

การท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดถนนคนเดินปราณบุรี 200 ปี

อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

มนศักดิ์ มหิงษ์^{1*} เอกลาภ เฉยฉิน²

Community Tourism: A case study of 200 Years Pranburi Walking Street

Market, Pranburi District, Prachuap Khiri Khan Province

Manasak Mahing^{1*} Eklarp Choichin²

Received 26/5/2021

Revised 7/8/2021

Accepted 24/8/2021

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา ตลาดถนนคนเดิน 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการเป็นวิจัยเชิงคุณภาพที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวของชุมชนในบริบททางวัฒนธรรม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากคณะกรรมการบริหารชุมชน จำนวน 5 คน และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมจากนักท่องเที่ยวแบบสุ่มข้อมูล จำนวน 40 คน และเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน จำนวน 10 ร้าน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผลจากการศึกษา

พบว่า คณะกรรมการบริหารชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อคนในชุมชน โดยมีการบริหารแบบระบบผู้อาวุโส และมีโครงสร้างการบริหารงาน คือ ประธาน รองประธาน ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการจัดการรายได้ร้านค้า ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งการดำเนินการมีการประชุมและรับฟังข้อคิดเห็นพร้อมเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน อาทิ การให้ข้อมูลด้านที่พักใกล้เคียงสำหรับนักท่องเที่ยว ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคและบริโภค กิจกรรมสันทนาการอื่น ๆ และแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ส่วนด้านการจัดการกลุ่มผู้ขาย พบว่า ผู้ขายรับทราบกฎและระเบียบของชุมชน และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยสินค้าที่นำมาจำหน่ายเน้นสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ของชุมชน คือ สับปะรด ซึ่งนำมาแปรรูปเป็นขนม ได้แก่ ขนมปังกรอบสอดไส้สับปะรด สับปะรดกวน และนำออกแบบในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่าง ๆ เช่น เสื้อลายสับปะรด นอกเหนือจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชาวประมง ได้แก่ อาหารทะเลที่นำมาแปรรูปเช่นกัน

คำสำคัญ: ตลาด ถนนคนเดิน การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

^{1*} วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Bodhivijjalaya College, Srinakharinwirot University

E-mail: manasak.mahing@gmail.com

² ชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียน แห่งประเทศไทย สาขาเพชรบุรี

Credit Union League of Thailand Limited, Petchburi Branch

* Corresponding author e-mail: manasak.mahing@gmail.com



Abstract

The study of Community Tourism: A case study of 200 years Pranburi Walking Street Market is qualitative research through the purpose of studying community tourism in context of cultural tourism. The methodology consists of 1) In-depth interview from 5 community committees 2) Participatory observations from 40 randomized tourists 3) Collecting data from 10 community shop owners. Then analyze the data and draw data conclusions.

The results found that the Community committees are important in community administration and managed with a senior respect system through structure as president, vice-president, financial section, funding section, and public relations section through meeting and suggested guidelines for community management and administration such as accommodation for tourists, demanding of consumer behaviors, nearby recreation places, and tourist attraction spots. On the part of shop owners, they commit the rules and regulations. The identity of products of the community is Pineapples by processing such as assorted pineapple cookies, pineapple jam and souvenirs from pineapple products. Moreover, fisherman products are also popular.

Keywords: market, walking street, community tourism, cultural tourism

บทนำ

เมืองปราณบุรีมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับเมืองท่าเรือทางทะเลที่สำคัญในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เดิมมีฐานะเป็นเมืองจัตวา สมัยรัชกาลที่ 4 สมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทำการตั้งที่ทำการอยู่ที่หมู่ 3 และหมู่ 4 ตำบลบ้านเมืองเก่า เพราะเป็นที่มีหมู่บ้านหนาแน่นจำนวนมากกว่าแห่งอื่น ๆ โดยมีเจ้าเมืองเป็นผู้ปกครอง มีอำนาจเต็มที่ภายในเขตที่ปกครองอยู่ ตั้งที่ทำการอยู่ที่จวนผู้เป็นเจ้าเมือง (สภาวินิจฉัยอำเภอปราณบุรี, 2544, หน้า 22) ชุมชนบริเวณนี้จึงเกี่ยวข้องกับการค้าขาย และมีสังคมวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมายาวนานลักษณะชุมชนที่อยู่บริเวณท่าเรือ จะมีอาคารที่พักปลูกติดกันเป็นห้องแถว สร้างด้วยไม้ 2 ชั้น เพื่อรองรับคนทำประมงเป็นสำคัญ ชุมชนแห่งนี้จึงแสดงความสำคัญที่เรียกว่า “เมืองท่า”

