

บทที่ 5

บทสรุป

หากพิจารณาความหมายการท่องเที่ยวอย่างกว้างๆ การท่องเที่ยวคือประพาศกิจกรรมอย่างหนึ่งที่สัมพันธ์กับการเดินทางของมนุษย์ กล่าวคือ ถ้าหากว่าการเดินทางนั้นมีนัยของความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือแฝงนัยของการพักผ่อนไปในตัว การเดินทางก็อาจเรียกว่าการท่องเที่ยวได้

การเดินทางท่องเที่ยวมีพัฒนาการมาเป็นลำดับ โดยเฉพาะในสังคมตะวันตก นับตั้งแต่การเดินทางในลักษณะของการจาริกแสวงบุญ เพื่อไปสักการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อันเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วทั้งยุโรปท่ามกลางบรรยากาศของการนับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก สถานที่ต่างๆ ที่นักแสวงบุญเดินทางไปนั้นได้ก่อให้เกิดที่พักตามรายทางเพื่อรองรับผู้เดินทาง และได้พัฒนารูปแบบการให้บริการ เช่น การจัดการเรื่องพาหนะสำหรับการเดินทาง พร้อมเตรียมเรื่องอาหารและที่พัก มีหนังสือแนะนำสถานที่สำหรับที่จะไปจาริกแสวงบุญให้ด้วย ผู้แสวงบุญเพียงแต่จ่ายเงินค่าบริการเท่านั้น

ต่อมา การท่องเที่ยวแบบแกรนด์ทัวร์ อันเป็นที่นิยมในหมู่ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางระดับสูงในประเทศอังกฤษในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 18 ได้สถาปนาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ขึ้น กล่าวคือได้สร้างแบบแผนและค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวบางประการขึ้น เช่น การเดินทางต้องปลอดภัยและสะดวกสบาย ราวกับอยู่ในบ้านของตนเอง การเดินทางมีจุดมุ่งหมายเพื่อไปสัมผัสเยี่ยมชมโบราณสถาน อันนำพาให้ผู้ท่องเที่ยวสามารถจินตนาการรำลึกย้อนถึงอดีตอันรุ่งเรือง เป็นต้น

วัฒนธรรมการท่องเที่ยวแบบแกรนด์ทัวร์ได้เปลี่ยนโฉมมาสู่การท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่ (Modern Tourism) การท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่นี้เกิดขึ้นบนพื้นฐานทางสังคมยุคทุนนิยมอุตสาหกรรมที่ชนชั้นกลางเป็นกลุ่มที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจ และใช้กำลังทางเศรษฐกิจของตัวเองเข้าถึงพื้นที่การบริโภคต่างๆ เพื่อตอบสนองความสุขความสำราญให้แก่ตัวเอง ในฐานะที่เป็นรางวัลชีวิตสำหรับการทำงานหนักในสถานที่ทำงาน อย่างเช่น การเดินช้อปปิ้งในห้างสรรพสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุด เป็นต้น และสืบเนื่องจากสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมได้ทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างกลายเป็นสินค้า ซึ่งต้องใช้กำลังทางเศรษฐกิจในการเข้าถึง การท่องเที่ยวในยุคสมัยใหม่ก็ได้ถูกทำให้กลายเป็นเรื่องทางการค้าหรือเชิงพาณิชย์ มีธุรกิจที่ให้บริการนำ

เที่ยวเกิดขึ้นตั้งแต่สมัยปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 และเฟื่องฟูในสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าของมวลชนที่ทุกคนสามารถเข้าถึงด้วยกำลังทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวไปในส่วนอื่นๆ ของโลก โดยในช่วงแรกการขยายตัวนั้นเกิดขึ้นเพื่อเปิดพื้นที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่มีกำลังทางเศรษฐกิจสูงจากโลกตะวันตกให้เข้าไปแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ หรือความสุขสำราญในเชิงการท่องเที่ยวในสวนอื่นของโลกที่ไกลพ้นจากสังคมที่ตนคุ้นเคย

ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ก่อให้เกิดพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นในประเทศต่างๆ ที่อยู่นอกทวีปยุโรป โดยเฉพาะในบรรดากลุ่มประเทศโลกที่สาม หรือประเทศกำลังพัฒนา การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศโลกที่สามนี้ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรและสถาบันระหว่างประเทศ โดยพยายามสร้างภาพลักษณ์ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวมีผลดีต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่สนับสนุนแนวคิดดังกล่าว มีกาจัดหน่วยงานของรัฐเพื่อทำหน้าที่ดูแลส่งเสริมการท่องเที่ยวนับตั้งแต่ช่วงต้นปี 2500 เป็นต้นมา การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ของรัฐไทยได้ก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างมากมายขึ้นภายในประเทศ และที่สำคัญ ได้ก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้น โดยสนับสนุนให้ส่วนท้องถิ่นเป็นผู้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ของตน นอกจากนี้ ในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองไทยนั้น หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวก็มีบทบาทกระตุ้นส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยด้วย เพื่อจะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองไทยเจริญขึ้น

เพราะฉะนั้น ความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ส่วนหนึ่งที่มีอาจปฏิเสธได้ก็คือเกิดจากการส่งเสริมโดยรัฐทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ทั้งการรณรงค์ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ และเกิดจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการดึงดูดให้คนรู้สึกอยากไปเที่ยว

