

การพัฒนาตลาดเก่าสามพรานให้เป็นตลาดต้นแบบไทยแลนด์ 4.0

The Development of Sam Phran Old Market to be the THAILAND 4.0

Model Market

จุฬาลักษณ์ ไพบูลย์ฟุ้งเฟื่อง¹ ชัชชาติภัช เดชจิรมณี² พรชัย ขันทะวงศ์³

และกฤษณก สุทัศน์ ณ อยุธยา⁴

Chulalak Paiboonfoongfueng¹ Chutchatiput Dachjiramanee² Pornchai Kuntawong³

and Krichkanok Sudusna⁴

^{1,4} อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{2,3} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

^{1,4} Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

^{2,3} College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

E-mail: mschulalak@gmail.com, chutchatiput.dac@rmutr.ac.th, pornchai.kun@rmutr.ac.th, mezza9k@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาตลาดเก่าสามพรานให้เป็นตลาดต้นแบบไทยแลนด์ 4.0 มีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นต้นแบบในศึกษาการพัฒนาตลาดเก่าให้สอดคล้องกับการพัฒนาไทยแลนด์ 4.0 และเพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมในตลาดเก่าสามพรานให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ศึกษาความเปลี่ยนแปลง และผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดเก่าสามพรานหลังจากที่มีการจัดการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ตลาดเก่าสามพรานให้เป็นที่รู้จัก จัดทำแผนกลยุทธ์การขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านแผนธุรกิจ ผลการศึกษา พบว่า ตลาดเก่าสามพราน เป็นศูนย์กลางการค้าริมแม่น้ำท่าจีน มีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก แต่มีความเจริญรุ่งเรืองด้วยตนเอง คนส่วนใหญ่ในบริเวณตลาดเก่าสามพรานมีอาชีพค้าขายวิถีชีวิตอยู่กับแบบเรียบง่าย ชุมชนเรียบง่ายไม่พลุกพล่าน หากมีการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดเก่าสามพราน ควรที่จะเร่งสร้างความตระหนัก ความเข้าใจและปลูกจิตสำนึกให้กับชาวชุมชนตลาดเก่าสามพรานมีความรักในธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนา ตลาดเก่า ตลาดต้นแบบ ไทยแลนด์ 4.0

Abstract

The study on “The Development of Sam Phran Old Market to be the THAILAND 4.0 Model Market” is aimed to a model in to study the development of Sam Phran old market following the development of Thailand 4.0. and the development of Sam Phran old market is can attract sustainable tourism, the study change, and impacts on the economy, society, culture, and environment. After the management of tourism to affect the lifestyle of the people in the community of Sam Phran old market.

The results show that Sam phran old market is the Trade center of Tha Chin River, it has resources natural abundant is very little is known but itself is prosperous. Most people have a trade in the old market area, Lifestyle is a simple and quiet community. If the promotion of tourism development in the old community of Sam Phran, should accelerate awareness, understanding, and Raise awareness to people of the old market community are the love of nature, society, culture, and local wisdom, which are leads to sustainable tourism.

Keywords: Development, Old Market, Model Market, THAILAND 4.0

บทนำ

ตลาดเก่าสามพราน มีตำนานเล่าต่อกันมาว่าเดิมท้องที่เหล่านี้เป็นป่ารกชัฏ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด รวมทั้งเป็นที่ชุมนุมของช้างโขลงใหญ่ด้วย ช้างโขลงนี้ชอบลงมาหากินและเหยียบย่ำจนเส้นทางกลายเป็นทางน้ำและลำคลอง จนในที่สุดชาวบ้านในสมัยนั้นได้เรียกกันว่า "คลองบางช้าง" และในบริเวณนั้นก็ได้กลายเป็นชื่อเรียกตำบลมาจนถึงปัจจุบันนี้ คือ "ตำบลบางช้าง" สำหรับโขลงช้างที่หากินในบริเวณเขตบางช้างนั้น หัวหน้าโขลงช้างเกิดตกมัน ดุร้ายมาก และได้สร้างความเสียหายโดยออกอาละวาดทำลายพืชผลของชาวบ้านจนชาวบ้านทนไม่ไหว ได้ร่วมมือกันปราบเจ้าช้างตกมันเชือกนั้น แต่ทว่าช้างตกมันเชือกนี้มีกำลังเหลือหลาย ชาวบ้านไม่สามารถปราบได้ถึงแม้จะพยายามสักเพียงใด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) ทำให้ชาวบ้านต่างหวาดระแวงในการใช้ชีวิตประจำวันรวมทั้งมีการทำลายพืชผลของชาวบ้านเป็นอย่างมาก

