

การถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมผ่านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดสาธารณะในตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว¹ Cultural Storytelling through Public Facilities in Ban Chak-Ngaew Chinese Old Town

วันดี พินิจวรสิน

Wandee Pinijvarasin

เพกา เสนาะเมือง

Pega Sanoamuang

ปวิพล ยอดสุรางค์

Patiphol Yodsurang

อรช กระแสอินทร์

Aracha Kraseain

อัสดาภรณ์ เกียรติธวัชนัน

Asadaporn Kiatthanawat

ภาควิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900 ประเทศไทย

Department of Architecture, Faculty of Architecture, Kasetsart University,

Bangkok, 10900, Thailand

บทคัดย่อ

ชุมชนค้าขายพื้นถิ่นนับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมหนึ่งที่สำคัญ แต่หลายชุมชนต้องประสบกับความซบเซาหรือถูกทิ้งร้างไป หลายชุมชนได้รับการฟื้นฟูกลับมาผ่านการจัดการท่องเที่ยว และอาจต้องมีการพัฒนาสิ่งสร้างเพื่อการอำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวร่วมด้วย แต่สิ่งสร้างเหล่านี้สามารถส่งผลต่อภาพลักษณ์ของชุมชนได้ด้วย บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ



บรรยากาศถนนคนเดิน
ในตลาดจีนโบราณบ้าน
ซากแก้ว เมื่อวันเสาร์ที่
17 ตุลาคม 2563

นำเสนอแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบทางกายภาพ เพื่อการอำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชุมชนค้าขายพื้นถิ่นที่ได้รับการฟื้นฟูภายใต้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ข้อมูลที่ใช้ในบทความนี้มาจากการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้บริหารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นหนึ่งในชุมชนต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการศึกษาพบว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว ส่วนใหญ่มาจากทรัพยากรที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่มีอยู่ และที่หายไปจากการใช้สอยในวิถีชีวิตในปัจจุบันแล้ว นำกลับมาประยุกต์ใช้ ผ่านการจัดแสดงในรูปแบบนิทรรศการในลักษณะต่าง ๆ ที่ผสมผสานไปกับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะบ่อน้ำ ซึ่งเป็นส่วนที่ชุมชนพิจารณาร่วมกันในการพัฒนาขึ้นใหม่เพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรมแบบอุปมาอุปไมยของการเป็นพื้นที่สาธารณะ ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมให้เป็นพื้นที่สาธารณะทางวัฒนธรรมแบบผสมผสาน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวในภาพรวมของชุมชนแห่งนี้ทำให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาบนทางเลือกที่จะเปิดเผยอัตลักษณ์ของชุมชน และยังทำให้เห็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกด้วย

คำสำคัญ: ชุมชนค้าขายพื้นถิ่น, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ, อัตลักษณ์, การเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรม

Abstract

Vernacular commercial communities are considered as an important cultural heritage, but many of them are fading away or abandoned. Some of these subdued communities have been tried to revitalize themselves through tourism management. Even though some of built environments for public facilities are perhaps required for tourism, these somehow can affect the local image. This paper aims to illustrate an approach to develop public facilities that can inform cultural story of a vernacular commercial community, which were rehabilitated under community-based tourism. Data were obtained from observation and interviews with one of the committees of Ban Chak-Ngaew Chinese old town in Chonburi province. This community was selected because it is considered as a role model, operating community-based tourism successfully. This study found that most built environments for public facilities in Ban Chak-Ngaew Chinese old town came from the resources of their cultural heritages, in which some were obsoleted or disappeared from everyday usage. Most of them are presented through exhibition methods along with tourism activities. Especially, an artesian well and its place was intentionally constructed with the purpose for communicating their cultural meaning as a public space for social interaction, thus becoming public space of acculturation. Overall development of public facilities for tourism of this community suggests an alternative way to present community identity as well as an approach for improving community-based tourism.

Keywords: vernacular commercial community, community-based tourism, public facilities, identity, cultural storytelling

ความนำ

ชุมชนค้าขายพื้นถิ่น นับเป็นหนึ่งในทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่ทำให้เห็นถึงความเป็นมาของการตั้งถิ่นฐาน และพัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจของท้องถิ่น ชุมชนค้าขายเหล่านี้นับเป็นสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมที่ถูกจัดตั้งเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของชุมชนและท้องถิ่นในการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ โดยมักตั้งอยู่ในแหล่งที่เข้าถึงได้สะดวก จึงทำให้เกิดเป็นสถานที่ในการพบปะสังสรรค์ การแลกเปลี่ยนข่าวสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนในละแวก² ในสังคมไทยชุมชนค้าขายพื้นถิ่นส่วนใหญ่ถูกสร้างขึ้นมานานกว่าร้อยปี โดยส่วนใหญ่เกิดจากการตั้งถิ่นฐานและการส่งผ่านทางวัฒนธรรมของชาวจีน เพื่อการอยู่อาศัย ค้าขาย และการบริการ โดยมีความสอดคล้องกับปัจจัยของท้องถิ่น เช่น ลักษณะสภาพแวดล้อมและภูมิศาสตร์ของที่ตั้ง เงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรม การเมืองการปกครอง ระบบเศรษฐกิจ พัฒนาการของเทคโนโลยี และฝีมือช่างของท้องถิ่น ดังนั้นชุมชนตลาดโบราณเหล่านี้นอกจากจะเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปทางสังคม วัฒนธรรม ความเจริญทางเศรษฐกิจ ในแต่ละช่วงเวลาแล้ว³ ยังแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการทางศิลปสถาปัตยกรรมของท้องถิ่นที่สำคัญอีกด้วย

แต่จากการพัฒนาระบบคมนาคมของประเทศในช่วง 50 กว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งสร้างให้เกิดการขยายความเป็นเมือง และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพื้นที่ศูนย์กลางทางการค้าในหลายท้องถิ่น มีผลทำให้ชุมชนค้าขายพื้นถิ่นส่วนใหญ่มีบทบาทความสำคัญลดลงอย่างต่อเนื่อง⁴ หลายแห่งเกิดความชบเซา บางส่วนถูกทิ้งร้าง และมีความเสี่ยงต่อการสูญหาย โดยเฉพาะจากอัคคีภัย⁵ ในขณะที่ในช่วงมากกว่า 10 ปีที่ผ่านมา ความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวแบบย้อนยุค (Retro tourism) มีเพิ่มขึ้น ชุมชนค้าขายพื้นถิ่นจึงกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายของการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่โหยหาอดีต⁶ การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้กระแสสังคมบางส่วนเล็งเห็นคุณค่าของชุมชนค้าขายพื้นถิ่น หรือชุมชนตลาดเก่าที่นับได้ว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของสังคม และทำให้ชุมชนเหล่านี้ในหลายท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูให้สามารถกลับมามีชีวิตชีวา หรือกลับมามีการค้าได้อีก โดยความร่วมมือจากหลายสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเพื่อตอบสนองกิจกรรมการท่องเที่ยว ในหลายชุมชนมีการปรับเปลี่ยนสินค้าและรูปแบบการค้า รวมถึงอาคารบ้านเรือน ซึ่งบางชุมชนก็ปรับเปลี่ยนไปมาก จนทำให้เกิดการ

สูญเสียความเป็นตัวตนของท้องถิ่น อีกทั้งในบางชุมชนมีปริมาณนักท่องเที่ยว หลังไหลเข้าไปมาก จนเกินขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน อันก่อให้เกิดผลกระทบทางลบตามมาหลายประการ⁷

การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนดาบสองคม ส่วนหนึ่งสามารถก่อให้เกิดการทำลายความเป็นชุมชน ในขณะที่เดียวกันสามารถก่อให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นได้ด้วย⁸ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism หรือ CBT) เป็นรูปแบบหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้น และได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปัจจุบัน มีการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2563-2565 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. โดยไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว หรือการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว หากแต่มีเป้าหมายในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชนนับเป็นการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สามารถสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรของท้องถิ่น และเป็นกลไกที่สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น⁹ อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากจะต้องรักษาคุณค่าทรัพยากรและมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นแล้ว ยังจะต้องมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพยากร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมเรียนรู้ความเป็นไปของท้องถิ่น การพัฒนาการถ่ายทอดเรื่องราว ผ่านการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์ให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน นับเป็นหนึ่งในแนวทางที่สำคัญที่ อพท. ใช้ในการผลักดันให้เกิดการยกระดับ และเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเป็นส่วนทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป¹⁰

โดยทั่วไปในการดำเนินการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมักไม่เน้นให้เกิดการสร้างใหม่โดยไม่จำเป็น ที่อาจจะไม่ใช่อัตลักษณ์ของท้องถิ่น¹¹ โดยมักมุ่งเน้นการสร้างนิกสื่อความหมายเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างคน สร้างอาชีพ และความภาคภูมิใจไปในขณะเดียวกัน อย่างไรก็ตามในบางครั้งชุมชนก็ย่อมต้องมีการสร้างหรือจัดให้มีบางองค์ประกอบ

ทางกายภาพขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น เพื่อการเรียนรู้ การบริการ หรือการอำนวยความสะดวกในลักษณะต่าง ๆ การสร้างองค์ประกอบเหล่านี้นอกจากจะต้องมีความสามารถในการให้บริการที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว การใช้งาน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงแล้ว¹² ยังมีส่วนสำคัญในส่งเสริมบรรยากาศและภาพลักษณ์ของชุมชน รวมถึงมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนได้อีกด้วย¹³

