

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน
โดยวิธี Delphi : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

THE STUDY OF TOURISM IMPACT ON COMMUNITY IDENTITY BY DELPHI
TECHNIQUE : CASE OF AMPHAWA COMMUNITY,
CHANGWAT SAMUT SONGKHRAM



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 129121
รับ, เดือน, ปี... 27 11 2556

b. 12539561
i.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2556

KMITL-2013-AR-M-001-018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PHILOSOPHY AND THE HISTORY OF IDEAS
PHILOSOPHY AND THE HISTORY OF IDEAS
PHILOSOPHY AND THE HISTORY OF IDEAS



000000

000000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

THE STUDY OF TOURISM IMPACT ON COMMUNITY IDENTITY BY DELPHI
TECHNIQUE : CASE OF AMPHAWA COMMUNITY,
CHANGWAT SAMUT SONGKHRAM



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF URBAN AND REGIONAL PROGRAM IN URBAN AND ENVIRONMENTAL PLANNING
FACULTY OF ARCHITECTURE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2013

KMITL-2013-AR-M-001-018

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2013

FACULTY OF ARCHITECTURE

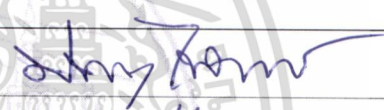


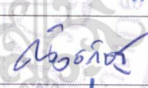
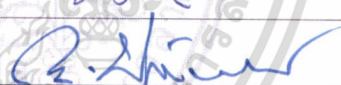
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนโดยวิธี Delphi กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
THE STUDY OF TOURISM IMPACT ON COMMUNITY IDENTITY BY DELPHI TECHNIQUE : CASE OF AMPHAWA CHANGWAT SAMUT SONGKHRAM

นักศึกษา นางสาวศิริลักษณ์ เมฆอ่อน
รหัสประจำตัว 51062101
ปริญญา การวางแผนภาคและเมืองมหาดบัณฑิต
สาขาวิชา การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ปนายุ ไชยรัตนานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิชา เพชรานนท์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
อาจารย์ ดร.ปนายุ ไชยรัตนานนท์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิชา เพชรานนท์	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาลินี ศุภรัตน์เมธี	
อาจารย์ ดร.ณัฐกฤษฐ์ นบมอบ	
รองศาสตราจารย์ ดร.นิตชาญ ปลื้มอารมย์	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 19 เมษายน 2556 เวลา 13.00 น.

สถานที่สอบ กลุ่มวิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์รับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ณัฐสนอง รัตนสุนทรากุล)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

วันที่...30...เดือน...พฤษภาคม...พ.ศ...2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษามลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน
โดยวิธี Delphi : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา
จังหวัดสมุทรสงคราม

นักศึกษา

นางสาว ศิริลักษณ์ เมฆอ่อน

รหัสนักศึกษา

51062101

ปริญญา

การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม

พ.ศ.

2556

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร. ปนายุ ไชยรัตนานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิชา เพชรานนท์

บทคัดย่อ

ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวอัมพวา เป็นชุมชนที่มีต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมสูง หากแต่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทั้งด้านการส่งเสริมการสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่ (Place Branding) จากอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าสามารถการรับรู้ต่อสถานที่ (Sense of Place) ผ่านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนรู้จักมากขึ้น แต่อีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ชุมชนถูกลดทอนคุณค่าที่สำคัญ ด้วยการสร้างเลียนแบบเพื่อเป็นสินค้าการท่องเที่ยว โดยขาดการคำนึงถึงรากเหง้าที่เกิดจากวิถีดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์ที่ไม่แท้จริง (Inauthentic) และไม่สอดคล้องกับหลักนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษานี้จึงนำเสนอผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยการใช้เทคนิค Delphi และการสัมภาษณ์นักอนุรักษ์ชุมชน นักวิชาการด้านวัฒนธรรม เพื่อประกอบการวิเคราะห์

ผลจากการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ ทั้ง 3 กลุ่ม คือกลุ่มกายภาพ กิจกรรมบนพื้นที่/ และการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ โดยภาพรวม ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว โดยนโยบายการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งได้ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางกายภาพของชุมชนอัมพวาด้วยการพลิกฟื้นอัตลักษณ์ตลาดน้ำเพื่อสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่ (Place Branding) แต่อีกด้านหนึ่งแนวนโยบายด้านการพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวได้ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนด้วยการเกิดสิ่งปลูกสร้างใหม่ๆ ซึ่งทำให้ต้องรื้อถอนบ้านไม้พื้นดินบางส่วนออกไป สำหรับอัตลักษณ์ด้านการใช้พื้นที่/กิจกรรม พบว่านโยบายการท่องเที่ยวได้ส่งเสริมพืชผลเศรษฐกิจพื้นถิ่น รวมถึงการเป็นศูนย์กลางอาหารทะเลให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันได้ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออยู่ใต้เห็นแจ้งขอประนีประนอมการนำ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และข้อมูลอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลียนแบบวิถีชีวิตที่แท้จริงของชาวบ้านในอดีตบริเวณตลาดน้ำคลองอัมพวา แต่ปัจจุบันเป็นคนนอกพื้นที่มาค้าขายสินค้าตามสมัยนิยม ซึ่งไม่ใช่อัตลักษณ์ที่แท้จริง นอกจากนี้ นโยบายการท่องเที่ยวได้ส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ โดยการรักษาความหมายของเมืองด้วยการอนุรักษ์ประเพณีโดยเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ให้เกิดความยั่งยืน แต่คุณค่า อัตลักษณ์บางส่วน เช่น ความเป็นเวนิสตะวันออกเมืองไทยเป็นความหมายที่ใช้สื่อถึงชุมชนถูกลดคุณค่าลงเนื่องจากวิถีวัฒนธรรมชาวคลองเปลี่ยนแปลงไป ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าดังนั้นภาครัฐควรทบทวนแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว และควรมีมาตรการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมเพื่อป้องกันไม่ให้อัตลักษณ์สูญหายหรือถูกทำลาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และตั้งกฏอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis	The Study of Tourism Impact on Community Identity by Delphi Technique : Case of Amphawa Community, Changwat Samut Songkhram
Student	Miss Siriluk Mek-on
Student ID	51062101
Degree	Master of Urban and Regional Planning
Program	Urban and Environmental Planning
Year	2013
Thesis Advisor	Dr. Panayu Chairatananond
Co-Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Monsicha Bejrananda

ABSTRACT

Amphawa is a community with high recognition of its socio-cultural capital. The community, however, has been affected by the tourism policy aimed to promote the community as a new tourist destination. Though the policy has caused the creation of community's place branding, it also caused the devaluation of community's identity. Several communities' valued identities are imitated and reproduced for tourism consumption with no respect to the community's original ways of life resulting the inauthentic identity and inconsistency of sustainable tourism development policy. This research aims to investigate the identity of Amphawa community and tourism impact on its identity. Delphi techniques as well as interviewing local residents and culturalists are used as tools for the analysis.

The results indicate the impact of tourism development on three dimensions of community identities, physical identity, activity system, and symbolic meaning. Tourism development policy in Amphawa has revived the old floating market as a new brand identity of the community. On the other hand, the tourism development has caused the new modern construction in the community that consequently result the destruction of some old houses. Regarding to the activity system, local agricultural products are promoted and put on sell in the floating market. This kind of policy, though positively affect the economy of the community as a whole, it damage the original ways of

plantation and orchards in Amphawa. Finally, though several customs and tradition are revived and transformed to a new festival of the community, the community's original way of canal living of Amphawa is devalued and diminished. The study also suggests that government should review the tourism development policy by emphasizing more on the issue of community identity especially when dealing with communities with long history and high cultural values.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจากคณะอาจารย์ หลักสูตรการวางแผนภาคและเมือง สาขาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จึงขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ปนายุ ไชยรัตนานนท์ ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.มนสิชา เพชรานนท์ ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ตลอดจน อาจารย์ รศ.ดร.นิติชาญ ปลื้มอารมณฺ์ อาจารย์ ผศ.ดร.สาลินี ศุภรัตน์เมธี อาจารย์ ดร.ณัฐกษิษฐ์ นบนอบ ซึ่งเป็นคณะอาจารย์ที่ให้ทั้งความรู้ คำแนะนำตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกชั้นตอน เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้มีความสำเร็จและสมบูรณ์มากที่สุด

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาด้านวิชาการที่ได้ให้ความรู้ตลอดภาคการศึกษา อาจารย์ รศ.ดร. นพดล สหชัยเสรี อาจารย์ ดร.นันทนา ศิริประภาศิริ อาจารย์ ผศ.ชาญวิทย์ พงษ์ขวัญ อาจารย์ อาจารย์ ผศ.ดร.วันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ อาจารย์ ดร.ประพัทธ์พงษ์ อุปลา และรวมถึงคณะอาจารย์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น

ขอกราบขอบพระคุณ นายธนน เวชกรกานนท์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสงคราม อาจารย์ รศ.วัชรวิ วัชรสินธุ์ ผศ.ดร. อริสรา เสยานนท์ อาจารย์ปริญญ์ ขวัญสุวรรณ คุณรังสิมา รอดรัศมี คุณสุรจิต ชิรวเทย์ ร.ท.พัชโรดม อุณสุวรรณ คุณวารี ยอดครุฑ อาจารย์สนม ผิวงาม อาจารย์สมาน แก้วละเอียด อาจารย์ปรีชา แจ้บหยุด อาจารย์ อุษา เทียนทอง คุณธีรภาพ โลหิตกุล คุณชยันต์ อยู่ศิริ นายก๊กก้อง เสือดี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำสัมภาษณ์แนะนำ การสืบค้นข้อมูล เอกสารวิชาการ และเอกสารทางราชการตลอดจนการให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ 45 ท่าน และเจ้าหน้าที่หอการค้าจังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาชุมชน จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)เจ้าหน้าที่สำนักงานข่าว Astv

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา คุณธานินทร์ เมฆอ่อน คุณธวัชชัย เลิศปิยะ และขอขอบคุณ คุณธวัชชัย บัวขาว คุณไพจิตร ประดิษฐ์ผล ตลอดจนหลักสูตรการวางแผนภาคและเมืองรุ่นที่ 23 ทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

ศิริลักษณ์ เมฆอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.4 วิธีการศึกษา.....	7
1.4.1 กำหนดวิธีการศึกษา.....	7
1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	7
1.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	7
1.4.2.2 สรุปผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	8
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	9
1.6 คำสำคัญ.....	9
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	10
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	12
2.1 ทฤษฎีอัตลักษณ์.....	13
2.1.1 ระบบสัญลักษณ์กับความหมาย.....	14
2.2 แนวคิดอัตลักษณ์สถานที่.....	15
2.2.1 องค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่.....	16
2.2.2 องค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	17
2.3 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าให้กับสถานที่ท่องเที่ยว (Strategic Place Branding Elements).....	19
2.3.1 การสร้างแบรนด์อัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว (Brand Identity).....	20
2.3.2 ความแท้จริงและสถานที่ท่องเที่ยว (Authenticity and Tourism).....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์จากเอกสารนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3	อัตลักษณ์การท่องเที่ยว (The Touristic Identity).....	23
2.4	การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development).....	24
2.4.1	แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	25
2.4.2	ผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	26
2.4.2.1	ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านลบ.....	27
2.4.2.2	ผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านบวก.....	28
2.5	Delphi Methodology	30
2.5.1	คุณลักษณะเทคนิคเดลฟาย.....	31
2.5.2	ข้อดีเทคนิคเดลฟาย.....	32
2.5.3	ข้อเสียเทคนิคเดลฟาย.....	33
บทที่ 3	ระเบียบการวิจัย.....	34
3.1	การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือ.....	34
3.1.1	การศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	34
3.1.2	การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	36
3.2	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
3.2.1	การวิเคราะห์อัตลักษณ์และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว ต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	36
3.2.1.1	สร้างแบบสอบถามตามแนวคิดองค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่.....	36
3.2.1.2	วิเคราะห์ผลคำตอบจากแบบสอบถามทั้ง 3 รอบ.....	36
3.2.2	เกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ.....	36
3.2.2.1	บุคคลภายใน/ภายนอกชุมชน/เจ้าหน้าที่รัฐ.....	36
3.2.2.2	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ	36
3.2.3	การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล โดยวิธี Delphi.....	37
บทที่ 4	ผลการศึกษาและอภิปรายผล.....	45
4.1	รอบที่ 1 อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนได้ชัดเจน.....	45
4.1.1	อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	48
4.1.2	อัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่	52
4.1.3	อัตลักษณ์ชุมชนการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	55
4.2	การจัดอันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น.....	56

4.2.1	การจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ.....	58
4.2.2	การจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่.....	62
4.2.3	การจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์ กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์.....	66
4.3	การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์.....	69
4.3.1	ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ.....	69
4.3.2	ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่.....	74
4.3.3	ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์.....	76
4.4	การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	80
4.4.1	การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ.....	81
4.4.2	การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรม บนพื้นที่.....	86
4.4.3	การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มการสื่อ ความหมายสัญลักษณ์.....	88
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	90
5.1	สรุปการศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	90
5.1.1	อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน.....	90
5.1.2	สรุปผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	91
5.2	ข้อเสนอแนะ.....	93
5.2.1	แนวทางการพัฒนาชุมชนอัมพวาด้านการท่องเที่ยว.....	94
5.2.1.1	กำหนดแผน นโยบายด้านการท่องเที่ยว.....	94
5.2.1.2	การวางแนวทางป้องกันอัตลักษณ์.....	94
5.2.1.3	กระบวนการวางแผนและนโยบาย.....	94
5.2.2	แนวทางการพัฒนาชุมชนอัมพวาด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์.....	94
5.2.2.1	กำหนดแผน นโยบาย.....	95
5.2.2.2	การวางแนวทางส่งเสริมการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์ที่แท้จริง.....	95
5.2.2.3	การประยุกต์สร้างกรอบยุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์สถานที่ให้กับ แหล่งท่องเที่ยว.....	95
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป.....	95

5.3.1 การศึกษาอัตลักษณ์โดยวิธี Delphi.....	96
5.3.1.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรทำ Delphi.....	96
5.3.1.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรประยุกต์การทำแผนที่แสดง อัตลักษณ์ที่สำคัญ.....	96
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก	104
ประวัติผู้เขียน.....	140



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงตัวแปรและเครื่องมือการเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนได้ชัดเจน โดยวิธี Delphi รอบที่ 1.....	42
3.2 แสดงตัวแปรและเครื่องมือการเก็บข้อมูลการจัดลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว โดยวิธี Delphi รอบที่ 2.....	43
3.3 แสดงตัวแปรและเครื่องมือการเก็บข้อมูลการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว โดยวิธี Delphi รอบที่ 3.....	44
4.1 แสดงความชัดเจนระดับอัตลักษณ์ด้านด้านกายภาพ.....	47
4.2 แสดงความชัดเจนระดับอัตลักษณ์ด้าน/กิจกรรมบนพื้นที่.....	51
4.3 แสดงความชัดเจนระดับอัตลักษณ์ด้านความหมาย/สัญลักษณ์.....	53
4.4 แสดงผลวิเคราะห์การจัดลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นกลุ่มกายภาพ.....	57
4.5 แสดงผลวิเคราะห์ลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นกลุ่มการใช้พื้นที่/กิจกรรม.....	62
4.6 แสดงผลวิเคราะห์อันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นกลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์....	65
4.7 แสดงผลวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ.....	72
4.8 แสดงผลการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่.....	74
4.9 แสดงระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	78
5.1 แสดงสรุปผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา.....	91

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงอัตลักษณ์ที่ปรากฏภายในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	6
1.2 แสดงกรอบการวิจัย.....	11
3.1 แสดงองค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่.....	35
3.2 แสดงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ.....	37
3.3 แสดงกระบวนการวิธี Delphi.....	38
3.4 แสดงกระบวนการ Delphi รอบที่ 1	39
3.5 แสดงกระบวนการ Delphi รอบที่ 2.....	40
3.6 แสดงรายละเอียดวิธีวิจัย Delphi รอบที่ 3.....	41
4.1 แสดงแนวทางการควบคุมการใช้ที่ดินและอาคาร.....	82
4.2 แสดงทัศนียภาพเรือนแถวไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวาก่อนถูกรื้อถอนบางส่วน.....	82
4.3 แสดงทัศนียภาพเรือนแถวไม้พื้นถิ่นถูกรื้อถอนเพื่อสร้างโรงแรมระดับห้าดาว.....	82
4.4 Amphawa Brand เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ทั่วโลก.....	85
4.5 แสดงภาพจำลองเหตุการณ์วิถีชีวิตชาวบ้านที่ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวาในอดีต	87
4.6 แสดงวิถีชีวิตการค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	87

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัตลักษณ์ชุมชน (Community Identity) คือฐานทรัพยากรอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2552 ได้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมภายในประเทศมาใช้เพื่อเป็นพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่สะท้อนคุณลักษณะที่แท้จริงของสถานที่ (True identity of place) ให้เห็นได้ในหลายลักษณะ ได้แก่ ลักษณะกายภาพ เช่น รูปร่างสิ่งปลูกสร้าง ลักษณะทางภูมิศาสตร์ องค์ประกอบสภาพแวดล้อม ผสมผสานการดำเนินวิถีชีวิต กิจกรรม และวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อใดที่สถานที่นั้นๆ เกิดการจดจำและสามารถตีความหมายของสถานที่ไปในทิศทางเดียวกันได้ นั้นหมายความว่า อิทธิพลของอัตลักษณ์ ณ สถานที่นั้นมีความชัดเจนสูง (Noordman, T.B.J., 2004) หากมองโดยภาพรวมอัตลักษณ์คือลักษณะเฉพาะของสถานที่ ที่เกิดขึ้นและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบการยอมรับของชุมชนที่มีการปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน จนเกิดเป็นเอกลักษณ์ (Morgan, Pritchard, 1998) เสมือนเป็นมรดกที่สำคัญของสถานที่ในการแสดงออกให้สังคมตนเองหรือสังคมอื่นๆมองเห็นและรำลึกได้ในลักษณะของการมีอยู่ของสังคมเจ้าของอัตลักษณ์นั้น แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้คนทั่วไปหรือผู้คนที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกันไม่สามารถรำลึกถึงตัวตนของชุมชนนั้นได้ ย่อมมีความหมายในตัวของมันเองว่าชุมชนนั้นหมดความหมายต่อระบบทางสังคมไปแล้ว หรือไม่ได้เป็นชุมชนนั้นอีกต่อไป

ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีคุณลักษณะพิเศษด้านสภาพภูมิศาสตร์ปรากฏเด่นชัดประกอบขึ้นด้วยลักษณะกายภาพบนพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลอ่าวไทยรวมตัวกับแม่น้ำแม่กลองที่ไหลผ่านกลางจังหวัดประกอบกับการได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลขึ้น-ลงในแต่ละวัน ส่งผลให้พื้นที่มีสภาพเป็นเมืองสามน้ำ คือ เขตน้ำเค็ม น้ำจืด และน้ำกร่อย ที่มีอิทธิพลในการกำหนดลักษณะวิถีชุมชนตั้งแต่การตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลองที่เกิดจากภูมิปัญญาการเรียนรู้สภาพแวดล้อมทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆบนพื้นที่ที่สอดคล้องกับสภาพธรรมชาติและถ่ายทอดภูมิปัญญาความรู้ที่มีการปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา ดังเช่น ลักษณะการปลูก บ้านเรือนไทยขนานไปตามสองฝั่งคลอง แสดงถึงภูมิปัญญาที่มีความสัมพันธ์กับสภาพบริบทไม่ใช่ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นมาลอยๆโดยไร้รากฐาน อีกทั้งงานฝีมือด้าน

สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และการใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นอย่างตั้งใจเพื่อรองรับชีวิตประจำวัน เกิดเป็น ความชำนาญเฉพาะด้านและสืบทอดเป็นแบบแผนที่มีการปฏิบัติต่อกันจริง ควบคู่ไปกับการค้าขาย ทางน้ำหรือตลาดนัดลอยน้ำเป็นสัญลักษณ์ของการดำเนินวิถีชีวิต ซึ่งในอดีตตลาดน้ำเหล่านี้เคยเป็น ศูนย์กลางการค้าขายผลผลิตทางการเกษตรภายในชุมชน อีกทั้งการประมงซึ่งเป็นสัตว์น้ำเศรษฐกิจ กุ้ง หอยหลอด หอยแมงภู่ ปลาหูแมงกลอง โดยการค้าขายเหล่านี้เป็นเครื่องชี้วัดสภาพทางเศรษฐกิจที่ดี ของชุมชนอีกด้วย นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ที่มีต้นกำเนิดจากบรรพบุรุษ ตั้งแต่ก่อน สมัยกรุงศรีอยุธยา จนเข้าสู่ยุครัตนโกสินทร์ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2550) แสดงถึงความสัมพันธ์ของเมือง อัมพวา กับต้นบรมราชวงศ์จักรี ในช่วงรัตนโกสินทร์ตอนต้น จึงได้ชื่อว่าเป็นเมืองราชินิกุลซึ่งได้สร้าง ความหมายและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กับชุมชน ทั้งในด้านวัดวาอาราม ศิลปะ ประเพณีต่างๆ วรรณกรรมชั้นสูง และยังเป็นต้นกำเนิดของศิลปินแห่งชาติด้านดนตรีไทย-สากล และนักระนาดเอกต้น กำเนิดดุริยางค์ 5 แผ่นดิน เป็นต้น ดังนั้นอัตลักษณ์ชุมชนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ความ เป็นมาของชุมชนอัมพวาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และแสดงให้เห็นถึงการกำหนดพฤติกรรมจาก ลักษณะทางกายภาพ นำไปสู่การดำรงชีพ วัฒนธรรม ประเพณีปฏิบัติต่างๆ รวมถึงความลงตัวในการ จัดวางสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ระบบนิเวศที่สมบูรณ์ภายใต้ระบบธรรมชาติ ที่ยังคงอยู่และปรากฏ ให้เห็นภายในชุมชน จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวานอกจากการสร้าง ความหมายต่อชุมชนแล้ว ยังถือได้ว่าเป็นทรัพยากรในแง่วัตถุดิบที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ที่เน้นการ เสริมสร้าง การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้ประโยชน์ การส่งเสริม การสร้างงานเพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนในภาคบริการด้านการท่องเที่ยว การอนุรักษ์และฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศน์ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ศิลปกรรม โบราณคดี ด้วยเหตุนี้จึงเป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานต่างๆ ให้ ความสำคัญกับการนำทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และยังเป็นการสร้าง รายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรที่เป็นจุดเด่นเหมาะสำหรับการนำมาใช้ในการพัฒนา การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลดีต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ การจ้างงานและอาชีพในภาคบริการ การ ท่องเที่ยวและที่สำคัญยังช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่ง ครอบคลุมทั้งในด้าน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี สภาพภูมิทัศน์ โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือการศึกษาการอนุรักษ์ สังคมวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว การเผยแพร่ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่ง

ส่งเสริมในลักษณะการเผยให้เห็นถึงวิถีวัฒนธรรมไทยในชนบทในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่เป็นตัวประกอบสร้างขึ้น เช่น สัญลักษณ์ตลาดน้ำ สัญลักษณ์การแต่งกายชาวเขา สัญลักษณ์ด้านศาสนา ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจตีความได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่เชิงสัญลักษณ์ในฐานะที่เป็นสินค้าการท่องเที่ยว และเชิงสัญลักษณ์ในฐานะที่เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้าน

แต่ในอีกด้านหนึ่งซึ่งเป็นผลกระทบด้านลบย่อมมีปัญหามาด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะปัญหาต่อทรัพยากรหรืออัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม หรือการลดคุณค่าประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่นด้วยการลดการปฏิบัติกิจกรรมที่เคยมีมาให้คงไว้ในรูปแบบการท่องเที่ยว การนำเสนอประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการลดทอนประวัติศาสตร์ดั้งเดิมลง ซึ่งผลกระทบเหล่านี้เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาปรับใช้ให้เข้ากับสมัยนิยมโดยการคิดสรรเรื่องราวในอดีต เพื่อรื้อฟื้นประกอบสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้เห็นเพียงสังคมบางส่วนในท้องถิ่นเท่านั้น ทำให้เกิดการข้อนทับอัตลักษณ์เดิมที่เคยมีมา เสมือนเป็นการลดคุณค่าศิลปวัฒนธรรม (รสิกา อังกูร และคณะ, 2549) ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม โลกทัศน์ ของคนในชุมชนอีกด้วย

จากงานวิจัยต่างๆ ที่ศึกษาถึงผลกระทบการท่องเที่ยว ทั้งในด้านบวกและด้านลบมักเป็นการศึกษาที่เน้นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ในด้านใดด้านหนึ่ง แต่บางงานวิจัยมีการศึกษาเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทำให้เกิดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่เป็นองค์ประกอบของอัตลักษณ์ภายในท้องถิ่นนั้น ซึ่งประกอบไปด้วยสภาพภูมิศาสตร์ที่เป็นตัวกำหนดการเกิดกิจกรรม/หน้าที่ จึงเกิดเป็นความหมาย/สัญลักษณ์ ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถรับรู้จดจำในอัตลักษณ์นี้ได้ ดังนั้นการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวไม่ว่าที่ใดย่อมมีผลกระทบเกิดขึ้นเสมอ และอาจเป็นได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งในด้านบวกนั้นอาจเป็นการส่งเสริมความโดดเด่นของอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ดังเช่นงานวิจัยที่ได้ศึกษาถึงคุณค่าอัตลักษณ์ของท้องถิ่นโดยนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวฯ (ทรงคุณ จันทจร และคณะ, 2552) หรือผลกระทบด้านลบคือการลดทอนคุณค่าหรือการเปลี่ยนแปลงหรือการสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน ดังเช่นงานวิจัยการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ให้เข้ากับบริบทการท่องเที่ยวและบริบทอื่นๆ ที่มีอิทธิพลกับการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ค่านิยม การแต่งกาย วิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ฯ (วรเมธ ยอดบูน, 2548) ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเกี่ยวกับการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง

แหล่งท่องเที่ยวอัมพวาเป็นพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์เด่นชัด จึงได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายภาครัฐ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยวที่สำคัญหลายด้าน เช่น

คุณค่าความงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญและยังได้รับการยกย่องถึงการเป็นเมืองมรดกทางวัฒนธรรม การเป็นเมืองราชินีกุล อีกทั้ง การเป็นเมืองเวนิสตะวันออกแห่งสุดท้ายของประเทศไทย ที่ได้รับรางวัลชมเชยจากองค์การยูเนสโก UNESCO Asian-Pacific for Culture Heritage Conservation เมื่อปี พ.ศ.2551 และรางวัลชุมชนอนุรักษ์ดีเด่น พ.ศ. 2545 จากสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงมีนโยบายในการส่งเสริมชุมชนอัมพวาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีแนวทางการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยต่อยอดจากต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ไปสู่นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย ควบคู่กับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจระดับชุมชน พ.ศ. 2547 ที่มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าริมคลองอัมพวา ตลาดน้ำยามเย็น บ้านพักโฮมสเตย์ กิจกรรมนั่งเรือชมบรรยากาศและชมหิ่งห้อย ประกอบกับการเป็นพื้นที่ที่อยู่ห่างจากกรุงเทพเพียง 72 กิโลเมตร จึงได้รับความสนใจและมีผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นเป็นลำดับ สังเกตได้จากนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นประมาณ 4 แสนคน/ปี และมีเงินสะพัดกว่า 250 ล้านบาท (เทศบาลอัมพวา, 2551) ส่งผลให้ชุมชนอัมพวาเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นชุมชนอัมพวาจึงได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง จึงเป็นชุมชนแหล่งท่องเที่ยวที่น่าศึกษาด้านผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอัมพวาและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆอีกด้วย

การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรืออัตลักษณ์ชุมชนที่มีอยู่เป็นจุดขาย จึงนำไปสู่การนำเสนอบางแง่มุมของสังคมภายใต้การจัดการการท่องเที่ยว โดยสิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสูง ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้คนในชุมชนกับการนำอัตลักษณ์ที่มีความสำคัญในการบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนมาประยุกต์ใช้เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ในกรณีชุมชนอัมพวา พบว่า กิจกรรมตลาดน้ำอัมพวาซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมเด่นชัดเป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตค้าขายทางน้ำของชุมชนที่คนทั่วไปจดจำได้ ได้ถูกนำมาเสริมสร้างแบรนด์สถานที่ (Place Branding) เพื่อต้องการให้เห็นถึงรูปแบบวิถีชีวิตคนภาคกลางโดยการรักษาเอกลักษณ์บางส่วนไว้เพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการศึกษาคั้งนี้ จึงมุ่งประเด็นไปที่การพยายามตอบข้อสงสัยว่า ในกรณีของอัมพวา การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่ออัตลักษณ์ชุมชนด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ให้มีความเด่นชัดมากขึ้น หรือการท่องเที่ยวส่งผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนพวา โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

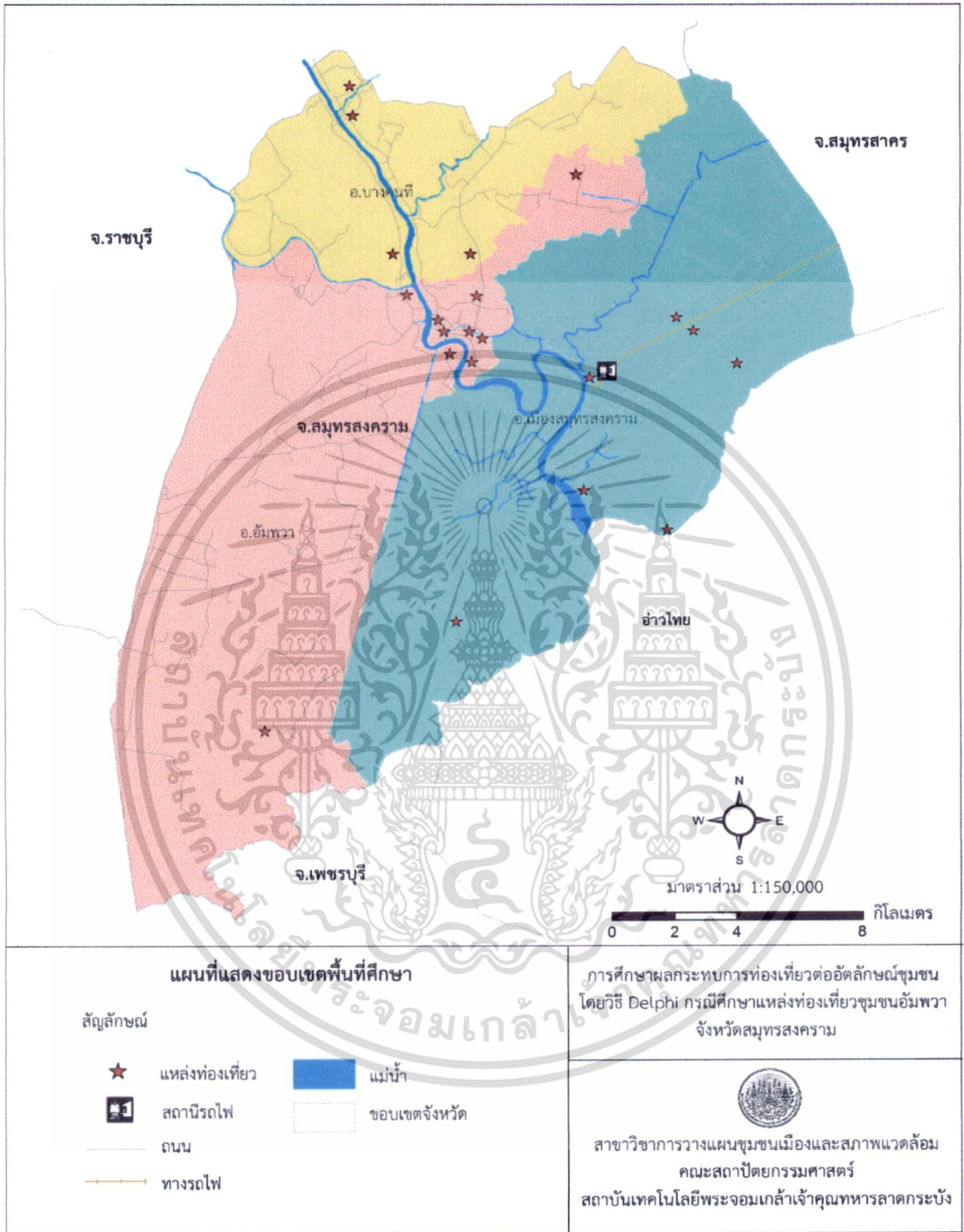
1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 พื้นที่ศึกษา

ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวอัมพวา เป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในขอบเขตการปกครองเทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ของตนเองทั้งองค์ประกอบด้านลักษณะกายภาพ ด้านกิจกรรมบนพื้นที่ และด้านการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการศึกษาคุณลักษณะที่เด่นชัด หรือการรวบรวมเอกลักษณ์ที่สำคัญภายในจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อระบุอัตลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน ดังนั้นการศึกษาอัตลักษณ์จึงไม่สามารถกำหนดด้วยขอบเขตการปกครอง ดังมีรายละเอียดแสดงรูปที่ 1.1 (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2545)

1.3.2 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษามลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน ได้ทำการศึกษาใน 2 ประเด็นหลัก คือ การศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน โดยวิธี Delphi มีหน่วยการศึกษาเป็นบุคคล เช่นผู้ทรงคุณวุฒิ โดยสอบถามด้านอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมหรือการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์



รูปภาพที่ 1.1 แสดงอัตลักษณ์บริเวณจังหวัดสมุทรสงคราม

ที่มา : กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 วิธีการศึกษา

1.4.1 กำหนดวิธีการศึกษา

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารหน่วยงานราชการ เช่น แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม 2553-2556 ผังเมืองรวมอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 2554 (ปรับปรุงครั้งที่1) ผังเมืองรวมอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 2540 หนังสือเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดสมุทรสงคราม 2544 แผนที่สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม 2548

2. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาโดยวิธี Delphi 3 รอบ และได้กำหนดเครื่องมือ คือ แบบสอบถามทั้งหมด 3 รอบ เพื่อสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ 3 กลุ่ม กลุ่มละ 15 ท่าน รวมผู้ทรงคุณวุฒิ 45 ท่าน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ศึกษา กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่รัฐด้านวัฒนธรรมและด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มที่ 3 นักวิชาการเชิงอนุรักษ์ นักเขียนบทความบุคคลภายนอก/ช่างภาพด้านข่าวการท่องเที่ยว

3. ดำเนินการศึกษา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าฐานนิยม เพื่อพิจารณาอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นในการสื่อถึงชุมชนได้ชัดเจน และประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ หรือลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

4. เสนอแนะแนวทางการกำหนดนโยบายและการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา โดยวิธี Delphi ซึ่งกำหนดการศึกษา 3 รอบ สำหรับการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความชัดเจนของอัตลักษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

รอบที่ 1 เป็นการระบุอัตลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงชุมชนได้ชัดเจน ใช้แบบมาตรวัด Rating scale 10 ระดับตัวเลือก ให้ 1= ชัดเจนต่ำสุด ถึง 10=ชัดเจนสูงสุด และนำผลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิไปวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาคือ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยปรับค่านำหนักเป็น 4 ระดับ คือ 1-5 หมายถึงไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชนอัมพวา 5.00–

6.66 หมายถึง ระดับความชัดเจนต่ำ 6.67– 8.33 หมายถึงระดับความชัดเจนปานกลาง 8.34 – 10 หมายถึงระดับความชัดเจนสูง และนำผลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดระดับความชัดเจนไปวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาคือ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำที่ได้ไปพัฒนาแบบสอบถามรอบที่ 2

รอบที่ 2 นำผลจากรอบที่ 1 มาจัดอันดับความโดดเด่นของอัตลักษณ์ (raking scale) 5 ระดับตัวเลือก โดยให้ 1= โดดเด่นต่ำสุด ถึง 5=โดดเด่นสูงสุด พร้อมกับประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมหรือการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ โดยปรับค่าน้ำหนักการจัดอันดับความโดดเด่นเป็น 3 ระดับ คือ ค่าน้ำหนักระหว่าง 1.00 – 2.33 หมายถึงความโดดเด่นระดับต่ำ ค่าน้ำหนักระหว่าง 2.34 – 3.67 หมายถึงความโดดเด่นระดับปานกลาง และ ค่าน้ำหนักระหว่าง 3.68 – 5.00 หมายถึง ความโดดเด่นระดับสูง และนำผลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดอันดับความโดดเด่นไปวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาคือ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำผลที่ได้ไปพัฒนาแบบสอบถามรอบที่ 3

รอบที่ 3 นำผลจากรอบที่ 2 มาจัดอันดับผลกระทบ (rating scale) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับตัวเลือก ดังนี้ ผลกระทบด้านลบคือการลดทอน/ทำลายอัตลักษณ์ ให้ 5 =ลดทอนอัตลักษณ์น้อยที่สุด ถึง 1= ลดทอนอัตลักษณ์มากที่สุด หรือ ในอีกด้านหนึ่ง การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อด้านบวก คือการส่งเสริมอัตลักษณ์ให้มีความเด่นชัดขึ้น โดยมีค่าคะแนน 5 ระดับตัวเลือก ดังนี้ 5= ส่งเสริมอัตลักษณ์มากที่สุด ถึง 1= ส่งเสริมอัตลักษณ์น้อยที่สุด โดยปรับค่าน้ำหนักการจัดอันดับผลกระทบการท่องเที่ยวเป็น 3 ระดับ คือ ค่าน้ำหนักระหว่าง 1.00 – 2.33 หมายถึงผลกระทบการท่องเที่ยวระดับต่ำ ค่าน้ำหนักระหว่าง 2.34 – 3.67 หมายถึงผลกระทบการท่องเที่ยวระดับปานกลาง และ ค่าน้ำหนักระหว่าง 3.68 – 5.00 หมายถึง ผลกระทบการท่องเที่ยวระดับสูง และนำผลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดอันดับผลกระทบการท่องเที่ยวไปวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาคือ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4.2.2 สรุปผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาได้รับผลกระทบการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ จากมติหรือเสียงข้างมากตามความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันเกินกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดเป็นเกณฑ์ในการสรุปผล