ในขณะนั้นได้มีนายพรานสามคนเดินทางมายังคลองปากลัด (ปัจจุบันเรียกว่า "วัดท่าข้าม") ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากเขตตำบลบางช้างมากนัก นายพรานสามคนได้เดินทางลัดคลองท่านาไปยังบริเวณที่โขลงช้างนั้นอาศัยอยู่ นายพรานทั้งสามเปรียบเสมือนอัศวินม้าขาวของชาวบ้านคลองบางช้าง ได้ทำการปราบช้างตกมันเชือกนั้นโดยใช้ความเชี่ยวชาญและความสามัคคี จนในที่สุดก็สามารถปราบช้างตกมันได้สำเร็จ ชาวบ้านจึงได้เรียกบริเวณที่นายพรานทั้งสามปราบช้างได้สำเร็จว่า "สามพราน" ซึ่งในปัจจุบันเรียกว่า "ตำบลสามพราน" และเริ่มมีการตั้งถิ่นฐานชุมชนตั้งแต่นั้นเรื่อยมา (ราชันวิรรณ บุญอนันต์, 2560) ตลาดเก่าสามพรานมีลักษณะเป็นชุมชนเก่าแก่แบบท้องถิ่นริมน้ำ ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของแม่น้ำท่าจีน มีเนื้อที่ประมาณ 12 ไร่ ลักษณะอาคารบ้านเรือนเป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นชุมชนเก่าแก่ ภายในตลาดยังคงเป็นชุมชนเล็กๆสำหรับชาวบ้าน พ่อค้า แม่ขาย มีร้านค้ามากมาย อาทิ ร้านทำทอง ร้านตัดเสื้อ เป็นต้น(การท่องเที่ยวชุมชน, 2549)

ปัจจุบัน ตลาดเก่าสามพรานยังคงเก็บรักษาบ้านและชุมชนที่มีกลิ่นอายและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 6 ไว้อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่ากาลเวลาจะนำพาความทรุดโทรมให้กับอาคารไม้โบราณเหล่านี้ก็ตาม แต่ชุมชนเองก็ยังมี การซ่อมแซม บำรุงรักษา ไว้อย่างดี และยังคงอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมโบราณไว้

กลไกขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0

กลไกขับเคลื่อน (Engines of Growth) ชุดใหม่ ประกอบด้วย

1. Productive Growth Engine ซึ่งเป้าหมายสำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (High Income Country) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และ ความคิดสร้างสรรค์ กลไกดังกล่าว ประกอบไปด้วย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ การบริหารจัดการสมัยใหม่ และการสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม กิจกรรมร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่ รวมถึงการบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการตอบโจทยความพยายามในการก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางที่ไทยกำลังเผชิญอยู่

2. Inclusive Growth Engine เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์และเป็นการกระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งที่เกิดขึ้นโดยกลไกนี้ ประกอบด้วย การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อตอบโจทยประเด็นปัญหาและความท้าทายทางสังคมในมิติต่างๆ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก การสร้างงานใหม่ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การยกระดับขีดความสามารถ การเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก และการจ่ายภาษีให้แก่ผู้มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข (Negative Income Tax) เพื่อแก้ไขกับดักรายได้ต่ำที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

