

การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา*

THE DEVELOPMENT OF FLOATING MARKETS FOR PROMOTING COMMUNITY- BASED TOURISM UNDER THE NEW NORMAL IN SONGKHLA PROVINCE

ประสิทธิ์ รักนุ้ย*, ดิเรก นุ่นกล้า, ไพรัตน์ ฉิมหาดี, พระสมุห์ธรรณภัทร ธนภทโท (ทิพย์วงศ์)

Prasit Raknuiy*, Direk Noonklam, Pairat Chimahad, Phrasamu Thanapat Dhanabhaddo (Tipwong)

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nakhon Si Thammarat Campus,

Nakhon Si Thammarat, Thailand

*Corresponding author E-mail: papasaro2158@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้การพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ 2) เพื่อพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา และ 3) เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายการพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 25 คน ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้บริหารตลาดน้ำ 4 คน ผู้นำท้องถิ่น 5 คน นักท่องเที่ยว 4 คน ผู้บริโภค 5 คน พ่อค้า-แม่ค้า 5 คน และนักวิชาการด้านการตลาด 2 คน กลุ่มเป้าหมายในการปฏิบัติการวิจัยประกอบด้วยผู้บริหารตลาดน้ำ 3 คน นักท่องเที่ยว 5 คน พ่อค้า-แม่ค้า 10 คน ผู้บริโภค 10 คน และประชาชนทั่วไป 2 คน รวมทั้งหมด 30 คน วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำและการท่องเที่ยวชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาตลาดน้ำคลองแหในจังหวัดสงขลา เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนหลังการระบาดของโควิด-19 โดยการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชน ได้แก่ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การขยายถนน การจัดการที่จอดรถ การพัฒนาคลองให้สะอาด และเพิ่มความปลอดภัยในตลาด นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยังช่วยเพิ่มจุดดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาตลาดน้ำอย่างยั่งยืน เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ในการดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างการรับรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดน้ำ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

คำสำคัญ: ตลาดน้ำ, การส่งเสริมการท่องเที่ยว, ชุมชน, ชีวิตวิถีใหม่

Abstract

This research article is a qualitative study with three main objectives 1) To analyze the knowledge related to the development of floating markets for promoting community-based tourism under the new normal, 2) To develop floating markets for promoting community-based tourism under the new normal in Songkhla province, and 3) To establish a network of partnerships for the development of floating markets to promote community-based tourism under the new

normal in Songkhla province. The researcher conducted in-depth interviews with 25 key informants, consisting of 4 floating market managers, 5 local leaders, 4 tourists, 5 consumers, 5 vendors, and 2 marketing scholars. The target group for action research included 3 floating market managers, 5 tourists, 10 vendors, 10 consumers, and 2 general citizens, making a total of 30 participants. The sample group was selected using purposive sampling, focusing on individuals related to floating markets and community-based tourism. The findings revealed that the development of the Khlong Hae Floating Market in Songkhla province significantly boosted the local economy after the COVID-19 pandemic by preserving cultural heritage, promoting tourism, and enhancing the economic value of the community. Key improvements included infrastructure upgrades such as road expansion, parking management, waterway cleaning, and increased market safety. Additionally, organizing tourism promotion activities helped enhance the market's appeal to tourists. Establishing a network of collaboration between government, private sectors, and the community was crucial for the sustainable development of the floating markets. This involved using mass media and social media for effective promotion, attracting tourist interest, and raising awareness and understanding about the floating markets, with a focus on community participation.

Keywords: Floating Market, Tourism Promotion, Community, New Way of Life

บทนำ

ตลาดน้ำมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างรายได้และการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ตลาดน้ำคลองแหในจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ ตลาดน้ำนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่แหล่งจำหน่ายสินค้าและอาหารพื้นเมืองเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิมและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้โดยตรง นอกจากนี้ การฟื้นฟูและพัฒนาตลาดน้ำในยุคหลังการระบาดของโควิด-19 ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาตลาดน้ำ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) โดยความสำคัญของการพัฒนาตลาดน้ำ เกิดจากความต้องการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังวิกฤตโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วประเทศ การพัฒนาตลาดน้ำให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็น ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน แต่ยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ปัจจุบันได้ อีกทั้งเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน (ทวีศักดิ์ ตรีเลิศ, 2566)

การพัฒนาตลาดน้ำสามารถทำได้หลายด้าน เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การขยายถนนการจัดการที่จอดรถ และการทำความสะอาดคลองเพื่อให้มีสภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับการท่องเที่ยว นอกจากนี้มีการปรับปรุงด้านความปลอดภัย ได้แก่ การจัดโซนขายสินค้าให้เป็นระเบียบ การเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการพัฒนาแผนการรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉิน ส่วนในด้านการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊กหรือแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงนักท่องเที่ยว (คะนอง เขียวรัตน์, 2566) รวมถึงการสร้างภาคีเครือข่ายในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการพัฒนาไม่สามารถทำได้โดยภาคส่วนใดส่วนหนึ่งเท่านั้น การมีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน จะช่วยให้การพัฒนาตลาดน้ำมีความยั่งยืนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ภาครัฐสามารถสนับสนุนด้านงบประมาณและนโยบาย ส่วนภาคเอกชนอาจช่วยส่งเสริมการตลาดและการจัดการเทคโนโลยี ขณะที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมใน

กระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดการปรับปรุงตลาดน้ำที่สอดคล้องกับความต้องการจริงของผู้ใช้บริการและผู้ค้าขายในท้องถิ่น (สมโพธิ นันทวงศ์, 2567)

ผลที่ได้รับจากการพัฒนาตลาดน้ำภายใต้การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายจะนำมาซึ่งประโยชน์อย่างมากมาย ทำให้ชุมชนมีรายได้ที่มั่นคง นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสินค้าพื้นเมืองของท้องถิ่นได้รับการนำเสนอมากขึ้น นอกจากนี้ การที่ชุมชนมีรายได้มากขึ้นจากการท่องเที่ยว จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัวและเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยรวม ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการทำงานต่างถิ่น (อักษร บุตรโคตร, 2567) ดังนั้น การพัฒนาตลาดน้ำจึงเป็นกลไกสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวภายหลังการระบาดของโควิด-19 การพัฒนาในหลายมิติ เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการขายออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายภาคีที่เข้มแข็ง จะทำให้ตลาดน้ำมีศักยภาพในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต (ระริน สาสุธรรม, 2567)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว จึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา เป็นการวิเคราะห์ พัฒนา และสร้างภาคีเครือข่ายการพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา โดยมีเป้าหมาย คือ การวิเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของตลาดน้ำในการสร้างรายได้และดึงดูดนักท่องเที่ยว การพัฒนาตลาดน้ำทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความปลอดภัย และการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้การพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายการพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เน้นการพรรณนา และวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อหาข้อสรุปในเชิงอุปนัย (Inductive) เชื่อมโยงข้อมูลความคิดเห็น การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา มีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการปฏิบัติการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกมีจำนวนทั้งหมด 25 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารตลาดน้ำ จำนวน 5 คน กลุ่มผู้นำท้องถิ่น จำนวน 5 คน กลุ่มตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 5 คน และกลุ่มพ่อค้า-แม่ค้า จำนวน 5 คน

นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการปฏิบัติการวิจัย จำนวน 30 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารตลาดน้ำ จำนวน 3 คน กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 5 คน กลุ่มพ่อค้า-แม่ค้า จำนวน 10 คน กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 10 คน และกลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 2 คน โดยกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ถูกเลือกมาเพื่อให้สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการและการวิเคราะห์ผลกระทบของการพัฒนาตลาดน้ำในชุมชน

การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยคัดเลือกบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับตลาดน้ำและการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความรู้และ

ประสบการณ์เกี่ยวกับตลาดน้ำ ซึ่งจะช่วยสะท้อนถึงแนวทางการพัฒนาและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีทั้งหมด 3 ชนิด ดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการสัมภาษณ์ไม่ได้จำกัดคำถามที่ตายตัว แต่จะปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และบริบทของการสนทนา เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระและมีความลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้ ใช้ในการศึกษามุมมองของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยกลุ่มเป้าหมายที่ถูกสัมภาษณ์ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารตลาดน้ำ ผู้นำท้องถิ่น นักท่องเที่ยว พ่อค้า-แม่ค้า และผู้บริโภครวม 30 คน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงปัญหา ความต้องการ และแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสัมภาษณ์จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 แนวคำถามที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำตามชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา พร้อมทั้งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพ เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) และความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยจะให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.2 แบบสังเกตการณ์ (Observation) ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตการณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Observation) ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการอบรมและปฏิบัติการวิจัย โดยผู้วิจัยจะทำการบันทึกสิ่งที่สังเกตได้ลงในแบบบันทึกที่เตรียมไว้ โดยสังเกตพฤติกรรมและปฏิกิริยาของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาตลาดน้ำ ซึ่งรวมถึงการอบรมและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการอบรม โดยไม่ให้กลุ่มเป้าหมายทราบว่ากำลังถูกสังเกต ผู้วิจัยสร้างแบบสังเกตการณ์โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำและการท่องเที่ยว โดยจัดทำเป็นข้อคำถามที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาตลาดน้ำ การส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการส่งเสริมความปลอดภัยและกฎระเบียบของชุมชน พร้อมทั้งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม โดยพิจารณาความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อให้ได้แบบสังเกตการณ์ที่มีประสิทธิภาพ

