การเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของตลาดน้ำในยุค Ai - Robotic : กรณีศึกษาตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม*

Changes and adaptation in the era of AI-Robotic of floating markets in Samut Songkhram Province

ศุภการ สิริไพศาล*, อัญมณี ชูมณี, อภิชาติ มหาราชเสนา, วัชรี อรุณราช, ธัญชนก พูลสวัสดิ์

Supakarn Siripaisarn, Anyamanee Chumanee, Apichat Maharachsena Watcharee Arunrach, Thanyachanok Poolsawat

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน

Graduate School, Learning Institute For Everyone

Corresponding Author E-mail: grad@life.ac.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการของตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม 2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของตลาดน้ำด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคัดเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การสำรวจและสังเกตภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีพัฒนาการจากชุมชนริมน้ำที่ใช้แม่น้ำลำคลองเป็นเส้นทางคมนาคมและค้าขาย สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยตลาดน้ำอัมพวามีการฟื้นฟูและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ขณะที่ตลาดน้ำท่าคายังคงรักษาเอกลักษณ์การค้าขายทางเรือและวิถีชีวิตชาวสวนดั้งเดิม 2) การเปลี่ยนแปลงระบบคมนาคม โครงสร้างเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้ชุมชนปรับเปลี่ยนอาชีพ รูปแบบการค้าขาย และการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร และการชำระเงิน ซึ่งก่อให้เกิดทั้งโอกาสทางเศรษฐกิจและความท้าทายต่อการอนุรักษ์วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชน และ 3) แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอย่างยั่งยืนควรมุ่งเน้นการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีเครือข่าย การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสม รวมถึงการพิจารณานำปัญญาประดิษฐ์มาสนับสนุนการบริหารจัดการและบริการท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัว; ตลาดน้ำ; เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์; การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

This research article aimed to 1) study the background and development of floating markets in Samut Songkhram Province, 2) examine changes and adaptations of floating

* Received December 22, 2023; Revised June 7, 2024; Accepted July 30, 2024

markets in economic, social, cultural, and environmental aspects, and 3) study guidelines for developing floating markets for sustainable tourism. This qualitative study purposively selected two study sites: Amphawa Floating Market and Tha Kha Floating Market in Samut Songkhram Province. Data were collected through document review, field surveys and observations, in-depth interviews, and focus group discussions. The data were analyzed using content analysis, and the findings were presented through analytical description.

The findings revealed that 1) both floating markets evolved from riverside communities that used rivers and canals for transportation and trade into cultural tourism destinations. Amphawa Floating Market has been revitalized and has developed diverse tourism activities, while Tha Kha Floating Market continues to preserve its distinctive boat-based trading and traditional orchard-farming way of life. 2) Changes in transportation systems, economic structures, tourism promotion, and technological advancement have led communities to adapt their occupations, trading practices, and tourist services. Social media and digital technologies are used for publicity, communication, and payments, creating both economic opportunities and challenges for the preservation of community ways of life and the environment. 3) Guidelines for sustainable floating market development should emphasize the conservation of local identity and wisdom, the promotion of community and stakeholder network participation, the development of entrepreneurs' capacities, and the appropriate application of digital technologies, including consideration of the use of artificial intelligence to support tourism management and services in the future, in order to achieve a balance among economic, social, cultural, and environmental dimensions.

Keywords: Change and Adaptation; Floating Market; Artificial Intelligence Technology; Sustainable Tourism

บทนำ

ในอดีต วิถีชีวิตของคนไทยมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับแม่น้ำลำคลอง ทั้งด้านการตั้งถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ การคมนาคม และการค้าขาย จนเกิดเป็นตลาดน้ำซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนริมน้ำ (มณีวรรณ ผิวนิ่ม และปรารถนา จันทรุพันธุ์, 2546; อุดม เชยกีวงศ์, 2552) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบคมนาคมทางบกส่งผลให้การสัญจรและการค้าขายทางน้ำลดบทบาทลง ตลาดน้ำจึงต้องปรับตัวเพื่อรักษาเอกลักษณ์และความสามารถในการดำรงอยู่ จังหวัดสมุทรสงครามเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สัมพันธ์กับระบบนิเวศน้ำ โดยเฉพาะตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา ซึ่งมีประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น แม้ทั้งสองแห่งจะได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเร่งให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว

การพัฒนาตลาดน้ำในบริบทปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดการปรับตัวและการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ และการให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ World Tourism Organization และ Saxion

University of Applied Sciences (2025) ชี้ให้เห็นว่า AI มีศักยภาพในการยกระดับบริการการท่องเที่ยว เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน การพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการกระจายรายได้สู่ชุมชน ตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2564; United Nations, 2015) ดังนั้น การศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคาในยุค AI และหุ่นยนต์ จึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจบริบท ปัจจัย และแนวทางการปรับตัวของตลาดน้ำให้สอดคล้องกับพลวัตทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดยไม่ละเลยการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมุ่งเน้นตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา เพื่อศึกษาลักษณะการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปรับตัว และแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชน โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการสืบสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ผลการวิจัยคาดว่าจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงแนวทางสำหรับการพัฒนาตลาดน้ำให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจและรายได้ให้แก่ชุมชน ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้อย่างสมดุล อันจะเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา และพัฒนาการของตลาดน้ำในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม
3. ศึกษาแนวทางการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของตลาดน้ำในยุค AI–Robotic: กรณีศึกษาตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การศึกษาและวิเคราะห์เอกสารร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของตลาดน้ำ การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่ศึกษาโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ 1) ตลาดน้ำอัมพวา ตำบลอัมพวา และ 2) ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยพื้นที่ทั้งสองแห่งมีประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตชุมชน และรูปแบบการค้าขายทางน้ำที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น อีกทั้งมีลักษณะการปรับตัวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จึงเหมาะสมสำหรับการศึกษาการเปลี่ยนแปลงและแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอย่างยั่งยืน

2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ และข้อมูลจากหน่วยงานหรือแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนามผ่านการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน การประกอบอาชีพ การบริหารจัดการตลาดน้ำ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำ โดยมีกลุ่มผู้เกี่ยวข้องที่กล่าวถึงในการศึกษา ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แนวคำถามปลายเปิดเพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา พัฒนาการของตลาดน้ำ อัตลักษณ์ชุมชน การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอย่างยั่งยืน

แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ใช้บันทึกข้อมูลจากการสำรวจและสังเกตสภาพพื้นที่ วิถีชีวิตชุมชน การประกอบอาชีพ กิจกรรมการค้าขาย และการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง

แนวประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ใช้เป็นกรอบในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำ ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ การอนุรักษ์อัตลักษณ์ชุมชน และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แบบสอบถามผู้ประกอบการ ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การค้าขาย การจัดการสินค้าและบริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

เครื่องบันทึกเสียง ใช้ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม โดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลก่อนบันทึก เพื่อนำข้อมูลมาถอดความและตรวจสอบความถูกต้องสำหรับการวิเคราะห์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสาร โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย และแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ประวัติความเป็นมา พัฒนาการของตลาดน้ำ และแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม โดยสำรวจพื้นที่ตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของตลาดน้ำ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และแนวทางการปรับตัวของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบข้อมูล โดยนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามมาตรวจสอบความสอดคล้องและความน่าเชื่อถือ พร้อมนำข้อค้นพบไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาชุมชน เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมของผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้นำข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มมาจัดระบบและวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เริ่มจากการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล การถอดความ การจำแนกประเด็นสำคัญ และการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การ

วิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่ออธิบายประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของตลาดน้ำ การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การนำเสนอผลการวิจัยใช้รูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยเชื่อมโยงข้อค้นพบจากข้อมูลภาคสนามกับข้อมูลเอกสารและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงและแนวทางการปรับตัวของตลาดน้ำทั้งสองแห่งอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1. ความเป็นมาและพัฒนาการของตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสมุทรสงครามเป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมายาวนาน โดยมีแม่น้ำแม่กลองและเครือข่ายคลองเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตั้งถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ และวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ โดยเฉพาะตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น การค้าขายทางน้ำ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