และ 3. Green Growth Engine การสร้างความมั่งคั่งของไทยในอนาคต จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์การหลุดออกจากกับดักรายได้ปานกลางไปสู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน การมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน การปรับแนวคิดจากเดิมที่คำนึงถึงรายได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) หัวใจสำคัญอยู่ที่การพัฒนากระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อันจะเกิดประโยชน์กับประเทศและประชาคมโลกด้วยในเวลาเดียวกัน

ทั้ง 3 กลไกขับเคลื่อน “ประเทศไทย 4.0” ถือเป็นการปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ความมั่งคั่งอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้หลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง ซึ่งถือเป็นเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจจากการพึ่งพาการลงทุนต่างประเทศ มีการลงทุนการวิจัยและพัฒนาตัวเองน้อยมากโดยมุ่งเน้นการพัฒนาการศึกษาคน สร้างการวิจัยและพัฒนา โครงสร้างเศรษฐกิจ ให้ไทยสามารถอยู่ได้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งรัฐบาลต้องกล้าพอที่จะถอดกับดักรายได้ปานกลางจากการพึ่งพาการลงทุนต่างประเทศ เอาเทคโนโลยีของต่างชาติมา และต้องยืนอยู่บนขาตัวเองในระดับหนึ่ง เพื่อเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เกิดมูลค่าและทำให้ชุมชนเกิดการพึ่งพาตนเองได้ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของสังคมเก่า และสังคมใหม่ในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเป็นต้นแบบในศึกษาการพัฒนาตลาดเก่าให้สอดคล้องกับการพัฒนาไทยแลนด์ 4.0
2. เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมในตลาดเก่าสามพรานให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างถาวร
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่และสามารถต่อยอดการพัฒนาธุรกิจด้วยตนเอง
4. เพื่อสร้างการประชาสัมพันธ์ตลาดเก่าสามพรานให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน
5. จัดทำแผนกลยุทธ์การขับเคลื่อนการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านแผนธุรกิจ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 230 คน ได้แก่ ประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในเทศบาลเมืองสามพราน จำนวน 150 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 80 คน ที่มีการมาท่องเที่ยวในตลาดเก่าสามพราน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 สำหรับประชาชนที่มีอาศัยอยู่ในเทศบาลเมืองสามพราน และฉบับที่ 2 สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวผู้ที่มาท่องเที่ยวตลาดสามพรานโดยแต่ละฉบับมีรายละเอียดดังนี้

ฉบับที่ 1 สำหรับประชาชนแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดสามพราน โดยแบ่งเป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวตลาดเก่า ด้านการพัฒนาพัฒนาสภาพแวดล้อมในตลาดเก่าสามพราน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการพัฒนาการข้อมูลการประชาสัมพันธ์ตลาดเก่าสามพราน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามองค์ประกอบหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 6 ด้านได้แก่ ด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

ศึกษาในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว ของชุมชนท้องถิ่น และด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

ฉบับที่ 2 สำหรับนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดสามพรานเป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) กำหนดประเด็นและสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย 3) นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ 4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหาและการใช้ภาษา เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การทดสอบเครื่องมือ

2.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้าง ขึ้นต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่ศึกษา

2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ รวมทั้งข้อคำถามมีความเที่ยงตรงทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำโดยการทดลองนำแบบสอบถามไปเก็บ ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังตลาดเก่าสามพราน จำนวน 35 ตัวอย่างหลังจากนั้น จึงนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปวิเคราะห์ความเที่ยงตรง โดยใช้สถิติและ พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามในแต่ละ ด้านระดับความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม สามารถตรวจสอบได้โดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม มีค่า % Total Variance ของแบบสอบถามแต่ละด้าน มากกว่า 0.70 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach Alpha) ของแบบสอบถามทั้ง 35 ตัวอย่าง มีความเที่ยงตรง คือ มากกว่า 0.70 โดยรวมแล้วแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือได้ในระดับดีทุกปัจจัย สามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้มีการศึกษาเอกสารต่างๆ รวมถึงศึกษาดำรงที่ เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และเพื่อพัฒนาให้เกิดการออก แบบสอบถาม รวมไปถึงการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ที่เกี่ยวข้อง โดยมีการพิจารณาถึงรายละเอียด เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุม และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยได้อย่างสมบูรณ์