เมืองท่าในยุครัตนโกสินทร์เป็นจุดรับและส่งสินค้าทางทะเล และกระจายสินค้าสู่แหล่งชุมชนอื่น ๆ รวมถึงพระนคร (กรุงเทพฯ) ความเจริญทางการค้าส่งผลให้ชุมชนมั่งคั่ง ประชาชนที่อาศัยบริเวณนี้ขยายขอบเขตครัวเรือนกลายเป็นชุมชนขยายตัว ปัจจุบันมีการประกอบอาชีพด้านการเกษตร ผลผลิตที่สำคัญคือ สับปะรด และเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

อำเภอปราณบุรีมีเส้นทางรถไฟตั้งแต่ปี พ.ศ.2449 การคมนาคมมีความสะดวกมากขึ้น ประชาชนสามารถไปประกอบอาชีพแหล่งอื่น ๆ อีกทั้งการสร้างเส้นทางถนนเพชรเกษมลงสู่ภาคใต้ ชุมชนและเมืองปราณบุรีจึงอยู่ในภาวะทางผ่านทางเศรษฐกิจ รายได้และวิถีชุมชนจึงชะลอตัว กลายเป็นชุมชนสงบ เรียบง่ายและไม่เติบโตอย่างที่เคยเป็นมา

เมื่อการท่องเที่ยวไทยเติบโต มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแนวคิดเรื่องการฟื้นฟูชุมชนส่งผลให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งเสริมตามนโยบายภาครัฐ จากแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ.2557-2560 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2557, หน้า 16-17) คณะกรรมการบริหารชุมชนปราณบุรีที่เล็งเห็นการสร้างประโยชน์จากพื้นที่ โดยต้องการพัฒนาให้วิถีการค้าของชุมชนเมืองปราณบุรีกลับมาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปอีกครั้ง

จึงรณรงค์ขอความร่วมมือผู้ที่อาศัยอยู่ในย่านเมืองปรางบุรีฝั่งเก่าได้ร่วมกันอนุรักษ์อาคารและบรรยากาศของบ้านแบบดั้งเดิม และขอความร่วมมือพื้นฟูตลาดเก่าเมืองปรางบุรีให้กลับคืนมาสู่เรื่องเหมือนในอดีต

การวิจัยจึงหาความสอดคล้องของกระบวนการชุมชนที่อาศัยการขับเคลื่อนคนและพื้นที่ การพัฒนาตลาดชุมชนเมืองปรางบุรีอยู่ภายใต้แนวคิด “ถนนคนเดิน” ให้เป็นทั้งการท่องเที่ยวและการส่งเสริมรายได้กับชุมชน การเปลี่ยนแปลงส่งผลให้ระดมแนวคิดการพัฒนาเอกลักษณ์การท่องเที่ยวและลักษณะเด่นที่สร้างชื่อให้ถนนคนเดินเมืองปรางบุรี การศึกษาการทำงานของคณะกรรมการจึงอยู่บนความร่วมมือกันของคนในชุมชน เบื้องต้นมีความร่วมมือการอนุรักษ์กลุ่มอาคารบ้านเรือนหลังเก่าให้คงสภาพเดิมไว้เพื่อเป็นจุดสนใจของการท่องเที่ยว และกระบวนการยังส่งผลให้เกิดการผลิตอัตลักษณ์ทางสินค้าถนนคนเดิน โดยแสดงความเป็นเมืองปรางบุรีที่บ่งชี้วิถีชีวิตและบริบทชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการเกิดตลาดถนนคนเดินเมืองปรางบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตขึ้นในบริบทของชุมชนปรางบุรี