ตลาดน้ำอัมพวาในอดีตเป็นศูนย์กลางการค้าขายทางน้ำที่สำคัญ แต่เมื่อการคมนาคมทางบกขยายตัว บทบาทของตลาดน้ำจึงลดลง ส่งผลให้ชุมชนและอาคารบ้านเรือนเสื่อมโทรม ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 มีการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาเป็นตลาดน้ำยามเย็น โดยอาศัยความร่วมมือของชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การจำหน่ายอาหารและสินค้าท้องถิ่น การล่องเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ และการชมหิ่งห้อย จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นต้นแบบการอนุรักษ์ชุมชนริมน้ำ ส่วนตลาดน้ำท่าคายังคงรักษาเอกลักษณ์ของตลาดนัดทางน้ำและวิถีชีวิตชาวสวนไว้ โดยมีพัฒนาการจากการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าทางเรือในอดีต สู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิม มีการจัดตลาดทั้งตามวันนัดดั้งเดิมและวันเสาร์–อาทิตย์ รวมถึงจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

โดยสรุป ตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคาแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของตลาดน้ำจากศูนย์กลางการค้าทางน้ำในอดีตสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน โดยนำทุนทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ชุมชนมาเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการ พร้อมคำนึงถึงความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

2. การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา และตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า จังหวัดสมุทรสงคราม มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในอดีตที่มีความผูกพันกับสายน้ำตลอดมา การเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำ เป็นการเปลี่ยนแปลงการสัญจรทางน้ำมาเป็นทางบก การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากที่ดิน การก่อสร้างเขื่อนตามโครงการชลประทานแม่กลองใหญ่ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการใช้เรือติดเครื่องยนต์เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ สร้างอาชีพ เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้มากขึ้น ช่วยให้เกิดการกระตุ้นการผลิต ชาวบ้านในชุมชนมีงานทำ และรายได้เข้าสู่ชุมชนด้วย ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงตลาดน้ำโดยผลจากการเปลี่ยนแปลงการคมนาคมทางบก ทำให้เกิดพื้นที่

ศูนย์กลางเมืองตามแนวแม่น้ำแม่กลอง เช่น ชุมชนเมืองแม่กลอง ชุมชนอัมพวา ชุมชนบางน้อย ทำให้ตลาดน้ำส่วนใหญ่สิ้นสุดลง บางส่วนเปลี่ยนแปลงไปเพื่อการท่องเที่ยว และบางส่วนคงอยู่ โดยเฉพาะตลาดน้ำเดิมคงอยู่ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชนตลาดน้ำ มีสาเหตุสำคัญเกือบทั้งหมดมาจากปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวกระตุ้นและส่งผลให้ผู้คนในชุมชนต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อความอยู่รอด จากการเปลี่ยนแปลงจากสังคมชนบทเป็นสังคมของเมืองท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ ตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันชุมชนตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีการปรับตัวโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวมากขึ้น มีการจัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, You tube และ TikTok รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสำหรับการชำระเงินและการสอบถามเส้นทางผ่าน Google Map ที่จะค้นหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตด้วยตนเองที่บ้านหรือที่ทำงาน เพื่อให้สามารถวางแผนและจัดการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการและความพึงพอใจ โดยก่อนการเดินทาง (Pre-trip) ในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว ระหว่างเดินทาง (During-trip) จะใช้เพื่อบันทึกและเก็บเกี่ยวประสบการณ์หรือรีวิวสถานที่ และเมื่อสิ้นสุดการเดินทาง (Post –trip) นักท่องเที่ยวจะแชร์แบ่งปันประสบการณ์ เพื่อแสดงให้คนอื่นได้เห็น ช่วงเวลา และสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไป ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การทำตลาดคอนเทนต์ (Content Marketing) application, TikTok, Instagram ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีและอินเตอร์เน็ตเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ตลอดจนแพลตฟอร์ม ที่เน้นรูปแบบออนไลน์ สามารถโอนเงินและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ และพัฒนาโลจิสติกส์แบบดิลีเวอรี Social Media เนื่องจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ภายใต้แนวคิด BEST ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) B – Booking หมายถึง การจองและวางแผนการเดินทางล่วงหน้า 2) E – Environmental หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3) S – Safety หมายถึง การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและการป้องกันความเสี่ยงด้านสุขภาพ และ 4) T – Technology หมายถึง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการเดินทางและยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว แนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับตัวของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงความปลอดภัย การใช้เทคโนโลยี และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน

3. แนวทางในการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา มีเป้าหมายร่วมกันในการอนุรักษ์อัตลักษณ์และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น โดยนำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวสวน อาหารพื้นถิ่น ผลผลิตทางการเกษตร และทรัพยากรธรรมชาติ มาพัฒนาเป็นกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดสมุทรสงคราม

การพัฒนาตลาดน้ำในยุคดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล และสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและการบริการของผู้ประกอบการและคนในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่ายในการบริหารจัดการและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว (One Day Trip) เพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ชุมชน

อย่างไรก็ตาม ตลาดน้ำท่าคาควรได้รับการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน และการปรับปรุงการเข้าถึงด้วยระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเพิ่มความสะดวกและกระตุ้นการกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยการพัฒนาตลาดน้ำทั้งสองแห่งควรมุ่งเน้นคุณภาพการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของตลาดน้ำในยุค AI–Robotic กรณีศึกษาตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยศึกษาตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การอนุรักษ์อัตลักษณ์ชุมชนและการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่ามีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ โดยมีการปรับเปลี่ยนจากตลาดเพื่อการค้าขายของคนในชุมชนมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ วัลภา รัศมีโชติ วรเดช จันทรศร วิพร เกตุแก้ว และเพ็ญศรี ฉิรินัง (2566) ที่เสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยเน้นความร่วมมือของคนในชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง การอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลอดจนการพัฒนากิจกรรมให้เหมาะกับบริบทของพื้นที่ ตลอดจนสอดคล้องกับ ณิชมน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน (2564) ที่พบว่า การจัดการตลาดน้ำอัมพวาให้เกิดความยั่งยืนควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยนำคุณค่าท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ ควบคู่กับการคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. การปรับตัวของตลาดน้ำต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยสะท้อนว่า ตลาดน้ำต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงข้อมูล และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ตลาดน้ำท่าคายังมีข้อจำกัดด้านความหลากหลายของกิจกรรมประชาสัมพันธ์และความสะดวกในการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ จึงควรพัฒนากิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ประเด็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภัสสรา ปัญโญรัฐโรจน์ (2561) ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบข้อเสนอให้ปรับปรุงป้ายบอกทางและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับชุมชน นอกจากนี้ นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ยังเสนอแนวทางการปรับตัวของการท่องเที่ยวไทยโดยเน้นการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน การฟื้นฟูเศรษฐกิจ การพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ การปรับตัวตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ และการสื่อสารเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติ

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาตลาดน้ำให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน โดยนำทุนทางสังคมและวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น การท่องเที่ยวแบบวันเดียว (One Day Trip) รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และเครื่องมือดิจิทัล เพื่อขยายการรับรู้และกระจายรายได้สู่ชุมชน แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับ วัลภา รัศมีโชติ และคณะ (2566) ซึ่งเสนอให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันวางแผนกิจกรรม กระจายประโยชน์ทาง

เศรษฐกิจ และอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น ตลอดจนสอดคล้องกับ ชิตสุภางค์ เกิดสำอางค์ และจักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า (2564) ที่เน้นการวางแผนร่วมกันระหว่างหน่วยงานกับประชาชน และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้เพื่ออนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม นอกจากนี้ ปรียาภรณ์ เนียมนก และวศิน เหลี่ยมปรีชา (2555) ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการนำทุนทางสังคมและวัฒนธรรมมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างรายได้และความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

การปรับตัวของตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคาในยุค AI–Robotic ไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการนำเทคโนโลยีมาใช้ แต่ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน การมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างสมดุล เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ควบคู่กับการรักษาสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) โดยเฉพาะหมุดหมายที่ 2 ที่มุ่งให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของตลาดน้ำในยุค AI–Robotic: กรณีศึกษาตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม” ซึ่งก่อให้เกิดองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ควบคู่ กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ วิถีชีวิต และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การปรับตัวของตลาดน้ำจากพื้นที่ค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าของชุมชนริมน้ำไปสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยอาศัยทุนทางธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ชุมชนเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนา ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำเกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การพัฒนาระบบคมนาคมทางบก การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้ชุมชนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการประกอบอาชีพการค้าขาย และการให้บริการนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

การศึกษาตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำท่าคาแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการปรับตัวที่แตกต่างกัน โดยตลาดน้ำอัมพวามีลักษณะเด่นด้านการฟื้นฟูพื้นที่การค้าดั้งเดิมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการที่หลากหลาย ขณะที่ตลาดน้ำท่าคายังคงรักษาเอกลักษณ์การค้าขายทางเรือ วิถีชีวิตชาวสวน และรูปแบบตลาดนัดพื้นถิ่นไว้ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ความแตกต่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาตลาดน้ำอย่างยั่งยืนไม่จำเป็นต้องใช้รูปแบบเดียวกัน แต่ควรคำนึงถึงบริบทศักยภาพ และอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละชุมชน นอกจากนี้ การวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนการปรับตัวของตลาดน้ำ โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การค้นหาเส้นทาง และการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการของชุมชน ส่วนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นแนวทางที่สามารถ

นำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยต้องดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาทักษะของคนในชุมชนและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น องค์ความรู้ที่สังเคราะห์ได้จึงนำไปสู่แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำอย่างยั่งยืนที่ประกอบด้วยการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชน การปรับตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการรักษาคุณค่าของตลาดน้ำและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำของจังหวัดสมุทรสงครามต้องยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยการใช้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

2. ควรสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เพิ่มคุณค่าและมูลค่าของตลาดน้ำสู่การเป็นสินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การท่องเที่ยวยั่งยืน

3. ควรพัฒนาศักยภาพความพร้อมของชุมชนตลาดน้ำและการเข้ามาใช้งานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI เช่น การอบรมการใช้การงานทางด้านเทคโนโลยีที่จำเป็น ทั้งในด้านการขายสินค้าท้องถิ่นออนไลน์ และการสร้างการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ หรือขยายตลาดสินค้าสู่ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ คนในชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ตลาดน้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยเรื่อง โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวสายน้ำ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของตลาดน้ำลุ่มน้ำแม่กลอง มีทั้งเที่ยวแบบวันเดียว

2. งานวิจัยสามารถนำไปต่อยอดในส่วนแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณของตลาดน้ำบนโทรศัพท์มือถือหรือพัฒนาบน website ผ่านช่องทางที่หลากหลายด้วยการใช้สื่ออย่างบูรณาการ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ใหเข้มแข็งและยั่งยืน

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570).* สืบค้นจาก https://secretary.mots.go.th/news_view.php?nid=4137

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563, 2 มิถุนายน). *TAT unveils three part strategy for “new normal” tourism recovery*. สืบค้นจาก https://www.tatnews.org/2020/06/tat-unveils-three-part-strategy-for-new-normal-tourism-recovery/

ชิตสุภางค์ เกิดสำอางค์, และ จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า. (2564). รูปแบบการจัดการเพื่อการดำรงอยู่ของภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 23(1), 49–64.

ณิชมน ภมร, และ พัชรี ตันติวิภาวิน. (2564). การจัดการแหล่งชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม: กรณีศึกษาชุมชนท้องถิ่นตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 7(2), 106–118.

นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 8*(1), 1–26.

ปรียาภรณ์ เนียมนก, และ วศิน เหลี่ยมปรีชา. (2555). การรวมกลุ่มของชุมชนนักปฏิบัติเพื่อสร้างรูปแบบทางการตลาดที่ยั่งยืนผ่านทฤษฎีกิจกรรม: กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7*(1), 29–38. doi:10.14456/becj.2012.4

มณีวรรณ ผิวนิ่ม, และ ปรารถนา จันทรุพันธุ์. (2546). *การพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยศิลปากร. doi:10.14457/SU.res.2003.2

วัลภา รัศมีโชติ, วรเดช จันทรศร, วิพร เกตุแก้ว, และ เพ็ญศรี ฉิรินัง. (2566). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำดำเนินสะดวก. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7*(3), 257–272. doi:10.14456/jlgisrru.2023.60

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564, 6 กุมภาพันธ์). *โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG*. สืบค้นจาก https://www.bcg.in.th/data-center/articles/bcg-by-nstda/

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/info/national-strategy/

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/

สุภัสสรา ปัญโญรัฐโรจน์. (2561). Logistics management for tourism in Nonthaburi Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University,* 4(Supplement), 151–161.

อุดม เชยกีวงศ์. (2552). *ตลาดน้ำ: วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ*. กรุงเทพมหานคร: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. Retrieved from https://sdgs.un.org/2030agenda

World Tourism Organization, & Saxion University of Applied Sciences. (2025). *Artificial intelligence adoption in tourism: Key considerations for sector stakeholders*. Madrid, Spain: UN Tourism. doi:10.18111/9789284426065