ผลการวิจัย

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของการกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการสำรวจข้อมูลพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ คำถามในตอนต้นที่ 1 เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ข้อมูลพฤติกรรมการใช้คำตอบที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบอยู่ที่ระดับ 4 คือ เห็นด้วย (ประมาณร้อยละ 36-67) โดยที่ระดับ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (ประมาณร้อยละ 23-61) เป็นระดับที่เลือกมากเป็นอันดับที่สอง ผลดังกล่าวสะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ของตัวแปรในระดับเห็นด้วย ก่อนไปแนวทางเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อคำถามต่างๆ

การวางผังตลาด

เป็นแผนการศึกษาที่บอกถึงเรื่องราวประวัติความเป็นมาตลาดเก่าสามพราน ตั้งแต่ได้มีการตั้งถิ่นฐานของตลาดเก่าสามพราน และได้ศึกษาเชิงลึกไปถึงวิถีชีวิตการประกอบอาชีพของชาวชุมชนตลาดเก่าสามพราน สุดท้ายแผนการศึกษานี้ได้จัดทำเป็นข้อสรุปโดยเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าใจได้ง่าย และมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น (เหมอมาลัย ราชภัฏทรี, 2544; Ke-Liang Wang, K.L., Zhao, B. Ding, L.L. and Zhuang Miao, 2020)

การพัฒนาสภาพและแผนการจัดการตลาดเก่าสามพราน

เป็นแผนการศึกษาที่มุ่งเน้นการศึกษาด้านการบริหารจัดการควบคู่กับแผนแม่บทเชิงธุรกิจ โดยยึดหลักแนวความคิดการทำให้ตลาดเก่าสามพราน สามารถบริหารงานและดำเนินงานเชิงธุรกิจจัดการรายได้ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ, 2544) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา แผนปฏิบัติการบริหาร และจัดทำเป็นแผนพัฒนาตลาดเก่าสามพราน ระยะเวลา 5 ปี (กรพิชญ์ สุมา, 2544; ญัณฐพัชร มณีโรจน์, 2560)

การออกแบบสถาปัตยกรรมศูนย์ท่องเที่ยว

เป็นผลการศึกษาที่มุ่งเน้นการศึกษาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดเก่าสามพราน และรวมถึงบริเวณโดยรอบตลาดเก่าสามพราน โดยในการศึกษานี้คณะผู้วิจัยได้ยึดหลักแนวความคิดการทำให้ตลาดเก่าสามพราน ซึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่นี้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546; ดร.ชนิ เอ็มพันธ์, 2545) โดยเป็นการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดเก่าสามพราน และพื้นที่โดยรอบ ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการท่องเที่ยว กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดทำเป็นแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวฉบับสมบูรณ์ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2542)

ประชาสัมพันธ์

เป็นแผนการศึกษาที่มุ่งเน้นการศึกษาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยยึดหลักแนวความคิดการทำให้ตลาดเก่าสามพรานเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis) กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวบริเวณตลาดเก่าสามพราน และจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ระยะเวลา 5 ปี (เดชา จันทรศิริ, 2553; เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจรรยา ขุนศรี, 2560; Zhang, J., Wang, J., Yang X., Ren, S., Ran, Q and Hao, Y, 2020)