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาพื้นที่ข้อมูลกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดินเมืองปรางบุรี ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยตั้งเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล พิจารณาจาก ความสอดคล้องกับหัวข้อวิจัย ของบุคคลที่อยู่ในพื้นที่วิจัยและมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลของบุคคลในชุมชนและพื้นที่ สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการได้ครอบคลุมเพียงพอตามวัตถุประสงค์การวิจัย เกณฑ์ร้านค้าคัดเลือกจากผู้สมัครใจทำการค้ากับผู้บริหารตลาดและตั้งร้านอยู่อายุมากกว่า 2 ปี เกณฑ์เลือกนักท่องเที่ยว กำหนดการสุ่มจากผู้มาท่องเที่ยวและพร้อมให้ข้อมูลจากสัดส่วนคือ คณะกรรมการชุมชนจำนวน 5 คน กำหนดที่ประธานชุมชน 1 คนและผู้บริหารอื่น ๆ จำนวน 4 คน ผู้ประกอบการค้าภายในตลาด 10 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 40 คน มีวิธีการ ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก หาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์การเปลี่ยนแปลงและการสร้างชุมชน ที่บ่งชี้สภาพแวดล้อมสังคม ชุมชน และวัฒนธรรม
- 2) การสังเกต ใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบจดบันทึกในขณะที่สังเกต
- 3) กล้องบันทึกภาพและเสียง ขออนุญาตบันทึกข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลกรณีอนุญาตจะทำการบันทึก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Content Analysis) ติดต่อบุคคลที่ให้ข้อมูล กลุ่มผู้นำชุมชน (Key Performance) เตรียมเครื่องมือ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสังเกตและเตรียมกล้องบันทึกภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตโดยตรง (Direct Observation) เลือกรูปแบบการวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับคณะกรรมการชุมชนเพื่อหาประเด็นการอธิบายกระบวนการเหตุการณ์ (Events) กิจกรรม (Actives) การกระทำ (Actions) หรือการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) ตามประเด็นหัวข้อวิจัย ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) กับกลุ่มผู้ค้าขาย และกลุ่มนักท่องเที่ยว



การตรวจสอบข้อมูล

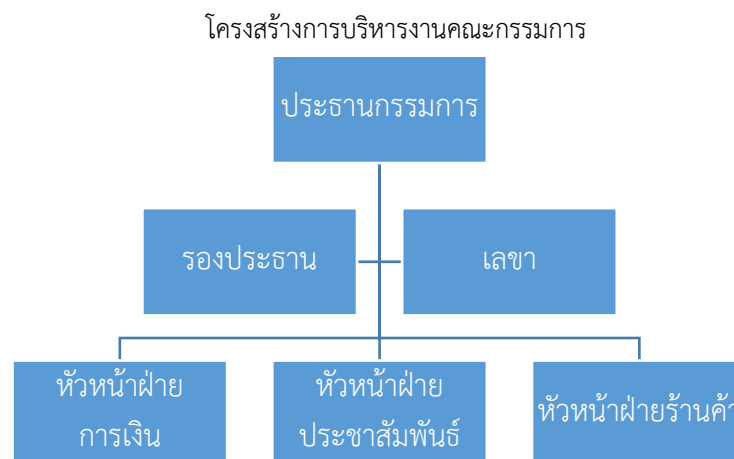
ตรวจสอบข้อมูลที่ได้ข้อมูลหลายประเด็นโดยนำมาจัดหมวดหมู่ตรวจสอบการให้ข้อมูลสัมภาษณ์ตัว (Data Saturation) และตรวจสอบวิธีข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) อาศัยการตรวจสอบรวบรวมข้อมูล (Methodology Triangulation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลเชิงคุณลักษณะปฐมภูมิ (Primary Qualitative Data) โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนา หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างต่อเนื่องจากทฤษฎีทฤษฎีโนสตัลเจีย (Nostalgia) ของ Johannes Hofer (1688) แนวคิดการจัดการถนนเพื่อกิจกรรมสาธารณะ ของ Ane Vernez Moudon (1987) และแนวคิดภาพลักษณ์ ของดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536) เพื่อความถูกต้องของข้อมูลและการใช้ทฤษฎีสำหรับการวิจัยและตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