2.3 แบบบันทึกการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการสนทนากับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพัฒนาข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดน้ำ โดยมุ่งเน้นการรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่มีประสบการณ์ เพื่อวิเคราะห์การพัฒนาตลาดน้ำใน 4 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาตลาดน้ำ ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และด้านการส่งเสริมความปลอดภัยและกฎระเบียบของชุมชน ข้อมูลที่ได้จากการสนทนาจะช่วยให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจลึกซึ้งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาตลาดน้ำ ผู้วิจัยเตรียมการสนทนากลุ่ม โดยกำหนดประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสร้างแนวทางการถามที่ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ เช่น การพัฒนาตลาดน้ำ การสร้างเครือข่าย และการส่งเสริมการท่องเที่ยว คำถามเหล่านี้ถูกออกแบบให้สามารถนำมาสรุปและวิเคราะห์ได้ในภายหลัง และถูกตรวจสอบโดยคณะกรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปใช้จริงในการสนทนากลุ่มเฉพาะกับผู้ทรงคุณวุฒิ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลากหลายรูปแบบ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกการสังเกตการณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสนทนากลุ่มเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา มีดังนี้

3.1 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่ ดำเนินการกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 25 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ ทั้งกลุ่มผู้บริหารตลาด ผู้นำท้องถิ่น นักท่องเที่ยว พ่อค้า-แม่ค้า และนักวิชาการ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นี้ถูกบันทึกและนำไปวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อให้เข้าใจมุมมองและประสบการณ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ

3.2 สังเกตการณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Observation) ได้แก่ จัดทำเป็นแบบบันทึกการสังเกตการณ์การเข้าร่วมอบรมของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน การสังเกตนี้ดำเนินการใน 3 ขั้นตอน คือ ก่อนระหว่าง และหลังการอบรม เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตถูกใช้ในการประเมินผลและสรุปบทเรียน

3.3 สนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนามาวิเคราะห์เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาตลาดน้ำ การสนทนากลุ่มเฉพาะนี้ ช่วยให้ข้อมูลที่มีลึกซึ้งและหลากหลาย ทำให้การวิเคราะห์และสรุปผลมีความครอบคลุมมากขึ้น

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์องค์ความรู้การพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ พบว่า 1) การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลาดน้ำเป็นแหล่งสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน โดยการรักษาลักษณะเฉพาะของตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น ตลาดน้ำคลองแห ซึ่งเป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ ซึ่งมีลักษณะการค้าขายทั้งทางน้ำและบนบก สะท้อนถึงวิถีชีวิตและการใช้ชีวิตของคนในชุมชน การรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำจึงมีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในชุมชน การพัฒนาตลาดน้ำช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เนื่องจากตลาดน้ำเป็นแหล่งที่สามารถนำสินค้าพื้นบ้านและสินค้าท้องถิ่นมาจำหน่ายได้ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มรายได้ แต่ยังช่วยกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ ภายในชุมชน การจัดการตลาดน้ำอย่างมีประสิทธิภาพจึงส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชน 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาตลาดน้ำในยุคชีวิตวิถีใหม่ต้องคำนึงถึงความยั่งยืน โดยการเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปรับปรุงคลองให้สะอาดและรักษาความเป็นระเบียบของตลาด นอกจากนี้ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำมีความยั่งยืนและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว และ 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดน้ำสามารถเป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น การแสดงมโนราห์ หนังตะลุง และการสาธิตการทำสินค้าพื้นบ้าน สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างเสน่ห์และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด

2. ผลการพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่จังหวัดสงขลา พบว่า 1) การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของตลาดน้ำ เช่น การปรับปรุงถนนและทางเดินให้สะดวกต่อการสัญจรทั้งสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ค้า นอกจากนี้ ยังมีการขยายพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้การเข้าถึงตลาดน้ำง่ายและปลอดภัยมากขึ้น อีกทั้งยังมีการปรับปรุงคลองที่ใช้เป็น

เส้นทางการค้าขายให้สะอาดและเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีสำหรับการท่องเที่ยว ทางน้ำ 2) การพัฒนาด้านความปลอดภัย มีการจัดระบบการจัดการในตลาดให้เป็นระเบียบ มีการแยกโซนขายสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวและซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย นอกจากนี้ ยังมีการจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในตลาดเพื่อดูแลความปลอดภัยของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ค้าขาย ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มาเยี่ยมชม 3) การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการและส่งเสริมการขาย โดยมีการสนับสนุนให้ผู้ค้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กหรือช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ ในการขายสินค้า ซึ่งช่วยเพิ่มช่องทางการขายและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่อยู่ไกลจากตลาดน้ำ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาระบบการชำระเงินออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการขายในยุคที่เน้นการลดการสัมผัส 4) การพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การเพิ่มกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตัวอย่างของกิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การแสดงมโนราห์ การแสดงหนังตะลุง และการสาธิตการทำสินค้าพื้นบ้าน กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย 5) การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะและการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการรณรงค์ให้ผู้ค้าหลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกและเปลี่ยนมาใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ใบตองหรือถุงกระดาษ นอกจากนี้ ยังมีการจัดโครงการทำความสะอาดคลองและพื้นที่โดยรอบตลาดน้ำเป็นประจำ เพื่อรักษาความสะอาดและความสวยงามของตลาดน้ำ และ 6) การพัฒนาด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนมีบทบาทในการวางแผนและจัดการตลาดน้ำให้สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากชุมชนมีความเข้าใจในปัญหาและโอกาสของตลาดน้ำได้ดีกว่าผู้พัฒนาภายนอก การพัฒนานี้ยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนและทำให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้น