สรุปและอภิปรายผล

การวางผังตลาด ผลการศึกษา ตลาดเก่าสามพราน มีตำนานเล่าต่อกันมาว่าเดิมท้องที่แห่งนี้เป็นป่ารกชัฏ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด รวมทั้งเป็นที่ชุมนุมของช้างโขลงใหญ่ด้วย (ภราเดช พยัมิเชีย, 2539) ช้างโขลงนี้ชอบลงมาหากินและเหยียบย่ำจนเส้นทางกลายเป็นทางน้ำและลำคลอง จนในที่สุดชาวบ้านในสมัยนั้นได้เรียกกันว่า "คลองบางช้าง" และในบริเวณนั้นก็ ได้กลายเป็นชื่อเรียกตำบลมาจนถึงปัจจุบันนี้ คือ "ตำบลบางช้าง" สำหรับโขลงช้างที่หากินในบริเวณเขตบางช้างนั้น หัวหน้าโขลงช้างเกิดตกมัน ดุร้ายมาก และได้สร้างความเสียหายโดยออกอาละวาดทำลายพืชผลของชาวบ้านจนชาวบ้านทนไม่ไหว ได้ร่วมมือกันปราบเจ้าช้างตกมันเชือกนั้น แต่หัวช้างตกมันเชือกนี้มีกำลังเหลือหลาย ชาวบ้านไม่สามารถปราบได้ถึงแม้จะพยายามสักเพียงใด (ธนกร สุวุฒิกุล, 2552)

ในขณะนั้นได้มีนายพรานสามคนเดินทางมายังคลองปากลัด (ปัจจุบันเรียกว่า "วัดท่าข้าม") ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากเขตตำบลบางช้างมากนัก นายพรานสามคนได้เดินทางลัดคลองท่านาไปยังบริเวณที่โขลงช้างนั้นอาศัยอยู่ นายพรานทั้งสามเปรียบเสมือนอัศวินม้าขาวของชาวบ้านคลองบางช้าง ได้ทำการปราบช้างตกมันเชือกนั้นโดยใช้ความเชี่ยวชาญและความสามัคคี (วิชัย

วงศ์สุวรรณ, 2555) จนในที่สุดก็สามารถปราบช้างตกมันได้สำเร็จ ชาวบ้านจึงได้เรียกบริเวณที่นายพรานทั้งสามปราบช้างได้สำเร็จว่า "สามพราน" ซึ่งในปัจจุบันเรียกว่า "ตำบลสามพราน" และเริ่มมีการตั้งถิ่นฐานชุมชนตั้งแต่นั้นเรื่อยมา ตลาดเก่าสามพรานมีลักษณะเป็นชุมชนเก่าแก่แบบท้องถิ่นริมน้ำ ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของแม่น้ำท่าจีน มีเนื้อที่ประมาณ 12 ไร่ ลักษณะอาคารบ้านเรือนเป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นชุมชนเก่าแก่ ภายในตลาดยังคงเป็นชุมชนเล็กๆ สำหรับชาวบ้าน พ่อค้า แม่ขาย มีร้านค้ามากมาย อาทิ ร้านทำทอง ร้านตัดเสื้อ เป็นต้น (วีระพล วงษ์ประเสริฐ, 2540) ปัจจุบัน ตลาดเก่าสามพรานยังคงเก็บรักษาบ้านและชุมชนที่มีกลิ่นอายและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมในสมัยรัชกาลที่ 6 ไว้อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่ากาลเวลาจะนำพาความทรุดโทรมให้กับอาคารไม้โบราณเหล่านี้ก็ตาม แต่ชุมชนเองก็ยังมี การซ่อมแซมบำรุงรักษา ไว้อย่างดี และยังคงอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมโบราณไว้ โดยตลอดปีมีกิจกรรมที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ อาทิ ประเพณีทำบุญตลาด ประเพณีทิ้งกระจาด การแสดงจ๊ว (เนออน ศรีสมยง, 2545; ธวัชชัย ศุภดิษฐ์, 2562)

การพัฒนาสภาพและแผนการจัดการตลาดเก่าสามพราน ผลการศึกษา จากการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผนธุรกิจ (นภวรรณ ฐานะกาญจน์, 2545; อีราพร ทองปัญญา, 2561) สามารถสรุปและแสดงแนวทางในการดำเนินงานและกิจกรรมที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ จะดำเนินการ โดยสาระสำคัญของแผนปฏิบัติการบริหาร (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และนนทิกค์ เพียรโรจน์, 2561) จะแสดงให้เห็นถึงการแปลงประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางในการพัฒนาโครงการฯ ไปสู่ กิจกรรมและแนวทางในการดำเนินงาน (ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาส วงศ์พงศบุตร, 2547) สามารถสรุปรายละเอียดโครงการ/กิจกรรมของแผนปฏิบัติการบริหาร ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาและฟื้นฟูตลาดเก่าสามพราน อย่างยั่งยืน ได้แก่