1. กระบวนการเกิดตลาดถนนคนเดินเมืองปรางบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถนนคนเดินปรางบุรีเกิดจากการจัดตั้งชมรมอนุรักษ์ตลาดเก่าปรางบุรีเริ่มต้นด้วยคณะกรรมการชุมชน ซึ่งเป็นคนภายในชุมชนที่สมัครใจเข้ามาพัฒนาท้องถิ่น มีผู้อาวุโสเป็นประธาน กรรมการบริหารประกอบด้วยสมาชิกชุมชน ที่ประกอบอาชีพค้าขายการบ้านาญ ประชาชนที่เติบโตในชุมชนเมืองปรางบุรีเก่า การจัดตั้งคณะกรรมการจากคณะกรรมการของชมรมอนุรักษ์ตลาดเก่าปรางบุรีมีทั้งหมด 46 คน ซึ่งมีหน้าที่ร่วมในแต่ละฝ่ายเพื่อจัดสรรส่วนต่าง ๆ ให้ถูกต้องตามกฎหมายของ ตลาดถนนคนเดิน 200 ปี ปรางบุรี



ข้อมูลการวิจัยพบว่า เริ่มก่อตั้งวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2553 ดำเนินกิจกรรมมาครบเป็นปีที่ 9 ภายในวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2562 บทบาทสำคัญของประธาน และกรรมการอาวุโส ยังคงใช้กรรมการชุดเดิม ยังไม่มีการสร้างวาระการดำรงตำแหน่ง กรรมการได้สร้างบทบาทสำคัญเพื่อจะดำเนินกิจกรรมถนนคนเดินในการบริหาร 3 ฝ่าย และในแต่ละฝ่ายจะมีจำนวนสมาชิกที่อยู่ภายใต้บทบาทจากสมาชิกของคนในชุมชนคือฝ่ายการเงิน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายร้านค้าโดยให้พันธกิจ ดังนี้

บทบาทฝ่ายร้านค้า มีการจัดสรรร้านค้าภายในตลาดถนนคนเดินทั้งหมด การลงทะเบียนเพื่อเป็นผู้ประกอบการประจำภายในตลาดถนนคนเดิน มอบป้ายแขวนคอประกอบการค้าขายภายในตลาด หากผู้ประกอบการรายใดไม่ได้เป็น

ผู้ประกอบการประจำ เมื่อมีความต้องการค้าขายภายในตลาดถนนคนเดิน ต้องทำการลงทะเบียนและมีการจ่ายเงินค้ำมัดจำจำนวน 50 บาท เพื่อรับป้ายแขวนคอประกอบการภายในตลาดถนนคนเดิน เพื่อป้องกันการแอบแฝงผู้ประกอบการรายอื่นเข้ามาจำหน่ายสินค้าที่ไม่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ เมื่อทำการจำหน่ายสินค้าเสร็จสิ้นสามารถนำบัตรแขวนคอมารับเงินค้ำมัดจำคืน อีกทั้งการจัดพื้นที่จำหน่ายของสำหรับผู้ประกอบการ คณะกรรมการมีการจัดสรรพื้นที่ให้เป็นโซนในการจำหน่ายสินค้า โดยจะแบ่งโซนต่าง ๆ คือ โซนอาหาร และโซนปูเสื่อขายของ กำหนดให้พื้นที่แก่ผู้ประกอบการในการตั้งร้านกว้าง 2x1 เมตร และมีกฎระเบียบของตลาดถนนคนเดินถึงการวางจำหน่ายสินค้า คือ “ร้านค้าโซนที่ไม่ได้มีการจำหน่ายอาหารภายในตลาดถนนคนเดิน ต้องมีการวางจำหน่ายสินค้าด้วยวิธีปูเสื่อ หรือตั้งโต๊ะห้ามสูงเกินหัวเข่า” เนื่องจากการออกกฎระเบียบดังกล่าว เพื่ออนุรักษ์ให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงการจำหน่ายสินค้าแบบโบราณที่ไม่มีการแขวนสินค้าต่าง ๆ เกิดขึ้นภายในตลาดเหมือนกับตลาดนัดทั่วไป

