แนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดน จ.นครศรีธรรมราช และ จ.สงขลา จากพฤติกรรมและความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

วันที่รับบทความ	08/01/2569
วันแก้ไขบทความ	20/05/2569
วันตอบรับบทความ	25/05/2569

กรกฎ จำเนียร[1,*] เมธาวี จำเนียร[1]
ปฐมพงษ์ ฉับพลัน[2] ทองพูล มุขรักษ์[3]
ตมิสา ทิพยะ[3] และภฤศสร ฤทธิมนตรี ซีมิค[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผลิตภัณฑ์ และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดน ที่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน และใช้แบบสอบถามออนไลน์ กับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และใช้แบบบันทึกผลการสังเกตการณ์จากการลงพื้นที่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยเน้นการวิเคราะห์แบบ Coding Analysis คือ การถอดรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม แล้วนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดไว้ล่วงหน้า (Coding Framework) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นแบบครอบครัว เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจ โดยหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ และใช้จ่าย ณ ตลาดริมน้ำคลองแดน 500 บาทต่อครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นด้านการแสดงกับด้านสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับในประเด็นความต้องการแต่ละด้าน นักท่องเที่ยวมีความต้องการทุกด้านมากที่สุด ยกเว้นของที่ระลึกที่ต้องการในระดับมาก และ 2) แนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน ได้แก่ การส่งเสริมชูประเด็นอาหารพื้นถิ่นและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ การพัฒนาโครงสร้างสะพาน สถานที่โดยรอบ และเส้นทางการเดินทาง และการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม บริการทางวัฒนธรรม

[1,*] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
อีเมล: korakot_jam@nstru.ac.th

[2] คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[3] คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Development Guidelines for Khlong Dan Riverside Market and Community in Nakhon Si Thammarat and Songkhla Province Based on Target Consumer Behaviors and Needs for Cultural Products and Services

Received	08/01/2026
Revised	20/05/2026
Accepted	25/05/2026

Korrakot Chamnian[1,*] Methawee Chamnian[1]
Patompong Chabplan[2]Thongphun Mukharak[3],
Tamisa Tippaya[3] and Prussorn Rittimontri Zimik[3]

Abstract

These objectives of this research were to: 1) examine target consumer behaviors and their needs for cultural products and services and; 2) propose development guidelines for Khlong Dan Riverside Market and community in accordance with the contemporary social context. This study employed a mixed-methods research design, consisting of semi - structured interviews with 20 tourists and an online questionnaire survey administered to 400 tourists. Additionally, observational field notes were collected during site visits. For qualitative data analysis, content and coding analyses were performed by decoding and categorizing interview and non-participant observation data according to a predetermined coding framework. For quantitative data analysis, statistical software was utilized to compute frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed that: 1) most tourists visited with their families for leisure and relaxation, having obtained information from social media, and spent approximately 500 baht per visit at Khlong Dan Riverside Market. The sampled tourists expressed a high level of satisfaction across all aspects, except for performances and public relations media, which were rated

[1,*] Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
e-mail: korakot_jam@nstru.ac.th

[2] Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

[3] Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

at a moderate level. Regarding their specific demands, tourists indicated the highest level of interest in all aspects, except for souvenirs, which were demanded at a high level and; 2) the development guidelines for Khlong Dan Riverside Market and Community, in line with the current social context, include promoting local cuisine and community – based tourism activities, improving bridge infrastructure, surrounding facilities, and transportation routes, as well as enhancing public relations strategies to effectively reach target tourists.

Keywords: Consumer Behaviors; Needs; Cultural Products; Cultural Services

บทนำ

“ชุมชนคลองแดน” ตั้งอยู่ในเขตตำบลรามแก้ว อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช มีอาณาเขตต่อเนื่องกับอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา โดยมีคลองเล็ก ๆ เป็นเขตแดนตามธรรมชาติระหว่าง 2 จังหวัด ชื่อว่า คลองแดน จึงเป็นที่มาของชื่อชุมชนนี้ นอกจากนี้ ชุมชนคลองแดนยังเป็นที่บรรจบของลำคลองอีก 3 คลอง คือ คลองระโนด คลองชะอวด และคลองปากพนัง จึงได้รับการขนานนามว่าเป็นพื้นที่แห่ง “3 คลอง 2 เมือง” ชุมชนคลองแดนยังเป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีการผลักดันจนเกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พิมพกานต์ ปัจจันตวิวัฒน์ และบุญอนันต์ นทกุล (2565, น.147) ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ถึงแม้ว่าชุมชนคลองแดนมีการปกครองพื้นที่เชื่อมต่อกันระหว่าง 2 จังหวัด ระหว่างจังหวัดนครศรีธรรมราชและสงขลา เป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่มีความเก่าแก่ดั้งเดิม แต่คนในชุมชนมีความรู้สึกและตระหนักว่าทุกคนเป็นคนภายในชุมชนเดียวกัน หรือ “คนบ้านเดียวกัน” ไม่ได้มีการแบ่งแยกผู้คนตามขอบเขตของพื้นที่ทั้งสองจังหวัด ชุมชนคลองแดนเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Space) ที่มีศักยภาพและความโดดเด่นในการใช้ต้นทุนที่หลากหลาย เช่น ด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และด้านมนุษย์มาเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ความสวยงาม และคุณค่าของวัฒนธรรมที่ปรากฏในสถานที่สำคัญของชุมชนคลองแดน อันจะเป็นการอนุรักษ์และบอกเล่าเรื่องราวต่อคนรุ่นใหม่