1. การพัฒนาลุ่มน้ำท่าจีนโดยรอบตลาดเก่าสามพราน
2. การปรับปรุงสถานที่ ภูมิทัศน์เพื่อพัฒนาตลาดเก่าสามพราน
3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านคมนาคมเข้าถึงให้มีจำนวนเส้นทางที่หลากหลาย /เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มากขึ้น
4. การพัฒนาพื้นที่สีเขียวของเด็ก

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวและสินค้า บริการ ได้แก่

1. การพัฒนามรดกวัฒนธรรมแม่กลองสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. การผลิตของที่ระลึก
3. การพัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจรเบ็ดเสร็จ
4. การอนุรักษ์ ฟื้นฟู ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. โครงการพัฒนาศูนย์จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. การจัดทำแผนการสร้างเสริมอัตลักษณ์เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับโครงการโดยภาพรวม
2. โครงการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ
3. โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การบริหารจัดการเสริมสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนให้แหล่งท่องเที่ยว

1. การบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวตลาดเก่าสามพราน
2. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในสาขาท่องเที่ยว
3. การเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปิดเสรีภาคบริการด้านการท่องเที่ยวของ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ประสบความสำเร็จเกิดจากการพัฒนา การวางแผนอย่างรอบคอบของผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าดึงดูด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีการวางแผนมาเป็นอย่างดีสามารถนำไปปฏิบัติให้กับ นักท่องเที่ยวเป็นการสร้างแรงดึงดูด ในการที่จะสนใจผลิตภัณฑ์ของชุมชน การสื่อสารในรูปของบรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้แก่ ข้าวแต่นทอด ครองแครงกรอบ ต่างๆ เหล่านี้ ควรมีการเข้ามาพัฒนาของผู้ที่มีความรู้ ความสามารถด้านผลิตภัณฑ์และการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน เป็นการมุ่งเน้นทางด้านเศรษฐศาสตร์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการนำเทคโนโลยีในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น (Huang, S., Wang, G., Lei, D. et al., 2020)