บทบาทฝ่ายการเงิน มีหน้าที่จัดสรรเงินค่าเช่าพื้นที่ในแต่ละสัปดาห์ จากรายได้ที่นำส่งจากผู้ประกอบการภายในตลาดทั้งหมดโดยมีกฎระเบียบในการเก็บเงิน ดังนี้ “ร้านจำหน่ายสินค้าโซนอาหาร ค่าพื้นที่ 40 บาท ค่าไฟฟ้า 10 บาท ร้านค้าโซนปูเสื่อขายของ ค่าพื้นที่ 40 บาท และร้านจำหน่ายสินค้าทำมือไม่เก็บค่าพื้นที่” ทั้งนี้คณะกรรมการมีการลงมติถึงการเก็บเงินค่าพื้นที่ คือ ร้านจำหน่ายสินค้าใดมีพื้นที่เล็กไม่ถึงขนาดที่ตลาดถนนคนเดินกำหนดไว้ ให้เก็บค่าที่ 20 บาท หรือผู้ประกอบการมีการจำหน่ายสินค้าไม่เต็มสัปดาห์ดังกล่าว ให้มีการเก็บค่าพื้นที่ 20 บาท เพื่อให้เกิดความสบายใจแก่ผู้ประกอบการที่มาจำหน่ายสินค้าภายในตลาดถนนคนเดิน โดยจะนำเงินทั้งหมดเข้าสู่กองกลางชมรมอนุรักษ์ตลาดเก่าปรางบุรี เพื่อใช้จ่ายเป็นค่าซ่อมแซมบำรุงส่วนต่าง ๆ ภายในตลาด และจ่ายค่าเช่าที่ให้กับการรถไฟในการเช่าพื้นที่ทุกสัปดาห์ รวมไปถึงมีการแบ่งจ่ายไปสู่อาสาสมัครรักษาความปลอดภัยชุมชน และคนทำความสะอาดพื้นที่ภายในตลาดถนนคนเดินทุกสัปดาห์

บทบาทฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่สื่อสารทำข้อมูลไปยังสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โซเชียลเน็ตเวิร์ค เสียงตามสายภายในชุมชน ทำการแนะนำสินค้าภายในตลาดถนนคนเดิน ชักชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อและเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้า ในแต่ละสัปดาห์มีการเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของพื้นที่ตำบลปรางบุรี ทั้งทางด้านสภาพภูมิประเทศ เศรษฐกิจ สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัด เพื่อให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบถึงบรรยากาศในแบบชุมชนปรางบุรี และความเจริญรุ่งเรืองเมื่อครั้งอดีต ถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นทางการสื่อสาร การบริหารจัดการด้วยคณะกรรมการบริหารงานชุมชน ในระยะแรกของการดำเนินกิจกรรม ให้สิทธิแก่คนในชุมชนในการขาย จำหน่ายสินค้าบริเวณหน้าบ้านตนเอง และต้องแบ่งพื้นที่บางส่วนให้ชุมชนไปจัดสรรให้ผู้ประกอบการรายอื่นมาจำหน่ายด้วย

สิ่งที่นักท่องเที่ยวพอใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มผู้เยี่ยมชมข้อมูลดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนในท้องถิ่น จะมาเดินเล่น รับประทานอาหาร ซื้อสินค้าทั่วไปเพราะมีสินค้าภายในตลาดถนนคนเดินราคาถูก ปกตินักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมาเดินทุกสัปดาห์ เพราะเป็นการสร้างความครึกครื้นให้กับตลาดถนนคนเดินอยู่ประจำ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดอื่น จะมีวัตถุประสงค์เพื่อชมบรรยากาศอาคารบ้านเรือนเก่า ต้องการสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของปรางบุรี และรับประทานอาหารท้องถิ่น กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนมากมาท่องเที่ยวอำเภอปรางบุรี เพื่อพักผ่อนชายทะเลฝั่งอ่าวไทยที่มีความเงียบสงบ เป็นส่วนตัว และมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนปรางบุรี อีกทั้งชอบบรรยากาศภายในตลาดและอาหารที่มีราคาถูก อร่อย จำนวนมาก

