

การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2554
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำ ทัศนศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ของ สาลินี ทิพย์เพ็ญ
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....ประธาน

(ดร.กาญจนาภา พงศ์พนรัตน์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา)

.....กรรมการ

(ดร.ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา)

.....กรรมการ

(ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล)



อนุมัติ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

พฤษภาคม 2554

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้อุดหนุนค่าตอบแทนค่าเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ ดร.ภรณ์ทิรา เลิศเดชเดชา ดร.สหพนธ์ ตั้งเบญจสิริกุล รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์ และดร.ชัยวัฒน์ ตันตียมาศ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ คุณสมมาตร เพ็ชรพญาบาลเป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานของเทศบาลเมืองคลองแห คุณนศรินทร์ หมดคง ที่ได้อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณบุคลากรของเทศบาลเมืองคลองแห ผู้ประกอบการ ประชาชนในเทศบาลเมืองคลองแห นักท่องเที่ยว และผู้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแหทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีในการเข้าไปทำวิจัยและเก็บข้อมูลในตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสมบุญฤทธิ์ ทัพย์เพ็ง คุณแม่เพ็ญศรี ทัพย์เพ็ง คุณสุภาวรัตน์ เขาวลิต คุณสันติสุข ทัพย์เพ็ง คุณเอกชัย เขาวลิต และเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

ขอขอบพระคุณ ผู้บริหารและเพื่อนร่วมงาน หลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ที่คอยเป็นกำลังใจ และได้ให้โอกาสในการศึกษาอย่างเต็มที่ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย เจ้าหน้าที่ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อนนิสิต ปี 52 สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ที่ร่วมสร้างฝันและตั้งใจฟันฝ่าจนถึงจุดหมาย มีประสบการณ์และมิตรภาพที่ก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีต่อกัน

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหต่อไป

สาลินี ทัพย์เพ็ง

ชื่อเรื่อง	การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ผู้วิจัย	สาลินี ทิพย์เพ็ง
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
คำสำคัญ	การส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว ตลาดน้ำ คลองแห

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห และเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีการศึกษารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และศึกษาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหในอนาคต ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง รวมทั้งการใช้วิธีการสังเกตโดยมีเค้าโครงกำหนดล่วงหน้า (**Structured Observation**) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ กลุ่มบุคคลจากหน่วยงานองค์กร นักท่องเที่ยว และบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ 1. แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 2. แนวทางการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว 3. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (**Product**) 2. ด้านราคา (**Price**) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (**Place**) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (**Promotion**) 5. ด้านพนักงาน (**People**) 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (**Process**) 7. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (**Physical Evidence**) ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านนี้ได้นำไปสู่แนวทางในการพัฒนาและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

Title PROMOTION OF KLONG HAE : A CASE STUDY OF THE
FLOATING MARKET IN HADYAI, SONGKHLA PROVINCE

Author Salinee Tippeng

Advisor Associate Professor. Seri Wongmonta, Ph.D.

Co – Advisor Bhanhira Lertdechdecha, Ph.D.

Academic Paper Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management,
Naresuan University, 2010

Keywords Tourism Promotion, Tourism Development, Klong Hae
Floating Market

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to study about the new development guidelines and the new promotion for Klong Hae floating market. The data were gathered through in - depth interviews and checked by Methodological Triangulation with the group of persons who have important roles in the community, academic documents, and local persons. The research found 3 development guidelines tourism floating market site trends, for example, development of latency site of the tourist attraction, development serves tourism way, and development push tourism, 7 trends promotion tourism floating market parts, for example, products, price, place, promotion, people, process and physical environment.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวความคิด.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	31
แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาดน้ำ.....	38
ตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำปาง จังหวัดสงขลา.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
ประชากร และผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	53
ส่วนที่ 1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.....	53
ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.....	109
5 บทสรุป.....	123
สรุปผลการวิจัย.....	124
อภิปรายผล.....	129
ข้อเสนอแนะ.....	135
บรรณานุกรม.....	137
ภาคผนวก.....	141
ประวัติผู้วิจัย.....	151

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวความคิด.....	6
2 แผนที่ตั้งตลาดน้ำคลองแห.....	41
3 รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
4 หลา หรือศาลา.....	57
5 กาละแม ขนมหันบ้านของภาคใต้ (ขนมลูกพิมพ์).....	58
6 ร้านขนมหวานท้องถิ่นภาคใต้.....	59
7 เม็ดมะม่วงหิมพานต์อบน้ำตาลขนมหันบ้านภาคใต้.....	60
8 ร้านขายน้ำผลไม้.....	60
9 ร้านขายข้าวยาสมุนไพรโบราณ.....	61
10 ร้านขายของที่ระลึกประเภทงานปั้น.....	62
11 ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า.....	63
12 ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม.....	64
13 ร้านขนมไทยที่หลาลุงแสง.....	65
14 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิค.....	66
15 ขนมโบราณถิ่นใต้ (ขนมป่า).....	67
16 บรรยากาศตลาดน้ำ.....	70
17 เรือจำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร.....	71
18 เรือจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่ม.....	71
19 เรือจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารหวาน.....	72
20 การแต่งกายของพ่อค้าด้วยชุดผ้าไทย.....	73
21 การแต่งกายของแม่ค้า.....	73
22 ใบตองภาชนะใส่ขนมหวาน.....	74
23 ภาชนะใส่อาหารจากวัสดุธรรมชาติ.....	75

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
24	เรือพายที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว..... 79
25	การยกบาม..... 80
26	รูปหล่อหลวงพ่อลิ้นดำ..... 81
27	มัศจรรย์กลาง..... 82
28	กิจกรรมล่องเรือตามเส้นทางท่องเที่ยว..... 82
29	การแสดงมโนราห์..... 83
30	การก่อเจดีย์ทรายกิจกรรมในวันสงกรานต์..... 84
31	การแสดงหนังตะลุงกิจกรรมในวันสารทเดือนสิบ..... 85
32	เส้นทางเข้าตลาดน้ำคลองแห..... 86
33	ประตูทางเข้าตลาดน้ำคลองแห..... 86
34	สภาพน้ำท่วมซึ่งบริเวณลานจอดรถ..... 88
35	ภาพจำลองโครงการพัฒนาตลาดน้ำ..... 89
36	ภาพจำลองโครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือ..... 90
37	สภาพของทางเดินซื้อของบริเวณตลาดน้ำ..... 91
38	โครงการฝายดั๊กขยะวัดคลองแห..... 92
39	ป้ายโครงการก่อสร้างจุดชมวิว..... 92
40	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในตลาดน้ำคลองแห..... 93
41	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 95
42	ห้องพักรมคฤศค..... 96
43	ห้องละหมาด..... 97
44	ห้องน้ำ..... 98
45	สภาพห้องน้ำ..... 98

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
46	น้ำท่วมขังบริเวณลานจอดรถ..... 99
47	ถังขยะ..... 100
48	ป้ายบอกทางภายในตลาดน้ำ..... 101
49	ป้ายบอกทางด้านนอกตลาดน้ำ..... 102
50	โต๊ะนั่งรับประทานอาหารบริเวณตลาดโบราณ..... 103
51	โต๊ะรับประทานอาหารบริเวณตลาดน้ำ..... 103
52	การอบรมภาษาอังกฤษ..... 104
53	พนักงานรักษาความปลอดภัย..... 105
54	แผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองแห..... 106
55	กิจกรรมวันลอยกระทง..... 112
56	กิจกรรมวันสงกรานต์..... 113
57	กิจกรรมวันย้อนตำนานคลองแห..... 113
58	กิจกรรมการตีกบตา..... 114
59	การจัดแสดงนิทรรศการ..... 116
60	เอกสารการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห..... 117
61	การฝึกซ้อมการแสดงของนักเรียนในช่วงเทศกาล..... 118
62	กรอบแนวความคิดใหม่..... 122

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ตลาดน้ำเป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย เป็นตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือ บรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางสำหรับการคมนาคมขนส่งและขยายพื้นที่เพาะปลูกย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็จะอยู่คู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการขุดคลองในทุกรัฐกาล ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมือง หรือเพื่อการยุทธศาสตร์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพื่อให้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วทั่วถึง รวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วย ขณะเดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วย จึงทำให้เกิดตลาดน้ำสำคัญหลายแห่ง ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรกของประเทศไทยน่าจะเป็นปากคลองตลาด ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชร และป้อมผีเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็ก ๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไป บ้านเมืองมีความเจริญขึ้น ตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมากจนถึงปัจจุบัน ตลาดน้ำในช่วงสมัยรัตนโกสินทร์ นอกจากปากคลองตลาดแล้ว ก็ยังมีตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพหัก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าคา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่น ๆ ตามคลองซอยทั่วไป (วรภรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2553)

ในปัจจุบันตลาดน้ำกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกรูปแบบหนึ่ง อันเนื่องมาจากรูปแบบของตลาดน้ำได้สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชุมชน อีกทั้งการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่น ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือสวนไถ่มาตามริมแม่น้ำลำคลอง ได้นำผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ออกมา

จำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำที่ได้รับความนิยม และเป็นที่น่าสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงของอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นตลาดเก่าแก่นับร้อยปี ที่มาของชื่อคลองได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 5 คลองนี้เป็นคลองที่คนในจังหวัดราชบุรี จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม ไปมาหาสู่กัน มีความหมายตรงกับชื่อ "ดำเนินสะดวก" คือ การเดินทางสะดวก แม้ทุกวันนี้จุดประสงค์เริ่มแรกจะเปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ยังมีพ่อค้าแม่ค้า และนักท่องเที่ยวเดินทางไปอย่างล้นหลาม

ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำยามเย็น ล่องเรือชมหิ่งห้อย สถานที่ที่ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาเยี่ยมชมไม่ขาดสายจากในอดีตที่เคยเจียบเหงาไปเพราะผลกระทบจากตลาดบกเข้ามาแทนที่ หน่วยงานในพื้นที่ และประชาชนในพื้นที่จึงร่วมจับมือกันพัฒนาตลาดน้ำแห่งนี้ให้คึกคักขึ้นมาอีกครั้ง มีของกินของแปลก ๆ และบรรยากาศที่ไม่มีในห้างสรรพสินค้า ตลาดน้ำอัมพวาจึงเป็นจุดหมายปลายทางอีกแห่งหนึ่งของตลาดน้ำ นอกจากนี้ยังมีโฮมสเตย์ให้พัก และการล่องเรือชมหิ่งห้อยในยามค่ำคืนอีกด้วย

ตลาดน้ำสี่ภาค สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทยแห่งใหม่กลางใจเมืองพัทธยา มีการจำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยที่เรียบง่าย เรียนรู้วิถีพอเพียงดั้งเดิมที่ผูกพันกับสายน้ำตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้

ตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่บริเวณหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน เป็นตลาดกึ่งชนบทผสมผสานระหว่างชีวิตริมน้ำกับธรรมชาติ พ่อค้าแม่ค้าซึ่งก็คือชาวสวนในพื้นที่จะเริ่มนำผลผลิตจากสวนซึ่งมีทั้งพันธุ์ไม้ ผักสด ผลไม้ ปลา และอาหารต่าง ๆ มาจำหน่ายเหมือนตลาดสดทั่วไปแต่ผลผลิตจะเปลี่ยนไปตามฤดูกาล นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารบนแพริมน้ำและมีเรือทัวร์ของเอกชนพาชมคลอง ชมสวน ซึ่งจะได้เห็นชีวิตความเป็นอยู่ริมน้ำของชาวตลิ่งชัน

ตลาดน้ำคลองสระบัว ตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตลาดตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติของต้นไม้และผืนหญ้า เมื่อได้ผ่านเข้าไปก็ยิ่ง เห็นถึงความแปลกแตกต่างจากตลาดน้ำทั่วไปที่ได้พบมา เพราะที่ตลาดน้ำคลองสระบัวถูกเนรมิตขึ้นมาให้อยู่ท่ามกลางความสดเขียวของเรียวยาวงข้าวกลางท้องทุ่งนาของเมืองอยุธยา แคเส้นทางที่ใช้เดินเข้าสู่ตลาดก็ทำให้รู้สึกได้ถึงความต่างกับตลาดน้ำ ตลาดโบราณหลาย ๆ แห่ง เน้นการตกแต่งด้วยของง่าย ๆ ที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวันของเกษตรกร เช่น อุปกรณ์หาปลา ปิ่นโต หม้อดินเผาไม้เป็นเรือนไม้หลังคามุงแฝก ขนาดใหญ่หลาย-

หลัง นอกจากนี้จะเป็นตลาดที่ขายสินค้าพวกอาหาร ผัก ผลไม้ แล้วยังมีการแสดงที่ใช้ทองคำ และพื้นน้ำเป็นเวที นักแสดง ออกมาจากทุกทิศทุกทางสวยงามอลังการอีกด้วย

ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่ในตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยจังหวัดสงขลา นั้นมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนที่น่าสนใจ กอปรกับหาดใหญ่ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อย่างเช่นมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านหลังไหลเข้ามาท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยสินค้าต่าง ๆ ในจังหวัดเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์อย่างวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ส่งผลให้เศรษฐกิจของอำเภอหาดใหญ่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนได้รับการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และจากการสรุปผลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนตุลาคม 2552 มีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวน 1,359,220 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 12.24 และมีนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 407,250 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 3.67 และพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดก็คืออำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

ชุมชนคลองแห (อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของเทศบาลเมือง) ตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของอำเภอหาดใหญ่ มีลำคลองสายเล็ก ๆ ที่เรียกว่า “คลองแห” เชื่อมระหว่างคลองเตยกับคลองคูตะกา ประชาชนในท้องถิ่นมีวิถีชีวิตที่ผสมผสานกันระหว่างไทยพุทธและไทยมุสลิม ประชากรส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และค้าขาย ในอดีตคลองแห่งนี้เคยเป็นคลองที่ต้นเงินไม่สามารถใช้ประโยชน์ใด ๆ ได้ แต่ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของนายอภิชาติ สังขชาติ นายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองคลองแหในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและการขยายตัวของการท่องเที่ยว เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่เป็นอำเภอที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก การที่คลองแหเป็นชุมชนใกล้เมืองหาดใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวและเปิดตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ จึงได้มีแนวความคิดที่จะฟื้นฟูสภาพคลองแหให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแห่งใหม่ของภาคใต้ ได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยทั้งหลายที่ได้ทำการวิจัยในพื้นที่ หลังจากนั้นได้จัดกิจกรรมทัศนศึกษานำเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ทั้งพ่อค้า แม่ค้า ไปดูงานที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานรูปแบบการบริหารจัดการ รวมทั้งได้ประสาน

ความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมมัคคุเทศก์ ฯลฯ ในการผลักดันโครงการตลาดน้ำคลองแหให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยความร่วมมือร่วมใจของประชาชนในท้องถิ่นทำให้คลองแห สายน้ำเล็กๆ ในอดีตกลับกลายเป็นคลองที่สะอาด กว้างขวางเพียงพอสำหรับการรองรับเรือจำนวนมาก ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดที่มีความยาวประมาณ 200 เมตร ตั้งอยู่ริมฝั่งคลองตรงข้ามกับวัดคลองแห เป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกและแห่งเดียวของภาคใต้ ผสมผสานระหว่างตลาดที่จำหน่ายสินค้าในเรือและตลาดโบราณ ตลาดน้ำคลองแหเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2551 ในชื่อ "ตลาดน้ำคลองแห วัฒนธรรมสืบถิ่นใต้" เป็นตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ ด้วยเวลาเพียงไม่นานตลาดน้ำคลองแหนับว่าประสบความสำเร็จอย่างมากมีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นในชุมชน เช่น รูปแบบของตลาดน้ำ การแต่งกายของพ่อค้าแม่ค้าที่ร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรม ด้วยการแต่งกายด้วยชุดไทยพื้นบ้าน การอนุรักษ์ธรรมชาติด้วยการใช้วัสดุจากธรรมชาติบรรจุน้ำดื่ม เช่น ใช้กระบอกไม้ไผ่บรรจุน้ำ ใช้กระต๊อบตอง และกะลามะพร้าวเป็นภาชนะใส่อาหาร ปัจจุบันมีเรือจำหน่ายสินค้าจำนวนมากกว่า 90 ลำ ร้านค้าของตลาดโบราณอีกกว่า 200 ร้านค้า ส่วนใหญ่จำหน่ายอาหารคาวหวาน และอาหารพื้นบ้าน เช่น ถั่วคั่ว ข้าวยาบักขี้ใต้ ขนมจีน ฯลฯ ส่วนขนมก็เช่น ขนมมด ขนมดั่ง ขนมโค ขนมไทยแทบทุกชนิด และขนมพื้นบ้านภาคใต้ จึงจัดได้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมแห่งหนึ่งของภาคใต้ ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจ และการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอหาดใหญ่ จึงทำให้ชุมชนคลองแหกลายเป็นชุมชนที่ได้รับการยกย่องว่า "เป็นตลาดน้ำแห่งแรก และแห่งเดียวของภาคใต้" (เทศบาลเมืองคลองแห, 2553)

การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นรูปแบบแรก ๆ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ด้วยเสน่ห์ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่เกิดจากความประทับใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนจากการค้าขายผลผลิตการเกษตรทางน้ำของชาวบ้านที่หาญได้ยากในประเทศของตน จนส่งผลให้เกิดรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำขึ้น แม้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำจะมีจุดกำเนิด และมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตของชุมชนภาคกลาง แต่ด้วยระบบการจัดการและต้องการสร้างความแปลกใหม่จึงเกิดตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ขึ้น และจะยังคงมีการพัฒนาและส่งเสริมให้ตลาดน้ำคลองแหกลายเป็นตลาดน้ำที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดน้ำ ทัศนศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตของงานวิจัย

เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัยที่ตรงกับวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ บุคลากรผู้รับผิดชอบโครงการตลาดน้ำคลองแห ของเทศบาลเมืองคลองแห ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และประชาชนในตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ การศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

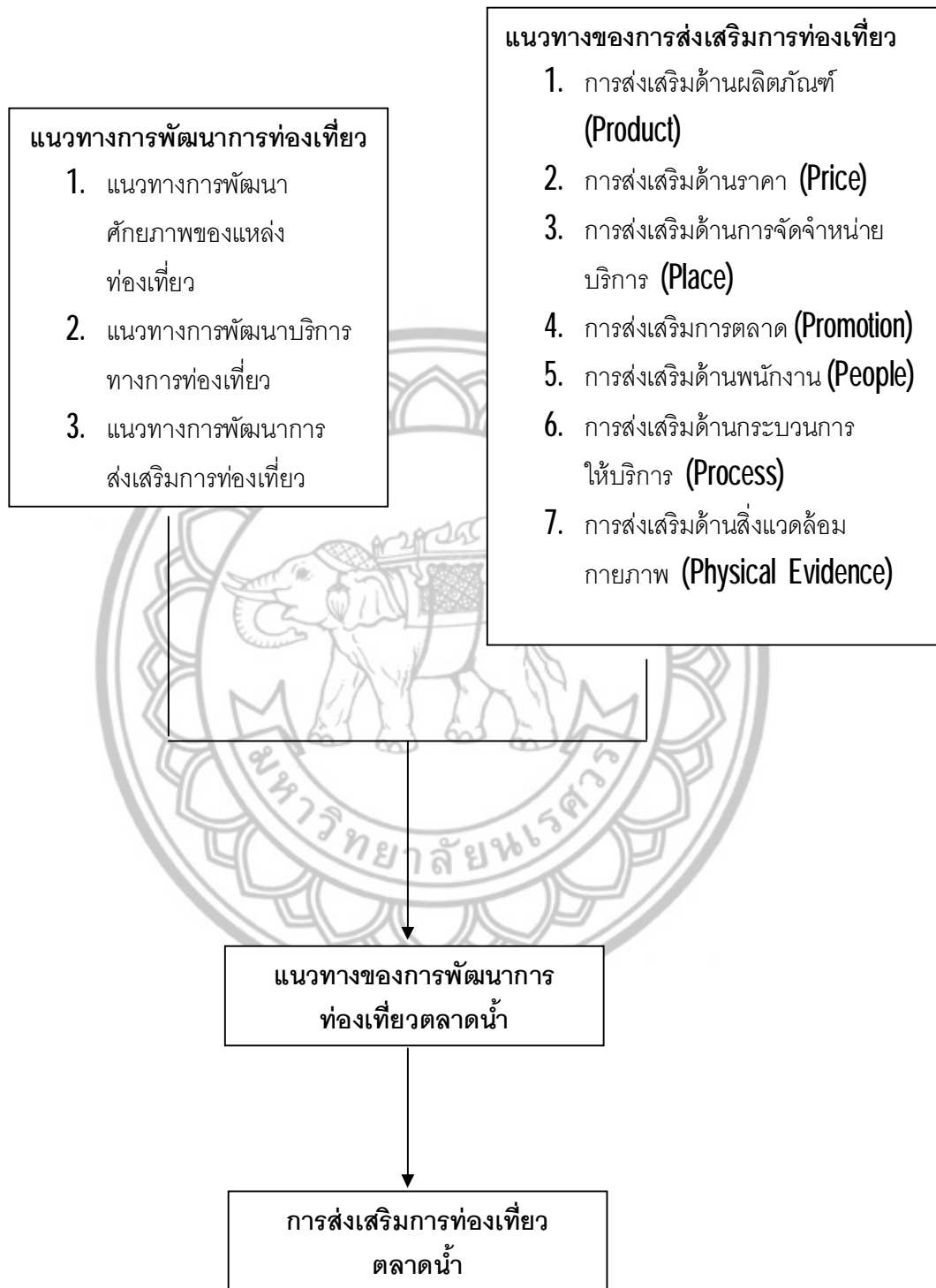
นิยามศัพท์เฉพาะ

ตลาดน้ำชุมชนคลองแห คือ ตลาดน้ำที่ตั้งอยู่ในตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ และนำเสนอวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นได้

การพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินการปรับปรุงเสริมแต่งสถานที่ท่องเที่ยวจากสภาพเดิมให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพที่สวยงามและดีกว่าเดิม

การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้แนวทางการส่งเสริมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น

กรอบแนวความคิด



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุมชนตลาดน้ำเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ริมแม่น้ำ ลำคลอง สะท้อนคุณค่าและสืบสานวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชุมชน อีกทั้งยังถ่ายทอดให้ประชาชนรุ่นหลังได้รู้จักและเห็นความสำคัญของชุมชน เช่นเดียวกับกับชุมชนตลาดน้ำคลองแหที่นายอภิชาติ สังขชาติ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองคลองแหในปี พ.ศ. 2550 ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาและการขยายตัวของการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่ จึงผลักดันให้คลองแหที่เคยเป็นลำคลองสายเล็ก ๆ กลับกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งของอำเภอหาดใหญ่

จากการขยายและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปี แต่กลับได้รับความนิยมมากมายในหมู่นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง พัฒนา ส่งเสริมให้ตลาดน้ำคลองแหได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศสืบไป

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การศึกษามลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อชุมชนตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาดน้ำ
6. ตลาดน้ำชุมชนคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 3) ทั้งนี้การท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อนและการกินอาหารนอกบ้าน (นิศา ชัชกุล, 2550, หน้า 2) นอกจากนี้การท่องเที่ยวมิได้หมายความเฉพาะการเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนาเพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนจนถึงการเยี่ยมญาติพี่น้อง (นิคม จารุมณี, 2536, หน้า 1) อีกทั้งการท่องเที่ยวยังหมายถึง การเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ ได้แก่ เดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว เดินทางโดยสมัครใจ และไม่ใช้เดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อน หรือสนุกสนานรื่นเริง แต่รวมถึงเพื่อประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ (ยุพดี เสตพรพรณ, 2548, หน้า 188) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงวาระทางนั้นใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการพักผ่อนหรือไม่ (ปริษา แดงโรจน์, 2544, หน้า 29) การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว อันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย ฯลฯ การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจ้ดนำเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวก (ฐิติทธิ ฐูชาติ, 2546, หน้า 2) และนอกจากนี้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่มีใช้การท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 12)

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศชาติอย่างมากนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ จึงได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้หลายลักษณะดังที่กล่าวไว้ว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ทำให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรง ทำให้เกิดการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และโดยอ้อมทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราและการกระจายรายได้ให้แก่ท้องถิ่น (สุภาพร มากแจ้ง, 2534, หน้า 3 - 4) นอกจากนี้ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจยังก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศ มีส่วนช่วยแก้ปัญหาการขาดดุลชำระหนี้ของประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวิฤตในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เป็นการนำเอาทรัพยากรของประเทศหรือของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น และช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 3 - 4) อีกทั้งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น คือ สามารถผลิตสินค้าและบริการได้เองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น การสั่งซื้อสินค้าออกชุมชนน้อยลง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นขึ้น ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เนื่องจากเงินตราที่นักท่องเที่ยวนำมาจับจ่ายใช้สอยจะหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจของประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 35 - 41) และการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจคือ มีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพในธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น และการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศ (นิคม จารุมณี, 2536, หน้า 5 - 7)

2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดการฟื้นฟู และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และเป็นสิ่งที่น่าสนใจไปสู่อุตสาหกรรม ทั้งทางด้านคมนาคม การสาธารณสุขโภชนาการและมาตรฐานการครองชีพ ทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งเจ้าของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว (สุภาพร มากแจ้ง, 2534, หน้า 3 - 4) ซึ่งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัย ส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน พัฒนาสร้างสรรคความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่นมีการก่อสร้างสิ่งใหม่

ขจัดความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท แก้ปัญหาการหลงไหลเข้ามาหางานทำในเมืองของชาวชนบท ช่วยให้ชาวชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ นำทรัพยากรมาประดิษฐ์สิ่งของในรูปแบบสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก สร้างรายได้มาจุนเจือครอบครัว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 3 - 4) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นได้ดีขึ้น ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพและมีรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตที่ดี เป็นการช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น คือ ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นในท้องถิ่น เช่น การปลูกสร้างโรงแรมหรือที่พัก ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ทำให้ท้องถิ่นมีความเจริญและมีความเป็นอยู่ดีขึ้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา คือ ช่วยให้คนมีโลกทัศน์กว้าง ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการที่ได้พบเห็นด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตในสังคมได้ช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมือง คือ การท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพให้กับท้องถิ่นทั้งด้านบริการ และหัตถกรรมในครัวเรือน จึงช่วยลดปัญหาการอพยพได้ ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น เปลือกไม้ เปลือกหอย เป็นต้น มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการเสริมรายได้ให้กับท้องถิ่น ป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม คือ เมื่อท้องถิ่นใดมีผู้คนเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่นมีอาชีพย่อมทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีเป็นผลให้ผู้ก่อการร้ายหรือเข้าศึกษาแทรกซึมบ่อนทำลายได้ยาก และสร้างสันติภาพและความสามัคคี คือ เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันเดินทางไปท่องเที่ยวยังท้องถิ่นใดภายในประเทศ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ยังผลให้เกิดความสามัคคีในหมู่สมาชิก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 35 - 41)

2.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสราญใจช่วยให้มนุษย์ได้รับการพักผ่อนอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชาติ เป็นการเปิดโลกทัศน์ช่วยให้มนุษย์มีทัศนะที่กว้างไกลและการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษยชาติ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนวัฒนธรรมทั้งระหว่างชนในชาติและนานาชาติ (สุภาพร มากแจ้ง, 2534, หน้า 3 - 4) การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก ตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของชาติ ตลอดจนรักและหวงแหนผืนแผ่นดินของตน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 3 - 4) และการท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ (นิคม จารุมณี, 2536, หน้า 5 - 7)

2.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักและหวงแหนผืนแผ่นดิน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 3 - 4) และการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม เกิดความตระหนักในการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 35 - 41)

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

นักวิชาการได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้หลายลักษณะโดยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

แหล่งท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่รวมเอาสินค้าและบริการหลากหลาย จึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 องค์ประกอบหรือ 3 A's ดังต่อไปนี้คือ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพอันสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำลำคลอง ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น กำแพงเมือง อนุสรณ์สถาน ชุมชนโบราณ เป็นต้น วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี และงานเทศกาล ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงละคร ศูนย์กลางค้า และกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การชมสวนผลไม้ องค์ประกอบที่สองคือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาในประเภทของการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาว่าจะใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ จึงเหมาะสม หรือจะใช้ขนส่งหลายประการรวมกันไป เช่น การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ การขนส่งทางเครื่องบิน รวมถึงเส้นทางคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความมีมาตรฐานดีในระดับสากลของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและความปลอดภัยของรถสาธารณะ และรถนำเที่ยวที่จะให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางเข้าสู่

แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักผ่อนเป็นหมู่คณะทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและครอบครัว บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ ที่ล้างรถ ที่ซ่อมแซมบำรุงรักษารถ เป็นต้น และปัญหาการจราจรที่อาจขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหาการจราจรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่จอดรถ ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนนักท่องเที่ยว ปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น และองค์ประกอบที่สามคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้อย่างประทับใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากจะทำท่องเที่ยวมาวันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยว คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย ที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่ง ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยซุ้มเข้า ป้ายเครื่องหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549, หน้า 10 - 12)

นอกจากนี้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น การเดินทางท่องเที่ยว คือ การเดินทางไปที่ถึงจุดหมายที่ตั้งไว้ โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางทั้งสภาพยานพาหนะที่ใช้เดินทางและระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางที่มีความปลอดภัย รวมทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้นนักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจให้เกิดการเดินทางซึ่งแรงจูงใจนี้ประกอบด้วย แรงจูงใจทางกาย แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และความมีชื่อเสียง และทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรที่มีลักษณะแตกต่างกับสภาพแวดล้อมของตนเอง จะเป็นแรงดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น (ศรีัญญา วรากุลวิทย์, 2537, หน้า 82 - 83)

องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวที่วุ่นวายนั้นยังคงมีอีก 4 ประการ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ชชาติพันธุ์ และแหล่งบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ และปัจจัยพื้นฐานทางการผลิต การขนส่ง และการต้อนรับ ซึ่งปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการดังกล่าวนี้เป็นแรงจูงใจสำคัญ ทำให้มนุษย์มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และเกิดความประทับใจ กลับมาท่องเที่ยวใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม การผลิตซ้ำในด้านเศรษฐกิจจึงเกิดขึ้น และปัจจัยทั้ง 4 ประการ ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวพันซึ่งกันและกันของแหล่งท่องเที่ยว (ฐลสิทธิ์ ชูชาติ, 2546, หน้า 43)

การท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ลักษณะของการกระจายรายได้ กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว ทศนคติของนักท่องเที่ยว เป็นต้น สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อัยาศัยไมตรี สาธารณูปโภค เป็นต้น การคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในการจัดการคมนาคมขนส่งต้องพิจารณาจากรูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร ข้อมูลข่าวสารและบริการ ข้อมูลข่าวสารเป็นเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว แผนที่ และเอกสารแนะนำต่าง ๆ ส่วนการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยบริการในด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านสถานที่จอดรถ บริการด้านสถานที่ และอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกาย ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง ทั้งในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดมาตรการต่าง ๆ จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง เช่น การขนส่งผู้โดยสาร ระเบียบพิธีการเข้าเมือง บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานที่ขนส่งผู้โดยสาร นอกจากนี้ยังมีโครงสร้างพื้นฐานเป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวดำเนินไปด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การไฟฟ้า การประปา การสื่อสาร ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล สถานพยาบาลต่าง ๆ และการสนับสนุนอื่น ๆ เป็นการเพิ่มความความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว (วรรณ วรชวานิช, 2539, หน้า 45)

4. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปแรงจูงใจที่สำคัญ และกระตุ้นให้คนเดินทางประกอบด้วยแรงจูงใจต่าง ๆ คือ แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและความยุ่งยากต่าง ๆ ไปหาภูมิสงบเพื่อรักษาสุขภาพ พักฟื้นร่างกาย ได้แก่ การอาบแดด อาบน้ำแร่รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อการกีฬา วายน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน สร้างความพึงพอใจแก่ตนเองและการบันเทิงอื่น ๆ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน สถานที่และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การดำรงชีวิตอยู่ของคนต่างถิ่น และเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่น ๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ การไปพบปะเยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมบ้านเกิด หรือการได้พบหรือรู้จักกับมิตรใหม่ แสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง และยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การไปติดต่อกานธุรกิจการประชุมสัมมนา และการศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนที่มีเกียรติมีสังคมดีขึ้น

นอกจากนี้ยังมีแรงจูงใจอื่น ๆ ได้แก่ การหลบหนีอากาศร้อนจัดหรือหนาวจัด ค่าครองชีพในสถานที่จะไปไม่สูงมากนัก การผจญภัย การฝึกงาน การเอาอย่างคนอื่น ๆ การไปเยี่ยมถิ่นกำเนิดหรือสถานที่ที่เคยไปศึกษาอยู่ และการจาริกแสวงบุญ แต่แรงจูงใจต่าง ๆ เหล่านี้ไม่สามารถจัดได้ว่าแรงจูงใจใดเป็นตัวกระตุ้นที่เด่นชัดมากที่สุด แต่จะมีลักษณะรวม ๆ ผสมผสานกันไป เช่น ไปศึกษาหาความรู้และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน (พรพิมล วิกฤษพัฒน, 2546, หน้า 103 - 108) นอกจากนั้นความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางยังประกอบด้วยการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด เป็นการเดินทางในวันหยุดหรือพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้มักจะถือเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใด เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดฉิวอยู่เป็นนิจ หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็นหรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของแต่ละ

ประเทศที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น

ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัย หรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรบระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเซต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร อันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการปฏิบัติธุรกิจในประเทศนั้นเพื่อถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่อ เช่น การไปร่วมรายการนำเที่ยวหลังจากเจรจาซื้อสินค้า เป็นต้น และการท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่ประชุมสัมมนา เช่น พัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 13)

5. รูปแบบของการท่องเที่ยว

นักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของการท่องเที่ยวไว้หลายลักษณะ ซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

รูปแบบการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยมีรายละเอียดของแต่ละรูปแบบ คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวภายในเขตแดนของประเทศ

ของตน ส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะสะดวกในการแวะชมตามสถานที่ที่ขั้บผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นที่แพร่หลาย เพราะเศรษฐกิจโลกเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้นจึงมีกำลังที่จะเสียค่าใช้จ่ายและมีค่านิยมของสังคมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงโดยถือว่าการท่องเที่ยว คือ รางวัลชีวิต และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (**International Tourism**) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศที่อาศัยอยู่ไปยังประเทศอื่น ส่วนใหญ่ถ้าเป็นประเทศแถบยุโรป นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางไปทางรถยนต์หรือรถไฟ แต่หากประเทศใดไม่อยู่ติดเขตแดนก็มักจะนิยมเดินทางโดยทางอากาศหรือทางน้ำ ผู้ที่ใช้บริการการท่องเที่ยวระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ระดับกลาง ซึ่งมีตำแหน่งงานระดับวิชาชีพชั้นสูงหรือผู้บริหารและหัวหน้างานในระดับช่างฝีมือรายได้เพียงพอที่จะแบ่งส่วนเป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวระหว่างประเทศแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ **Outbound Tour** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากประเทศของตนไปท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ที่ตนสนใจ อาทิ คนไทยเดินทางออกไปท่องเที่ยวประเทศต่าง ๆ และ **Inbound Tour** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่ง อาทิ นักท่องเที่ยวประเทศต่าง ๆ เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548, หน้า 36-37)

มนุษย์มีการเดินทางท่องเที่ยวหลายรูปแบบ หลายลักษณะตามเหตุจูงใจและพฤติกรรม การท่องเที่ยวของแต่ละคน ตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นประพฤติปฏิบัติมีหลักเกณฑ์ต่าง ๆ หลายเกณฑ์ โดยมีการแบ่งเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

การแบ่งเกณฑ์ตามการนับจำนวนปริมาณของนักท่องเที่ยว เป็นการจัดแบ่งรูปแบบตามการนับจำนวนของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งที่ออกเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมี 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ การท่องเที่ยวคนเดียว (**Individual Travel**) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังคนเดียว โดยอาจจะจัดวางแผนและท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือซื้อบริการของบริษัทนำเที่ยว และการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม (**Group Travel**) เป็นการท่องเที่ยวตั้งแต่สองคนขึ้นไป อาจจะเป็นกลุ่มเพื่อน พี่น้อง หรือเพื่อนร่วมงาน โดยอาจจะจัดวางแผนและท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ไม่พึ่งบริการของบริษัทนำเที่ยวก็ได้

การแบ่งเกณฑ์ตามวิธีการในการเดินทางท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวอิสระหรือส่วนตัว (**Independent Travel or Private Travel**) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวตามความต้องการของตนเอง หรือกลุ่มสามารถเปลี่ยนแปลงกำหนดการตารางเวลาได้ตามความสะดวก ส่วนการซื้อบริการอื่น ๆ เช่น ที่พักแรม

รถเช่า อาจจัดหาด้วยตัวเองหรือโดยกลุ่ม หรืออาจจะซื้อบริการบางอย่างจากบริษัทนำเที่ยวก็ได้ แต่ไม่ได้ซื้อบริการนำเที่ยวทั้งหมด และการท่องเที่ยวพิเศษเป็นกลุ่ม (**Group Inclusive Travel or GIT**) เป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่มีการชำระเงินล่วงหน้าเพื่อใช้จ่ายเป็นค่าพาหนะ ค่าที่พัก และค่าเที่ยวชมสถานที่และบริการอื่น ๆ รวมทุกอย่างเป็นพิเศษ ซึ่งผู้ซื้อบริการต้องไปเป็นคนละเป็นกลุ่ม

การแบ่งเกณฑ์ตามช่วงเวลาของการท่องเที่ยวมี 3 ประเภท คือ การท่องเที่ยวคาบเวลายาว เป็นการท่องเที่ยวจากถิ่นที่อยู่และที่พัก ณ ที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลายาวนานเป็นสัปดาห์หรือเป็นเดือน ส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเพื่อวัฒนธรรม ส่วนการท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่กินเวลาประมาณ 2 - 3 วัน ถึง 10 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสาเหตุต่าง ๆ หลายสาเหตุ เช่น ฐานะการเงินของผู้เดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการลาพักงานค่าครองชีพในประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ และการท่องเที่ยวแบบทัศนอาจร องค์การการท่องเที่ยวโลก (**WTO**) เรียกว่า "เอ็กซ์เคอร์ชัน" (**Excursion**) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน เป็นแบบเข้าไปเย็นกลับ เช่น การท่องเที่ยวในชนบทที่อยู่ไม่ไกลจากเมือง ชุมชนมากนัก หรือการข้ามพรมแดนประเทศเพื่อซื้อสินค้าหรือเปลี่ยนบรรยากาศ

การแบ่งเกณฑ์ตามวิธีการขนส่ง เป็นการท่องเที่ยวที่มีหลายรูปแบบในปัจจุบัน ตามพัฒนาการของคมนาคมขนส่ง ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การท่องเที่ยวทางบก เช่น โดยรถยนต์ รถไฟ รถคาราวาน (**Caravan**) ฯลฯ การท่องเที่ยวทางเรือ เช่น โดยเรือสำราญ (**Cruise**) เรือไฮโดรฟลอยด์ (**Hydroflod**) เรือยอชต์ (**Yacht**) และการท่องเที่ยวทางอากาศ เช่น โดยเครื่องบินเล็กเช่าเหมาลำ เฮลิคอปเตอร์ ฯลฯ

การแบ่งเกณฑ์ตามลักษณะการจ่ายเงิน เป็นการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวที่เกณฑ์การใช้เงินของนักท่องเที่ยว หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการแบ่งระดับชั้นของนักท่องเที่ยวตามหลักการของนักการตลาดนั่นเอง ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแบบประหยัด (**Economic Travels**) เป็นการท่องเที่ยวที่เสียค่าใช้จ่ายในราคาถูกหรือราคาพิเศษ มักจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรืออาจจะมีคู่มือการท่องเที่ยว (**Guide Books**) เป็นแนวทาง ปัจจุบันนักท่องเที่ยวประเภทนี้ซึ่งเป็นชาวต่างประเทศมีความนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น การท่องเที่ยวแบบนักธุรกิจ (**Business Travel**) หรือสำหรับระดับชนชั้นกลาง (**Medium Class Travel**) ในยุคสมัยก่อนถือว่ามีนักธุรกิจอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางที่มีฐานะดีกว่าชนชั้นล่างหรือมวลชน (**Low class or Mass Group**) ได้แก่ ผู้บริหารที่ชอบความหรูหราสะดวกสบาย แต่ไม่มีกำลังในการซื้อบริการในราคาเท่ากับกลุ่มชนชั้นกลางหรือชั้นหนึ่ง เจ้าของธุรกิจขนาดย่อม ฯลฯ ซึ่งกลุ่มชนชั้นกลางหรือนักธุรกิจนี้เป็นกลุ่ม

ที่มีความสำคัญต่อผู้ผลิตการท่องเที่ยว (Suppliers) ในปัจจุบัน เพราะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากกว่าชนชั้นสูงหรือชนชั้นหนึ่ง และกลุ่มชนชั้นกลางหรือนักธุรกิจนี้มีอัตราความถี่การซื้อและใช้บริการบ่อยครั้งกว่ากลุ่มอื่น ๆ ระยะเวลาการเดินทางมีปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งหมด และธุรกิจผู้ผลิตการท่องเที่ยวต่าง ๆ ต่างวางแผนทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น อุตสาหกรรมสายการบินที่บริการชั้นนักธุรกิจ (Business Class) เพราะเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนถึงร้อยละห้าสิบในผลกำไรทั้งหมด และการท่องเที่ยวแบบชั้นหนึ่ง (First Class Travel) ได้แก่ผู้มีรายได้สูง เศรษฐี หรือยุคสมัยก่อนเป็นนักรัฐวิทย์ ขุนนางทั้งหลายที่ต้องการบริการท่องเที่ยวที่หรูหราและมีอำนาจในการซื้อ (Purchasing Power) สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยว (Suppliers) จึงมีไม่มากนัก เช่น โรงแรมบางแห่งจะมีห้องพักที่เรียกว่าห้องสูท (Suite) ให้บริการเพียงไม่ถึงสิบห้องพัก หรือสายการบินต่าง ๆ ที่มีที่นั่งระดับชั้นหนึ่ง (First Class Seats) ไม่ถึง 50 ที่นั่งต่อลำ

การแบ่งเกณฑ์ตามเส้นแบ่งเขตแดนของแต่ละประเทศ ในปัจจุบันใช้หลักการตามเขตเศรษฐกิจของประเทศที่อ้างถึง การแบ่งเกณฑ์นี้เป็นการแยกประเภทรูปแบบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ทุกประเทศยอมรับและมีการเก็บข้อมูลสถิตินับปริมาณการ (นิศา ชัชกุล, 2550, หน้า 229-232)

นอกจากนี้รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งย่อยได้ 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ หรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตน อันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่ ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันแรกให้เที่ยว และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษา และการ

ทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ก็อาจจะเดินทางไปดูงาน

นอกจากนี้หากแบ่งการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งย่อย 2 รูปแบบคือ การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม เป็นการท่องเที่ยวมุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยจัดรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวที่ดีและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาระบบนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 15-18)

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย (วิกิพีเดีย, 2553) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง

และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคแต่ละสมัย โดยนักท่องเที่ยวจะได้ทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการเรียนรู้และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 15 - 18)

การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและการเข้าร่วมใช้วิถีชีวิตเก่า ๆ ที่กำลังจะสูญหายไปบางพื้นที่หรือบางท้องถิ่น เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติความเป็นมา การดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรมประเพณี และงานเทศกาล เป็นต้น (ศิริ สามสุโพธิ์, 2543, หน้า 64 - 66)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาวีถีชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่าง ๆ (วรรณภา วงษ์วานิช, 2546, หน้า 17 - 18)

6.2 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีรูปแบบที่เด่น มีการจัดการ คือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ, การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะ

วิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น, การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (**Ethnic tourism**) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ และการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (**Edu-Meditation tourism**) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิเพื่อประสบการณ์ที่มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น (ฉัตรเฉลิม งามอาภากร, 2553)

หลังจากที่มนุษย์เกิดการเดินทางไปยังพื้นที่ต่าง ๆ นั้นส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และนำความเจริญไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ และในฐานะเจ้าของพื้นที่ก็ย่อมต้องมีการดำเนินการปรับปรุงเสริมแต่งสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมชม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงและเสริมแต่งแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่ที่ดีกว่าตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 198)

การพัฒนาการท่องเที่ยว คือ กระบวนการที่นำทรัพยากรทุกด้านทั้งกำลังคน กำลังเงิน ทรัพยากรการท่องเที่ยวและระยะเวลา เข้าสู่กระบวนการวางแผน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างถูกต้องทิศทาง และมีความเหมาะสมกับกระแสของโลก (ศรีญา วรากุลวิทย์, ม.ป.ป., หน้า 329)

การอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว หมายถึง การป้องกันการปรับปรุงแก้ไข การบำรุงรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอันมีค่าและน่าหวงแหนให้อยู่ในสภาพที่ดี คงความสวยงามและคงความมีคุณค่าต่อท้องถิ่นและประเทศชาติตลอดไป (วิมล จิโรจพันธ์, 2548, หน้า 179)

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นการดำเนินการและเป็นแนวทางไปสู่การปรับปรุงแก้ไขบำรุงรักษา โดยกระบวนการที่นำทรัพยากรทางการท่องเที่ยว กำลังคนและเงินทุนในการปรับปรุงพัฒนา มาตรการและแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวสรุปได้ 3 แนวทาง คือ การบำรุงรักษา

และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (วิชัย เทียนน้อย, 2528, หน้า 260)

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้ (เสกสรรค์ ยงวณิชย์, 2535, หน้า 8-9)

1. ให้การศึกษาและการสนับสนุนการอนุรักษ์สถานที่ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้คงสภาพความสวยงามอยู่ตลอดไป
2. ดำเนินการพัฒนา ทำนุบำรุง รักษาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อความสวยงาม ทรงคุณค่า สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
3. ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยอาศัยความร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งความร่วมมือของภาคเอกชน
4. ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
5. ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมโดยเฉพาะทางรถยนต์ให้ได้มาตรฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย เป็นต้น
6. ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการบริการเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง เช่น การจัดระบบการจราจร เครื่องหมายสัญญาณจราจร เป็นต้น
7. ปรับปรุงสนามบิน และสนับสนุนจัดบริการสายการบินระหว่างจังหวัดใกล้เคียง และระหว่างกรุงเทพมหานคร
8. ปรับปรุงและสนับสนุนเส้นทางคมนาคมทางทะเลให้มีความสะดวกและปลอดภัย
9. ปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถในการบริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมรูปแบบต่าง ๆ อย่างเพียงพอและทั่วถึง เช่น โทรศัพท์ เป็นต้น
10. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก
11. ส่งเสริมการลงทุนด้านกิจการโรงแรมที่พักให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนสถานบริการธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ
12. ยกกระดับมาตรฐานร้านค้า ร้านอาหารต่าง ๆ ในชุมชนเมือง และแหล่งท่องเที่ยวทั้งคุณภาพ และราคาต้องยุติธรรม โดยส่งเสริมให้มีการลงทุนของภาคเอกชน
13. เพิ่มประสิทธิภาพและกำหนดมาตรการป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ
14. การพัฒนากิจกรรมและการประชาสัมพันธ์

15. การส่งเสริมการจัดกิจกรรมสำหรับประกอบการท่องเที่ยว เช่น การจัดกีฬาทางน้ำ กิจกรรมค่ายพักแรมแก่นักท่องเที่ยว นิสิต นักศึกษา เป็นต้น
16. ส่งเสริมอุตสาหกรรมหัตถกรรมในครัวเรือน เพื่อผลิตเป็นของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองต่าง ๆ
17. ฟื้นฟู ปรับปรุง ส่งเสริมการจัดเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่นเพื่อเป็นการสะท้อนให้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
18. จัดตั้งศูนย์กลางการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเดินทางไปท่องเที่ยว
 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ 3 ประการ ดังต่อไปนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2531, หน้า 4)
 1. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เป็นการรักษาและประชาสัมพันธ์ให้จุดเด่น และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวคงอยู่และเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายมากขึ้น
 2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมความเด่นและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น
 3. การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เป็นกระบวนการพัฒนาที่พิจารณาถึงความเป็นไปได้ และศักยภาพด้านอื่น ๆ มากำหนดให้เกิดการพัฒนาขึ้น
 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 สรุปได้ดังนี้ (อร สีแพรว, 2549, หน้า 336 - 337)
 1. พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างกันให้เป็นกลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมขีดความสามารถด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน
 2. ร่วมมือกับประเทศที่สามหรือองค์กรระหว่างประเทศในการฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านโดยการกระตุ้นธุรกิจด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในพื้นที่เศรษฐกิจที่มีศักยภาพ
 3. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศโดยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ สนับสนุนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยว

เชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา สวัสดิภาพ และสวนสนุก

4. การปรับปรุงคุณภาพการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวให้ได้รับมาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและกวดขันมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเข้าออกประเทศ การเดินทางในประเทศ การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพเพียงพอ

5. ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษา และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยรณรงค์สร้างจิตสำนึกและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนและท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

6. ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพำนักนานและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุม การจัดงานเทศกาลนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมีระบบบริหารจัดการเฉพาะชั้นมารับผิดชอบ รวมทั้งให้มีศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในเมืองหลักที่มีศักยภาพ

7. ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น เจ้งรัดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่

8. สนับสนุนการบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพที่ดีสำหรับชาวต่างประเทศ โดยจัดให้มีองค์กรทำหน้าที่ควบคุมดูแลกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการของโรงพยาบาล และสถานพยาบาลของเอกชน ส่งเสริมการศึกษา วิจัยและพัฒนาคุณภาพการรักษายาบาลและส่งเสริมสุขภาพของไทยให้ทันสมัย โดยเฉพาะแพทย์แผนไทยและยาสมุนไพร

9. สนับสนุนธุรกิจด้านภัตตาคารและร้านอาหารโดยให้มีมาตรการที่จูงใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภัตตาคารและร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ หันมาควบคุม ดูแลมาตรฐานและสุขอนามัยของตนเองให้มากขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาลอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น

10. ส่งเสริมบริการด้านการศึกษาของประเทศให้มีมาตรฐาน รวมทั้งให้การสนับสนุน การศึกษานานาชาติและฝึกอบรมวิชาชีพเฉพาะด้านสำหรับชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะหลักสูตร ระยะสั้น และจัดระบบการศึกษาและฝึกอบรมให้เป็นมาตรฐานสากลที่สามารถเชื่อมโยงและ ประสานกับสถาบันการศึกษาระหว่างประเทศ สำหรับเป็นทางเลือกสำหรับผู้ต้องการศึกษาต่อ ต่างประเทศ

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (พรพิมล วิกฤษพัฒน์, 2546, หน้า 136 - 137)

1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรพัฒนาทั้ง 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวประเภทเมือง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องทำควบคู่ไปกับการอนุรักษ์คุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ ละประเภท ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินงานในการอนุรักษ์ ป้องกัน และแก้ไข ปัญหาสิ่งแวดล้อมดังนี้

1.1 ดำเนินงานด้านงานแผนและวิชาการ โดยให้ความสำคัญในการรักษาคุณภาพ สิ่งแวดล้อมและจัดทำคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ

1.2 สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

1.3 การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

1.4 การจัดประชุมสัมมนาในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยว

1.5 การรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทาง สื่อมวลชนสาขาต่าง ๆ

2. การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว ควรพัฒนา 3 ประการต่อไปนี้

2.1 การพัฒนาการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง ทั้งการให้บริการด้าน การคมนาคมขนส่งในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น พัฒนาปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว การเข้าเมือง ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 พัฒนาบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยว บุคลากรต้องมีประสิทธิภาพการ ให้บริการ และรู้ภาษาต่างประเทศ บุคลากรควรได้รับการพัฒนาด้านการให้การอบรม

2.3 การพัฒนาด้านการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมและ ประสานงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

3. การพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ นับตั้งแต่การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการเสนอขาย การบริการข่าวสาร และการจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว

หลักการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังนี้ (ฐิติทธิ ชูชาติ, 2546, 184)

3.1 สิ่งแวดล้อมนั้นเป็นทรัพย์สินที่มีค่าและมีคุณค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาสิ่งแวดล้อมไว้ให้มีสภาพที่คงเดิม มิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น

3.2 การท่องเที่ยวจัดกิจกรรมที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายความว่า มิใช่นักท่องเที่ยวแสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควรได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย

3.3 การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องไม่ทำลายทรัพยากร ก่อให้เกิดผลเสียหายหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3.4 กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรจะยอมรับสภาพธรรมชาติ และลักษณะของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดเปราะบางทางธรรมชาติมากเกินไป ก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด

3.5 ความกลมกลืนเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ต้องเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว

3.6 การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาแบบยั่งยืน

3.7 องค์กรทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมต้องยอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลในการปฏิบัติที่แท้จริง

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถแบ่งออกได้ 7 ประการ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 58 - 61)

1. ชั้นการจัดแบ่งเขตพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการแบ่งพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทออกเป็นเขตต่าง ๆ ตามความสำคัญของระบบนิเวศ และกิจกรรมที่ยอมรับได้
2. ขั้นตอนของการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการสร้างเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว
3. ชั้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมแบบยั่งยืน เพื่อส่งเสริมในทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการสร้างเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมในพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยว
3. ขั้นตอนการประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยวได้มากที่สุดเท่าไร
5. ขั้นตอนให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว
6. ชั้นการจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องรู้ เป็นการจัดข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว
7. ชั้นการจัดหางบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอ เป็นจัดหาคน เงิน วัสดุมาพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นการดำเนินการปรับปรุงเสริมแต่งสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากสภาพเดิมให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพที่สวยงามและดีกว่าเดิม เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1. ความหมายของศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพ หมายถึง อำนาจหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 756) ศักยภาพทางการท่องเที่ยว ยังหมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยว (อัศวิน พรหมโสภ, 2550, หน้า 1) และศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการรองรับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาจากลักษณะทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม (วัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต ค่านิยม) สิ่งแวดล้อม และการปกครอง (สันติ น้อยปาน, 2550, หน้า 5)

อีกทั้งศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวยังหมายถึง ความสามารถของอุปทานในการรองรับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวอันจะมีผลต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ

1. ศักยภาพของพื้นที่รองรับการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีขนาดหรือขนาดกว้างใหญ่จะมีผลต่อการใช้เวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีมากหรือน้อยตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว

2. ศักยภาพของการรองรับนักท่องเที่ยว คือ ชัดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ททรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากหรือน้อยมีผลต่อการจัดขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น บริเวณถ้าที่รองรับนักท่องเที่ยวครั้งละจำนวนจำกัด เนื่องจากความหนาแน่นทำให้อากาศถ่ายเทไม่สะดวกจึงควรให้นักท่องเที่ยวเข้าชมในจำนวนที่กำหนด มิฉะนั้นจะเกิดความเสียหายได้ตรงกันข้ามกับชายทะเล สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก

3. ปริมาณของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว คือ สรรพสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น น้ำตก ถ้ำ หุบเขา เป็นต้น หากแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายจำนวนมากนักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวได้หลายประเภท (ราณี อธิชัยกุล, 2546, หน้า 6)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไว้ว่า ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง ความพร้อมของแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แต่ละแห่งที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม คุณค่า และความสำคัญ การตอบรับของประชากรท้องถิ่น และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (สมชาย เลี้ยงพรพรรณ, 2547, หน้า 12)

2. ปัจจัยเพื่อการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยว

ศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวสามารถศึกษา พิจารณาจากสภาพทรัพยากรที่มีความเหมาะสม มีลักษณะเฉพาะ และคงลักษณะพื้นถิ่น โดยเน้นความสำคัญของระบบนิเวศหรือวัฒนธรรมพื้นที่ และความดึงดูดใจว่ามีมากน้อยเพียงน้อยใด เพื่อให้ความสำคัญที่ต่างกันในแต่ละปัจจัยดังนี้

1. ชนิดของแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาพิจารณาจากสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว หรือองค์ประกอบหลักภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจาก

1.1 ความเป็นสภาพธรรมชาติดั้งเดิม

1.2 สภาพพื้นที่ที่ถูกดัดแปลง ตกแต่งบางส่วน แต่ยังคงสภาพเดิมไว้เป็นหลัก

1.3 เป็นแหล่งธรรมชาติที่สร้างขึ้นโดยการผสมผสาน จำลองหรือตกแต่งใหม่ให้ สอดคล้องกับสภาพพื้นที่

1.4 เป็นแหล่งที่สร้างเลียนแบบจากธรรมชาติ มีค่าต่อความเป็นแหล่งท่องเที่ยว เจริญเวศมากน้อยตามลำดับ

2. องค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์โดยพิจารณาจาก

1.1 ความสำคัญของระบบนิเวศ ความสมบูรณ์ความหลากหลาย ลักษณะที่หายาก และความสัมพันธ์ที่เป็นระบบพื้นที่

1.2 ความโดดเด่นด้านกายภาพ คือ มีความโดดเด่น (มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ ชัดเจน มีความแปลกแตกต่างจากทั่ว ๆ ไป) หรือมีความโดดเด่นลดลงตามลำดับ

1.3 สภาพที่มีความสวยงามของธรรมชาติ (ทัศนียภาพ และองค์ประกอบ) ว่ามีระดับของความงามมาก เป็นที่ประทับใจของผู้พบเห็นอย่างไร โดยสรุปแล้วมีความดึงดูดใจมากน้อยแค่ไหน ทั้งนี้รวมถึงความเหมาะสมในการจัดกิจกรรมเชิงนิเวศว่าอย่างไร

1.4 องค์ประกอบด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม (ด้านนามธรรม ประวัติ ความเป็นมาที่สำคัญ ด้านวัตถุธรรม ด้านรูปแบบ และกิจกรรมที่มีลักษณะดั้งเดิมของ วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ) ที่ผสมผสานหรือเพิ่มความดึงดูดใจมากน้อยเพียงไร (นิรันดร์ บุญเนตร, ม.ป.ป., หน้า 24-25)

นอกจากนี้ยังมีการเสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญ ของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลัก ๆ ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติความเป็นมา ความสำคัญทางลัทธิความเชื่อและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิตโดยรอบ เป็นต้น

2. สภาพการเข้าถึง ได้แก่ สภาพเส้นทาง ลักษณะการเดินทางใช้วิธีใด ระยะทาง จากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร-เครื่องดื่ม สถานบริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานพยาบาล การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง

5. ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดทางพื้นที่ ข้อจำกัดทางการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง (วิวัฒน์ชัย บุญภักดิ์, 2532, หน้า 24-25)

นอกจากนี้การแบ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. ปัจจัยจุดใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากความสำคัญของสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลาย ๆ ด้าน เช่น ความต้องการทางด้านความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน การหาประสบการณ์และความจริง ซึ่งปัจจัยจุดใจหลักแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

1.1 ปัจจัยจุดใจด้านธรรมชาติ ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ น้ำตก เป็นต้น

1.2 ปัจจัยจุดใจทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนา ได้แก่ แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี วัด อนุสาวรีย์ พระราชวัง เป็นต้น

1.3 ปัจจัยจุดใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม งานประเพณี งานฝีมือ การดำเนินชีวิต เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจที่มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์หรือเป็นบริเวณที่มีสิ่งดึงดูดใจอยู่ใกล้กันเป็นกลุ่ม เป็นข้อที่น่าพิจารณาถึงความได้เปรียบด้วย

2. ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจของสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์อันเป็นเอกลักษณ์ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสะท้อนเท่าที่ พฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินทั้งด้านโจรผู้ร้าย ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3. ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานในเรื่องที่พักและอาหาร การติดต่อสื่อสาร การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความสะดวกด้านบันเทิง และร้านค้าของที่ระลึก

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม จะต้องพิจารณาถึงเครือข่ายการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศที่สะดวกสบาย บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำใช้

การระบายน้ำ การกำจัดสิ่งโสโครกตลอดจนระบบสื่อสารโทรคมนาคม (ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร, 2512, หน้า 43-44)

การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเชื่อมโยงไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะเมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพที่ดีเพียงพอแล้ว ขั้นตอนการดำเนินการขั้นต่อไปก็คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเผยแพร่ศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1. ความหมายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารจากผู้ขายสู่ผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจ และเพื่อเตือนความทรงจำเกี่ยวกับสินค้า และบริการโดยหวังผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดยใช้ส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด (นิตยา จิตรักษ์ธรรม, 2550, หน้า 2) การส่งเสริมการตลาด ยังหมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล และไม่ใช้บุคคล เข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550, หน้า 107) นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการติดต่อสื่อสารจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวที่คาดหวังและพ่อค้าคนกลางทางการท่องเที่ยวเพื่อแจ้งข่าวสาร ชักชวน เร่งเร้า สนับสนุน หรือเตือนความจำพวกเขาเหล่านั้นให้ยอมรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตน (อันได้แก่แหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว) แล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตน ด้วยการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและใช้บริการท่องเที่ยวของตนตามช่องทางทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543, หน้า 17) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการติดต่อสื่อสารจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวที่คาดหวังและพ่อค้าคนกลางทางการท่องเที่ยวเพื่อแจ้งข่าวสาร ชักชวน เร่งเร้า สนับสนุน หรือเตือนความจำให้ยอมรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตน (อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว) แล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตนด้วยการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและใช้บริการท่องเที่ยวของตนตามช่องทางทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้

2. ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่ถูกนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเที่ยวมีรูปแบบหรือที่เรียกว่าส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดเที่ยว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการตลาดเที่ยวซึ่งมีอยู่ 4 อย่าง คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543, หน้า 26-28)

1. การโฆษณาทางการท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยว ต่อสาธารณชนในช่วงเวลาหนึ่งโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น ซึ่งผู้โฆษณาทางการท่องเที่ยวจะต้องจ่ายค่าตอบแทนให้กับสื่อโฆษณาที่ใช้ เพื่อนำโฆษณาทางการท่องเที่ยวออกสู่ผู้ชม คุณสมบัติของการโฆษณาทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากรูปแบบการส่งเสริมการตลาดเที่ยวอื่นที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1.1 เป็นการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยวไปสู่สาธารณชน โดยเข้าถึงคนจำนวนมากอย่างกว้างขวางพร้อมเพรียงกันและเท่าเทียมกัน ไม่อาจเจาะจงผู้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวคนใดคนหนึ่งเป็นกรณีพิเศษ

1.2 เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวซ้ำ ๆ กันหลายครั้ง เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ได้เปรียบเทียบข่าวสารทางการท่องเที่ยวจากงานโฆษณา ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว

1.3 เป็นการถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากผู้ทำโฆษณา โดยใช้สัญลักษณ์ เทคนิค แสง สี เสียง ประกอบกันให้เห็นความหมายอย่างลึกซึ้ง โดยไม่ซ้ำแบบกัน เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเห็นจริงตามการโฆษณาทางการเที่ยวนั้น

1.4 เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปยังสาธารณชนแบบการสื่อสารทางเดียว โดยไม่ได้มุ่งเจาะจงบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทำให้ผู้ฟังและผู้ชมไม่รู้สึกรู้สึกบังคับให้ต้องสนใจฟัง หรือมีปฏิกิริยาตอบสนองทันทีทันใดที่ได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวนี้

2. การประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Public Relations) เป็นรูปแบบการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพพจน์และความประทับใจให้แก่เจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่อสาธารณชน โดยกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสนใจของสาธารณชน ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชมยอมรับและนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว คุณสมบัติของ

ประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นที่สำคัญมีดังต่อไปนี้คือ

2.1 เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปของการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเชื่อถือและภาพพจน์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว แล้วนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในที่สุด

2.2 เป็นการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คาดหวังอย่างปลอดภัย ซึ่งบุคคลในกลุ่มนี้อาจไม่ชอบฟังการโฆษณาหรือติดต่อจากพนักงานขายโดยตรง เพราะการประชาสัมพันธ์ทำให้รู้สึกว่าเป็นการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงมากกว่าการชักจูงให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

2.3 เป็นการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่สร้างความสนใจได้เหมือนกับการโฆษณา แต่เสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการโฆษณามาก

3. การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว (Tourism Sales Promotion) เป็นรูปแบบการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยวเพื่อชักจูงกระตุ้นเร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในช่วงเวลาอันสั้น โดยอาจทำการส่งเสริมการขายไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง หรือทำการส่งเสริมการขายไปยังพ่อค้าคนกลาง หรือทำการส่งเสริมการขายไปยังพนักงานขายก็ได้ คุณสมบัติของการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นที่สำคัญมีดังต่อไปนี้คือ