3. ผลการสร้างภาคีเครือข่ายตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่จังหวัดสงขลา พบว่า การสร้างภาคีเครือข่ายตลาดน้ำคลองแห่เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่าง 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น โดยแต่ละฝ่ายมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาตลาดน้ำและส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ภาครัฐ จัดสรรงบประมาณและนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนา 2) ภาคเอกชน สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การจัดการด้านเทคโนโลยี และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ 3) ชุมชนท้องถิ่น ดูแลการดำเนินงานของตลาด รักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนความร่วมมือในการพัฒนา ประกอบด้วย 3.1) โครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว 3.2) การประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อดิจิทัลและการจัดกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว 3.3) การอนุรักษ์วัฒนธรรม รักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการแสดงวัฒนธรรมและการใช้สินค้าพื้นเมือง และ 3.4) เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว นำระบบดิจิทัลมาใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและรองรับวิถีชีวิตใหม่

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. องค์ความรู้การพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ พบว่า 1) การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลาดน้ำเป็นแหล่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนดั้งเดิม โดยเฉพาะตลาดน้ำคลองแห่ที่ถือเป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ ลักษณะเฉพาะของตลาดน้ำนี้ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ความเป็นเอกลักษณ์ในการค้าขายทางน้ำและบนบก และการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เช่น การแสดงมโนราห์และหนังตะลุง ทำให้ตลาดน้ำคลองแห่มีความพิเศษที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว 2) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในชุมชน ตลาดน้ำมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และ



ความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยชุมชนสามารถนำสินค้าท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านมาจำหน่ายในตลาดน้ำ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยกระจายรายได้ภายในชุมชน แต่ยังเสริมสร้างความสามารถทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ 3) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาตลาดน้ำในยุคชีวิตวิถีใหม่มุ่งเน้นไปที่การรักษาความยั่งยืน โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการรักษาความสะอาดของคลอง ซึ่งเป็นเส้นทางการค้าหลักของตลาดน้ำ สิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะยาวและรักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว และ 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดน้ำเป็นศูนย์กลางในการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น การแสดงทางวัฒนธรรมและการสาธิตการทำสินค้าพื้นบ้าน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่ยังช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน สอดคล้องกับ อเนก ณ เชียงใหม่ การวิจัยเรื่อง กลไกการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำห้วยสุครีพแบบมีส่วนร่วมตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ที่มุ่งเน้นการจัดการตลาดน้ำโดยมีส่วนร่วมของชุมชน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของชุมชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยชุมชนมีบทบาทในการจัดกิจกรรมวัฒนธรรมและค้าขายสินค้าพื้นบ้านในตลาดน้ำที่มาจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวและการจัดการพื้นที่ตลาดน้ำให้มีระเบียบและปลอดภัย ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน (อเนก ณ เชียงใหม่, 2567) สอดคล้องกับ นวันวัจน์ แข่งขัน การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน Otop นวัตกรรม บ้านสระยายชี ตำบลเนินปอ อำเภอสว่างม จังหวัดพิจิตร ได้มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการพัฒนาตลาดน้ำในชีวิตวิถีใหม่ เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรักษาความสะอาดของคลองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะยาว (นวันวัจน์ แข่งขัน, 2567) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเรื่องนี้ยังได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การระบายน้ำและการจัดการมลภาวะ ซึ่งไม่ปรากฏชัดในผลการวิจัยของตลาดน้ำชีวิตวิถีใหม่ เนื่องจากผลการวิจัยทั้งหมด แม้จะกล่าวถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน แต่ในส่วนของจัดการโครงสร้างพื้นฐานและปัญหาการบริหารจัดการน้ำในชุมชนที่วิจัยโดย นวันวัจน์ แข่งขัน กลับไม่ปรากฏในผลการวิจัยนี้ ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อแตกต่างในการพัฒนาตลาดน้ำและพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่มีบริบทและปัญหาที่แตกต่างกัน

2. การพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่จังหวัดสงขลา พบว่า

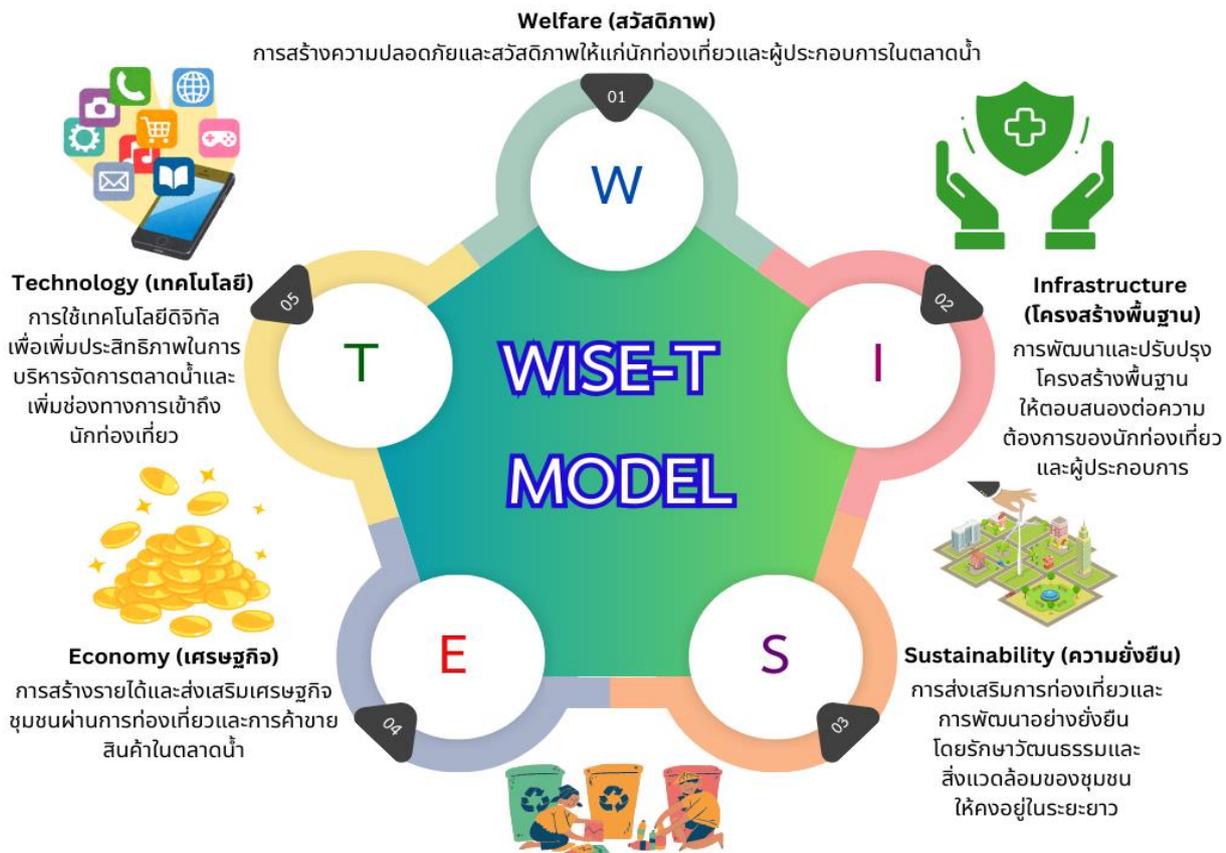
1) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้ค้า การพัฒนาถนนและทางเดินทำให้การสัญจรในตลาดน้ำสะดวกและปลอดภัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การขยายพื้นที่จอดรถช่วยให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ ทำให้การเข้าถึงตลาดน้ำเป็นไปอย่างราบรื่นและมีความปลอดภัยมากขึ้น การปรับปรุงคลองให้สะอาดและเหมาะสมสำหรับการค้าขายยังช่วยส่งเสริมบรรยากาศที่ดีในการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งเป็นจุดเด่นสำคัญของตลาดน้ำ 2) ตลาดน้ำมีการจัดระบบการจัดการที่เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยมีการแยกโซนขายสินค้าอย่างชัดเจน ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกและไม่สับสน อีกทั้งยังมีการจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพื่อดูแลทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ค้า ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยในตลาดน้ำ นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน 3) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการตลาดน้ำและส่งเสริมการขายช่วยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว โดยมีการสนับสนุนให้ผู้ค้าใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก หรือช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่ไกลจากพื้นที่ตลาด นอกจากนี้ การพัฒนาระบบชำระเงินออนไลน์ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้ค้า โดยเฉพาะในยุคที่เน้นการลดการสัมผัสในการทำธุรกรรม 4) การเพิ่มกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ตัวอย่างกิจกรรมที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การแสดงมโนราห์ การแสดงหนังตะลุง และการสาธิตการทำสินค้าพื้นบ้าน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ยังช่วยอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ตลาดน้ำกลายเป็น