สืบเนื่องในอดีต ชุมชนคลองแดนสามารถเชื่อมต่อกับชุมชนอื่น ๆ โดยรอบ ทำให้เป็นพื้นที่รุ่งเรืองทางการค้าในอดีต ชุมชนได้นำเอาทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมริมคลอง และการร่วมมือของคนในชุมชน อาศัยธรรมชาติเป็นฐานที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ วิถีทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดใจ เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต และได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของท้องถิ่น จนกลายเป็นแหล่งศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ชุมชนของภาคใต้ที่สำคัญภายใต้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงวัฒนธรรมฟื้นถิ่นที่ได้สัมผัส เรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (วิชชุดา เขียวเกตุ, 2559, น. 10)

ในมิติการท่องเที่ยว ตลาดริมน้ำคลองแดนซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เกิดขึ้นจากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism หรือ CBT) ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมหรือทั่วไปตรงที่เน้นการยกระดับสภาพเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็รับประกันความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวโดยชุมชนมักเชื่อมโยงกับแนวคิดอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีหลักการ รูปแบบที่ครอบคลุมนี้ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ด้อยโอกาสเท่านั้น แต่ยังช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย (Jackson, 2025, p. 2) ทั้งนี้ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงชุมชน (CBT) ได้รับความสนใจอย่างมากจากรัฐบาลของประเทศกำลังพัฒนาในช่วงไม่นานมานี้ ในฐานะทางเลือกนโยบายหลักในการปรับปรุงสวัสดิภาพของชุมชนในชนบท (Hariyadi, Rokhman, Rosyadi, Yamin, & Runtiko, 2024, p. 3)

ตลาดริมน้ำคลองแดนที่ใช้แนวทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกรอบการดำเนินงาน จึงได้กลายเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำแนววิถีพุทธของตลาดชุมชนหลายพื้นที่ในภาคใต้ ประกอบกับการมีอัตลักษณ์ของตลาดทั้งในเชิงภูมิทัศน์และเรื่องเล่าที่น่าสนใจ ดังข้อมูลจากงานวิจัยของ ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ (2555, น. 331) ที่พบว่า ปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดนดำรงอยู่คือ ประการหนึ่งมาจากอัตลักษณ์และความแตกต่าง กล่าวคือ เป็นตลาดน้ำที่มีอัตลักษณ์และความแตกต่างที่ต่างไปจากตลาดน้ำภายใต้แห่งอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน คือ มีความโดดเด่นในเรื่องของวิถีชุมชน และเกิดจากการฟื้นฟูตลาดเก่าขึ้นมาใหม่ มิได้เป็นตลาดน้ำที่เกิดจากการจัดตั้งเหมือนกับตลาดน้ำภาคใต้แห่งอื่น ๆ อัตลักษณ์และความแตกต่างที่น่าสนใจของตลาดน้ำริมน้ำคลองแดน ได้แก่ บ้านเรือนริมน้ำอายุเกือบร้อยปี และวิถีชุมชน

อย่างไรก็ตาม เมื่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมโลกเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับจากการระบาดของโรคอุบัติใหม่อย่างโควิด-19 และอุทกภัย ส่งผลให้ตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนริมน้ำคลองแดน ซบเซาลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ชุมชนจึงต้องมีการปรับตัว โดยสภาพปัจจุบัน ตลาดริมน้ำคลองแดน ซบเซาลงตั้งแต่การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คณะกรรมการผู้บุกเบิกตลาดที่เสื่อมถอยหรือเลิกกิจการ การย้ายถิ่นฐาน และการขาดการพัฒนาโครงสร้างของตลาด สำหรับบริบทภายนอก นักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป มีการแข่งขันกับคู่แข่งขัน ในที่นี้คือ ตลาดน้ำ หรือตลาดชุมชนอื่น ๆ ที่มีอยู่มากทั่วไป ดังนั้น ตลาดริมน้ำ คลองแดนจะต้องปรับตัวตามความต้องการของตลาดเพื่อฟื้นฟูตลาดริมน้ำคลองแดนอย่างเร่งด่วน

คณะผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสะท้อนข้อมูลทั้งจากเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์เสนอแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดน และชุมชนคลองแดนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน เพื่อตลาดริมน้ำคลอง แดนและชุมชนคลองแดน

ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นพื้นที่สามคลอง-สองเมือง ซึ่งเป็นพื้นที่เชื่อมต่อวิถี และวัฒนธรรมสองจังหวัดจะได้นำข้อมูลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนในบริบทปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยว ณ ตลาดริมน้ำคลองแดน จำนวน 20 คน การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) และจำนวนที่จะได้ข้อมูลที่อิ่มตัว และใช้แบบสอบถามออนไลน์ศึกษาพฤติกรรม และความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของ Cochran (1977, pp. 72-80) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยคณะผู้วิจัยจะเก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลจากการกลุ่มตัวอย่าง ณ ตลาดริมน้ำคลองแดนในทุกวันเสาร์ที่ตลาดเปิดทำการ และใช้แบบสอบถามออนไลน์ร่วมด้วย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างทั้งปลายปิด และปลายเปิด นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังใช้แบบบันทึกผลการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ประกอบการวิเคราะห์ผลที่จะเกิดขึ้นด้วย ทั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผลิตภัณฑ์ และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนนำข้อมูลจากผลการวิจัยเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบันตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ส่งเครื่องมือวิจัยที่พัฒนาขึ้น ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด การท่องเที่ยว และด้านการสื่อสาร โดยจากการพิจารณาจากค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์/แบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา พบว่า เครื่องมือวิจัยมีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อ สำหรับแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัยวัดค่าความน่าเชื่อมั่นหรือ (Cronbach's Alpha) อยู่ที่ 0.87 จึงสามารถทำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยจำแนกวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลตามลักษณะของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดริมน้ำคลองแดน จำนวน 20 คน ครั้งละ 45 นาทีถึง 1 ชั่วโมง โดยการบันทึกเทปสัมภาษณ์ตลอดการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์ โดยใช้แบบบันทึกผลการสังเกตการณ์ซึ่งจะกำหนดประเด็นที่จะสังเกตไว้ล่วงหน้า