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมคุณลักษณะที่เด่นชัดและสื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน เพื่อทราบถึงการทำหน้าที่ของอัตลักษณ์ซึ่งเครื่องหมายที่แสดงออกถึงลักษณะของชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ รากเหง้า และสืบทอดดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน
2. การกำหนดนโยบายการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวโดยการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ในการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. สามารถประยุกต์กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดใหม่โดยการสร้างแบรนด์สถานที่ (Place Branding) ที่มีนโยบายการนำเสนอคุณลักษณะพิเศษที่แท้จริงของท้องถิ่นหรือชุมชนให้เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยว และสามารถจดจำได้กลายเป็นประสบการณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
4. แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการสร้างองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าเพื่อช่วยกันปกป้องอัตลักษณ์ไม่ให้ถูกทำลาย

1.6 คำสำคัญ

อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะในรูปของการปฏิบัติสืบทอดและการยอมรับสิ่งใดๆ ที่มีลักษณะพิเศษในระดับกลุ่มหรือสังคม ซึ่งผู้คนภายนอกสามารถรับรู้หรือจดจำได้

ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านบวก หมายถึง กิจกรรมใดๆที่เกิดจากการท่องเที่ยวและ กิจกรรมเหล่านั้นได้ส่งผลที่เอื้อประโยชน์ในด้านต่างๆตลอดจนการส่งเสริมสภาพสังคม ประเพณี วัฒนธรรมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตดั้งเดิมในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ให้เกิดความโดดเด่น และสามารถเป็นที่รับรู้ได้ทั้งในระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับประเทศ

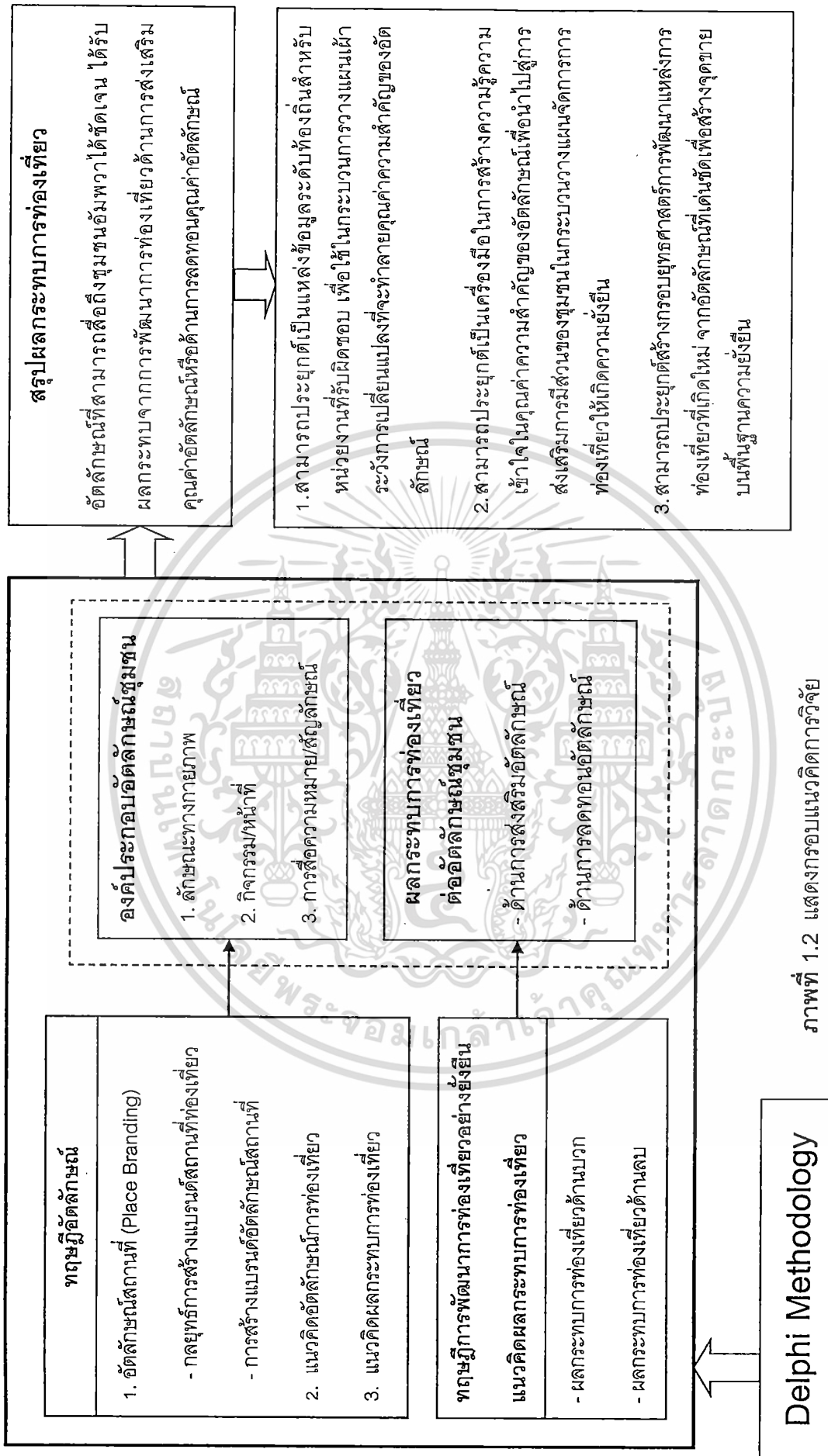
ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านลบ หมายถึง กิจกรรมใดๆที่เกิดจากการท่องเที่ยวและ กิจกรรมเหล่านั้นมีผลต่อการลดทอน สภาพสังคม ประเพณีวัฒนธรรมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตดั้งเดิมในพื้นที่ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้ผู้คนที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกัน ไม่สามารถรับรู้ถึงอัตลักษณ์เหล่านั้นได้อีก

Delphi Methology หมายถึง เป็นกระบวนการที่มีการพิจารณาถ้อยแถลงซ้ำตั้งแต่ 2 รอบขึ้นไปและยังมีการยืนยันคำตอบเดิมหรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ผลสรุปจากมติเสียงข้างมากหรือความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันเกินกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนสมาชิกเป็นเกณฑ์ในการสรุปผล

1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษาการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยกำหนดการศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา และเพื่อวิเคราะห์การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ในด้านการส่งเสริมหรือการลดทอนอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา โดยมีรายละเอียดกรอบแนวคิดการวิจัยมีดังต่อไปนี้





ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาและประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ โดยศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีอัตลักษณ์

2.2 แนวคิดอัตลักษณ์สถานที่

2.2.1 องค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่

2.2.2 องค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

2.3 กลยุทธ์การสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยว

2.3.1 แนวคิดการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว

2.3.2 แนวคิดความแท้จริงและสถานที่ท่องเที่ยว (Authenticity and Tourism)

2.3.3 แนวคิดอัตลักษณ์การท่องเที่ยว

2.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

2.4.1 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.4.2 ผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านลบ

2.4.3 ผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านบวก

2.5 Delphi Methodology

2.5.1 Delphi Technique

2.5.2 ข้อดีของเทคนิคเดลฟาย

2.5.3 ข้อเสียของเทคนิคเดลฟาย

2.1 ทฤษฎีอัตลักษณ์

Richard Jenkins (1996) อ้างในประสิทธิ์ ลีปรีชา, 2547 กล่าวว่า อัตลักษณ์มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คือ Identitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งมีความหมายเหมือนกัน ส่วนคำว่าอัตลักษณ์ในพื้นฐานภาษาอังกฤษมีความหมาย 2 นัยยะ คือ ความเหมือนและความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป หมายถึงการตีความหมายของความเหมือนกันบนพื้นฐานความสัมพันธ์และการเปรียบเทียบระหว่างคนหรือสิ่งของในสองมุมมอง คือ มีลักษณะความคล้ายคลึงและความแตกต่าง ดังนั้น อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ในตัว หรือเกิดมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและเป็นพลวัต ซึ่งทำให้เราเข้าใจและรับรู้ได้ถึงความเป็นตนเองและความเป็นบุคคลอื่น โดยอาศัยสังคมหรือชุมชนที่สัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ เป็นตัวสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) กล่าวถึงอัตลักษณ์เป็นการศึกษาถึงความเกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะพิเศษปรากฏโดดเด่นอยู่ในตัวเอง ทั้งในมนุษย์หรือสิ่งใดๆ ที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม แต่เดิมใช้คำว่าเอกลักษณ์ ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นคำว่า อัตลักษณ์ เนื่องจากวิธีการศึกษาเข้าสู่แนวคิดสมัยใหม่ (Postmodernism) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของมโนทัศน์ ในแนววัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) เป็นแนวคิดที่มีความสัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วง ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่าโครงสร้างระบบสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการปฏิวัติระบบสื่อสารในกระบวนการโลกาภิวัตน์ ที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจ ที่สร้างรายได้จากการลงทุนปรับเปลี่ยนการผลิตและการบริโภคโดยอาศัยวัฒนธรรมเป็นสินค้า โดยเฉพาะในโลกตะวันตกในภาคอุตสาหกรรมที่เน้นย้ำการลงทุนผลิตสินค้าที่ต้องการอุปโภคบริโภคสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนเหล่านี้ค่อยๆ กระจายสู่ประเทศโลกที่สามด้วยเช่นกัน จึงกลายเป็นประเด็นสำคัญของอัตลักษณ์ซึ่งเป็นหัวใจของผู้บริโภคที่เกิดจากการสร้างสัญลักษณ์เป็นแกนและสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เกาะติดกับอัตลักษณ์แบบหนึ่งแบบใดเสมอ ไม่ว่าจะ เป็นอัตลักษณ์ระดับปัจเจก ระดับท้องถิ่น หรือระดับชาติก็ถูกทำให้กลายเป็นสินค้าได้ทั้งสิ้น

Berger, Peter and Thomas Luckmann (1967) อ้างในประสิทธิ์ ลีปรีชา, 2547 กล่าวว่า อัตลักษณ์เกิดขึ้นจากผลผลิตทางสังคมที่มีการถ่ายทอด และยังคงดำเนินตามรูปแบบหรือลักษณะเฉพาะดั้งเดิม โดยดำรงอยู่ด้วยการเชื่อมโยงตนเองหรือบุคคลอื่นเข้ากับสังคม ซึ่งเมื่อถึงช่วงเวลาหนึ่งอาจไม่คงที่หรืออาจถูกปรับเปลี่ยนได้ หรือแม้กระทั่งถูกเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ โดยขึ้นอยู่กับบริบทความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก

Stryker (1980) กล่าวว่า อัตลักษณ์มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นเครื่องกำหนดให้รับรู้โดยผ่านการใช้สัญลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่าน ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกถึงบุคคลดังกล่าวเป็นใครมีลักษณะอย่างไร ซึ่งจะมีความแตกต่างกันทั้งภายในและภายนอก เช่น ลักษณะภายนอก ได้แก่ ดวงตา ไบรอน่า สีผิว น้ำเสียง ลักษณะภายใน ได้แก่ DNA เลือด กระดูก เป็นต้น ดังนั้นจึงได้มีการศึกษาและแบ่งประเภทของอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personal Identity) อัตลักษณ์สังคม (Social Identity) คือการที่กลุ่มคนจำนวนมากมาอยู่รวมกันภายใต้สิ่งแวดล้อมเดียวกัน เกิดการยอมรับในวัฒนธรรมที่ร่วมกันกำหนดขึ้น มีกิจกรรมการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน แสดงออกรับรู้ร่วมกันในเชิงสัญลักษณ์ โดยถูกกำหนดภายใต้ความสัมพันธ์ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ โดยเกิดขึ้นตามโครงสร้างหรือลักษณะทางสังคมนั้นๆ โดยทั้งอัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมจะมีความเกี่ยวข้องต่อกัน มีการแสดงออกร่วมกันและปรากฏอย่างเด่นชัดในเชิงสัญลักษณ์ถึงคุณลักษณะเฉพาะในตัวบุคคล และลักษณะเฉพาะทางสังคม ดังนั้นการกระทำระหว่างกันของบุคคลภายในสังคมทำให้บุคคลมีบทบาทตามสถานการณ์ที่ตนสัมพันธ์อยู่ เช่น สังคมของชุมชนริมน้ำอัมพวา มีสัญลักษณ์คือแม่น้ำแม่กลองซึ่งเป็นโครงสร้างที่สำคัญในการกำหนดกิจกรรมให้เกิดบทบาทหน้าที่ในการดำเนินวิถีชีวิตและการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันของผู้คนภายในชุมชน

Du Gay, Stuart Hall (1997) อ้างใน Mag. Klaus Heissenberger, 2011 กล่าวถึงอัตลักษณ์ระดับสังคมที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ระดับบุคคลโดยเกิดขึ้นจากความยอมรับในสิ่งใดสิ่งหนึ่งและถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา ภายใต้สังคมหรือขอบเขตที่กลุ่มคนเป็นผู้กำหนดหรือร่วมสร้างกันมา อัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนไหวไปตามการวิวัฒนาการหรือบริบทแวดล้อมในช่วงเวลาที่มาการเปลี่ยนแปลงนั้นมาถึง อาจจะมีเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับ การผลิต การบริโภค การควบคุมจัดการภายใต้วัฒนธรรมนั้นๆ ผ่านการแสดงออกผ่านโดยระบบสัญลักษณ์หรือระบบการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation)

2.1.1 ระบบสัญลักษณ์กับความหมาย

MacCannell, D. 1989. กล่าวถึง องค์ประกอบสำคัญในการสร้างและการผลิต การบริโภค การควบคุมจัดการ การสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Representation) และอัตลักษณ์ของผู้คน สัญลักษณ์หมายถึงเครื่องหมาย หรือ สัญญาะ (Sign) ที่เชื่อมโยงระหว่างความหมาย กับเครื่องหมาย และการเชื่อมโยงนี้เป็นสิ่งสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมมากกว่าที่จะเป็นการเชื่อมโยงตามธรรมชาติ เช่น การผลิตในรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยว โดยการเชื่อมโยง

ระหว่างอัตลักษณ์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยการจัดการเลือกสรรและนำเสนอสัญลักษณ์ต่างๆมาบ่งชี้ให้เห็นถึงความหมายของท้องถิ่นโดยการสร้างการแสดงของท้องถิ่นขึ้นมาใหม่ด้วยการใช้สื่อสัญลักษณ์ ภาพสัญลักษณ์ และภาษาต่างๆ ที่มีความหมายต่อสถานที่หรือบุคคล เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายและแตกต่างในท้องถิ่น

ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดย้อนหลังไปว่า สัญลักษณ์เหล่านี้คือภาพหลักของการท่องเที่ยวหรือกฎเกณฑ์ในการให้ความหมายของความเป็นท้องถิ่น ซึ่งภาพพจน์เหล่านี้สามารถสร้างให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชม แต่อาจเป็นเพียงการสร้างไปตามจุดประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งไม่ได้เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่แท้จริงของคนในชุมชน ซึ่งทำให้บางสิ่งบางอย่างนั้นได้สูญหายไป และยังเป็นการเปิดเผยถึงสภาพของการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ชุมชนหรือสังคมนั้นๆ

2.2 แนวคิดอัตลักษณ์สถานที่ (Place Identity)

Morgan, Pritchard (1998) กล่าวถึงอัตลักษณ์สถานที่ที่จะต้องคุณลักษณะพิเศษซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสื่อให้ผู้คนจดจำได้โดยมีเอกลักษณ์แต่ละอย่างประกอบกันขึ้น ได้แก่ สภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ สิ่งปลูกสร้าง ประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครอง ศาสนา วัฒนธรรม ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ความเชื่อ ด้านพลังอำนาจ สัญลักษณ์ รวมทั้งการสื่อสาร พฤติกรรม โดยเอกลักษณ์เหล่านี้เป็นคุณสมบัติที่สร้างความรู้สึกให้ผู้คนที่เข้ามาใช้สถานที่จดจำได้ ระลึกถึงได้ รวมถึงการมีประสบการณ์ร่วมกันระหว่างเจ้าของสถานที่และผู้มาใช้สถานที่ โดยสิ่งเหล่านี้ได้ถูกผสมผสานกลายเป็นผลรวมเฉพาะที่มีอยู่จริงในสถานที่หรือชุมชนใด ๆ ที่มีคุณลักษณะพิเศษ

Harry L. Garnham (1985) กล่าวถึงคุณลักษณะของสถานที่ ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถการสื่อสารกับผู้คนที่เข้ามาใช้สถานที่ ในการสร้างความรู้สึกได้ในหลายทรวงศา ทำให้ผู้คนจดจำได้ถึงคุณสมบัติเฉพาะนี้ได้ถึงการสำนึกที่เป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ใช้ในการประกอบกิจกรรม โดยตั้งอยู่บนรากฐานของสิ่งต่างๆดังต่อไปนี้ :

1. ลักษณะภูมิประเทศของสถานที่ เช่น สภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ และแม่น้ำลำคลองสิ่งมีชีวิตประเภทต่างๆ
2. ลักษณะทางวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ สังคม จารีตประเพณี กิจกรรมของมนุษย์ อนุสาวรีย์ ศาสนา บ้านเรือน การแต่งกายประจำท้องถิ่น อาหารประจำท้องถิ่น
3. ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ได้กลายเป็นประสบการณ์ โดยสะท้อนให้เห็นถึง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ วัฒนธรรมและกิจกรรมดั้งเดิม ที่เคยปรากฏอยู่ภายในสถานที่ และได้กลายเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติเฉพาะของสถานที่ที่ผู้คนสามารถรับรู้ได้จากการบอกเล่าหรือจากข้อมูลของสถานที่นั้น อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของสถานที่

2.2.1 องค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่

Morgan, Pritchard (1998) กล่าวถึง สถานที่หรือชุมชนที่มีคุณลักษณะพิเศษสามารถทำให้เกิดการรับรู้หรือการจำซึ่งจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งต้องมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญปรากฏอยู่ ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพและภาพลักษณ์ที่ปรากฏ เป็นการพิจารณาโครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ และคุณค่าทางสุนทรียภาพของพื้นที่ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ และพืชพรรณที่โดดเด่นตามธรรมชาติซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชน การใช้ประโยชน์ที่ดิน และลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารและสิ่งปลูกสร้าง ที่สะท้อนถึงการใช้อยู่อาศัย และงานช่างฝีมือของชุมชนในช่วงเวลานั้นๆ

2. กิจกรรมและหน้าที่ที่พึงสังเกตเห็นได้ เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันภายในชุมชนระหว่างบุคคลและพื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับโดยยึดถือปฏิบัติต่อกันมาซึ่งเป็นที่ทำให้เกิดการประกอบกิจกรรมโดยจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบทหรือสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เช่น ลักษณะการปลูกสร้างอาคารสถานที่ในชุมชน กิจกรรมทางเศรษฐกิจทางสังคม ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะอาชีพหรือกิจกรรมที่ปรากฏชัดเจนของชุมชนนั้นๆ

3. การสื่อความหมาย หรือสัญลักษณ์ เป็นภาพตัวแทนที่สื่อคุณลักษณะพิเศษของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานที่/ชุมชน ซึ่งได้รับการสนองตอบของผู้คนให้สามารถรับรู้ จดจำได้ของลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ กิจกรรมภายในชุมชนที่เกิดขึ้น เป็นต้น

ดังนั้น สถานที่ หรือความเป็นชุมชนใดๆ ถือเป็นระบบสังคมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคล และสถานที่ จึงกลายเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ส่งผลให้เกิดกิจกรรมต่างๆทางสังคมและสอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ ระบบการผลิตในสังคม ระบบการอยู่ร่วมสัมพันธ์กัน ระบบศาสนา ความเชื่อ วิถีชีวิตชุมชน รวมถึงการยอมรับของผู้คนในสถานที่หรือชุมชนนั้น ซึ่งทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ชุมชน

2.2.2 องค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

สุจิตต์ วงษ์เทศ (2550) กล่าวว่าชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นพื้นที่หนึ่งที่ปรากฏหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ที่มีการตั้งรกรากของชาวสุวรรณภูมิบริเวณนี้มาก่อน แสดงถึงอารยธรรมมากกว่า 5,000 ปี ที่มีการสืบทอดปฏิบัติต่อกัน สะท้อนให้เห็นถึงการมีลักษณะเด่นที่ได้รับการสั่งสมและถ่ายทอด ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา สถาปัตยกรรมศาสตร์ทางธรรมชาติ และการดำเนินวิถีชีวิตภายในชุมชน

ชุมชนอัมพวาเป็นพื้นที่หนึ่ง ที่สามารถสะท้อนเรื่องราวผ่านคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่มีรากเหง้าสืบทอดตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย และเมื่อเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 พ.ศ. 2310 ผู้คนจึงอพยพมาตั้งรกรากที่แขวงบางช้างหรืออัมพวา ซึ่งเป็นช่วงรอยต่อของเหตุการณ์ที่ทำให้ชุมชนอัมพวามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับราชวงศ์จักรีตอนต้น คือเป็นเมืองที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ ๑ เมืองพระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ ๒ และเมืองราชินีกุลซึ่งเป็นนิวาสสถานเดิมของพระบรมราชินีในรัชกาลที่ ๑ ถึงแม้ปัจจุบันสถานที่แห่งนี้หาใช้ที่ประทับของพระมหากษัตริย์อีกต่อไป ทว่ายังคงเป็นสถานที่ทรงอิทธิพลด้านความเจริญทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นมรดกที่ยิ่งใหญ่ที่ได้รับการถ่ายทอดทั้งภูมิปัญญาชั้นสูงในหลายด้าน เช่น ความเจริญทางด้านศาสนา สถาปัตยกรรมต่างๆ ศิลปกรรมประเภทต่างๆ โดยเฉพาะศิลปการแสดงโขนกลางแปลงและด้านศิลปะอาหาร/ขนมไทยในวรรณคดีฯ ที่ปรากฏในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือเครื่องคาว-หวาน รวมถึงประเพณีในเทศกาลสำคัญต่างๆ ด้วยเหตุนี้จึงมีความหมายถึงการเป็นเมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรม ฯ

ชุมชนอัมพวา ในอดีตขึ้นอยู่กับแขวงบางช้าง หรือที่เรียกว่า สวณนอก เป็นชุมชนเล็กๆที่มีตลาดบางช้าง ที่มีนายตลาดเป็นหญิงชื่อน้อย ซึ่งต่อมาได้เป็นราชินิกุลบางช้าง โดยมีกิจกรรมทางการเกษตร และการค้าขายผลผลิตจากสวนเป็นส่วนใหญ่ปัจจุบันชุมชนที่ยกระดับขึ้นเป็นเทศบาล โดยขึ้นอยู่กับอำเภออัมพวา ส่วนสวนในเป็นส่วนของเจ้านายในราชวงศ์ที่เรียกว่าบางกอก หรือที่กล่าวกันในอดีตว่า บางช้างสวณนอก บางกอกสวนใน ต่อมาราวปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา ต่อกับสมัยกรุงธนบุรี จึงแยกออกจากจังหวัดราชบุรี เรียกว่า เมืองแม่กลอง หรือตำบลแม่กลองในปัจจุบัน และเป็นตำบลที่มีชื่ออยู่ในประวัติศาสตร์มาแต่โบราณ (แผนพัฒนาสามปีเทศบาลตำบลอัมพวา, 2556-2558) สวนในและสวนนอกมีสภาพภูมิศาสตร์เป็นพื้นที่ดอน ส่งผลต่อการตั้งถิ่นฐานของชุมชนซึ่งได้อิทธิพลมาจากแม่น้ำแม่กลองที่ไหลผ่านกลางจังหวัด ตลอดแนวสองฟากฝั่งไล่ตั้งแต่ปากอ่าวจนถึงคลองอัมพวา และยังเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆหรือเป็นตัวกำหนดกิจกรรมบนพื้นที่ให้เกิดเป็นรูปแบบ

หรือแบบแผนการดำเนินชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งเป็นถือเป็นลักษณะเฉพาะทางกายภาพและขอบเขตทางสังคมในต่าง ๆ ดังนี้

1) **ลักษณะทางกายภาพ** ที่มีสภาพภูมิศาสตร์บนพื้นที่ติดทะเลอ่าวไทยและแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายใหญ่ส่งผลให้สภาพพื้นที่ เป็นทั้งน้ำเค็ม น้ำจืด และน้ำกร่อย อีกทั้งสภาพแวดล้อมที่มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ส่งผลได้จากชีวภาพสัตว์น้ำ เป็นสิ่งที่สามารถกำหนดทั้งวิถีชีวิต อาชีพ ลักษณะการตั้งถิ่นฐานเป็นแนวยาวขนานไปกับแม่น้ำลำคลอง เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของชุมชนอัมพวา โดยเฉพาะลักษณะการสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยที่ลักษณะสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญาตามความถนัดหรือลักษณะการใช้งาน ที่มีทั้ง เรือนไทยไม้สัก เรือนแพลูกบวบ นอกจากนี้ยังพบลักษณะของเรือนแถวซึ่งอยู่ริมน้ำสามารถพบเห็นได้ตามแนวสองฝั่งคลองอัมพวาโดยมีลักษณะรูปทรงของหลังคาที่แตกต่างกัน เช่น หลังคาทรงปั้นหยา หลังคาทรงจั่วเดี่ยว หลังคาทรงจั่วแฝด หลังคาทรงจั่วแฝดทรงไทย (ฝั่งเมืองรวมเมืองอัมพวา, 2554) และลักษณะเรือนแถวไม้ริมน้ำ หรือเรือนไทยริมน้ำ เรือนไทยในพื้นที่สวน อันเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้รับการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมที่มีคุณค่าโดยปรากฏให้เห็นและมีอยู่จริงในชุมชน แสดงถึงภูมิสังคมวัฒนธรรมของถิ่นลุ่มแม่น้ำแม่กลองที่ชุมชนอัมพวาได้สร้างอัตลักษณ์ของตัวเองไว้ได้อย่างเด่นชัด และกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจและสามารถรับรู้ได้จากคนภายนอก

2) **ประวัติศาสตร์ชุมชน** ชุมชนอัมพวามีการตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายจนเข้าสู่ยุครัตนโกสินทร์ แสดงถึงความเกี่ยวข้องกับต้นบรมราชวงศ์จักรีตอนต้น ซึ่งเคยเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งหลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรีในช่วงเสียกรุงศรีอยุธยา และยังเป็นสถานที่เสด็จราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่เสด็จพระราชสมภพของสมเด็จพระอมรินทราบรมราชินีในรัชกาลที่ ๑ และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินีในรัชกาลที่ ๒ อีกด้วย จึงทำให้อัมพวาเป็นชุมชนที่ได้รวบรวมคุณค่าทั้งทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา นาฏศิลป์ การแสดงดนตรีไทย และวรรณกรรมรัตนโกสินทร์ตอนต้น ที่ได้มีการฟื้นฟูพระพุทธศาสนา และศาสนสถานโดยกำหนดให้ก่อสร้างวัดวาอารามให้เป็นศูนย์รวมของประชาชน และเป็นศูนย์กลางสำหรับการศึกษาการเรียนรู้หรือพบปะเพื่อทำกิจกรรมต่างๆทางพุทธศาสนา ที่มีความเชื่อถือตามขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นของชุมชนเอง (มรดกวัฒนธรรมชุมชนอัมพวา, 2549)

3) **ลักษณะวิถีชีวิต** ชุมชนอัมพวามีลักษณะโครงสร้างอยู่ริมแม่น้ำลำคลองเพื่อใช้ประโยชน์ซึ่งประชากรโดยส่วนใหญ่ มีอาชีพเกษตรกรรมและการประมงเป็นหลัก โดยเฉพาะ พื้นที่ติดฝั่งทะเลเป็นแหล่งประมง และการทำนาเกลือที่สร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับชุมชน ส่วนพื้นที่ติดน้ำจืดและน้ำ

กร่อยทำการเกษตรกรรม เช่นการปลูกข้าว สวนผลไม้ สวนมะพร้าว สวนพริก ยาสูบ โดยทำเป็นระบบเครือญาติหรือระบบการพึ่งพาตนเองจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองในรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ได้รับการสั่งสมความรู้ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบสวน สืบเนื่องต่อกันมาจนเป็นวัฒนธรรมสวน ได้แก่ลักษณะการเรียนรู้ธรรมชาติ การเรียนรู้ระดับน้ำขึ้น-น้ำลง ที่เป็นวัฏจักรหมุนเวียนซึ่งมีผลต่อผลผลิตของเกษตรกร ชาวสวน (ศรีจักร วัลลิโกดม , 2536 อ้างใน วิลาวัณย์ ภมรสุวรรณ, 2548) นอกจากนี้แล้ว ชุมชนยังคงใช้แม่น้ำลำคลองเพื่อการอุปโภค บริโภค การสัญจร การค้าขายทางน้ำที่ใช้เรือพายในการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า โดยเฉพาะชาวจีนมักจะตั้งถิ่นฐานปลูกห้องแถวเพื่อเก็บสินค้าหรือปลูกเพื่อค้าขายอยู่บริเวณปากคลองซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อกับคลองอื่นๆที่สำคัญที่เป็นที่ตั้งของชุมชน ตลาดน้ำถือเป็นสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนและเป็นเครื่องชี้วัดสภาพเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งรองรับและขนส่งสินค้าเกษตรออกสู่ภายนอก รวมทั้งการประกอบกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม เช่น ประเพณีชักพระ ประเพณีตักบาตรทางน้ำ ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วยฯ แสดงให้เห็นถึงระบบกิจกรรม และรูปแบบกิจกรรมบนพื้นที่ ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการมองเห็นถึงลักษณะเฉพาะที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชน

2.3 กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าให้กับสถานที่ท่องเที่ยว (Strategic Place Branding Elements)

แต่ในอีกด้านหนึ่งซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า(แบรนด์)การท่องเที่ยวให้กับท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องมีอัตลักษณ์ (Brand Identity) ของท้องถิ่นในการเผยแพร่ให้เห็นถึงคุณลักษณะที่แท้จริงของสถานที่ ซึ่งเป็นรากเหง้าฝังลึกติดอยู่กับสังคมตนเอง ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนขยายให้เห็นถึงจุดยืนของการสร้างแบรนด์ในรูปแบบส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งที่กำลังจะสูญหายไปให้กลับคืนมาในรูปของพิพิธภัณฑ์ หรือนิทรรศการต่างๆ เพื่อเป็นการย้ำเตือนความทรงจำของผู้คนในท้องถิ่นและผู้ที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกันให้รำลึกอยู่เสมอว่าสถานที่แห่งนี้เคยมีอยู่จริงในอดีตและมีได้สูญหายไปกับกาลเวลา ในลักษณะเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ใน โดยการสร้างจุดสนใจ

Anholt (2002); Gnoth (2002, p. 266) กล่าวว่ากลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่ต้องได้รับความร่วมมือทั้งภาครัฐท้องถิ่นและเอกชน โดยจะต้องมีองค์ประกอบอัตลักษณ์ของสถานที่ โดยเฉพาะการมีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอยู่แล้วหรือสถานที่ที่มีทรัพยากรทางกายภาพที่ไม่ซ้ำกับสถานที่อื่นหรือยากที่จะคัดลอกซึ่งเป็นการได้เปรียบ

ที่ความยั่งยืน Van Ham (2004)กล่าวว่าจึงเป็นสิ่งสำคัญในยุคโลกาภิวัตน์ที่จะใช้โอกาสนี้ในการเชื่อมโยงความรู้สึกที่ระหว่างผู้เป็นเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยวมากกว่าที่จะเป็นการสร้างแบรนด์เพียงอย่างเดียว

Melissen (2004) กล่าวถึงการได้เปรียบคู่แข่งในการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น ต้องอาศัยหลักพื้นฐานคือการมีทรัพยากรของสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำที่ใด หรือยากที่จะเลียนแบบซึ่งเป็นความเหนือกว่าคู่แข่งอย่างมาก สังเกตได้จากท้องถิ่นที่มีทรัพยากรที่เหนือกว่าจะพบว่า มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติไม่ซ้ำกัน มรดกทางวัฒนธรรม และลักษณะทางกายภาพที่มีค่า โดยสะท้อนให้เห็นถึงรากเหง้า ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน หรือศาสนา และการแสดงออกทางวัฒนธรรม ดังเช่น ศิลปะต่างๆ การออกแบบด้านสถาปัตยกรรม หรือการนำประเพณีที่สำคัญที่มีมายาวนานซึ่งเป็นจุดเด่นของสินค้าการท่องเที่ยวนำมาจัดแสดงในงานระดับโลก เทศกาลนิทรรศการ หรือการประชุม ซึ่งเป็นความต้องการของผู้บริโภคที่อยากสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แตกต่างและเป็นประเพณีที่แท้จริง จึงจะถือได้ว่าเป็นความได้เปรียบคู่แข่งในการนำเสนอให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของสถานที่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่อีก

2.3.1 การสร้างแบรนด์อัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว (Brand Identity)

การสร้างแบรนด์อัตลักษณ์การท่องเที่ยวควรต้องศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดที่มีความเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของสถานที่ และสามารถสื่อสารให้เข้าใจถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ จึงจะกลายเป็นประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้มาเยี่ยมชมและเจ้าของสถานที่

Morgan and Pritchard (1998) อัตลักษณ์ของสถานที่ที่มีความแท้จริงต้องมีรากฐานมาจากประวัติศาสตร์ การปกครอง ศาสนาและ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และพลังอำนาจการต่อสู้สภาพแวดล้อม สังคมและ มรดกทางศาสนาที่กลายมาเป็นลักษณะเฉพาะที่สำคัญ

(Noordman (2004) การสร้างแบรนด์จากอัตลักษณ์ให้กับสถานที่ควรมีรากฐานที่มาจากความแท้จริงซึ่งมีองค์ประกอบของพื้นที่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์กำหนดไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

1. องค์ประกอบโครงสร้างทางกายภาพ (Structure elements) ที่มีความสวยงามไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งเสมือนเป็น DNA หรือเป็นรากเหง้าของสถานที่ (สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ที่ตั้งและประวัติศาสตร์)
2. องค์ประกอบที่มีการเปลี่ยนแปลงช้า (Semi-static elements) ซึ่งต้องอาศัยเวลาในการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ขนาดรูปร่าง ลักษณะทางกายภาพ เช่น สิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ (Superstructures)

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) การวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land-use planning) และสภาพภูมิทัศน์ (Landscape)

3. องค์ประกอบที่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย (Colouring elements) ได้แก่ สัญลักษณ์ (ชื่อเครื่องหมายของหน่วยงาน ธง เครื่องแต่งกาย การเดินรำพื้นบ้าน แผนที่) พฤติกรรม และการสื่อสาร โดยองค์ประกอบดังกล่าวมีบทบาทในการเชื่อมโยงองค์ประกอบอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกันและสะท้อนออกมาเป็นภาพลักษณ์หรือประสบการณ์ความทรงจำของสถานที่ ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะพิเศษที่มีความโดดเด่นในรูปแบบสัญลักษณ์ ได้แก่ ประวัติศาสตร์ของนักรบ องค์ประกอบของพฤติกรรม เช่น อาหารท้องถิ่น สถาปัตยกรรม ศิลปะ วรรณกรรม วัฒนธรรมและประเพณีนิยม รวมถึงองค์ประกอบการสื่อสาร เช่นภาษาท้องถิ่น หรือภาษาประจำชาติ

Van Rekom (1994) กล่าวถึงการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยว โดยการเน้นบทบาทการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับอัตลักษณ์ของสถานที่ เช่น การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ พฤติกรรม การแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่สำคัญของอัตลักษณ์สถานที่ โดยเฉพาะบทบาทเจ้าของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น จำเป็นต้องมีองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมต้องสามารถระบุได้ถึงลักษณะเอกลักษณ์ของตนเองได้ ดังเช่น Keillor , Hult (1999) ดังนั้นความหมายในอัตลักษณ์ความเป็นชาติจะเกิดขึ้นกับสถานที่ได้ต้องถูกสร้างจากเจ้าของวัฒนธรรมเองและสามารถระบุได้ถึงลักษณะขอความเป็นชาติตนเอง

2.3.2 ความแท้จริงและสถานที่ท่องเที่ยว (Authenticity and Tourism)

Jansen-Verbeke (2004, p. 6) กล่าวจากว่าแนวโน้มของการบริโภควัฒนธรรมที่เป็นกันอยู่ทั่วโลกในการนำวัฒนธรรมที่แท้จริงของท้องถิ่นมาปรับเปลี่ยนเป็นสินค้าโดยให้เข้ากับยุคสมัยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ดูเหมือนว่าจะมีแนวโน้มมากขึ้น เสมือนเป็นการกัดเซาะคุณค่าทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ที่แท้จริง (Authenticity) ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและไม่สามารถคืนกลับสภาพเดิมได้ นำไปสู่การสูญเสียความแท้จริงของสถานที่ ซึ่งในที่นี้หมายถึงการสูญเสียพื้นที่ที่สวยงามแต่กลายเป็นประสบการณ์เข้ามาแทนที่ ซึ่งเป็นกระบวนการของการเคลื่อนย้ายจากความแท้จริง (Authentic) ไปสู่วงจรสินค้าการท่องเที่ยวซึ่งไม่มีความแท้จริง (Inauthentic)