ข้อเสนอแนะของกลุ่มนักท่องเที่ยวพบข้อมูลการเสนอถึงสินค้าไม่ควรให้มีสินค้าจากโรงงานมากเกินไป จะทำให้ดูเหมือนตลาดนัดทั่วไป และอยากให้มีสินค้าท้องถิ่นมากกว่าที่มีอยู่ จัดอยู่ในโซนสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวก การหาซื้อสินค้า สถานที่หน้าตึกเก่าควรมีการดูแลให้เกิดความสะอาดสวยงาม และอยากให้มีป้ายบอกประวัติของตลาดถนนคนเดิน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบประวัติของชุมชน พร้อมทั้งบอกสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อสร้างจุดท่องเที่ยวภายในชุมชนได้ครบ การแต่งกายของ

ผู้จำหน่ายสินค้าควรเป็นการแต่งกายที่เหมือนกันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนปรางบุรี ควรลดการใช้เสียงในการประชาสัมพันธ์ เปิดเพลงแทนเสียงพูด พื้นที่ร้องเพลงคาราโอเกะมีการใช้เสียงดังเกินต่อนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มห้องสุขา และสร้างเอกลักษณ์ ถึงขยะภายในตลาดถนนคนเดินให้สวยงามเห็นชัด ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้า ร้านค้าที่อยู่ในพื้นที่ถนนคนเดินให้ความร่วมมือกับคณะกรรมการและนโยบายการ รมรงค์ต่าง ๆ การจ่ายค่าบำรุงตรงเวลาและความเข้าใจต่อการจำหน่ายสินค้าตามเงื่อนไขของตลาด สิ่งที่ทำให้ความร่วมมือที่สุด คือการใช้วัสดุจากธรรมชาติเพื่อบรรจุอาหารภายในตลาดถนนคนเดิน เป็นการลดมลพิษเพื่อให้ตลาดถนนคนเดินที่เป็น ทั้งบ้านพักและสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาดต่อหน้าบ้านของคนในพื้นที่ เป็นประโยชน์ต่อผู้จำหน่ายกับธุรกิจระยะยาวด้วย ข้อเสนอแนะมีผู้จำหน่ายเข้ามาจำนวนมากขึ้นเกิดการตั้งแผงค้าล้ำกันและการจัดโซนสินค้าทำให้สินค้าบางอย่างเสียหาย ต้องแจ้งส่วนกลางพิจารณาการจัดวางต่อไป

กระบวนการที่ได้ดำเนินการของกลุ่มคณะบริหารงานชุมชนได้ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สิ่ง ที่แสดงออกคือการดำเนินการของผู้ประกอบการ สามารถเข้าใจต่อเป้าหมายการดำเนินการของกลุ่ม อีกทั้งผลที่เกิดขึ้นสามารถ สะท้อนในแง่การบริการให้นักท่องเที่ยว ตามแนวคิดการศึกษาของ พงณา สวนศรี (2546 หน้า 178) ที่อธิบายถึงการท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชน มีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการดูแลให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

2. ภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตขึ้นในบริบทของชุมชนปรางบุรี

บรรยากาศของการจัดรูปแบบถนนคนเดินมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การจัดแสดงหน้าอาคารไม้เก่าให้คงอยู่สภาพ เดิมเป็นอาคารสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 แต่มีบ้านเรือนขนานเส้นทางไปโดยตลอดแนวนอน จุดสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะเป็น จุดนั่งพักผ่อน ถ่ายรูป และเรียนรู้วิถีชีวิตของสะสมโบราณจากคนในชุมชน พื้นที่อาคารต่าง ๆ



ภาพที่ 1 อาคารไม้ชื่อโปรดปรานและร้านรูปเก่า

ที่มา: มนศักดิ์ มหิงษ์ (2561)

ลักษณะอาหารท้องถิ่นที่พบข้อมูลจากการวิจัยในพื้นที่บริเวณตลาดถนนคนเดิน นักท่องเที่ยวมักจะมีซื้อเป็นของฝาก ลักษณะเป็นอาหารประกอบขึ้นจากภูมิปัญญา ใช้วัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่น ซึ่งมีที่อยู่ใกล้กับทะเล จึงมีอาหารทะเลที่โดดเด่น หลายตัวรับถูกถ่ายทอดจากบรรพบุรุษแต่พบว่ามีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนไป ข้อมูลที่พบด้าน อาหารของชุมชน