1.1 เป็นการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เร่งเร้าตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรีบตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่กำหนดให้โดยเสนอสิ่งพิเศษต่างๆ ให้ในช่วงเวลาดังกล่าว

1.2 เป็นการก่อให้เกิดการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว แต่ไม่ควรทำบ่อยครั้งจนเกินไป เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความสนใจ และไม่เห็นคุณค่าของการส่งเสริมการขาย

4. การขายทางการท่องเที่ยวโดยพนักงาน (Tourism Personal Selling) เป็นรูปแบบการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ใช้บุคคลที่เป็นพนักงานเพื่อชักจูงกระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและความต้องการเพิ่มขึ้น อันนำไปสู่การเจรจาต่อรองซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตนขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีหลังการซื้อขาย

ระหว่างนักท่งเกี่ยวกับพนักงานขายอีกด้วย คุณสมบัติของการขายทางการท่งเที่ยวโดยพนักงานที่แตกต่างจากรูปแบบการส่งเสริมการท่งเที่ยวอื่นที่สำคัญมีดังต่อไปนี้คือ

1.1 เป็นการเผชิญหน้าระหว่างพนักงานขายกับนักท่งเที่ยวที่จำเป็นต้องมีการติดต่อเจรจาต่อรองกัน เพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่งเที่ยวของตนขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะของการติดต่อแบบสื่อสารสองทาง (**Two - way communication**) โดยแต่ละฝ่ายสามารถสังเกตความต้องการ ปฏิกริยาการตอบสนองของกันและกันอย่างใกล้ชิด จึงสามารถปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มลดความพอใจของอีกฝ่ายหนึ่งได้

1.2 เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มนักท่งเที่ยวเกี่ยวกับพนักงานขายเพื่อใช้ประกอบกับศิลปการขายของพนักงานขายในการชักนำนักท่งเที่ยวให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่งเที่ยวของตน และให้พนักงานผู้นั้นอยู่ในความทรงจำของนักท่งเที่ยวในระยะยาวต่อไป

1.3 เป็นการตอบสนองการขายด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่งเที่ยวที่จะทำให้นักท่งเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกมัดที่ต้องฟังคำพูดของพนักงานขาย ต้องใช้เวลา ความสนใจ และแสดงปฏิกริยาตอบสนอง ไม่ว่าจะเป็นการตอบรับหรือตอบปฏิเสธก็ตาม

ส่วนผลสมการส่งเสริมการตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2535, หน้า 166-167)

1. การโฆษณา (**Advertising**) "เป็นรูปแบบการเสนอขาย ความคิด สินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขายที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ" การโฆษณาจึงมีลักษณะคือ เป็นการเสนอขายสินค้าบริการ หรือความคิดโดยการใช้อีสื่อ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (**Peronal Selling**) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขาย ถือเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง

3. การส่งเสริมการขาย (**Sales Promotion**) หมายถึง "กิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง "

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (**Publicity and Public Relation**) การให้ข่าวเป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคลที่ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์" การประชาสัมพันธ์ หมายถึง "เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มที่ไม่ใช้ลูกค้าประกอบด้วย ประชาชนทั่วไป แรงงาน ผู้ถือหุ้น และหน่วยราชการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 7 P's ได้แก่ (สุพรรณณี อินทร์แก้ว, 2549, 106 - 139)

1. **ผลิตภัณฑ์บริการ (Product)** หมายถึง กิจกรรมการบริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเสนอขายเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์บริการเป็นสิ่งที่มีมองไม่เห็น ไม่มีตัวตน ลักษณะการผลิตบริการแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับการผลิตสินค้าทั่วไป

2. **ราคาผลิตภัณฑ์บริการ (Price)** หมายถึง จำนวนเงินที่คิดเป็นค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือจำนวนมูลค่ารวมที่ผู้บริโภคยอมจ่าย เพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมีหรือใช้สินค้าหรือบริการ การตั้งราคาสำหรับธุรกิจบริการนั้น ต้องคำนึงถึงคุณค่าของบริการที่ลูกค้าจะได้รับ ซึ่งคุณค่าจะเท่ากับคุณประโยชน์ของการบริการที่ลูกค้าได้รับลบค่าใช้จ่ายของลูกค้า

3. **การจัดจำหน่ายบริการ (Distribution)** หมายถึงการจัดสถานที่สำหรับให้ลูกค้ามารับบริการ การจัดจำหน่ายบริการจะมีส่วนที่เกี่ยวข้องอยู่ 2 ประการ คือ

3.1 การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย บริการไม่สามารถเลือกวิธีการจัดจำหน่ายที่ซับซ้อนได้ วิธีที่เหมาะสมที่สุด คือ การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง ซึ่งเป็นช่องทางที่สั้นที่สุด

3.2 ท่าเลที่ตั้งสถานที่ให้บริการ เนื่องจากลักษณะของบริการเมื่อผลิตแล้วไม่สามารถจะขนย้ายบริการได้ เก็บรักษาไว้ไม่ได้ ดังนั้นการที่จะสามารถครอบคลุมตลาดได้กว้างขวางจึงขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญ และควรเลือกให้เหมาะสมกับการบริการแต่ละประเภท

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่ธุรกิจใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและบริการให้ลูกค้าเกิดกับการรับรู้และตัดสินใจซื้อในที่สุด การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการ สามารถทำได้ทุกรูปแบบ เช่นเดียวกับธุรกิจขายสินค้า ที่เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงาน และการตลาดทางตรง

5. **พนักงาน (People)** พนักงานในธุรกิจบริการประกอบด้วยเจ้าของ ผู้บริหาร และพนักงานฝ่ายต่าง ๆ ทั้ง 3 กลุ่มมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งทุกคนจะต้องรักษามาตรฐานการบริการที่ดี และบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของตนเองเอาไว้ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาการบริการอย่างสม่ำเสมอทั้งด้านความรู้ ความสามารถ จิตสำนึก การให้บริการทำงานเป็นทีม

6. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยพนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ตัวอาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศในสำนักงาน การจัดสรรพื้นที่บริการ เครื่องใช้สำนักงาน ป้ายประชาสัมพันธ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่มีให้บริการลูกค้า

3. นโยบายและแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงนโยบายและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้หลายประเด็น

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548, หน้า 32-33)

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งภาคประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยในการให้บริการและการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
4. ส่งเสริมด้านการให้ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการพัฒนาด้านบุคคลในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความห่วงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
6. ส่งเสริมด้านการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด
7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
8. ส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในครอบครัว ชุมชนและสังคมส่วนรวมของประเทศสืบต่อไป

9. ส่งเสริมและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

10. สร้างค่านิยมให้ประชาชนไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและมีการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วทุกภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายสู่ท้องถิ่น

นโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้วางนโยบายเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานไว้ดังต่อไปนี้ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2549, หน้า 257)

1. ส่งเสริม และชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนร่วมโดยรัฐบาล
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
3. อนุรักษ์ฟื้นฟู สมบัติ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด
4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
5. เพิ่มเพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้สามารถเดินทางเข้าสู่จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและคณะ
6. ส่งเสริมการเดินทางการท่องเที่ยวของประชาชนภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย
7. สร้างกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด
8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการดำเนินการเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นให้กลายเป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป เช่นเดียวกับตลาดน้ำ สถานที่ท่องเที่ยวที่

สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตอันงดงามของชุมชนในอดีต และมีการพัฒนามาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ หรือตลาดท่องเที่ยว คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือ พลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่ง และขยายพื้นที่เพาะปลูก ย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่คู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น มีการขุดคลองในทุกรัฐกาลด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมือง หรือเพื่อการยุทธศาสตร์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพื่อให้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปได้โดยสะดวก รวดเร็วทั่วถึง รวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วย ขณะเดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วย จึงทำให้เกิดตลาดน้ำสำคัญหลายแห่ง

ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรกน่าจะเป็นปากคลองตลาด ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชรและป้อมผีเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็กๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไปบ้านเมืองมีความเจริญขึ้น ตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมากจนถึงปัจจุบัน ตลาดน้ำในช่วงสมัยต้นรัตนโกสินทร์ นอกจากปากคลองตลาดแล้ว ก็ยังมีตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพธิ์ก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าคา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่น ๆ ตามคลองซอยทั่วไป

จากนิราศพระประธม ของสุนทรภู่ซึ่งเขียนขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 แสดงให้เห็นวิถีชีวิตของคนในยุคหนึ่งที่ค้าขายกันในเรือแพอย่างคึกคัก สุนทรภู่บรรยายภาพการค้าขายในบริเวณตลาดน้ำทางฝั่งธนบุรีว่า “บรรดาผู้พายเรือค้าขายในตลาดน้ำในอดีตส่วนใหญ่คงเป็นหญิงไทย และชาวจีน เนื่องจากชายไทยต้องถูกเกณฑ์เข้ารับราชการ ส่วนชาวจีนได้สิทธิในการเดินทางค้าขายได้ทั่วพระราชอาณาจักร เพราะไม่ต้องเข้าเวรรับราชการเหมือนอย่างชายไทย ชาวจีนจึงมีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดการค้าภายใน ให้กว้างขวางขึ้น สินค้าที่แม่ค้าคนไทยนำมาขายส่วนมากเป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผลไม้ ปลาแห้ง เกือบ น้ำมันมะพร้าว ผ้าฝ้าย สีย้อมผ้า ส่วนพ่อค้าชาวจีน นอกจากนำสินค้าอุปโภคบริโภคทั่ว ๆ ไปมาขายแล้วยังนิยมนำสินค้าจาก

ต่างประเทศ หรือสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยซึ่งนำเข้ามาจากจีน เช่น ไบชา พัด ร่ม กระดาษ ฐูป ผ้าไหม ผ้าแพร เครื่องถ้วยชาม ผลไม้แห้งมาขายด้วย” นอกจากนี้ยังมีเรือแพที่ขายสินค้าเฉพาะอย่างดังที่เห็นได้จากจดหมายเหตุรัชกาลที่ 3 ว่ามีแพขายแพรไหม แพขายถ้วยชาม แพขายแก้วอีตึกตา เสื้อผ้าาน เรือขายแตง เรือขายมะเขือ เรือขายมะม่วงเรือขายน้อยหน้า เรือขายปูน เรือขายขนมจีน เรือขายน้ำมันมะพร้าว เรือขายหมากพลู เรือขายปลาแห้ง เรือขายปลาสด เรือขายผ้าเทศ เรือขายของชำ เรือขายขนมเบี้อง เรือขายเครื่องเข็ม เรือขายทุเรียน เรือขายมังคุด เรือขายหอย เรือขายแมงดา เรือขายเหล้า เรือขายกะปิ เรือขายจาก เรือขายถ่านไม้ เรือขายตุ่มขายอ่าง

ในปัจจุบันตลาดน้ำลดความคึกคักจวบลงไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และการคมนาคมทางบกที่สะดวกและรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำ จึงทำให้เกิดการถดถอยเพื่อสร้างถนน อันมีผลให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย อย่างไรก็ตามการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่น ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือสวนไ้่น้ำตามริมแม่น้ำลำคลอง ได้นำผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ออกมาจำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำในปัจจุบันที่ยังคงมีอยู่และเป็นที่ยู้จัก ได้แก่ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำวัดไทร และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ

ตลาดน้ำในอดีต คือ ที่สัญจรและค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันผ่านทางน้ำเพราะประเทศไทยเราใช้การขนส่งในอดีตเป็นทางน้ำในทางคมนาคม ต่อมาได้มีการสัญจรในทางบกเกิดขึ้นและมีความสะดวกรวดเร็วกว่าเดิม การค้าขายทางน้ำจึงลดน้อยลงจะเห็นได้ว่า เวนิสตะวันออกตามที่ชาวต่างชาติกล่าวขานได้กลายเป็นตำนาน จนเหลือเพียงไม่กี่แห่งจะมีก็แต่ดำเนินสะดวกที่ยังพอเป็นเครื่องยืนยันถึงการสัญจรในอดีต ส่วนที่อื่นนั้นเป็นการสัญจรทางน้ำเช่นกันแต่เป็นตลาดบนบก และนั่งเรือชมวิวาททัศน์สองฝั่งทางของวิถีชีวิตคนไทยที่อาศัยอยู่และมีการ กลมกลืนของศิลปวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มผู้คนที่อยู่สองฝั่ง เช่น ถ้าเป็นคนไทยก็จะออกแบบสถาปัตยกรรมไปในทางบ้านทรงไทยเรือนยกชั้นด้านล่างโปร่งเพื่อการรับลม หรือพวกนิยมศิลปวัฒนธรรมของสมัยใหม่ก็ดีไซน์ตามยุคสมัยของสถาปัตยกรรมทางยุโรปหรือตามกำลังทรัพย์ของเจ้าของบ้านที่มีอยู่ ส่วนชุมชนชาวจีน อิสลาม และชาติอื่น ๆ เช่น มอญนั้นก็ก็เป็นแบบวิถีชีวิตของผู้คนตามยุคสมัยและการเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดขึ้นในปัจจุบันของท้องถิ่นนั้น (วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2553)

จากรูปแบบการดำเนินชีวิตริมน้ำของประชาชนในอดีตที่ใช้แม่น้ำ ลำคลองในการหล่อเลี้ยงชีวิตของตนและครอบครัว กลายเป็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชนที่สื่อให้เห็นถึงความผูกพันกับสายน้ำ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้คนที่ผ่านไปมา และได้พบเห็น จึงก่อให้เกิดแนวความคิดในการที่จะนำรูปแบบการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจนี้มาปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริมให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวมานานักต่อนัก เช่นเดียวกับตลาดน้ำคลองแห ตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ

ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตลาดน้ำถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปตามลักษณะท้องถิ่นนั้นๆ สามารถสื่อให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตของคนไทยที่มีความผูกพันกับแม่น้ำลำคลอง ตลาดน้ำ จึงเปรียบเสมือนแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนไทยที่สืบเนื่องมาจากอดีต จากแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจธรรมชาติและวัฒนธรรมมากขึ้น (กรรณิการิ์ ต้นติวณิช, 2550, หน้า 1)

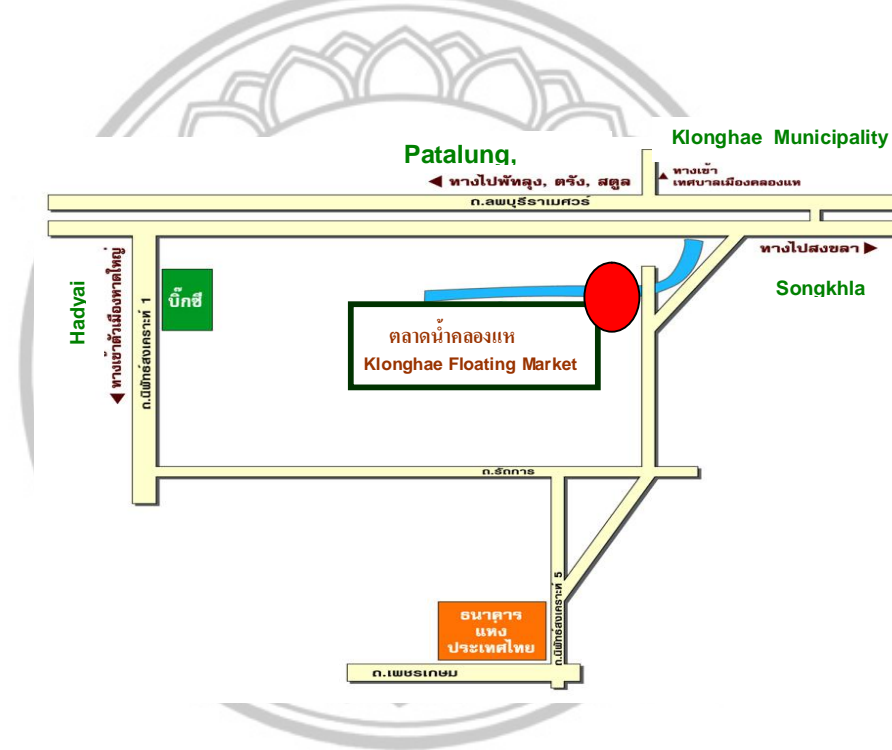
1. ประวัติความเป็นมาคลองแห

คลองแหน่าจะเพี้ยนมาจากคำว่า "ฮ่องแห" ซึ่งเป็นเครื่องมือในการร้องป่าวประกาศของคนสมัยนั้น ต่อมากลายเป็นคลองแห ตามสำเนียงชาวใต้ มีเรื่องเล่ากันว่ามีคนหนึ่งมีจิตศรัทธาแรงกล้าที่จะไปร่วมบูรณะพระเจดีย์ที่เมืองตามพรลิงค์ (นครศรีธรรมราชปัจจุบัน) ระหว่างเดินเรือมาทางลำน้ำก็ส่งร้องป่าวประกาศเชิญชาวบ้านนำทรัพย์สินร่วมบริจาคสมทบ ครั้นถึงบริเวณคลองแหปะเรือที่แล่นสวนมาได้ความว่ากลับจากบูรณะเจดีย์พระธาตุเรียบร้อยแล้ว ด้วยความผิดหวังจึงตรอมใจตาย ก่อนตายได้มีการฝังทรัพย์สินทั้งหมดไว้บริเวณโคกกริมน้ำ เรียกว่า "โคกนกคุ้ม" และตั้งจิตอธิษฐานว่า ขอให้บริเวณนี้ภายหลังมีความรุ่งเรือง ประชาชนมีความสามัคคี รักใคร่ปรองดองกัน และอยู่เย็นเป็นสุข หากผู้มีบุญบารมีอยู่ในศีลสัตย์ ซึ่งจะเกิดมาในภายหลัง ขอให้พบทรัพย์สมบัติที่ฝังไว้แล้วให้นำไปทำนุบำรุงศาสนา และสาธารณกุศลพร้อมทั้งแขวนฮ่องไว้ใกล้ ๆ บริเวณดังกล่าว เมื่อมีผู้มาพบฮ่องบริเวณนั้น จึงเรียกบริเวณนั้นว่า "ฮ่องแห" และเพี้ยนมาเป็น "คลองแห" ต่อมาจึงได้มีการสร้างวัดขึ้น และมีชื่อว่าวัดคลองแห ต่อมาได้ได้รับอนุญาตตั้งวัดเมื่อ พ.ศ. 2260 จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2552 มีอายุกว่า 292 ปี วัดคลองแหถือได้ว่าเป็นวัดที่เก่าแก่ของอำเภอหาดใหญ่ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งมีพระภิกษุจำพรรษาติดต่อกันมาตลอด

2. ที่ตั้งและอาณาเขต

เทศบาลตำบลคลองแห ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของเทศบาลนครหาดใหญ่ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอหาดใหญ่ ประมาณ 10 กิโลเมตร เทศบาลเมืองคลองแหมีทั้งหมด 11 หมู่บ้าน 27 ชุมชน ซึ่งตลาดน้ำคลองแหตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 4 มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลคูเต่า
ทิศใต้	ติดต่อกับเทศบาลนครหาดใหญ่
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลน้ำน้อย
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับอำเภอบางกล่ำ



ภาพ 2 แผนที่ตั้งตลาดน้ำคลองแห

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห

3. สภาพพื้นที่ทั่วไปของตลาดน้ำคลองแห

ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่ที่เทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นที่ราบลุ่มริมลำคลองแห ตรงข้ามกับวัดคลองแห ความยาวของตลาดประมาณ 200 เมตร

เป็นแหล่งน้ำที่มีประวัติศาสตร์และมีแนวป่าชายเลน ทอดยาวของทะเลสาบสงขลา สภาพทั่วไป มักจะประสบภาวะน้ำท่วมในฤดูฝน (เทศบาลเมืองคลองแห, 2552)

4. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลเมืองคลองแห วิสัยทัศน์ในการพัฒนาเทศบาลเมืองคลองแห

"คลองแหหน้าอยู่ เมืองคูนครใหญ่ แหล่งที่พักอาศัย ศูนย์รวมใจศาสนา พัฒนา คุณภาพชีวิต ด้วยแนวคิดอย่างยั่งยืน"

พันธกิจ

1. บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชาชน
2. จัดให้มีและบำรุงรักษาทางบกและทางน้ำ
3. การกำจัดมูลฝอย สิ่งปฏิกูล และน้ำเสีย
4. ป้องกันและระงับโรคติดต่อ
5. ให้มีเครื่องใช้ในการดับเพลิง และการรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคม
6. ส่งเสริมการศึกษา
7. ส่งเสริมการพัฒนสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ บำรุงศิลปประจักษ์ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
8. ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์รักษาคนเจ็บ
9. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่าง
10. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
11. ให้มีสุสานและฌาปนสถาน
12. ให้มีและบำรุงทางระบายน้ำ

จุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา

1. การพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานและการขนส่ง
2. ประชาชนมีอาชีพและมีรายได้เพียงพอ
3. การแก้ไขปัญหาของประชาชนและปัญหาสาธารณสุข
4. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. การพัฒนาการท่องเที่ยว
6. การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทางการค้าของชุมชน
7. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร
8. การเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมชุมชน

การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1. การจัดการที่ดินและผังเมือง
2. การจัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อบริหารทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
4. อนุรักษ์ฟื้นฟูและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ
5. ป้องกัน, ปราบปราม, ควบคุมไฟป่า
6. การลดและควบคุมมลพิษทางน้ำ, ดิน, อากาศ
7. การกำจัดขยะมูลฝอย
8. ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกการพัฒนาบริการท่องเที่ยวสู่มาตรฐาน
9. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
10. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรสำหรับการท่องเที่ยว
11. ส่งเสริมการท่องเที่ยว
12. ส่งเสริมกิจกรรมด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น
13. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
14. พัฒนาระบบการจัดการเครือข่ายบริการท่องเที่ยวชุมชน