Broorstin (1962) กล่าวว่าการท่องเที่ยวโดยทั่วไปไม่ได้เกิดจากอัตลักษณ์ที่แท้จริงของสถานที่ แต่ในทางตรงกันข้ามกลับเป็นเรื่องราวที่ไม่ใช่ของจริงซึ่งเป็นผลมาจากการฉากโดยนำกรอบของความแท้จริงมาจัดสร้างให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชน และยังประสบความสำเร็จอีก

ด้วย โดยไม่คำนึงถึงเรื่องจริงของอัตลักษณ์สถานที่ และถ้าเมื่อใดผู้คนทั่วไปยอมรับในสิ่งเหล่านี้เท่ากับว่าความแท้จริงของสถานที่ได้สูญสิ้นตามไปด้วย

Mac Cannell (1999, p.101) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ต้องการสิ่งที่เป็นภาพลวงตาจากการท่องเที่ยว แต่พวกเขาเรียกร้องที่จะได้เห็นอัตลักษณ์ที่เป็นความจริงของสถานที่ที่ท่องเที่ยว เขายังกล่าวอีกว่า เรามักจะเห็นกันอยู่เสมอเมื่อเวลาที่ไปท่องเที่ยวสถานที่ที่ท่องเที่ยวจะจัดสร้างทุกอย่างไว้ล่วงหน้าเพื่อรอผู้มาเยี่ยมชมโดยมีกรอบของความแท้จริงอยู่เบื้องหลัง Mac Cannell (1973, p.596) เสมือนเป็นการดัดแปลงสิ่งที่เป็นธรรมชาติที่แท้จริงของสถานที่ โดยบรรจุไว้ในสินค้าที่การท่องเที่ยว โดยการจัดฉากความแท้จริง (staged authenticity) ภายใต้เงื่อนไขการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยากเห็นความจริง (Authenticity)

Urry (2003, p.11) ได้บ่งชี้ให้เห็นถึงการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันกับการนำความแท้จริงของสถานที่มาจัดฉากให้เห็น เป็นสิ่งที่เริ่มมาจากการตามหาความแท้จริงของนักท่องเที่ยว และขบวนการเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะที่จะขยายต่อไปในอนาคต ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันอย่างต่อเนื่องระหว่างการแข่งขันเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดในสิ่งที่เป็นความจริง กับวิวัฒนาการของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของสถานที่

Cohen-Hattab and Kerber (2004, P. 59) กล่าวว่า สำหรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาสิ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะทั้งทางด้านศาสนา สิ่งที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ หรือ นักชาตินิยม โดยสิ่งเหล่านี้มักจะมีทั้งความแท้จริงและความไม่แท้จริงเกิดขึ้นอยู่เสมอ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่พยายามย่อเรื่องราวให้เห็นเพียงภาพบางส่วนของสิ่งปลูกสร้างที่มีความใหญ่โตและเกี่ยวข้องกับด้านศาสนา หรือการย่อเรื่องราวที่มีความซับซ้อนทางประวัติศาสตร์ให้เหลือเพียงการบรรยายเท่านั้น

Cohen (1988, pp. 30,3) กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวด้วยการนำเรื่องราวที่เป็นความแท้จริงทั้งที่เคยเกิดขึ้นในอดีตหรือยังคงอยู่ในปัจจุบันคืออัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการขับเคลื่อน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญหลักของการตลาดให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยว นำมาประยุกต์หรือสร้างเลียนแบบผ่านการเรียนรู้ ผสมผสานความทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการบริโภควัฒนธรรมที่แตกต่าง และนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านั้นอย่างสนุกสนานโดยไม่รู้ตัว เสมือนว่าเป็นการอยู่ในบริบทของความแท้จริง ซึ่งในความเป็นจริงเป็นเพียงการจัดการเตรียมวางแผนไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นกระบวนการของการจัดการที่มีความแท้จริงอยู่เบื้องหลัง ซึ่งเหมือนเป็นสินค้าที่สร้างความหมายใหม่เข้าครอบครองท้องถิ่นทำให้ผู้อยู่อาศัยกลายเป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงการแบ่งแยกอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ หรือวัฒนธรรมของพวกเขา

2.3.3 อัตลักษณ์การท่องเที่ยว (The Touristic Identity)

O'Connor (1993) กล่าวว่า อัตลักษณ์ทางสังคม ถูกสร้างขึ้นโดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งมีการยอมรับในวิถีธรรมเนียมปฏิบัติต่อกัน และรับรู้ได้ภายในสังคม เกิดเป็นวัฒนธรรมของพวกเขาเอง เหล่านี้คือภาพตัวตนหรือผลผลิตซึ่งเป็นความจริงแท้โดยเกิดจากกระบวนการสร้างภายในสังคมที่ถูกกำหนดโดยบริบทหรือผู้คนภายในสังคมตนเอง เป็นสิ่งที่มีคุณค่าสามารถสื่อออกมาให้ผู้คนภายนอก รับรู้และจดจำได้ด้วยตัวตนของสังคมนั้นเอง แต่ในอีกด้านหนึ่งกับการนำเสนอภาพตัวตนให้เห็นเพียงบางส่วนของสังคมโดยสื่อสารผ่านการจัดการการท่องเที่ยว เป็นจุดประสงค์เพื่อสร้างการขาย ในลักษณะการจัดสร้างขึ้นให้อยู่ในกรอบของเนื้อหา โดยการหยิบยกเรื่องราววิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นซึ่งมีวัฒนธรรมประเพณีมายาวนาน มาจัดแสดงให้เห็นเพียงคร่าวๆ ว่าสังคมยุคเก่ามีลักษณะอย่างไร โดยปราศจากความดั้งเดิมของคุณลักษณะที่แท้จริงในสังคมนั้น เสมือนเป็นการลดคุณค่าอัตลักษณ์ที่เคยมีมาในอดีต ซึ่งมีผลต่อการจดจำอัตลักษณ์ในรูปแบบใหม่ของผู้คนในยุคปัจจุบัน และอาจทำให้อัตลักษณ์ดั้งเดิมเริ่มเลือนลางจนสูญหายไปได้ในที่สุด

Urry (1994) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเกือบทุกแห่งได้นำประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่นมาสร้างจำลองหรือเลียนแบบภาพต่างๆ ขึ้นใหม่ ในรูปแบบของการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาร่วมหรือชมงาน โดยมีลักษณะการจัดงานที่ยิ่งใหญ่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพียงเพื่อต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวของตนเองมีชื่อเสียงและติดอยู่ในแผนที่ของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยขาดการคำนึงถึงการสูญเสียในอัตลักษณ์ที่เป็นดั้งเดิมระดับท้องถิ่นนั้น

Lowenthal (1989) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวในบางท้องถิ่นมีเป้าหมายหลักในการนำอัตลักษณ์มาเป็นจุดขายเพื่อใช้ในการอ้างอิงประวัติศาสตร์ ค้นหาเรื่องราวจากอดีตที่ผ่านการเล่าขานจากตำนาน ในรูปแบบกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชม โดยการผสมผสานให้เข้ากับเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อต้องการให้เป็นอัตลักษณ์ที่ดูมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจก่อให้เกิดเป็นผลกระทบได้ในสองมิติ คือผลกระทบในด้านบวก ทำให้อัตลักษณ์ในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และเข้าใจในสถานที่ของท้องถิ่นนั้นๆ มากขึ้น หรือในมิติของผลกระทบด้านลบ อาจทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกิดความสับสนระหว่างความจริงแท้และการปรุงแต่ง

Fees (1996) กล่าวว่า การท่องเที่ยวบางแห่งได้นำแง่มุมความแท้จริงของอัตลักษณ์ในท้องถิ่นที่ยังคงเหลืออยู่ มาเป็นจุดขายเพื่อให้เกิดความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมา นำมาส่งเสริมให้เห็นถึงลักษณะพิเศษที่ปรากฏอยู่ภายในท้องถิ่น เช่น โบสถ์วิหาร สถานที่สำคัญด้านการเมือง ความเก่าแก่ของตัวอาคารที่เป็นสถาปัตยกรรมดั้งเดิม ซึ่งเกิด

จากการเห็นคุณค่าอัตลักษณ์ดั้งเดิมของคนในท้องถิ่นเอง เพื่อให้เป็นสถานที่หนึ่งที่น่าศึกษาด้านประวัติศาสตร์ และเป็นสถานที่ที่นำมาพักผ่อนเพื่อหลบจากสังคมสมัยใหม่

Ireland (1993) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวในบางท้องถิ่น มีจุดประสงค์หลักเพื่อต้องการส่งเสริมอัตลักษณ์ โดยการเผยให้เห็นถึงบรรยากาศของท้องถิ่นในลักษณะการเดินทางย้อนสู่ออดีตที่ได้สูญหายไปกับสังคมเร่งด่วน และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเป็นจุดขายเพื่อเพิ่มความสนใจและสะดุดตาให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบโครงสร้างทางสังคมในอดีตเป็นหลัก เช่น การประดิษฐ์เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ในการดักปลา ล่าสัตว์ สำหรับการดำรงเลี้ยงชีพซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่แท้จริงที่ต้องทำงานอย่างยากลำบาก เมื่อเปรียบเทียบกับสังคมยุคปัจจุบัน เหมือนเป็นการย้ำเตือนผู้คนในท้องถิ่นให้เห็นถึงรากเหง้าซึ่งเคยเป็นรากฐานทางสังคมของตนเองที่ได้สูญหายไปหมดแล้วว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรและเพื่อให้รายละเอียดเหล่านี้ได้ถูกเก็บบันทึกไว้ในความทรงจำของผู้คนที่ได้มาสัมผัสหรือเคยมีประสบการณ์ร่วมกัน

Barnett (1989) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวสามารถโน้มน้าวผู้คนให้ตระหนักถึงสิ่งที่เคยมีอยู่ในอดีตจนถึงปัจจุบันของการอยู่ร่วมกันของผู้คนและความเป็นเจ้าของในท้องถิ่นนั้นมากขึ้น และยังช่วยทำให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาชื่นชม โดยมีสถานที่เก่าแก่ สถานที่น่าสนใจ หรือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงความเป็นตัวตนของท้องถิ่นนั้นได้อย่างน่าสนใจ อย่างไรก็ตามไม่ควรมองข้ามลักษณะการแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของประวัติศาสตร์ที่เป็นเรื่องจริงโดยมีเนื้อหาในอดีตและสามารถเชื่อมโยงมาถึงโลกปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจสามารถบ่งบอกถึงความเป็นท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าชื่นชมยินดีเสมือนเป็นกระจกส่องให้มองเห็นอดีตที่แท้จริงได้ ดังนั้นจึงไม่ควรหันเหความสนใจออกไป จนกลายเป็นการท่องเที่ยวเพียงแค่ความสนุกสนาน เบิกบานใจเพียงอย่างเดียว หรือไม่ควรให้อดีตที่สำคัญของท้องถิ่นเป็นแค่เพียงเรื่องเล่าขานธรรมดา

2.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

ได้มีการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาแบบยั่งยืนเมื่อเดือนมีนาคม 2533 ณ เมืองแคนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา ได้กล่าวถึงการพัฒนาแบบยั่งยืนที่โยงไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงได้เกิดการประชุม Earth Summit เพื่อกำหนดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขึ้นที่กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2535 การประชุมครั้งนี้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้นและได้ให้คำจำกัดความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง

การพัฒนาที่สามารถตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันก็ปกป้องคุ้มครองและสงวนรักษาไว้ให้แก่คนรุ่นหลังต่อไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2542)

2.4.1 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

พระธรรมปิฎก ป. อ. ปยุตโต (2541) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในปัจจุบันควรมีแนวความคิดในลักษณะบูรณาการ โดยทำให้เกิดองค์รวม หมายถึงการทำให้เกิดความสอดคล้องระหว่างกิจกรรมของมนุษย์กับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ โดยการสร้างจิตสำนึกซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการอนุรักษ์สิ่งที่มีคุณค่าให้เกิดขึ้นกับประชาชนในท้องถิ่น ดังเช่น อัตลักษณ์ของชุมชน เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในการสื่อความหมายด้วยสัญลักษณ์ต่างๆ สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนได้ และเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อกระบวนการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยความสำนึกดังกล่าวจะทำให้อัตลักษณ์ของชุมชนซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวคงอยู่ในท้องถิ่นได้อย่างยาวนาน เมื่อทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่เกิดความเสื่อมโทรม สูญหาย และสามารถอำนวยความสะดวกต่อบุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีแล้ว การท่องเที่ยวก็จะเกิดความยั่งยืนในที่สุด ดังนั้น กิจกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้ โดยมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอขึ้นเรื่อยๆ ต้องขึ้นอยู่กับทรัพยากรการท่องเที่ยวหรืออัตลักษณ์ของชุมชนที่ยังคงคุณค่าและสามารถรักษาความงดงาม ในการดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความภูมิใจให้กับผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นโดยไม่เกิดผลกระทบในด้านลบหรืออาจเกิดขึ้นน้อยที่สุด

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2554) ได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างยั่งยืน เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรมฯ โดยการประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการอย่างรอบด้าน โดยยึดความยั่งยืนของชุมชนและความสุขเป็นตัวตั้ง สอดคล้องกับวิถีชุมชน และเน้นให้ผู้เข้ามาท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับความเป็นชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างแท้จริง มีโอกาสให้เกิดการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ คุณค่าที่หลากหลายในแต่ละชุมชนในทุกมิติ เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ธรรมชาติ เป็นต้น โดยชุมชนจะต้องทำการสำรวจความเป็นชุมชนของตนเอง เรียนรู้อัตลักษณ์ของตนเอง สร้างความภาคภูมิใจร่วมของคนในชุมชน โดยคนในชุมชนจะต้องร่วมกันพัฒนาอย่างสามัคคี

ภราเดช พยัคฆวิเชียร (2539) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาทรัพยากรท้องถิ่น โดยให้ประโยชน์จากท้องถิ่นอย่าง

ถูกต้องเหมาะสม ด้วยการศึกษาและวางแผน เพื่อส่งเสริมและสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม อย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด ในขณะที่เดียวกันต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่หรือเสื่อมสภาพน้อยที่สุด

สมบัติ อารมย์ชัยวัฒน์ (2537) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการพัฒนาโดย มุ่งเน้นการป้องกันและกำจัดของเสียที่จะเกิดจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดย ควบคุมให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด และผลเสียนั้นจะต้องไม่เป็นอันตรายทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการรักษาคุณค่าของแหล่งของการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนถาวร ตลอดไป โดยทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนย่อมก่อให้เกิดผลที่พึงปรารถนาทั้ง สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม

จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่าง การอนุรักษ์ กับการท่องเที่ยว ซึ่งไม่จำกัดรูปแบบว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบใด ดังเช่น ชุมชนอัมพวาที่มีอัต ลักษณ์แสดงความเป็นตัวตนของชุมชนได้อย่างชัดเจนจนเกิดเป็นเอกภาพ แต่ในปัจจุบัน อัตลักษณ์ ดังกล่าวได้ถูกนำมาปรับใช้กระแสสังคมด้านการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผลดีและผลเสียในเวลาเดียวกัน ดังนั้น ขอบเขตการพัฒนาจึงต้องมีการวางแผนและควบคุมการจัดการภายใต้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีจุดประสงค์หลักด้านการอนุรักษ์ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน และให้ผลดีทั้ง ในด้านการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์และผลประโยชน์ที่การท่องเที่ยวจะได้รับอย่างยาวนาน โดยมี องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยส่งเสริม ได้แก่ การวางแผนให้ความรู้ด้านอัตลักษณ์แก่ชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง ด้านการท่องเที่ยว การคำนึงถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ที่ได้มีการสร้างและสืบทอดมายาวนาน และการ สร้างความตระหนักและความภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง

2.4.2 ผลกระทบการพัฒนาท่องเที่ยว

สำหรับทศวรรษที่ผ่านมาการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก ได้รับการ สนับสนุนให้เป็นกิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวมาตลอด ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพล ในการสร้างงานให้กับชุมชนทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก แต่ในขณะที่เดียวกันได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ ชุมชน ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่คิดว่าเมื่อใดที่การท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ งาน และการพัฒนาซึ่งเป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือในอีกด้านหนึ่งคือส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อชุมชน ได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอาชีพของคนในท้องถิ่น เกิดประชากรแฝงจากแรงงานต่างถิ่น หรือการ บิดเบือนวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น ฯ จึงเป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณาและให้ความสนใจ ถึงระดับ

ของการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ควรมีการบูรณาการให้เป็นไปในทางบวกมากที่สุด ซึ่งผลกระทบในแต่ละประเภทมีทั้งด้านบวกและด้านลบ และอาจจะไม่เกิดขึ้นกับทุกชุมชนขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องรับรู้และเข้าใจในผลกระทบที่เกิดขึ้นกับท้องถิ่น ว่าเป็นไปในทิศทางใดคือส่งผลกระทบด้านบวกหรือส่งผลกระทบต่อชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.4.2.1 ผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านลบ

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2530) กล่าวถึงผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากการฟื้นฟูวัฒนธรรมในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีการปรุงแต่งเพื่อให้รับกับสภาพปัจจุบัน โดยขาดความแท้จริงของวัฒนธรรมดั้งเดิม ที่มีการบิดเบือนจนกระทั่งเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เพียงเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงเกิดความไม่สอดคล้องกับการดำเนินวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีผลต่อการสืบทอดวัฒนธรรมของคนในรุ่นต่อไป

ชยันตี วรรณระภูติ (2538) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม กิจกรรมทางสังคม การย้ายถิ่นฐานของชาวบ้าน และปัญหาต่างๆ ในชุมชนการท่องเที่ยว ส่วนด้านวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่อยู่อาศัย การแต่งกาย การบริโภค และสิ่งสำคัญที่สุดของการเปลี่ยนแปลงคือวัฒนธรรมที่ใช้เป็นบรรทัดฐานการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในชุมชนอาจมีการผ่อนคลายไม่เคร่งครัดหรือเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมใหม่ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากบุคคลภายนอกชุมชนที่เข้ามากับการท่องเที่ยว นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว และบทบาทหน้าที่ของคนในครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไป

ขวัญชีวัน บัวแดง (2541) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยมตามการขยายตัวของการท่องเที่ยวอย่างช้าๆ และเป็นไปในทางลบมากกว่าทางบวก เนื่องจากองค์ประกอบทางด้านสังคม วัฒนธรรมซึ่งเป็นทรัพยากรที่ใช้รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องมาจากการรับวัฒนธรรมจากสังคมภายนอกที่มีผลต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมถูกทำลายลงโดยวัฒนธรรมใหม่ เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรม รูปแบบเฉพาะของชุมชน กระแสวัฒนธรรมต่างถิ่นจึงเข้าแทรกแซงผสมผสานกับสิ่งที่มีอยู่เดิมโดยง่าย นอกจากนั้นการจัดกิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมโดยนำความทันสมัยให้มาผสมผสาน เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว จนทำให้คุณค่าและจุดมุ่งหมายของประเพณีที่แท้จริงถูกละเลย รวมถึงรูปแบบการก่อสร้างอาคาร สถานที่เพื่อการพักผ่อนในแบบที่ขัดแย้งกับสภาพอาคารเดิมของ

ชุมชนก่อให้เกิดการสูญหายของรูปแบบบ้านเรือน หรืออาคารดั้งเดิม รวมทั้งปัญหามลภาวะที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาน้ำเสีย ขยะ และมลภาวะทัศนวิสัย

นิศา ชัชกุล (2550:) กล่าวถึง ลักษณะทางกายภาพเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถนำไปสู่กระบวนการผลิตเพื่อเป็นสินค้าในการบริการด้านการท่องเที่ยว แต่การใช้ทรัพยากรเหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อการทำลายภูมิทัศน์บนพื้นที่ธรรมชาติบางส่วน เช่นการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และยังส่งผลกระทบต่อมลภาวะทางอากาศจากการก่อสร้างเนื่องมาจากการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีการนำแหล่งธรรมชาติมาปรับปรุงเพื่อสร้างกิจกรรมในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น นั้นหมายถึงลักษณะทางกายภาพได้ถูกทำลายมากขึ้นตามไปด้วย ผลคือทำให้ลักษณะทางกายภาพแปรเปลี่ยนไปจนถึงขั้นเสื่อมโทรม และสูญเสียสมดุลของระบบธรรมชาติในที่สุด

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการพัฒนาในหลายด้าน โดยส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาในรูปแบบของธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไรเป็นหลัก โดยขาดเอกลักษณ์ที่เน้นการพัฒนาทั้งระบบ (Whole Tourism System) เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยการสร้างความประทับใจในเชิงรูปธรรมให้แก่ผู้มาเยือนมากกว่ามุ่งเน้นการอนุรักษ์ โดยขาดความกลมกลืนที่ขัดต่อสภาพดั้งเดิมของชุมชน และการลดคุณค่างานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม การเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมที่เคยมีมา ทำให้ขาดความแท้จริงของอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เนื่องมาจากความอ่อนไหว ขาดความรู้ ความเข้าใจ ในการยอมรับความแตกต่างของประเพณีและสังคมอื่นๆ ที่เข้ามาสู่ท้องถิ่น และในที่สุดได้ถูกนำมาปรับใช้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความแท้จริงของอัตลักษณ์ได้ถูกดุดกลืนไปแล้ว ทำให้อัตลักษณ์ที่มีคุณค่าดั้งเดิมสูญหายไป นับวันผลกระทบเหล่านี้ยิ่งเพิ่มมากขึ้น เมื่อใดที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ผลกระทบที่ขัดต่อวิถีปฏิบัติของท้องถิ่นมักตามมาเสมอ

ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจที่มีความพยายามในการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาจัดการในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดขาย อาจประสบความสำเร็จได้เพียงในระยะสั้น แต่ในที่สุดอาจนำไปสู่ความขัดแย้งต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการบริโภคความแท้จริงในอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ส่งผลให้สูญเสียนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและทำให้ไม่อยากมาเยือนอีก จึงจำเป็นต้องมีการจัดการการท่องเที่ยวให้อยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน

2.4.2.2 ผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านบวก

Allen, L.R., P.T. Long (1988) กล่าวถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวมักส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใดในโลกที่ไม่เกิดผลกระทบ แต่ขึ้นอยู่กับผลกระทบที่เกิดขึ้นจะเป็นในด้านบวกหรือด้านลบจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับนักพัฒนาที่มีความรับผิดชอบในการติดตามและ

สร้างผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นผลกระทบในด้านบวก เช่นผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ ในเรื่องการจ้างงานทำให้เกิดรายได้กับท้องถิ่น การสร้างอาชีพให้กับชุมชนส่งผลให้มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น เช่น ธุรกิจที่พัก โรงแรม อาชีพการบริการ การผลิตสินค้าที่ระลึก ร้านอาหาร ส่วนในทางสังคม ทำให้ลดอัตราการอพยพแรงงานและการย้ายถิ่นของประชากรในท้องถิ่นเป็นการพัฒนา ระดับความเจริญของท้องถิ่น ในด้านวัฒนธรรมเป็นการกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์สถานที่ทางประวัติศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม ศิลปะแบบดั้งเดิม, งานฝีมือที่เป็นวิถีปฏิบัติของชุมชนซึ่งเป็นมรดกของท้องถิ่น

Esman, M.R. (1984) กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้และความเจริญสู่ท้องถิ่น เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่น ศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ความงดงามของภูมิประเทศ ทำให้ผู้คนเกิดความรักและหวงแหนในมรดกของท้องถิ่น และตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนเองพร้อมที่จะรักษามิให้สูญหาย ดังนั้นการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวทำให้ผู้คนทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่นพยายามรักษาสถานที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนที่จะสงวนรักษาความเป็นท้องถิ่นของตัวเอง

วิระพล ทองมา (2547:17-22) กล่าวถึงการท่องเที่ยวทุกประเภทได้ส่งผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อสิ่งที่แวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น โดยเฉพาะผลกระทบด้านบวกก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนในหลายด้าน เช่น การทำให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความพยายามในการเรียนรู้และนำไปสู่การพัฒนาชุมชนตนเอง นำไปสู่การเกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น ประสานประโยชน์โดยมีการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชนซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม 3) สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรักความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด

จตุพร วิศิษฎ์โชติอังกูร (2550) กล่าวถึงผลกระทบด้านบวกตามที่ได้มีการศึกษางานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการบอกเล่าถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ถือเป็น การฟื้นฟูและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ถึงวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เช่นการทำไร่หมุนเวียน ได้แสดงให้เห็นถึงวิธีการอนุรักษ์ทรัพยากรด้วยวิถีภูมิปัญญาชาวบ้าน และยังส่งผลให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ถึงรากเหง้าและความเป็นมาของชุมชน ซึ่งเป็นความสำคัญของวิถีชีวิตดั้งเดิม เป็น

วิธีการจัดการความรู้ในระดับชุมชนด้วยตัวเอง เพื่อก้าวเข้าสู่พร้อมด้านการท่องเที่ยว เพื่อสามารถสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจ และในขณะเดียวกันเป็นการสร้างจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของเพื่อตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรที่อยู่รอบตัวซึ่งเป็นจุดขายให้กับชุมชน ทำให้เกิดรายได้ในหลายด้าน เป็นการสร้างเศรษฐกิจที่ดีให้กับระดับครัวเรือนและระดับชุมชน นำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชนด้วยกันเองในการร่วมมือกันสร้างสรรค์การท่องเที่ยวให้เกิดความเข้มแข็งยั่งยืนต่อไป

จากแนวคิดดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า ผลกระทบของการท่องเที่ยวไม่ว่าด้านใดด้านหนึ่งย่อมมีอิทธิพลและมีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมฯ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน จึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อนในการพิจารณาผลกระทบทั้งสองด้าน ว่าก่อให้เกิดประโยชน์หรือทำให้เกิดความเสียหายต่ออัตลักษณ์ของชุมชนในฐานะที่ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลให้เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าไม่ว่าจะเป็นในรูปของการฟื้นฟูหรือการอนุรักษ์ จำเป็นต้องคำนึงถึงความยั่งยืนเป็นหลัก โดยการดำรงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ในการมีส่วนร่วมของชุมชน ในที่สุดจะกลายเป็นความผูกพันและหวงแหนในฐานะที่ตนเองเป็นเจ้าของอัตลักษณ์ และยังได้รับประโยชน์ซึ่งเป็นรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนาสืบสาน ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวไทย ตลอดจนเสริมสร้างคุณภาพชีวิตสิ่งแวดล้อมของคนในท้องถิ่นอีกด้วย

2.5 (Delphi Methodology)

ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2550) กล่าวว่าเดลฟายเป็นเทคนิคที่รวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น เพื่อหาฉันทามติ (Consensus) โดยหลีกเลี่ยงไม่ให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมาเผชิญหน้าพร้อมกันในที่ประชุม และให้ผู้เชี่ยวชาญเขียนสิ่งที่ต้องการแสดงความคิดเห็นลงในแบบสอบถามหรือแบบสำรวจ แล้วนำความคิดเห็นที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทุกคนมาสรุป หลังจากนั้นจึงนำผลสรุปที่ได้กลับมาถามซ้ำกับผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมในลักษณะเดียวกันอีกเพื่อให้ได้ข้อสรุป การใช้เทคนิคลักษณะนี้จะลดการเผชิญหน้า การโต้ตอบถกเถียงที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างที่ประชุม ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี ไม่มีอิทธิพลทางความผิดหรือความเกรงใจซึ่งกันและกัน ดังนั้นผลการวิจัยที่ได้จึงเป็นที่น่าเชื่อถือ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

Hader M. and Hader S.(1995, p. 12) เดลฟายเป็นวิธีสำรวจ ที่ตัดสินใจโดยใช้วิจารณญาณของผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อการพยากรณ์ โดยมีองค์ประกอบเป็นมาตรฐานที่มีคุณภาพและให้ผลในเชิงปริมาณ เดลฟายจึงเป็นวิธีการที่มีความหลากหลาย โดยมีข้อตกลงว่าต้องมีผู้เชี่ยวชาญร่วมการสำรวจและต้องทำมากกว่าสองรอบ ซึ่งในรอบที่สองและรอบถัดไปจะได้ผลของการสำรวจ และผลที่ได้ในรอบก่อนจะถูกส่งคืน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญที่ตอบคำถามจากรอบที่สองจึงอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่มที่ส่งผลต่อมติของตน ดังนั้น วิธีเดลฟายจึงเป็นกระบวนการที่มีโครงสร้างค่อนข้างแข็งแกร่งในการสื่อสารเป็นกลุ่ม ในเรื่องที่มีความสำคัญ หรือเรื่องที่ไม่แน่ใจว่าสิ่งนั้นเกิดจากธรรมชาติหรือไม่ และความรู้ที่ไม่สามารถทำให้สมบูรณ์ได้ ซึ่งจะถูกตัดสินใจโดยผู้เชี่ยวชาญ

Wechsler W. (1978, pp. 23) กล่าวถึงลักษณะมาตรฐานของวิธีเดลฟาย ว่าเป็นการสำรวจหรือ การประเมินเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งจะไม่มีกรบอกรับชื่อของกันและกัน และผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะมีการพิจารณาอยู่ในใจโดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน ดังนั้นเดลฟายจึงควรทำมากกว่าสองรอบ โดยการนำข้อมูลที่ได้รับจากรอบแรกนำมาคำนวณด้วยค่าสถิติมีฐานและค่าควอไทล์เฉพาะส่วนที่มีความคิดเห็นเป็นไปได้

2.5.1 คุณลักษณะเทคนิคเดลฟาย

Rodgers & Cowles (1993) กล่าวถึงเทคนิคเดลฟาย เป็นเทคนิควิจัยที่มีความยืดหยุ่นเหมาะสมสำหรับข้อมูลที่ขาดความสมบูรณ์สำหรับการคาดการณ์ หรือต้องการความคิดเห็นเพื่อการตัดสินใจ มีงานวิจัยมากมายที่ใช้วิธีเดลฟายในการแก้ปัญหา และไม่ได้เป็นเพียงวิธีการเชิงปริมาณ แต่ให้ผลดีมากสำหรับเชิงคุณภาพ ซึ่งให้ผลแม่นยำมีความใกล้เคียงกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

Johnson. (1993: 982) ได้ให้คำนิยามของเทคนิคเดลฟายว่าเป็นโครงการจัดทำวิจัยอย่างละเอียดรอบคอบ ซึ่งจะเชิญกลุ่มผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามในเรื่องที่ต้องการทราบโดยมีการกำหนดประเด็นหัวข้อเรื่องซึ่งควรคำนึงถึงความรู้ของผู้เชี่ยวชาญด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นในการสรุปผลการวิจัย โดยมีเทคนิคหรือวิธีการดังนี้

1. เทคนิคเดลฟายเป็นเทคนิคที่มุ่งแสวงหาข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยการตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นในแต่ละขั้นตอน การตอบหรือการตัดสินใจของ ผู้เชี่ยวชาญจะมีความถูกต้องและความตรงสูง ดังนั้น ผู้เชี่ยวชาญจำเป็นต้องเป็นผู้มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่จะศึกษาวิจัยในแขนงหรือสาขานั้นๆด้วย

2. เทคนิคเดลฟาย เปิดให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องอาศัยความคิดเห็นของผู้อื่น หรือต้องตอบเหมือนผู้อื่น เนื่องจากผู้เข้าร่วมในการวิจัยไม่ทราบว่าแต่ละคนเป็นใครบ้าง รวมถึงไม่ทราบความคิดเห็นของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งจะได้ความคิดเห็นที่แท้จริงของแต่ละคน

3. เทคนิคเดลฟายได้กำหนดคำถามเพื่อใช้เป็นแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม โดยไม่ต้องให้ผู้เชี่ยวชาญมาพบกัน และควรตอบแบบสอบถามให้ครบทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่มีความน่าเชื่อถือ จึงจำเป็นต้องมีการใช้แบบสอบถามหลายๆ รอบ

4. เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้ตอบแบบสอบถามโดยกลั่นกรองอย่างละเอียด รอบคอบ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เป็นมุมมองของแต่ละคน ผู้ทำวิจัยจะแสดงความคิดเห็นที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นสอดคล้องกันในคำตอบแต่ละข้อของแบบสอบถามที่ตอบลงไปในครั้งก่อน แสดงในรูปสถิติพรรณนาแล้วส่งกลับให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาว่าจะคงคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงไป

5. สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์จะเป็นสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ฐานนิยม มัธยฐาน ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

2.5.2 ข้อดีเทคนิคเดลฟาย

1. เป็นเทคนิคที่สามารถรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวนมาก โดยไม่ต้องมีการพบปะ หรือประชุมกัน ซึ่งเป็นการทุ่นเวลาและค่าใช้จ่าย

2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นคำตอบที่น่าเชื่อถือ เพราะเป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ อย่างแท้จริง และคำตอบได้มาจากการขออนุญาตหลายรอบ

3. เป็นเทคนิคที่มีขั้นตอนการทำงานไม่ยากมากนัก ได้ผลรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

4. ผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมการวิจัยมีการแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระมีโอกาสได้รับทราบผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถปรับเปลี่ยนหรือยืนยันความคิดเห็นของตนเอง

ดังนั้น เทคนิคเดลฟายเป็นวิธีการหนึ่งในกระบวนการวิจัย โดยเกิดจากการคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อให้ได้คำตอบที่เกิดจากความคิดเห็นที่แท้จริง ซึ่งสามารถตอบคำถามงานวิจัยได้ใกล้เคียงสมมุติฐานมากที่สุด ซึ่งเป็นหัวใจหลักของเทคนิคเดลฟาย โดยจะมีการทำตั้งแต่ 2 รอบขึ้นไป ในลักษณะคำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณา และแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ และส่งคำตอบกลับคืนมายังผู้วิจัยเพื่อนำไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติให้ได้ข้อสรุปในรอบที่ 3 หรือ 4 เพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นเอกฉันท์ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจะแยกกันตอบ

โดยไม่มีการปรึกษากัน ซึ่งมีความแตกต่างจาก Questionnaire survey ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิด และมีการทำแบบสอบถามเพียงรอบเดียว ซึ่งคำตอบที่ได้อาจไม่ชัดเจนมากนัก เนื่องจากเกิดความคลาดเคลื่อนได้ จึงไม่เหมาะกับงานวิจัยบางเรื่องที่ต้องการย้ำความชัดเจนด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความเหมาะสมในการเลือกเทคนิคเดลฟายเป็นวิธีวิจัยเนื่องจากต้องการความคิดเห็นด้านอัตลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงความเป็นตัวตนของชุมชนอัมพวาได้มากที่สุดและกรณีการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ จึงจำเป็นต้องคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่มีภูมิความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับพื้นที่ศึกษาและเกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อไปสู่เป้าหมายคือคำตอบของการวิจัย

2.5.3 ข้อเสียเทคนิคเดลฟาย

1. ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการคัดเลือกถ้าไม่ใช่ผู้ที่มีความสามารถหรือเชี่ยวชาญในสาขานั้นอย่างแท้จริง จะทำให้ข้อมูลที่ได้ขาดความน่าเชื่อถือ
2. ควรกำหนดจำนวนผู้เชี่ยวชาญสำรอง ในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญบางท่านอาจตอบไม่ครบตามจำนวนรอบที่ทำการสอบถาม
3. ใช้ระยะเวลามากในการสอบถามรวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลตามจำนวนรอบที่กำหนดไว้
4. ช่วงเวลาของผู้เชี่ยวชาญไม่ตรงกัน ซึ่งทำให้การสอบถามแต่ละรอบมีความล่าช้าไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ ด้านส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

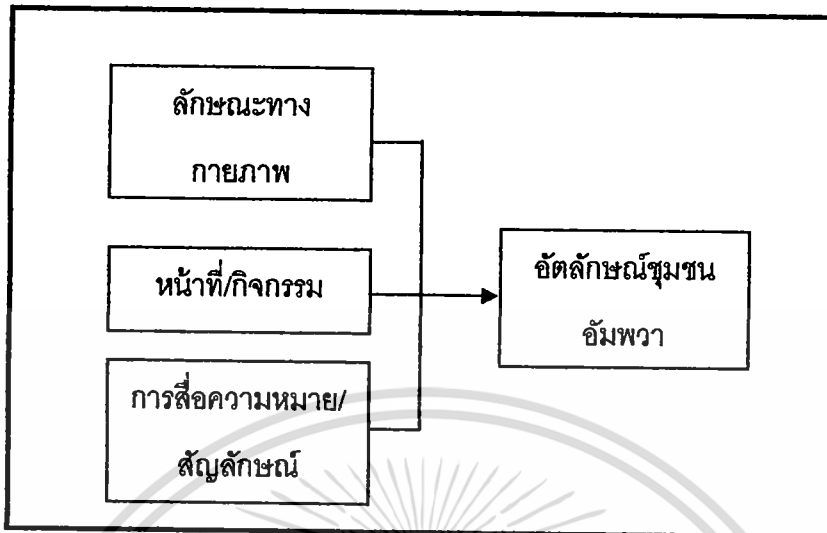
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยวิธี Delphi เนื่องจากต้องการรวบรวมความคิดเห็นที่เป็นอิสระของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละคนเพื่อระบุอัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวา จึงคัดเลือกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกชุมชน โดยมีองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ สภาพแวดล้อม สังคมวิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ศิลปกรรมประเภทต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์ภายในชุมชนอัมพวาเป็นอย่างดี เพื่อแสดงความคิดเห็นที่อยู่ในประเด็นคำถาม โดยทำการสอบถาม 3 รอบ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำสร้างตัวแปร และวิเคราะห์ผลด้วยสถิติพรรณนา โดยแสดงรายละเอียดของการศึกษาและวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา
2. ประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ในด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1.1 การศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