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบภาคสนาม ณ ตลาดริมน้ำคลองแดน และในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้ได้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนที่กำหนดไว้ โดยคณะผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยเน้นการวิเคราะห์แบบ Coding Analysis คือ การถอดรหัสตามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ และจากนั้นข้อมูลจะถูกนำไปวิเคราะห์ตามประเด็นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นหลัก และนำเสนอเป็นประเด็น ๆ จนครบถ้วน สำหรับการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมจะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดไว้ล่วงหน้า (Coding Framework) ได้แก่ สภาพกายภาพ ความปลอดภัย การจัดการพื้นที่ กิจกรรม และปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว จากนั้น คณะผู้วิจัยร่วมกันตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูล (Peer Debriefing) เพื่อลดอคติของคณะผู้วิจัยและเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งได้แก่ พฤติกรรม และความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลาและนครศรีธรรมราช และมีนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดและสหพันธรัฐมาเลเซีย (คนไทยพลัดถิ่นหรือคนมาเลเซียเชื้อสายไทย) พฤติกรรมลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ มากับครอบครัว มากับเพื่อน และมาคนเดียว โดยมีเหตุผลของการเดินทางมา คือ เคยมาแล้วและต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ มีบ้านญาติอยู่บริเวณนี้ และสนใจจึงต้องการเข้ามาเที่ยว และเป็นคนที่เคยอยู่ในชุมชนมาก่อน ลักษณะการเดินทางมาจึงมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่มาไม่บ่อยนัก มาปีละครั้ง หรือปีละ 2-3 ครั้งหากมีบ้านญาติหรือเพื่อนอยู่ในบริเวณนี้ และมาเป็นครั้งแรก 1 คน

ในประเด็นความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความเห็นว่า ตลาดริมน้ำคลองแดน มีความน่าสนใจหลักคือ บรรยากาศและสถานที่ที่มีลักษณะเป็นตลาดริมน้ำที่ยังคงแบบดั้งเดิมหรือวิถีชุมชน สำหรับความต้องการผลิตภัณฑ์ และบริการทางวัฒนธรรมของตลาดริมน้ำคลองแดนในแต่ละด้าน ได้ข้อมูลดังนี้

1) ด้านอาหาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า อาหารที่วางจำหน่ายมีจำนวนน้อย แม่ค้าที่จำหน่ายอาหารมีน้อย อาหารไม่หลากหลาย และรสชาติของอาหารเปลี่ยนไป ซึ่งอาจมาจากการเปลี่ยนผู้ประกอบการจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง หากแต่บางคนก็มองว่า รสชาติอาหารยังเหมือนเดิม รวมถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มาจากพลาสติกไม่ได้ใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติเหมือนในอดีต ทำให้ผู้ให้ข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่เคยเดินทางมาที่ตลาดริมน้ำคลองแดนในอดีตแล้วเห็นว่ามีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน

ในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ประทับใจเกี่ยวกับอาหาร คือ ราคาที่สมเหตุสมผล ราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่น ๆ แม้ว่าผู้ให้ข้อมูลบางคนจะเห็นว่าราคาอาหารบางอย่างมีราคาสูงไปก็ตาม ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวดังนี้

“ราคาอาหารแพงไหม ผมว่าไม่แพง ราคาสมเหตุสมผล การซื้อขายโอเคอยู่ ไม่ติดขัดเรื่องราคาแพง แต่บางร้าน บางอย่าง อาหารไม่ผ่าน” (นักท่องเที่ยวคนที่ 4, สัมภาษณ์ 12 เมษายน พ.ศ. 2568)

2) ด้านการแสดงบนเวที ณ ตลาดริมน้ำคลองแดน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกิจกรรมการแสดงบนเวทีควรมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยควรมีการจัดหานักร้องที่มีชื่อเสียง นักดนตรี การแสดงหนังตะลุง หรือจัดกิจกรรมอื่น เช่น การจัดประกวด การแข่งขัน ฯลฯ มาทำให้การแสดงบนเวทีมีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น และอาจจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำคลองแดนมากขึ้น นอกจากเหนือการแสดงบนเวทีในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย การรำมโนราห์ของนักเรียน การแสดงบนเวทีของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน หรือ อสม. และการแสดงดนตรีโฟล์คซองซึ่งมีความน่าสนใจในระดับหนึ่งแล้ว ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

“ถ้ามีกิจกรรมการโชว์ โชว์พื้นถิ่น อย่างเช่น การแสดงพื้นถิ่น ระบำพื้นบ้าน อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเพิ่มขึ้น มันคงจะดี ถ้ามีเอนเตอร์เทนเมนต์อย่างอื่นเข้ามาแทรก ทำให้บรรยากาศ มันดูดี น่าสนุกขึ้นไปกว่านี้ครับ” (นักท่องเที่ยวคนที่ 1, สัมภาษณ์ 12 เมษายน พ.ศ. 2568)

3) ด้านของที่ระลึก ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า ไม่พบเห็นของที่ระลึก ณ ตลาดริมน้ำคลองแดนในปัจจุบัน ผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อย เห็นว่ามีปูนปั้นรูปมโนราห์ โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่

เสนอให้มีสินค้าของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของคลองแดน แบ่งเป็น ของที่ระลึกที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ปูนปั้นมโนราห์ หรืออาร์ตทอย (Art Toy) ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน ลูกปัดโนรา หรือจะเป็นผักพื้นบ้านปลอดสารพิษของชุมชน ผู้ให้ข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง เสนอให้มีสินค้าของที่ระลึกที่มีจำหน่ายทั่วไปตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป เช่น เสื้อ พวงกุญแจ เป็นต้น ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