ยุทธศาสตร์เพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า

1. ส่งเสริมการให้บริการข้อมูลแก่ผู้สนใจทางการค้าและตลาดชุมชน
2. จัดตั้งตลาดกลางทางการค้า
3. การจัดแสดงสินค้าชุมชน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน และการขนส่ง

1. ก่อสร้าง ปรับปรุง บำรุงรักษาถนน สะพาน ทางเท้า และท่าเทียบเรือ
2. พัฒนาระบบจราจร
3. พัฒนาระบบสารสนเทศ
4. พัฒนาระบบการสื่อสาร/สาธารณูปโภค

ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1. ส่งเสริมและพัฒนาการศึกษา
2. ส่งเสริมการศึกษา
3. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของการมีสุขภาพและการสร้างเสริมสุขภาพ
4. ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม
5. พัฒนาคุณภาพชีวิต (เทศบาลเมืองคลองแห, 2553)

5. พัฒนาการตลาดน้ำคลองแห

ตลาดน้ำคลองแหเป็นแนวคิดของนายอภิชาติ สังขชาติ (อดีตนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองคลองแห) ที่ได้ลงเรือชมทัศนียภาพที่สวยงามสองฝั่งคลอง ได้พบเห็นชาวบ้านพายเรือเก็บผักบุ้ง ตัดผักกระเฉด และการยกบาม ซึ่งเป็นเรื่องที่ยังคงมีอยู่ในลำคลองแหในปัจจุบัน จากการลงเรือในวันนั้น ภาพที่เห็นทำให้นายอภิชาติ สังขชาติ เกิดแนวคิดในการพัฒนาสายน้ำแห่งนี้ให้เป็นจุดศูนย์กลางของการพบปะของประชาชน และทำอย่างไรให้สามารถเชื่อมโยงไปสู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นศูนย์กลางของการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นต่อไป จึงได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งบรรดางานวิจัยที่ได้เคยทำการวิจัยในพื้นที่ อีกทั้งสืบค้นข้อมูลประวัติของพื้นที่ จึงได้พบว่าในสมัยก่อนที่ตรงนี้เคยเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้า โดยเป็นแหล่งพบปะเรือลำจากต่างถิ่นแล่นมาทำการค้าขายยังที่แห่งนี้ เมื่อได้มีโอกาสเข้ารับตำแหน่งเป็นนายกเทศมนตรีเมืองคลองแหนายอภิชาติ สังขชาติ ได้ทุ่มเทความมุ่งมั่นและตั้งใจในการจะดำเนินการตามนโยบายนี้ อีกทั้งได้จัดทัศนศึกษานำเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งพ่อค้า แม่ค้า ไปดูงานที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงาน รูปแบบการบริหารจัดการ และอื่น ๆ รวมทั้งได้ประสานความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่และจากส่วนกลางทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กรมโยธาธิการและผังเมือง กรมชลประทาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น ในการผลักดันโครงการตลาดน้ำคลองแหให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ตลาดน้ำคลองแหนั้นได้มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเป็นไปไม่ได้ของโครงการนี้ เนื่องจากสภาพลำคลองนั้นแทบจะไม่เอื้อต่อการดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้นเขินด้วยขยะและโคลนตม อีกทั้งน้ำที่เน่าเสีย แต่นั่นกลับเป็นเหมือนแรงผลักดันที่ทำให้ท่านนายอภิชาติ สังขชาติ เร่งดำเนินโครงการโดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหันกลับมาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์แม่น้ำลำคลองที่สามารถเป็นแหล่งสร้างงานสร้างอาชีพให้ท้องถิ่นได้ และอีกความตั้งใจหนึ่งก็คือ ตลาดน้ำคลองแหจะเป็นศูนย์รวมของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านให้คงอยู่สืบต่อไป

เดิมที่ตลาดน้ำคลองแห ได้มีการทดลองเปิดจำหน่ายสินค้าทางน้ำเป็นการเฉพาะกิจ ในช่วงประเพณีวันสงกรานต์ และงานศิลปวัฒนธรรมย้อนตำนานคลองแห ซึ่งการดำเนินการในครั้งนั้นเป็นไปด้วยดี จึงมีเสียงเรียกร้องจากบรรดาพ่อค้า แม่ค้า ให้ตลาดน้ำคลองแหเปิดดำเนินการอย่างจริงจัง นั่นจึงเป็นจุดสำคัญของการเปิดดำเนินการเรื่อยมาในทุกเย็นวันศุกร์ - วันอาทิตย์ ซึ่งถือเป็นการดำเนินการตลาดน้ำคลองแหในระยะที่ 1 โดยมีเรือจำหน่ายสินค้าเริ่มต้น จำนวน 40 ลำ ซึ่งเริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหอยู่ในช่วงเปิดดำเนินการในระยะที่ 2 โดยเทศบาลเมืองคลองแหได้ทำการจัดระเบียบร้านค้าบนบกขึ้นใหม่โดยเน้นรูปแบบเป็นตลาดโบราณ โดยการจัดแบ่งพื้นที่ค้าขายให้มีความเป็นระเบียบ

สวยงาม ซึ่งได้ทำการแบ่งเป็นซุ้มเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ โดยซุ้มเหล่านี้มีการใช้ชื่อเรียกด้วยภาษาไทยท้องถิ่นดั้งเดิม บอกเล่าถึงประวัติเมืองในครั้งอดีตกาล เช่น ลังกาสูกะ ตามพรลิงค์ ส่องแห่ มะหาดใหญ่ เป็นต้น การก่อสร้างซุ้มก็ใช้วัสดุธรรมชาติ สร้างเป็นซุ้มรูปแบบง่าย ๆ แต่ดูสวยงาม และปัจจุบันเรือจำหน่ายสินค้าของตลาดน้ำคลองแหได้เพิ่มมากขึ้นเป็น 110 ลำ และร้านค้าของตลาดโบราณมีจำนวนมากถึง 232 ร้าน สินค้าส่วนใหญ่ของตลาดน้ำคลองแหจะเน้นอยู่ที่อาหารคาว - หวาน ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านแท้ ๆ เช่น แก้วคว่ำ ขนมจีน ข้าวยาปักยี่ได้ ก้วยจับพลก ขนมมด ขนมด้วง ขนมโค ต้มยำงและขนมไทยนานาชนิด ซึ่งเป็นขนมภาคใต้ดั้งเดิมสามารถหารับประทานได้ที่ตลาดน้ำแห่งนี้ (ประชาคมท้องถิ่น, 2552, หน้า 9-12)

กิจกรรมที่เสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

นายอภิชาติ สังขชาติ นายเทศมนตรีเมืองคลองแห ได้จัดกิจกรรมเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนี้ สำหรับผู้ที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศการรับประทานอาหาร ที่นี้ก็มีบริการล่องเรือชมบรรยากาศสองฝั่งคลองนำไปสู่แหลมโพธิ์เพื่อรับประทานอาหาร ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอีกแห่งของอำเภอหาดใหญ่ ที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหารทะเล โดยมีร้านอาหารให้บริการกว่า 30 ร้านริมทะเลสาบสงขลา หรือสามารถใช้บริการธุรกิจเรือนำเที่ยว เพื่อนั่งเรือชมบรรยากาศอย่างเดียวก็น่าสนใจ ซึ่งบริการนี้จะพานักท่องเที่ยวไปชมวัดนารังนก วัดคูเต่า โดยเฉพาะวัดคูเต่า นับเป็นวัดที่ก่อสร้างตั้งแต่สมัยอยุธยาและมีจิตรกรรมฝาผนังที่งดงามมาก นับว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากในขณะนี้ ส่วนราคาค่าโดยสารแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ยังมีลานเวที เพื่อใช้การแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้านทั้งหนึ่งตระกูล มโนราห์ โดยเตรียมจะย่อนตำนาน "โคกนกคุ้ม" ซึ่งเป็นประวัติความเป็นมาของคลองแห จะพื้นประวัติศาสตร์โดยใช้มืออาชีพมาสร้างแสง สี เสียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมกันอีกครั้งหนึ่ง และนายประภาส อินทรปสาทร ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่-พัทลุง ได้มียืนยันว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยบรรจุกิจกรรมในตลาดน้ำคลองแหไว้ในแผนการท่องเที่ยวแล้ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มณีวรรณ ผิวน้อม และปรารถนา จันทร์พันธุ์, (2546) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ การวิจัยครั้งนี้ มุ่งทำความเข้าใจถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชนหลังจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในพื้นที่ตลาดน้ำที่เลือกศึกษาในครั้งนี้ คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงพัฒนาและความเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำทั้งสองแห่ง จากประวัติชุมชนและกระบวนการปรับตัวเข้าสู่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำดำเนิน

สะดวกพัฒนาจากตลาดขายของทางน้ำของชาวบ้านในชุมชนและจังหวัดใกล้เคียง ไปสู่การเป็นตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเวลาประมาณ 30 ปี เริ่มจากมีนักท่องเที่ยวเข้าไปพบแล้วบอกกันต่อ ๆ ไป ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญขึ้น การค้าขายทางน้ำในตลาดลดจนน้อยลงเกือบหมดไป แต่มีนายทุนจากภายนอกที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามาพัฒนารูปแบบตลาดเสียใหม่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ โดยเน้นกิจกรรมการลงเรือชมคลองและการขายของที่ระลึก มีข้อตกลงกับบริษัททัวร์ให้นักท่องเที่ยวมาแวะที่ตลาดน้ำเพียงช่วงสั้น ๆ ก่อนจะเดินทางต่อไปที่อื่น

ส่วนตลาดน้ำตลิ่งชันไม่ใช่ตลาดดั้งเดิมของชาวบ้าน เริ่มต้นจากการสร้างตลาดใหม่ขึ้นริมน้ำในที่ดินของราชการ เพื่อเป็นแหล่งขายสินค้าทางการเกษตรสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนเมื่อปี พ.ศ. 2530 มีการตั้งคณะทำงานที่มาจากชาวบ้านในพื้นที่ขึ้นมาทำหน้าที่บริหารงานในตลาดน้ำโดยเฉพาะ ใช้ชื่อว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ในระยะหลังได้พัฒนามาเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ มีเรือและแพขายอาหารในน้ำ บนบกมีการขายอาหาร ผัก ผลไม้และพันธุ์ไม้จากสวนตลอดจนจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ดนตรีและรำไทย ช่วงหลังมีการเพิ่มกิจกรรมจัดเรือเที่ยวชมคลอง การนวดฝ่าเท้าการร้องเพลงคาราโอเกะเข้ามาด้วย

การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองแห่งทั้งในด้านบวกและลบ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียงและอากาศ แต่มีส่วนทำให้มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคให้ชุมชนให้ดีขึ้นผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ไม่ต้องไปหางานนอกชุมชน มีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มขึ้น ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชน แต่ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ผลกระทบทางสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า มีการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและให้บริการ ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นไปในทางบวกเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ กระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยในด้านการแต่งตัว กิจกรรมทางวัฒนธรรม ความรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นของตน

ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่เหมือนที่อื่น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ คนในชุมชนทั้งสองยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อไป และเห็นว่าสามารถจะพัฒนาเป็น

แหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้แต่ทั้งนี้ต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบัน สร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอมิติทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว

ประหยัด ตะคอนรัมย์, (2544) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยกรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารและจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย เนื่องจากตลาดริมน้ำดอนหวายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมา ในช่วงวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในพื้นที่อันจำกัด (ประมาณ 74 ไร่) อันอาจจะทำให้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งการบริหารและจัดการท่องเที่ยวปัจจุบันอยู่ในรูปขององค์กรชุมชน คือ คณะกรรมการตลาดริมน้ำ ดอนหวาย วิถีการศึกษาอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสำรวจภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่พร้อมศึกษารูปแบบและบทบาทการบริหารและจัดการการบริหารที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวบรวมสภาพ ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอแนวทางในการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ รสชาติอาหารและความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ ในด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาด้านการบริการท่องเที่ยวและเกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแหล่งน้ำ ธรรมชาติ ในด้านปัญหาการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวขององค์กรชุมชน ได้แก่ การขาดการบริหารจัดการที่ดี การหน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน ปัญหาการจัดเก็บผลประโยชน์ ปัญหาด้านงบประมาณ การขาดการประสานงานกับองค์กรอื่น ๆ และปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนใน

ข้อเสนอแนะในการจัดองค์กรในการแก้ปัญหา ได้เสนอรูปแบบการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนใหม่ โดยเสนอให้องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระพี้ ร่วมกับคณะกรรมการที่ได้รับการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย เป็นองค์กรดำเนินงานโดยการออกข้อบังคับ และระเบียบที่ชัดเจน ใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังได้เสนอแนะ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวข้างเคียง รวมทั้งการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงความสมดุลของสภาพแวดล้อมตาม หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ, ดวงทิพย์ จันทรอ่วม, นวลจันทร์ โชติคุณากร, จรรยา ไพโรจน์กุล และจุฬาลักษณ์ แก้วศิริวงศ์, (2550) การวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดย

ชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนท่าคา ตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบ ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดน้ำท่าคา ซึ่งจะนำไปสู่ข้อสรุปถึง กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ในการวิจัยนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายวิธี คือ การ ประชุมกลุ่มย่อย การทำกิจกรรม การสังเกต การสัมภาษณ์ การใช้ แบบสอบถาม การจัดเวที ประชาคม เพื่อระดมความคิดเห็นและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของชุมชนซึ่ง ทำให้ได้ข้อสรุปในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ได้แก่การมีส่วนร่วมของชุมชน การแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ และมีวิสัยทัศน์ เพื่อสร้าง กระบวนการทำงาน ตลอดจนกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ สภาพแวดล้อมวัฒนธรรมดั้งเดิม ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ทั้งนักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้า ผู้อาศัยในชุมชนตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมธำรงรักษาระบบนิเวศที่สมบูรณ์เอาไว้และ เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

พรพรรณ เปล่งปลั่ง, (2548) การศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และศึกษารูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีพื้นที่ในการศึกษา คือ ตลาดน้ำตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร กลุ่มคนที่ศึกษา คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน กลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งคณะกรรมการบริหารประชาคมและสมาชิกประชาคม กลุ่มพันธมิตรของประชาคม กลุ่มชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับตลาดน้ำ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า พัฒนาการของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงใหญ่ ๆ คือ ตลาดน้ำตลิ่งชันในอดีต (ก่อน พ.ศ. 2530) ตลาดน้ำตลิ่งชันยุคตลาดสินค้าเกษตร (พ.ศ. 2530 - 2540) และตลาดน้ำตลิ่งชันยุคทิวทัศน์ (พ.ศ. 2540 - 2548) ซึ่งพัฒนาการดังกล่าวเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งที่เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเกิดน้ำท่วมใหญ่ การตัดถนน การประกาศใช้พระราชบัญญัติการจราจรทางน้ำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของระดับประเทศและกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการผลักดันแนวคิดการมีส่วนร่วม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในช่วงตลาดสินค้าเกษตร (พ.ศ. 2530-2540) เน้นที่การขายสินค้าเกษตรซึ่งเป็นผลผลิตจากสวนของชาวบ้านในพื้นที่เขตตลิ่งชัน การจัดการตลาดน้ำดำเนินการโดย

สำนักงานเขตตลิ่งชัน ต่อมาเมื่อเข้าสู่ช่วงที่ 3 คือ ยุคทวารคลอง (พ.ศ.2540 - 2548) ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลิ่งชันโดยมีกิจกรรมเพิ่มเติมขึ้นมาคือ การจัดแสดงดนตรี และการท่องเที่ยวทวารคลอง จากเดิมที่มีเพียงการขายสินค้าการเกษตร การจัดการท่องเที่ยวตลิ่งชันในช่วงที่ 3 นี้ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีการจัดตั้ง "ประชาคมตลิ่งชันตลิ่งชัน" ขึ้น และขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมโดยมีกลุ่มพันธมิตรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มวัด กลุ่มเจ้าของสวน เป็นต้น พัฒนาการที่สำคัญอีกประการหนึ่งของตลิ่งชันตลิ่งชันคือ เมื่อมีกระแสตื่นตัวเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงปี พ.ศ. 2545 ตลิ่งชันตลิ่งชันก็ได้นำเอาแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวทวารคลองที่ตลิ่งชันตลิ่งชันด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

กลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการจัดการตลาดน้ำคลองแห ได้แก่ เจ้าหน้าที่ในเทศบาลเมืองคลองแห ผู้ประกอบธุรกิจจัดน้ำเที่ยว และประชาชนในชุมชนคลองแห

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักผู้ศึกษาได้เลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยพิจารณาเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงาน องค์กร กลุ่มบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. บุคลากรในเทศบาลเมืองคลองแห จำนวน 10 คน
2. ผู้ประกอบธุรกิจจัดน้ำเที่ยว จำนวน 10 คน
3. ผู้นำชุมชนท้องถิ่น จำนวน 10 คน
4. นักวิชาการในท้องถิ่น จำนวน 10 คน
5. นักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน
 - 5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย 5 คน
 - 5.2 นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และสิงคโปร์ 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง รวมทั้งการใช้วิธีการสังเกตโดยมีเค้าโครงกำหนดล่วงหน้า (**Structured Observation**) โดยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์และนำไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงาน องค์กร และ บุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร (**Documentary Research**) โดยการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น บทความ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยใช้กระบวนการ **Content Analysis** ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์ (**Interview**)

2.2 ถอดความจากบทสัมภาษณ์ (**Transcription**)

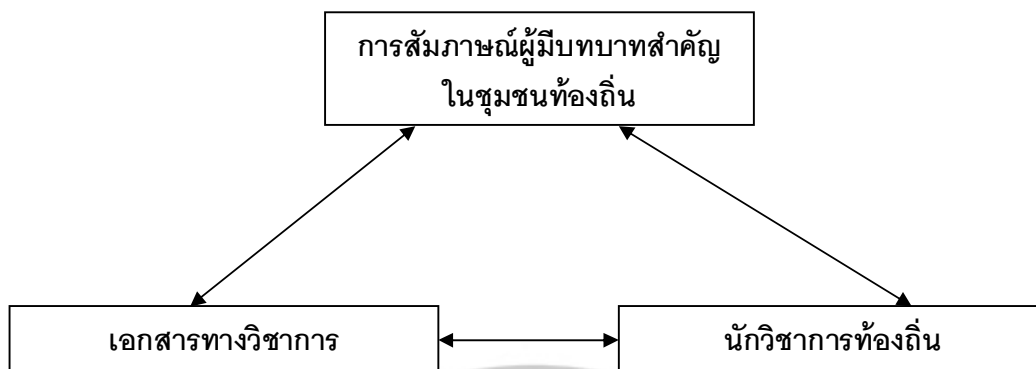
2.3 การวิเคราะห์ความหมายที่ได้จากการสัมภาษณ์ (**Coding**)

2.4 เปรียบเทียบบทสัมภาษณ์กับวรรณกรรมและให้เหตุผลสรุป (**Relationship Claims**)

2.5 การให้คำอธิบายสิ่งที่เราศึกษาโดยการรวมคำอธิบายในทฤษฎีและข้อเท็จจริงที่เราเก็บได้เข้าด้วยกัน (**Purified Explanation**)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปตรวจสอบแบบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (**Methodological Triangulation**) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้มีบทบาทสำคัญในชุมชน (บุคลากรเทศบาลเมืองคลองแห ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยว และผู้นำชุมชนท้องถิ่น) เอกสารทางวิชาการ (บทความ วารสาร หนังสือวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ) และนักวิชาการในท้องถิ่น เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วนำไปแก้ไขเป็นงานฉบับสมบูรณ์



ภาพ 3 รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูล



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีคลองเตยไหลมาบรรจบกับคลองอู่ตะเภา ตลาดตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับวัดคลองแหมีความยาวของตลาดริมฝั่งคลองประมาณ 200 เมตร เหตุผลที่มีการจัดตั้งตลาดไว้บริเวณนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายเพราะตลาดน้ำคลองแหอยู่ใกล้กับเมืองหาดใหญ่ การเดินทางมายังตลาดน้ำคลองแหมี 2 เส้นทาง คือ ถนนลพบุรีราเมศวร์ และถนนนิพันธ์สงเคราะห์ 5 สภาพพื้นที่คลองแหเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งคลองมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ในอดีตเชื่อว่าบริเวณคลองแหเคยเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้าและเป็นเส้นทางที่สามารถเชื่อมโยงการคมนาคมทางน้ำ ตลาดน้ำคลองแหมีการจำลองมาจากตลาดน้ำอัมพวา และตลาดน้ำดำเนินสะดวก แต่ลักษณะการจำหน่ายสินค้าทางน้ำมีความแตกต่างกันเพราะสภาพพื้นที่และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน จึงได้จำลองและผสมผสานรูปแบบการจำหน่ายสินค้าทางเรือให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน และอีกเหตุผลคือต้องการจัดสรรทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวบริเวณคลองอู่ตะเภา จึงได้เกิดแนวคิดการสร้างตลาดน้ำคลองแหเพื่อต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด หลังจากนั้นจึงได้มีการปรับปรุงฟื้นฟูสภาพลำคลองให้ดีขึ้น มีการประสานการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาชนในชุมชน และเจ้าหน้าที่เทศบาลคลองแห ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีแผนนโยบายร่วมกับทางชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยมีโครงการขยายพื้นที่ตลาดน้ำไปยังบริเวณสะพานลพบุรีราเมศวร์เพื่อนำไปสู่การรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นในทุก ๆ ปี ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ

และภาคเอกชนจึงร่วมมือกันเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแหให้เป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 ประเด็นดังนี้ การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว ปราบกฏผลการศึกษา ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1.1 คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ในอดีตเชื่อว่าเส้นทางคลองแหเคยมีความรุ่งเรืองเป็นทางผ่านในการค้าขายของพ่อค้าทางเรือสำเภา ประชาชนในชุมชนได้ใช้ประโยชน์จากลำคลองในการดำรงชีวิตทั้งด้านการอุปโภคและการบริโภค การทำการเกษตร การคมนาคม และการค้าขาย จนเกิดเป็นประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับชุมชนจนกลายเป็น “ตำนานคลองแห” และถูกนำมาถ่ายทอดผ่านการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดรูปแบบของตลาดโบราณ และตลาดน้ำในปัจจุบัน