การศึกษาส่วนนี้ได้้นำแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชน ภายใต้ทฤษฎีอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1. ลักษณะทางกายภาพ 2. หน้าที่/กิจกรรม 3. ความหมาย/สัญลักษณ์ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องของปฏิสัมพันธ์กันทำให้เกิดอัตลักษณ์ขึ้นได้อย่างชัดเจนดังภาพ 3.1 ดังนี้



ภาพที่ 3.1 องค์ประกอบอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

ที่มา: Gamham (1985)

ส่วนที่ 1 การศึกษาเรื่องโครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ และคุณค่าทางสุนทรียภาพของพื้นที่ศึกษา สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และพืชพันธุ์ที่โดดเด่นตามธรรมชาติที่ส่งผลต่อรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชน การใช้ประโยชน์ที่ดิน และลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และงานช่างฝีมือของชุมชน

ส่วนที่ 2 กิจกรรมและหน้าที่ (Activities and Functions) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางกายภาพในการรองรับกิจกรรมนั้นๆ ที่เริ่มจากระดับกิจกรรม (Level of Activity) เช่น การใช้สอยพื้นที่เพื่อปลูกสร้างอาคาร บ้านเรือนต่างๆ และนำไปสู่ประเภทกิจกรรม หมายถึงการปฏิบัติที่ชุมชนให้ความสำคัญและกระทำเป็นประจำ เช่น กิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือสังคม ทั้งในรายวันและฤดูกาล สะท้อนถึงลักษณะการดำรงชีพหรือกิจกรรมที่ปรากฏชัดเจน เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ถึงการประกอบกิจกรรมของผู้คนในชุมชนนั้นๆ

ส่วนที่ 3 การสื่อความหมายหรือสัญลักษณ์ คือความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่และการรับรู้ความแท้จริงเพื่อใช้อธิบายลักษณะของสถานที่ได้ถูกต้อง เมื่อมีการอ้างอิงถึงสถานที่นั้นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้สื่อสารที่สามารถรับรู้ถึงรายละเอียดของสถานที่แห่งนั้น

3.1.2 การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ได้นำแนวคิดผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งประกอบด้วยผลกระทบด้านบวกและด้านลบและนำมาสร้างตัวแปรในรูปแบบสอบถาม เพื่อทราบถึงผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาในด้านการส่งเสริมหรือการลดทอนอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

3.2.1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

3.2.1.1 สร้างแบบสอบถามตามแนวคิดองค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่ ที่มีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ระบุอัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจนมากที่สุด และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์

3.2.1.2 วิเคราะห์ผลคำตอบจากแบบสอบถามทั้ง 3 รอบ ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าฐานนิยม

3.2.2 เกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ

3.2.2.1 เป็นบุคคลภายในภายนอกชุมชน/เจ้าหน้าที่รัฐที่มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดีเกี่ยวกับชุมชนอัมพวา เช่น ผู้มีถิ่นกำเนิดภายในชุมชนอัมพวา นักอนุรักษ์ชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้บริหารด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น นักการเมืองท้องถิ่น เป็นต้น

3.2.2.2 จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ ตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ประมาณ 10–18 ท่าน เพื่อลดปัญหาความคลาดเคลื่อนของคำตอบ (Chitu Okoli, Suzanne Pawlowski, 2004) จึงมีหลักเกณฑ์เพื่อความเหมาะสมกับงานวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 15 ท่าน ดังนี้

กลุ่มที่ 1	
1. ถิ่นกำเนิด จ.สมุทรสงคราม	
2. อายุ 40 ปีขึ้นไป	
3. อาศัยอยู่ในพื้นที่ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	
4. กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ	จำนวน (คน)
นักวิชาการด้านอนุรักษ์ชุมชน/นักการเมืองท้องถิ่น	5
นักวัฒนธรรม/นักวิชาการด้านการเกษตร/ปราชญ์ชาวบ้าน	5
อาจารย์สถาบันการศึกษา	5

กลุ่มที่ 2	
1. ถิ่นกำเนิด จ.สมุทรสงคราม	
2. อายุ 30 ปีขึ้นไป	
3.กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ	จำนวน (คน)
● เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาชุมชน จ.สมุทรสงคราม	5
● เจ้าหน้าที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์	5
● เจ้าหน้าที่สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จ.สมุทรสงคราม	5
● เจ้าหน้าที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จ.สมุทรสงคราม	

กลุ่มที่ 3	
1. ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณภายนอกจ.สมุทรสงคราม	
2. อายุ 35 ปีขึ้นไป	
3. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ	จำนวน (คน)
● นักเขียนบทความด้านการท่องเที่ยว/ช่างภาพ	5
● นักวิชาการด้านการอนุรักษ์	5
● นักบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	5

ภาพที่ 3.2 แสดงหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ

3.2.3 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล โดยวิธี Delphi

ดำเนินการโดยวิธี Delphi และกำหนดการสอบถามเป็น 3 รอบ เพื่อให้ได้คำตอบที่ครอบคลุมงานวิจัยทั้งในด้านอัตลักษณ์และผลกระทบการท่องเที่ยว และเก็บรวบรวมผลคำตอบในแต่ละรอบ นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา จากนั้นนำสรุปผลที่ได้เพื่อตอบคำถามงานวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงกระบวนการวิธี Delphi รอบที่ 1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

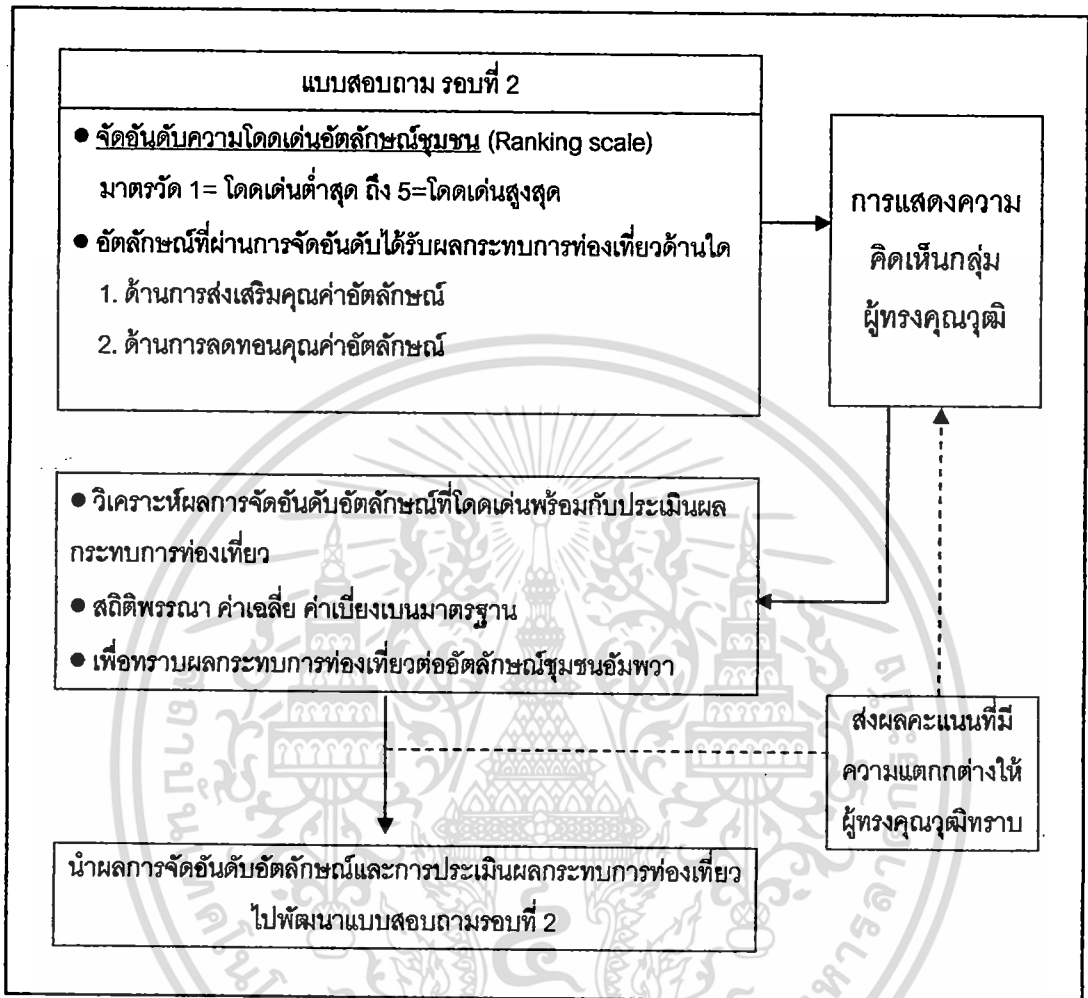


ภาพที่ 3.4 แสดงกระบวนการ Delphi รอบที่ 1

ที่มา : ดัดแปลงจาก Chitu Okoli, Suzanne Pawlowski, 2004

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

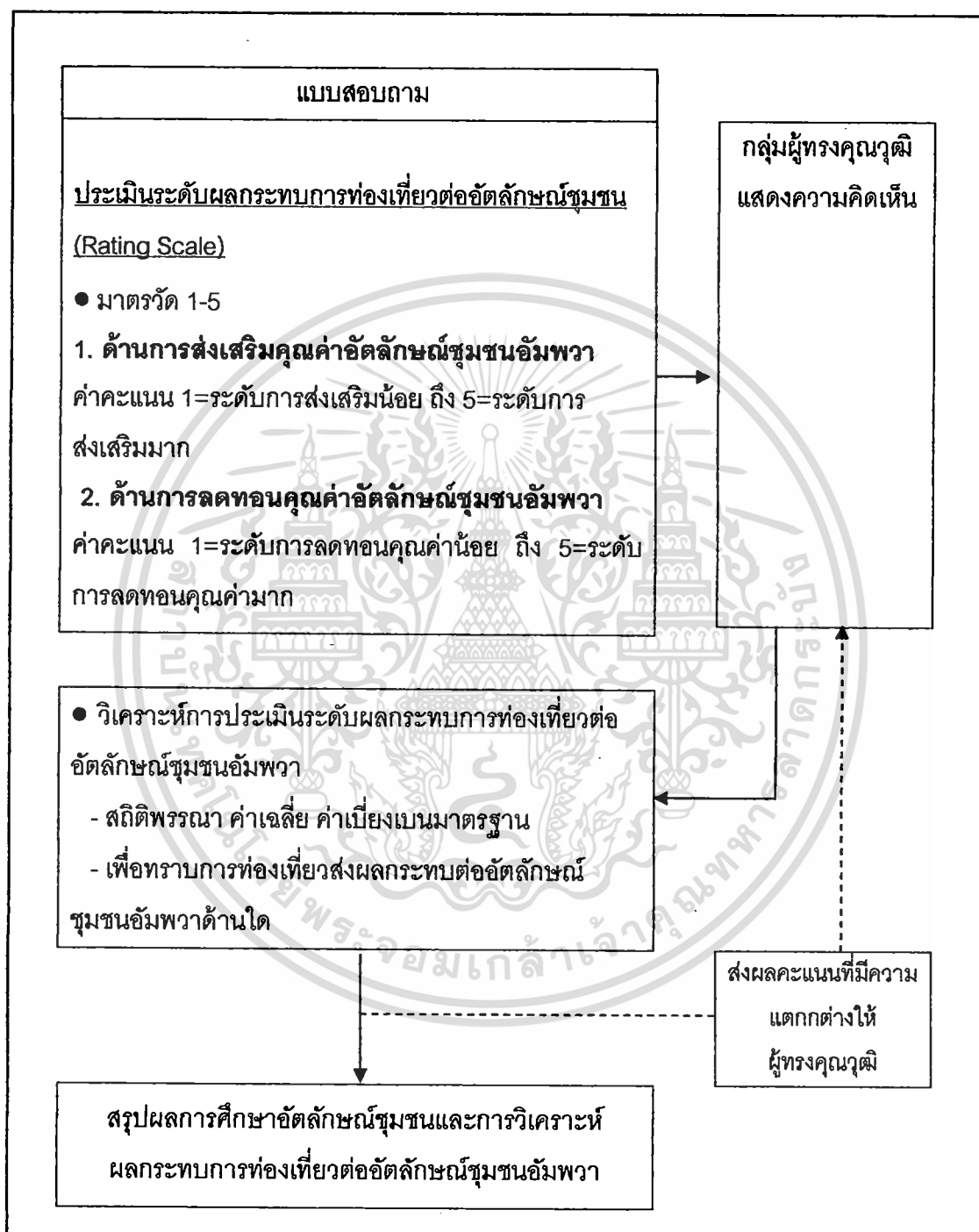
แสดงกระบวนการวิธี Delphi รอบที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.5 แสดงกระบวนการ Delphi รอบที่ 2

ที่มา : ดัดแปลงจาก Chitu Okoli, Suzanne Pawlowski, 2004

แสดงกระบวนการวิธี Delphi รอบที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.6 แสดงรายละเอียดวิธีวิจัย Delphi รอบที่ 3

ที่มา : ดัดแปลงจาก Chitu Okoli, Suzanne Pawlowski, 2004

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 แสดงตัวแปรและเครื่องมือการเก็บข้อมูลอัตถิภาวนิยมที่เชื่อถือได้ซึ่งได้คะแนน โดยวิธี Delphi รอบที่ 1

ตัวแปรหลัก	ตัวแปร	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือ	อ้างอิง
กลุ่มกายภาพ	ด้านสภาพภูมิทัศน์	ระดับอัตถิภาวนิยมที่ชัดเจน 1 ถึง 10 1=ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน 10=ชัดเจนมากที่สุด	● 8.34-10 = ชัดเจนสูง ● 6.67-8.33 = ชัดเจนปานกลาง ● 5.00-6.66 = ชัดเจนต่ำ ● 1-5 = ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน	● แบบสอบถาม ● การสำรวจภาคสนาม ● การสัมภาษณ์	● หนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ ● สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม, 2544
	ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ				
	ด้านการตั้งถิ่นฐาน				
	ด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือน				
	ด้านสถาปัตยกรรมศาสนสถาน				
	ด้านสถาปัตยกรรมศาสนสถาน				
กลุ่มกิจกรรมในพื้นที่	ด้านเศรษฐกิจ	ระดับอัตถิภาวนิยมที่ชัดเจน 1 ถึง 10 1=ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน 10=ชัดเจนมากที่สุด	● 8.34-10 = ชัดเจนสูง ● 6.67-8.33 = ชัดเจนปานกลาง ● 5.00-6.66 = ชัดเจนต่ำ ● 1-5 = ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน	● แบบสอบถาม ● การสำรวจภาคสนาม ● การสัมภาษณ์	● หนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ ● สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม, 2544
	ด้านวิถีชีวิต				
กลุ่มการสื่อ ความหมาย/สัญลักษณ์	ด้านประเพณีวัฒนธรรม	ระดับอัตถิภาวนิยมที่ชัดเจน 1 ถึง 10 1=ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน 10=ชัดเจนมากที่สุด	● 8.34-10 = ชัดเจนสูง ● 6.67-8.33 = ชัดเจนปานกลาง ● 5.00-6.66 = ชัดเจนต่ำ ● 1-5 = ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน	● แบบสอบถาม ● การสำรวจภาคสนาม ● การสัมภาษณ์	● หนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ ● สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม, 2544
	ด้านศิลปศาสนสถาน				
	ด้านศิลปะประติมากรรม/การแสดง/ดนตรีไทย				
	ด้านอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน				
กลุ่มการสื่อ ความหมาย/สัญลักษณ์	ด้านขนบไทยในวรรณคดี	ระดับอัตถิภาวนิยมที่ชัดเจน 1 ถึง 10 1=ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน 10=ชัดเจนมากที่สุด	● 8.34-10 = ชัดเจนสูง ● 6.67-8.33 = ชัดเจนปานกลาง ● 5.00-6.66 = ชัดเจนต่ำ ● 1-5 = ไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน	● แบบสอบถาม ● การสำรวจภาคสนาม ● การสัมภาษณ์	● หนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ ● สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม, 2544
	ด้านความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 แสดงตัวแปรและเครื่องมือการเก็บข้อมูลการจัดลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว โดยวิธี Delphi รอบที่ 2

ตัวแปรหลัก	ตัวแปร	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือ	อ้างอิง
กลุ่มกายภาพ	ด้านสภาพภูมิทัศน์	<ul style="list-style-type: none"> อันดับความโดดเด่น Ranking Scale 1-5 5 = โดดเด่นสูงสุด 4 = โดดเด่นสูง 3 = โดดเด่นปานกลาง 2 = โดดเด่นต่ำ 1 = โดดเด่นต่ำสุด ประเมินผลกระทบท่องเที่ยว 	Likert Scale <ul style="list-style-type: none"> 1.00 – 2.33 = สูง 2.34 – 3.67 = ปานกลาง 3.68 – 5.00 = ต่ำ ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> แบบสอบถาม การสำรวจภาคสนาม 	<ul style="list-style-type: none"> จากการทบทวนวรรณกรรม หนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม, 2544 ผังเมืองรวมเมืองอัมพวา, 2554 คนแม่กลอง
	ด้านเศรษฐกิจ				
	ด้านวิถีชีวิต				
	ด้านประเพณีวัฒนธรรม				
	ด้านศิลปวัฒนธรรม				
กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ด้านศิลปวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินผลกระทบ 			
	ด้านศิลปะประติมากรรม/แสดง/ดนตรีไทย				
	ด้านอาหารในวรรณคดีพื้นบ้าน				
	ด้านขนมไทยในวรรณคดี				
	ด้านความรู้สึกรักมีคุณค่าสถานที่				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 แสดงตัวแปรและเครื่องมือการเก็บข้อมูลการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว โดยวิธี Delphi รอบที่ 3

ตัวแปรหลัก	ตัวแปร	ตัวชี้วัด	ระดับการวัด	เครื่องมือ	อ้างอิง
กลุ่มกายภาพ	ด้านสภาพภูมิทัศน์	ระดับผลกระทบ ท่องเที่ยว Rating Scale 1-5 5 = ผลกระทบสูงสุด 4 = ผลกระทบสูง 3 = ผลกระทบปานกลาง 2 = ผลกระทบต่ำ 1 = ผลกระทบต่ำสุด	● 3.68 – 5.00 = สูง ● 2.34 – 3.67 = ปานกลาง ● 1.00 – 2.33 = ต่ำ ● ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ ● ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> แบบสอบถาม การสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> จากกาบทบทวนวรรณกรรม หนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ สำนักปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม, 2544 ผังเมืองรวมเมืองอัมพวา, 2554 (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1)
	ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ				
ด้านการตั้งถิ่นฐาน					
ด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือน					
ด้านสถาปัตยกรรมศาสนสถาน					
กลุ่มกิจกรรมกลุ่มบนพื้นที่	ด้านเศรษฐกิจ	ระดับผลกระทบ	ระดับการวัด	เครื่องมือ	อ้างอิง
	ด้านวิถีชีวิต				
	ด้านประเพณีวัฒนธรรม				
กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ด้านศิลปศาสนสถาน	ระดับผลกระทบ	ระดับการวัด	เครื่องมือ	อ้างอิง
	ด้านศิลปะประติมากรรม/การแสดงดนตรีไทย				
	ด้านอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน				
	ด้านขนบธรรมเนียมในวรรณคดี				
	ด้านความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่				

บทที่ 4

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา โดยวิธี Delphi เพื่อระบุอัตลักษณ์โดยพิจารณาจากคุณลักษณะที่มีเด่นชัดสามารถสื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน และมีความสำคัญต่อการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น คือ การศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดการเก็บข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 ศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน

รอบที่ 2 จัดอันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นพร้อมกับประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์

รอบที่ 3 จัดระดับผลกระทบการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์

- **การส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง**

การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการเผยแพร่อัตลักษณ์ให้ดำรงอยู่มิให้สูญหาย และยังให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวให้เห็นถึงคุณค่าต่อของอัตลักษณ์ที่มีอายุธรรมในการสั่งสม ถ่ายทอดมาอย่างยาวนาน

- **ด้านการลดทอนอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา หมายถึง**

การท่องเที่ยวมีส่วนในการเปลี่ยนแปลง/ทำลายคุณลักษณะดั้งเดิมของชุมชน โดยการบิดเบือน หรือการลอกเลียนแบบวัฒนธรรม ประเพณี เพื่อผลกำไรทางธุรกิจโดยการขาดคำนึงถึงคุณค่าที่มีมาอย่างยาวนาน

4.1 รอบที่ 1 อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน

จากการทำ Delphi เพื่อระบุอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาจากคุณลักษณะพิเศษเด่นชัดตามองค์ประกอบอัตลักษณ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มกายภาพ กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ ที่มีตัวแปรทั้งหมด 111 ตัวแปร พบว่าผู้ทรงคุณวุฒิได้ระบุอัตลักษณ์ที่มี

ความชัดเจนในการทำหน้าที่สื่อถึงชุมชนขึ้นมา 67 ตัวแปร โดยจัดระดับความชัดเจนที่มีค่าน้ำหนัก 4 ระดับ คือ อັดลัษณณ์ที่มีค่าน้ำหนักต่ำกว่า 5 คือระดับไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจน อັดลัษณณ์ที่มีค่าน้ำหนัก 5.00–6.66 คือระดับความชัดเจนต่ำ อັดลัษณณ์ที่มีค่าน้ำหนัก 6.67– 8.33 คือระดับความชัดเจนปานกลาง อັดลัษณณ์ที่มีค่าน้ำหนัก 8.34–10 คือระดับความชัดเจนสูง (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.1)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 แสดงระดับความชัดเจนอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ

อัตลักษณ์ด้านกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับความชัดเจน อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชน				
			ไม่ผ่านเกณฑ์	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
สภาพภูมิทัศน์	แม่น้ำแม่กลอง	9.10	0.95				●●●
	น้ำขึ้น-น้ำลงที่อ่าวไทย	8.20	1.25			●●	
	ระบบสามน้ำ	8.55	1.05				●●●
	พื้นที่ราบดินดอนสามเหลี่ยม	4.54	1.48	-			
	สภาพพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล	3.88	1.32	-			
	คลองอัมพวา	8.89	1.11				●●●
	ระบบคลองลำประโดง	7.84	1.20			●●	
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	ต้นจิกทะเล	4.71	1.39	-			
	ต้นมะเปรียง	3.45	1.25	-			
	ต้นลำพู	8.16	1.27			●●	
	มะพร้าวน้ำตาล	8.62	1.01				●●●
	ปลาทุแม่กลอง	8.20	1.10			●●	
	กุ่มแม่น้ำ	7.37	1.18			●●	
	กุ่มฝอย	4.02	1.23	-			
	หอยหลอด	4.60	1.35	-			
	แมลงหิ่งห้อย	8.90	1.07				●●●
การตั้งถิ่นฐาน	ตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลอง	8.65	1.12				●●●
	ตั้งถิ่นฐานบนพื้นล่อยน้ำ (เรือนแพ)	7.78	1.31			●●	-
	ตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน)	8.16	1.48			●●	
	ตั้งถิ่นฐานตลัดน้ำอัมพวา	9.05	1.09				●●●
	ตั้งถิ่นฐานเรือนแถวการค้าอยู่อาศัย	8.62	1.15				●●●
	ตั้งถิ่นฐานขนานไปกับฝั่งทะเล	3.55	1.34	-			
	ตั้งถิ่นฐานริมแพรง	4.06	1.40	-			

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือนสิงหาคม-กันยายน 2555

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

กลุ่มกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับความชัดเจน อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชน				
			ไม่ผ่านเกณฑ์	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
สถาบันกิจกรรมอาคารบ้านเรือน	เรือนไทยประเพณี	8.65	1.11				●●●
	เรือนไทยอุทยาน ร.2	8.91	1.05				●●●
	เรือนไทยชุมชนวิจิตรสมรรถการ	4.84	1.06	-			
	เรือนแถวไม้พื้นดินริมคลองอัมพวา	8.92	1.17				●●●
	เรือนแพเดิม	7.59	1.27			●●	
	เรือนผูก	3.38	1.19	-			
	เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์	8.07	1.24			●●	
	บ้านตึกหลังแรกสมัย ร.6	4.12	1.16	-			
	สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา	4.87	1.38	-			
	สถาบันกิจกรรมด้านศาสนา	วัดอัมพวันเจติยาราม	8.85	1.15			
วัดจุฬามณี		8.73	1.29				●●●
วัดบางแคใหญ่		4.95	1.36	-			
วัดภุมรินทร์		8.21	1.23				●●●
กุฏิสงฆ์เรือนหมุทรงไทย (วัดอัมพวัน)		7.40	1.38			●●	
วัดพระยาญาติ		6.37	1.21		●		
วัดห้องคู้		2.62	1.15	-			
วัดประดู่		4.10	1.18	-			
โบสถ์คาทอลิกสถาศาปัติโยโกธิคฝรั่งเศส		3.83	1.40	-			

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือนสิงหาคม-กันยายน 2555

4.1.1 อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ

ผลการระบุอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 5 ด้าน ที่มีตัวแปรทั้งหมด 41 ตัวแปร พบว่าผู้ทรงคุณวุฒิได้ระบุอัตลักษณ์ที่มีคุณลักษณะความชัดเจนขึ้นมา 25 ตัวแปร เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน พบว่ามีระดับความชัดเจนสูง 14 ตัวแปร ระดับปานกลาง 10 ตัวแปร ระดับต่ำ 1 ตัวแปร แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพมีความสามารถในการสื่อถึงชุมชนได้เป็นอันดับ 1

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านสภาพภูมิทัศน์ที่มีอัตลักษณ์ 5 ตัวแปร ที่มีระดับความชัดเจนสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ แม่น้ำแม่กลอง คลองอัมพวา ระบบสามน้ำ (ค่าเฉลี่ย 9.10, 8.89, 8.55) รองลงมาคือ ระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ ระบบน้ำขึ้น-น้ำลง ระบบคลองลำประโดง (ค่าเฉลี่ย 8.20, 7.84) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.1) ซึ่งไม่พบความชัดเจนระดับต่ำ สำหรับด้านสภาพแวดล้อมมี อัตลักษณ์ที่ถูกระบุความชัดเจน 3 ระดับ คือระดับสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ แมลงหึ่งห้อย มะพร้าวน้ำตาล (ค่าเฉลี่ย 8.90, 8.62) รองลงมาในระดับปานกลาง มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ปลาทุแม่กลอง ต้นลำพู (ค่าเฉลี่ย 8.20, 8.16) และความชัดเจนระดับต่ำ 1 ตัวแปร คือ กุ้งแม่น้ำ (ค่าเฉลี่ย 7.37) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.1) สำหรับด้านการตั้งถิ่นฐานมีอัตลักษณ์ถูกระบุความชัดเจน 2 ระดับ ได้แก่ ระดับสูง 3 ตัวแปร คือการตั้งถิ่นฐานตลาดน้ำอัมพวา การตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลอง การตั้งถิ่นฐาน เรือนแถวไม้เพื่อการค้าและอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 9.05, 8.65, 8.62) รองลงมาในระดับปานกลาง มี 2 ตัวแปร คือ การตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน) และการตั้งถิ่นฐานลอยน้ำ (เรือนแพ) (ค่าเฉลี่ย 8.16, 7.78) (แสดงรายละเอียดใน ตารางที่ 4.1) สำหรับด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือนมีอัตลักษณ์ถูกระบุความชัดเจน 2 ระดับ คือ ความชัดเจนระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ เรือนแถวไม้ริมคลอง อัมพวา เรือนไทยอุทยาน ร.2 และ เรือนไทยประเพณี (ค่าเฉลี่ย 8.92, 8.91, 8.65) รองลงมาในระดับ ปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ เรือนแถวอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ เรือนแพเดิม (ค่าเฉลี่ย 8.07, 7.59) (แสดง รายละเอียดในตารางที่ 4.1) ด้านสถาปัตยกรรมศาสนสถาน มีระดับความชัดเจน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับ ความชัดเจนสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ วัดอัมพวันเจติยาราม วัดจุฬามณี วัดภุมรินทร์ (ค่าเฉลี่ย 8.85, 8.73, 8.21) รองลงมาในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ได้แก่ กุฏิสงฆ์เรือนหมู่ทรงไทย (ค่าเฉลี่ย 7.40) และ ระดับความชัดเจนต่ำ ได้แก่ วัดพระยาญาติ (ค่าเฉลี่ย 6.37) แสดงถึงการทำหน้าที่ในการสื่อถึง ชุมชนอัมพวาได้ไม่ชัดเจนนักเมื่อเปรียบเทียบกับระดับสูงและปานกลาง (แสดงรายละเอียดตารางที่ 4.1)

ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพในรอบที่ 1 โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่ามีอัตลักษณ์ 25 ตัวแปร ถูกระบุความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชนระดับสูง 14 ตัวแปร ระดับปาน กลาง 10 ตัวแปร และมีเพียง 1 ตัวแปร ที่มีระดับความชัดเจนต่ำ และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยอัต ลักษณ์แต่ละด้านพบว่ากลุ่มกายภาพมีสามารถสื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจนในระดับสูง โดยเฉพาะ

ลักษณะสถาปัตยกรรมที่เด่นชัดมีอิทธิพลต่อการกำหนดโครงสร้างและแบบแผนการดำเนินชีวิตของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่ คือ การมีลักษณะทางกายภาพและภาพลักษณ์ที่ปรากฏ โดยพิจารณาจากโครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ และคุณค่าทางสุนทรียภาพของพื้นที่ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ และพืชพรรณที่โดดเด่นตามธรรมชาติซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชน การใช้ประโยชน์ที่ดิน และลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารและสิ่งปลูกสร้าง ที่สะท้อนถึงการใช้สอย และงานช่างฝีมือของชุมชนในช่วงเวลานั้นๆ (Morgan, Pritchard, 1998)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงความชัดเจนระดับอัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่

กลุ่มการใช้พื้นที่/กิจกรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับความชัดเจน อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชน				
			ไม่ผ่านเกณฑ์	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
เศรษฐกิจ	อาชีพทำสวนยกทรงปลูมมะพร้าวผล	8.93	1.17				●●●
	อาชีพทำสวนส้มโอ	8.75	1.26				●●●
	อาชีพทำสวนลิ้นจี่	8.82	1.17				●●●
	อาชีพทำนาเกลือ	4.00	1.14	-			
	อาชีพเลี้ยงหอยหลอด	3.77	1.08	-			
	อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ	7.34	1.38			●●	
	อาชีพค้าปลาทุปิแแม่กลอง	4.84	1.39	-			
	อาชีพทำกระปิเคอย	2.48	1.40	-			
	อาชีพเผาถ่านไม้โกงกาง	3.13	1.32	-			
	อาชีพผลิตปื๊ดดกกรม	7.22	1.12			●●	
วิถีชีวิต	วิถีชีวิตชาวสวน	8.62	1.26				●●●
	วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ	8.77	1.09				●●●
	วิถีชีวิตชาวคลองสญูจระโดยเรือ	7.36	1.15			●●	
	วิถีชีวิตจับสัตว์น้ำ	6.26	1.15		●		
	วิถีชีวิตชาวนาเกลือ	4.46	1.19	-			
	วิถีชีวิตชาวนาข้าว	2.65	1.36	-			
	วิถีชีวิตประมงลำน้ำ/ประมงชายฝั่ง	4.11	1.36	-			
	วิถีชีวิตแบบเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง	8.45	1.51				●●●
ประเพณีวัฒนธรรม	ประเพณีชักพระ	2.73	1.75	-			
	ประเพณีแข่งเรือ	3.75	1.00	-			
	ประเพณีกรู้นทางน้ำ	4.71	1.51	-			
	ประเพณีถวายสลากภัต	7.48	1.14			●●	
	ประเพณีตักบาตรทางน้ำ	8.44	1.17				●●●
	ประเพณีวันเกิดเจ้าพ่อกวนอู	4.86	1.03	-			
	ประเพณีงานทิ้งกระจาด	2.35	1.32	-			
	ประเพณีสงกรานต์อุทยาน ร.2	8.21	1.39			●●	
	ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย	8.91	1.23				●●●
	ประเพณีมนัสการรอยพระพุทธรบาท	6.50	1.31		●		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 อัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่

ผลการระบุอัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วยอัตลักษณ์ 3 ด้าน ที่มีตัวแปร รวมทั้งหมด 28 ตัวแปร และพบว่าผู้ทรงคุณวุฒิได้ระบุอัตลักษณ์ที่มีความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชน ชี้นมา 15 ตัวแปร ที่มีระดับสูง 8 ตัวแปร ระดับปานกลาง 5 ตัวแปร และระดับต่ำ 2 ตัวแปร เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านเศรษฐกิจมีอัตลักษณ์ถูกระบุความชัดเจน 2 ระดับ คือระดับความชัดเจนสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ อาชีพปลูกมะพร้าวผลยกทรง อาชีพทำสวนลิ้นจี่ อาชีพทำสวนส้มโอ (ค่าเฉลี่ย 9.05, 8.65, 8.62) รองลงมา ระดับความชัดเจนปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ อาชีพผลิตผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 7.34, 7.22) ด้านวิถีชีวิตมีอัตลักษณ์ถูกระบุความชัดเจน 3 ระดับ คือระดับความชัดเจนสูง 3 ตัวแปร ได้แก่วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ วิถีชีวิตชาวสวน วิถีชีวิตเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 8.77, 8.62, 8.45) รองลงมา ระดับความชัดเจนปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ วิถีชีวิตชาวคลอง วิถีชีวิตสัญจรโดยเรือ (ค่าเฉลี่ย 8.77, 8.62, 8.45) และระดับความชัดเจนต่ำ 1 ตัวแปร ได้แก่ วิถีชีวิตจับสัตว์น้ำ ด้านประเพณีวัฒนธรรม พบว่ามีอัตลักษณ์ถูกระบุความชัดเจน 3 ระดับ คือระดับความชัดเจนสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย ประเพณีตักบาตรทางน้ำ (ค่าเฉลี่ย 8.91, 8.44) รองลงมา ระดับความชัดเจนปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีถวายสลากภัต (ค่าเฉลี่ย 8.21, 7.48) และประเพณีมนัสการรอยพระพุทธบาท ที่มีระดับความชัดเจนต่ำ 1 ตัวแปร (ค่าเฉลี่ย 6.50) แสดงให้เห็นถึงความสามารถของอัตลักษณ์ในการสื่อถึงวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนได้ไม่ชัดเจนมากนัก (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.2)

ผลการวิเคราะห์การระบุอัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ ในรอบที่ 1 โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยอัตลักษณ์แต่ละด้านที่มีทั้งหมด 15 ตัวแปร พบว่าอัตลักษณ์โดยส่วนใหญ่มีความชัดเจนระดับสูง-ปานกลาง มีเพียง 2 ตัวแปร ที่มีระดับความชัดเจนต่ำ แสดงถึงความสามารถในการสื่อถึงชุมชนให้เห็นถึงลักษณะการประกอบกิจกรรมที่เด่นชัดประเภทต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ทั้งรูปแบบเศรษฐกิจ วิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด องค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่ ที่กล่าวว่า กิจกรรมและหน้าที่ที่พึงสังเกตเห็นได้ เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันภายในชุมชนระหว่างบุคคล และพื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับโดยยึดถือปฏิบัติต่อกันมาซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการ

ประกอบกิจกรรมโดยจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบทหรือสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เช่น ลักษณะการปลูกสร้างอาคารสถานในชุมชน กิจกรรมทางเศรษฐกิจทางสังคม ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะอาชีพหรือกิจกรรมที่ปรากฏชัดเจนของชุมชนนั้นๆ (Morgan, Pritchard, 1998)

ตารางที่ 4.3 แสดงความชัดเจนระดับอัตลักษณ์ด้านความหมาย/สัญลักษณ์

กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับความชัดเจน อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชน				
			ไม่ผ่านเกณฑ์	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
ศิลปกรรมทางศาสนา	พระพุทธรูปไสยาสน์มีพระบาท 9 นิ้ว (วัดเขายี่สาร)	4.60	1.19	-			
	อุโบสถไม้สักทองฝังมุกทรงสำเภา (วัดศรีธาธรรม)	3.13	1.07	-			
	ศิลปะการแกะสลักบานประตูไม้แกะสลักกลวงลึกลับคดทง	3.20	1.27	-			
	ประติมากรรมฝาผนังนูนสูง (วัดบางกะพ้อม)	8.22	1.44			••	
	ศิลปะการแกะสลักเพดานไม้อุโบสถ (วัดบางแคน้อย)	8.46	1.22				•••
	ประติมากรรมลวดลายปูนปั้น (วัดเขายี่สาร)	4.31	1.42	-			
	ภาพจิตรกรรมฝาผนัง (วัดบางแคใหญ่)	4.88	1.32	-			
	ภาพจิตรกรรมเขียนสีวัดประดู่	4.43	1.11				
	ภาพจิตรกรรมฝาผนังแสดงพระวราขประวัติ ร.2 (วัดอัมพวันเจติยาราม)	8.65	1.20				•••
	ภาพจิตรกรรมฝังมุกรามเกียรติ	3.91	1.22	-			
	ภาพจิตรกรรมฝาผนังกฐทอง (วัดภูมรินทร์)	7.76	1.23			••	
	ภาพจิตรกรรมฝาผนังอุโบสถ (วัดจุฬามณี)	8.39	1.21				•••
ศิลปะประติมากรรม/ละคร/ดนตรีไทย	ศิลปะการแกะสลักลายชอกะลามะพร้าว	8.86	1.30				•••
	ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์ลายน้ำทอง	8.12	1.14			••	
	หัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง)	7.34	1.33			••	
	ศิลปะการแสดงดนตรีไทย	8.58	1.05				•••
	ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง	8.98	1.29				•••
	ศิลปะการแสดงหุ่นกระบอก	4.91	1.30	-			
	ศิลปะการแสดงหนังใหญ่	4.86	1.48	-			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

	กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับความชัดเจน อัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชน			
				ไม่ผ่านเกณฑ์	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
คิดปอาหารพื้นบ้าน	มัสมั่น (อาหารไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	8.94	1.20				●●●
	หมี่กรอบ (อาหารไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	8.44	1.23				●●●
	ลำเตี้ย (อาหารว่างในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	8.51	1.77				●●●
	ปลาหูเตี้ย (อาหารพื้นบ้าน)	7.66	1.20			●●	
	ปลาทุ้มเค็ม (อาหารพื้นบ้าน)	4.85	1.37	-			
	ปลาทุ้มมะดัน (อาหารพื้นบ้าน)	4.17	1.32	-			
	น้ำพริกกะปิใบชะคราม (อาหารพื้นบ้าน)	4.38	1.22	-			
	หอยหลอดผัดฉ่า (อาหารพื้นบ้าน)	7.87	1.07			●●	
คิดขนมไทยพื้นบ้าน	ขนมทองเอก (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	8.42	1.31				●●●
	ขนมเทียนสลัดงา (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	8.38	1.22				●●●
	มะพร้าวแก้ว (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	7.56	1.37			●●	
	ขนมชั้นดอกกุหลาบ (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ 2)	8.13	1.05			●●	
	เส้นหัดจันทร์	4.46	1.12	-			
	ขนมฝอยขีหนู	4.76	1.18	-			
ความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่	เมืองราชินีกุล	8.88	1.13				●●●
	เมืองสามน้ำ	8.63	1.25				●●●
	เมืองหอยหลอด	6.77	1.23			●●	
	เวนิสตะวันออกเมืองไทย	8.05	1.04			●●	
	บ้านทรงไทยลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	4.53	1.28	-			
	เมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรม	8.93	1.17				●●●
	บางช้างสวนนอก บางกอกสวนใน	4.97	1.43	-			
	เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์	8.47	1.17				●●●
	เมืองดุริยกวี 5 แผ่นดิน	8.62	1.11				●●●

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3 อัตลักษณ์ชุมชนการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์

ผลการระบุอัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ ที่มีตัวแปรทั้งหมด 44 ตัวแปร และ ผู้ทรงคุณวุฒิได้ระบุอัตลักษณ์ที่มีความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชนขึ้นมา 27 ตัวแปร พบว่ามีระดับสูง 19 ตัวแปร ระดับปานกลาง 7 ตัวแปร และระดับต่ำ 1 ตัวแปร เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านศิลปกรรมศาสนสถาน มีความชัดเจน 2 ระดับ คือ ความชัดเจนระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ ภาพจิตรกรรมฝาผนังแสดงพระราชประวัติ ร.2 (วัดอัมพวันเจติยาราม) เพดานไม้อุโบสถแกะสลัก (วัดบางแค่น้อย) ภาพจิตรกรรมฝาผนังอุโบสถ (วัดจุฬามณี) (ค่าเฉลี่ย 8.65, 8.46, 8.39) รองลงมาความชัดเจนระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ ภาพจิตรกรรมฝาผนังกุฏิทอง (วัดภูมิรินทร์) ประติมากรรมฝาผนังนูนสูง(วัดบางกะพ้อม) (ค่าเฉลี่ย 8.22, 7.76) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3) ด้านศิลปะประดิษฐ์/การแสดง/ดนตรีไทย พบว่ามีอัตลักษณ์ถูกระบุความชัดเจน 2 ระดับ คือ ความชัดเจนระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลงซึ่งเป็นนาฏศิลป์สูงสุดของไทย ศิลปะประดิษฐ์การแกะสลักชอกจากผลมะพร้าว ศิลปะการแสดงดนตรีไทย (ค่าเฉลี่ย 8.96, 8.86, 8.58) รองลงมาความชัดเจนระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ เครื่องถ้วยเบญจรงค์และลายน้ำทอง ศิลปะหัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง) (ค่าเฉลี่ย 8.12, 7.34) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3) ด้านศิลปะอาหารไทยในวรรณคดี พบว่ามีระดับความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชน 2 ระดับ คือ ระดับความชัดเจนสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ แกงมัสมั่น (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องคาว-หวาน ร.2) ลำเตียง (อาหารว่างในวรรณคดีรัชกาลที่ 2) หมี่กรอบ (อาหารไทยตำหรับ ร.2) (ค่าเฉลี่ย 8.94, 8.51, 8.44) รองลงมาระดับความชัดเจนปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ ปลาพูซาเตี้ย (อาหารพื้นบ้าน) หอยหลอดผัดฉ่า(อาหารพื้นบ้าน) (ค่าเฉลี่ย 7.87, 7.66) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3) ด้านศิลปะขนมไทยในวรรณคดี ที่มีระดับความชัดเจนสูง 3 ตัวแปร คือ ขนมจำมกกุฏ (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องคาว-หวาน ร.2) ขนมทองเอก (ในกาพย์เห่เรือชมเครื่องคาว-หวาน ร.2) ขนมเทียนสลัดงา (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องคาว-หวาน ร.2) (ค่าเฉลี่ย 8.56, 8.42, 8.38) รองลงมาความชัดเจนระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ มะพร้าวแก้ว (ตำหรับในรัชกาลที่ 2) ขนมชั้นดอกกุหลาบ (ตำหรับในรัชกาลที่ 2) (ค่าเฉลี่ย 7.56, 8.13) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3) ด้านความรู้สึกมี

คุณค่าต่อสถานที่ มีระดับความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชน 2 ระดับ คือ ความชัดเจนระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ เมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรม เมืองราชินีกุล เมืองสามน้ำ (ค่าเฉลี่ย 8.93, 8.88, 8.63) รองลงมาความชัดเจนระดับปานกลาง 4 ตัวแปร คือเมืองดุริยกี 5 แผ่นดิน เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เวนิสตะวันออกเมืองไทย และเมืองหอยหลอด (ค่าเฉลี่ย 8.62, 8.47, 8.05, 6.77) (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3) จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่ามีระดับความชัดเจนสูง-ปานกลาง ซึ่งไม่พบระดับต่ำ แสดงถึงความสามารถสื่อถึงชุมชน อัมพวาได้ชัดเจนในลักษณะศิลปกรรม ภูมิปัญญา ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดอัตลักษณ์สถานที่ ที่กล่าวว่า การสื่อความหมาย หรือสัญลักษณ์ เป็นภาพตัวแทนที่สื่อคุณลักษณะพิเศษของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานที่/ชุมชน ซึ่งได้รับการสนองตอบของผู้คนให้สามารถรับรู้จดจำได้ของลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ หรือกิจกรรมภายในชุมชนที่เกิดขึ้น (Morgan, Pritchard, 1998)

4.2 การจัดอันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น

จากการระบุอัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาในรอบที่ 1 ได้นำผลการศึกษามาพัฒนาในรอบที่ 2 โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) จัดลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น Ranking Scale แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 อันดับ คือ 1 = ความโดดเด่นระดับต่ำสุด ถึง 5 = ความโดดเด่นระดับสูงสุด และได้ปรับค่าน้ำหนักเป็น 3 ระดับ ตามความคิดเห็นและเจตคติแบบ Likert Scale คือ ความโดดเด่นระดับสูง = 3.68 – 5.00 ความโดดเด่น ระดับปานกลาง = 2.34 – 3.67 ความโดดเด่นระดับต่ำ = 1.00 – 2.33 2) ประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงผลวิเคราะห์การจัดลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นกลุ่มกายภาพ

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ		ระดับอันดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยว	
		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	Mean	S.D	ด้านการส่งเสริม	ด้านการลดทอน
สภาพภูมิทัศน์	แม่น้ำแม่กลอง	•			4.58	0.72	✓	
	คลองอัมพวา	•			4.31	0.87		✓
	ระบบนิเวศสามน้ำ	•			4.09	0.94	✓	
	ระบบน้ำขึ้น-น้ำลง		•		3.67	1.10	✓	
	ระบบคลองลำประโดง		•		2.53	1.13		✓
สภาพแวดล้อมและธรรมชาติ	แมลงหิ่งห้อย	•			4.43	0.98		✓
	มะพร้าวน้ำตาล	•			4.19	0.84		✓
	ปลาทุแม่กลอง	•			3.85	1.05	✓	
	ต้นลำพู		•		3.66	1.00		✓
	กุ่มแม่น้ำ		•		2.44	1.22	✓	
การตั้งถิ่นฐาน	ตลาดน้ำอัมพวา	•			4.66	0.93	✓	
	เพื่อการค้าและอยู่อาศัย	•			4.49	1.09		✓
	ชานตามแนวคลอง	•			3.78	0.91		✓
	บนพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน)		•		3.46	0.94		✓
	บนพื้นที่ลายนน้ำ (เรือนแพ)			•	2.32	1.14	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

อัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มกายภาพ		ลำดับอันดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยว	
		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	Mean	S.D	ด้านการส่งเสริม	ด้านการลดทอน
สถาปัตยกรรมอาคาร/ บ้านเรือน	เรือนไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวา	•			4.41	0.99		✓
	เรือนไทยอุทยาน ร.2	•			4.34	0.95	✓	
	เรือนไทยประเพณี	•			4.17	1.05		✓
	เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์		•		3.68	1.10	✓	
	เรือนแพเดิม			•	2.28	1.18	✓	
สถาปัตยกรรมศาสนสถาน	วัดอัมพวันเจติยาราม	•			4.28	1.02	✓	
	วัดจุฬามณี	•			4.02	1.13	✓	
	วัดกุฎีจันทร์	•			3.86	1.13	✓	
	กุฎีสงฆ์เรือนหมู่ทรงไทย (วัดอัมพวัน)		•		3.52	1.01	✓	
	วัดพระยาญาติ			•	2.30	0.80	✓	

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน ตุลาคม 2555

4.2.1 การจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ

จากการผ่านกระบวนการ Delphi ที่มีผู้ทรงคุณวุฒิจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์ในการสื่อถึงชุมชน โดยใช้ค่าเฉลี่ยในการอธิบาย พบว่าภาพรวมจากการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพมีคุณค่าความโดดเด่นระดับสูงกว่ากลุ่มอื่น (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.4) เนื่องจากการมีคุณลักษณะพิเศษจากสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างชุมชนและการกำหนดวิถีชีวิต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญทำให้เกิดอัตลักษณ์ทั้ง 5 ด้าน ที่มีคุณค่าความโดดเด่นตามบทบาทหน้าที่ในการสื่อถึงชุมชนตามแนวคิดอัตลักษณ์สถานที่ (Morgan, Pritchard 1998) และได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมทัศน์ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบอัตลักษณ์ ที่มีความโดดเด่นระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ แม่น้ำแม่กลอง คลองอัมพวา และระบบนิเวศ

สามน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.85, 4.31, 4.09 ตามลำดับ) รองลงมาความโดดเด่นระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบน้ำขึ้น-ลง ระบบคลองลำประโดง (ค่าเฉลี่ย 3.67, 2.53 ตามลำดับ) สำหรับผลกระทบจากการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ ได้แก่ แม่น้ำแม่กลอง ระบบนิเวศสามน้ำ และระบบน้ำขึ้น-ลง และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ 2 ตัวแปร ได้แก่ คลองอัมพวา ระบบคลองลำประโดง ซึ่งเป็นการลดทอนด้วยการปลูกสร้างรีสอร์ททับถมคลองลำประโดง ซึ่งมีผลกระทบต่อระบบการไหลเวียนของน้ำในร่องสวนและลำคลองธรรมชาติแสดงถึงนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวที่มีแนวทางและแผนการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพทั้งสองด้าน (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.4)

2) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นด้านสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่ามีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ แมลงหึ่งห้อย มะพร้าวน้ำตาล ปลาทุแม่กลอง (ค่าเฉลี่ย 4.43, 4.19, 3.85 ตามลำดับ) รองลงมาความโดดเด่นระดับปานกลาง ได้แก่ ต้นลำพู แม่น้ำแม่กลอง (ค่าเฉลี่ย 3.66, 2.44 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่ามี อัตลักษณ์ 2 ตัวแปร ที่ได้รับการส่งเสริมคุณค่า ได้แก่ ปลาทุแม่กลอง กุ้งแม่น้ำ และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มี 3 ตัวแปร ได้แก่ แมลงหึ่งห้อย มะพร้าวน้ำตาล ต้นลำพู ซึ่งเป็นผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การลดจำนวนลงของแมลงหึ่งห้อยจากกิจกรรมล่องเรือชมหึ่งห้อย ทั้งมลพิษที่เกิดจากเขม่าควันเรือ การตัดลำพูทิ้งของชาวบ้านที่ได้รับกระทบเสียงดังจากเรือยนต์ที่รบกวนวิถีชีวิตชาวบ้าน แสดงถึงนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวที่มีแนวทางและแผนการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อ อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพทั้งสองด้าน (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.4)

3) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์กลุ่มการตั้งถิ่นฐาน เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานตลาดน้ำอัมพวา การตั้งถิ่นฐานเรือนแถวไม้เพื่อการค้า/อยู่อาศัย การตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลอง (ค่าเฉลี่ย 4.66 4.49, 3.78 ตามลำดับ) รองลงมาความโดดเด่นระดับปานกลาง ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน) รองลงมาความโดดเด่นระดับต่ำ ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานบนพื้นลอยน้ำ (เรือนแพ) (ค่าเฉลี่ย 3.66, 2.44 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่ามีอัตลักษณ์ 2 ตัวแปร ที่ได้รับการส่งเสริมคุณค่า ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานตลาดน้ำอัมพวา การตั้งถิ่นฐานบนพื้นลอยน้ำ (เรือนแพ) และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มี 3 ตัวแปร ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานเรือนแถวไม้เพื่อการค้า/อยู่อาศัย การตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลอง การตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน) แสดงถึงนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวที่มีแนวทางและแผนการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพทั้งสองด้าน (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.4)

4) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์กลุ่มสถาปัตยกรรมบ้านเรือน เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ สถาปัตยกรรมเรือนไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวา สถาปัตยกรรมเรือนไทยพิพิธภัณฑสถาน ร.2 เรือนไทยประเพณี (ค่าเฉลี่ย 4.41, 4.34, 4.17 ตามลำดับ) รองลงมาความโดดเด่นระดับปานกลาง ได้แก่ เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ รองลงมาความโดดเด่นต่ำ ได้แก่ เรือนแพเดิม (ค่าเฉลี่ย 3.68, 2.28, ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่ได้รับการส่งเสริมคุณค่า ได้แก่ สถาปัตยกรรมเรือนไทยพิพิธภัณฑสถาน ร.2 เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ เรือนแพเดิม และด้านการลดทอนคุณค่า อัตลักษณ์มี 2 ตัวแปร ได้แก่ สถาปัตยกรรมเรือนไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวา เรือนไทยประเพณี แสดงถึงนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวที่มีแนวทางและแผนการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพทั้งสองด้าน (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.4 ต่อ)

5) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์กลุ่มศาสนสถาน เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า มีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ วัดอัมพวันเจติยาราม วัดจุฬามณี วัดภุมรินทร์ (ค่าเฉลี่ย 4.28, 4.02, 3.66 ตามลำดับ) รองลงมาพบว่ามีอัตลักษณ์ 2 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นปานกลาง คือ ภูมิสงฆ์เรือนหมู่ทรงไทย (วัดอัมพวัน) และระดับความชัดเจนต่ำ คือ วัดพระยาญาติ (ค่าเฉลี่ย 3.52, 2.30 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ 5 ตัวแปร ได้รับการส่งเสริมคุณค่าทั้งหมด (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.4 ต่อ)

ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพทั้ง 5 ด้าน พบว่าเป็นกลุ่มที่มีคุณลักษณะพิเศษโดดเด่นอยู่ในระดับสูงและปานกลาง สะท้อนถึงการทำหน้าที่สื่อถึงลักษณะชุมชนที่มีความเป็นมาเริ่มจากปัจจัยพื้นฐานสำคัญของสภาพภูมิศาสตร์ที่มีสภาพพื้นที่ติดทะเลอ่าวไทยเชื่อมโยงกับแม่น้ำแม่กลอง และยังมีผลต่อการกำหนดวิถีชุมชนทั้งด้านสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานลักษณะบ้านเรือนที่ปรากฏเด่นชัด จากการพิจารณาทบทวนการระบุอัตลักษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ ตามความโดดเด่นของอัตลักษณ์

ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงมีนโยบายการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้อัตลักษณ์จึงได้รับผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนคุณค่า อัตลักษณ์ถึง 10 ตัวแปร นับว่าเป็นอัตราการถูกลดทอนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับ ผลกระทบด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ที่มี 15 ตัวแปร ซึ่งเป็นอัตราที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ภาครัฐมีแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น แผนการพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางแม่น้ำลำคลองระดับชาติ ตามแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม พ.ศ. 2553-2556 แต่ขณะเดียวกันกลับพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อลำ

คลองอัมพวาและคลองลำประโดง จากการลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์ที่ทำให้ทราบถึงสภาพปัญหา เช่น การปล่อยน้ำเสียโดยไม่บำบัดก่อนปล่อยลงสู่ลำคลอง ส่งผลต่อสมดุลระบบนิเวศ อีกทั้งการสร้างรีสอร์ทและทำเทียบเรือเหลื่อมล้ำทำน้ำลำคลองสาธารณะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งผิดทั้งกฎหมายการรุกรานน้ำสาธารณะและกฎหมายผังเมือง และยังคงสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ได้แสดงความคิดเห็นว่า “มีการสร้างรีสอร์ทเหลื่อมล้ำเข้าสู่ลำคลองธรรมชาติและทับถมคลองลำประโดง ส่งผลต่อระบบการไหลเวียนของน้ำในร่องสวนและลำคลองธรรมชาติเริ่มอุดตัน อีกทั้งชีวภาพสัตว์น้ำมีจำนวนลดลง เป็นผลมาจากนักลงทุนจากภายนอกที่ไม่เรียนรู้ กลไกธรรมชาติจึงส่งผลเสียในหลายด้านรวมทั้งทัศนียภาพของชุมชน” (ปรีชา เจียบหยา, 2555 ผู้ให้สัมภาษณ์) แสดงถึงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่มีแผนการดำเนินงานในเชิงปฏิบัติที่ไม่ไปในทิศทางเดียวกัน โดยได้ความสำคัญในการส่งเสริมอัตลักษณ์เพียงบางส่วน แต่ขณะเดียวกันอัตลักษณ์อื่นๆ กลับถูกละเลยจนกลายเป็นสภาพปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว



ตารางที่ 4.5 แสดงผลวิเคราะห์ลำดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นกลุ่มกิจกรรมพื้นที่

อัตลักษณ์ชุมชนด้านการใช้พื้นที่/กิจกรรม		ระดับอันดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยว		
		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	Mean	S.D	ด้านการส่งเสริม	ด้านการลดทอน	
ด้านเศรษฐกิจ	อาชีพทำสวนลิ้นจี่	●			4.19	1.02	✓		
	อาชีพทำสวนยกทรงปลูกมะพร้าวผล	●			4.07	1.11		✓	
	อาชีพทำสวนส้มโอ	●			3.52	1.09	✓		
	อาชีพศิลปะหัตถกรรม		●		3.24	1.19	✓		
	อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ		●		2.31	1.15	✓		
	รวมด้านเศรษฐกิจ					3.46	0.85		
ด้านวิถีชีวิต	วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ	●			4.37	0.87		✓	
	วิถีชีวิตชาวสวน	●			4.20	1.10		✓	
	วิถีชีวิตเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง	●			3.98	0.95		✓	
	วิถีชีวิตสัญจรโดยเรือพาย		●		3.58	1.10		✓	
	วิถีชีวิตจับสัตว์น้ำ			●	2.27	1.13		✓	
	รวมด้านวิถีชีวิต					3.68	0.91		
ด้านประเพณีวัฒนธรรม	ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย	●			4.28	0.84	✓		
	ประเพณีตักบาตรทางน้ำ	●			4.05	0.95	✓		
	ประเพณีสงกรานต์อุทยาน ร.2		●		3.55	0.74	✓		
	ประเพณีถวายสลากภัต		●		2.46	0.94	✓		
	ประเพณีมนัสการรอยพระพุทธรบาท			●	2.13	0.72	✓		
	รวมด้านประเพณีวัฒนธรรม					3.29	1.10		
	รวมค่าความโดดเด่นระดับกลุ่ม					3.51	1.17	9	6

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน ตุลาคม 2555

4.2.2 อันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่

จากการจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ในภาพรวม ประกอบด้วย อัตลักษณ์ 3 ด้าน เมื่อเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีคุณลักษณะเด่นชัดเป็นอันดับ

3 ในการทำหน้าที่สื่อถึงลักษณะกิจกรรมที่เด่นชัดและเกิดขึ้นเป็นประจำภายในชุมชน และพบว่ามีผลกระทบทางท่องเที่ยวทั้งสองด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ด้านเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ อาชีพทำสวนยกทรงปลูกมะพร้าว อาชีพสวนลิ้นจี่ และอาชีพทำสวนส้มโอ (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.07, 3.52 ตามลำดับ) รองลงมา ความโดดเด่นระดับปานกลาง มีอัตลักษณ์ 2 ตัวแปร ได้แก่ อาชีพศิลปหัตถกรรม อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.24, 2.31 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่ามี 4 ตัวแปร ที่ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ ได้แก่ อาชีพสวนลิ้นจี่ และอาชีพทำสวนส้มโอ และอาชีพศิลปหัตถกรรม อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ สำหรับด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ พบว่ามี 1 ตัวแปร ได้แก่ อาชีพทำสวนยกทรงปลูกมะพร้าว (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.5)

2) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง คือ วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ วิถีชีวิตชาวสวน วิถีชีวิตเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 4.37, 4.20, 3.96 ตามลำดับ) รองลงมา ระดับปานกลาง ได้แก่ วิถีชีวิตชาวคลองสัจจรวงเรือ และรองลงมาคือระดับความโดดเด่นต่ำ ได้แก่ วิถีชีวิตการจับสัตว์น้ำเพื่อดำรงชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.58, 2.27 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ 5 ตัวแปร ในด้านวิถีชีวิตถูกลดทอนคุณค่าทั้งหมด (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.5)

3) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น ด้านประเพณี วัฒนธรรม เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 2 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่น สูง ได้แก่ ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย และประเพณีตักบาตรทางน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.28, 4.05, 3.55 ตามลำดับ) รองลงมา ระดับปานกลาง ได้แก่ ประเพณีถวายสลากภัต ประเพณีสงกรานต์อุทยาน ร.2 และรองลงมาความโดดเด่นระดับต่ำ ได้แก่ ประเพณีมนัสการรอยพระพุทธรบาท (ค่าเฉลี่ย 3.55, 2.46, 2.13 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ทั้งหมด 5 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.5) สะท้อนถึงนโยบายพัฒนาที่ให้ความสำคัญด้านประเพณีวัฒนธรรม โดยเฉพาะประเพณีโบราณลอยกระทงกาบกล้วยที่มีการส่งเสริมโดยการฟื้นฟูและจัดเทศกาลเป็นประจำทุกปี

ผลการการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ในภาพรวมพบว่ามีคุณลักษณะพิเศษโดดเด่นหลายประการในการทำหน้าที่สะท้อนถึงลักษณะกิจกรรมประเภทต่างๆ ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในอดีตและสืบทอดจนถึงปัจจุบันในลักษณะวิถีชีวิตเกษตรกรรมที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำคลองเป็นหลัก จากการพิจารณาทบทวนการระบุอัตลักษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ ตามความโดดเด่นของอัตลักษณ์

ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงมีนโยบายการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้อัตลักษณ์จึงได้รับผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ถึง 9 ตัวแปร นับว่าเป็นอัตราการถูกลดทอนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับ ผลกระทบด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ที่มี 6 ตัวแปร ซึ่งเป็นอัตราที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ภาครัฐมีแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น นโยบายการส่งเสริมอาชีพทำสวนผลไม้ ลิ้นจี่พันธุ์คอมพิวเตอร์ ส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่ ในเชิงปฏิบัติด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบเทศกาลผลไม้ แสดงถึงการพัฒนาที่ส่งเสริมความโดดเด่นด้วยการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ตามนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม ปี 2555 และแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม พ.ศ. 2553-2556 แต่ขณะเดียวกันกลับพบว่าแผนพัฒนาดังกล่าวไม่เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่แสดงความคิดเห็นว่า “อาชีพชาวสวนมะพร้าวถูกลดทอนคุณค่าจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านได้ขายที่ดินซึ่งเป็นสวนมะพร้าวและเป็นอาชีพดั้งเดิมของคนในพื้นที่ให้กับนักลงทุนเพื่อสร้างรีสอร์ท หรือ ที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว” (ปรีชา เจียบหยู, 2555 ผู้ให้สัมภาษณ์) ซึ่งเป็นการทำลายโครงสร้างทางสังคมระดับครัวเรือนอีกทั้งเป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ได้สูญหายไป แสดงถึงนโยบายการพัฒนาที่มีแผนการดำเนินงานในทางปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องหรือไม่ไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะขาดการคำนึง

ตารางที่ 4.6 แสดงผลวิเคราะห์อันดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์

ด้านการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์		ลำดับอันดับความโดดเด่น					ผลกระทบการ ท่องเที่ยว	
		สูง	ปาน กลาง	ต่ำ	Mean	S.D	ด้านการ ส่งเสริม	ด้านการ ลดทอน
ศิลปกรรมศาสนสถาน	จิตรกรรมฝาผนังแสดง พระราชประวัติ ร.2 (วัดอัมพวันเจติยาราม)	•			4.24	0.92	✓	
	เพดานอุโบสถไม้แกะสลัก (วัดบางแคน้อย)	•			3.79	0.75	✓	
	ภาพจิตรกรรมฝาผนังอุโบสถ (วัดจุฬามณี)	•			3.58	1.05	✓	
	จิตรกรรมฝาผนังกุฏิทอง (วัดภูมรินทร์)		•		3.39	0.94	✓	
	ประติมากรรมปูนปั้นฝาผนังนูนสูง (วัดบางกะพ้อม)		•		2.32	0.94	✓	
	รวมด้านศิลปกรรมศาสนสถาน					3.46	1.13	
ศิลปะประดิษฐ์/ละคร/ดนตรี ไทย	ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง	•			4.48	0.94	✓	
	ศิลปะการแกะสลักช่อกลามะพร้าว	•			4.35	1.08	✓	
	ศิลปะการแสดงดนตรีไทย	•			3.83	1.10	✓	
	ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์และลายน้ำทอง		•		3.49	1.14	✓	
	หัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย(บางช้าง)		•		2.78	1.17	✓	
	รวมด้านศิลปะประดิษฐ์/การแสดง/ดนตรีไทย					3.78	0.62	
ศิลปอาหารพื้นบ้าน	มีสหมั่น (ภาพย์เห้เรือชมเครื่องควาวหวาน)	•			4.26	1.05	✓	
	ล่าเตียง (ภาพย์เห้เรือชมเครื่องควาว)	•			4.18	1.09	✓	
	ปลาหูเตี้ย อาหารพื้นบ้าน	•			3.84	1.10	✓	
	หอยหลอดผัดฉ่า อาหารพื้นบ้าน		•		3.52	1.13	✓	
	หมี่กรอบอาหารไทยตำหรับรัชกาลที่ 2		•		2.66	1.31	✓	
	รวมด้านศิลปอาหารพื้นบ้าน					3.69	0.58	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

อัตลักษณ์ชุมชนด้านการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์		ลำดับอันดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยว		
		สูง	ปานกลาง	ต่ำ	Mean	S.D	ด้านการส่งเสริม	ด้านการลดทอน	
ศิลปวัฒนธรรมไทยในวรรณคดี / พื้นบ้าน	ขนมจ่ามงกุฏ (กาพย์เห่เรือชมเครื่องหวาน)	●			4.29	0.96	✓		
	ขนมทองเอก (กาพย์เห่เรือชมเครื่องหวาน)	●			4.19	1.02	✓		
	ขนมเทียนสลัดงา (กาพย์เห่เรือชมเครื่องหวาน)	●			3.78	1.1	✓		
	มะพร้าวแก้ว ตำหรับในรัชกาลที่ 2		●		3.46	1.14	✓		
	ขนมชั้นดอกกุหลาบ		●		2.79	1.07	✓		
	รวมด้านศิลปวัฒนธรรมไทยในวรรณคดีพื้นบ้าน					3.70	0.69		
ความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่	เมืองแห่งมรดกวัฒนธรรม	●			4.36	0.86	✓		
	เมืองราชินีกุล	●			4.25	0.92	✓		
	เมืองสามน้ำ	●			4.09	0.98	✓		
	เมืองดุริยกวี 5 แผ่นดิน	●			3.82	1.06	✓		
	เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์		●		3.59	1.15	✓		
	เวนิสตะวันออกเมืองไทย		●		3.36	1.09		✓	
	เมืองหอยหลอด		●		2.86	1.04	✓		
	รวมด้านความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่					3.74	0.56		
	รวมค่าความโดดเด่นระดับกลุ่ม					3.69	0.32	26	1

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน ตุลาคม 2555

4.2.3 การจัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์

ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านศิลปกรรมศาสนสถาน ด้านศิลปะประดิษฐ์/การแสดง/ดนตรีไทย ด้านศิลปะอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน ด้านศิลปะขนมไทยในวรรณคดี ด้านความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่ พบว่าเป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นเป็นอันดับ 2 และมีคุณลักษณะ

เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม ปราบกฎเด่นชัดในการทำหน้าที่สะท้อนถึงชุมชนอัมพวาทั้งด้าน ศิลปะวัฒนธรรมที่สูงค่า ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาที่ได้สั่งสมไว้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น ด้านศิลปกรรมศาสนสถาน เมื่อพิจารณา จากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังแสดงพระ ราชประวัติ ร.2 (วัดอัมพวันเจติยาราม) เพดานอุโบสถไม้แกะสลัก (วัดบางแค่น้อย) จิตรกรรมฝาผนัง อุโบสถ (วัดจุฬามณี) (ค่าเฉลี่ย 4.24, 3.79, 3.58 ตามลำดับ) รองลงมาคือความโดดเด่นระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังกุฏิทอง (วัดภุมรินทร์) และประติมากรรมปูนปั้นฝาผนังนูนสูง(วัดบาง กะพ้อม) (ค่าเฉลี่ย 3.39, 2.32 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านศิลปกรรมศาสนสถาน ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ทั้งหมด 5 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.6)

2) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นด้านศิลปะประดิษฐ์/ละคร/ดนตรีไทย เมื่อ พิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ ศิลปะการแสดง โขนกลางแปลง และศิลปะการแกะสลักลายชอกะลามะพร้าว การแสดงดนตรีไทย (ค่าเฉลี่ย 4.48, 4.35, 3.83 ตามลำดับ) รองลงมาคือความโดดเด่นระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ เครื่องถ้วยเบญจ รงค์และลายน้ำทอง หัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง) (ค่าเฉลี่ย 3.49, 2.78 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านศิลปะประดิษฐ์/ละคร/ดนตรี ไทย ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ทั้งหมด 5 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.6)

3) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น ด้านศิลปอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน เมื่อ พิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ มัสหมั่นเครื่องควา หวานในรัชกาลที่ 2 และลำเต็ยอาหารว่างในพระราชนิพนธ์ รัชกาลที่ 2 ปลาทุซาเต็ยะ (อาหาร พื้นบ้าน) (ค่าเฉลี่ย 4.26, 4.18, 3.84 ตามลำดับ) รองลงมาคือความโดดเด่นระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ หมี่กรอบอาหาร หอยหลอดผัดซ่า (อาหารพื้นบ้าน) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการ พัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านศิลปอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัต ลักษณ์ทั้งหมด 5 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.6)

4) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น ด้านศิลปขนมไทยในวรรณคดี เมื่อพิจารณา จากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ ขนมจ่ามงกุฏ (ในบทกวีพ ย์เห่เรือชมเครื่องหวาน) และขนมทองเอก (ในบทกวีพ ย์เห่เรือชมเครื่องหวาน) ขนมเทียนสลัดงา (ขนม ไทยตำหรับในรัชกาลที่๒) (ค่าเฉลี่ย 4.26, 4.18, 3.84 ตามลำดับ)รองลงมาระดับปานกลาง ได้แก่ มะพร้าวแก้ว (ขนมไทยตำหรับในรัชกาลที่ 2) ขนมชั้นดอกกุหลาบ (ขนมไทยตำหรับในรัชกาลที่ 2)

(ค่าเฉลี่ย 3.46, 2.79 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านศิลปอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ทั้งหมด 5 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.6 ต่อ)

5) ผลการจัดอันดับอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นด้านความรู้สึกมีคุณค่าต่อสถานที่ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่ามีอัตลักษณ์ 3 ตัวแปร ที่มีระดับความโดดเด่นสูง ได้แก่ การสื่อความหมายถึงความเป็นเมืองแห่งมรดกวัฒนธรรม และความเป็นเมืองราชินีกุล เมืองสามน้ำเมือง เมืองแห่งดุริยางค์ 5 แผ่นดิน (ค่าเฉลี่ย 4.36, 4.25, 4.09, 3.82 ตามลำดับ) รองลงมาในระดับปานกลาง คือ เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมืองหอยหลอด และเมืองเวนิสตะวันออกเมืองไทย (ค่าเฉลี่ย 3.59, 3.36, 2.86 ตามลำดับ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านศิลปอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ทั้งหมด 5 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.6 ต่อ) ในด้านผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ด้านศิลปอาหารในวรรณคดี/พื้นบ้าน 6 ตัวแปร ที่ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ แต่เพียง 1 ตัวแปรที่ถูกลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ ได้แก่ เวนิสตะวันออกเมืองไทย (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.6)

การศึกษาในส่วนที่ 2 นี้เป็นการนำผลการศึกษาที่ได้จากขั้นตอนแรกที่ผ่านมากระบวนการ Delphi จากการสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิในรอบที่ 1 และ 2 ซึ่งพบว่ามีตัวแปรอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งหมด 67 ตัวแปร และนำอัตลักษณ์ทั้ง 67 ตัวเหล่านี้มาประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 45 ท่าน พบว่าผู้ทรงคุณวุฒิจัดอันดับโดยจำแนกคุณลักษณะที่เด่นชัดตามระดับสูง ปานกลาง ต่ำ เพื่อชี้ให้เห็นถึงศักยภาพในการทำหน้าที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะที่แท้จริงของชุมชนอัมพวา ที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมและนามธรรม ตั้งแต่การมีรากฐานตามองค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่ ซึ่งพบว่าลักษณะกายภาพปรากฏความโดดเด่นในการทำหน้าที่สื่อถึงชุมชนได้เป็นอันดับสูงสุด รองลงมาคือระบบกิจกรรมบนพื้นที่ปรากฏความโดดเด่นในการสื่อถึงชุมชนเป็นอันดับ 3 และระบบสัญลักษณ์ที่ใช้สื่อความหมายถึงชุมชน ปรากฏความโดดเด่นในการสื่อถึงชุมชนเป็นอันดับ 2 และยังเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการดึงดูดความสนใจจากผู้คนที่สนใจจุดหมายที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยว (Strategic Place Branding) พบว่าชุมชนอัมพวามีการสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยวจากลักษณะเด่นชัดที่ปรากฏ (Anholt 2002; Gnoth 2002) เพื่อให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงตามนโยบายภาครัฐที่ต้องการให้ชุมชนอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม หากแต่แนวทางการพัฒนาไม่เป็นไปตามแนวคิดการสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยว เป็นเพียงเพื่อต้องการสนองความต้องการนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

4.3 การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์

จากการผ่านกระบวนการ Delphi ในรอบที่ 1-2 ที่ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 67 ตัวแปร ซึ่งในรอบที่ 3 นี้ เป็นการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั้งสองด้าน คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ 50 ตัวแปร และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ 17 ตัวแปร (ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.7) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 45 ท่าน เป็นเกณฑ์ชี้วัดผลกระทบต่ออัตลักษณ์ จากการที่ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา โดยใช้ระดับการวัดแบบ likert scale 1-5 และได้ปรับค่าน้ำหนักเป็น 3 ระดับ คือ สูง ปานกลาง ต่ำ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.3.1 ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ

จากการทำ Delphi พบว่าอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพที่ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 5 ด้าน ซึ่งได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ 15 ตัวแปร และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ 10 ตัวแปร ซึ่งเป็นด้านที่ถูกลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบระดับผลกระทบทั้ง 3 กลุ่ม (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.7)

1) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านสภาพภูมิทัศน์ พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ระดับสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ แม่น้ำแม่กลอง ระบบสามน้ำ รองลงมาในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ได้แก่ ระบบน้ำขึ้น-น้ำลง (ค่าเฉลี่ย 4.77, 3.66, 2.64) สำหรับผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ระดับสูง 1 ตัวแปร ได้แก่ คลองอัมพวา รองลงในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ได้แก่ ระบบคลองลำประโดง (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.57) (แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.7)

2) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน ที่มีระดับ สูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ระดับสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ ปลาทุแม่กลอง กุ้งแม่น้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.31 , 3.73 ตามลำดับ) สำหรับด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 1 ตัวแปร ได้แก่ แมลงหึ่งห้อย รองลงมาในระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ มะพร้าวน้ำตาล และรองลงมาในระดับต่ำ ได้แก่ ต้นลำพู (ค่าเฉลี่ย 4.64, 3.53, 2.26 ตามลำดับ) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.7)

3) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านการตั้งถิ่นฐาน พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ระดับสูง 1 ตัวแปร ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา รองลงมาในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานบนพื้นลอยน้ำ (เรือนแพ) (ค่าเฉลี่ย 4.66, 2.55 ตามลำดับ) สำหรับด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 1 ตัวแปร ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานเพื่อการค้าและอยู่อาศัย รองลงมาในระดับปานกลาง 2 ตัวแปร ได้แก่ การตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน) การตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลอง (ค่าเฉลี่ย 3.66, 3.53, 3.82 ตามลำดับ) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.7)

4) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือน พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ระดับสูง 1 ตัวแปร ได้แก่ เรือนไทยอุทยาน ร.๒ รองลงมาในระดับปานกลาง ได้แก่ เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ และเรือนแพเดิม (ค่าเฉลี่ย 4.62, 2.82, 2.55 ตามลำดับ) สำหรับด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง ได้แก่ เรือนแถวไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวา รองลงมาในระดับปานกลาง ได้แก่ เรือนไทยประเพณี (ค่าเฉลี่ย 4.85, 3.73 ตามลำดับ) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.7)

5) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมศาสนสถาน พบว่าได้รับผลกระทบจากการพัฒนาท่องเที่ยวที่มีนโยบายส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ปรากฏให้เห็นใน ระดับปานกลาง-ต่ำ คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ ระดับปานกลาง 3 ตัวแปร ได้แก่ วัดอัมพวันเจติยาราม วัดจุฬามณี วัดภุมรินทร์ (ค่าเฉลี่ย 3.51, 3.35, 3.05 ตามลำดับ) รองลงมาในระดับต่ำ 2 ตัวแปร ได้แก่ กุฏิสงฆ์เรือนหมู่ทรงไทย (วัดอัมพวันเจติยาราม) และวัดพระยาญาติ (ค่าเฉลี่ย 2.32, 2.25 ตามลำดับ) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.7)

จากการวิเคราะห์ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพทั้ง 2 ด้าน พบว่าเป็นกลุ่มที่มีผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ถึง 10 ตัวแปร ซึ่งเป็นอัตราการลดทอนสูงเมื่อเปรียบเทียบกับ ผลกระทบด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ 15 ตัวแปร ซึ่งเป็นอัตราที่มีความใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ผลกระทบทั้งสองด้านมีผลมาจากนโยบายภาครัฐที่มีแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น แผนการพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางแม่น้ำลำคลองระดับชาติ ตามแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม พ.ศ. 2553-2556 แต่ขณะเดียวกันกลับพบว่า ลำคลองอัมพวาและคลองลำประโดงถูกลดทอนคุณค่า จากการลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการวัฒนธรรม ที่ได้แสดงความคิดเห็นว่า ผลกระทบดังกล่าวเกิดจาก

สภาพปัญหา "การปล่อยน้ำเสียโดยไม่บำบัดก่อนปล่อยลงสู่ลำคลอง ส่งผลต่อสมดุลระบบนิเวศ" (สนม ผิวงาม, 2555 ผู้ให้สัมภาษณ์) อีกทั้งการสร้างรีสอร์ท ทำเทียบเรือเหลื่อมลำทำน้ำลำคลองสาธารณะเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ซึ่งผิดทั้งกฎหมายการรุกล้ำน่าน้ำสาธารณะและกฎหมายผังเมือง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์นักจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน "มีการสร้างรีสอร์ทเหลื่อมลำเข้าสู่ลำคลองธรรมชาติและทับถมคลอง ลำประโดง ส่งผลต่อระบบการไหลเวียนของน้ำในร่องสวนและลำคลองธรรมชาติเริ่มอุดตัน อีกทั้งชีวภาพสัตว์น้ำมีจำนวนลดลง เป็นผลมาจากนักลงทุนจากภายนอกที่ไม่เรียนรู้กลไกธรรมชาติจึงส่งผลเสียในหลายด้านรวมทั้งทัศนียภาพของชุมชน" (ปรีชา เจียบหุ, 2555 ผู้ให้สัมภาษณ์) จะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนาที่ภาครัฐที่ได้กำหนดขึ้นนั้น ให้ความสำคัญโดยการส่งเสริมในแนวทางปฏิบัติเพียงบางส่วน แต่ขณะเดียวกันอัตลักษณ์อื่นๆ กลับถูกละเลยจนเกิดเป็นสภาพปัญหาจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งไม่เป็นไปตามแผนพัฒนาที่ได้กำหนดไว้



ตารางที่ 4.7 แสดงผลวิเคราะห์ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมด้านคุณภาพ

กลุ่มคุณภาพ	ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม / ด้านลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์		จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ / (ช่วงคะแนน 1-5)	ระดับผลกระทบ
	ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ด้านลบ		ด้านลบ	ด้านบวก		
สิ่งแวดล้อม	แม่น้ำแม่กลอง	4.77	0.59			39 (5)	สูง
	ระบบน้ำทิ้ง-น้ำลง	2.64	1.21			32 (3)	ปานกลาง
	ระบบนิเวศสามน้ำ	3.66	1.14			37(4)	ปานกลาง
	คลองอัมพวา		0.82		3.73	38 (4)	สูง
	ระบบคลองลำประโดง		0.91		3.57	36(4)	ปานกลาง
	ต้นลำพู		1.20		2.26	37(4)	ต่ำ
	มะพร้าวหน้าศาล		1.15		3.53	32 (3)	สูง
	ปลาทุแม่กลอง	4.31	0.78			39 (5)	สูง
	แมลงหึ่งห้อย		0.77			40 (5)	สูง
	กุ่มแม่น้ำ	3.73	1.17			38 (4)	สูง
สิ่งแวดล้อม	ตั้งถิ่นฐานขนานตามแนวคลอง		1.06		3.66	35 (4)	ปานกลาง
	บ่อน้ำที่สุ่มติดตั้ง (บ้านสวน)		1.09		3.53	36(4)	ปานกลาง
	บ่อน้ำลายน้ำ (เรือนแพ)	2.55	1.19			30 (3)	ต่ำ
	ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา	4.66	0.87			39 (5)	สูง
เพื่อการค้า/อยู่อาศัย		0.64			37 (4)	สูง	

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน พฤศจิกายน 2555

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

กลุ่มกายภาพ	ผลกระทบการท่องเที่ยว		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลกระทบจากการท่องเที่ยว		จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ / (ช่วงคะแนน 1-5)	ระดับผลกระทบการท่องเที่ยว
	ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ด้านลบ		ด้านลบ	ด้านลบ		
ชุมชน	เรือนไทยอุทยาน ร.๒		4.62			40 (5)	สูง
	เรือนไทยประเพณี				3.73	33 (4)	สูง
	เรือนแถวไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวา				4.85	43 (5)	สูง
	เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์	2.82				32 (3)	ปานกลาง
	เรือนแพเดิม	2.55				31 (3)	ปานกลาง
ชุมชนและแบบสถาปัตยกรรม	วัดอัมพวันเจติยาราม	3.51				34 (5)	ปานกลาง
	วัดจุฬามณี	3.35				32 (4)	ปานกลาง
	วัดกุญชรินทร์	3.05				28 (3)	ปานกลาง
	ปฏิสังขรณ์เรือนหมู่ทรงไทย (วัดอัมพวัน)	2.32				26 (2)	ต่ำ
	วัดพระยาญาติ	2.25				22 (2)	ต่ำ

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน พฤศจิกายน 2555

4.3.2 ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่

ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านวิถีชีวิต ด้านประเพณีวัฒนธรรม รวมทั้ง 25 ตัวแปร ซึ่งได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ 9 ตัวแปร และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ 6 ตัวแปร ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลกระทบทั้ง 3 กลุ่ม พบว่าเป็นกลุ่มที่มีผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์จากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 รองลงมาจากกลุ่มกายภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับปานกลาง 4 ตัวแปร ได้แก่ อาชีพทำสวนลิ้นจี่ สวนส้มโอ (ค่าเฉลี่ย 4.42, 3.75 ตามลำดับ) รองลงมาในระดับปานกลาง ได้แก่ อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ อาชีพศิลปหัตถกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.48, 2.55 ตามลำดับ) สำหรับผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์พบว่ามี 1 ตัวแปร ได้แก่ อาชีพทำสวนยกทรงปลูกมะพร้าวผล (ค่าเฉลี่ย 4.62) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.8)

2) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเพียง 1 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ วิถีชีวิตชาวสวน (ค่าเฉลี่ย 4.36, 3.81ตามลำดับ) รองลงมาในระดับปานกลาง 3 ตัวแปร ได้แก่ วิถีชีวิตเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง วิถีชีวิตสัญจรโดยเรือพาย วิถีชีวิตจับสัตว์น้ำดำรงชีพ (4.53, 2.73, 2.34) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.8)

3) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเพียง 1 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 1 ตัวแปร ได้แก่ ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วยรองลงมา ระดับปานกลาง 4 ตัวแปร ได้แก่ ประเพณีตักทางน้ำ ประเพณีสงกรานต์อุทยาน ร.๒ ประเพณีถวายสลากภัต ประเพณีมนัสการรอยพระพุทธรบาท (ค่าเฉลี่ย 4.26, 3.48, 2.93, 2.35, 2.17 ตามลำดับ) ซึ่งไม่พบผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กิจกรรมบนพื้นที่

กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่	ผลกระทบการท่องเที่ยว		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลกระทบการท่องเที่ยว		จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ / (ช่วงคะแนน 1-5)	ระดับผลกระทบการท่องเที่ยว
	ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ด้านลบ		ด้านลบ	ด้านลบต่อคุณค่าอัตลักษณ์		
อาชีพทำสวนกล้วยปลูกมะพร้าวผล			0.77			37 (5)	สูง
อาชีพทำสวนลิ้นจี่			0.53	4.42		38 (4)	สูง
อาชีพทำสวนส้มโอ			0.68	3.75		40 (5)	สูง
อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ	3.48		1.10			34 (3)	ปานกลาง
อาชีพตัดปัดถกรวม	2.55		1.13			30 (2)	ปานกลาง
วิถีชีวิตชาวสวน			0.65		4.36	38 (5)	สูง
วิถีชีวิตเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง			0.87		3.81	36 (4)	สูง
วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ			0.25		4.53	42 (5)	สูง
วิถีชีวิตสัญจรโดยเรือพาย			1.18		2.73	33 (3)	ปานกลาง
วิถีชีวิตจับสัตว์น้ำดำรงชีพ			1.21		2.34	31 (2)	ปานกลาง
ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย	4.26		0.75			39 (5)	สูง
ประเพณีส่งกวางค้ออุทยาน ร.๒	3.48		1.16			34 (4)	สูง
ประเพณีตักบาตรทางน้ำ	2.93		1.18			30 (3)	ปานกลาง
ประเพณีถวายสลากภัต	2.35		1.20			27 (2)	ปานกลาง
ประเพณีมีนัสการรอยพระพุทธรูป	2.17		1.24			25 (2)	ต่ำ

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน พฤศจิกายน 2555

4.3.3 ระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์

ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 5 ด้าน คือ ด้านศิลปกรรมศาสนสถาน ด้านศิลปะประดิษฐ์/การแสดง/ดนตรีไทย ด้านศิลปะอาหารไทยในวรรณคดี/พื้นบ้าน ด้านศิลปะขนมไทยในวรรณคดี ด้านความรู้สึกมีคุณค่าต่อสถานที่ รวมทั้งหมด 27 ตัวแปร ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ 26 ตัวแปร และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ 1 ตัวแปร เมื่อเปรียบเทียบผลกระทบทั้ง 3 กลุ่ม พบว่าเป็นกลุ่มที่มีผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์น้อยที่สุด ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านศิลปกรรมศาสนสถาน ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเพียง 1 ด้าน ที่มีระดับปานกลาง-ต่ำ คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับปานกลาง 3 ตัวแปร ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังแสดงพระราชประวัติ ร.๒ (วัดอัมพวันเจติยาราม) เพดานอุโบสถไม้แกะสลัก (วัดบางแคน้อย) จิตรกรรมฝาผนังกุฏิทอง (วัดภูมรินทร์) รองลงมาการส่งเสริมในระดับต่ำ 2 ตัวแปร ได้แก่ ประติมากรรมปูนปั้นฝาผนังสูง (วัดบางกะพ้อม) จิตรกรรมเขียนสี (วัดประดู่) (ค่าเฉลี่ย 3.55, 3.26, 2.65, 2.32, 2.29 ตามลำดับ) (แสดงรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.9)

2) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านศิลปะประดิษฐ์/การแสดง/ดนตรีไทย ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเพียง 1 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 4 ตัวแปร ได้แก่ ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง ศิลปะการแกะสลักชอกะลามะพร้าว ศิลปะการแสดงดนตรีไทย ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์และลายน้ำทอง รองลงมาการส่งเสริมในระดับปานกลาง 1 ตัวแปร ได้แก่ หัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง) (ค่าเฉลี่ย 4.86, 4.50, 4.38, 3.93, 3.46 ตามลำดับ) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.9)

3) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านศิลปะอาหารไทยในวรรณคดี/พื้นบ้าน ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเพียง 1 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ มัสมัน (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องคาวหวาน ร.๒) ล่าเตี๋ย (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องคาวร.๒) (ค่าเฉลี่ย 3.97, 3.82 ตามลำดับ) รองลงมาการส่งเสริมในระดับปานกลาง 3 ตัว

4) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านศิลปะชนมไทยในวรรณคดี ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวเพียง 1 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 2 ตัวแปร ได้แก่ ขนมห้ามงกุฏ (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องหวาน ร.๒) ขนมหองเอก (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องหวาน ร.๒) (ค่าเฉลี่ย 4.21, 3.84 ตามลำดับ) รองลงการส่งเสริมในระดับปานกลาง 3 ตัวแปร ได้แก่ ขนมหิยาสลัดงา (ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องหวาน ร.๒) มะพร้าวแก้ว (ตำหรับรัชกาลที่ ๒) ขนมหันดอกกุหลาบ(ตำหรับรัชกาลที่ ๒) (ค่าเฉลี่ย 3.77, 2.97, 2.25 ตามลำดับ) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.9)

5) ผลการประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ด้านความรู้สึกมีคุณค่าต่อสถานที่ ซึ่งในด้านนี้พบว่าได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยว 2 ด้าน ที่มีระดับสูง-ปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง 3 ตัวแปร ได้แก่ เมืองแห่งมรดกวัฒนธรรมเมืองราชินีภู เมืองสามน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.56, 4.36, 3.69 ตามลำดับ) รองลงมาการส่งเสริมในระดับปานกลาง 3 ตัวแปร ได้แก่ เมืองดริยกี ๕ แผ่นดิน เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมืองหอยหลอด (ค่าเฉลี่ย 3.36, 3.15, 2.98 ตามลำดับ) สำหรับด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับปานกลางมี 1 ตัวแปร ได้แก่ เวนิสตะวันออกเมืองไทย (ค่าเฉลี่ย 2.84) (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงระดับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมต่ออัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์

กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (+)		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (-)		ผู้ทรงคุณวุฒิ	ระดับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
	ด้านส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย)	ค่าเฉลี่ย		ด้านลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย)	ค่าเฉลี่ย		
จิตกรรมผาผนังแสดงพระราชประวัติ ร.๒ (วัดอัมพวันเจติยาราม) เพดานฉลุไม้สักไม้แกะสลัก (วัดบางแคน้อย) จิตกรรมผาผนังกู่ทอง (วัดกุฎีจีน) ประติมากรรมปูนปั้นผาผนังสูง (วัดบางกะพ้อม) จิตกรรมเขียนสี (วัดประดู่) ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง ศิลปะการแกะสลักชกอะลามะพั่ว ศิลปะการแสดงดนตรีไทย ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์และลายนำทอง หัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง) มัสยิด (ภาพเหรียญรวมเครื่องคาวาน) ลำเต็ย (ภาพเหรียญรวมเครื่องคาว) หอยหลอดผัดซ่า อาหารพื้นบ้าน ปลาชุกาเต็ย อาหารพื้นบ้าน หมี่กรอบอาหารไทยตำหรับรัชกาลที่๒	3.55	1.06	1.09			27 (4)	สูง
	3.26		1.14			24 (3)	ปานกลาง
	2.65		1.17			25 (5)	ปานกลาง
	2.32		1.21			22 (2)	ต่ำ
	2.29		0.65			20 (2)	ต่ำ
		4.86	0.70			41 (5)	สูง
		4.50	0.79			39 (5)	สูง
		4.38	0.86			37 (4)	สูง
		3.93	1.19			38 (4)	สูง
		3.46	0.79			34 (3)	ปานกลาง
	3.97	0.81			38 (4)	สูง	
	3.82	1.07			37 (4)	สูง	
	3.36	1.12			36 (3)	ปานกลาง	
	3.18	1.19			33 (3)	ปานกลาง	
	2.93	1.09			30 (3)	ปานกลาง	

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน พฤศจิกายน 2555

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ผลการทดสอบการท่องเที่ยว (+) (ค่าเฉลี่ย)		ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลการทดสอบการท่องเที่ยว (-) (ค่าเฉลี่ย)		ผู้ทรงคุณวุฒิ	ระดับผลการทบท ปกรท่องเที่ยว
	ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย)	4.21		ด้านลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย)	38 (5)		
ขนมจ่ามงกุฎ (ภาพให้เรือชมเครื่องหวาน)	3.84	0.88	4.21	38 (5)	สูง		
ขนมทองเอก (ภาพให้เรือชมเครื่องหวาน)	3.77	0.92	3.84	37 (4)	สูง		
ขนมเทียนสดดง (ภาพให้เรือชมเครื่องหวาน)	2.97	1.10	3.77	35 (3)	สูง		
มะพร้าวแก้ว ตําหรับปีรัชกาลที่ 2	2.25	1.13	2.97	32 (3)	ปานกลาง		
ขนมชั้นดอกกุหลาบ	4.56	1.16	2.25	30 (2)	ต่ำ		
เมืองแห่งมรดกวัฒนธรรม	4.36	0.28	4.56	41 (5)	สูง		
เมืองราชินีภูต	3.89	0.60	4.36	38 (5)	สูง		
เมืองสามน้ำ	3.36	0.84	3.89	37 (4)	สูง		
เมืองดุริยทิพย์ 5 แผ่นดิน	3.15	1.11	3.36	34 (3)	ปานกลาง		
เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์	2.84	1.08	3.15	33 (3)	ปานกลาง		
เวนิสตะวันออกเมืองไทย	1.01	1.16	2.84	31 (3)	ปานกลาง		
เมืองหอยหลอด		1.01	2.98	29 (3)	ปานกลาง		

ที่มา : การเก็บข้อมูลภาคสนาม เดือน พฤศจิกายน 2555

ส่วนผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ทั้งสามกลุ่ม เกิดขึ้นทั้งเชิงบวกและลบโดย อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในเชิงบวก หรือได้รับการส่งเสริมคุณค่า อัตลักษณ์มีทั้งสิ้นรวม 50 ตัวแปรอัตลักษณ์ และอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในเชิงลบ หรือถูกบิดเบือน ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มีทั้งสิ้นรวม 17 ตัวแปรอัตลักษณ์ อัตลักษณ์เหล่านี้ มีระดับผลกระทบทั้งในระดับ สูง ปานกลาง ต่ำ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแสดงระดับผลกระทบ พบว่าผู้ทรงคุณวุฒิให้ค่าคะแนนระดับผลกระทบค่อนข้างสูงทั้งทางบวกและลบ เมื่อพิจารณาประกอบกับจำนวนความถี่ของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ค่าคะแนนระดับผลกระทบในแต่ละกลุ่ม อัตลักษณ์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันของการประเมินของกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 45 ท่านที่มีต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา เป็นที่น่าสังเกตว่าอัตลักษณ์ชุมชนในกลุ่มกายภาพ และวิถีชีวิตของชุมชน เป็นอัตลักษณ์ได้รับผลกระทบในทางลบ จากการพัฒนาการท่องเที่ยวมากที่สุด กล่าวคืออัตลักษณ์ชุมชนเหล่านี้ถูกบิดเบือน ลดทอน และถูกทำลายคุณค่า มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ชุมชนอื่นๆในกลุ่มกิจกรรมในพื้นที่ และกลุ่มการสื่อความหมาย ผลการศึกษาที่ได้อาจสื่อให้เห็นนัยสำคัญสองประเด็นคือ ประเด็นแรกนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวามุ่งเน้นการใช้อัตลักษณ์ทางกายภาพและวิถีชีวิตของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวมากกว่าอัตลักษณ์ด้านอื่นๆ ประเด็นที่สองนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว อาจครอบคลุมอัตลักษณ์ชุมชนทุกด้านแต่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ด้านอื่นๆ ยกเว้นด้านกายภาพและวิถีชีวิต และเมื่อนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวมาพิจารณาประกอบกับผลการศึกษาที่ได้ ทำให้พบประเด็นปัญหาผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา ความไม่สอดคล้องกันระหว่างคุณค่าความแท้จริงของอัตลักษณ์ชุมชน (จากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ) กับแนวทางการปฏิบัติและผลที่ได้จากนโยบายในการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเหล่านี้เป็นประเด็นที่เกิดขึ้นกับอัตลักษณ์ชุมชนทั้งสามกลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.4 การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

จากการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ ทั้งรอบที่ 2-3 พบว่าอัตลักษณ์ทั้ง 3 กลุ่มได้รับผลกระทบทั้งด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ ทั้งสิ้นรวม 50 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในเชิงลบ หรือถูกบิดเบือน ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์รวม 17 ตัวแปรอัตลักษณ์เหล่านี้

ทางบวกและลบ โดยพิจารณาประกอบกับจำนวนความถี่ของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ค่าคะแนนระดับผลกระทบในแต่ละกลุ่มอัตลักษณ์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันของการประเมินของกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 45 ท่านที่มีต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา ดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพประกอบด้วยอัตลักษณ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษ 5 ด้าน และพบว่าเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มากที่สุด (ดูตารางที่ 4 ประกอบ) โดยเฉพาะด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือน พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อ การลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูง ซึ่งหมายถึงการบิดเบือน ทำลายหรือเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ดั้งเดิม ตัวอย่างเช่น การรื้อถอนเรือนแถวไม้บริเวณริมคลองอัมพวาบางส่วนออกไป และจัดวางภูมิทัศน์ในรูปแบบโรงแรมระดับห้าดาว ส่งผลกระทบต่อการสูญเสียทัศนียภาพความงดงามในรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น อีกทั้งยังผิดหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม (ธีรภาพ โลหิตกุล, 2555) ที่ได้กำหนดแนวทางควบคุมการก่อสร้างอาคารให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์โดยไม่ให้มีการก่อสร้างที่มีลักษณะ รูปร่าง ขนาด สี ที่ผิดเพี้ยนไปจากอาคารทั่วไปในบริเวณชุมชน และไม่ทำลายเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชุมชน (ดูภาพที่ 4.1 ประกอบ) (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม, 2541) แสดงถึงการพัฒนาที่ไม่คำนึงภูมิวัฒนธรรมที่มีรากฐานมานับร้อยปี แต่กลับมุ่งเน้นการก่อสร้างอาคารมากกว่าการอนุรักษ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเมืองอัมพวา พ.ศ. 2553 ที่ต้องการยกระดับชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สถาปัตยกรรมท้องถิ่น (Architect-Tourism) แห่งแรกของประเทศไทย ในประเด็นนี้ภาครัฐควรมีการทบทวนนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวที่ควรมีแนวทางป้องกันอัตลักษณ์ร่วมกับผังเมืองรวมอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในเชิงบูรณาการเพื่อสร้างมาตรการป้องกันการถูกคุกคามจากสิ่งปลูกสร้างที่เกิดขึ้นตามกระแสการท่องเที่ยว ซึ่งในอนาคตอาจนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์อย่างถาวร



ภาพที่ 4.1 แสดงแนวทางการควบคุมการใช้ที่ดินและอาคาร

ที่มา: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. การพัฒนาการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : บริษัทคู่มือครองมรดกไทย, 2541,



ภาพที่ 4.2 แสดงทัศนียภาพเรือนแถวไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวาจากอนุสาวรีย์ดอนบางส่วน

ที่มา : ปุรณ ขวัญสุวรรณ, 2547



ภาพที่ 4.3 แสดงทัศนียภาพเรือนแถวไม้พื้นถิ่นถูกรื้อถอนเพื่อสร้างโรงแรมระดับห้าดาว

ที่มา : โดยผู้วิจัย, 2555

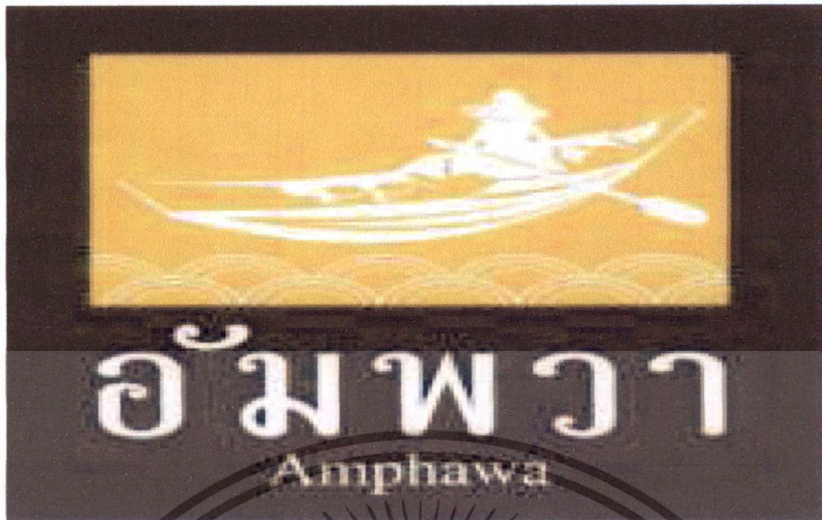
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ในอีกแนวทางหนึ่งกลับพบว่าอัตลักษณ์สถาปัตยกรรมเรือนไทยพิพิธภัณฑ์อุทยาน ร.2 ได้รับการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูงตามนโยบายที่ต้องการอนุรักษ์สืบสานมรดกทางวัฒนธรรมและยังมีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วยเนื่องจากการเป็นเมืองเก่าที่มีรากฐานเกี่ยวข้องกับราชวงศ์จักรีตอนต้น ดังนั้นภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นภายใต้การสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสนใจ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับแหล่งท่องเที่ยวและยังมีส่วนช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ที่ทรงคุณค่าในลักษณะสถาปัตยกรรมเรือนไทย 5 หลัง ที่เป็นความสำคัญของชาวอัมพวาให้มีความเด่นชัดและเป็นที่ยุ้จักมากยิ่งขึ้น ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในสองประเด็นดังที่กล่าวมาข้างต้น ชี้ให้เห็นว่านโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติที่ขัดแย้งไม่สอดคล้องกัน เห็นได้จากการที่ภาครัฐได้เลือกหยิบยกอัตลักษณ์ที่มีคุณลักษณะเด่นชัดเป็นที่รู้จักอยู่แล้วมาเป็นแนวทางในการยกระดับแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนสถาปัตยกรรมเรือนแถวไม้พื้นถิ่นซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัดและเคยได้รับรางวัลชุมชนอนุรักษ์ดีเด่นเมื่อ พ.ศ. 2551 จากสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ กลับปรากฏให้เห็นและเป็นที่รู้จักแค่เพียงในระดับชุมชน อีกทั้งยังถูกลดทอนคุณค่าด้วยการรื้อถอนทำลายอีกด้วย เช่นเดียวกับอัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมศาสนสถานซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นสูงแต่กลับไม่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าถึงแม้ศาสนสถานส่วนใหญ่ถูกกำหนดให้อยู่ในแผนการพัฒนาเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันไม่ได้รับการสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวให้ทราบถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาและตระหนักถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ที่สำคัญ โดยเฉพาะวัดอัมพวันเจติยารามซึ่งเป็นวัดที่พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และพระประยูรญาติทรงสร้างขึ้น พบว่า มีความเชื่อมโยงตามกาลเวลาในหลายจุดสำคัญ ซึ่งภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดูแลหรือบูรณะ เพื่อให้เกิดความงดงามสมพระเกียรติยศในการเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของชุมชนอัมพวา (เชิดชู อริยศรีวัฒนา, 2555) จากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่านโยบายการพัฒนาส่วนใหญ่ เป็นการใช้อัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ภาครัฐควรเน้นการบูรณาการและผนวกนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับแนวทางการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีอยู่เดิม เช่น การนำเสนอข้อมูลและความรู้ทางประวัติศาสตร์ให้กับผู้ที่ต้องการศึกษา โดยเฉพาะเรื่องราวจากภาพจิตรกรรมฝาผนังที่เกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีตอนต้น ถึง 2 พระองค์ ที่มีจริยวัตรงดงามอีกทั้งการฟื้นฟูทำนุบำรุงบ้านเมือง พระพุทธศาสนา ศิลปะแขนงต่างๆ วัฒนธรรมประเพณี (เชิดชู อริยศรีวัฒนา, 2555)

สำหรับอัตลักษณ์ด้านสภาพภูมิทัศน์พบว่ามีการส่งเสริมปานกลาง ซึ่งพิจารณาในภาพรวมพบว่าอัตลักษณ์แม่น้ำแม่กลอง ถูกส่งเสริมให้มีความเด่นชัดมากขึ้นจากที่มีความโดดเด่นสูงอยู่แล้ว ตามนโยบายภาครัฐที่มีการพัฒนาจังหวัดให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางแม่น้ำลำคลองระดับชาติ แต่ขณะเดียวกันนโยบายนี้ไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ เนื่องจากพบว่าลำคลองอัมพวาถูกลดทอนคุณค่าในระดับสูงจากการที่รีสอร์ทหรือที่พักนักท่องเที่ยวบางแห่งได้ปล่อยน้ำเสียลงสู่ลำคลองโดยไม่มีการบำบัด อีกทั้งมลภาวะที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงคลองลำประโดงถูกลดทอนคุณค่าในระดับสูง จากการปลูกสร้างรีสอร์ทในพื้นที่สวนที่สร้างทับถมคลอง ลำประโดงซึ่งขัดขวางระบบการไหลเวียนของน้ำในร่องสวนและลำคลองธรรมชาติ

อัตลักษณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ/ระบบนิเวศเมื่อพิจารณาภาพรวมพบว่ามีนโยบายในเชิงปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ให้มีความเด่นชัดมากขึ้น ด้วยการจัดเทศกาลกินปลาทุปีะแม่กลอง และนโยบายส่งเสริมเมืองให้เป็นศูนย์กลางอาหารทะเลและกุ้งแม่น้ำ อีกทั้งนโยบายฟื้นฟูสร้างความสมดุลของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามในการศึกษาพบว่าเกิดปัญหาและผลกระทบเชิงนโยบายเช่นเดียวกับอัตลักษณ์ด้านสภาพภูมิทัศน์ เนื่องจาก ภาครัฐมีแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบกิจกรรมสองเรือชมแมลงหิ่งห้อย ทำให้เกิดมลภาวะต่อระบบนิเวศทั้งบนบกและในน้ำ (อิสรวิทย์ เสงี่ยมานนท์, 2552) มลภาวะที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนด้านทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ

สำหรับอัตลักษณ์ด้านการตั้งถิ่นฐานพบว่าภาครัฐมีนโยบายที่มีส่วนในการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ตลาดน้ำอัมพวาในระดับสูง มีการพลิกฟื้นตลาดน้ำหลังจากที่สูญหายไปกว่า 50 ปี เพื่อเปิดตลาดการท่องเที่ยวเนื่องจากมีความได้เปรียบในเชิงอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตามนโยบายฟื้นฟูเศรษฐกิจระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจระดับชุมชน พ.ศ. 2547 โดยคำนึงถึงความสำคัญด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นหลักควบคู่กับแนวคิดการสร้าง “อัมพวาแบรนด์” ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการสร้างแบรนด์สถานที่ (Place Branding) ดังที่ปรากฏในภาพที่ 4.4 ซึ่งเป็นภาพแสดง “อัมพวาแบรนด์” เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยที่ภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชน มีแนวทางการพัฒนาที่เน้นย้ำการนำต้นทุนที่มีอยู่ภายในพื้นที่มาพัฒนาเป็นสินค้าระดับท้องถิ่น ตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พ.ศ. 2551 (พัชโรดม ชุนสุวรรณ, 2555 ผู้ให้สัมภาษณ์) เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง



ภาพที่ 4.4 Amphawa Brand เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ทั่วโลก

ที่มา: ต่อยอดภูมิปัญญาไทยเดิมไอเดียสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์, กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2554.

แต่ขณะเดียวกันนโยบายการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ของตลาดน้ำอัมพวาไม่ได้เป็นไปตามหลักการพัฒนาที่ให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนของชุมชนเป็นหลัก ในการศึกษาพบว่านโยบายดังกล่าว ในทางปฏิบัติให้การส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์แต่เพียงบางส่วน แต่ในขณะเดียวกันกลับส่งผลกระทบต่อการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ จากการสร้างที่พักนักท่องเที่ยวหรือรีสอร์ทปะปนกับบ้านเรือน ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และสถาปัตยกรรมเรือนทรงไทยที่ทรงคุณค่า สิ่งที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาที่ขาดการวางแผนควบคุมการเติบโตของเมือง ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพชุมชน ดังนั้นภาครัฐควรมีนโยบายการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทั้งด้านสิ่งปลูกสร้างที่พัก หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับประเภทของเมืองและสภาพชุมชน กรณีผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในกลุ่มกายภาพได้ชี้ให้เห็นว่ามีประเด็นความไม่สอดคล้องเกิดขึ้นระหว่างคุณค่าอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชน (จากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ) กับนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่ใช้อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นเครื่องมือส่วนหนึ่งในการทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บางนโยบายมีการกำหนดแผนพัฒนาที่มีส่วนช่วยส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนที่แท้จริงให้มีคุณค่าและมีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น แต่ขณะเดียวกันพบว่าบางนโยบายไม่ได้ให้ความสำคัญกับการนำอัตลักษณ์ทางกายภาพที่มีคุณค่าความโดดเด่นสูงมาพัฒนาเพื่อรักษาไว้ถึงอัตลักษณ์ของชุมชน แต่เป็นเพียงการนำอัตลักษณ์เหล่านี้มาพัฒนาเพื่อสร้างจุดเด่นในรูปแบบสินค้าการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและลดทอนคุณค่า อัตลักษณ์ชุมชนอย่างรวดเร็ว และอาจทำให้ในอนาคตแหล่งท่องเที่ยวอัมพวาอาจสูญเสียอัต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะที่มีคุณค่าของชุมชนไปอย่างน่าเสียดาย ภาครัฐจึงควรมีการทบทวนนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน ควบคู่กับนโยบายที่มุ่งเน้นการส่งเสริม สนับสนุน รักษาคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

4.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่

จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ พบว่านโยบายภาครัฐมีส่วนส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ในระดับสูงทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านประเพณีวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นปานกลาง ให้มีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย ซึ่งเป็นประเพณีโบราณที่สูญหายไปกว่า 50 ปี ได้ถูกฟื้นฟูขึ้นมาใหม่จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงนโยบายในเชิงปฏิบัติที่มีการจัดเทศกาลผลไม้เศรษฐกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการเกษตรและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเป็นสำคัญ แต่เมื่อพิจารณาอีกด้านหนึ่งพบว่าอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตการค้าขายทางน้ำของชาวบ้านที่นำผลผลิตจากสวนเกษตรใส่ลงเรือมาค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าความโดดเด่นระดับสูง ปัจจุบันถูกลดทอนคุณค่าจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่คำนึงถึงการสืบทอดเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตที่มีรากเหง้าทางสังคมในอดีต การพัฒนาเป็นไปเพียงเพื่อให้ครบองค์ประกอบของการเป็นตลาดน้ำ ซึ่งกรณีนี้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวและความแท้จริง (Authentic and Tourism) ที่มองว่าการนำทรัพยากรท้องถิ่นมาเป็นสินค้าการท่องเที่ยวควรมาจากรากฐานความแท้จริงและไม่ควรบิดเบือนให้ผิดเพี้ยนไปจากเดิม ซึ่งการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีการวางแผนในลักษณะการนำกรอบอัตลักษณ์ดั้งเดิมมาจัดฉากให้เหมือนความแท้จริง (Staged Authenticity) เพื่อสนองธุรกิจท่องเที่ยว (MacCannell, 1973) หากมองลึกลงไปในประเด็นนี้ จะพบว่าอัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ตลาดน้ำอัมพวา แต่หากเปรียบเทียบในเชิงนโยบายการวางแผนจะพบว่ามีความแตกต่างกัน โดยที่ภาครัฐให้ความสนใจการสร้างแบรนด์อัมพวาจากตลาดน้ำที่เคยคึกคักเมื่อ 50-60 ปีก่อน ซึ่งเป็นจุดขายตรงที่ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จด้านชื่อเสียงการตลาดน้ำอย่างสูง และเป็นแผนพัฒนาที่ช่วยส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ให้มีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น แต่ขณะเดียวกันนโยบายการวางแผนกลับลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์วิถีชีวิตชาวบ้านที่แท้จริง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งของการเป็นตลาดน้ำอัมพวา



ภาพที่ 4.5 แสดงภาพจำลองเหตุการณ์วิถีชีวิตชาวบ้านที่ค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวาในอดีต
ที่มา: Bloggang.com :ระเบียงดอกไม้ :ตลาดน้ำ, 2550



ภาพที่ 4.6 แสดงวิถีชีวิตการค้าขายบริเวณตลาดน้ำอัมพวาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน
ที่มา: ศิลปะวัฒนธรรมอัมพวา :การท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา, 2555

จะเห็นได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเคลื่อนไหวที่มีผลกระทบเกิดขึ้นพร้อมกันทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน เศรษฐกิจ วิถีชุมชน เห็นได้จากแนวทางการพัฒนาที่เน้นรูปแบบการเข้าพักของนักท่องเที่ยวโดยเริ่มจากการดัดแปลงบ้านเรือนชาวบ้านให้เป็นลักษณะโฮมสเตย์ จึงเกิดกระแสการสร้างที่พักนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างรีสอร์ท ที่มีผลกระทบต่อ การปรับเปลี่ยนทั้งด้านวิถีชีวิตชาวสวนและการใช้ประโยชน์ที่ดินภาคการเกษตรดั้งเดิมที่เคยเป็นพื้นที่รับน้ำหมุนเวียนในร่องสวนเพื่อปลูกมะพร้าวซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจได้ถูกเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ด้านธุรกิจท่องเที่ยว หากเป็นการมองจากภายในชุมชนอาจส่งผลดีต่อเศรษฐกิจชุมชนและครัวเรือนแต่ในขณะเดียวกันเกิดการลดทอนคุณค่าวัฒนธรรมซึ่งเป็นวิถีดั้งเดิมของชุมชนที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เคยเจ็บสงบและมีวิถีชีวิตอยู่แบบพอเพียง การเปลี่ยนแปลงและความขัดแย้งดังกล่าวที่เกิดขึ้นแสดงถึงปัญหาที่ขยายวงกว้างและเติบโตไปพร้อมๆ กับกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว หากในอนาคตภาครัฐยังไม่มียุทธศาสตร์ปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก คาดว่าชุมชนอัมพวาจะเริ่มเข้าสู่ภาวะวิกฤติที่อาจสูญเสียอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าไปอย่างน่าเสียดาย

4.4.3 การวิเคราะห์ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย สัญลักษณ์

จากการวิเคราะห์ภาพรวมพบว่า นโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีส่วนส่งเสริมอัตลักษณ์กลุ่มนี้ให้มีความเด่นชัดมากขึ้น โดยเฉพาะด้านศิลปะประติมากรรม/การแสดง/ดนตรีไทยที่พบว่ามีการส่งเสริมสูงกว่าด้านอื่น เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและภาครัฐท้องถิ่นที่มีนโยบายต้องการส่งเสริมในเชิงปฏิบัติด้วยการจัดเทศกาลศิลปะการแสดงในกลางแปลงซึ่งเป็นภูมิปัญญาชั้นสูงเพื่ออนุรักษ์และเผยแพร่เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ณ บริเวณอุทยาน ร.2 เป็นประจำทุกปีที่ได้ทรงฟื้นฟูทั้งบทและทำรำ จนถึงเป็นนาฏศิลป์สูงสุดของไทย จะเห็นได้ว่าเป็นการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นซึ่งเป็นไปตามนโยบายการพัฒนาที่ต้องการอนุรักษ์ด้านการศาสนา วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ตามแผนพัฒนาเทศบาลตำบลอัมพวาสยามปี พ.ศ. 2556-2558 ทั้งนี้ยังรวมถึงนโยบายที่ได้มีการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ด้านอาหาร/ขนมไทยในวรรณคดีซึ่งเป็นขนมไทยในราชสำนักและยังเป็นเครื่องเสวยสำหรับถวายพระเจ้าแผ่นดิน เช่น ขนมจ่ามงกุฎที่สื่อถึงพระราชหรือผู้เป็นใหญ่ซึ่งปรากฏอยู่ในบทพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชมเครื่องคาวหวาน จะเห็นได้เป็นการส่งเสริมในเชิงปฏิบัติด้วยการอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาชั้นสูงเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ขนม-อาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจระดับชุมชนที่ต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างงานและรายได้ให้กับชุมชน ตามแผนพัฒนาเทศบาลตำบลอัมพวา พ.ศ. 2547 จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์ในสองด้านนี้ภาครัฐได้คำนึงคุณค่าที่สามารถนำมาต่อยอดการพัฒนาชุมชนด้วยการกำหนดนโยบายและแนวทางการอนุรักษ์ที่มีการวางแผนและนำไปสู่เชิงปฏิบัติอย่างเหมาะสม

หากแต่การกำหนดนโยบายการพัฒนาบางส่วนยังขาดระเบียบด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นอย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งพบว่าอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าด้านศิลปกรรมศาสนสถานได้รับ

การส่งเสริมเชิงนโยบายจากภาครัฐในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรมด้านการสื่อความหมายถึงชุมชนในการเป็นเวนิสตะวันออกเมืองไทยถูกลดทอนคุณค่าความหมายลงเนื่องมาจากลักษณะกายภาพ โครงสร้างทางสังคม รูปแบบวัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อสร้างที่พักบริเวณลำคลองไม่เหมาะสม และการปล่อยน้ำเสียลงสู่ลำคลองโดยไม่มีการบำบัด ส่งผลต่อสมดุลระบบนิเวศและวิถีชีวิตชาวคลองแบบธรรมชาติที่พายเรือไปแบบช้าๆ เปลี่ยนเป็นเรือเครื่องยนต์เพื่อการท่องเที่ยวเข้ามาแทนที่ ซึ่งเป็นผลกระทบที่สอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ชุมชนถึงการเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ แต่ต้องไม่เปลี่ยนแปลงหรือทำลายสิ่งสำคัญที่เมืองหรือชุมชนมีอยู่ (Gamham, 1985) โดยเฉพาะประวัติศาสตร์ชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณี เกี่ยวข้องผูกพันกับสายน้ำเป็นหลัก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา ด้วยเทคนิควิธี Delphi ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา ตามแนวคิดอัตลักษณ์สถานที่ (Place Identity) ที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ ลักษณะกายภาพ ระบบกิจกรรมบนพื้นที่ การสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ ที่เชื่อมโยงแนวคิดการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การประเมินผลกระทบการพัฒนาท่องเที่ยว ดังนั้นผลการศึกษาจึงนำเสนอการสรุปผล เพื่อเสนอแนะแนวทาง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 สรุปการศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

5.1.1 สรุปอัตลักษณ์ที่สื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน

จากการศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา ที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกอัตลักษณ์ที่คาดว่าสามารถสื่อถึงชุมชนได้ชัดเจน โดยผ่านกระบวนการ Delphi ในรอบที่ 1-2 ที่มีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาคณะคุณลักษณะเด่นชัดที่ปรากฏและสามารถสื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน ตามแนวคิดอัตลักษณ์สถานที่ (Identity of Place) ผลการระบุอัตลักษณ์ 3 กลุ่ม ในรอบที่ 1 ที่มีจำนวน 111 ตัวแปร ถูกระบุเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน 67 ตัวแปร และถูกระบุไม่ผ่านเกณฑ์ความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชน 44 ตัวแปร หากพิจารณาระดับความชัดเจนองค์ประกอบอัตลักษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม พบว่ามีระดับการสื่อถึงชุมชนที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่ากลุ่มกายภาพมีความชัดเจนระดับสูงสุด เนื่องจากการมีสภาพภูมิศาสตร์ที่มีลักษณะกายภาพปรากฏเด่นชัดและมีผลต่อลักษณะโครงสร้างของชุมชน สำหรับกลุ่มการสื่อ ความหมายสัญลักษณ์มีความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชนระดับ 2 และกลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ มีความชัดเจนในการสื่อถึงชุมชนระดับ 3

รอบที่ 2 จัดอันดับความโดดเด่นอัตลักษณ์ พบว่าอัตลักษณ์กลุ่มกายภาพมีระดับความโดดเด่นสูงเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือกลุ่มการสื่อความหมายสัญลักษณ์มีความโดดเด่นเป็นอันดับ 2 รองลงมาคือกลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่มีระดับความโดดเด่นเป็นอันดับ 3 พร้อมกับได้รับผลกระทบท่องเที่ยวทั้งด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์และด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ ทั้ง 3 กลุ่ม

รอบที่ 3 การประเมินระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาพบว่า การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ทั้ง 2 ด้าน คือด้านการส่งเสริมคุณค่าในระดับสูง-ปานกลาง-ต่ำ สำหรับผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มีเพียงระดับสูง-ปานกลางไม่พบระดับต่ำ ดังนี้

ผลกระทบด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ พบว่า กลุ่มการสื่อความหมายสัญลักษณ์ได้รับการส่งเสริมจากนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือกลุ่มกายภาพได้รับการส่งเสริมเป็นอันดับ 2 และกลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมเป็นอันดับ 3 (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.10)

ผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ พบว่า กลุ่มกายภาพได้รับผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าสูงเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือกลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ได้รับผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าเป็นอันดับ 2 และกลุ่มการสื่อความหมายสัญลักษณ์ได้รับผลกระทบด้านการลดทอนคุณค่าเป็นอันดับ 3 และเป็นเพียงด้านเดียวที่ถูกลดทอนคุณค่าเพียง 1 ตัวแปร (แสดงรายละเอียดในตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา	ระดับผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์				ระดับผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์			
	ระดับ	ระดับปาน	ระดับ	รวม	ระดับ	ระดับปาน	ระดับ	รวม
	สูง	กลาง	ต่ำ	ตัวแปร	สูง	กลาง	ต่ำ	ตัวแปร
กลุ่มกายภาพ	6	8	1	15	6	4	-	10
กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่	2	6	-	8	5	2	-	7
กลุ่มการสื่อ ความหมาย/สัญลักษณ์	2	12	12	26	-	1	-	1

5.1.2 สรุปผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา

จากการศึกษาอัตลักษณ์และการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวโดยวิธี Delphi สามารถสรุปผลการศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา จากมติที่ตรงกัน ของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ผ่านกระบวนการ Delphi พบว่าการพิจารณาของมีคำตอบที่ใกล้เคียงกัน ทั้ง 3 รอบ ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับทฤษฎี Delphi ในการเป็นกระบวนการที่มีการพิจารณากลับกรองข้อมูลซ้ำ ตั้งแต่ 2 รอบขึ้นไปและยังมีการยืนยันคำตอบเดิมหรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ผลสรุปจากมติเสียงข้าง

มากหรือความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันเกินกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนสมาชิกเป็นเกณฑ์ในการสรุปผล

การท่องเที่ยวอัมพวา ถูกกำหนดด้วยนโยบายภาครัฐที่มีทั้งกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน เพื่อต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยแนวทางเชื่อมโยงและการสร้างแบรนด์จากอัตลักษณ์ชุมชนที่มีลักษณะเด่นชัดเพื่อสร้างศักยภาพในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการปลูกกระแสการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่ขณะเดียวกันภาครัฐได้นำนโยบายการพัฒนาท่องเที่ยวด้านอื่นมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการสร้างแบรนด์สถานที่โดยขาดความระมัดระวัง จึงส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งมีผลสืบเนื่องต่อการเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพ วิถีชีวิตและรูปแบบการค้าขายทางน้ำดั้งเดิม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาไม่ได้มุ่งเน้นการให้ความสำคัญเพื่อส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนอย่างเหมาะสมและเกิดความยั่งยืนไปพร้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ได้มุ่งเน้นไปที่การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ชุมชนเป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าเพื่อยกระดับการท่องเที่ยว ที่มีเป้าหมายการตลาดทางเศรษฐกิจของชุมชนเป็นสำคัญ จะมีเพียงอัตลักษณ์บางอย่าง เช่น พิพิธภัณฑสถาน ร.2 ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง อาหาร-ขนมไทยในวรรณคดี ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย ฯ (ดูตารางที่ 5 ประกอบ) ที่ภาครัฐมุ่งเน้นการส่งเสริมให้มีความเด่นชัดเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยคงรูปแบบเดิมไว้ไม่ได้มีการบิดเบือนหรือดัดแปลงเพื่อต้องการให้เห็นถึงคุณค่าความแท้จริง แต่ทั้งนี้อัตลักษณ์ชุมชนอีกหลายอย่างไม่ได้รับการส่งเสริมโดยตรงแต่กลับมีความเด่นชัดและเป็นที่รู้จักซึ่งเกิดจากระบบกลไกการท่องเที่ยวที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้มีความโดดเด่นขึ้นมาเองหรือเป็นผลพลอยได้ที่เกิดจากระบบการตลาดของการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดจากแผนพัฒนาที่ต้องการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์นั้นๆโดยตรง หากคาดการณ์ถึงการท่องเที่ยวอัมพวาในอนาคตที่ยังมุ่งหน้าพัฒนาสู่กระแสหลักที่มีตัวเลขทางเศรษฐกิจเป็นตัวตั้ง โดยขาดการคำนึงถึงอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นต้นทุนทางสังคม วัฒนธรรมในการถูกนำมาใช้เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการปรับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับสภาพชุมชน ห้ายที่สุดสิ่ง que แสดงออกถึงรากเหง้าซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนอาจถึงกาลล่มสลายได้ นั้นหมายความว่า ชุมชนนั้นหมดความหมายต่อระบบทางสังคมไปแล้ว เนื่องจากผู้คนทั่วไปหรือผู้คนที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกันไม่สามารถนึกถึงลักษณะของชุมชนนั้นได้อีก

หากแต่การกำหนดนโยบายการพัฒนาบางส่วนยังขาดระเบียบด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นอย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งพบว่าอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าด้านศิลปกรรมศาสนสถานได้รับการส่งเสริมเชิงนโยบายจากภาครัฐในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเป็น

นามธรรมด้านการสื่อความหมายถึงชุมชนในการเป็นเวนิสตะวันออกเมืองไทยถูกลดทอนคุณค่าความหมาย เนื่องจากลักษณะกายภาพ โครงสร้างทางสังคม รูปแบบวัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อสร้างที่พักบริเวณลำคลองไม่เหมาะสม และการปล่อยน้ำเสียลงสู่ลำคลองโดยไม่มีการบำบัด ส่งผลต่อสมดุระบบนิเวศ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชาวคลองแบบธรรมชาติที่หายไปแบบช้าๆ เปลี่ยนเป็นเรือเครื่องยนต์เพื่อการท่องเที่ยวเข้ามาแทนที่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีผลต่อการรับรู้สถานที่ และยังสอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ชุมชนในลักษณะการเปลี่ยนแปลงสถานที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ แต่ต้องไม่เปลี่ยนแปลงหรือทำลายสิ่งสำคัญที่เมืองหรือชุมชนมีอยู่ (Garnham, 1985) โดยเฉพาะประวัติศาสตร์ชุมชนที่มีวิถีชีวิต ประเพณี เกี่ยวข้องผูกพันกับสายน้ำเป็นหลัก

5.2 ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐควรวางแนวทางการจัดการอย่างเป็นระบบ คือสิ่งสำคัญในการดำรงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นผลสำเร็จ หากแต่การจัดการให้เป็นผลสำเร็จนั้นควรคำนึงถึงความสอดคล้องในหลักธรรมชาติที่ซับซ้อนและโครงสร้างทางสังคมของชุมชน โดยการกำหนดนโยบายการพัฒนาที่ชัดเจนในเชิงปฏิบัติด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์ที่มีรากฐานมาจากความแท้จริง ด้วยการวางกรอบยุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์จากอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับชุมชนเพื่อเป็นจุดเด่นและมีผลต่อการจดจำโดยไม่ขัดแย้งต่อการรับรู้สถานที่ (Sense of Place) และไม่เกิดผลกระทบต่อการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ชุมชน ในการนี้สามารถวางแนวทางการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวตามแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการทำความเข้าใจร่วมกันถึงบทบาทหน้าที่ในการปกป้องอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระหว่างภาครัฐ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและมีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยว ดังเช่น การท่องเที่ยวบ้านลมทวน จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีแนวคิดการจัดการในเชิงอนุรักษ์โดยอยู่บนพื้นฐานความยั่งยืน ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีการส่งเสริมอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของพื้นที่เป็นสิ่งดึงดูดและการสร้างเสริมกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นเกราะป้องกันการสูญเสียอัตลักษณ์และเพื่อเป็นกระจุกเงาที่ต้องการสะท้อนถึงผลกระทบที่เกิดจากนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอัมพวา ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับข้อเสนอแนะดังนี้

5.2.1 แนวทางการพัฒนาชุมชนอัมพวาด้านการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า นโยบายและแนวทางการพัฒนาในเชิงปฏิบัติยังไม่เป็นไปตามแนวคิด การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจเพื่อชุมชน และการรักษาฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการมีบทบาทในการตัดสินใจร่วมกันของคนในชุมชน ดังนั้นจึงควรกำหนด นโยบายและแนวทางการพัฒนาให้ครอบคลุมองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

5.2.1.1 กำหนดแผน นโยบายด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความสอดคล้องระหว่างการจัดการท่องเที่ยวและทรัพยากรท้องถิ่นซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชน โดยศึกษาและวางแผนจาก สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อ ป้องกันไม่ให้อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย

5.2.1.2 การวางแผนป้องกันอัตลักษณ์ทุกด้าน โดยเฉพาะด้านสถาปัตยกรรม ด้าน สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ที่ปัจจุบันพบการลดทอนอัตลักษณ์ในระดับสูง ภาครัฐจึงควรกำหนด แนวทางป้องกันควบคู่กับการทำผังเมืองรวมเชิงบูรณา หรือในกรณีผังเมืองรวมอัมพวาหมดอายุ หน่วยงานภาครัฐสามารถจัดการได้โดยประกาศเป็นข้อบัญญัติท้องถิ่น ให้ครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้นในเชิงปฏิบัติ เช่น การออกมาตรการควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ที่มีระบบนิเวศน์ อ่อนไหว ควบคุมการก่อสร้างที่พักบริเวณพื้นที่ประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ควบคุมการ เปลี่ยนแปลงพื้นที่เกษตรกรรมดั้งเดิม จึงควรได้รับการพิจารณาทบทวนสูงสุด ซึ่งปัจจุบันมีแต่โครงการ พัฒนาที่มีสัดส่วนไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหา

5.2.1.3 กระบวนการวางแผนและนโยบาย ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดขั้นตอน การวางแผน และการติดตามประเมินผล รวมถึงการสร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐท้องถิ่น ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ในการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีโดยมีคุณภาพ ความสุขของชาวบ้านเป็นตัวชี้วัด เช่น การสนับสนุนการมีส่วนร่วมการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมความรู้ด้านฐานทรัพยากรที่สำคัญ จัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงทรัพยากรท่องเที่ยวที่ เสียหาย สร้างเสริมบทบาทในการเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีให้กับชาวบ้าน

5.2.2 แนวทางการพัฒนาชุมชนอัมพวาด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์

จากการศึกษาพบว่ามีกรขยายตัวด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มี ดันทุนทางการท่องเที่ยวสูงหลายด้าน ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่ง ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมบทบาทชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ดังนี้

5.2.2.1 กำหนดแผน นโยบาย ที่เชื่อมโยงกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยว (Strategic Place Branding) ซึ่งต้องมีองค์ประกอบอัตลักษณ์ที่ชัดเจนอันเกิดจากภาพรวมที่ปรากฏภายในชุมชน เช่น ลักษณะกายภาพที่ปรากฏ กิจกรรมหน้าที่ ความหมายสัญลักษณ์ โดยพิจารณาควบคู่กับแนวทางการรักษาและอนุรักษ์คุณค่าอัตลักษณ์ชุมชนให้ยั่งยืนที่ต้องคำนึงถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐท้องถิ่น ชาวบ้าน ผู้ประกอบ

5.2.2.2 การวางแผนทางส่งเสริมการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์ที่แท้จริง โดยมีเป้าหมายหลักในการนำเสนออัตลักษณ์เพื่อเป็นจุดขายด้วยการอ้างอิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญ หรือการฟื้นฟูประเพณีดั้งเดิมในรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ การอนุรักษ์ เพื่อส่งเสริมการขาย ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เคยมีประสบการณ์ร่วมกันในสถานที่แห่งนี้และรับรู้ได้ว่าสถานที่แห่งนี้เคยมีอยู่จริงในอดีตมิได้สูญหายไปกับกาลเวลา (Lowenthal, 1989)

5.2.2.3 การประยุกต์สร้างกรอบยุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์สถานที่ให้กับแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ควรมีการสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการนำเสนอสิ่งที่แสดงความเป็นตัวตนของท้องถิ่นนั้น เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะได้เห็นอัตลักษณ์ที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความแท้จริงและสถานที่ท่องเที่ยว (Authentic and Tourism) ใน การที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการเห็นสิ่งที่สร้างเลียนแบบหรือเป็นภาพลวงตา แต่ต้องการเห็นสภาพที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว (Mac Cannell 1999) เช่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สถานที่เก่าแก่ ความเป็นมาด้านประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีต

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษามลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามเป็นการศึกษาภาพรวมอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาเพื่อประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถศึกษารายละเอียดเฉพาะเรื่องที่สำคัญได้ จึงมีข้อเสนอแนะที่น่าจะมีความศึกษาต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนในครั้งนี้เป็นการศึกษาตามองค์ประกอบอัตลักษณ์สถานที่ ซึ่งประกอบด้วยอัตลักษณ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกายภาพ กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่ กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีเวลาและงบประมาณที่จำกัดจึงได้ทำการศึกษาในภาพรวม ซึ่งมีประเด็นปัญหาที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม จึงขาดรายละเอียดสำคัญในบางประเด็นปัญหา ได้แก่

5.3.1 การศึกษาอัตลักษณ์โดยวิธี Delphi

ในครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมกลุ่มนักทองเที่ยวเพื่อเป็นตัวชี้วัดการรับรู้อัตลักษณ์ชุมชน และระดับการส่งเสริมอัตลักษณ์ เช่น สถาบันยกกรรมศาสนานได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อยกว่ากิจกรรมตลาดน้ำ หรือกิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย เป็นต้น

5.3.1.1 การศึกษาครั้งต่อไปควรทำ Delphi ด้วยแบบสอบถามประมาณค่า 2 รอบ และควรเพิ่มเครื่องมือแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมประเด็นมากขึ้น รวมถึงการกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิควรกำหนดมากกว่าจำนวนที่แสดงไว้ เพื่อสำรองสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิบางท่านที่ให้ความร่วมมือเพียงรอบเดียว

5.3.1.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรประยุกต์การทำแผนที่แสดงอัตลักษณ์ที่สำคัญ เพื่อเป็นการเผยแพร่คุณลักษณะทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่กำลังจะสูญหาย หรือสูญหายไปแล้วให้กลับมามีชีวิต และเพื่อเป็นเครื่องมือในการเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงหรือการทำลายอัตลักษณ์ รวมถึงเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการค้นคว้ามรดกทางวัฒนธรรมที่มีความถูกต้องในการนำไปใช้วางแผนอนุรักษ์และพัฒนาอัตลักษณ์ชุมชนต่อไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. การวิจัยและพัฒนาคู่มือการติดตามและประเมินผล
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- ขวัญชีวัน บัวแดง. 2541. งานวิจัย การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนกระเหรี่ยง
กรณีศึกษาหมู่บ้านในอำเภแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัย
จากงบประมาณแผ่นดิน. ประจำปี 2539 สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2549. กรุงเทพฯ. มรดกวัฒนธรรมชุมชน
อัมพวา.
- จตุพร วิศิษฐ์โชติอังกูร. 2550. โครงการวิจัยการสังเคราะห์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัด.
ชัยนต์ วรรณภูติ. 2538. บรรณาธิการ. เวทีผู้ถูกท่องเที่ยว. สถาบันวิจัยสังคม.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. โรงพิมพ์เมือง.
- เชิดชัย อริยศรีวัฒนา. 2555. มรดกไทยที่กรมศิลปากรไม่ได้สนใจบูรณะและองค์การ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยไม่ได้ส่งเสริมให้คนไปเที่ยว. กลุ่มพิทักษ์สิทธิพลเมือง.
2555.
- ทรงคุณ จันทจรและคณะ. 2552. คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมา
ประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้. สถาบันวิจัยศิลปะ
และวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 2552.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7 โรงพิมพ์
วี เ็นเตอร์ ปรีณ. กรุงเทพมหานคร.
- ธีรภาพ โลหิตกุล อ้างในหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ 1 กันยายน 2555. บทความ "เมื่อกาลเวลา
พราก 'อัมพวา' จากเราไป" ASTV ผู้จัดการออนไลน์. [Online] Available
<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews>. 4 กันยายน 2555 17:57 น.
- นิติ เขียวศรีวงศ์ .2530. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชน อ้างใน สิ้นธุ์ สโรบล .2546.
แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. เชียงใหม่. สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นิตา ชัชกุล. 2550. อุทยานกรรมการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พิมพ์ครั้งที่ 1 คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปัญญา รุ่งเรือง. 2533. ประวัติการดนตรีไทยฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช อ้างใน สุเทพ สุขใสภา. 2553. ปริญญาธิพนธ์ เรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์การแสดงเพลงขอทานของครูประทีป.
- ประสิทธิ์ ลีปรีชา. (2547). การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง. ในศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), วาทกรรมอัตลักษณ์ (31-72) กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ผังเมืองรวมเมืองอัมพวา (ปรับปรุงครั้งที่ 1) 2554. บทที่ 2 สภาพทั่วไปของพื้นที่ผังเมืองรวมเมืองอัมพวา.
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. 2539. พัฒนาการท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. วารสารธุรกิจการท่องเที่ยว.
- วีระพล ทองมา. 2547. การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้.
- วิภา ศรีระทุ. 2551. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอเขาคว่ำ จังหวัดเพชรบูรณ์. สารนิพนธ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรเมธ ยอดปุ่น. 2548. อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ในบริบทการท่องเที่ยว. ศึกษากรณีหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. รัฐศาสตร์. (มานุษยวิทยา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย.
- วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ การพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม, 2554. ดินแดนแห่งประชาชนรักถิ่นกำเนิด อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอันดีงาม. กรมบังคับคดี สำนักงานบังคับคดีจังหวัดสมุทรสงคราม.
- ศรีจักร วัลลิโกดม, 2536, ลุ่มแม่น้ำแม่กลอง: พัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรม. อ้างใน วิลาวัลย์ ภมรสวรรณ, 2548. การเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดของชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมบัติ คำารัญญวงศ์.2537. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. วารสารการบริหารและการจัดการปีที่ 3 ฉบับที่ 2 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.สำนักบรรณาธิการพัฒนา.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. 2550. ภูมิสังคมวัฒนธรรมลุ่มน้ำแม่กลอง. หนังสือพิมพ์คมชัดลึก.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. การพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม.พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : บริษัทคุ้มครองมรดกไทย, 2541.
- อมรา พงศาพิชญ์. 2541.แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ. ประจำปี 2550-2559 กระทรวงวัฒนธรรม.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. 2546. อัตลักษณ์ (Identity) การทบทวนทฤษฎี และกรอบแนวคิด. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อริสรา เสยานนท์.2552. การป้องกันการเสื่อมโทรมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปีที่ 29 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2552.
- บทความ บุญศิริสรณ์ ตำนานแม่กลอง มิติใหม่เที่ยวพักสมุทรสงคราม.
[Online] <http://www.manager.co.th>.19 มกราคม 2554. 09.59
- บทความ อัมพวา โมเดลสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพฯธุรกิจ. [Online] Available <http://www.sarut-homesite.net>. 16 กันยายน 2552.
- บทความ ฤ อัมพวาจะชะตาเหมือนหิ้งห้อย. 2553. Kant Smith Blog. [Online] <http://kantsmith.wordpress.com>. กุมภาพันธ์ 2553.
- บทความมูลนิธิเล็ก-ประไพ.2550. สัมผัสลุ่มน้ำคลองและวิถีคนสามน้ำ.ทริปปิเศษเพื่อการเรียนรู้ครั้งแรก ณ ย่านสวนนอก จังหวัดสมุทรสงคราม.[Online] Available.<http://www.muangboranjournal.com>. 1 ธันวาคม 2550.
- บทความ. อัมพวา บนความเคลื่อนไหว. ASTV ผู้จัดการออนไลน์.[Online] Available <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews>. 24 พฤศจิกายน 2551 16:55 น.
- วารสาร. เมืองและชุมชนสร้างสรรค์. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. [Online] Available.<http://www.etatjournal.com>. 25 April 2011 14:01.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เอกสารประกอบปาฐกถาเสนาหลักของแผ่นดิน. 2553. ชุดเศรษฐกิจพอเพียง เรื่อง การอนุรักษ์ และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. อาคารมหาจุฬาลงกรณ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

เอกสารแผนพัฒนาสามปี. 2556-2558. เทศบาลตำบลอัมพวา. งานวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักปลัดเทศบาล. เทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.

เอกสารผังเมืองรวมเมืองอัมพวา. 2554. (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1). บทที่ 2 สภาพทั่วไปของพื้นที่ ผังเมืองรวมเมืองอัมพวา.

รายงานการศึกษาระดับสุดท้าย. 2551. โครงการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาสภาพแวดล้อมใน เขตกำแพงเมืองเก่าสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย. กรมโยธาธิการและผังเมือง

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (2541). การทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ ของธรรมชาติ. 25 กันยายน 2550. [Online] Available. <http://www.thailivings.wordpress.com>.

รศิกา อังกูร และคณะ. 2549. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ. [Online] http://www.tat.or.th/e-journal/article-04_4-49.html, 20 กรกฎาคม 2552.

เทศบาลอำเภออัมพวา. 2551. จำนวนประชากรที่อยู่อาศัยในอำเภออัมพวา [Online] Available. <http://www.samutsongkhram.go.th>.

สำนักปฏิบัติธรรมยอดนิคม. 2554. โครงการชวนชาวพุทธอ่านพระไตรปิฎก. [Online] Available. <http://www.3pidok.com>. 27 กันยายน 2554.

Amos Rapoport. 1994. pp. 45-47. System of activities and system of settings, in Domestic Architecture and the use of space: an interdisciplinary cross-cultural study. Edited by Susan Kent. Cambridge University press,

Allen, L.R., P.T. Long, R.R. Perdue, and S. Dieselbach. 1988. The impact of tourism development on resident's perception of community life. *Journal of Travel of Knowledge*. Anchor Books. *Research* 27(1): 16-21.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Barnett, A. (1989). After nationalism. In R. Samuel (Ed.), *Patriotism the making and unmaking of British national identity*, vol. 1: History and politics (pp. 140—155). London: Routledge.
- Berger, Peter and Thomas Luckmann. 1967. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of knowledge* (New York: Anchor Book), p 173. อ้างใน ประสิทธิ์ ลีปรีชา. 2547. การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ของกลุ่มชาติพันธุ์ ม้ง ในวาทกรรม อัตลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- Boorstin, D.J. (1962) *The Image*, London: Weidenfeld & Nicolson,
- Brunskill R.W. *Traditional building for Britain: an introduction to vernacular architecture*. London, Gollancz in association with Peter Crawley, 1981.
- Chapin, Stuart F. 1972. *Urban Land Use Planning*. U.S.A.: University of Illinois Press.
- Chitu Okoli, Suzanne Pawlowski. 2003. The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications.
- Cohen-Hattab, K. and Kerber, J. (2004) *Literature, Cultural Identity and the Limits of Authenticity: A Composite Approach*, *International Journal of Tourism Research*, 6(2):57-73.
- Esman, M.R. 1984. *Tourism as ethnic preservation: the Cajuns of Louisiana*. *Annals of Tourism Research* 11, 451-4
- Fees, C. (1996). *Tourism and the politics of authenticity in a North Cotswold Town*. In T. Selwyn (Ed.), *The tourist image. Myths and myth making in tourism* (pp. 121—146). Chichester: Wiley.
- Harry L. Garnham. 1985. *Maintaining the spirit of place in A Process for the Preservation of town character*. PDA Publishers Corp., Mesa, Arizona., อ้างใน โครงการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาสภาพแวดล้อมในเขตกำแพงเมืองเก่าสุโขทัย บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์เมืองเก่าสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย. 2551. กรมโยธาธิการและผังเมือง. กระทรวงมหาดไทย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Harry L. Garnham. 1985. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualizing Cultural (Quarters)
- Hader, Michael and Hader, Sabine. 1995. Delphi und Kognitionspsychologie: Ein Zugang zur theoretischen Fundierung der Delphi-Methode, in: ZUMA-Nachrichten, vol. 37, 19. November 1995, p. 12.
- Ireland, M. (1993). Gender and class relations in tourism employment. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 666—684.
- Johnson Perry, L. ISO 900 Meeting the New International Standard. Singapore: McGraw-Hill, 1993.
- Jansen-Verbeke, M. (2004). Urban Policies for Cultural Tourism: Critical Issues in Destination Management, in P.Burns (ed.), *Conference Proceedings, Global Frameworks and Local Realities: Social and cultural identities in making and consuming tourism (CD-ROM)*, Eastbourne, 9-10, University of Brighton,
- Kaplan, A., Skogstad, A. L. and Girshick, M. A. (1950): *The Prediction of Social and Technological Events*, in: *The Public Opinion Quarterly*, XIV, pp. 93-110.
- Lowenthal, D. (1989). Nostalgia tells it like it wasn't. In C. Shaw, & M. Chase (Eds.), *The imagined past: History and nostalgia* (pp. 18—32). Manchester: Manchester University Press.
- Morgan, N. and Pritchard, A. (1998) *Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating identities*, Chichester: John Wiley.
- MacCannell, D. 1989. *The tourist: A new theory of the leisure class*. (2nd ed.). New York: Schocken. (originally published 1976).
- Melissen, J. (2004) *Publieksdiplomatie: Een goed tandem met branding*, in H.H. Duijvestijn (ed), *Branding NL: Nederland als merk*, The Hague: Stichting Maatschappij en Onderneming, pp. 39-50.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Noordman.T.B.J.2004. *Cultuur in de citymarketing (Culture in City Marketing) (in Dutch)* The Hague:Elsevier/Reed Business Publications.
- O'Connor, B. (1993). *Myths and mirrors: Tourist images and national identity*. In B. O'Connor, & M. Cronin (Eds.), *Tourism in Ireland: A critical analysis* (pp. 68—85). Cork: Cork University Press.
- Paul Du Gay, Stuart Hall, *Circuit of Culture*. : Mag. Klaus Heissenberger, 2011 *The Story of the Sony Walkman*. London: Sage/The Open University, 1997.
- Richard Jenkins. 1996. *Social Identity*, London and New York: Routledge p 3-4 อ้างใน ประสิทธิ์ ลีปรีชา. 2547. การสร้งและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง. ใน วาทกรรมอัตลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- Rodgers, B. L. & Cowles, K. V. (1993). *The qualitative research audit trail: A complex collection of documentation*. *Research in Nursing and Health*, 16, 219 - 226.
- Schulz Norberg, 1971. *Existence Space and Architecture*. New York: Praeger.
- Sheldon Stryker, 1980. *Indiana University. The Vitalization of Symbolic Interactionism.: Social Psychology Quarterly is currently published by American Sociological Association. Vol. 50, No.1 (Mar., 1987)*
- Urry, J. (1994). *Europe, tourism and the nation state*. In C. P. Cooper,& A. Lockwood (Eds.), *Progress in tourism, reaction and hospitality management research (vol.5, Chichester Wiley, pp. (89—98).*
- Van Rekom, j. (1994a) *Adding Psychological Value to Tourism Products*, *Journal of Travel & Tourism Management*, 3(3): 21-36.
- Wechsler, Wolfgang. 1978. *Delphi-Methode, Gestaltung und Potential für betriebliche Prognoseprozesse*, *Schriftenreihe Wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Entwicklung*, München.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามวิธี Delphi รอบที่1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม เรื่อง การศึกษามลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน โดยวิธี Delphi : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

นักศึกษาหลักสูตรการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ อัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาและการประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์หรือด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ ความรู้ ความเกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม 3 รอบ เพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์

จึงขอความกรุณาผู้ทรงคุณวุฒิตอบแบบสอบถามนี้อย่างสมบูรณ์ และขอรับรองว่าข้อมูลดังกล่าวได้นำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะไม่นำข้อมูลของท่านมาเปิดเผย ดังนั้นความร่วมมือของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย นักศึกษาจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือได้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

ศิริลักษณ์ เมฆอ่อน

นักศึกษาหลักสูตรการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หมายเหตุ Delphi Technique หมายถึง กระบวนการหรือเครื่องมือที่ใช้แสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีการพิจารณา กลับรื้อข้อมูลซ้ำตั้งแต่ 2 รอบขึ้นไปและยังมีการยืนยันคำตอบเดิมหรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ผลสรุปจากมติเสียงข้างมากหรือความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันเกินกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนสมาชิกเป็นเกณฑ์ในการสรุปผล

ข้อมูลผู้ทรงคุณวุฒิ

อาชีพ _____

หน่วยงาน _____

ตำแหน่ง _____

เพศ () ชาย () หญิง อายุ _____

ถิ่นกำเนิด _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รอบที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นด้าน อัตลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงชุมชนอัมพวาได้ชัดเจน โดยพิจารณาจากคุณลักษณะพิเศษที่เด่นชัดปรากฏอยู่ในชุมชน กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่แสดงหมายเลขระดับความชัดเจนของอัตลักษณ์ ดังนี้ 1=ความชัดเจนต่ำสุด → 10=ความชัดเจนสูงสุด