สิ่งสร้างทางกายภาพเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สามารถทำให้เห็นคุณค่าของชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นทั้งทางธรรมชาติและสังคมวัฒนธรรม ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย และด้านความงาม หรือสุนทรียภาพ (Aesthetic) ที่สามารถยกระดับจิตใจ หรือก่อให้เกิดความชื่นชมยินดีของผู้ได้ใช้สอย หรือได้พบเห็น สิ่งเหล่านี้สามารถรับใช้มนุษย์ทางปัญญาโดยเชื่อมสิ่งที่มองเห็น (Visible) เข้ากับสิ่งที่มองไม่เห็น (Invisible) ผ่านการสื่อความหมาย¹⁴ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องเนื่องกับความเชื่อทางวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่น ดังนั้นสิ่งสร้างทางกายภาพเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทในการทำหน้าที่สื่อความหมายและความเชื่อทางวัฒนธรรมของชุมชนหรือของท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการแสดงตัวตนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความจดจำวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้เป็นอย่างดีด้วย¹⁵

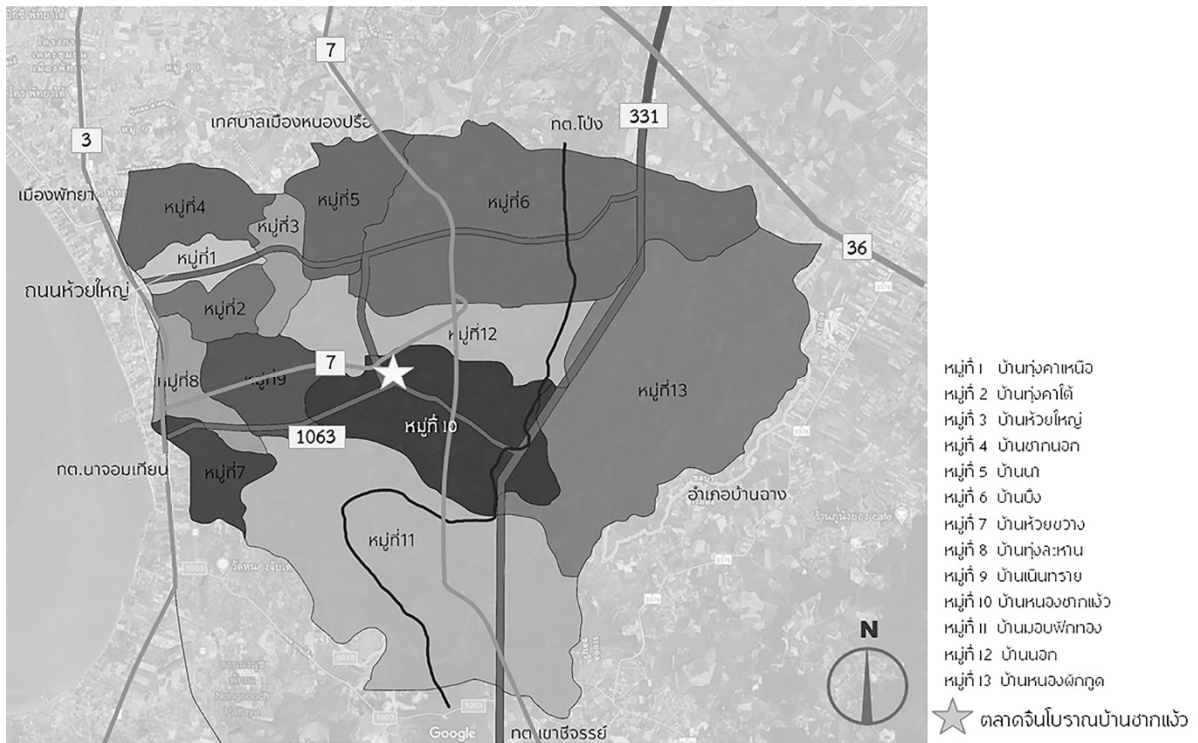
วัตถุประสงค์ของบทความนี้มุ่งเน้นนำเสนอตัวอย่างชุมชนค้าขายพื้นถิ่นที่ใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูชุมชนจากความชบเซาจนกลับมามีชีวิต และมีการพัฒนาองค์ประกอบทางกายภาพเพื่อการอำนวยความสะดวกสาธารณะ โดยสามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชุมชนสอดแทรกไปด้วย โดยมีกรณีศึกษา ณ ชุมชนตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความเป็นมายาวนานมากกว่า 100 ปี และเป็นศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญในบริเวณ แต่ประสบกับความชบเซาหลง ซึ่งภายหลังได้รับการฟื้นฟูจนเป็นชุมชนที่ถือได้ว่าประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมาก มีความโดดเด่น โดยเฉพาะในด้านการจัดการ¹⁶ และเป็นชุมชนที่ อพท. ใช้เป็นหนึ่งในต้นแบบในการสร้างองค์ความรู้ต่าง ๆ และนำไปเป็นตัวอย่างในการพัฒนาสำหรับการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อชุมชนอื่น ๆ อีกด้วย องค์ประกอบเพื่ออำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความ

สัมพันธ์กับเงื่อนไขของชุมชน และสามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชุมชนนี้มีลักษณะและแนวทางในการนำเสนออย่างไร บทเรียนจากการพัฒนาชุมชนแห่งนี้ไม่มากนักน้อยน่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดข้อคิดต่อการส่งเสริมและการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะในการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราว และสร้างภาพลักษณ์ให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับความเป็นตัวตนของชุมชนในท้องถิ่นต่าง ๆ ได้

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ใช้ในบทความมาจากการสังเกตโดยการจดบันทึกและการถ่ายภาพ และการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างต่อผู้บริหารของชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองซากแก้ว ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2563 และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ข้อมูลทั้งหมดถูกวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำแนก (Classification) การวิเคราะห์ตามลำดับเวลา (Chronological analysis) และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) โดยเริ่มด้วยการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสภาพแวดล้อมของตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว จากนั้นจึงกล่าวถึงความเป็นมาของชุมชน จนมาถึงการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสุดท้ายจึงเป็นการนำเสนอด้านการสร้างองค์ประกอบทางกายภาพสำหรับการอำนวยความสะดวกสาธารณะที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชุมชนในการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้วแห่งนี้

ลักษณะสภาพแวดล้อมบริเวณตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว

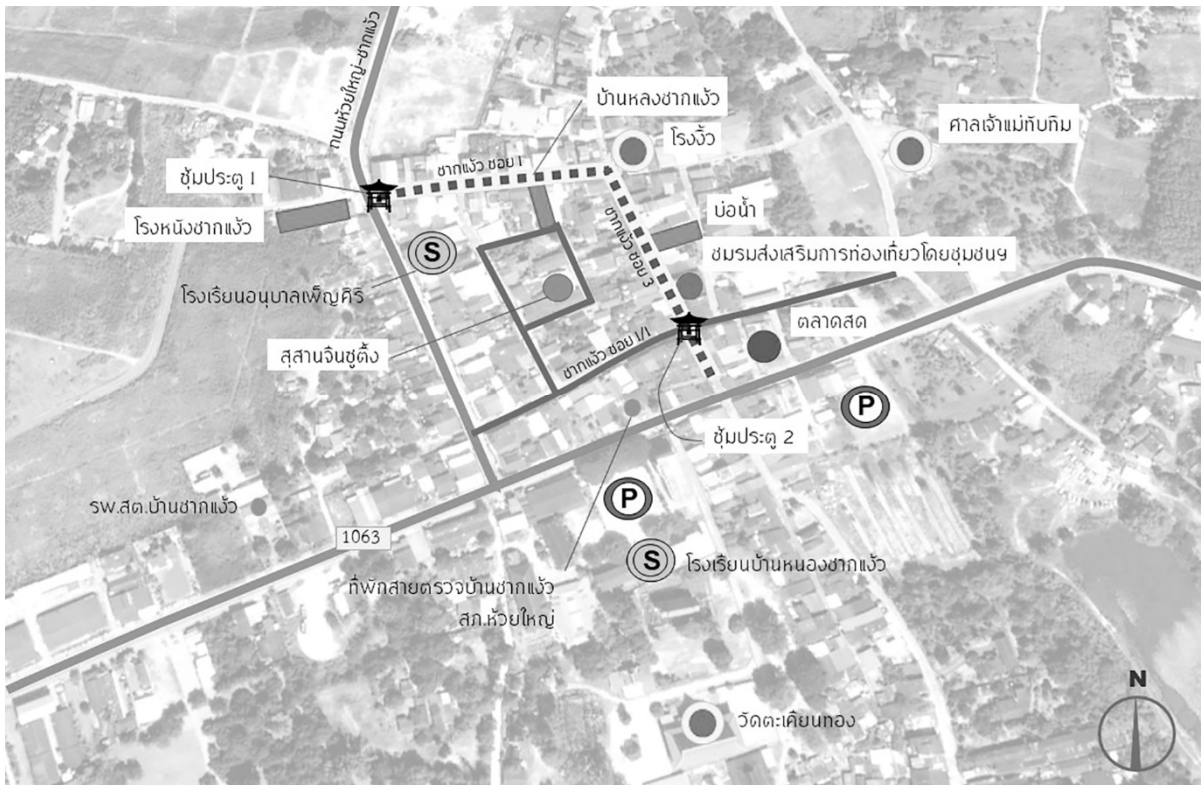
ชุมชนตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 10 (บ้านหนองซากแก้ว) ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ห่างจากเมืองพัทยาประมาณ 15 กิโลเมตร และอยู่ภายใต้เขตการปกครองของเทศบาลตำบลห้วยใหญ่ (ภาพที่ 1) สภาพแวดล้อมส่วนใหญ่ของชุมชนเป็นพื้นที่ราบสลับเนินเขา และมีลำห้วยกระจายตัวทั่วบริเวณ จึงทำให้พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การเพาะปลูก ในเขตพื้นที่ราบมักเป็นพื้นที่นา ส่วนบริเวณที่ราบสูงมักเป็นพื้นที่สำหรับเพาะปลูกพืชสวน โดยเฉพาะสวนมะพร้าวที่กระจายอยู่ทั่วไป และพืชไร่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมันสำปะหลัง และอ้อย ในปัจจุบันชุมชนบ้านหนองซากแก้ว ประกอบด้วย 1,805 ครัวเรือน และจำนวนประชากร 4,302 คน¹⁷ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลากหลาย เช่น ค้าขาย ทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน รับจ้าง และทำไร่ มีบางส่วนทำสวนและเลี้ยงสัตว์