“ผมว่า ถ้ามีของที่แบบตอบโจทย์ยุคสมัย ช่วงนี้ที่เขาฮิต ๆ กันครับ พวกอาร์ตทอยที่เป็นโมเดลตุ๊กตา แต่ทำเป็นอัตลักษณ์ชุมชน มีแอคชันต่าง ๆ ท่ายืน ท่านั่ง เป็นแบบคอลเลกชันที่แบบคนมาเที่ยวครั้งหนึ่งได้สะสม มาสิบครั้ง ได้สิบแบบ ผมว่าน่าสนใจดี” (นักท่องเที่ยวคนที่ 5, สัมภาษณ์ 12 เมษายน พ.ศ. 2568)

4) ด้านสถานที่ จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความกังวลใจกับปัญหาเรื่องสะพานและทางเดินที่ไม่มีความแข็งแรง ผุพังและทรุดโทรมไปตามเวลา และบางโซนพื้นที่ไม่สามารถเดินตลาดได้โดยรอบ จึงเสนอให้ทางตลาดพัฒนาปรับปรุงสะพานและทางเดินเป็นลำดับแรก อย่างไรก็ตาม สถานที่และบรรยากาศโดยรอบของตลาดริมน้ำคลองแดนที่เป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมยังเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวอยู่เช่นเดิมแม้เวลาจะเปลี่ยนไป นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่ง เสนอให้มีการจัดสร้างอาคารส่วนกลางไว้ทำกิจกรรม โดยออกแบบให้กลมกลืนไปกับสถานที่และบรรยากาศแบบดั้งเดิม ดังคำสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

“สะพานไม่โอเค แต่สถานที่โดยรวม คลองแดนอันดับหนึ่งเลย ภูมิทัศน์ดีมาก สวย ดีมาก ใครมาก็ชอบ แค่เสียดาย มันขาลงซะแล้ว คือ จริง ๆ นะ ไปมาหลายที่ แต่ภูมิทัศน์ไม่มีที่ไหนสู้คลองแดนได้เลย คือ อันนี้ชื่นชมจากใจเลย” (นักท่องเที่ยวคนที่ 20, สัมภาษณ์ 26 เมษายน พ.ศ. 2568)

5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำคลองแดน นั่นคือ การสร้างจุดเช็คอินหรือจุดถ่ายรูปที่มีความสวยงาม ซึ่งควรมีการกำหนดวางตำแหน่งไว้ให้โดดเด่น ณ กลางตลาดริมน้ำคลองแดน อาจจะจัดซุ้มตามเทศกาล หรือใช้วัสดุในท้องถิ่น เป็นต้น ดังคำให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวที่ว่า

“เรื่องจุดเช็คอิน ผมมองว่ายังไม่ได้ครับ ต้องสร้างจุดจำ ตรงไหนก็ได้ ที่ว่ามาคลองแดนแล้วต้องถ่าย แล้วรู้เลยว่าตรงนี้ ถ่ายที่คลองแดนนะ” (นักท่องเที่ยวคนที่ 2, สัมภาษณ์ 12 เมษายน พ.ศ. 2568)

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยว ควรจัดเป็นกิจกรรมล่องเรือ และมีไกด์นำเที่ยว การปั่นจักรยาน การจัดกิจกรรมชมทุ่งและเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม การมีไกด์ทัวร์ให้ความรู้ ณ จุดสำคัญต่าง ๆ ของชุมชนคลองแดน เช่น วัดคลองแดน ศูนย์การเรียนรู้ด้านอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม เช่น การทำผ้ามัดย้อม การจัดกิจกรรม ณ กลางตลาด โดยเน้นกิจกรรมสำหรับเด็กได้เรียนรู้ชีวิตพื้นบ้าน ชีวิตริมน้ำคลองแดน ซึ่งจะทำให้ผู้ปกครองใช้เวลากับเด็ก

และใช้เวลาในตลาดเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลบางคนเสนอให้ตลาดริมน้ำคลองแดน เปิดวันเสาร์และอาทิตย์ด้วย

6) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จะต้องมีการเร่งประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำคลองแดนอย่างเร่งด่วน เนื่องจากขณะนี้ลูกค้าน้อย และบางคนเข้าใจว่าตลาดปิดไปแล้ว โดยที่ผ่านมา จะเห็นการสื่อสารทางเฟซบุ๊กของตลาดริมน้ำคลองแดน ซึ่งบางคนเห็นว่า เนื้อหาที่นำเสนอไม่มีความเปลี่ยนแปลง เนื้อหาเดิม ๆ จึงควรสื่อสารในช่องทางอื่น ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ด้วยติ๊กต็อก ซึ่งอาจจะต้องหาคนมาทำอย่างจริงจัง หรือการเชิญชวนคนมีชื่อเสียงหรือ ยูทูบเบอร์ (YouTuber) มารีวิวและนำเนื้อหาไปลงสื่อเป็นต้น หรืออาจใช้สื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น รถแห่ การยิงแอดโฆษณาทางช่องทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลบางคนเห็นว่า ควรสื่อสารด้วยภาพที่เป็นภาพปัจจุบันของตลาดริมน้ำคลองแดน ไม่ควรเอาภาพในอดีตมาสร้างความเข้าใจผิดแก่นักท่องเที่ยว ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

“ควรมีการประชาสัมพันธ์ครับ ควรจะมีแบบเป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ ลงติ๊กต็อก หรืออะไรก็ได้ เป็นรีล เป็นคลิปสั้น ๆ ที่คนเล่นกัน เพิ่มเติมนอกจากโพสในเฟซบุ๊กอย่างเดียว” (นักท่องเที่ยวคนที่ 5, สัมภาษณ์ 12 เมษายน พ.ศ. 2568)