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	หมายเหตุ
• สภาพภูมิทัศน์											
แม่น้ำแม่กลอง											
น้ำขึ้น-น้ำลงที่อ่าวไทย											
ระบบสามน้ำ											
พื้นที่ราบดินดอนสามเหลี่ยม											
สภาพพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล											
คลองอัมพวา											
ระบบคลองลำประโดง											
• สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ											
ต้นจิกทะเล											
ต้นมะเปรียง											
ต้นลำพู											
มะพร้าวน้ำตาล											
ปลาทุแม่กลอง											
กุ้งแม่น้ำ											
กุ้งฝอย											
หอยหลอด											
แมลงหิ่งห้อย											
• การตั้งถิ่นฐาน											
ตั้งถิ่นฐานขนานแนวคลอง											
ตั้งถิ่นฐานบนพื้นลอยน้ำ (เรือนแพ)											
ตั้งถิ่นฐานตลาดน้ำอัมพวา											
ตั้งถิ่นฐานเรือนแถวการค้า/อยู่อาศัย											
ตั้งถิ่นฐานขนานไปกับฝั่งทะเล											
ตั้งถิ่นฐานริมแพrak											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	หมายเหตุ
• สถาบันกรรมการอาคาร/ บ้านเรือน											
เรือนไทยประเพณี											
เรือนไทยอุทยาน ร.๒											
เรือนไทยขุนวิจิตรสมรรถการ											
เรือนแถวไม้พื้นถิ่นริมคลองอัมพวา											
เรือนแพเดิม											
เรือนผูก											
เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์											
บ้านตึกหลังแรกสมัย ร.๖											
สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา											
บ้านตึกหลังแรกสมัย ร.๖											
สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา											
• สถาบันกรรมด้านศาสนสถาน											
วัดอัมพวันเจติยาราม											
วัดจุฬามณี											
วัดบางแคใหญ่											
วัดภุมรินทร์											
วัดพระยาญาติ											
วัดประดู่											
วัดทองคู้ง											
ภูมิสงฆ์เรือนมุงทรงไทยได้ฤกษ์สูง (วัดอัมพวัน)											
โบสถ์ศาลาหอไตรสถาปัตยกรรมฝรั่งเศส											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกิจกรรมบนพื้นที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	หมายเหตุ
• เศรษฐกิจ											
อาชีพทำสวนยกทรงปลูกมะพร้าวผล											
อาชีพทำสวนส้มโอ											
อาชีพทำสวนลิ้นจี่											
อาชีพทำนาเกลือ											
อาชีพเลี้ยงหอยหลอด											
อาชีพตกกุ้งแม่น้ำ											
อาชีพค้าปลาทูโป๊ะแม่กลอง											
อาชีพทำกะปิเคอวย											
อาชีพเผาถ่านไม้โกงกาง											
อาชีพศิลปะตัดกรรม											
• วิถีชีวิต											
วิถีชีวิตชาวสวน											
วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ											
วิถีชีวิตชาวคลองสัญจรโดยเรือ											
วิถีชีวิตจับสัตว์น้ำ											
วิถีชีวิตชาวนาเกลือ											
วิถีชีวิตชาวนาข้าว											
วิถีชีวิตประมงลำน้ำ/ประมงชายฝั่ง											
วิถีชีวิตแบบเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง											
• ประเพณีวัฒนธรรม											
ประเพณีชักพระ											
ประเพณีแข่งเรือ											
ประเพณีกรู้นางน้ำ											
ประเพณีถวายสลากภัต											
ประเพณีตักบาตรทางน้ำ											
ประเพณีวันเกิดเจ้าพ่อกวนอู											
ประเพณีงานหึ่งกระจาด											
ประเพณีสงกรานต์อุทยาน ร.๒											
ประเพณีลอยกระทงกามกล้วย											
ประเพณีมันส์การรอยพระพุทธบาท											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	หมายเหตุ
• ศิลปกรรมทางศาสนา											
พระพุทธรูปไสยาสน์มีพระบาท ๙ นิ้ว (วัดเขายี่สาร)											
อุโบสถไม้สักทองฝังมุกทรงสำภา (วัดศรีทธาวรรม)											
ศิลปะการแกะสลักบานประตูไม้แกะสลักปลีปิดทอง (วัดเขายี่สาร)											
ประติมากรรมฝาผนังนูนสูง (วัดบางกะพ้อม)											
ศิลปะการแกะสลักเพดานไม้อุโบสถ (วัดบางแคน้อย)											
ประติมากรรมลวดลายปูนปั้น (วัดเขายี่สาร)											
ภาพจิตรกรรมฝาผนัง (วัดบางแคใหญ่)											
ภาพจิตรกรรมเขียนสี (วัดประตู)											
ภาพจิตรกรรมฝาผนังแสดงพระราชประวัติ ร.๒ (วัดอัมพวันเจติยาราม)											
ภาพจิตรกรรมฝังมุกรามเกียรติ											
ภาพจิตรกรรมฝาผนังกฏทอง (วัดภุมรินทร์)											
ภาพจิตรกรรมฝาผนังอุโบสถ (วัดจุฬามณี)											
• ศิลปะประดิษฐ์/ละคร/ดนตรีไทย											
ศิลปะการแกะสลักลายชอกะลามะพร้าว											
ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์ลายน้ำทอง											
หัตถกรรมสถาปัตยกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง)											
ศิลปะการแสดงดนตรีไทย											
ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง											
ศิลปะการแสดงหุ่นกระบอก											
ศิลปะการแสดงหนังใหญ่											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านการใช้พื้นที่กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	หมายเหตุ
<ul style="list-style-type: none"> ศิลปะอาหารพื้นบ้าน 											
มัสมั่น (อาหารไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
หมี่กรอบ (อาหารไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
ลำเตี้ย (อาหารว่างในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
ปลาหูชาเตี้ยะ (อาหารพื้นบ้าน)											
ปลาหูต้มเค็ม (อาหารพื้นบ้าน)											
ปลาหูต้มมะดัน (อาหารพื้นบ้าน)											
น้ำพริกกะปิใบชะคราม (อาหารพื้นบ้าน)											
หอยหลอดผัดตำอาหารท้องถิ่น (อาหารพื้นบ้าน)											
<ul style="list-style-type: none"> ศิลปะขนมไทยพื้นบ้าน 											
ขนมจ่ามงกุฎ (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
ขนมทองเอก (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
ขนมเทียนสลัดงา (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
มะพร้าวแก้ว (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
ขนมชั้นดอกกุหลาบ (ขนมไทยในวรรณคดีรัชกาลที่ ๒)											
เสน่ห์จันทร์											
ขนมฝอยชิ้นู											
<ul style="list-style-type: none"> ความรู้สึกมีคุณค่าต่อสถานที่ 											
เมืองแห่งราชินิกุล											
เมืองสามน้ำ											
เมืองหอยหลอด											
เวนิสตะวันออกเมืองไทย											
บ้านทรงไทยลุ่มแม่น้ำภาคกลาง											
เมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรม											
บางช้างสวนนอก บางกอกสวนใน											
เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์											
เมืองคูริยگی ๕ แผ่นดิน											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามวิธี Delphi รอบที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รอบที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็น **อัตลักษณ์ที่โดดเด่น** ซึ่งมีความสำคัญสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนอัมพวาได้ โดยพิจารณาจากสิ่งต่างๆที่ปรากฏอยู่ หรือสูญหายไปแล้วยังอยู่ในความทรงจำสามารถระลึกได้ โดยมีรายละเอียดในการตอบแบบสอบถามดังนี้

- ใส่เครื่องหมาย ✓ ตามระดับคะแนน 1=ความโดดเด่นน้อย → 5=ความโดดเด่นมากที่สุด
- พร้อมกับพิจารณาว่าอัตลักษณ์ที่ท่านให้คะแนนได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในด้านใด

1. ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง

- การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการเผยแพร่อัตลักษณ์ให้ดำรงอยู่มิให้สูญหาย และยังให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวให้เห็นถึงคุณค่าต่อของอัตลักษณ์ที่มีอายุธรรมในการสั่งสม ถ่ายทอดมาอย่างยาวนาน

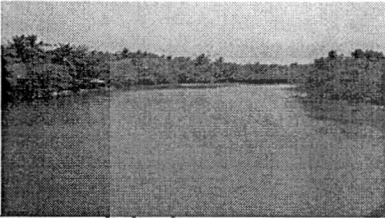
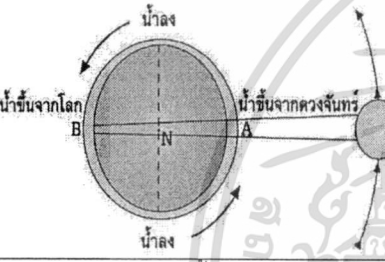



2. ด้านการลดทอนอัตลักษณ์ชุมชนอัมพวา หมายถึง

- การท่องเที่ยวมีส่วนในการเปลี่ยนแปลง/ทำลายคุณลักษณะดั้งเดิมของชุมชน โดยการบิดเบือน หรือการลอกเลียนแบบวัฒนธรรม ประเพณี เพื่อผลกำไรทางธุรกิจโดยการขาดคำนึงถึงคุณค่าที่มีมาอย่างยาวนาน
- โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นควร ดังนี้

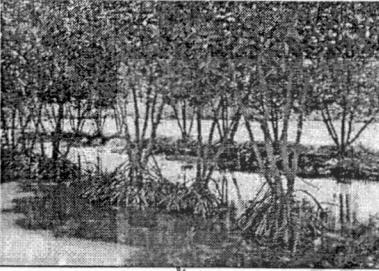
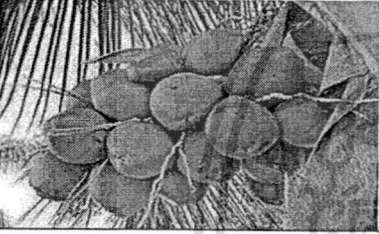
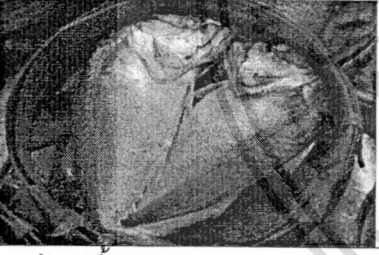
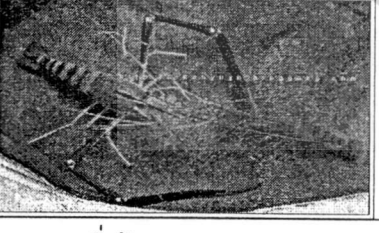

ตารางนี้เป็นเพียงตัวอย่างแสดงการให้คะแนนความโดดเด่นอัตลักษณ์ และการได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวด้านใด

อัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางกายภาพ	ระดับความโดดเด่น อัตลักษณ์					การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อ อัตลักษณ์ด้านใด		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริม อัตลักษณ์	ลดทอน อัตลักษณ์	
สภาพภูมิทัศน์ 					✓	✓		
ระบบสามน้ำ 			✓				✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	
การตั้งถิ่นฐาน								
a1. แม่น้ำแม่กลอง								
								
a2. ระบบน้ำขึ้น-น้ำลง								
								
a3. ระบบนิเวศสามน้ำ								
								
a4. คลองอัมพวา								
								
a5. ระบบคลองลำประโดง								
								





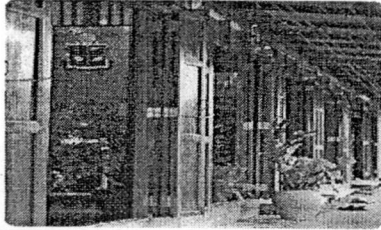
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ								
b1. พันธุ์ไม้ป่าชายเลน โกงกาง/แสม								
								
b2. พันธุ์มะพร้าวน้ำตาล								
								
b3. ปลาทุบแ้								
								
b4. กุ้งแม่น้ำ								
								
b5. แมลงหึ่งห้อย								
								


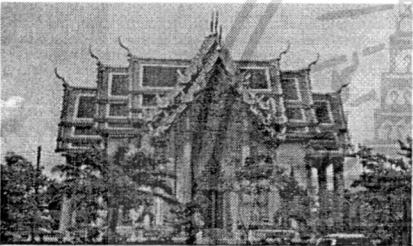
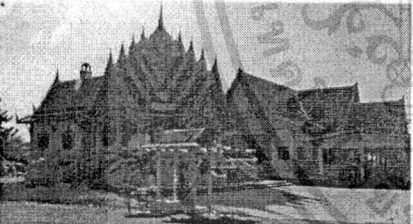
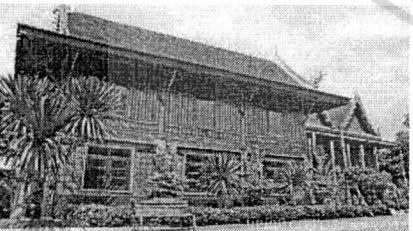

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	
การตั้งถิ่นฐาน								
c1. การปลูกบ้านเรือนขนานตามแนวคลอง 								
c2. ตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ลุ่มน้ำ (เรือนแพ) 								
c3. ตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน) 								
c4. ตั้งถิ่นฐานค้าขายบริเวณปากคลอง (ตลาดน้ำอัมพวา) 								
C5. ตั้งถิ่นฐานเรือนแถวการค้า 								

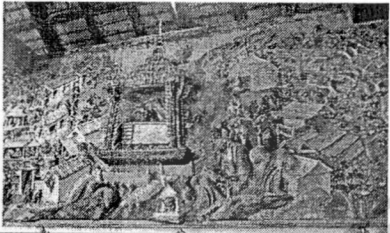
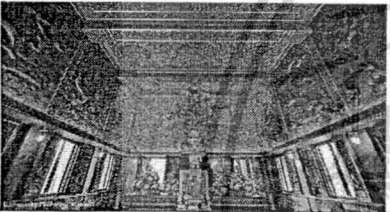
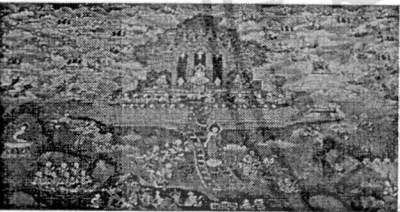
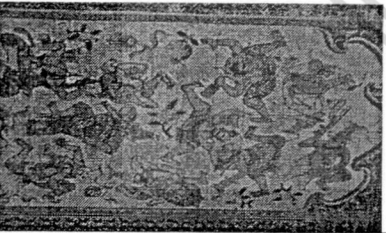

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน								
g1. เรือนไทยอุทยาน ร.๒ 								
g2. เรือนไทยประเพณี 								
g3. เรือนแถวไม้ริมคลองอัมพวา 								
g4. เรือนแพเดิม 								
g6. เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ 								



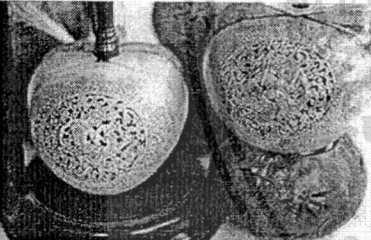


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	
สถาปัตยกรรมศาสนสถาน								
h1. วัดอัมพวันเจติยาราม 								
h2. วัดจุฬามณี 								
h3. วัดพระยาญาติ 								
h4. กุฏิสงฆ์เรือนหมูทรงไทย 								
h5. วัดภุมรินทร์ 								

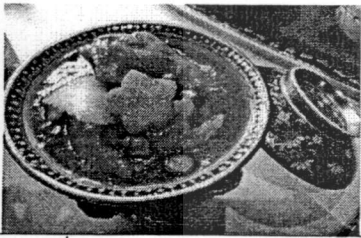
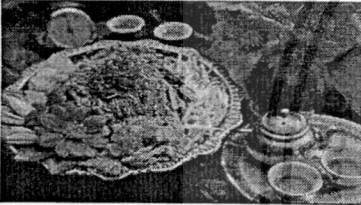
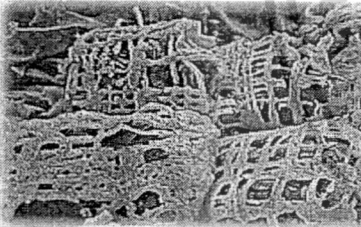


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านความหมาย/สัญลักษณ์	ระดับความโดดเด่นอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ต่ออัตลักษณ์		ไม่มีผลกระทบ /หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริม อัตลักษณ์	ลดทอน อัตลักษณ์	
ศิลปกรรมศาสนสถาน								
i1. ประติมากรรมปูนปั้น วัดบางกะพ้อม 								
i2. เพดานอุโบสถไม้แกะสลักวัดบางแค น้อย 								
i3. จิตรกรรมฝาผนังอุโบสถวัดจุฬามณี 								
i4. จิตรกรรมเขียนสีวัดประดู่ 								
i5. จิตรกรรมฝาผนังแสดง พระราชประวัติ ร.๒ วัดอัมพวันเจติยาราม 								

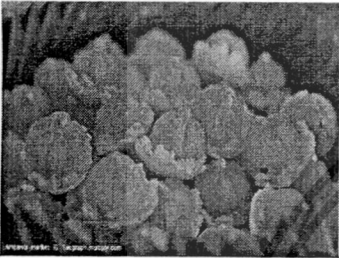

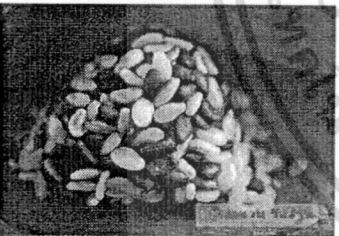
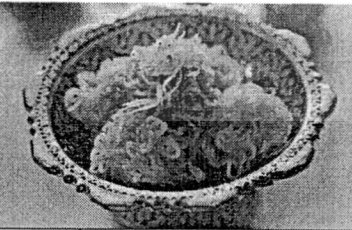
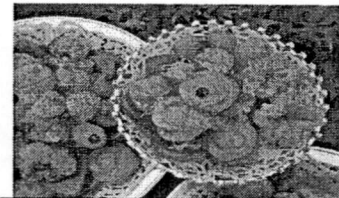
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านความหมาย/สัญลักษณ์	ระดับความโดดเด่นอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		ไม่มีผลกระทบ /หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมอัตลักษณ์	ลดทอนอัตลักษณ์	
ศิลปประดิษฐ์/ละคร/ดนตรีไทย								
j1. หัตถกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง) 								
j2. ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์และลายน้ำทอง 								
j3. ศิลปะการแกะสลักลายชอกะลามะพร้าว 								
j4. ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง 								
j5. ศิลปะการแสดงดนตรีไทย 								



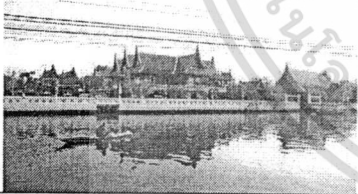
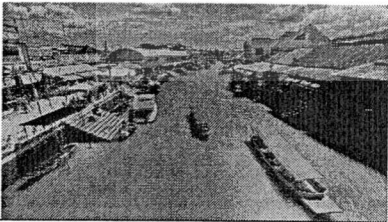

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านความหมาย/สัญลักษณ์	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อ อัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่า อัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่า อัตลักษณ์	
ศิลปะอาหารไทยในวรรณคดี/พื้นบ้าน								
k1. มัสหมั่น อาหารในพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือชม เครื่องคาวหวานใน รัชกาลที่ ๒ 								
k2. หมี่กรอบ อาหารไทยตำหรับรัชกาลที่ ๒ 								
k3. ลำเตี้ย อาหารว่างในพระราชนิพนธ์ รัชกาลที่ ๒ 								
k4. ปลาพูซาเตี้ย อาหารท้องถิ่น 								
k5. . หอยหลอดผัดฉ่า อาหารพื้นบ้าน 								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านความหมาย/สัญลักษณ์	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์	
ขนมไทยในวรรณคดี/พื้นบ้าน								
11. ขนมจ่ามงกุฎ สำหรับสมเด็จพระสุริเยนทร์ 								
12. ขนมทองเอก (ภาพยี่เห่เรือชมเครื่องคาวหวาน) 								
13. ขนมเทียนสลัดงา สำหรับในรัชกาลที่ ๒ 								
14. มะพร้าวแก้ว สำหรับในรัชกาลที่ ๒ 								
15. ขนมชั้นดอกกุหลาบ 								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/สัญลักษณ์	ลำดับความโดดเด่น					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อ อัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมคุณค่า อัตลักษณ์	ลดทอนคุณค่า อัตลักษณ์	
<p>ความรู้มีคุณค่าต่อสถานที่</p> <p>m1. เมืองราชินีกุล (สมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี)</p> 								
<p>m2. เมืองสามน้ำ</p> 								
<p>m3. เมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรม</p> 								
<p>m4. เวนิสตะวันออกเมืองไทย</p> 								
<p>m5. เมืองดุริยกุล ๕ แผ่นดิน</p> 								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะด้านความหมาย/สัญลักษณ์	ระดับความโดดเด่นอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์		หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	ส่งเสริมอัตลักษณ์	ลดทอนอัตลักษณ์	
ความรู้สึกมีคุณค่าต่อสถานที่ (ต่อ) m6. เมืองหอยหลอด 								
m7. เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ 								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามวิธี Delphi รอบที่ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

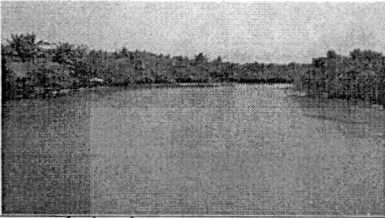
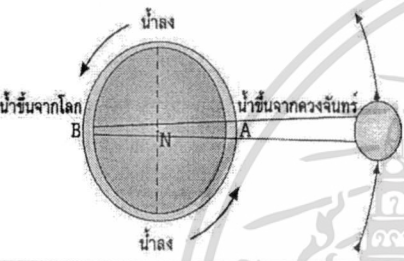
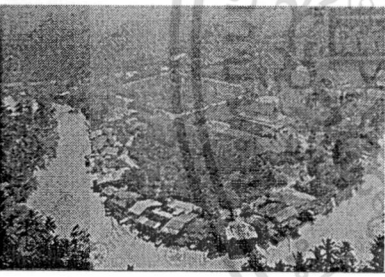


รอบที่ 3 เพื่อประเมินผลกระทบการท่องเที่ยวส่งผลต่ออัตลักษณ์ชุมชนอัมพวาด้านใด

- ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์
- ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์


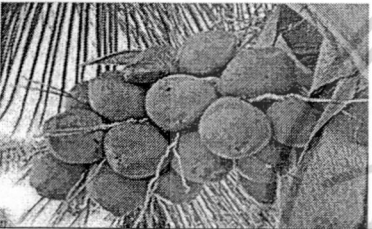
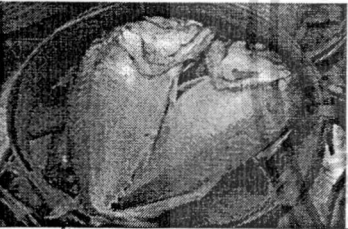
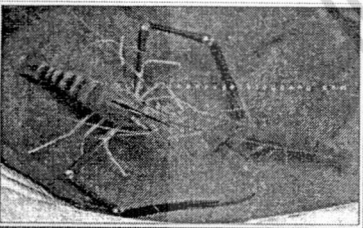
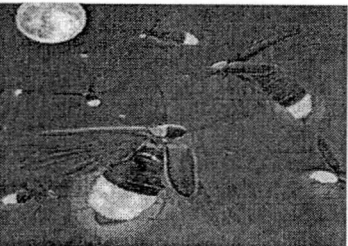
กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่แสดงหมายเลขระดับผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ตามความคิดเห็นของท่าน โดยพิจารณาการให้คะแนนตามระดับผลกระทบดังนี้

ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์
1= ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์น้อยที่สุด	1= ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์น้อยที่สุด
2= ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์น้อย	2= ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์น้อย
3= ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์ปานกลาง	3= ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์ปานกลาง
4= ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์มาก	4= ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มาก
5= ส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์มากที่สุด	5= ลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์มากที่สุด


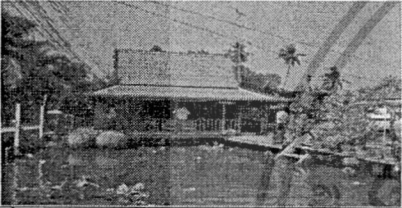



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยวด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
การตั้งถิ่นฐาน											
แม่น้ำแม่กลอง											
											
ระบบน้ำขึ้น-น้ำลง											
											
ระบบนิเวศสามน้ำ											
											
คลองอัมพวา											
											
ระบบคลองลำประโดง											
											


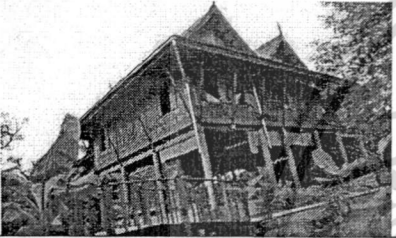
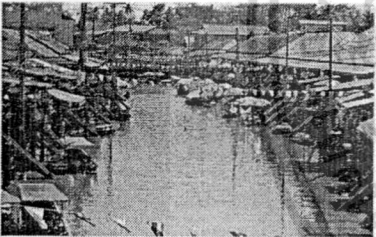
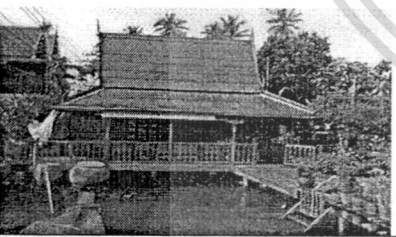

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ผลกระทบการท่องเที่ยว					ผลกระทบการท่องเที่ยว					หมายเหตุ
	ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์					ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์					
สภาพแวดล้อมและธรรมชาติ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
ทรัพยากรพันธุ์ไม้ป่าชายเลน โกงกาง/แสม 											
พันธุ์มะพร้าวน้ำตาล 											
ปลาทุแค้น 											
กุ้งแม่น้ำ 											
แมลงหึ่งห้อย 											


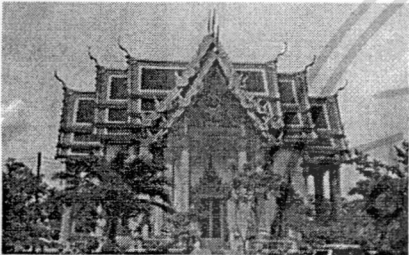
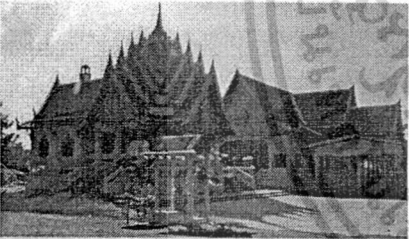
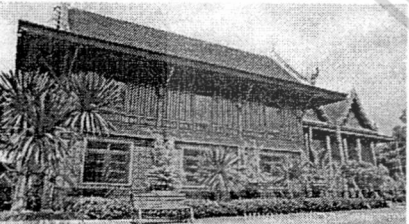
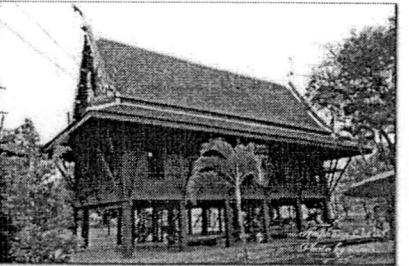
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
<p>การตั้งถิ่นฐาน</p> <p>ตั้งถิ่นฐานขนานตามแนวคลอง</p> 											
<p>ตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ลุ่มน้ำ (เรือนแพ)</p> 											
<p>ตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ลุ่มริมตลิ่ง (บ้านสวน)</p> 											
<p>ตั้งถิ่นฐาน ตลาดน้ำอัมพวา</p> 											
<p>ตั้งถิ่นฐานเรือนแถวการค้า</p> 											


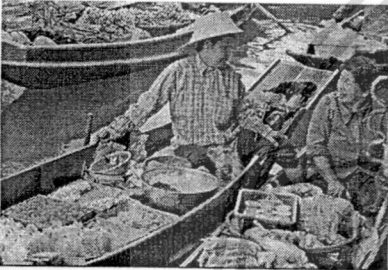


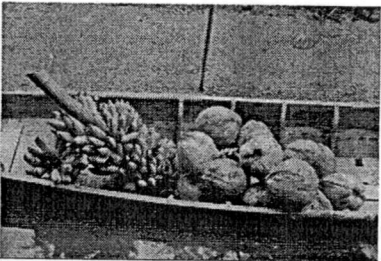
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมคุณค่าอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนคุณค่าอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน เรือนไทยอุทยาน ร.๒ 											
เรือนไทยประเพณี 											
เรือนแถวไม้ริมคลองอัมพวา 											
เรือนแพเดิมทรงไทย 											
เรือนแถวไม้อัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ 											



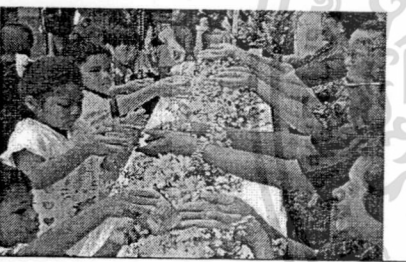
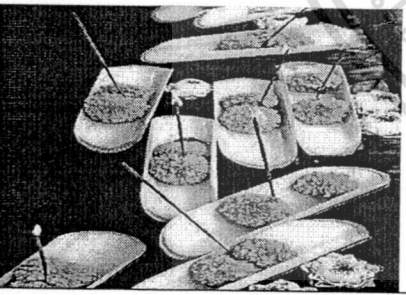
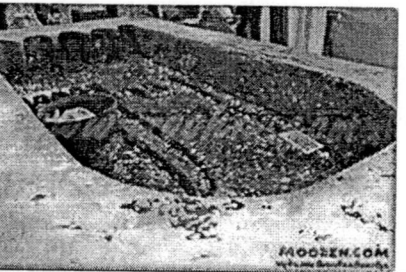
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มกายภาพ	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
สถาปัตยกรรมศาสนสถาน วัดอัมพวันเจติยาราม 											
วัดจุฬามณี 											
วัดพระยาญาติ 											
กุฏิสงฆ์เรือนหมุทรงไทย 											
วัดกุมรินทร์ 											

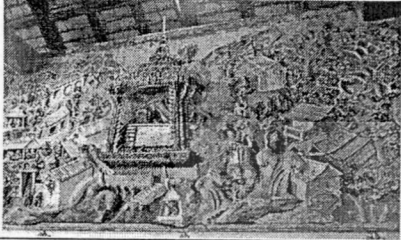
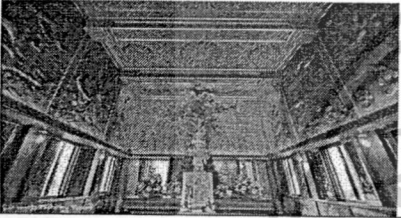
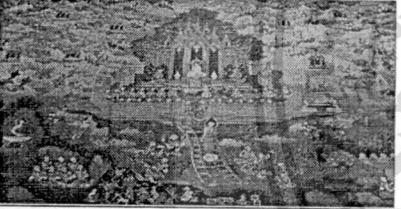


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านกิจกรรมบนพื้นที่ สังคม/วิถีชีวิต	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
วิถีชีวิตชาวสวน 												
วิถีชีวิตค้าขายทางเรือ 												
วิถีชีวิตพายเรือรับจ้าง 												
วิถีชีวิตชาวคลองสัญจรโดยเรือ 												
วิถีชีวิตแบบเรียบง่ายอยู่แบบพอเพียง 												



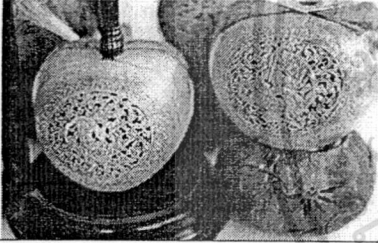
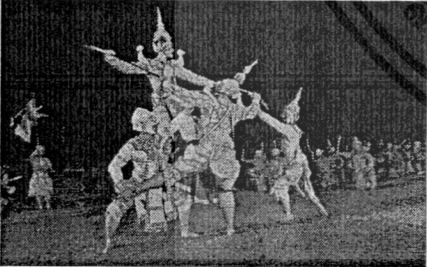

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์ด้านกิจกรรมบนพื้นที่	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
ประเพณีวัฒนธรรม ประเพณีถวายสลากภัต 												
ประเพณีตักบาตรทางน้ำ 												
ประเพณีสงกรานต์อุทยาน ร.๒ 												
ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย 												
ประเพณีมนัสการรอยพระพุทธรูปบาท 												

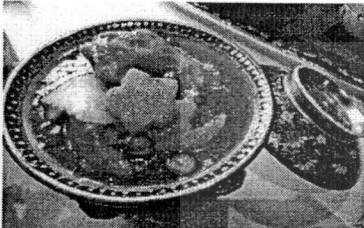
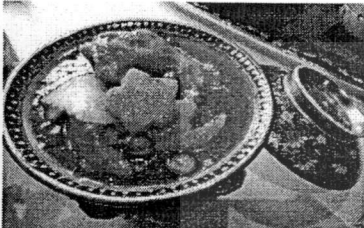
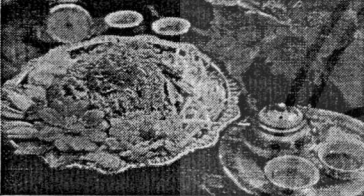
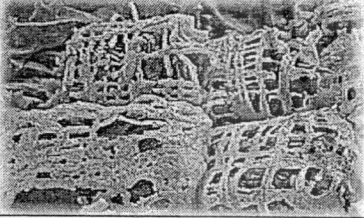


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
ศิลปกรรมศาสนสถาน												
i1. ประติมากรรมปูนปั้น วัดบางกะพ้อม												
												
i2. เพดานอุโบสถไม้แกะสลักวัดบางแค่น้อย												
												
i3. จิตรกรรมฝาผนังอุโบสถวัดจุฬามณี												
												
i4. จิตรกรรมเขียนสีวัดประดู่												
												
จิตรกรรมฝาผนังแสดง พระราชประวัติ ร.๒ วัดอัมพวันเจติยาราม												
												

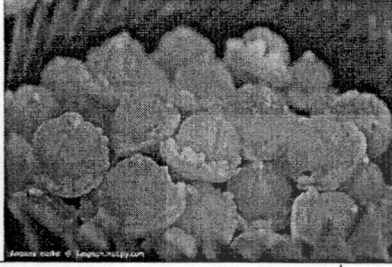


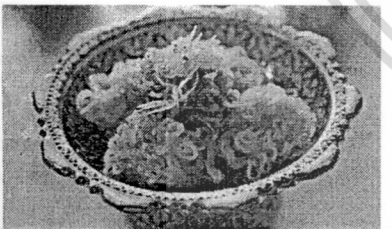
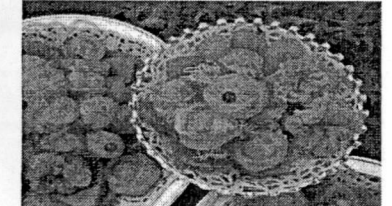
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
ศิลปะประดิษฐ์/ละคร/ดนตรีไทย												
j1. หัตถกรรมบ้านทรงไทย (บางช้าง)												
												
j2. ศิลปะเครื่องถ้วยเบญจรงค์และลายน้ำทอง												
												
j3. ศิลปะการแกะสลักลายชอกะลามะพร้าว												
												
j4. ศิลปะการแสดงโขนกลางแปลง												
												
j5. ศิลปะการแสดงดนตรีไทย												
												



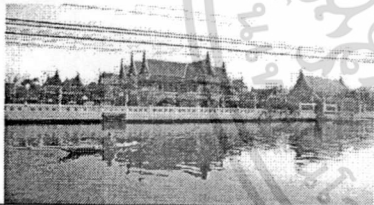
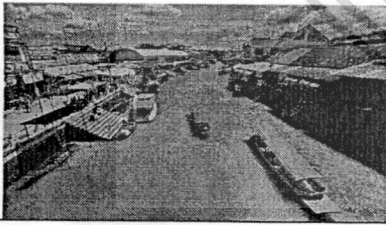

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
ศิลปะอาหารไทยในวรรณคดี/พื้นบ้าน 											
k1. มัสหมั่น อาหารในพระราชนิพนธ์กาพย์เห่เรือ ชมเครื่องคาวหวานใน รัชกาลที่ ๒ 											
k2. หมี่กรอบ อาหารไทยตำหรับรัชกาลที่ ๒ 											
k3. ลำเตี้ย อาหารว่างในพระราชนิพนธ์ รัชกาลที่ ๒ 											
k4. ปลาหูชาเตี้ย อาหารท้องถิ่น 											
k5. . หอยหลอดผัดฉ่า อาหารพื้นบ้าน 											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
ขนมไทยในวรรณคดี/พื้นบ้าน 11. ขนมจ่ามงกุฏ ตำหรับสมเด็จพระสุริเยนทร์ 											
12. ขนมทองเอก (ภาพเห็นเรือชมเครื่องควาวหวาน) 											
13. ขนมเทียนสลัดงา ตำหรับในรัชกาลที่ ๒ 											
14. มะพร้าวแก้ว ตำหรับในรัชกาลที่ ๒ 											
15. ขนมชั้นดอกกุหลาบ 											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
ความรู้สึกมีคุณค่าต่อสถานที่ m1. เมืองราชินีกุล (สมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรม ราชินี 											
m2. เมืองสามน้ำ 											
m3. เมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรม 											
m4. เวนิสตะวันออกเมืองไทย 											
m5. เมืองดุริยกุล ๕ แผ่นดิน 											

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตลักษณ์กลุ่มการสื่อความหมาย/ สัญลักษณ์	ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์					ผลกระทบการท่องเที่ยว ด้านการลดทอนอัตลักษณ์					หมายเหตุ	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
ความรู้สึกรักมีคุณค่าต่อสถานที่												
m6. เมืองหอยหลอด												
												
m7. เมืองขุนพลเพลงแห่งกรุงรัตนโกสินทร์												
												

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ- นามสกุล ศิริลักษณ์ เมฆอ่อน

8 มิถุนายน จังหวัดกรุงเทพฯ

ที่อยู่ 56/120 พหลโยธิน 54 ตำบลคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220

ประวัติการศึกษา

2550 ศศ.บ.หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปัจจุบัน

ศึกษาหลักสูตรการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนชุมชนเมือง
และสภาพแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประวัติการทำงาน

2540-2546 Traffic Controller Manager of Production with Synergie Tokyu DMB&B
Co.Ltd.

ปัจจุบัน Project Manager with Alfla Base Marketing co.,Ltd.