ภาพที่ 1 ขอบเขตพื้นที่
ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอ
บางละมุง จังหวัดชลบุรี
ที่มา: ปรับปรุงจากเทศบาล
ตำบลห้วยใหญ่ และ <https://www.google.com>

พื้นที่ชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือตลาดจีนโบราณ
บ้านชากแง้ว ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของบริเวณจุดตัดระหว่างถนนห้วยใหญ่-
ชากแง้ว กับถนนชากแง้ว หรือถนนชนบท 1063 ที่เชื่อมระหว่างถนนสุขุมวิท
และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 331 มีคลองคล้าไหลผ่านชุมชนทางด้านทิศ
ตะวันออก ชุมชนแห่งนี้สามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง แต่โดยมากต้องเป็น
การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล มีเพียงรถโดยสารสาธารณะสายชากแง้ว-
นาเกลือเท่านั้นที่ผ่านบริเวณชุมชน ผังชุมชนบริเวณตลาดจีนมีลักษณะเป็น
สี่เหลี่ยมผืนผ้าและมีถนนซอยย่อยเป็นวงอยู่ภายใน (ภาพที่ 2) ซึ่งเป็นที่ตั้งของ
สุสานจีนชูตึ้ง หรือสุสานบรรพบุรุษของชุมชนที่สร้างทับโรงฝิ่นเดิม บ้านเรือน
ในบริเวณตลาดส่วนใหญ่เป็นอาคารเรือนแถวเพื่อการพักอาศัยที่สร้างด้วยไม้
และคอนกรีตสูง 1-3 ชั้น มีบางส่วนเป็นบ้านเดี่ยวสูง 2 ชั้น (ภาพที่ 3)
โดยเฉพาะเรือนแถวไม้ ในหลายหลังยังคงลักษณะและศิลปสถาปัตยกรรม
ดั้งเดิมของท้องถิ่นเอาไว้ได้เป็นอย่างดี (ภาพที่ 4)

นอกจากบ้านเรือนเพื่อการพักอาศัย บริเวณชุมชนยังมีอาคารประเภท
อื่น ๆ ประกอบด้วย ศาลเจ้าแม่ทับทิม โรงจิว โรงหนังชากแง้ว วัดตะเคียนทอง
โรงเรียนอนุบาลเพ็ญศิริ โรงเรียนบ้านหนองชากแง้ว ตลาดสด สถานีตำรวจ





หน้าตรงข้าม บน:

ภาพที่ 2 องค์ประกอบ
ในละแวกชุมชนตลาดจีน
โบราณบ้านชากแง้ว
ที่มา: ปรับปรุงจาก
<https://www.google.com>

หน้าตรงข้าม ล่าง:

ภาพที่ 3 ความสูงของ
อาคารบริเวณถนนคนเดิน
ในชุมชนตลาดจีนโบราณ
บ้านชากแง้ว

บนและขวา: ภาพที่ 4.1-4.3
ลักษณะอาคารในชุมชน
ตลาดจีนโบราณชากแง้ว



และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลบ้านชากแง้ว นอกจากนี้เนื่องจากในปัจจุบันชุมชนตลาดจีนโบราณชากแง้วเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ จึงมีการจัดเตรียมที่จอดรถหลักบริเวณถนนชากแง้วเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวใน 2 ส่วน ส่วนแรกตั้งอยู่เอียงกับตลาดสด และส่วนที่สองใช้ลานโล่งของโรงเรียนบ้านหนองชากแง้ว

พัฒนาการของชุมชนบ้านหนองซากแก้ว

เนื่องจากบริเวณชุมชนบ้านหนองซากแก้ว (หมู่ 10) ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับเนินเขา และมีระยะทางห่างจากทะเลประมาณ 8-9 กิโลเมตร ในอดีตบริเวณพื้นที่จึงเต็มไปด้วยป่าไม้และแหล่งน้ำที่สร้างความอุดมสมบูรณ์ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก ทำให้มีผู้คนซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนไทยเริ่มเข้ามาแผ้วถางป่า และจับจองพื้นที่เพื่อทำการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกมันสำปะหลัง อ้อย และพืชชนิดอื่น ๆ ตั้งแต่ก่อน พ.ศ. 2450 ในช่วง พ.ศ. 2450-2460 เป็นช่วงที่มีผู้คนเข้ามาตั้งรกรากมากขึ้น และเป็นช่วงที่มีชาวจีนซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวแต้จิ๋ว ทั้งที่อาศัยอยู่ในบริเวณบางละมุงอยู่ก่อนแล้ว และที่อพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ เข้ามาจับจองพื้นที่บริเวณนี้ โดยมักมีการแต่งงานกับคนไทยเพื่อให้ได้สิทธิ์ในการอยู่อาศัยและการถือครองพื้นที่ทำกิน ทำให้เกิดการก่อตั้งบ้านเรือนเป็นชุมชน และเริ่มมีการตั้งโรงงานโม้แป้งมันสำปะหลังขึ้น จนกระทั่ง พ.ศ. 2480 มีการตั้งโรงเลื่อยเพื่อแปรรูปไม้ ในขณะที่เดียวกันมีการเพิ่มจำนวนของโรงงานโม้แป้งมันสำปะหลังมากขึ้นอีกหลายแห่งในละแวกพื้นที่ชุมชน¹⁸ บริเวณชุมชนจึงมีผู้คนเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อเข้ามาแล้วจะออกไปภายนอกเป็นไปด้วยความลำบาก เนื่องจากเส้นทางเชื่อมต่อง่ายมีความกันดาร ภายในชุมชนจึงมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน¹⁹ โดยมีการอัญเชิญเจ้าแม่ทับทิมมาประทับบริเวณศาลเพียงตาของชุมชนอีกด้วย

ในช่วง พ.ศ. 2490-2515 เป็นช่วงที่ชุมชนบ้านหนองซากแก้วมีผู้คนหลังไหลเข้ามาทำงานและทำการค้า มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ มีการเพิ่มขึ้นและการขยายตัวของธุรกิจต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งโรงโม้แป้งมันสำปะหลัง โรงงานน้ำตาล โรงเลื่อยและธุรกิจต่อเนื่อง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร และธุรกิจบริการต่าง ๆ เช่น โรงทำเต้าหู้ โรงทำเส้นก๋วยเตี๋ยว โรงผัสดอง ร้านทอง ร้านถ่ายรูป ร้านขายยา ร้าน Snooker โรงผัสดอง โรงโคมเขียว (หรือ หอนางโลม) โรงเตี้ยม ที่พักอาศัยให้เช่า ฯลฯ²⁰ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาองค์ประกอบอื่น ๆ ของชุมชนเพิ่มเติมในเวลาต่อมา²¹ ได้แก่ ใน พ.ศ. 2492 มีการสร้างโรงเรียนบ้านหนองซากแก้วเพื่อรองรับการให้การศึกษาแก่บุตรหลานของผู้คนที่อยู่อาศัยในละแวกชุมชน ใน พ.ศ. 2497 สร้างวัดตะเคียนทอง และโรงหนังซากแก้วเปิดฉายหนังครั้งแรก ใน พ.ศ. 2508 ปรับปรุงศาลเจ้าแม่ทับทิมหรือศาลอำมาตย์ซากแก้วครั้งสำคัญ ใน พ.ศ. 2512 มีการสร้างโรงจั่วเพื่อเป็นการสักการบูชาต่อศาลเจ้าแม่ทับทิม ใน พ.ศ. 2513 เปิดตลาดสดเพื่อให้ชุมชน