7) ด้านอื่น ๆ ผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลในประเด็นเกี่ยวกับลานจอดรถและห้องน้ำเป็นส่วนใหญ่ โดยบางคนเสนอให้ตลาดจัดสร้างห้องน้ำไว้เป็นของตลาดที่สะดวกต่อการใช้งานสัก 3-4 ห้อง เนื่องจากปัจจุบันใช้ที่โรงพักใกล้กับตลาด และในประเด็นลานจอดรถนักท่องเที่ยวสามารถจอดหน้าโรงพักได้เช่นกัน เนื่องจากมีคนมาเที่ยวตลาดไม่มากนัก ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

“ถ้าเกิดว่า มีห้องน้ำสาธารณะในบริเวณที่สะดวกครับ ที่ไม่เป็นบ้านคน น่าจะดีกว่าครับ อันนี้เรื่องสำคัญนะครับ น่าจะมีห้องน้ำเป็นของตลาดเลย สักชุดนึง สาม สี่ ห้อง กำลังดีครับ” (นักท่องเที่ยวคนที่ 2, สัมภาษณ์ 12 เมษายน พ.ศ. 2568)

ผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่งเสนอแนะให้มีถังขยะ ในแต่ละโซนพื้นที่ให้ชัดเจน และเป็นถังแยกประเภทขยะด้วย ผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่งเสนอให้ตลาดริมน้ำคลองแดนจัดทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การจัดทำจุดเช็คอิน และให้ใช้บัตรปั๊มตราสัญลักษณ์แต่ละจุดให้ครบ เพื่อนำมาแลกของรางวัลกับทางตลาด สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลอีกคนที่ต้องการให้ความสำคัญกับฐานการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อจะได้ดึงการท่องเที่ยวชุมชนกลับมาให้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอีกครั้ง

ในการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยจะได้ดำเนินการวิจัยโดยการใช้แบบสอบถาม สอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาชีพเกษตรกร จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,001 บาท จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,001–20,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ส่วนใหญ่มาจากจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือ ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา

จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดนปีละ 2–3 ครั้ง จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือกลุ่มที่เดินทางมา 3–4 ครั้งต่อปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดนมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนตัว จำนวน 343 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.4 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมาคือการซื้ออาหาร จำนวน 230 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.5 ของคำตอบทั้งหมด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มียอดค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางครั้งล่าสุดไม่เกิน 500 บาท จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 1,001–1,500 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้สื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดนมากที่สุด คือ สื่อบุคคลหรือการบอกต่อ จำนวน 381 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.7 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมาคือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 165 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.2 ของคำตอบทั้งหมด รายละเอียดดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 แสดงระดับความพึงพอใจต่อตลาดน้ำคลองแดนของนักท่องเที่ยว

ด้านทั้งหมด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านอาหาร	3.58	0.51	มาก
ด้านการแสดง	3.42	0.53	ปานกลาง
ด้านของที่ระลึก	3.63	0.54	มาก
ด้านสถานที่	3.66	0.43	มาก
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.70	0.43	มาก
ด้านประชาสัมพันธ์และข้อมูล	3.26	0.66	ปานกลาง
ภาพรวม	**3.54**	**0.41**	**มาก**

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อตลาดริมน้ำคลองแดนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.70) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย3.63) และด้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการแสดง (ค่าเฉลี่ย 3.42) และด้านประชาสัมพันธ์และข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.26) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโดยภาพรวมตลาดริมน้ำคลองแดนสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดี โดยเฉพาะในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว บรรยากาศสถานที่ และสินค้าของที่ระลึก

ตารางที่ 2 แสดงระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของตลาดริมน้ำคลองแดน

ด้านทั้งหมด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความต้องการ
ด้านอาหาร	4.79	0.59	มากที่สุด
ด้านการแสดง	4.65	0.71	มากที่สุด
ด้านของที่ระลึก	4.42	0.85	มาก
ด้านสถานที่	4.79	0.58	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.51	0.69	มากที่สุด
ด้านประชาสัมพันธ์และข้อมูล	4.69	0.81	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.62**	**0.64**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 2 พบว่าระดับความความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ และบริการทางวัฒนธรรมของตลาดริมน้ำคลองแดนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการในระดับมากที่สุดต่อด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.79) ด้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.79) ด้านประชาสัมพันธ์และข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.69) ด้านการแสดง (ค่าเฉลี่ย 4.65) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.51) ส่วนด้านของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 4.42) ได้รับความต้องการในระดับมาก

จากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการลงพื้นที่สังเกตการณ์พบว่า ด้านสถานที่และภูมิทัศน์ พบว่าในปัจจุบันมีความทรุดโทรมเป็นอย่างมาก ในบางจุดมีความเสี่ยงต่อการเดิน โดยเฉพาะช่วงสะพานไม้ข้ามคลอง ซึ่งขณะนี้ กำลังรองบประมาณซ่อมแซมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยคาดว่าจะได้รับการซ่อมแซมในปี พ.ศ. 2570



ภาพที่ 1 ภูมิทัศน์ชุมชนริมน้ำคลองแดนในปัจจุบัน

ด้านอาหาร ชุมชนริมน้ำคลองแดนมีอาหารพื้นบ้านจำหน่าย และราคาไม่สูง หารับประทานได้ค่อนข้างยากในพื้นที่อื่น ๆ เช่น แป้งแดง ไข่ครอบ หมี่ชมพู เต้าคั่ว เป็นต้น แต่มีร้านจำหน่ายอาหารไม่มากนัก ประมาณ 10 ร้าน



ภาพที่ 2 ภาพอาหารพื้นบ้าน แป้งแดง และเต้าคั่ว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดน และชุมชนคลองแดนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยขอนำเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดน จำแนกเป็นแต่ละด้าน ดังนี้