และสืบเนื่องจากรูปแบบวิถีชีวิตของคนไทยในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่รับอิทธิพลจากตะวันตก คนไทยส่วนหนึ่งหันเหมาใช้ชีวิตแบบเมือง กลายเป็นคนชนชั้นกลางในเมืองที่มุ่งแสวงหาความสุขความสำราญให้แก่ตนเอง ด้วยการขยายโลกส่วนตัวเข้าไปในพื้นที่อื่นๆ ที่อยู่ห่างไกลจากบ้านของตัวเอง ดังนั้นการแสวงหาความสุขความสำราญของคนเมืองจึงแสดงออกด้วยการเข้าไปบริโภคพื้นที่ต่างๆ ผ่านกำลังทางเศรษฐกิจ กล่าวอีกนัยหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวในยุคของการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์นี้ ในที่สุดก็คือพื้นที่การบริโภคของคนชนชั้นกลางนั่นเอง

ตลาดดอนหวายเป็นกรณีศึกษาที่สนับสนุนปรากฏการณ์ดังกล่าวได้อย่างดี จากเดิมที่เป็นพื้นที่ของชุมชนชาวบ้านอย่างแท้จริง มีเกิดมีเสื่อมตามวัฏจักรของความเจริญของเมือง มาเป็นพื้นที่ที่ถูกประกอบการสร้างความหมายอันหลากหลาย อันสัมพันธ์และสอดคล้องกับสังคมบริโภคนิยมของคนชนชั้นกลาง

วัตถุประสงค์ในการประกอบสร้างความหมายแก่ตลาดดอนหวายนั้น ได้แก่

- 1.อาหารที่มีชื่อเสียง คือเปิดพะไล้และขนมตาล
- 2.ความเป็นตลาดเก่าแก่ และวิถีชาวบ้าน ซึ่งสะท้อนออกมาในชุดคำว่า “โบราณ” “เจ้าดั้งเดิม” เช่น กาแฟสูตรโบราณ ขนมตาลเจ้าดั้งเดิม เป็นต้น และแสดงผ่านกิจกรรมการล่องเรือชมสวนชาวบ้าน และขายพืชผักผลไม้ที่เน้นว่าเป็นของพื้นเมือง

- 3.บรรยากาศและทิวทัศน์ริมน้ำที่สุขสงบ เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ

- 4.การทำบุญ ตลาดดอนหวายเกิดขึ้นได้เพราะวัดดอนหวายเป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่ง และในที่สุดพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ก็ได้อาศัยวัดมาช่วยสร้างความหมายอีกทอดหนึ่ง ผู้คนที่มีเที่ยว นอกจากจะได้กินอาหารอร่อยและได้พักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังสามารถแวะทำบุญให้อิ่มอกอิ่มใจ ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของคนไทยแต่เดิมอยู่แล้ว

วัตถุประสงค์ 4 ประการได้ช่วยประกอบสร้างความหมายให้แก่ตลาดดอนหวายให้กลายเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การจับจ่ายซื้ออาหารการกิน เป็นพื้นที่ที่เปิดรับประสบการณ์แปลกใหม่สำหรับคนเมือง ที่ต้องการหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจของชีวิตประจำวัน และเป็นพื้นที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ พร้อมทั้งอาจได้ “บุญ” กลับบ้านอีกด้วย ดังนั้น ตลาดดอนหวายจึงเป็นพื้นที่ที่สมบูรณ์พร้อมสำหรับการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวคือเป็นพื้นที่ที่ให้คุณประโยชน์พร้อมกัน 3 ประการ ได้แก่ อิ่มท้อง อิ่มตา และอิ่มใจ

นอกจากนี้ ความหมายของพื้นที่ตลาดดอนหวายนี้ยังสัมพันธ์และสอดคล้องกับนิสัยการบริโภคของคนชนชั้นกลาง ในขณะที่ตลาดดอนหวายได้สถาปนาความเป็นตลาดเก่าแก่ ที่ยังอบอวลด้วยบรรยากาศที่แสดงถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านมาเป็นจุดขายนักท่องเที่ยว พื้นที่การท่องเที่ยวแห่งนี้ได้ผ่านการจัดการและจัดวางอย่างเป็นระบบ ด้วยอิทธิพลความเป็นเมืองและวัฒนธรรมบริโภคนิยมในปัจจุบัน

ตลาดดอนหวายมีการจัดวางพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากรูปธรรมที่ง่ายที่สุดคือ การจัดที่จอดรถบริการนักท่องเที่ยว และการแบ่งโซนพื้นที่ขายสินค้า และมีการจัดวางสินค้าให้เป็นไปตามรสนิยมของคนชนชั้นกลาง ที่เป็นลูกค้าสำคัญของตลาดดอนหวาย เช่น ผักที่มีการบรรจุหีบห่อติดป้ายราคาเรียบร้อย ไม่ต่างกับสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต หรือขนมชาววัง ซึ่งแม้จะขัดแย้งกับ

พื้นที่เดิมที่เป็นชุมชนชาวบ้าน แต่ดำรงอยู่ได้ เพราะสอดคล้องกับอุปนิสัยของคนชนชั้นกลางที่ชื่นชอบการโยกย้ายถิ่นฐานอันรุ่งเรืองและงดงามของความเป็นไทย

ในนามของ "การท่องเที่ยวไทย" ได้เนรมิตให้ตลาดดอนหวาย ซึ่งเคยชบเซานั้นให้เป็นพื้นที่ที่มีชีวิตและมีความหมาย ที่สอดคล้องกับสังคมบริโภคนิยมในปัจจุบัน อันมีชนชั้นกลางที่มีรสนิยมสำเร็จรูปเข้ามาช่วยซึมซับความหมายของพื้นที่ และช่วยเสริมให้พื้นที่แห่งนี้คงความเป็นพื้นที่แห่งการบริโภคอย่างเข้มข้นต่อไป