มีแหล่งจับจ่ายที่ครบครัน ในช่วงมากกว่าทศวรรษนี้นับเป็นช่วงที่ชุมชนบ้านหนองซางแก้วมีความเจริญรุ่งเรืองมากสูงสุด มีผู้คนอยู่อาศัยและทำกิจกรรมในชุมชนมากและตลอดเวลา ซึ่งในช่วงกลางวันจะเป็นบรรยากาศของการทำงานและการค้าขาย ส่วนในช่วงกลางคืนเป็นบรรยากาศของการพักผ่อนตามสถานบันเทิง นอกจากนี้ชุมชนยังมีการจัดงานคอนเสิร์ตและการแสดงดนตรี โดยใช้พื้นที่ของโรงหนังซางแก้วเป็นสถานที่จัดงานอีกด้วย บ้านหนองซางแก้วจึงนับเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาตัวเป็นย่านการค้าที่มีความเจริญอย่างมาก เมื่อเทียบกับชุมชนอื่นๆ โดยรอบ

ตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา จากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา และการพัฒนาแหล่งอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยรอบ ประกอบกับการเดินทางที่สะดวกมากขึ้น ส่งผลทำให้แรงงานที่เคยทำงานและพักอาศัยในบริเวณชุมชนแห่งนี้โยกย้ายไปทำงานและมีที่อยู่อาศัยตามแหล่งงานที่เกิดขึ้นนอกชุมชน ร้านค้าต่าง ๆ หายไปปิดตัวลง ทำให้ชุมชนมีความซบเซา จนกระทั่งมีการปิดการใช้งานโรงหนังซางแก้วใน พ.ศ. 2525 บ้านเรือนบางหลังถูกปล่อยทิ้งร้าง ประกอบกับการไม่มีแหล่งงานในชุมชน ลูกหลานส่วนใหญ่จึงออกไปเรียนและทำงานในเมืองหรือต่างจังหวัด มีเพียงผู้สูงอายุที่ยังคงอยู่ในชุมชนเท่านั้น ชุมชนแห่งนี้จึงยังมีความเงียบเหงามากขึ้นเรื่อย ๆ

อย่างไรก็ตามชุมชนยังคงมี 3 กิจกรรมประเพณีที่สำคัญที่ปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ งานจ๊ว จะจัดขึ้นก่อนวันตรุษจีน งานวันเกิดเจ้าแม่ทับทิม จะจัดขึ้นหลังวันตรุษจีน 12-15 วัน โดยทุกปีจะมีการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนตลอดแนวนนของชุมชน ร่วมกับการฉายหนังอีกด้วย และงานวันประทับทรงเจ้าแม่ทับทิม และเทศกาลเทกระจาด ช่วงประมาณเดือนมิถุนายน โดยจะมีการจัดจ๊ว 3 คืน ในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมประเพณีเหล่านี้ลูกหลานที่ออกไปอยู่นอกชุมชนเกือบทั้งหมดจะกลับมาร่วมงาน และเป็นช่วงเวลาที่ชุมชนจะมีความคึกคัก นอกจากนี้ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา งานประเพณีไหว้พระจันทร์ถูกจัดให้เป็นกิจกรรมที่สำคัญของชุมชนเพิ่มเติมขึ้นมาด้วย²²

แห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559) โดยเริ่มจากจังหวัดชลบุรีร่วมกับเทศบาลตำบลห้วยใหญ่ ได้คัดเลือกบ้านซากแก้วให้เป็นหนึ่งในหลายชุมชนเพื่อเข้าร่วมการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านหนองซากแก้วได้ตัดสินใจเข้าร่วม โดยผ่านขบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมกับสำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง อพท.3 (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)) และมีเทศบาลตำบลห้วยใหญ่ร่วมให้การสนับสนุน อย่างไรก็ตาม ในระยะแรก ๆ เป็นช่วงของการลองผิดลองถูกของชุมชน โดยมีการจัดนำเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงชุมชน และพบว่ายังไม่ใช้ตัวตนของตัวเอง จึงมีการทบทวนและเริ่มต้นค้นหาเอกลักษณ์ของชุมชนใหม่ โดยมี อพท. ทำหน้าที่เป็นเสมือนพี่เลี้ยง และผู้สนับสนุนทั้งด้านองค์ความรู้ กระบวนการของชุมชน และงบประมาณบางส่วน

ช่วง พ.ศ. 2555-2557 นับเป็นช่วงของการทดสอบความเป็นไปได้ และเตรียมความพร้อมของชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว โดยใน พ.ศ. 2555 ชุมชนบ้านหนองซากแก้วได้เลือกทดลองจัดงานเทศกาลไหว้พระจันทร์ (ภาพที่ 6) เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ที่มีทั้งการแสดงงาน ประเพณี และการจำหน่ายสินค้าในลักษณะถนนคนเดิน โดยมีหน่วยงานท้องถิ่น ช่วยประชาสัมพันธ์ ผลการจัดงานในครั้งนี้นักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เหตุผลส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการที่ชุมชนตั้งอยู่ใกล้เมืองพัทยา ด้วย ชุมชนจึงได้ทำการทดลองตลาดและจัดงานเทศกาลไหว้พระจันทร์จนถึง พ.ศ. 2557 รวมเป็นระยะเวลา 3 ปี และในช่วงเวลานี้ได้ทำการศึกษาเรียนรู้ บทเรียนจากชุมชนอื่น ๆ มีการเตรียมความพร้อมของชุมชนในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชน เพื่อจัดทำการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดย้อนยุค ในอดีต (Retro tourism)

ในวันเสาร์ที่ 2 พฤษภาคม 2558 เป็นวันเปิดตลาดถนนสายวัฒนธรรม ไทย-จีนโบราณ หรือตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้วในลักษณะถนนคนเดิน ภายใต้การดำเนินงานของชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองซากแก้ว โดยมีการประสานความร่วมมือกับเทศบาลตำบลห้วยใหญ่ อพท. และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การจัดกิจกรรมถนนคนเดินในชุมชนแห่งนี้มีขึ้นเฉพาะช่วงเวลาประมาณ 15.00-21.00 น. ของทุกวันเสาร์เท่านั้น และมีการจัดอย่างต่อเนื่อง แม้จะเกิดสถานการณ์ไม่พึงประสงค์ โดยเฉพาะเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ที่ต้องทำให้มีการงดการจัดกิจกรรมเป็น



ภาพที่ 6.1-6.3 บรรยากาศ
การจัดงานเทศกาลวันไหว้
พระจันทร์ของบ้านซากงิ้ว
ในวันอาทิตย์ที่ 30 กันยายน
2555

ที่มา: Pee-Pol, ชุมชนจีน
ซากงิ้ว, เข้าถึงเมื่อ
17 มิถุนายน 2565, เข้าถึง
ได้จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/pee-pol/2012/09/30/entry-1>



บางช่วงก็ตาม จากการสัมภาษณ์ การจัดให้มีถนนคนเดินเพียงเฉพาะช่วง
บ่าย-ค่ำของวันเสาร์นั้น เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับคนในชุมชน
กล่าวคือ ลูกหลานที่ไปอยู่หรือทำงานในต่างท้องถิ่น โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ
จะได้เดินทางกลับมาบ้านในเย็นวันศุกร์ และเริ่มเตรียมของ/ สิ้นค้าร่วมกับ
คนในครอบครัว เพื่อเปิดจำหน่ายในช่วงเวลาของกิจกรรม และให้วันอาทิตย์
เป็นช่วงเวลาเก็บทำความสะอาดและเป็นวันพักผ่อนร่วมกันสำหรับครอบครัว
ก่อนเดินทางแยกย้ายกลับเพื่อไปเริ่มต้นทำงานต่อไป

การจัดถนนคนเดินในตลาดจีนโบราณบ้านซางแก้ว จัดอยู่บนไหล่ทาง และขอบของถนนซางแก้วซอย 1 เชื่อมต่อไปยังถนนซางแก้วซอย 3 ในลักษณะ เป็นรูปตัว L โดยมีความยาวประมาณ 300 เมตร ภายใต้ขอบเขตของ 2 ชุม ประตุ (ดูภาพที่ 2 และภาพที่ 9) ทั้งนี้เมื่อแรกเริ่มเปิดตลาดถนนคนเดินใน พ.ศ. 2558 มีจำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมน้อยกว่า 30 ร้าน และบางส่วนเป็นร้านค้า ของคนนอกชุมชน เนื่องจากผู้คนในชุมชนยังไม่มี ความมั่นใจ แต่เมื่อการจัดการ ท่องเที่ยวเริ่มประสบความสำเร็จ ชุมชนเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีจำนวนร้านค้าเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยใน พ.ศ. 2563 มีร้านค้าที่ขึ้นทะเบียนจำนวน 180 ร้าน แบ่งเป็นร้านของคนในชุมชนจำนวน 140 ร้าน และของคนนอก 40 ร้าน จากการเพิ่มจำนวนร้านค้าจึงทำให้ต้องมีการขยายตัวของพื้นที่การจัดถนนคนเดินออกมาจากด้านชุม ประตุ 2 ด้วย แต่มีการควบคุมไม่ให้ถึงถนนซางแก้ว เพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นต่อ นักท่องเที่ยวได้