ศูนย์กลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน 5) ตลาดน้ำให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยมีการรณรงค์ให้ผู้ค้าลดการใช้พลาสติกและหันมาใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ใบตองหรือถุงกระดาษ ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังมีโครงการทำความสะอาดคลองและพื้นที่โดยรอบตลาดน้ำเป็นประจำ เพื่อรักษาความสะอาดและความสวยงามของพื้นที่ ซึ่งส่งผลต่อความน่าสนใจและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว และ 6) ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการวางแผนและจัดการตลาดน้ำให้สอดคล้องกับความต้องการและทรัพยากรที่มีอยู่ การมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ตรงกับปัญหาและโอกาสที่ชุมชนเผชิญ ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การพัฒนาดังกล่าวยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชน และทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวและการค้าขายในตลาดน้ำ สอดคล้องกับ อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และคณะ การวิจัยเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และคณะ, 2567) ซึ่งครอบคลุมทั้งคุณภาพชีวิตของชุมชน คุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม จึงสอดคล้องกับผลการพัฒนาตลาดน้ำในชีวิตวิถีใหม่ที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการจักระบบการจัดการให้เป็นระเบียบ การนำเทคโนโลยีมาใช้ และการส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำ ทั้งหมดนี้ล้วนมีความสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ พิมภัสสร เต็ดขาด และการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยลักษณะของตลาดมีทั้งแบบโรงเรือน กึ่งโรงเรือน และแผงลอย โดยขนาดและเวลาทำการของตลาดแตกต่างกันไปตามพื้นที่และประชากร จุดประสงค์หลักของผู้มาใช้บริการ คือ การซื้อสินค้า รองลงมา คือ การท่องเที่ยว การบริหารจัดการตลาดเน้นการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วนและสะท้อนศักยภาพของชุมชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาเน้นการส่งเสริมชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรม อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และการสร้างเครือข่ายตลาดเชิงการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในตลาดน้ำชีวิตวิถีใหม่ โดยการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาเชิงเทคโนโลยีที่ใช้งานออนไลน์ยังตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่เน้นการทำธุรกรรมออนไลน์และการลดการสัมผัส (พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2567) ดังนั้น การพัฒนาตลาดน้ำชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา จึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่อ้างอิง โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการตลาดอย่างมีระเบียบ การส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการขาย

3. การสร้างภาคีเครือข่ายการพัฒนาตลาดน้ำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา พบว่า การสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแห โดยทั้งสามฝ่ายร่วมมือกันในหลายมิติ ซึ่งทำให้การพัฒนาตลาดน้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกด้าน ประกอบด้วย 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนทำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการขยายพื้นที่จอดรถ การปรับปรุงเส้นทางเดิน และการพัฒนาพื้นที่รอบ ๆ ตลาดน้ำให้สะอาดและสวยงาม สิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงตลาดน้ำได้ง่ายขึ้นและรู้สึกปลอดภัยขณะเยี่ยมชม 2) การประชาสัมพันธ์และการตลาด ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองแหผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในและนอกประเทศ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับชุมชน เช่น การจัดแคมเปญลดราคาและการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ยังช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว 3) การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการจัดการแสดงมโนราห์ หนังตะลุง และการสาธิตการทำสินค้าพื้นเมือง ซึ่งสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้ตลาดน้ำ

คลองแห การรักษาประเพณีท้องถิ่น เช่น การแต่งกายด้วยชุดไทยโบราณและการใช้ภาษาชนบทยังเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างมาก และ 4) การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว ภาคเอกชนและชุมชนร่วมมือกันในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการตลาดน้ำ เช่น การจองที่พักและการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวและตอบสนองต่อวิถีชีวิตใหม่ ที่เน้นการลดการสัมผัส สอดคล้องกับ อภิเดช ช่างชัย และคณะ การวิจัยเรื่อง การยื่นหยัดตั้งรับและปรับตัวของชุมชนตลาดริมน้ำท่าจีน พบว่า การที่ชุมชนตลาดริมน้ำท่าจีนยังคงรักษาวัฒนธรรมจีนที่ผสมผสานกับท้องถิ่นและสถาปัตยกรรมดั้งเดิม สอดคล้องกับแนวคิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมในงานวิจัยอื่น ๆ ที่มุ่งเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งช่วยรักษาเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยไม่สูญเสียรากเหง้าทางวัฒนธรรม ซึ่งการแบ่งช่วงการปรับตัวของชุมชนออกเป็นยุคเมืองท่าและยุคเมืองเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย การเปลี่ยนจากศูนย์กลางการค้าสู่แหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงความสามารถในการยืดหยัดและปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคม โดยไม่สูญเสียเอกลักษณ์ของชุมชน และผู้นำที่มีความสามารถและการมีส่วนร่วมของชุมชน แสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนต้องอาศัยการจัดการความรู้ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (อภิเดช ช่างชัย และคณะ, 2567)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 WISE-T Model ในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
โดยชุมชนภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในจังหวัดสงขลา

จากภาพสามารถอธิบายแนวความคิดของกระบวนการได้ ดังนี้

1. W ได้แก่ Welfare (สวัสดิภาพ) หมายถึง การสร้างความปลอดภัยและสวัสดิภาพให้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในตลาดน้ำ ประกอบด้วย การจัดการระบบความปลอดภัยในตลาดน้ำ เช่น การจัด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่สำคัญ และการกำหนดมาตรการควบคุมดูแลเพื่อให้ ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ค้าได้รับความคุ้มครองอย่างเหมาะสม การจัดการสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำให้สะอาดและน่า เที่ยว เช่น การแยกขยะ การรักษาความสะอาดในคลองที่เป็นเส้นทางสัญจร และการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อ นักท่องเที่ยว การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน เช่น การจัดห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ การสร้างจุด ให้บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว จุดจอดรถที่สะดวกและปลอดภัย รวมถึงพื้นที่สำหรับการพักผ่อนและจัดกิจกรรม กลางแจ้ง มุ่งเน้นการให้บริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ หรือผู้พิการ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้บริการในตลาดน้ำได้อย่างสะดวกสบาย

2. I ได้แก่ Infrastructure (โครงสร้างพื้นฐาน) หมายถึง การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้าง พื้นฐานให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ค้า ประกอบด้วย การปรับปรุงถนนและทางเดินใน ตลาดน้ำให้กว้างขวางและสะดวกสำหรับการสัญจร ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ค้า เช่น ทางเดินที่เป็นระเบียบ ทางเดิน ริมคลองที่เชื่อมโยงพื้นที่ต่าง ๆ ของตลาดน้ำได้อย่างสะดวก ขยายพื้นที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่ม มากขึ้น ทำให้การเดินทางเข้าถึงตลาดน้ำง่ายขึ้น โดยเน้นการสร้างพื้นที่จอดรถที่ปลอดภัยและมีความสะดวก ปรับปรุง คลองหรือทางน้ำที่ใช้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและเหมาะสมต่อการเดินทางทางเรือ โดยลด มลภาวะและขยะในแหล่งน้ำ เพื่อให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาดและดึงดูดนักท่องเที่ยว การแบ่งโซนพื้นที่ ขายสินค้าที่เป็นระเบียบ เช่น โซนขายอาหาร โซนขายของฝาก หรือโซนจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เพื่อความสะดวก ในการเลือกซื้อและเพื่อป้องกันความสับสนในตลาด

3. S ได้แก่ Sustainability (ความยั่งยืน) หมายถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน โดยรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้คงอยู่ในระยะยาว ประกอบด้วย การอนุรักษ์วัฒนธรรม ท้องถิ่นและส่งเสริมเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ เช่น การจัดแสดงการแสดงมโนราห์ การแสดงหนังตะลุง และการ สาธิตการทำสินค้าพื้นเมือง การรักษาวัฒนธรรมเหล่านี้ช่วยสร้างเอกลักษณ์และเสน่ห์เฉพาะตัวให้กับตลาดน้ำ การ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนในตลาดน้ำ เช่น การรณรงค์ให้ลดการใช้พลาสติกและเปลี่ยนมาใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ใบตองหรือถุงกระดาษ ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการโครงการทำความสะอาดคลองและพื้นที่โดยรอบ ตลาดน้ำเป็นประจำ เพื่อรักษาความสะอาดและความสวยงามของพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการวางแผนและพัฒนาตลาดน้ำ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นและสร้าง ความยั่งยืนในระยะยาว

4. E ได้แก่ Economy (เศรษฐกิจ) หมายถึง การสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านการ ท่องเที่ยวและการค้าขายสินค้าในตลาดน้ำ ประกอบด้วย การเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยการ สนับสนุนให้ชาวบ้านสามารถนำสินค้าพื้นบ้านและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาขาย เช่น อาหารพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม และสินค้าทางการเกษตร การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น แคมเปญลดราคา การจัดงานเทศกาล หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในตลาดน้ำ การจัดงานแสดงสินค้าท้องถิ่นและ ผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อส่งเสริมสินค้าและเพิ่มยอดขาย การสร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรม การแสดงวัฒนธรรม การพานักท่องเที่ยวล่องเรือในคลองน้ำ และการให้บริการนำเที่ยวตลาดน้ำ

5. T ได้แก่ Technology (เทคโนโลยี) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การบริหารจัดการตลาดน้ำและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และเว็บไซต์ เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งใน



และต่างประเทศ การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการจองที่พัก การซื้อขายสินค้า หรือการจองกิจกรรมต่าง ๆ ในตลาดน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล การใช้ระบบชำระเงินออนไลน์ เช่น QR Code และการโอนเงินผ่านมือถือ เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการทำธุรกรรม การพัฒนาระบบติดตามข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น การเก็บข้อมูลการเข้าชมและความต้องการของนักท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดและการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

จากองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยดังกล่าว เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำที่ครอบคลุมทุกด้าน ตั้งแต่การสร้างสวัสดิภาพและโครงสร้างพื้นฐานที่ดี การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การเสริมสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ตลาดน้ำสามารถเติบโตและพัฒนาต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพในยุคชีวิตวิถีใหม่

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ในจังหวัดสงขลา” มุ่งเน้นการวิเคราะห์และพัฒนาตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน โดยเน้น 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การอนุรักษ์วัฒนธรรมและเศรษฐกิจชุมชน ตลาดน้ำคลองแหเป็นศูนย์กลางการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแสดงมโนราห์และหนังตะลุง ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยยังคงรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนไว้ 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงถนน ทางเดิน และพื้นที่จอดรถ รวมถึงการดูแลความสะอาดของคลอง ช่วยเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น 3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว การนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การประชาสัมพันธ์และการขายสินค้าออนไลน์ ช่วยขยายฐานลูกค้าและทำให้ตลาดน้ำปรับตัวเข้ากับวิถีชีวิตยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) การสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาตลาดน้ำ โดยภาครัฐสนับสนุนงบประมาณ ภาคเอกชนช่วยในด้านประชาสัมพันธ์ และชุมชนเป็นผู้จัดการในระดับปฏิบัติการ และ 5) ความยั่งยืน การพัฒนาตลาดน้ำเน้นความยั่งยืน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและการสร้างบทบาทให้กับชุมชนในการพัฒนา การลดการใช้พลาสติกและการรักษาความสะอาดเป็นตัวอย่างสำคัญของการดำเนินการที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 1) ด้านคมนาคมคมนาคมผลการวิจัย ถนนไม่ได้มาตรฐานต้องปรับปรุงให้เป็นไปตามมาตรฐานตามหลักสากลเพื่อสร้างความปลอดภัยแก่ผู้ขับขี่ที่วิ่งผ่านไปมา 2) ด้านความปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่า การรักษาความปลอดภัยยังให้ความปลอดภัยแก่ผู้ซื้อ/นักท่องเที่ยวไม่ปลอดภัยเพียงพอและไม่ไว้วางใจในเรื่อง ความปลอดภัย ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เกิดประสิทธิภาพ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า มติทางกายภาพ คูคลองน้ำมีกลิ่นเหม็นสีเขียวควรป้องกันแก้ไขปัญหาในระยะยาว และควรจัดตั้งประมาณไว้เป็นส่วนสำคัญกับการบริหารจัดการปัญหา 4) ด้านงานประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ยังมีจุดอ่อน ยังไม่เข้าถึงและเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ และ 5) ด้านอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องอุปโภค บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ยังมีจุดอ่อนในบางร้านบางผู้ประกอบการ ต้องจัดให้มีการศึกษาอบรมบ่อย ๆ เพื่อสร้างเข้มแข็งและมีมาตรฐาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). โควิด-19: COVID-Free Setting มาตรการเชิงบังคับปรับคลายล็อก 1 ต.ค. กับแผนกระตุ้นให้ฉีดวัคซีน. เรียกใช้เมื่อ 30 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-58719544>
- คะนอง เตียวรัตนนา. (2566). การพัฒนาชุมชนในยุคดิจิทัล. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ วิทยาการ.
- ทวีศักดิ์ ตรีเลิศ. (2 พ.ย. 2566). ผู้ซื้อสินค้าในตลาดน้ำ. (ประสิทธิ์ รักนุ้ย, ผู้สัมภาษณ์)

- นวันวิจน์ แข่งขัน. (2567). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน Otop นวัตกรรม บ้านสระยายชี ตำบลเนินปอ อำเภอสว่างม่ง จังหวัดพิจิตร. วารสารมจรเพชรบุรีปริทรรศน์, 7(2), 97-109.
- พิมพ์สสร เต็ดขาด และคณะ. (2567). การพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารพุทธจิตวิทยา, 9(1), 86-98.
- ระรื่น สาสุธรรม. (2567). นวัตกรรมแห่งการพัฒนานวัตกรรมการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์การศึกษาไทย.
- สมโพธิ นันทวงศ์. (2567). การบริหารงานองค์กรหน่วยงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ นวัตกรรมการจัดการ.
- อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และคณะ. (2567). แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. Journal of Modern Learning Development, 9(7), 629-643.
- อนเนก ณ เชียงใหม่. (2567). กลไกการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำห้วยสุกรีแบบมีส่วนร่วมตำบลบางพระ อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี. วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ, 7(5), 58-72.
- อภิเดช ช่างชัย และคณะ. (2567). การยื่นหยัดตั้งรับและปรับตัวของชุมชนตลาดริมน้ำท่าจีน. วารสาร มจรเพชรบุรีปริทรรศน์, 7(2), 97-109.
- อักษร บุตรโคตร. (2567). มนุษย์ในยุคใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บัณฑิตวิทยาลัย.