การออกแบบสถาปัตยกรรมศูนย์ท่องเที่ยว ผลการศึกษา จากการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดเก่าสามพราน พบว่า พื้นที่ตลาดเก่าสามพราน ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน เป็นถนนคอนกรีตพื้นผิวเรียบในสภาพดี ขนาด 2 ช่องทางจราจร มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ไม่มากนัก มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแบบไป-กลับได้ภายใน 1 วัน เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ที่มีระยะเวลาจำกัดของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง และมีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 23 กม.เท่านั้น ทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปได้ง่าย (พิษณุ วงษ์เกษม, 2548) และปลอดภัยต่อการขับขี่ แต่ยังมีจำนวนเส้นทางในการเข้าถึงจำกัดและไม่ได้อยู่ในเส้นทางหลักของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับ ความนิยมของจังหวัด อีกทั้งจำนวนป้ายบอกทางและป้ายประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอ และไม่อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น ชัดเจน ทำให้มีผลต่อการเดินทางมาเยี่ยมเยือนของนักท่องเที่ยว (วาลิกา แสนคำ, 2540) โดยเฉพาะผู้ที่ไม่ชำนาญเส้นทาง แต่ด้วยพื้นที่บริเวณตลาดเก่าสามพราน (นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2561) และโดยรอบซึ่งเป็นศูนย์ราชการ ทำให้ตลาดเก่าสามพรานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีสถานที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอ แต่ยังคงขาดการวางแผนด้านการบริหารจัดการสถานที่จอดรถ และสถานที่ประกอบการค้า ที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว (Editor of Elsevier, 2021) และศักยภาพในการดึงดูดใจด้านความสะดวกในการเข้าถึงตลาดเก่าสามพราน มีศักยภาพในระดับปานกลาง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพและจุดเด่นของตลาดเก่าสามพราน พบว่า ตลาดเก่าสามพราน มีศักยภาพในการดึงดูดใจด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในระดับปานกลางค่อนข้างสูง อีกทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภายหลังจากการปรับปรุงพื้นที่เสร็จสมบูรณ์ สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานโดยรอบเช่น ห้องน้ำ ไฟฟ้า และสนามกีฬา เป็นต้น จะทำให้พื้นที่ตลาดเก่าสามพราน กลายเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่ ที่ได้รับความนิยม นอกจากนี้ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสื่อถึงคุณค่าด้านวิถีชีวิตริมสายน้ำที่เป็นเอกลักษณ์ได้เป็นอย่างดี (พรณี จุฑานนท์, 2546) ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังไม่มีความหลากหลาย อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เชื่อมโยงตลาดเก่าสามพราน เข้ากับวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ในจังหวัด ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงรุก รวมทั้งยังไม่มีจุดเด่นและความต่อเนื่องที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ เช่นเดียวกับการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักนั้น พบว่า ต้องพัฒนารูปแบบให้เป็นที่น่าสนใจไปพร้อมๆ กับการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายและตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งต้องใช้งบประมาณด้านการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างจำกัด นอกจากนี้ในด้านการเสริมสร้างให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวที่ตลาดเก่าสามพราน ของชุมชนในท้องถิ่นนั้น พบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีการดำเนินการอยู่ อย่างไรก็ดี ภายใต้อำนาจจัดด้านงบประมาณและส่วนหนึ่งมาจากการขาดความรู้ของชุมชนในการบริหารจัดการด้านการตลาด ขาดประสบการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการเชื่อมโยงความรู้ในท้องถิ่น (ปรีชาญาณ นักพ่อน, 2547) เทคโนโลยีพื้นบ้านและผลผลิตทางการเกษตร เพื่อการเสริมสร้างให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวที่ตลาดเก่าสามพราน ของชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่สำนึกรักและหวงแหนบ้านเกิด จึงจำเป็นในการให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกและความต้องการมีส่วนร่วมให้ชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวตลาดเก่าสามพราน อย่างเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนต่อไป จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการบริหารจัดการ ในมิติของการให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตลาดเก่าสามพราน มีศักยภาพในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ (วัลย์ลิกา จงปัดนา, 2553)

ประชาชนสัมพันธ์ ผลการศึกษา จากการวิเคราะห์พบว่า ตลาดเก่าสามพราน มีจุดแข็งในเรื่องความเป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นเฉพาะตัว ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมได้ อีกทั้งตลาดเก่าสามพราน ยังตั้งอยู่ในจังหวัดที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Zenker, S., Braun, E. & Peterson, S, 2017) มีวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตต่างๆ อยู่กับสายน้ำ ทั้งนี้ทางจังหวัดยังมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งสื่อภาครัฐและภาคเอกชน หรือประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายความร่วมมือการท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ควรทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ หรืออาจให้สื่อเทคโนโลยีทางการตลาดสมัยใหม่มาเป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เช่น Facebook, Instagram, Google, Twitter, Blogger, Whatsapp, Line เป็นต้น เป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ แต่ยังคงมุ่งเน้นการใช้ช่องทางหลักๆ ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรทัศน์ ซึ่งนับว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสูง (เสรี วงศ์ไพจิตร, 2534; Rodrigues, C., Skinner, H., Dennis, C. & Melewar, T. C., 2019)