การจัดกิจกรรมถนนคนเดินนอกจากการจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ โดยชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารคาว-หวานที่นับเป็นหนึ่งในทุนทางวัฒนธรรม ดั้งเดิมที่สำคัญของชุมชนแล้ว ชุมชนยังมีการจัดกิจกรรมเสริม (Events) ที่สัมพันธ์กับงานประเพณีตามเทศกาลต่าง ๆ ในหลายรูปแบบ ที่สามารถให้ทั้ง ความรู้ ความสนุกสนาน และการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวไปด้วย นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมในการเผยแพร่ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน ในด้านต่าง ๆ ในช่วงเวลาอื่น ๆ ตามการติดต่อนัดหมาย ได้แก่ กิจกรรมทำ หน้ากากจีน กิจกรรมการเรียงเม็ดข้าว การทำบ๊ะจ่าง

ทุกกิจกรรมและร้านค้าอยู่ภายใต้การกำกับดูแลและการดำเนินการ ของชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองซางแก้ว โดยทำงาน ประสานความร่วมมือกับเทศบาลตำบลห้วยใหญ่เป็นหลัก ทั้งนี้ชุมชนและกลุ่ม ร้านค้ามักมีการประชุมร่วมกัน เพื่อทำความเข้าใจและตัดสินใจร่วมกันอย่าง สม่ำเสมอ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ มีความเป็นเอกภาพ มีคุณภาพ และแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน โดยไม่ทำลายสังคมวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเฉพาะถนนคนเดิน แม้ว่า จะเป็นเพียงเฉพาะช่วงเวลาในช่วงสุดสัปดาห์ สำหรับชุมชนนับว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก เพราะนอกจากจะทำให้พื้นที่เศรษฐกิจของชุมชนบางส่วน และ อาคารบ้านเรือนได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูแล้ว ยังทำให้ชุมชนกลับมามีชีวิต

เนื่องจากสังคมครอบครัวได้กลับมา รวมทั้งยังทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความสุขของผู้สูงวัยในชุมชน เนื่องจากได้ทำกิจกรรม ถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยน และพูดคุยกับนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นเป้าหมายสำคัญในการ พัฒนาชุมชนบ้านหนองซางแก้วผ่านการจัดท่องเที่ยว โดยไม่ได้หวังผลประโยชน์ ทางการเงินเป็นที่ตั้ง²⁴

สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในตลาดจีนโบราณบ้านซางแก้ว

นอกจากอาคารบ้านเรือนและร้านค้าที่จัดขึ้นสองฟากฝั่งถนน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับการจัดถนนคนเดินของตลาดจีนโบราณบ้านซางแก้วแล้ว จากการสำรวจ จะพบว่ายังมีองค์ประกอบทางกายภาพอื่น ๆ ที่ถูกจัดให้มีขึ้น เพื่อสนับสนุน กิจกรรม สร้างบรรยากาศ และอำนวยความสะดวกสาธารณะในการท่องเที่ยว ถนนคนเดินแห่งนี้ โดยสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ จุดรวมกิจกรรม และองค์ประกอบอื่น ๆ

ประเภทแรก คือจุดรวมกิจกรรมที่สำคัญสำหรับการบริการนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย โรงหนังซางแก้ว บ้านหลังซางแก้ว และบ่อน้ำ

○ โรงหนังซางแก้ว หรือซางแก้วรามา ซึ่งถูกยกเลิกการใช้งานไปแล้ว ถูกนำมาปรับปรุงเพื่อใช้พื้นที่ เฉพาะเพียงพื้นที่บริเวณด้านหน้าโรงหนังเท่านั้น เนื่องจากอาคารส่วนในมีสภาพโครงสร้างที่ทรุดโทรม และยังไม่มีการปรับปรุง หรือซ่อมแซม พื้นที่ส่วนหน้านี้ถูกใช้เป็นที่จัดแสดงข้อมูลความรู้เกี่ยวกับชุมชน บางส่วน และช่วยสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวแบบย้อนยุคบริเวณทางเข้า ด้านซุ้มประตู 1

○ บ้านหลังซางแก้ว ซึ่งตั้งอยู่บนถนนซางแก้ว ซอย 1 เป็นเรือนแถว 2 คูหาที่ถูกปรับให้เป็นพิพิธภัณฑ์สำหรับให้ความรู้เกี่ยวกับชุมชนและวิถีในการ อยู่อาศัยในอดีต และเป็นจุดบริการอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวใน ด้านห้องน้ำ ที่นั่งพัก จุดนัดพบ และจุดประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย รวมถึง เป็นพื้นที่ในการเรียนรู้ภูมิปัญญาในด้านต่าง ๆ ของชุมชนผ่านการทำกิจกรรม โดยเฉพาะการทำหน้ากากจีน โดยมีการจำหน่ายสินค้าของชุมชนไปด้วยบางส่วน พิพิธภัณฑ์บ้านหลังซางแก้วถูกจัดทำขึ้นตั้งแต่เริ่มเปิดตลาด และทยอยสร้าง ส่วนจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้ของชุมชนในอดีตเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยสิ่งของ ที่จัดแสดงเป็นของสะสมของเจ้าของบ้านหลังซางแก้ว และบางส่วนได้มาจากการบริจาคของคนในชุมชน



บน: ภาพที่ 7.1 ชากแง้ว
รามา

ล่าง: ภาพที่ 7.2 บ้านหลง
ชากแง้วในตลาดจีนโบราณ
บ้านชากแง้ว



○ บ่อน้ำ หรือเรียกว่า ปากบ่อ ตั้งอยู่บริเวณกลางพื้นที่ท่องเที่ยว ถนนชากแง้วซอย 3 เป็นส่วนที่ชุมชนมีความประสงค์ในการสร้างขึ้น เพื่อเป็น จุดอำนวยความสะดวกสาธารณะหลักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งทำหน้าที่ เป็นทั้งจุดหมายตา (Landmark) จุดศูนย์รวม (Node) และจุดนัดพบระหว่าง นักท่องเที่ยว เป็นจุดให้บริการความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชน และการ บริการห้องน้ำสาธารณะ

ประเภทที่สอง คือองค์ประกอบอื่น ๆ ในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว ซึ่งนอกจากจะเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน อันได้แก่ ที่จอดรถ ป้าย ห้องน้ำ ถังขยะ และที่นั่งพักแล้ว ยังพบสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ รถเจ๊ก ชุมประตู่ และโคมไฟ

○ รถเจ๊ก หรือรถลาก เป็นพาหนะที่สำคัญของชุมชนในอดีต และได้รับการฟื้นฟูและนำกลับมาใช้ใหม่ รถเจ๊กถูกนำมาเป็นองค์ประกอบในการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งในลักษณะการจัดแสดง ณ จุดต่าง ๆ ในบริเวณตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว และเคลื่อนที่ไปมา (Movable exhibition) ในบริเวณถนนคนเดิน เพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราวในอดีตผ่านการให้ข้อมูลและการสาธิตการใช้งานด้วย การนำรถเจ๊กกลับมาใช้เป็นพาหนะในถนนคนเดิน นอกจากจะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะวิถีชีวิตของชุมชนในอดีต และการแสดงถึงอัตลักษณ์แล้ว ยังทำให้ชาวบ้านมีรายได้ และได้รับความภูมิใจอีกด้วย

○ ชุมประตู่ มีอยู่ 2 แห่ง คือชุมประตู่ที่ 1 ที่ปลายของถนนชากแง้วซอย 1 และชุมประตู่ที่ 2 บริเวณถนนชากแง้วซอย 3 ที่ติดกับถนนชากแง้วซอย 1/1 ซึ่งถูกสร้างให้มีลักษณะจีน และทำหน้าที่แสดงขอบเขตของพื้นที่ท่องเที่ยว

○ โคมไฟ มีลักษณะเป็นโคมสีแดงทรงกลม ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก ถูกแขวนในระดับอาคารชั้น 2 เป็นแถว ๆ เชื่อมสองฝั่งของถนน ตลอดเส้นทางที่มีการจัดถนนคนเดิน แลวของโคมไฟซึ่งมีประมาณ 3-5 ดวงโคมต่อแถว นอกจากจะช่วยให้แสงสว่างแล้ว ยังสร้างสีสันและบรรยากาศให้การท่องเที่ยวอีกด้วย

ภาพที่ 8.1-8.2 รถเจ๊ก
ในตลาดจีนโบราณบ้าน
ชากแง้ว





บนและขวา: ภาพที่ 10.1-10.2
ลักษณะโคมไฟในถนนคนเดิน
ตลาดจีนซากงิ้ว
ล่าง: ภาพที่ 9.1-9.2 ชุมประตู่ใน
ตลาดจีนโบราณบ้านซากงิ้ว



จากการศึกษาองค์ประกอบทางกายภาพที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรม และอำนวยความสะดวกสาธารณะในการท่องเที่ยวถนนคนเดินตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้วเหล่านี้ ทำให้เห็นความสำคัญใน 2 ส่วน ส่วนแรก คือ โคมไฟและซุ้มประตู เป็นส่วนที่ช่วยทำให้เกิดการปิดล้อมที่สร้างขอบเขตของพื้นที่ท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดความชัดเจน เกิดความสามารถในการควบคุม และการนำทางที่สร้างอัตลักษณ์และบรรยากาศการท่องเที่ยว ส่วนที่สอง คือ ซากแก้วราม่า บ้านหลังซากแก้ว และบ่อน้ำ เป็นจุดรวมกิจกรรมสำคัญที่ถูกวางในตำแหน่งที่กระจายตัวตลอดแนวถนนคนเดิน ซึ่งทำให้เกิดระยะการหยุดทำกิจกรรมได้เป็นช่วง ๆ ที่มากกว่าการเป็นเส้นทางที่มีกิจกรรมการค้าโดยตลอดเพียงอย่างเดียว ในขณะที่เดียวกันยังมีรถเจ๊กที่ช่วยสร้างสรรค์บรรยากาศการท่องเที่ยวที่แสดงเรื่องราวในอดีตที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ อีกด้วย ทั้งนี้จากองค์ประกอบเพื่อการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวเหล่านี้ของชุมชนจะพบว่าบ่อน้ำเป็นองค์ประกอบทางกายภาพที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อการบริการสาธารณะเป็นหลัก ในขณะเดียวกันยังแฝงนัยยะของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของชุมชนอีกด้วย

