อาหารในชายฝั่งทะเลแห่งนี้ นอกจากนี้ป่าชายเลนยังช่วยเป็นป้อมปราการธรรมชาติในการป้องกันการพังทลายของดินชายฝั่งทะเล เป็นที่กักบังลมในการพอกน้ำสกปรกบริเวณชายฝั่งให้สะอาด ซึ่งยังเป็นแหล่งที่อยู่และแหล่งอาหารของสัตว์นานาชนิด เช่น นกนางนวล นกกาน้ำ นกกระยางขาว ฯลฯ อีกด้วย

จากการวิเคราะห์พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความน่าสนใจในการลงทุน เพราะสภาพการแข่งขันที่ยังไม่สูงมาก ทำให้เกิดคู่แข่งทางการตลาดน้อย หากแต่ก็ยังเป็นลักษณะคำถามที่ต้องคิดกันต่อไป (Question Mark) ในส่วนแบ่งตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะปัจจุบันชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ยังไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักหรือได้รับความนิยมเท่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อาจต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนก่อนเป็นอันดับต้นๆ

โดยมีการจัดการเชิงกลยุทธ์ ดังนี้ เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goal) คือ อนุรักษ์พัฒนาและการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้เกิดความยั่งยืนส่งเสริมการเรียนรู้และท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

## อภิปรายผล

อัตลักษณ์ของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ที่พบเป็นอัตลักษณ์ที่มีความเชื่อมโยงกับความเป็นมาเรื่องราวของประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของคนริมฝั่งลำน้ำท่าแพ อาจเป็นเพราะชัยภูมิที่ท่าเล ทำให้มีเรื่องราวมากมาย ทรัพยากรทางวัฒนธรรมจำนวนมาก ทำให้คนในชุมชนเกิดการรับรู้และเกิดสำนึกร่วมในความเป็นคนในพื้นที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมุมมองของคนในชุมชนรู้สึกว่าเป็นเราพวกเขาแตกต่างจากเขา พวกเขาและเข้าใจว่าชุมชนของเรามีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นแตกต่างจากชุมชนอื่นอย่างไรซึ่งเป็นอัตลักษณ์ร่วมของชุมชนนั้นถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกัน สอดคล้องกับ Maclucci ได้อธิบายถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มว่าเป็นกระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคมซึ่งสำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม ทำให้การดำรงรักษาและการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เกิดจากบทบาทของสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ กับทั้งอาจเป็นเพราะการที่ผู้คนเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ตั้งแต่ 2-3 ชั่วคนสืบไป ก็เกิดสำนึกร่วมในการเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน ถึงแม้จะมีความแตกต่างทางศาสนา และวัฒนธรรมก็ตาม ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวไม่ได้มีลักษณะเพียงหนึ่งเดียว หากแต่ยังมีหลายอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคมที่คนในชุมชนเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของสไตรเกอร์ ที่ได้กล่าวว่าอัตลักษณ์หรือ Identity ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อตัวขึ้นมาจากภายในชุมชนของวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งซึ่งวัฒนธรรมนั้นก็เป็โครงสร้างทางสังคม (Social Construct) ที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวและเป็นวงจรซึ่งเรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) โดยอัตลักษณ์ของชุมชนชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พบเป็นอัตลักษณ์ร่วม หรืออัตลักษณ์ระดับสังคม อัตลักษณ์ไม่ได้มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะเป็นพลวัตที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยตัวตนหรือสิ่งที่แสดงถึงความตัวตนของชุมชนชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ถูกเชื่อมโยงเข้ากับลักษณะทางกายภาพในการเป็นพื้นที่เข้าด้วยกัน

ส่วนการออกแบบอัตลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายใต้กลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การปรับภาพลักษณ์ในพื้นที่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น การออกแบบอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากสถานที่สำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ การออกแบบป้ายบอกทาง เป็นต้น 2) กลยุทธ์กระจายพื้นที่และจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ตามช่วงฤดูท่องเที่ยว เช่น การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน และ 3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวตามช่วงฤดูกาล ฤดูร้อน (การล่องเรือ การชิมอาหารทะเล ฯลฯ) ฤดูฝน (การปลูกป่าโกงกางประจำปี การจัดกิจกรรมประเพณี งานบุญสาทรเดือนสิบตามความเชื่อชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช) เป็นต้น

ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยอัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัด นครศรีธรรมราช นั้น เป็นการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากชุมชนอื่น ไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็นอยู่ วิถีชีวิต บ้านเรือน ตลอดจนความเชื่อความศรัทธา การนำอัตลักษณ์ ชุมชนมาเป็นแนวทางของการออกแบบ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ย่อมก่อให้เกิด ผลกระทบทางบวกมากกว่าทางลบ เพราะแสดงให้เห็นถึงคุณค่า ทั้งที่เป็นคุณค่าเชิงนัย ของอดีตจน สะท้อนมาถึงปัจจุบัน จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ถึง ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการ เรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ด้วยวิธีการหาคำตอบจากการศึกษาวิจัยในด้านต่างๆ นอกจากนั้น ยังมีคุณค่าด้านความงามหรือสุนทรีย์ จากหลักฐานอ้างอิงจากเอกสารพงศาวดาร ตลอดจนคุณค่า ทางด้านเศรษฐศาสตร์ อัตลักษณ์ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งด้านความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ตลอดจนความเชื่อของคนในชุมชน เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาเป็นจุดขายเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก่อให้เกิดรายได้ สร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน โดยการกำหนดแนว ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์และสร้างความแข็งแกร่งทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ที่ คำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยยังคงรักษาความเป็นรากเหง้าวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้ และที่สำคัญ คือการเคารพความเป็นชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีกระบวนการมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน

ส่วนของความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับดีถึงดีมาก โดยกลุ่มเป้าหมายคนใน ชุมชนท่าแพให้ความสนใจและได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการผลการออกแบบที่แสดงถึงความเป็นมาและ ความสำคัญในรูปแบบแผนที่ และลักษณะเชิงสัญลักษณ์ ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายของ กลุ่ม นักท่องเที่ยว มีความสนใจในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้นจากรูปถ่ายและสื่อผสม ออนไลน์

### ข้อเสนอแนะ

1. ความเหมาะสมของช่วงเวลาในการท่องเที่ยว และราคาที่มีความเป็นธรรม ซึ่งจะส่งผลต่อ แรงจูงใจและความสนใจในการท่องเที่ยวโดยตรง
2. การเรียบเรียงประโยค และการตรวจทานในการใช้คำในข้อสรุปที่ได้ เพื่อความรัดกุมใน การอ่านและความเข้าใจในการสื่อสารที่ตรงประเด็น เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
3. ควรคำนึงถึงเชื้อเพลิงที่ใช้กับยานพาหนะในการนำเที่ยว เนื่องจากมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ

## รายการอ้างอิง

- เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์, & จิราพร ชุนศรี. (2549). อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย. กรพินธุ์ จารวรร. (2541). ศึกษาคนตรีไทยร่วมสมัยและอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญเรือน บุญกอบแก้ว, & และคณะ. (2558). ตำนานหลวงปู่ทวดในภาคใต้ของประเทศไทย. ชายชาญ ปฐมกาญจนนา, & นรินทร์ สังข์รักษา. (2558). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม ของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์.
- นายธรรมธร ศรีสุรีย์ไพศาล. (2555). การออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงอัตลักษณ์จังหวัดสมุทรสาคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นายพงษ์ศรี ภูมะธ. (2548). ตำนานชีวิตเมืองนครศรีธรรมราช (pp. 53).
- ประภาส อิทนปสาธน์. (2546). การบริหารจัดการท่องเที่ยว แบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีหมู่บ้าน โคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท), มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- พจนา ชัชวาล. (2551). การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอคำม่วน จังหวัด กาฬสินธุ์. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาว มอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลป มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พลเอกเจ้าพระยาบดินทรเดชาฯ. (2505). รวมเรื่องเมืองนครศรีธรรมราช. 2505(ครั้งที่1).
- รองศาสตราจารย์เสาวภา ไพทยวัฒน์, & คณะ. (2555). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรมชุมชน บางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมศักดิ์ สีตากลุฤทธิ์. (2545). ปัจจัยการถ่ายทอดทางสังคมเชิงวิชาชีพครูที่ส่งผลต่อเอกลักษณ์ วิชาชีพ และพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของครูแนะแนว.
- สีปศิริ แซ่ลี. (2558). การออกแบบเลขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่แสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์. (วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อินทิรา พงษ์นาค, & ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. (2558). อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณ อุทองจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อิราวัฒน์ ชมระกา. แนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตตำบลฝายหลวง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์.