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *การดำเนินงานเรื่อง Ecotourism ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อัมรินทร์.
- การท่องเที่ยวชุมชน [ออนไลน์]. (2549). จาก <http://www.communitytourism.net/aboutusl.php>
- กรพิชญ์ สุมา. (2544). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ.
- เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ และจรรยา ขุนศรี. (2560). การวิเคราะห์อัตลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 12(2), 121-143.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *โครงการวิถีชีวิตวิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ. (2544). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขตลุ่มน้ำแม่แตง* (รายงานการวิจัย).
- เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2542). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกลุ่มแม่น้ำกก*. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- เกษมฉาย ราชภัฏทักษิณี. (2544). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-46
- เดชา จันทศิริ. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวตามเทศกาลของจังหวัดสุพรรณบุรี*. โครงการวิจัยงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2553. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ดรชนัน งามพันธ์. (2545). *การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. ในเอกสารประกอบการสัมมนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการสัมมนาหัวหน้าอุทยานและวนอุทยาน ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธนกร สุวดีกุล. (2552). ความพร้อมและศักยภาพขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระนองในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. การศึกษาอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธีรพร ทองปัญญา. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์*, 48(2), 181-201.
- ธวัชชัย ศุภดิษฐ์. (2562). *แนวทางการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่การเป็น สปาทางของอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่* (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นิออน ศรีสมยง. (2545). *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15*.
- นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นำขวัญ วงศ์ประทุม. (2561). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมู่บ้านาวี จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2), 132-150.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development).
กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปรีชาญาณ นักพ่อน. (2547). การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขารัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรณี จุฑานนท์. (2546). รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาทะเล หมู่ ๕ ตำบลชัยชุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์การวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น, สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์.
- พิษณุ วงษ์เกษม. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาส วงศ์พงศบุตร. (2547). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์ (พิมพ์ครั้งที่ 6).
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภราเดช พยัฒวีเชียร. (2539). พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15(2), 22.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รัชนิวรรณ บุญอนันต์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมรดกทางวัฒนธรรมตำบลไทรตรังซ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารการวิจัยกาสะลองคำ*, 11(3), 267-278.
- วิชัย วงศ์สุวรรณ. (2555). การพัฒนารูปแบบหลักสูตรรายวิชาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. *คุณิพนธ์ปรัชญาคุษบัณฑิต*, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วีระพล วงษ์ประเสริฐ. (2540). การวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาลิกา แสนคำ. (2540). การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัลย์ลิกา จงปटना. (2553). แนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พิมายหลัง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และนนทิกัด เพียรโรจน์. (2561). การสร้างตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างยั่งยืน (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เสรี วงศ์ไพจิตร. (2534). ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวไทย. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 6(1), 2.
- สมพุทธ ธุระเจน. (2440). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: พี.พี.พรีนท์.
- Editor of Elsevier. (2021). Technology policy for the sustainable development goals: From the global to the local level. *Technological Forecasting & Social Change*, 162(2021) 120410.
- Huang, S., Wang, G., Lei, D. et al. (2020). Toward digital validation for rapid product development based on digital twin: a framework. *Int J Adv Manuf Technol* 119, 2509–2523 (2022).
<https://doi.org/10.1007/s00170-021-08475-4>
- Ke-Liang Wang, K.L., Zhao, B. Ding, L.L. and Zhuang Miao. (2020). Government intervention, market development, and pollution emission efficiency: Evidence from China. *Science of the Total Environment*. STOTEN-143738; No of Pages 12

- Rodrigues, C., Skinner, H., Dennis, C. & Melewar, T. C. (2019). Towards a theoretical framework on sensorial place brand identity. *Journal of Place Management and Development*, 13(3), 273-295.
- Zhang, J., Wang, J., Yang X., Ren, S., Ran, Q and Hao, Y. (2020). Does local government competition aggravate haze pollution? A new perspective of factor market distortion. *Socio-Economic Planning Sciences*, 76(9), 1-13
- Zenker, S., Braun, E. & Peterson, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, 58, 15-27.



เปิดรับสมัครนักศึกษา
RCIM
COLLEGE OF INNOVATION MANAGEMENT
วิทยาลัยนวัตกรรมจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

M.B.A. M.P.A. M.Ed. D.B.A D.P.A. Ph.D. (Educational Administration Innovation)