บ่อน้ำ: การถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมในตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้ว

“บ่อน้ำ” หรือเรียกอีกชื่อว่า ปากบ่อ เป็นชื่อที่เรียกทั้งองค์ประกอบสำคัญที่ตั้งอยู่ ซึ่งคือบ่อน้ำโบราณจำลอง และหมายถึงทั้งพื้นที่ในส่วนนี้ เดิมพื้นที่บ่อน้ำนี้เป็นพื้นที่ที่มีบ้านไม้ขนาด 2 คูหา ถูกปล่อยทิ้งร้างให้อยู่ในสภาพผุพังและทรุดโทรม เนื่องจากเจ้าของบ้านหลังนี้ย้ายออกไปอยู่ที่อื่น (ภาพที่ 11) คณะกรรมการของชุมชนเห็นว่าหากมีการเปิดถนนคนเดิน พื้นที่ที่รกร้างนี้จะ เป็นพื้นที่ที่ไม่ส่งเสริมบรรยากาศของชุมชน ทำให้เกิดมูมอับ และอาจเกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยวได้ จึงได้ขอเช่าพื้นที่ของบ้านหลังนี้ เพื่อสร้างเป็นจุดศูนย์กลางในบริการสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนยังขาดอยู่ด้วยการจัดการพื้นที่รกร้างนี้กระทำโดยการรื้อถอนบ้านเก่าออก และออกแบบปรับปรุงพื้นที่บริเวณนี้ใหม่ทั้งหมด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการปรับภูมิทัศน์ชุมชนด้วย โดยเป็นความร่วมมือของคนในชุมชน วัสดุไม้ที่รื้อจากบ้านเก่าก็ถูกนำกลับมาใช้สร้างส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่บ่อน้ำแห่งนี้ รวมถึงบ่อน้ำโบราณจำลองก็ถูกสร้างโดยคนในชุมชนที่มีความชำนาญในการทำบ่อน้ำ และการทำหินเทียมด้วยเช่นกัน²⁵



บน: ภาพที่ 11.1-11.2
บ่อน้ำ/ปากบ่อของตลาดจีน
ซากแก้วที่ถูกทิ้งร้าง

ล่างซ้าย: ภาพที่ 11.3
บ่อน้ำใน พ.ศ. 2558

ล่างขวา: ภาพที่ 11.4
ส่วนหน้าของบ่อน้ำใน
พ.ศ. 2563

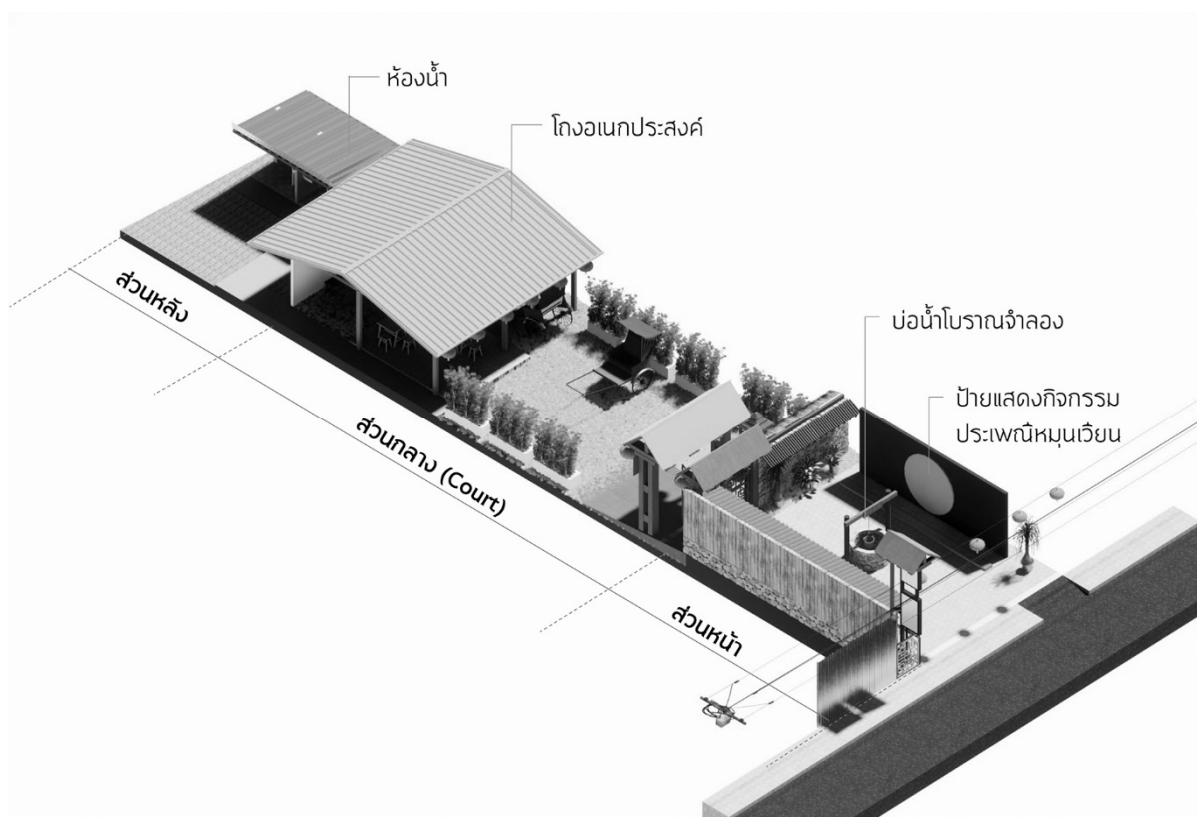
ที่มา: ชัยสามหยด เทียว
ชอกแซก, เทียวตามรอย
กวีเอกสุนทรภู่...นิราศเมือง
แกลง...ชุมชนจีนโบราณ
บ้าน “ซากแก้ว”, เข้าถึง
เมื่อ 18 มิถุนายน 2565,
เข้าถึงได้จาก [https://
www.tiewzogzag.com/](https://www.tiewzogzag.com/)

พื้นที่ของบ่อน้ำสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลัก (ภาพที่ 12) คือ
หน้า-กลาง-หลัง และถูกสร้างขึ้นเป็นระยะ ๆ โดยส่วนหน้าเป็นส่วนที่สร้างขึ้น
เป็นลำดับแรก และเปิดใช้เมื่อมีการเปิดถนนคนเดินในวันที่ 2 พฤษภาคม 2558
ส่วนกลางและหลังเป็นส่วนที่สร้างและเปิดใช้ในปัดต่อ ๆ มา

ส่วนหน้าของบ่อน้ำซึ่งเป็นพื้นที่เชื่อมต่อกับทางเดินบาทวิถี และมีบ่อน้ำ
โบราณจำลองตั้งอยู่บริเวณตรงกลาง โดยมีผนังโอบล้อม 3 ด้าน ผนังด้านข้าง
ถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่ที่มีป้ายแสดงประวัติความเป็นมาโดยสังเขปของชุมชน
และสามารถใช้เป็นที่นั่งพักได้ด้วย นอกจากนี้ในบริเวณส่วนหน้านี้ยังเป็นส่วน
ที่ชุมชนใช้จัดงานในลักษณะนิทรรศการหมุนเวียน เพื่อแสดงถึงกิจกรรมหรือ
เทศกาลงานประเพณีที่สำคัญของชุมชนในช่วงเวลานั้น ๆ อีกด้วย จากส่วนหน้า
จะมีซุ้มประตูและทางลาดเพื่อผ่านเข้าสู่ส่วนกลาง ส่วนกลางเป็นส่วนที่มีลักษณะ
เป็น Court เปิดโล่ง ถูกโอบล้อมด้วยผนัง 2 ด้าน ที่มีการปลูกต้นไม้ตกแต่ง
ตลอดแนว และมีอาคารที่มีลักษณะเป็นโถงโถงอยู่ลึกเข้าไปด้านใน ภายในพื้นที่
Court มีรถจักรยานและเกี้ยวแบบจีนโบราณตั้งแสดงอยู่ ซึ่งเป็นพาหนะที่ชุมชนยังคง
มีการใช้งาน โดยเฉพาะเกี้ยวจะถูกนำไปใช้ในงานประเพณีของศาลเจ้าแม่ทับทิม