1) อาหารและกิจกรรมการท่องเที่ยว จุดเด่นที่สามารถนำมาส่งเสริมชูการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนได้ คือ อาหารพื้นถิ่น ซึ่งมีราคาไม่สูงและสะท้อนความอุดมสมบูรณ์เชิงพื้นที่ นอกจากนี้ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น วัดคลองแดนที่มีหลวงพ่อทองคำอันศักดิ์สิทธิ์ ฐานการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนต่าง ๆ ซึ่งหากมีร้านค้าจำหน่ายอาหารจำนวนมาก มีกิจกรรมที่น่าสนใจจะทำให้ตลาดริมน้ำคลองแดนได้รับความสนใจอีกครั้ง ทั้งนักท่องเที่ยวและเยาวชนซึ่งตลาดริมน้ำคลองแดนจะเป็นฐานการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนได้เป็นอย่างดี

2) โครงสร้างสะพาน สถานที่โดยรอบ และเส้นทางการเดินทาง ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่าปัจจุบันควรมีการปรับปรุงโครงสร้าง สถานที่ โดยเฉพาะสะพานและทางเดิน เพราะจะเป็นสาธารณูปโภคพื้นฐานให้ร้านค้ามีจำนวนมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นตามมาด้วย นอกจากนี้ควรอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น รถรับ-ส่ง จากถนนหลักมายังตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชน คลองแดน

3) การประชาสัมพันธ์ ผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลต่อเนื่องจากการปรับปรุงโครงสร้าง สถานที่ เช่น สะพาน ทางเดิน ฯลฯ เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะได้นำมาใช้ประชาสัมพันธ์สื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวที่ตลาดได้ดังเดิมสถาบันการศึกษาควรจัดกิจกรรมมาเที่ยวชมหรือทัศนศึกษาดูงาน

มาเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำคลองแดน เพื่อจะได้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปยังนักท่องเที่ยวและผู้สนใจคนอื่น ๆ ด้วย

จากการลงพื้นที่สำรวจชุมชนริมน้ำคลองแดน ทำให้ได้ข้อมูลว่า ชุมชนริมน้ำคลองแดน แม้จะมีบริบทเปลี่ยนไป การเข้าสู่ยุคซบเซาจากที่เคยรุ่งเรืองในอดีต แต่ชุมชนยังมีทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ สถานที่ตั้งที่มีตลาดริมน้ำเชื่อมต่อกับวัดคลองแดน ทำให้ที่นี่ได้ชื่อว่า ชุมชนคลองแดนวิถีพุทธ และชุมชนที่นี่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย จุดเด่นหรือจุดขายสำคัญของคลองแดน คือ ความอุดมสมบูรณ์ทางอาหารพื้นถิ่นและมีโครงสร้างตลาดริมน้ำที่สวยงามน่าประทับใจ หากแต่ในปัจจุบันขาดการดูแล ทำให้ทรุดโทรม ซึ่งหากได้รับการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งตัวตลาดและเส้นทางการเดินทางจะทำให้ตลาดริมน้ำ คลองแดนและชุมชนคลองแดน ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว แม้ว่าอาจจะไม่โด่งดังดังเช่นในอดีต แต่ชุมชนแห่งนี้ก็จะเป็นแหล่งเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ โดยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ผลการวิจัยว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นแบบครอบครัว ประมาณ 3-4 คน เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจ โดยหาข้อมูลมาทางสื่อสังคมออนไลน์ และใช้จ่าย ณ ตลาดริมน้ำคลองแดน 500 บาท โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวประเด็นหลักคือ การมาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดนในรูปแบบตลาดพื้นถิ่นที่ย้อนยุคไปในอดีตและซื้อหาอาหารพื้นบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสสวาส กุลวงศ์, ณฐพงศ์ จิตรนิรัตน์, และพรพันธุ์ เขมคุณาศัย (2562, น. 65-91) ที่ศึกษาความหมายและการเปลี่ยนแปลงของตลาดริมน้ำคลองแดนในคาบสมุทรสทิงพระ สงขลา พบว่า ตลาดริมน้ำคลองแดนเป็นชุมชนวิถีชาวนา เจริญเติบโตขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากที่คนจีนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบริเวณชุมชนริมน้ำคลองแดนจึงกลายเป็นย่านการค้าสำคัญในคาบสมุทรสทิงพระ โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุค ด้วยกัน คือ ยุคแห่งความรุ่งเรืองเป็นยุคที่วิถีชีวิตคนคลองแดนผูกพันอยู่กับสายน้ำบนเส้นทางการค้าของเมืองสามคลองสองแดนคือ สงขลาและนครศรีธรรมราช ทำเลที่ตั้งในชุมทางการสัญจรทางน้ำ พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทั้งดินและน้ำการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของชาวจีนซึ่งมีความชำนาญด้านการค้าขาย ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนค้าขายและสะสมทุนอย่างต่อเนื่อง ยุคที่สอง ยุคแห่งความร่วงโรย คือยุคที่ถนนสาย 408 สร้างขึ้น การสัญจรทางน้ำลดบทบาทลงจนถึงทำให้การค้าทางน้ำสิ้นสุดลง หลังปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา คลองแดนเปลี่ยนเป็นเมืองร้าง ยุคที่สามยุคฟื้นชีวิตตลาดริมน้ำคลองแดน ยุคที่ตลาดริมน้ำคลองแดนฟื้นตัวภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนตลาดริมน้ำคลองแดนเดิมถูกทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวย้อนยุค แหล่งศึกษาวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำความหมายของตลาดคลองแดนจึงมีความหมายในฐานะที่เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวที่ตอบสนองรสนิยมย้อนอดีตของนักท่องเที่ยวในยุคบริโภคนิยม ทั้งนี้ ในการดำเนินกิจกรรมของตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนโดยรอบคลองแดน ดำเนินตามกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism หรือ CBT) เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยชุมชน ชุมชนเหล่านี้พึ่งพาแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อแสดงออกและตีความอัตลักษณ์ของตน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลที่ผสมผสานกัน และส่งผลให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ (Yodsurang, Kiatthanawat, Sanoamuang, Kraseain, & Pinijvarasin, 2022, pp. 1-20) นอกจาก นี้ยังสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ประเทศไทยมีกระแสในการพัฒนาการ ท่องเที่ยว เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึงมากขึ้น จึงเกิดแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพกานต์ ปัจจันตวิวัฒน์ และบุญอนันต์ นทกุล, 2565, น. 147)

อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดภาวะซบเซาของตลาดอันเนื่องมาจากปัจจัยการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงของผู้คน การย้ายถิ่นฐาน รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีตัวเลือกของสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดริมน้ำคลองแดนทรุดโทรม และไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาดังเช่นในอดีต

จากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับหลายองค์ประกอบ โดยมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ อาหารและกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้าง สถานที่ และเส้นทางการเดินทาง และด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นด้านการแสดงกับการประชาสัมพันธ์ที่พึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เนื่องจากมีการแสดงรำโนราของเยาวชนเพียง 2-3 คน และการแสดงเต้นประกอบเพลงของกลุ่ม อสม.เท่านั้น จึงอาจจะดูไม่หลากหลายและมีชุดการแสดงน้อย และการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่อง และไม่น่าสนใจ สำหรับในประเด็นความต้องการแต่ละด้าน นักท่องเที่ยวมีความต้องการทุกด้านมากที่สุด ยกเว้นของที่ระลึกที่ต้องการในระดับมาก ซึ่งการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหาของผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อขั้นแรก ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการในสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นจากความจำเป็นหรือสิ่งกระตุ้นภายใน และจะนำไปสู่การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ (ณัฐพัศพนธ์ แสวงทรัพย์, 2561, น. 32-33)

วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดน และชุมชนคลองแดนที่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน ประเด็นหลัก ได้แก่ อาหารและกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ จุดเด่นที่สามารถนำมาส่งเสริมชูการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำคลองแดน และชุมชนคลองแดนได้ คือ อาหารพื้นถิ่น ซึ่งมีราคาไม่สูงและสะท้อนความอุดมสมบูรณ์เชิงพื้นที่ สอดคล้องกับที่ Thongoupragarn (2018 อ้างถึงใน ปวิธ ตันสกุล, 2563, น. 82) ให้ความเห็นว่า อาหารพื้นถิ่น เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นครั้งแรก เกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งในต่อไป ดังนั้น หากประเทศไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยอาหารไทยท้องถิ่นก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรุกในอีกด้านหนึ่ง (Chimbanrai & Wongsarot, 2016 อ้างถึงใน ปวิธ ตันสกุล, 2563, น. 82) นอกจากอาหารพื้นถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองและมีการสืบทอดต่อกันมานานนับร้อยปี มีความสำคัญ

ต่อวิถีการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรม

ในประเด็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ควรสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ทั้งการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนในการตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วม ดังงานวิจัยของ เนียนนิภา สำเนียง เสนาะ, พยอม ธรรมบุตร, เสรี วงษ์มณฑา, และกาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์เชี่ยวชาญ (2565, น. 228-241) ที่ศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา ชินบุตร (2561, น. 75-89) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนควรมีการพัฒนาโครงสร้างสะพาน สถานที่โดยรอบและเส้นทางการเดินทางเพราะจะเป็นสาธารณูปโภคพื้นฐานให้ร้านค้ามีจำนวนมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นตามมาด้วย ทั้งนี้ก็จะได้นำมาใช้ประชาสัมพันธ์สื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวที่ตลาดได้ดังเดิม และสถาบันการศึกษาควรจัดกิจกรรมมาเที่ยวชมหรือทัศนศึกษาดูงาน มาเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำคลองแดน เพื่อจะได้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไปยังนักท่องเที่ยวและผู้สนใจคนอื่น ๆ ด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานในพื้นที่ควรเข้ามาช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างมากต่อการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ ในประเด็นนี้

การพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนจึงควรใช้ทรัพยากรที่เป็นจุดเด่นสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามา นั่นคือ อาหารพื้นถิ่นและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ในขณะเดียวกันควรเร่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งตัวตลาด และเส้นทางการเดินทางโดยรอบ ซึ่งจะมีผลต่อเนื่องมาสู่การมีพ่อค้าแม่ค้ามาค้าขายมากขึ้น และการนำเสนอเรื่องราวของตลาดผ่านการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับที่ วีรญา พรมประสิทธิ์ (2565, น. 117) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา บ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านตึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า ภาครัฐควรพัฒนาแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก นอกจากนี้ ควรมีโครงการพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่น และทักษะ (Upskill) ให้กับกลุ่มวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะไอที เพื่อให้กลุ่มสามารถจัดการฐานข้อมูลออนไลน์ให้มีความทันสมัยด้วยตัวเอง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมุ่งการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้ว แต่ทว่าในเวลาเดียวกัน การพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชน คลองแดนควรคำนึงถึงแนวคิดการทองเที่ยวโดยชุมชนเป็นหลักสำคัญ สอดคล้องกับที่ วสุธิดา พูนกลัด, บุญสาน ทระทึก, และสุภลัคน วงศไพศาลลักษณ (2566, น. 797) ให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวลักษณะนี้ คนในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ข้อตกลงของชุมชน หรือ