คลองแหเป็นชุมชนดั้งเดิมตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอปากเหนือ (อำเภอหาดใหญ่ในปัจจุบัน) ชุมชนก่อตั้งขึ้นเมื่อไหร่ไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัด แต่สันนิษฐานจากอาคารบ้านเรือน วัดมัสยิด ตลอดจนร่องรอยทางคดีศึกษา น่าจะมีมาหลายชั่วอายุคน คำว่า “คลองแห” น่าจะเพี้ยนมาจากคำว่า “ฮ่องแห” ซึ่งเป็นเครื่องมือในการร่อนข้าวประกาศในอดีต จนกลายมาเป็นคลองแหตามสำเนียงได้ในปัจจุบัน โดยมีเรื่องเล่าขานว่าเมืองตะมะลิง หรือนครศรีธรรมราชในปัจจุบัน ได้ป่าวประกาศไปยังทุกหัวเมืองในตอนใต้ของแหลมมลายู เพื่อให้ประชาชนผู้มีจิตศรัทธาได้ร่วมงานเฉลิมฉลองการบรรจพระบรมสารีริกธาตุขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าไว้ในพุทธเจดีย์ เมื่อประชาชนในเมืองต่าง ๆ ได้ทราบข่าวก็ได้เดินทางมายังเมืองนครศรีธรรมราช เช่นเดียวกับคหบดีและประชาชนในเมืองกลันตัน ซึ่งอยู่ห่างไกลจากเมืองตะมะลิงมากกว่าหัวเมืองอื่น ๆ ก็ได้รวบรวมประชาชนหลายร้อยคนจัดขบวนเดินทางมาทางบก โดยใช้เวลาในการเดินทางหลายวัน เมื่อเดินทางมาถึงสถานที่ซึ่งเรียกว่า คลองแห (คลองฮ่องแห) ในปัจจุบัน เห็นว่าเป็นสถานที่สบายพื้นที่เป็นเนินสูงมีต้นไม้ใหญ่ปกคลุมสบาย มีคลองน้ำใสสะอาด จึงได้นอนพักค้างแรมหนึ่งคืนและเตรียมตัวเดินทางต่อในวันต่อมา และได้พบกับขบวนคนเดินเท้าจำนวนมากซึ่งเดินทางกลับมาจากเมืองตะมะลิงและได้กลับมาจากงานบรรจพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งได้จัดงานเสร็จสิ้นแล้ว เมื่อเป็นเช่นนั้นคหบดีคิตหวังมากจึงตรอมใจตาย ประชาชนจากกลันตันจึงเลิกล้มความคิดที่จะ

เดินทางต่อไปยังตะมะลิง และจะเดินทางกลับ ส่วนสิ่งของต่าง ๆ ประเภท แก้ว แหวน เงิน ทอง ที่ตั้งใจจะนำไปเป็นพุทธบูชา ก็ลงความเห็นว่าจะไม่นำกลับไปเพราะตั้งใจที่จะนำมาทำบุญ จึงตัดสินใจฝังไว้ยังสถานที่แห่งนี้ และได้อธิษฐานว่าขอให้บริเวณนี้เป็นบริเวณที่มีแต่ความเจริญรุ่งเรือง ประชาชนมีความรักใคร่กลมเกลียว และอยู่เย็นเป็นสุข หากมีผู้มีบุญบารมีประพฤติดนอยู่ในศีลธรรมอันดี ขอให้พบทรัพย์สมบัติเหล่านี้แล้วนำไปทำนุบำรุงศาสนา และสาธารณกุศล แล้วขุดหลุมฝังไว้บนเนินพื้นที่สามเหลี่ยม (โคกนกคุ้ม) ที่คลองสองสายมาบรรจบกัน คือ คลองลาน และคลองเตย แล้วเกิดเป็นคลองสายใหญ่ (คลองแห) ปัจจุบันสถานที่แห่งนั้นคือ ทำนน้ำวัดคลองแห ตั้งอยู่บริเวณตลาดน้ำคลองแหนั่นเอง

...ทางเทศบาลมีโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการสร้างเจดีย์โคกนกคุ้ม เพื่อเป็นอนุสรณ์ และต้องการยื้อนตำนานโคกนกคุ้ม โดยการเรียกริเงินบริจาคจากประชาชนในชุมชน การที่มีการสร้างโบราณสถานหรือมีตำนานจะทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเยี่ยมชม เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบศึกษาและเรียนรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีตำนาน

(สมมาตร เพ็ชรพยาบาล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2553)

ในยุคเริ่มต้นของการก่อตั้งตลาดนั้นได้มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ เนื่องจากสภาพลำคลองที่ตื้นเขินด้วยขยะและโคลนตม อีกทั้งน้ำที่เน่าเสีย แต่กลับเป็นแรงผลักดันให้ทีมงานเร่งดำเนินโครงการโดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหันกลับมาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแม่น้ำลำคลองที่สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนได้ รวมไปถึงต้องการให้ตลาดน้ำคลองแหเป็นศูนย์รวมของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านให้คงอยู่สืบไป ภายใต้วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งตลาด ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณทำนน้ำคลองแห และผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแห ภายในเขตเทศบาลเมืองคลองแห ในการดำเนินการพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการประกอบอาชีพการค้าขาย การบริการ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการให้บริการนักท่องเที่ยวและประชาชนโดยทั่วไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำคลองแหสมอ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดน้ำมากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 4 ส่งเสริมให้มีการใช้วิถีธรรมชาติ เป็นภาชนะสำหรับบรรจุอาหาร

วัตถุประสงค์ที่ 5 ส่งเสริมเอกลักษณ์และวิถีไทย

วัตถุประสงค์ที่ 6 ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการรู้จักสิทธิและหน้าที่ของตนเองตามระบอบประชาธิปไตย

วัตถุประสงค์ที่ 7 ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในการร่วมมือร่วมใจปฏิบัติตามระเบียบและคอยดูแลเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน สร้างความสามัคคีร่วมกัน

วัตถุประสงค์ที่ 8 ส่งเสริมการประสานความร่วมมือระหว่างประชาชนในท้องถิ่นกับเทศบาลในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน

วัตถุประสงค์ที่ 9 เพื่อเป็นศูนย์กลางการแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ที่ 10 เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีโอกาสในการจัดการร่วมกับภาครัฐ

วัตถุประสงค์ที่ 11 เพื่อเสริมสร้างสายใยรักสามัคคีในครอบครัวและชุมชน

1.1.1 รูปแบบของการท่องเที่ยว

ตลาดคลองแหแบ่งการจัดการตลาดออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบตลาดโบราณ และตลาดน้ำ ตลาดโบราณนับเป็นตลาดดั้งเดิมที่มีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย วัตถุประสงค์ของการก่อตั้งตลาดโบราณเพื่อย้อนวันวานกลับไปสู่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยภาคใต้ในอดีตให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ตลาดโบราณมีการจำลองการค้าขาย การแต่งกายของแม่ค้าพ่อค้า และภาชนะที่ใส่อาหาร

ตลาดโบราณ ตั้งอยู่ริมฝั่งตรงข้ามกับวัดคลองแหมีพื้นที่ทั้งหมด 3 ไร่ มีอาคารหรือซุ้มสำหรับวางจำหน่ายสินค้าที่เรียกว่า “หลา (ศาลา)” ซึ่งมีการตั้งชื่อหลาตามชื่อเมืองและชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคใต้ เช่น หลาลังกาสุกะ หลาตามพรลิงค์ หลาโคกสเม็ตขุน หลาส่องแห่ หลาสมิหลา หลามะหาดใหญ่ หลาโตนาช้าง หลาสิงหระ หลานางงาม หลาไทรบุรี หลาโกตาบารู หลารูสะมิแล หลापญาตานี หลาสทิงปุระ หลากันตัน หลาเขบันไดนาง หลาศรีวิชัย หลาตะโกลา และหลาลุงแสง มีหลาทั้งหมด 19 หลา และมีร้านค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภคในหลาที่กล่าวมารวมทั้งหมด 232 ร้าน สินค้าส่วนใหญ่จะเน้น

อาหารคาว-หวาน ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านแท้ ๆ เช่น ถั่วคั่ว ขนมจีน ข้าวยำบักขี้ไต้ กวยจั๊บพลก ขนมมด ขนมด้วง ขนมโค ต้มยำง และขนมไทยนานาชนิด โดยรูปแบบการ จำหน่ายสินค้าของแต่ละหลามีความแตกต่างกัน ตลาดโบราณมีการให้แบ่งเช่าพื้นที่ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าประจำ กับผู้ประกอบการชั่วคราว โดยมีการชำระค่าเช่าพื้นที่ที่ต่างกัน ในส่วนผู้ประกอบการเจ้าประจำจะชำระเป็นรายเดือน ซึ่งค่าเช่าร้านขึ้นอยู่กับขนาดความกว้างของแผงและลักษณะสินค้าที่จำหน่าย เช่น ร้านที่จำหน่ายเสื้อผ้าและขายอาหาร อย่างร้านขายกวยเตี๋ยว ร้านขายขนมจีน ร้านขายเสื้อผ้า ฯลฯ จะมีค่าเช่าร้านแพงกว่าร้านที่จำหน่ายสินค้าอย่างอื่นเดือนละประมาณ 800 บาท เนื่องจากร้านประเภทนี้ต้องใช้พื้นที่ในการจัดวางสินค้ามากกว่าร้านประเภทอื่น จึงต้องเก็บค่าเช่าสูงกว่าลักษณะการจำหน่ายสินค้าอย่างอื่น ซึ่งทางผู้ประกอบการต้องชำระเงินภายในวันที่ 1-5 ของเดือน



ภาพ 4 หลา หรือ ศาลา

หลาเป็นภาษาท้องถิ่นของชาวกูย หมายถึง ศาลา ซึ่งมีลักษณะการสร้างเป็นเสาไม้ 4 เสา ไม่มีฝ้าผนัง มีเฉพาะหลังคาที่มุงด้วยใบจาก หรือใบสาคร วัสดุที่นำมาสร้างหลาเป็นวัสดุที่หาได้ภายในท้องถิ่น โดยเหตุผลที่ต้องการตั้งชื่อหลาตามชื่อเมืองและชื่อสถานที่ท่องเที่ยวเพราะว่า

ต้องการให้ตลาดน้ำคลองแหเป็นศูนย์รวมของวัฒนธรรมปักษ์ใต้เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์ ลักษณะการจำหน่ายสินค้าแต่ละหลามีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. หลาลังกาสุกะ ลังกาสุกะชื่อดินแดนที่ตั้งอยู่ทางภาคใต้มีประวัติศาสตร์และมีความเจริญรุ่งเรืองทางศาสนา อาณาจักรลังกาสุกะเป็นอาณาจักรโบราณสันนิษฐานว่ามีศูนย์กลางการปกครองตั้งอยู่บริเวณ อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี มีอาณาเขตปกครองกว้างขวางครอบคลุมคาบสมุทรมลายูตอนล่างทั้งหมด หลาลังกาสุกะตั้งอยู่เป็นหลาแรกถ้าหากนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากห้องละหมาด หลาลังกาสุกะตั้งอยู่ตรงข้ามกับหลารูสะมิแล มีร้านจำหน่ายสินค้าทั้งหมด 18 ร้าน สินค้าที่วางจำหน่าย ได้แก่ ผลไม้ น้ำมะพร้าว น้ำสมุนไพร ข้าวแกงแพะ แหนมย่าง ขนมจีน ขนมอบ ไข่กรอกย่าง ผักทอด หมูย่าง บาร์บีคิว ก๋วยจั๊บ บัวลอยน้ำมะพร้าว ขนมไข่ปลา เต้าทึง ข้าวยา ขนมไทย เป็นต้น



ภาพ 5 กาละแม ขนมพื้นบ้านของภาคใต้

2. หลารูสะมิแล รูสะมิแลเป็นภาษายาวี แปลว่า ต้นสน 9 ต้น ปัจจุบันรูสะมิแลเป็นชื่อตำบลหนึ่งของจังหวัดปัตตานี หลารูสะมิแลเป็นหลาที่ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับหลาลังกาสุกะ มีร้านทั้งหมด 20 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ ขนมหวาน เครื่องดื่มสมุนไพร ข้าวเหนียวหมูทอด ขนมลูกทิมพ์ ขนมหัวล้าน ขนมถุงทอง ไตปลาแห้ง ขนมไทย สินค้าพื้นเมือง ผักต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพ 6 ร้านขนมหวานท้องถิ่นภาคใต้ (ขนมลูกพิมพ์)

3. หลาลุงแสง ลุงแสงเป็นชื่อเรียกศาลาแห่งหนึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา อดีตตัวเมืองสงขลา ไม่มีศาลาที่พักสาธารณะ ศาลาลุงแสงเป็นศาลาที่ประชาชนในท้องถิ่นสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นที่พักของชาวบ้าน แต่เจ้าของมิได้ซื้อลุงแสงส่วนลุงแสงเป็นชาวบ้านที่ชอบมานอนและใช้ชีวิตอยู่ที่ศาลานั้นเป็นประจำต่อมาชาวบ้านจึงเรียกศาลานั้นว่า “หลาลุงแสง” ทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงได้นำชื่อลุงแสงมาตั้งเป็นชื่อหลา หลาลุงแสงมีร้านทั้งหมด 19 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายหลากหลายชนิด เช่น ขนมพื้นบ้าน น้ำผลไม้ ลูกชิ้นปลา ข้าวคลูกกะปิ ปลากรอบ น้ำสมุนไพรว ข้าวเหนียวหมูทอด น้ำชา ข้าวหลาม เป็นต้น



ภาพ 7 เม็ดมะม่วงหิมพานต์จิบน้ำตาลขนมพื้นบ้านภาคใต้



ภาพ 8 ร้านขายน้ำผลไม้

4. หลาศรีวิชัย ศรีวิชัยเป็นอาณาจักรที่เคยมีความรุ่งเรืองในอดีตและมีประวัติศาสตร์ที่น่าศึกษา อาณาจักรศรีวิชัยตั้งอยู่บริเวณทางตอนใต้ของประเทศไทย ปัจจุบันเชื่อว่าอาณาจักรศรีวิชัยมีศูนย์กลางอยู่ที่บริเวณอินโดนีเซีย และถือได้ว่าเป็นสถานที่สำคัญของภาคใต้จึงได้นำมาตั้งชื่อเป็นส่วนหนึ่งของตลาดโบราณ หลาศรีวิชัยตั้งอยู่ฝั่งเดียวกับหลารูสะมิแล ถ้าหากนักท่องเที่ยวเดินมาจากหลังลานจอดรถหลาศรีวิชัยเป็นหลาที่ 2 ที่อยู่ถัดมาจากหลารูสะมิแล มีร้านทั้งหมด 20 ร้าน สินค้าที่จำหน่าย ได้แก่ กุ้งทอด ท้มทิมกรอบ ถั่วคั่ว ขนมพื้นบ้าน ข้าวยา ไอสครีมผลไม้ บัวลอยลูกมะพร้าว เป็นต้น



ภาพ 9 ร้านขายข้าวยาสมุนไพรใบยอ

5. หลาตามพรลิงค์ ตามพรลิงค์เป็นอาณาจักรที่เคยมีความรุ่งเรืองมาตั้งแต่ในสมัยประวัติศาสตร์ อาณาจักรตามพรลิงค์ปัจจุบันมีศูนย์กลางที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งในอดีตเคยมีความรุ่งเรือง ด้านศาสนา ด้านการเมืองการปกครอง หลาตามพรลิงค์นั้นตั้งอยู่ใกล้กับหลาลังกาสูกะ ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวเดินมาจากลานจอดรถ หลาตามพรลิงค์ก็เป็นหลาที่อยู่ถัดมาจากหลาลังกาสูกะ ปัจจุบันหลาตามพรลิงค์มีร้านค้าทั้งหมด 18 ร้าน อาหารที่จำหน่าย ได้แก่ ลูกชิ้น ข้าวโพดต้ม ผลไม้กวน น้ำผลไม้ อาหารป่า ขนมจีน เป็นต้น

6. หลาฮ่องแห่ ชื่อเรียกหมู่บ้านคลองแหในอดีต ซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าศึกษา "ฮ่องแห่" เป็นชื่อเรียกหมู่บ้านคลองแหในสมัยอดีตซึ่งที่มาของชื่อคลองแหนั้นมีหลาย

ความหมาย เช่น ระหว่างที่ชาวกลันตันนั่งเรือมาถึงบริเวณหมู่บ้านคลองแหได้ตีฆ้องเพื่อเป็นสัญญาณ ("ฆ้อง" เป็นเครื่องดนตรีไทยประเภทเครื่องตี มีหลายชนิด บางชนิดเป็นเพียงเครื่องตีบอกสัญญาณ เช่น ฆ้องกระแต ใช้ตีบอกสัญญาณเข้าเวร ฆ้องชัย ใช้ตีบอกสัญญาณในกองทัพสมัยโบราณ เป็นต้น) หลังจากนั้นชาวบ้านจึงเรียกว่าบ้านฆ้องแห แต่ต่อมาได้พูดเพี้ยนเป็น "บ้านคลองแห" หลาฆ้องแหเป็นหลาขนาดเล็กตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของหลาลังกาสุกะ ซึ่งมีร้านทั้งหมด 4 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ ห่อหมกหนึ่ง อาหารประเภทยำ และของที่ระลึก



ภาพ 10 ร้านขายของที่ระลึกประเภทงานปั้น

7. หลาสิงหระ หมายถึง เมืองสิงห์ ในอดีตพ่อค้าชาวเปอร์เซียเข้ามาค้าขายที่เมืองสงขลา ระหว่างการเดินทางมองเห็นเกาะหนู และเกาะแมว จากระยะไกลเป็นรูปสิงห์สองตัวนอนหมอบเฝ้าปากทางเข้าเมืองสงขลา จึงได้กล่าวขานเมืองสงขลาว่า สิงหระ ดังนั้นทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงได้นำมาตั้งชื่อหลาที่ตลาดโบราณ หลาสิงหระตั้งอยู่ใกล้กับหลาศรีวิชัยเป็นหลาที่มีร้านทั้งหมด 18 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ ก๊วยจั๊บน้ำเย็น ข้าวเกรียบปากหม้อ ขนมไทยโบราณ ข้าวเหนียวไก่ทอด ห่อหมกทะเล ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว หมี่กะทิสด น้ำอัดลมโบราณ เป็นต้น

8. หลาโคกเสม็ดชุน โคกเสม็ดชุนเป็นชื่อเรียกของอำเภอหาดใหญ่ในอดีต เนื่องจากบ้านเรือนของชาวบ้านจะมีต้นเสม็ดชุนอยู่รอบบ้านจึงเรียกว่าบ้านโคกเสม็ดชุน หลาโคกเสม็ดชุนเป็นหลาขนาดเล็กตั้งอยู่ใกล้กับหลาโตнгаข้างมีร้านทั้งหมด 4 ร้าน ได้แก่ ข้าวเหนียวหมูปทอด อาหารเจ ยำปลาตุก หอยจ๊อ ผลไม้ดอง เป็นต้น

9. หลาโตнгаข้าง เป็นชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา โตнгаข้างเป็นชื่อน้ำตกมีทั้งหมด 7 ชั้น หลาโตнгаข้างอยู่ใกล้กับหลาฮ่องแห่ มีการจำหน่ายสินค้าประเภท หอยทอด น้ำชา ขนมจีน ถั่วคั่ว เป็นต้น

10. หลาสมิหลา สมิหลาเป็นชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา มาจากชื่อหาดสมิหลาซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ใกล้กับหลาสทิงปุระ ลักษณะเด่นของหลาสมิหลาเป็นหลาที่ขายเฉพาะสินค้าอุปโภค และหลาสมิหลาตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่จอดรถ หลาสมิหลามีร้านทั้งหมด 16 ร้าน จำหน่ายสินค้า เช่น กระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้าเด็ก เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา เป็นต้น



ภาพ 11 ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า

11. หลากกันตัน “กัณฑ์ตัน” เป็นชื่อรัฐที่ตั้งอยู่ในประเทศมาเลเซีย มีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับคลองแหด้วย เนื่องจากตามคำบอกเล่าประวัติของคลองแหว่าเป็นเส้นทางที่เจ้าเมืองกัณฑ์ตันใช้เป็นเส้นทางเดินทางไปนมัสการพระบรมสารีริกธาตุ หลากกันตัน ตั้งอยู่ด้านหน้าสุดของตลาดโบราณอยู่ใกล้กับห้องน้ำ มีร้านค้าทั้งหมด 4 ร้าน สินค้าที่มีจำหน่าย ได้แก่ ข้าวกลิ้ง เสื้อผ้า เสื้อกระจูด คริสตัล เครื่องเงิน และหัตถกรรมพื้นบ้าน



ภาพ 12 ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม

12. หลามะหาดใหญ่ คือ ชื่อต้นไม้ชนิดหนึ่ง “มะหาด” คือ ต้นไม้ชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายกับต้นขนุน หลามะหาดใหญ่ตั้งอยู่ใกล้กับตลาดโบราณข้างมีร้านทั้งหมด 4 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา ไอศกรีมกะทิ ขนมไทย เป็นต้น