ภาพที่ 2 ปลาจิ้มไม้และก๋วยเตี๋ยวไส้มะละกอ

ที่มา: มนศักดิ์ มหิงษ์ (2561)

ปลาจับไม้ ลักษณะคล้ายแจวร้อนผลิตจากเนื้อปลาผสมด้วยผักยาวคล้ายทอดมันหรือปลายเห็ด ขึ้นเป็นก้อนกลม ๆ ห่อไม้ไผ่แล้วจึงใส่สุก

กุนเชียงไส้มะละกอ องค์ประกอบเหมือนกุนเชียงทั่วไป แป้งนุ่มก้อนกลมทอดกรอบหรือไม่ทอดภายในจะเป็นมะละกอ เส้นฝอย รับประทานพร้อมน้ำจิ้ม ปลาหมึกทรงเครื่อง ปลาหมึกแดดเดียวที่มีมากในปากน้ำปราณบุรี มีน้ำเชื่อมรสชาติเผ็ดหวานราดบนปลาหมึกแดดเดียวทอด

ขนมพายสอดไส้สับปะรด ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสับปะรด ภาพลักษณ์ของขนมจะใช้แป้งพายสูตรเฉพาะทำเป็นรูปสี่เหลี่ยมพื้นผ้าประกบกัน ตรงกลางพร้อมไส้สับปะรดหนา เป็นสินค้าที่นิยมมากซึ่งกำเนิดขึ้นที่ชุมชนแห่งนี้เจ้าแรกอยู่ในพื้นที่ชุมชนแห่งนี้ชื่อ เทพินทร์ชีสเชค จนผู้ซื้อที่ระลึกของอำเภอปราณบุรีในนามย่อว่า ชีสเชค และได้มีจำหน่ายในพื้นที่และตลาดออนไลน์ เป็นสินค้าแนะนำของท้องถิ่นอำเภอปราณบุรี