ภาคผนวก



แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่อง  แสดงความคิดเห็นต่อแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  20-29 ปี  30-39 ปี  40-49 ปี  50-59 ปี  60 ปีขึ้นไป
3. สถานะ  โสด  สมรส
4. อาชีพ  นักเรียน/นักศึกษา  กิจการส่วนตัว  รับราชการ/พนักงาน  
 รัฐวิสาหกิจ  แม่บ้าน  พนักงานเอกชน  อื่นๆระบุ.....
5. ท่านคิดว่าชุมชนท่าแพ สมควรแก่การสนับสนุนให้เปิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือไม่  
 สมควร  ไม่สมควร
6. ท่านคิดว่าควรมีศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวหรือไม่  
 สมควร  ไม่สมควร

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

- 2.1 ลักษณะของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแรงจูงใจต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว
  1. อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ  
 ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์  ท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต  ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
  2. ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนท่าแพ  
 คนเดียว  กลุ่มเพื่อน  ครอบครัว  อื่นๆ.....
  3. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช  
 รถยนต์ส่วนตัว  รถมอเตอร์ไซด์  รถประจำทาง  เครื่องบิน  รถไฟ
  4. ลักษณะการท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมที่ท่านสนใจมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)  
 เน้นเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์  
 ท่องเที่ยวสบายๆ พักผ่อน กินอาหารชมวิว  
 เน้นบรรยากาศสวยๆ
1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ท่านคิดว่ามีศักยภาพในการนำออกเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ  
 สื่อบุคคล (ครอบครัว, เพื่อน, คนรู้จัก)  
 สื่อเฉพาะกิจ (แผ่นพับ, โปสเตอร์, โพรเตอร์)  
 สื่อมวลชน (วิทยุ, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร)  
 สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์, เฟสบุค, เพจรีวิวการท่องเที่ยว)

- สื่ออื่นๆ (กิจกรรมการจัดบูธท่องเที่ยว ททท.)
2. ลักษณะเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่ท่านต้องการเปิดอ่านสำหรับการตัดสินใจในการท่องเที่ยว
- เนื้อหาภาพประกอบของสถานที่ อาหาร วิถีชีวิตความเป็นอยู่
- เนื้อหาของบทความ
- ภาพเคลื่อนไหว หรือ คลิปวิดีโอสั้นๆ
3. ประเภทข้อมูลที่ท่านต้องการรับรู้ในการท่องเที่ยวชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช
- เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน
- กิจกรรม และฤดูกาลในการท่องเที่ยว
- ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาในชุมชนท่าแพ
- ประเพณี งานบุญประจำปี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ (กรุณาแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนา).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูง







ในหัวข้อ การออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีฯ คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องประเมินตามความคิดเห็นของท่านแบบประเมินนี้ เป็นการรวบรวม โดยกำหนดคะแนน มาตรฐานค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	5
ระดับความคิดเห็นมาก	4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	3
ระดับความคิดเห็นน้อย	2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	1

ประเด็นในการประเมิน	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1.การออกแบบอัตลักษณ์ที่สื่อความหมายของชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช</b>					
1.1 ความเข้าใจในสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน					
1.2 การจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม					
1.3 ลักษณะของสีที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน					
1.4 ความสวยงามและความน่าสนใจ					
1.5 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน					
<b>2. แนวคิดการพัฒนาพื้นที่และการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช</b>					
2.1 ความเหมาะสมของช่วงเวลาในการท่องเที่ยว					
2.2 ความน่าสนใจในการท่องเที่ยว					
2.3 ลำดับความต่อเนื่องของกิจกรรม					
<b>3. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในชุมชน</b>					
3.1 ความเหมาะสมในประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์					
3.2 ความสะดวกและช่องทางการรับข่าวสาร					
3.3 มีประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน					

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการของการใช้พื้นที่ “ความพึงพอใจและการสื่อความหมายในการ  
ออกแบบ” ข้อเสนอแนะ (กรุณาแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนา).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูง



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ประไพพิมพ์ พานิชสมัย
วัน เดือน ปี เกิด	30 พฤษภาคม 2534
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช
วุฒิการศึกษา	จบการศึกษาปริญญาบัณฑิตจากสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่อยู่ปัจจุบัน	2062 ถ.ราชดำเนิน ต.ท่าวัง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000
ผลงานตีพิมพ์	การจัดแสดงผลงานสร้างสรรค์ในระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 1 นิทรรศการศิลปะการออกแบบเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้มหาวิทยาลัยศิลปากร