พื้นที่ Court นี้เป็นพื้นที่ที่มีความสงบและร่มรื่น ซึ่งแตกต่างจากส่วนหน้าที่มีบ่อน้ำ หรือชุมชนโดยรวม ส่วนอาคารโถงที่อยู่ด้านในเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่นั่งพัก และเป็นพื้นที่ที่ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองซากแก้วใช้สำหรับต้อนรับ บรรยาย หรือทำกิจกรรมของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ ที่มีจำนวนไม่เกิน 40 คน ทั้งส่วนหน้าและส่วนกลางถูกออกแบบและสร้างโดยคนในชุมชนให้มีลักษณะที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมจีน จากส่วนกลางผ่านตรอกแคบเพื่อตรงไปส่วนที่อยู่ด้านหลังสุด เป็นที่ตั้งของห้องน้ำสาธารณะที่มีรูปแบบมาตรฐาน และมีการใช้วัสดุสมัยใหม่ โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนมาจาก อพท. พื้นที่บริเวณบ่อน้ำในสวนถูกออกแบบเพื่อคนทั้งมวล โดยเฉพาะผู้ที่นั่งรถเข็น (Wheel chair) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

ภาพที่ 12 การแบ่งพื้นที่และองค์ประกอบบริเวณบ่อน้ำ





บน: ภาพที่ 13 บรรยากาศบริเวณส่วนกลาง (Court) ของบ่อน้ำ

กลาง: ภาพที่ 14 ทางเดินไปส่วนหลัง (ซ้าย) ห้องน้ำสาธารณะ (ขวา)

ล่าง: ภาพที่ 15 บ่อน้ำพื้นที่/จุดพบปะสังสรรค์และถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว



บ่อน้ำ หรือปากบ่อ ถูกสร้างขึ้นให้เป็นจุดในการอำนวยความสะดวกสาธารณะที่มีประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลาย สำหรับบริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบ่อน้ำโบราณจำลองซึ่งตั้งอยู่ในส่วนหน้าของพื้นที่บริการนี้ ถูกเลือกโดยความตั้งใจและเป็นความเห็นร่วมกันของคนในชุมชน เนื่องจากในอดีตในช่วงเวลาที่บริเวณชุมชนยังเป็นแหล่งอุตสาหกรรมของโรงงานโมแม่เป็งมัน โรงงานอื่น ๆ และบริเวณตลาดถูกสร้างเพื่อเป็นเรือนแถวให้เช่าสำหรับพักอาศัยหรือทำการค้า โดยยังไม่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในแบบปัจจุบัน ประกอบกับบริเวณชุมชนในฤดูแล้งน้ำจะแห้งมาก ดังนั้นทุกคนจะต้องไปตักน้ำหรือรอคิวตักน้ำจากบ่อน้ำรวมมาใช้ โดยบ่อน้ำเดิมที่ชุมชนใช้มีขนาดกว้างประมาณ 5-6 เมตร ตั้งอยู่ในพื้นที่ส่วนบุคคล ซึ่งในปัจจุบันได้ถูกถมไปแล้ว เนื่องจากไม่มีการใช้งานมานานแล้ว และเจ้าของต้องการใช้พื้นที่ บริเวณบ่อน้ำเป็นสถานที่ที่ทำให้ผู้คนได้มาพบกัน ได้รู้จักกัน และพูดคุยทักทายกัน บ่อน้ำจึงเป็นเสมือนพื้นที่ทางสังคม (Social space) ที่ชุมชนเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญ จึงมีการจำลองขึ้นมาใหม่ตามภูมิปัญญาการสร้างในแบบเดิม เพื่อเป็นสื่อสัญลักษณ์ที่แสดงความสำคัญทางวัฒนธรรมของชุมชนตามความหมายในอดีต บ่อน้ำทำหน้าที่เปลี่ยนพื้นที่รกร้าง (Abandoned space) ให้กลายเป็นสถานที่ (Place) เป็นพื้นที่สาธารณะทางสังคมแบบผสมผสาน²⁶ ที่สื่อความหมายทางวัฒนธรรมสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน โดยมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว และกิจกรรมในวิถีใหม่ ๆ

สรุป

ตลาดจีนโบราณบ้านซากแก้วเป็นชุมชนค้าขายพื้นถิ่นแห่งหนึ่งที่เคยมีความเจริญรุ่งเรือง แต่เกิดความซบเซาลง อันเนื่องจากผลการพัฒนาในหลายด้าน ในระแวกจังหวัดชลบุรีและพื้นที่เชื่อมโยง ตั้งแต่ พ.ศ. 2558 ชุมชนแห่งนี้ได้รับการฟื้นฟูทั้งในแง่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาคารบ้านเรือน และองค์ประกอบของชุมชน ผ่านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบถนนคนเดิน ซึ่งเป็นเพียงช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ต่อสัปดาห์เท่านั้น การจัดงานนอกจากจะสามารถสอดแทรกกิจกรรมที่แฝงความรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีการจัดให้มีองค์ประกอบทางกายภาพเพื่ออำนวยความสะดวกสาธารณะภายใต้การแสดงขอบเขตพื้นที่กิจกรรมที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับแนวคิดย้อนยุคในอดีตที่เป็นเป้าหมายในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

องค์ประกอบที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการนำเอาทรัพยากรที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีการใช้งานแล้ว กลับมาประยุกต์ใช้ผ่านการจัดแสดงนิทรรศการ ทั้งที่เป็นแบบถาวรและชั่วคราว และในรูปแบบกิจกรรมที่ผสมผสานไปกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยสามารถบอกเล่าเรื่องราววิถีวัฒนธรรมของชุมชน ให้ทั้งคนรุ่นใหม่ของชุมชนได้รับรู้ความเป็นมาของตนเอง และในขณะที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมเรียนรู้ ที่มีไข่มุมเพียงกิจกรรมการจับจ่ายซื้อสินค้าของชุมชนเท่านั้น “บ่อน้ำ” ซึ่งเป็นทั้งองค์ประกอบสำคัญและเป็นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่จากความเห็นร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อเป็นการปรับปรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่และชุมชนให้เป็นพื้นที่บริการสาธารณะ ในขณะเดียวกันทำหน้าที่เป็นสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยเฉพาะในการเป็นพื้นที่ที่สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ของชุมชนในแบบเดิม แต่มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะทางวัฒนธรรมแบบผสมผสาน นอกจากนี้การสร้างบ่อน้ำยังทำให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรที่ประหยัดผ่านการร่วมคิดและทำ รวมถึงทำให้เห็นแนวทางในการซ่อนหรือห่อหุ้มความเป็นมาฐานที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปเอาไว้ โดยเฉพาะห้องน้ำ และเลือกที่จะเปิดเผยอัตลักษณ์ของตัวเองให้เป็นภาพจำในการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตนเอง

ในปัจจุบันหลายชุมชนได้เริ่มมีการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว และแม้ว่าในแต่ละท้องที่มีเงื่อนไขของท้องถิ่นที่แตกต่างกันออกไป แนวทางการดำเนินงานของชุมชนตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว ไม่มากก็น้อยน่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดข้อคิดต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะในการท่องเที่ยวของชุมชนอื่น ๆ หากจำเป็นต้องสร้างให้เกิดคุณค่าที่เชื่อมโยงกับความเป็นท้องถิ่น และเกิดการแสดงออกที่หลากหลายของท้องถิ่นต่อไป

เชิงอรรถ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างสำหรับการอำนวยความสะดวกสาธารณะในการท่องเที่ยวโดยชุมชน” โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และได้รับหนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยแบบยกเว้น (COE No. COE63/118) จากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

² สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, **ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด** (กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2549), 1-17.

³ เรื่องเดียวกัน.

⁴ อรศิริ ปาณินท์ และสมคิด จิระทัตกุล, “โครงการวิจัยเรือนค้าขายพื้นถิ่นในชุมชนเมือง,” ใน **เรือนค้าขายพื้นถิ่นในชุมชนเมือง** (กรุงเทพฯ: เจ พรีน, 2544), 1-4.

⁵ ยงธนีสร์ พิมลเสถียร, “ประเด็นวิกฤตเรื่องการอนุรักษ์ชุมชนประวัติศาสตร์ในเมืองสำหรับประเทศไทย,” **วารสารหน้าจั่ว ว่าด้วยประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมไทย**, ฉบับที่ 9 (กันยายน 2555-สิงหาคม 2556): 101-119; วันดี พินิจวรสิน, “การฟื้นฟูชุมชนตลาดศาลเจ้าโรงทองหลังเพลิงไหม้ 2548,” **วารสารหน้าจั่ว ว่าด้วยประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมไทย**, ฉบับที่ 15 (มกราคม-ธันวาคม 2561): 142-171.

⁶ ภูเกริก บัวสอน, “การฟื้นฟูตลาดเก่าในเมืองไทย,” **Veridian E-Journal SU**, no. 4 (May-August 2011): 36-55; ชาตรี ประภิตนทการ, **Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism จริตชนชั้นกลางใหม่กับการโหยหาอดีต**, เข้าถึงเมื่อ 21 พฤษภาคม 2564, เข้าถึงได้จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/retromarket-nostalgia-tourism/>

⁷ จิตศักดิ์ พุฒจรร และคนอื่น ๆ, **คู่มือการประเมินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนย่านเมืองเก่า** (กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563), 1-10.

⁸ Aylin Orbasli, **Tourists in historic towns:**

Urban conservation and heritage management (New York: Taylor & Francis, 2009), 3.

⁹ สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน** (กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2540), 7-14.