จรรยาบรรณ การเลือกจุดเด่นหรือเอกลักษณของชุมชนที่จะเป็นจุดขาย เป็นต้น เพื่อไม่ให้วิถีชุมชนดั้งเดิมถูกทำลายและสูญหาย และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป และสอดคล้องกับที่ Sukcharoenchok (2019, p. 21) ชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาจเกิดปัญหาขึ้นได้หากไม่มีความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในชุมชนเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เมื่อผู้ประกอบการทัวร์ต้องการสร้างแพ็คเกจทัวร์วัฒนธรรมดั้งเดิมและความเป็นส่วนตัวของผู้คนในพื้นที่นั้นอาจถูกทำลายจากจำนวนนักท่องเที่ยว และหากนักท่องเที่ยวไม่มีความรับผิดชอบ ปัญหาอื่น ๆ เช่น การทิ้งขยะจะเป็นสถานการณ์ที่ยากลำบากสำหรับคนในท้องถิ่นตามมา เอกราช จันทร์กลับ (2563, น.13) จึงสรุปไว้ว่า องค์ประกอบสำคัญของการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมซึ่งในที่นี้คือ การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของชุมชน คือ ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นที่ต้องเข้าใจทุนทางวัฒนธรรมของตนและเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ สร้างสรรค์กิจกรรมของท้องถิ่น รวมถึงการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้ โดยเชื่อมโยงและบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก อาทิ การสนับสนุนงบประมาณ การช่วยประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนสถานที่ในการจัดกิจกรรม รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ของหน่วยงานดังกล่าวให้สามารถบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ชุมชนควรมีการประชุมระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง หาแนวทางพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดน หรือการนำเสนอกิจกรรมภายในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือ

2. หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นควรบรรจุแผนการพัฒนาและยกระดับตลาดริมน้ำคลองแดนในทุกมิติ เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้วิถีชุมชนของระดับตำบล และอำเภอ

3. จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสงขลาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงพื้นที่และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ทั้งแหล่งเรียนรู้ในตลาด วัดคลองแดน ศูนย์การเรียนรู้ที่อยู่ในชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนคลองแดนที่อยู่ระหว่างสองจังหวัดที่มีอัตลักษณ์สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิมอย่างชัดเจน

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนในการพัฒนาตลาดริมน้ำคลองแดนในช่วงเวลาที่ผ่านมา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการของตลาดริมน้ำคลองแดน และชุมชนในบริบทปัจจุบันเพิ่มเติม

5. ควรมีการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนส่งเสริมตลาดริมน้ำคลองแดน และชุมชนคลองแดนเพิ่มเติม เพื่อให้เห็นมุมมองการช่วยหนุนเสริมให้ตลาดริมน้ำคลองแดนและชุมชนคลองแดนให้ยังคงอยู่ได้ในบริบทเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

บรรณานุกรม

ชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ. (2555). **การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคใต้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐพัศพนธ์ แสวงทรัพย์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เนียนนิภา สำเนียงเสนาะ, พยอม ธรรมบุตร, เสรี วงษ์มณฑา, และกาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์เชี่ยวชาญ.(2565). ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.** 13(2), น. 228–241. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2569, จาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/255931.

ปวิธ ตันสกุล. (2563). แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารกรณีศึกษาชุมชนขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. **WMS Journal of Management.** 9(1), น. 81-92. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2569, จาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/view/237906.

พิมพกานต์ ปัจจันตวิวัฒน์ และบุญอนันต์ นทกุล. (2565). แนวทางในการออกแบบและจัดการพื้นที่เพื่อส่งเสริมการรับรู้สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนคลองแดน จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช. **Journal of Architectural/Planning Research and Studies.** 19(2), น. 145-161. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2569, จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jars/article/view/247297.

มนัสสวาส กุลวงศ์, ณฐพงศ์ จิตรนิรัตน์, และพรพันธุ์ เขมคุณาศัย. (2562). ความหมายและการเปลี่ยนแปลงของตลาดริมน้ำคลองแดนในคาบสมุทรสทิงพระ สงขลา**. วารสารอินทนิลทักษิณสาร.** 14(1), น. 65–91. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2569, จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/HUSOTSU/article/view/199969.

วสุธิดา พูนกลัด, บุญสาน ทระทึก, และสุภลัคน วงศไพศาลลักษณ. (2566). การจัดการทองเที่ยวโดยชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. **วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ.** 3(2), น. 793-812. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2569, จาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/267016.

วิชชุดา เขียวเกตุ. (2559). **การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทยา ชินบุตร. (2561). การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน. **วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา.** 8(1), น. 75-89. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2569, จาก https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/243941.

วีรญา พรมประสิทธิ์. (2565). **ปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาบ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านตึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เอกราช จันทร์กลับ. (2563). **แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช**. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques.** (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.

Hariyadi, B. R., Rokhman, A. Rosyadi, S. Yamin, M. & Runtiko, A. G. (2024). The role of community-based tourism in sustainable tourism village in Indonesia. **Revista de Gestão Social eAmbiental.** 18(7), pp. 1–24. Retrieved January 8, 2026, from https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-038.

Jackson, L. A. (2025). Community-based tourism: A catalyst for achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. **Tourism and Hospitality.** 6(1), Article 29, pp. 1-20. Retrieved January 8, 2026, from https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029.

Sukcharoenchok, N. (2019). **The impacts of community-based tourism in terms of economic, social, and environmental dimensions for the local communities in Thailand.** Master's independent study of Arts in Social Innovation and sustainability, School of Global Studies, Thammasat University.

Yodsurang, P., Kiatthanawat, A., Sanoamuang, P., Kraseain, A., & Pinijvarasin, W. (2022). Community-based tourism and heritage consumption in Thailand: An upside-down classification based on heritage consumption. **Cogent Social Sciences.** 8(1), 2096531, pp. 1-20. https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2096531.