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

กระบวนการเกิดตลาดถนนคนเดินเมืองปราณบุรีให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดจากมีส่วนร่วมของชุมชนปราณบุรีให้ชุมชนได้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยใช้พื้นที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยอาศัยประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาชุมชนเพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเห็นบรรยากาศของเจตนาที่ผลิตงานของชุมชน ซึ่งสามารถใช้การอธิบายจาก ทฤษฎี นอสเทเลีย (Nostalgia) ของ Johannes Hofer (1688) อ้างใน วราภรณ์ ชะลอสันติสกุล (2555, หน้า 104) ที่กล่าวถึงอารมณ์วิไลหาอดีตความรู้สึกที่ปัจจุบันนั้นขาดไปจึงสร้างสิ่งหนึ่งเพื่อการทดแทน ความต้องทั้งวัตถุสิ่งก่อสร้าง รูปสัญลักษณ์ และพยายามจะไขว่คว้าไว้ เมื่อกระบวนการชุมชนโดยผ่านคณะกรรมการชุมชน และการมีส่วนร่วมในการดำเนินการวางแผนให้เกิดกิจกรรมในทุกด้าน การวางแผนพร้อมจะดำเนินการตลาดถนนคนเดินจึงมีฝ่ายดำเนินการคือ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายการจัดตลาด ทั้งสามฝ่ายทำงานด้วยการสอดประสานกัน รายได้ที่เกิดจากการจัดเก็บค่าเช่าแผงร้านค้าจะจัดแบ่งไปทำประโยชน์ในชุมชน แนวคิดการวางแผนทางการจัดการถนนเพื่อกิจกรรมสาธารณะมีความคล้ายคลึงกับถนนคนเดินของ ความตั้งใจชุมชนโดย ฐมวงศ์ เชียสวัสต์ (2555, หน้า 26) ได้อธิบายกระบวนการพื้นที่สาธารณะเพื่อให้เกิดประโยชน์ในหลายประเทศในประเภทที่ศึกษาคือถนนนำเดิน (Social Street) การออกแบบในกลุ่มความคิดความน่าอยู่หรือความเป็นมิตร เน้นถึงความปลอดภัยปารมีปฏิสัมพันธ์ของผู้คน อย่างเช่นถนนหลักของเมืองนาโงยา ประเทศญี่ปุ่น การสร้างแหล่งท่องเที่ยวถนนคนเดินปราณบุรีได้ดำเนินการมากกว่า 10 ปี ร้านค้าปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นถึง 450 ร้านค้า โดยแบ่งเป็นโซนการจัดวางจากคณะกรรมการชุมชน สินค้ามีความหลากหลายทั้งอาหารบริโภคและอุปโภค ความต้องการของนักท่องเที่ยวต้องการบรรยากาศการท่องเที่ยวและความหลากหลายของสินค้า การเดินทางของนักท่องเที่ยวมักพบว่าอยู่บริเวณใกล้เคียงกับตลาดแห่งนี้ ความต้องการของผู้ค้าต้องการให้มีการพิจารณาสินค้าที่อยู่กับสินค้าประเภทเดียวกันเพราะโซนบางแห่งไม่เหมาะกับสินค้าบางชนิด มีข้อเสนอแนะให้เกิดการปรับปรุงและมีการพัฒนาของตลาดอยู่ตลอดเวลา ภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตขึ้นในบริบทของชุมชนปราณบุรี ภาพลักษณ์สินค้าของชุมชนปราณบุรีมาจากผลผลิตที่ได้จากเกษตรที่ปลูกสับปะรด กับวิถีชีวิตชาวประมงดั้งเดิม การแสดงความเป็นเอกลักษณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวคือกลุ่มอาหารของฝาก ที่รังสรรค์จากภูมิปัญญา โดยนำเสนอเป็นพายสับปะรด ปลาจับไม้ กุนเชียงไส้มะละกอ ปลาหมึกทรงเครื่อง เหล่านี้เป็นผลผลิตที่อยู่ในความทรงจำและทำได้เฉพาะในกลุ่มตระกูล เมื่อกิจกรรมทางสังคมเกิดขึ้น การนำสิ่งสำคัญออกนำเสนอจึงเป็นความสำคัญต่อเอกลักษณ์นี้ ซึ่ง ดวงพร คำบุญวัฒน์ และคณะ (2536, หน้า 83) เห็นว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์เพราะทำตามความรู้สึกและทัศนคติมีหลายประการ แต่สิ่งหนึ่ง คือ การผลิตภาพลักษณ์ที่ดีถ้าเสียไปแล้วยากแก้ไขได้ยากและจะติดต่อบีบทอดจากผู้รับมอบกิจการการดำเนินการต่อไปได้ทั้งที่ดีและไม่ดี เมื่อชุมชนได้ผลิตภาพความทรงจำ การท่องเที่ยวถนนคนเดินที่มีภาพบรรยากาศแบบปราณบุรีสมัยเก่า



ของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ จึงเป็นความเห็นที่ต้องมาจากคณะกรรมการเพื่อให้เกิดการรับรู้และสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสจากการเปิดโลกทัศน์การท่องเที่ยว ณ ถนนคนเดินปราณบุรี

รายการอ้างอิง

- ดวงพร คำณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). **สื่อสารการการประชาสัมพันธ์** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธมวงศ์ เขียวสวัสดิ์. (2555). **รูปแบบถนนคนเดินที่เหมาะสมกับเทศบาลพนัสนิคมจังหวัดชลบุรี**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- พจนา สอนศรี. (2546). **การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรภรณ์ ชะลอสันติสกุล. (2555). **การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานทัศนศิลป์ในบริบทของจินตนาการวัยเด็กและสภาวะโหยหาอดีต** (ปริญญาานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- สภาวัฒนธรรมอำเภอปราณบุรี. (2544). **ประวัติศาสตร์อำเภอปราณบุรี**. ประจวบคีรีขันธ์: สภาวัฒนธรรมอำเภอ.
- สำนักงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2557). **แผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ.2557-2560 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. สืบค้น 15 เมษายน 2558, จาก <http://www.prachuapkhirikhan.go.th/web-/ICT/document/2557-2560.pdf>