¹⁰ นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท, “สารจากผู้อำนวยการ อพท.,” ใน **สรุปเสวนา: เวทีรวมพล...คนท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Forum by DASTA ตอน “Story Telling: รวมพล...ค้นหาความหมาย** (กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561), 1-3.

¹¹ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), **การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน**, เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/cbt-thailand/>

¹² European Network for Accessible Tourism, **Services and facilities for accessible tourism in Europe**, accessed August 2, 2019, available from https://www.accessible-tourism.org/resources/enat_study-2_services_and_facilities_en.pdf

¹³ Yael Ram, Peter Björk, and Adi Weidenfeld, “Authenticity and place attachment of major visitor attractions,” **Tourism Management** 52 (2016): 110-122.

¹⁴ เอเดรียน สอนอดกราส, “บทนำ,” ใน **สัญลักษณ์แห่งพระศุภ, แปลโดย ภัทรพร สิริกาญจน และคนอื่น ๆ** (กรุงเทพฯ: อมรินทร์วิชาการ, 2541), 1-10.

¹⁵ Bundesministerium Für Wirtschaft Und Arbeit, **ARCHITECTURE IN TOURISM: Analysis of the interaction between architecture and tourism**, accessed May 15, 2007, available from http://www.platou.at/portal3/images/stories/Download/amg_summary.pdf

¹⁶ ศัพล จันเพชร และพิทักษ์ ศิริวงศ์, “การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านชากแง้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี,”

วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 10, 1 (มกราคม-มีนาคม 2558): 111–121; ขวลิย์ ณ ถลาง, ผกามาศ ชัยรัตน์ และเกริกกิต ชัยรัตน์, “การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดจีนบ้านชากแง้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี,” วารสารบัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 13, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2564): 1-18.

¹⁷ เทศบาลตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี, **สภาพสังคม**, เข้าถึงเมื่อ 24 ตุลาคม 2462, เข้าถึงได้จาก <http://www.huayyai.go.th/general3.php>

¹⁸ Yang Yajun, “ชุมชนบ้านชากแง้ว: การฟื้นฟูและการดำรงอยู่ (พ.ศ. 2552-2558)” (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2560), 10-11.

¹⁹ สัมภาษณ์ นิภา ชูชัยวัฒนศักดิ์, คนในชุมชนบ้านหนองชากแง้ว ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี, 17 ตุลาคม 2563.

²⁰ เรื่องเดียวกัน.

²¹ Yang Yajun, “ชุมชนบ้านชากแง้ว: การฟื้นฟูและการดำรงอยู่ (พ.ศ. 2552-2558),” 11-14.

²² สัมภาษณ์ นิภา ชูชัยวัฒนศักดิ์, คนในชุมชนบ้านหนองชากแง้ว ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี, 17 ตุลาคม 2563.

²³ เรื่องเดียวกัน.

²⁴ เรื่องเดียวกัน.

²⁵ เรื่องเดียวกัน.

²⁶ เมธี พริยการนนท์ และนพดล ตั้งสกุล, “ปริทัศน์บทความ: เรื่องพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ทางวัฒนธรรม และพื้นที่สาธารณะทางวัฒนธรรม,” วารสารหน้าจั่ว ว่าด้วยประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม และสถาปัตยกรรมไทย, 18, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2564): 134-158.

Bibliography

Bundesministerium Für Wirtschaft Und Arbeit.

ARCHITECTURE IN TOURISM:

Analysis of the interaction between architecture and tourism. Accessed May 15, 2007. Available from http://www.platou.at/portal3/images/stories/Download/amg_summary.pdf

Chatri Prakitnonthakan. **Retro market nai**

krasæ nostalgia tourism charit chon chan klāngmai kap kām hōiha ‘adit [Retro market in the movement of Nostalgia Tourism-Middle class norms and Nostalgia]. Accessed May 21, 2021. Available from <https://www.tatreviewmagazine.com/article/retromarket-nostalgia-tourism/>

Chawalee Na Thalang, Pakamas Chairatana and

Kirkkit Chairatana. “kānchātkañ kānthōngthēo dōi chumchon talat Chīn bān chāk ngæo ‘amphœ bānglamung changwat Chon Buri [Management of community-based tourism: A case of Baan ChakNgao Chinese Market, Bang Lamung District, Chonburi Province].” **SSRU Graduate Studies Journal** 13, 1 (January-June 2021): 29-46.

Designated Areas for Sustainable Tourism

Administration (Public Organization).

kānthōngthēo dōi chum chom yāng yangyūn [Sustainable community-based tourism].

Accessed February 2, 2022. Available from <https://www.tatreviewmagazine.com/article/cbt-thailand/>

European Network for Accessible Tourism.

Services and facilities for accessible tourism in Europe. Accessed August 2, 2019. Available from https://www.accessible-tourism.org/resources/enat_study-2_services_and_facilities_en. Pdf

Huai Yai Subdistrict Municipality, Bang Lamung District, Chonburi Province. **saphāp sangkhom [Social conditions]**. Accessed October 24, 2022. Available from <http://www.huayyai.go.th/general3.php>

Jitrasak Putjorn and others. **khūmū kānpromcēn khīt khwāmsāmāt nai kān rōng rap khōng lāeng thōngthīeo nai phūnthī chumchon yān mūāng kao [Handbook for carrying capacity assessment of tourism attractions in the old town community areas]**. Bangkok: Chulalongkorn University, 2020.

Katchaphon Janpetch and Phitak Siri Wong
“kārabūn nā kān thun thāng watthanatham sū kān pen lāeng thōngthīeo chōeng sāngsan dūai krabūankān mī sūan rūam khōng chumchon: kōṭani sukṣā chumchon bān chāk ngāo ‘amphoe bānglamung chāngwat Chon Buri [The integration of cultural capital into a creative tourist attraction through participatory process: A case study of Ban Chak Ngaew community, Bang Lamung District in Chonburi Province].” **Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)** 10, 1 (January-March 2015): 111–121.

Methee Piriyakarnnon and Nopadon Thungsakul.

“parithat botkhwām: rūāng phūnthī sāthāra phūnthī thāng watthanatham lāe phūnthī sāthāra thāng watthanatham [Article review: Public space, cultural space and public cultural space].” **NAJUA: History of Architecture and Thai Architecture** 18, 1 (January-June 2022): 134-158.

Nalikartipak Sangsanit. “sān chāk phu ‘amnuai kān ‘aphot [Message form the director of DASTA].” In **sarup sēwana: wēthī rūamphon khon thōngthīeo dōi chumchon CBT Forum by DASTA tōn Story Telling: rūamphon... khonhā khwāmmai [Seminar conclusion: Gathering stage...CBT People in CBT Forum by DASTA in the session of “Story telling: gathering...searching for meanings]**, 1-3. Bangkok: Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), 2018.

Nipha Chuchaiwattanasak. Local people in Ban Nhong Chak-Ngaew, Huai Yai Subdistrict, Bang Lamung District, Chonburi Province. Interview, October 17, 2020.

Office of Tourism Destination, Office of Tourism Development, Ministry of Tourism and Sports. **khūmū khruākhaī kānthōngthīeo dōi chumchon [Handbook for community-based tourism network]**. Bangkok: Office of Tourism Destination, 2007.

Orbasli, Aylin. **Tourists in historic towns:**

Urban conservation and heritage management. New York: Taylor & Francis, 2009.

Ornsiri Panin and Somkid Jiratatsanaku.

“Introduction.” In **rūan khākhaī phūn thin nai chumchon mūang [Commercial vernacular houses in the city communities]**, 1-4. Bangkok: J. Print, 2001.

Phukrirk Bausorn. “kān fūnfū talāt kao nai mūang Thai [The revitalization of the old markets in Thailand].”

Veridian E-Journal SU, no. 4 (May-August 2011): 36-55.

Ram, Yael, Peter Björk, and Adi Weidenfeld.

“Authenticity and place attachment of major visitor attractions.” **Tourism Management** 52 (2016): 110-122

Snodgrass, Adrian. “Introduction.” In **sanyalak**

hæng phra sathūp [Symbols of pagoda], 1-10. Translated by Pattraporn Sirikarn and others. Bangkok: Amarin Printing and Publishing, 1998.

Somrak Chaisingkananont. **talāt nai chīwit**

chīwit nai talāt [Market in life-Life in market]. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre, 2006.

Wandee Pinijvarasin. “kān fūnfū chumchon

talāt sān chao rōng thoṅ lang phlōeng mai sōṅphanhārōṅsippæēt [Rehabilitation of San Chao Rong Thong market community after the fire in 2005].” **NAJUA: History of Architecture and Thai Architecture**, no. 15 (January-December 2018): 142-171.

Yajun, Yang. “chumchon bān chāk ngæo:

kān fūnfū læ kān damrong yū (Phō.Sō. sōṅphanhārōṅhāsipsōṅ-sōṅphanhārōṅhāsippæēt [Ban Chak-Ngaew community: Reconstruction and revival during A.D.2009-2015].” Master Thesis, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University, 2017.

Yongtanit Pimonsathe. “praden wikrit rūang

kān ‘anurak chumchon prawattisāt nai mūang samrap prathēt Thai [Critical issues on the conservation of historic urban community for Thailand].”

NAJUA: History of Architecture and Thai Architecture, no.9 (September 2012–August 2013): 101-119.