ภาพ 13 ร้านขนมไทยที่หลาลุงแสง

13. หลานนางงาม คือ ชื่อถนนสายสำคัญในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา นอกจากนั้น ยังมีสถาปัตยกรรมที่สวยงามแบบ "ซิโน-โปรตุ-เกส" เดิมถนนสายนี้ชื่อว่า "ถนนเก้าห้อง" และถูกเรียกเป็น "ถนนนางงาม" เนื่องจากเชื่อว่านางงามคนแรกของจังหวัดสงขลาเป็นนางงามจากถนนเก้าห้องต่อมาชาวบ้านจึงเรียกว่าถนนนางงาม หลานนางงามเป็นหลาที่อยู่ใกล้กับหลาสมิหลา ซึ่งหลานนางงามมีร้านทั้งหมด 16 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ รองเท้า เสื้อผ้าเด็ก เครื่องสำอาง โคมไฟ ของที่ระลึก รองเท้า เครื่องประดับ เป็นต้น ซึ่งเอกลักษณ์ของหลานนางงามคือสินค้าที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอุปโภคมากกว่าบริโภค

14. หลาไทรบุรี เป็นชื่อรัฐแห่งหนึ่งของประเทศมาเลเซีย หลาไทรบุรีเป็นหลาที่มีขนาดเล็กอยู่ทางด้านหน้าของตลาดโบราณและอยู่ใกล้กับหลาเขาบันได มีร้านทั้งหมด 4 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ หมูย่างเมืองตรัง อาหารพื้นเมือง ขนมปั้นขลิบสด และเซรามิค



ภาพ 14 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิค

15. หลาพญาตานี พญาตานีเป็นชื่อของปิ่นใหญ่ ปัจจุบันตั้งอยู่ที่กระทรวงกลาโหมมีอายุประมาณ 400 ปี หลาพญาตานีเป็นหลาที่อยู่ด้านหน้าของตลาดโบราณซึ่งมีขนาดเล็กมีร้านทั้งหมด 4 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ เครื่องตกแต่ง ปลาเค็ม ขนมไทย เป็นต้น

16. หลาเขาบันไดนาง บันไดนางเป็นชื่อสถานีรถไฟ ตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ ปัจจุบันสันนิษฐานว่าตั้งอยู่ที่บ้านเกาะหมี่ เทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ หลาเขาบันไดนางมีร้านทั้งหมด 20 ร้าน หลาบันไดนางตั้งอยู่ตรงข้ามกับหลาศรีชัยสินค้าที่จำหน่ายได้แก่ ผลไม้ น้ำชา น้ำผลไม้ ข้าวเหนียวมะม่วง ผักทอด ส้มตำ ไวน์ผลไม้ ขนมจีน กุ้งทอด ข้าวยา น้ำปั่น เป็นต้น

17. หลาโยฮาร์บารู เป็นชื่อรัฐหนึ่งของประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นเมืองชายแดนระหว่างมาเลเซียกับสิงคโปร์ หลาโยฮาบารูเป็นหลาขนาดเล็กอยู่ใกล้กับหลาบันไดนางมีร้านทั้งหมด 4 ร้าน จำหน่ายสินค้า เช่น เสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องสำอาง

18. หลาตะโกลา ตะโกลาเป็นชื่อของเมืองหนึ่ง ซึ่งสันนิษฐานว่าตั้งอยู่ในจังหวัดพังงา เป็นชื่อเมืองท่าและศูนย์กลางความอุดมสมบูรณ์ของแร่ดีบุก ปัจจุบันสันนิษฐานว่าตะโกลา คืออำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา หลาตะโกลาอยู่ใกล้กับหลาโกตาบารูจำหน่ายสินค้าทั้งหมด 16 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ ซีดี ผ้ามา่น เสื้อผ้า เครื่องเงิน รองเท้า ตุ๊กตาไหมพรม

19. หลาสทิงปุระ สทิงปุระเป็นเมืองเก่าที่มีความสำคัญในจังหวัดสงขลา ปัจจุบันตั้งอยู่ที่อำเภอสทิงพระ หลาสทิงปุระตั้งอยู่ใกล้กับตลาดโกลาอยู่บริเวณหลังลานจอดรถมีร้านทั้งหมด 20 ร้าน สินค้าที่จำหน่ายได้แก่ เช่น น้ำสมุนไพรวะโรราณ เกาเหลาเลือดหมู น้ำมะพร้าวอ่อน น้ำพริก ขนมโบราณ ข้าวเกรียบปากหม้อ เกาลัดคั่ว เป็นต้น



ภาพ 15 ขนมโบราณถิ่นใต้ (ขนมป้า)

หลาทัง 19 หลา เป็นการจำหน่ายทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภค โดยนำเสนอถึงวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นภาคใต้ ทั้งของใช้ และอาหาร ที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่การจำหน่ายสินค้าในแต่ละร้านมักจะขายสินค้าที่ซ้ำกัน แนวทางการพัฒนาร้านค้าต่าง ๆ ที่ดีที่สุดคือ การให้ผู้ประกอบการนำเสนอสินค้าท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น และเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ในการจัดร้านค้าในแต่ละซุ้มนั้นปะปนกันทั้งประเภทอาหารคาวและอาหารหวาน เช่น น้ำสมุนไพร อยู่ในซุ้มเดียวกันกับเกาเหลาเลือดหมู และข้าวเหนียวปากหม้อ ไม่เป็นสัดส่วนตามชนิดของอาหาร และไม่สะดวกต่อการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวทางหน่วยงานที่รับผิดชอบจึงควรแยกโซนสินค้า และอาหารแต่ละประเภท รวมไปถึงการสร้างผังพื้นที่แต่ละโซนให้ชัดเจน

...แต่ละซุ้ม หรือหลา ที่ขายสินค้าบริโภคและอุปโภคในส่วนของตลาดโบราณ โดยเฉพาะซุ้มที่ขายอาหารไม่มีการแยกอาหารคาว และอาหารหวานออกจากกัน และการจัดโซนของซุ้มก็ไม่ได้มีการแยกสินค้าอุปโภค และบริโภคเป็นโซนที่ชัดเจน จึงควรมีการแยกโซนและควรจัดทำผังพื้นที่แต่ละโซน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว

(กุลดาร่า เพียรเจริญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)

ตลาดน้ำคลองแหได้กำหนดระเบียบการให้บริการและจำหน่ายสินค้าทางบก (ตลาดโบราณ) ดังนี้

1. ให้มีการจัดระเบียบตลาดโบราณ ตามหลาและแผงที่ทางเทศบาลกำหนด
2. ผู้ประกอบการต้องขายสินค้าตามหลาและแผงที่เทศบาลจัดให้ ห้ามย้ายหรือเปลี่ยนกันเอง
3. ผู้ประกอบการจะต้องตกแต่งร้านให้สวยงาม เป็นระเบียบ ในรูปแบบไทยๆ ไม่อนุญาตให้ใช้แผ่นไว้นิล ไม่ทาสีให้มีลักษณะคล้ายธงชาติ และไม่อนุญาตให้วางอุปกรณ์หรือสิ่งอื่นใดออกมาจากร้าน
4. กรณีเป็นร้านจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ภาชนะที่ใช้ต้องเป็นภาชนะจากธรรมชาติ ภาชนะย่อนยุค หรือวัสดุที่ย่อยสลายง่าย ห้ามให้โฟม และวัสดุอื่นที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
5. ให้ผู้ประกอบการนำสินค้ามาจัดวางเพื่อจำหน่ายให้เสร็จสิ้นก่อนเวลา 14.00 น. และขายสินค้าจนถึงเวลา 22.00 น. หรือจนกว่าตลาดปิด ทั้งนี้เพื่อร่วมกันสร้างสรวงศ์บรรยากาศ
6. ผู้ประกอบการต้องแต่งกายแบบไทยย่อนยุค ร่างกายต้องสะอาด ผมยาวต้องรวบเก็บให้เรียบร้อย ต้องมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า ไม่ตีมือของมีนเมาหรือสูบบุหรี่ขณะขายสินค้า ตลอดจนคอยสอดส่องดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้า

7. ราคาสินค้าต้องไม่แพง เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ต้องไม่เกิน 20 บาท หรือกรณีที่ว่าราคาสูงกว่าที่กำหนด ต้องแสดงป้ายราคาสินค้าให้ทราบในที่ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน
8. กรณีสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ต้องสะอาด รสชาติอร่อย ประจุสุกใหม่ถูกสุขลักษณะ และรักษามาตรฐานของสินค้าอยู่เสมอ ผู้จำหน่ายสินค้าต้องยินยอมให้คณะกรรมการดำเนินงานตลาดน้ำ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากเทศบาล เข้าตรวจสอบคุณภาพของสินค้าได้ตามความเหมาะสม หากพบกรณีสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายไม่มีมาตรฐานตามที่กำหนด ผู้ประกอบการจะต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงแก้ไขโดยด่วน หากฝ่าฝืนจะถูกระงับสิทธิในการจำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำ
9. ภาชนะสำหรับใส่อาหารของผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาพุทธและอิสลาม ต้องไม่ปะปนกันและนำไปล้างทำความสะอาดในสถานที่ที่กำหนด
10. ผู้ประกอบการต้องมีน้ำใจ ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่ทะเลาะหรือพูดจาใส่ร้ายกับผู้ประกอบการด้วยกัน นักท่องเที่ยว และกับบุคคลทั่วไป
11. ผู้ประกอบการต้องเชื่อฟังและปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่
12. ผู้ประกอบการจะต้องทำความสะอาดทำเรือ และเรือก่อนขายและหลังขายในแต่ละวันให้มีสภาพที่สมบูรณ์และสะอาดอยู่เสมอ โดยห้ามทิ้งขยะหรือเศษอาหารลงถึงขยะที่เทศบาลจัดให้ห้ามทิ้งเศษขยะหรือน้ำเสีย หรือน้ำมันลงในแม่น้ำลำคลอง
13. ผู้ประกอบการต้องเข้าร่วมประชุมประจำเดือนตามที่คณะกรรมการฯ กำหนด ทั้งนี้ผู้ใดขาดประชุมเกินสามครั้งในรอบหนึ่งปีโดยไม่มีเหตุอันควร ต้องถูกพิจารณาลงโทษตามมติของคณะกรรมการฯ
14. ที่ประชุมผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแห อาจกำหนดมาตรการและหลักเกณฑ์ในการดูแลตลาดน้ำคลองแห ตลอดจนการระงับสิทธิของผู้จำหน่ายสินค้า เพิ่มเติมได้เท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ของตลาดน้ำคลองแห
15. ผู้ประกอบการขายสินค้าทุกวันศุกร์, เสาร์ และอาทิตย์ หยุดขายต้องแจ้งให้ทราบ
16. กรณีติดหลอดไฟเพิ่ม หรือนำอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้ามาใช้ นอกเหนือจากที่เทศบาลได้กำหนด จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมตามอัตราที่กองคลังกำหนด
17. คณะกรรมการฯ อาจกำหนดหลักเกณฑ์การจับเก็บค่ากระแสไฟฟ้า เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเป็นธรรม

18. หากผู้ประกอบการรายใดไม่ปฏิบัติตามระเบียบข้อกำหนด จะถูกพิจารณาระงับสิทธิการจำหน่ายสินค้า โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า หากมีมติของคณะกรรมการดำเนินงาน ตลาดน้ำคลองแหในเรื่องระงับสิทธิการจำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำคลองแหให้ถือเป็นที่สุด

ตลาดน้ำ เดิมที “ตลาดน้ำคลองแห” ได้มีการทดลองเปิดจำหน่ายสินค้าทางน้ำเป็นการเฉพาะกิจ ในช่วงประเพณีวันสงกรานต์ และงานศิลปวัฒนธรรมย้อนตำนานคลองแห ซึ่งการดำเนินงานในครั้งนั้นเป็นไปด้วยดี จึงมีเสียงเรียกร้องจากบรรดาพ่อค้า แม่ค้าให้ตลาดน้ำคลองแหเปิดดำเนินการอย่างจริงจัง นั่นจึงเป็นจุดสำคัญของการเปิดดำเนินการเรื่อยมาในทุกเย็นวันศุกร์ - อาทิตย์ ซึ่งถือเป็นการดำเนินการ “ตลาดน้ำคลองแห” ในระยะที่ 1 โดยมีเรือจำหน่ายสินค้าในช่วงเริ่มต้น จำนวน 40 ลำ ซึ่งเริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ปัจจุบัน “ตลาดน้ำคลองแห” อยู่ในช่วงเปิดดำเนินการในระยะที่ 2 โดยเทศบาลเมืองคลองแหได้ทำการจัดระเบียบร้านค้าบนบกขึ้นใหม่ โดยเน้นรูปแบบเป็นตลาดโบราณ และในปัจจุบันตลาดน้ำมีเรือจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นเป็น จำนวน 89 ลำ โดยเทศบาลเมืองคลองแหเป็นผู้ดูแล และให้ผู้ประกอบการเช่าเรือเพื่อนำไปใช้ในการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากมีชาวบ้านสนใจที่จำหน่ายสินค้าทางเรือเพิ่มขึ้นแต่มีพื้นที่ไม่เพียงพอ ทางเทศบาลและทางชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงได้ขยายพื้นที่การจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติม จึงเกิดเป็นการจัดการของตลาดน้ำ โดยเรือที่จัดจำหน่ายสินค้านั้นมีการคิดค่าเช่า 3 รูปแบบ คือ



ภาพ 16 บรรรยากาศตลาดน้ำ

1. เรือจำหน่ายประเภทอาหารคาว คิดค่าเช่าเดือนละ 500 บาท สินค้าที่จำหน่าย เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือ ข้าวมันแกงไก่ ก๋วยจั๊บพลก ขนมจีน ไก่ย่าง ข้าวแกง กุ้งทอด ปอเปี๊ยะทอด กระเพาะปลา ข้าวต้มปลากระพง เป็นต้น



ภาพ 17 เรือจำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร

2. เรือจำหน่ายสินค้าประเภทผลไม้ และเครื่องดื่ม คิดค่าเช่าเดือนละ 400 บาท จำหน่ายสินค้าประเภทน้ำผลไม้ และผลไม้



ภาพ 18 เรือจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่ม

3. เรือจำหน่ายอาหารหวาน คิดค่าเช่าเดือนละ 300 บาท สินค้าที่จัดจำหน่าย เช่น ขนมจาก ทับทิมลูกมะพร้าว ขนมลูกเต๋า ขนมต้ม ข้าวเกรียบทอด หอยครก กุ้งทอด ลูกเนียงต้ม ขนมดอกโดน ข้าวเกรียบปากหม้อ เป็นต้น



ภาพ 19 เรือจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารหวาน

1.1.2 การแต่งกายของแม่ค้า โดยปกติแม่ค้าที่มาขายของในตลาดน้ำคลองแหต้องแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยเพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยที่สวยงามและต้องการสร้างบรรยากาศภายในตลาดให้เป็นบรรยากาศตลาดโบราณย้อนยุค ในปัจจุบันกฎเกณฑ์เริ่มลดหย่อนลงทำให้แม่ค้าเริ่มละเลยการแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยทำให้บรรยากาศของตลาดโบราณเริ่มหายไป

...เคยมาเที่ยวในครั้งก่อน ๆ พ่อค้า แม่ค้า และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยต่าง แต่งกายด้วยผ้าไทยดูสวยงามและสร้างบรรยากาศให้แก่แหล่งท่องเที่ยวแต่มาครั้งนี้มีความรู้สึกว่าการแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยทำให้บรรยากาศของตลาดโบราณเริ่มหายไป

(อุษานีย์ พูลขวัญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)

...ควรรักษาเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทยของพ่อค้า แม่ค้า และบรรณรักษ์ ส่งเสริมให้มีการใช้วัสดุธรรมชาติมาเป็นภาชนะสำหรับใส่อาหาร เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตลาด

(ศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม 2553)



ภาพ 20 การแต่งกายของพ่อค้าด้วยชุดผ้าไทย



ภาพ 21 การแต่งกายของแม่ค้า

1.1.3 อาหารและภาชนะสำหรับใส่อาหาร เสน่ห์แห่งตลาดน้ำ ตลาดน้ำคลองแห ตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ สินค้าเป็นอาหารพื้นบ้านโบราณ ใช้วัสดุธรรมชาติเป็นภาชนะ เช่น ทับทิมกรอบในผลมะพร้าว และโถงดิน ห่อหมกทะเลย่าง (งบทะเล) ห่อหมกกระบอกไม้ไผ่ ผัดไทย - หอยทอดในกระทงใบตอง กวยจั๊บปลอก (กะลามะพร้าว) เต้าคั่ว ข้าวยาสงขลา ขนมจีน บักขี้ไต้ ขนมจาก ข้าวเกรียบว่าว เม็ดหัวครกผัดน้ำผึ้ง (โดยใช้ใบมะม่วงหิมพานต์ หรือหัวครกเป็น ภาชนะรองรับ) ขนมบอก (ใช้แป้งข้าวเหนียวยัดใส่กระบอกไม้ไผ่หนึ่งซูกแล้วเทออกมา) น้ำจรวด (คล้ายน้ำมะเน็ด) ขนมถ้วยตะไล (น้ำดอกไม้) ขนมกรวย ขนมป้า ขนมทราย ขนมถุงทอง ขนมหวั๊ก ขนมครกไข่ กระเพาะปลาหม้อดิน ไอศกรีมนมแพะ ยำสาย (ยำสาหร่ายทะเล)

...นำไปมาก ๆ เลยครับ ชอบแนวคิดที่ใช้วัสดุธรรมชาติ เคยดูผ่านรายการ เจอร์นี่ ไทยแลนด์ เอาใส่กะลา म्मละ ซ็อบซอบ
(ผีเสื้อเนเจอร์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2553)



ภาพ 22 ใบตองภาชนะใส่ขนมหวาน



ภาพ 23 ภาชนะใส่อาหารจากวัสดุธรรมชาติ

การประเมินคุณภาพ หลังจากการเปิดให้บริการตลาดน้ำคลองแหอย่างเป็นทางการแล้ว ทางตลาดน้ำได้มีการกำหนดเกณฑ์การประเมินคุณภาพการดำเนินการของตลาดออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการแต่งกายของแม่ค้า ด้านคุณภาพอาหาร ด้านความสะอาด

1. ด้านการแต่งกายของแม่ค้า สำหรับเกณฑ์ในการประเมินในด้านแรกทางชมรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหได้มีการประเมินการแต่งกายของแม่ค้าเดือนละครั้ง โดยปกติแม่ค้าที่ตลาดน้ำคลองแหมีการแต่งกายด้วยผ้าไทย โดยข้อปฏิบัติคือแม่ค้าต้องสวมใส่ผ้าลายไทยที่สวยงาม เพราะต้องการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวและเชื่อว่าการแต่งกายที่สวยงามเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยว และต้องการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้แก่ตลาดน้ำ ดังนั้นเหตุนี้จึงทำให้ทางเทศบาลจัดการประกวดการแต่งกายของแม่ค้า

2. ด้านคุณภาพอาหาร คุณภาพของอาหารนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ แต่แต่ละเดือนจะมีเจ้าหน้าที่กองสาธารณสุขมาประเมินคุณภาพของอาหารทั้งตลาดโบราณ และตลาดน้ำ ทางเจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับการรณรงค์ห้ามผู้ประกอบการใช้น้ำจากลำคลองมาล้างทำความสะอาดภาชนะ นอกจากนี้ภาชนะที่นำมาบรรจุอาหารควรเป็นวัสดุที่มาจากธรรมชาติ เช่น ใบตอง กระจับอกไม้ไผ่ ตู๊กตาดินเผา เป็นต้น

3. ด้านความสะดวก ความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะทำให้ผู้บริโภคได้เกิดความรู้สึกประทับใจในการเลือกบริโภคและอุปโภค ผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแหทุกคนได้ให้ความสำคัญด้านความสะดวก นอกจากนั้นทุกวันพฤหัสบดีผู้ประกอบการทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำต้องมาทำความสะอาดร้านและเรือของตนเอง

นอกจากนี้ทางเทศบาลเมืองคลองแหได้กำหนดระเบียบการให้บริการและจำหน่ายสินค้าทางเรือเพื่อรักษาคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. ให้ผู้ประกอบการทุกคนได้นำสินค้าทั้งหมดมาลงเรือเพื่อวางจำหน่ายให้เสร็จสิ้นก่อนเวลา 14.00 น. และขายสินค้าจนถึงเวลา 21.00 น. หรือจนกว่าตลาดปิด ทั้งนี้เพื่อให้เรือลำที่จำหน่ายสินค้าหมดก่อนได้อยู่ร่วมกันเพื่อสร้างสรวงศ์บรรยากาศตลาดน้ำ

2. การค้าขายทางเรือห้ามค้าขายสินค้าประเภทอาหารสด ยกเว้นผลไม้

3. ภาชนะที่นำมาบรรจุอาหารต้องเป็นภาชนะจากธรรมชาติ หรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ง่าย ห้ามใช้โฟม และวัสดุอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

4. ภาชนะสำหรับบรรจุอาหารของผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาอิสลาม ต้องไม่ปะปนกันและนำไปล้างทำความสะอาดในสถานที่ที่กำหนด

5. ราคาสินค้าต้องไม่แพง เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ราคาต้องไม่เกิน 20 บาท หรือกรณีที่ราคาสูงกว่าที่กำหนด ต้องแสดงป้ายราคาสินค้าให้ทราบในที่ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน

...ของทุกอย่างที่นำมาขายราคาต้องไม่เกิน 20 บาท ถ้าซืบละเอียดต้องเป็นของดี และต้องเอากำไรน้อยเพราะค่าที่ก็ไม่ต้องจ่าย นี่คือเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา (สมมาตร เพ็ชรพยาบาล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2553)

6. สินค้าต้องสะอาด รสชาติอร่อย ปรุงสุกใหม่ ถูกสุขลักษณะ และรักษามาตรฐานของสินค้าอยู่เสมอ ผู้จำหน่ายสินค้าต้องยินยอมให้คณะกรรมการดำเนินงานตลาดน้ำ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากเทศบาล เข้าตรวจสอบคุณภาพของสินค้าได้ตามความเหมาะสม หากกรณีพบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายไม่มีมาตรฐานตามที่กำหนด ผู้ประกอบการจะต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงแก้ไขโดยด่วน หากฝ่าฝืนจะถูกระงับสิทธิในการจำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำ

7. ผู้ประกอบการต้องแต่งกายแบบไทยย้อนยุค ร่างกายต้องสะอาด ผมหยาวต้องรวบ เก็บให้เรียบร้อย ต้องมีอัธยาศัยที่ดีกับลูกค้า ไม่ดื่มของมึนเมาหรือสูบบุหรี่ขณะขายสินค้า ตลอดจนคอยสอดส่องดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้า

8. ผู้ประกอบการต้องมีน้ำใจ ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่ทะเลาะหรือพูดจาใส่ร้ายกับผู้ประกอบการด้วยกัน นักท่องเที่ยว และกับบุคคลทั่วไป

9. ผู้ประกอบการต้องเชื่อฟังและปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่

10. ผู้ประกอบการจะต้องทำความสะอาดท่าเรือ และเรือก่อนขายและหลังขายในแต่ละวันให้มีสภาพที่สมบูรณ์และสะอาดอยู่เสมอ โดยห้ามทิ้งขยะหรือเศษอาหารลงถังขยะที่เทศบาล จัดให้ห้ามทิ้งเศษขยะหรือน้ำเสีย หรือน้ำมันลงในแม่น้ำลำคลอง

11. การตกแต่งลำเรือ ต้องให้มีความสวยงามมีศิลปะแบบไทย ไม่อนุญาตให้ใช้แผ่นไม้นิล ไม่ทาสีให้มีลักษณะคล้ายธงชาติไทย และมีให้มีการเสริมหรือตัดแปลงเรือจนวนรูปร่างหรือขนาดเปลี่ยนไป

12. ผู้ประกอบการขายสินค้าทุกวันศุกร์, เสาร์, และอาทิตย์ หากหยุดขายต้องแจ้งให้ทราบ

13. ผู้ประกอบการต้องเข้าร่วมประชุมประจำเดือนตามที่คณะกรรมการฯ กำหนด ทั้งนี้ผู้ใดขาดประชุมเกินสามครั้งในรอบหนึ่งปีโดยไม่มีเหตุอันควร ต้องถูกพิจารณาลงโทษตามมติของคณะกรรมการฯ

14. ที่ประชุมผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแห อาจกำหนดมาตรการและหลักเกณฑ์ในการดูแลตลาดน้ำคลองแห ตลอดจนการระงับสิทธิของผู้จำหน่ายสินค้า เพิ่มเติมได้เท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ของตลาดน้ำคลองแห

ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดน้ำที่ต้องการสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเที่ยวในด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

1. คุณค่าทางวัฒนธรรม ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแหได้มีการนำศิลปะพื้นบ้านของภาคใต้มาให้นักท่องเที่ยวได้ชม เช่น กิจกรรมการแสดงมโนราห์ ขั้นตอนการทำอาหารพื้นบ้านต่าง ๆ เช่น ขนมดอกโดน ขนมพิมพ์ ขนมมด ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการแต่งกายของแม่ค้าที่สวมใส่ชุดไทยพื้นบ้านเพื่อสร้างบรรยากาศของวัฒนธรรมไทยในส่วนของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวก็ได้มีการนั่งเรือหางยาวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านและการทำอาชีพของชาวบ้าน เช่น การทำประมงพื้นบ้านการยกบาม การเก็บผักนึ่ง ผักกระเฉด นอกจากนี้ยังได้

พานักท่องเที่ยวไปชมวัดนารังนก และวัดคูเต่า ซึ่งถือได้ว่าวัดทั้ง 2 แห่งเป็นโบราณสถานที่สำคัญของจังหวัดสงขลาซึ่งมีประวัติศาสตร์มายาวนานตั้งแต่สมัยอยุธยา

2. คุณค่าทางด้านระบบนิเวศ กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหทั้งการท่องเที่ยวตลาดโบราณ และการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เช่น กิจกรรมขายของ แม่ค้าทุกคนช่วยกันดูแลและรักษาความสะอาดของตลาดเป็นอย่างดี ส่วนกิจกรรมล่องเรือ หรือพายเรือของนักท่องเที่ยวก็เป็นเพียงกิจกรรมที่นำเสนอรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตอีกรูปแบบหนึ่งของชุมชนไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมรวมทั้งระบบนิเวศของสัตว์น้ำในลำคลองด้วย

3. คุณค่าทางด้านความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ คลองแหเป็นคลองสายเล็ก ๆ ของคลองคูเต่าที่ถือได้ว่ามีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการทำประมงพื้นบ้าน ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติจึงทำให้เป็นที่อยู่ของสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา ฯลฯ

4. คุณค่าทางด้านสังคม ตลาดน้ำคลองแหช่วยให้ประชาชนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงมีรายได้จากการประกอบอาชีพ ทั้งผู้ประกอบการตลาดโบราณ และตลาดน้ำ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองหาดใหญ่มีสภาพดีขึ้นและเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้นแก่นักท่องเที่ยว

5. ความเสี่ยงต่อการพัฒนา ผลกระทบที่ตามมากับการท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นมากนัก แต่ทำให้ชาวบ้านในชุมชนมีการปรับสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่บางอย่าง เช่น อพยพย้ายไม่ตรี ความเป็นมิตรที่ดีต่อผู้มาเยือน ตลาดน้ำคลองแหได้นำเสนอศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเป็นการเชิดชู และส่งเสริมให้กิจกรรมต่าง ๆ กลายเป็นที่รู้จักและยอมรับจากนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป และนอกเหนือจากการจัดการของเทศบาลแล้วยังเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย ซึ่งกิจกรรมเหล่านั้น ได้แก่ กิจกรรมพายเรือและล่องเรือหางยาว เทศกาลและวันสำคัญ

1.1.4 กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมพายเรือ เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลของคลองแห ริเวอร์ ทัวร์ มีเรือพายทั้งหมด 15 ลำ ซึ่งอัตราค่าบริการต่อเรือ 1 ลำ คิดค่าเช่าเพียงลำละ 50 บาท โดยนักท่องเที่ยวสามารถพายเรือได้ไม่จำกัดเวลา ในการพายเรือแต่ละครั้งทางเจ้าหน้าที่ได้คอยอำนวยความสะดวก และคอยดูแลในด้านความปลอดภัยโดยการเตรียมเสื้อชูชีพไว้คอยบริการแก่นักท่องเที่ยว

เส้นทางที่ใช้สำหรับพายเรือไม่มีอันตรายและทางเจ้าหน้าที่ของเทศบาลเมืองคลองแหก็เตรียมเจ้าหน้าที่สำหรับช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในยามฉุกเฉิน ระยะทางที่ใช้พายเรือ 2-3 กิโลเมตร ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถนั่งได้ 2-3 คน หากนักท่องเที่ยวต้องการให้เจ้าหน้าที่มาพายเรือให้ก็สามารถแจ้งรายละเอียดดังกล่าวได้ สำหรับกิจกรรมดังกล่าวถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย



ภาพ 24 เรือพายที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

กิจกรรมล่องเรือหางยาว การล่องเรือหางยาวบริเวณลำคลองอยู่ตะพานนักท่องเที่ยวได้เห็นสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณ 2 ฝั่งคลอง เช่น การทำการเกษตร การทำประมงพื้นบ้าน โปรแกรมล่องเรือหางยาวมี 5 โปรแกรม คือ ท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำคลองแห ท่องเที่ยวบริเวณบ้านพักโฮมสเตย์ วัดนารังนก วัดคูเต่า และมัสยิดกลางสงขลา

เส้นทางโฮมสเตย์ จากท่าเรือตลาดน้ำคลองแหไปยังบ้านพักโฮมสเตย์ใช้เวลาเพียงประมาณ 10 นาที ระหว่างนั่งเรือหางยาวนักท่องเที่ยวจะได้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านและการทำประมงพื้นบ้าน อย่างเช่น การยกบาม บาม หมายถึง เครื่องมือการทำประมงพื้นบ้านที่ใช้หาปลา มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับยอแต่จะมีขนาดใหญ่กว่ายอเพราะยอใช้เพียงแค่มือไต่คนเดียวผูกกับตาข่ายทำเป็นหู 4 ข้างก็สามารถทำการประมงได้แต่บามใช้ผูกกับต้นไม้หรือเสาต้นใหญ่ถึง 4 ต้น ระหว่างทางนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นการยกบามประมาณ 4 - 5 แห่ง

นอกจากนั้นประชาชนที่อาศัยอยู่ริมฝั่งคลองก็มีอาชีพทำการเกษตรโดยเฉพาะการปลูกผักนึ่ง การปลูกผักกระเฉด เป็นต้น



ภาพ 25 การยกบาม

วัดนารังนก การเดินทางจากท่าเทียบเรือตลาดน้ำคลองแหมุ่งหน้าสู่วัดนารังนกใช้เวลาประมาณ 20 นาที ซึ่งอัตราค่าบริการล่องเรือหางยาวคิดค่าบริการ 40 บาท วัดนารังนก ตั้งอยู่เลขที่ 46 บ้านนารังนก ตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ มีเนื้อที่ 2 ไร่ สภาพพื้นที่วัดนารังนกตั้งอยู่ริมคลองอู่ตะเภา และได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อปี พ.ศ. 2347 ภายในวัดนารังนกรมีศาสนสถานที่สำคัญ คือ วิหารหลวงพ่อลิ้นดำ ตั้งอยู่ใกล้กับพระอุโบสถ ซึ่งภายในวิหารมีพระพุทธรูปประดิษฐานด้วยกัน 4 องค์ คือ หลวงพ่อลิ้นดำ พระพุทธรูปพระอิถการยก หลวงพ่อคล้าย (ซึ่งทั้งหมดเป็นอดีตท่านเจ้าอาวาสวัดนารัง) และหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด หลวงพ่อลิ้นดำเป็นเจ้าอาวาสองค์แรกของวัดนารังนกเป็นพระสงฆ์ที่ชาวบ้านเคารพนับถือเนื่องจากมีความสามารถด้านคาถาอาคมและแสดงอิทธิปาฏิหาริย์จึงทำให้เป็นที่ศรัทธาของชาวบ้าน หลังจากที่หลวงพ่อลิ้นดำได้สิ้นมรณภาพชาวบ้านและพระสงฆ์ได้สร้างรูปหล่อหลวงพ่อลิ้นดำ และอนุสาวรีย์หลวงพ่อลิ้นดำภายในวิหารขึ้นมาไว้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน



ภาพ 26 รูปหล่อหลวงพ่อลิ้นดำ

วัดคูเต่า การเดินทางจากท่าเทียบเรือวัดคลองแหมุ่งหน้าไปสู่วัดคูเต่าใช้เวลาประมาณ 45 นาที มีอัตราค่าบริการ 100 บาท วัดคูเต่า ตั้งอยู่ที่เลขที่ 1 หมู่ที่ 3 บ้านแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา อดีตวัดคูเต่าตั้งอยู่ที่บ้านหนองหินซึ่งบริเวณโดยรอบวัดเป็นที่ราบลุ่มจึงไม่สะดวกในการสัญจรช่วงฤดูฝน เกิดสภาพน้ำท่วมจึงย้ายมาสร้างบริเวณริมคลองคูเต่า

มัสยิดกลางสงขลา การเดินทางจากท่าเทียบเรือวัดคลองแหมุ่งหน้าไปสู่มัสยิดกลางใช้เวลาประมาณ 35 นาที ซึ่งมีอัตราค่าบริการครั้งละ 50 บาท การเดินทางสู่มัสยิดกลางนักท่องเที่ยวนั้นเป็นเพียงแค่นั่งชมความงดงามของมัสยิดอยู่ในเรือเท่านั้น นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินขึ้นไปภายในมัสยิดได้ เนื่องจากใช้เป็นสถานที่สำหรับการประกอบกิจกรรมทางศาสนาของชาวมุสลิม แต่นักท่องเที่ยวจะได้เห็นทัศนียภาพรอบมัสยิดกลางรวมทั้งระหว่างการเดินทางได้พบกับสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวมุสลิมรวมถึงการประกอบอาชีพของประชาชน เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นที่ตั้งบ้านเรือนของคนไทยเชื้อสายมุสลิม



ภาพ 27 มัสยิดกลาง



ภาพ 28 กิจกรรมล่องเรือตามเส้นทางการท่องเที่ยว

นอกจากกิจกรรมพายเรือและล่องเรือตามเส้นทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้วกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ควรได้รับการพัฒนา ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่ กิจกรรมการแสดงมโนราห์

กิจกรรมการแสดงมโนราห์ ทางวัดคลองแหร่วมมือกับทางเทศบาลเมืองเพื่อต้องการให้เยาวชนได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยใช้ชื่อโครงการว่า “ฟีสอนน้อง” ซึ่งมีคณะมโนราห์ครูเยื่อนได้มาฝึกสอนเป็นประจำทุกวัน การฝึกสอนนั้นก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเด็กที่มาเรียนก็สามารถเป็นเด็กทั้งในเขตเทศบาลและภายนอกเทศบาล ปัจจุบันมีเด็กที่มาฝึกการแสดงมโนราห์มี 50 คน มีทั้งเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชาย อายุเริ่มตั้งแต่ 5 ขวบขึ้นไป ช่วงวันศุกร์ ถึง วันอาทิตย์มีการแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชมฟรีไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย กิจกรรมการแสดงมโนราห์เป็นกิจกรรมสร้างความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้เยาวชนรุ่นหลังได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์มีแนวคิดในการอนุรักษ์และห่วงแหนวัฒนธรรมท้องถิ่นของ



ภาพ 29 การแสดงมโนราห์

เทศกาลและวันสำคัญ เทศบาลเมืองคลองแห และทางวัดคลองแหได้จัดให้มีงานที่เกี่ยวข้องทางด้านศาสนา และงานในวันสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ วันลอยกระทง วันสงกรานต์ วันสารทเดือนสิบ ทางเทศบาลเมืองคลองแหและทางวัดคลองแหได้ให้ความสำคัญกับการจัดงานตามเทศกาลที่สำคัญ

เทศกาลวันสงกรานต์ มีกิจกรรมเกี่ยวกับการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ กิจกรรมก่อเจดีย์ทราย เป็นต้น เทศกาลวันสงกรานต์ทางเทศบาลคลองแหและทางวัดได้ร่วมมือกันจัดงาน ภายในงานมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับ ประเพณีวัฒนธรรมที่สำคัญของภาคใต้ มีการแสดงของชาวบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ชาวต่างประเทศได้เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคใต้ด้วย

ประเพณีสารทเดือนสิบ ทางเทศบาลได้จัดงานวันสารทเดือนสิบเป็นประจำทุกปี กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน ทางเทศบาลเมืองคลองแห และทางวัดคลองแหได้มีการจัดกิจกรรมแห่หมรับ หมรับ * หมายถึง การจัดตกแต่งอาหารที่ใช้อุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับ การแข่งขันแทงขนมต้ม และในช่วงกลางวันมีกิจกรรมการแสดงพื้นบ้าน เช่น การแสดงหนังตะลุง เป็นต้น

...ควรมีการส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนอกเหนือจากการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลสำคัญแล้ว ควรมีการจัดกิจกรรมหรือการจัดแสดงในทุกวันที่ตลาดเปิดทำการ อาจส่งเสริมกิจกรรมหรือจัดชุดการแสดงเป็นรอบ ๆ เช่นเดียวกับตลาดน้ำอโยธยา เพื่อเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมโดยเฉพาะการแสดงมโนราห์ซึ่งหาชมได้ยากในปัจจุบัน

(กุลดาร่า เพียรเจริญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)



ภาพ 30 การก่อเจดีย์ทรายกิจกรรมในวันสงกรานต์

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห



ภาพ 31 การแสดงหนังตะลุงกิจกรรมในวันสารทเดือนสิบ

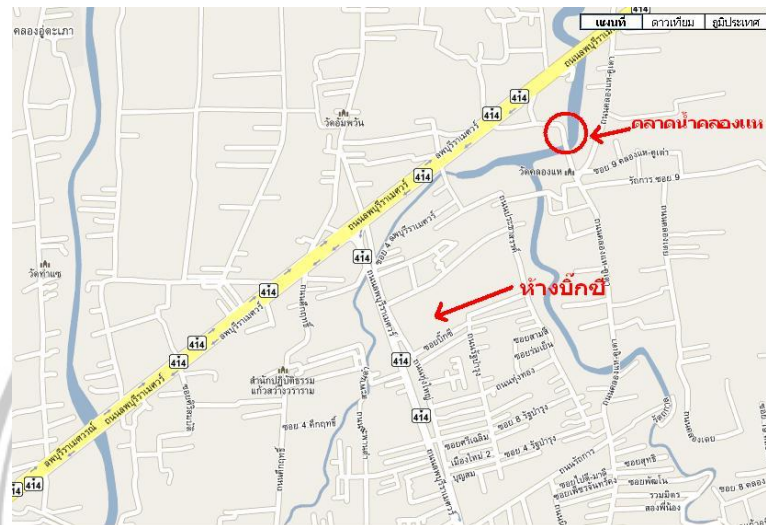
ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห

1.2 สภาพการเข้าถึง

ตลาดน้ำคลองแหตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของตัวเมืองหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากหาดใหญ่สามารถเข้าถึงตลาดน้ำได้สองทาง ทางแรก เข้าทางถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 5 หรืออีกเส้นทางหนึ่ง ใช้ถนนลพบุรีราเมศวร์ (ทางหลวงหมายเลข 414) และใช้เส้นทางที่จะไปสงขลา จะเห็นป้ายทางเข้าตลาดน้ำคลองแห ให้กลับรถเข้าตลาดน้ำ การเข้ามาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการรถยนต์ส่วนตัว หรือการเดินทางเข้ามาโดยรถทัวร์ของบริษัทนำเที่ยว หรือรถยนต์ที่ให้บริการเช่าเหมาเข้ามา ยังไม่มีการให้บริการของรถโดยสารประจำทางที่จะคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเข้ามายังตลาด สภาพเส้นทางการเข้าถึงตลาดมีสภาพที่ดี แต่ควรปรับปรุงในส่วนของป้ายบอกทางที่ยังมีน้อยอยู่ โดยเฉพาะในจุดสำคัญต่าง ๆ อย่างบริเวณจุดศูนย์กลางการขนส่งต่าง ๆ เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ เป็นต้น และควรจัดให้มีบริการรถโดยสารประจำทางจากตัวเมืองหาดใหญ่เข้ามาภายในตลาดสำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวแบบอิสระ ในส่วนของป้ายบอกทางขนาดใหญ่นั้นปัจจุบันได้มีหน่วยงานของภาคเอกชน คือ บริษัทหาดทิพย์ จำกัด เข้ามาสนับสนุนและจัดทำป้ายในจุดต่าง ๆ

...ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางที่มีขนาดใหญ่และเห็นได้ชัดเจน และควรมีติดตั้งไว้ตั้งแต่ในตัวเมืองหาดใหญ่ หรือจุดสำคัญต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

(ครรชิต คลองสัจย์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2553)



ภาพ 32 เส้นทางเข้าตลาดน้ำคลองแห



ภาพ 33 ประตูทางเข้าตลาดน้ำคลองแห

ป้ายบอกความหมายและป้ายบอกทิศทางตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในตลาดน้ำคลองแห ยังมีไม่ทั่วถึง และควรมีป้ายอธิบายข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษควบคู่ไปกับภาษาไทย นอกจากนี้ตลาดน้ำคลองแหควรมีแผนที่สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของร้านค้าทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำคลองแห สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของร้านค้าทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำคลองแห

...ภายในตลาดน้ำคลองแหยังไม่ค่อยมีป้ายบอกความหมาย หรือป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจน เช่น ป้ายบอกความหมายว่าเป็นห้องละหมาด หรือป้ายบอกทางภายในตัวตลาดเอง ทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาต้องเดินทางสถานที่ต่าง ๆ

(โสเพียง เคียรอุ้น, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหได้จัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวทั้ง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ห้องพักรักคู้เทศก์ ห้องละหมาด ห้องน้ำตลอดจนระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ได้มีโครงการขยายระบบน้ำประปาซึ่งอยู่ในช่วงดำเนินเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีการพัฒนา และปรับปรุงลานจอดรถเนื่องจากในช่วงฤดูฝนจะเกิดน้ำท่วมขัง และมีโครงการสร้างห้องละหมาดเพิ่มเติมเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำคลองแหเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และมัคคุเทศก์มีการเสนอให้ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เช่น จัดเตรียมเครื่องดื่ม อาหารว่างไว้สำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยว

...ในช่วงฤดูฝนจะเกิดน้ำท่วมขังภายในตลาดโดยเฉพาะปีที่ผ่านมาน้ำท่วมตลาดจนต้องปิดทำการชั่วคราว และเกิดน้ำท่วมขังบริเวณตลาดโบราณ และลานจอดรถตลอดช่วงฤดูฝน ตลาดจึงควรมีการปรับปรุงพื้นที่เป็นพื้นคอนกรีตเพื่อความสะดวกในการเดินเลือกซื้อของภายในตลาด

(โชติรส พิทักษ์วงศวิทยา, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)



ภาพ 34 สภาพน้ำท่วมขังบริเวณลานจอดรถ

1.4 สภาพแวดล้อม

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำคลองแหเริ่มเปลี่ยนไป เริ่มมีน้ำเสียเกิดขึ้น และหลังจากเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2553 ที่ผ่านมามีผลให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่การจัดการตลาดบางส่วนทำให้ตลาดต้องปิดไปเป็นเวลา 1 เดือน และช่วงนี้ก็กำลังอยู่ในช่วงปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณตลาดอยู่จึงทำให้สภาพแวดล้อมบริเวณตลาดอาจจะยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

ปัจจุบันทางเทศบาลเมืองคลองแหมี 3 โครงการที่กำลังดำเนินการที่ต้องพัฒนาและทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในส่วนตลาดโบราณและตลาดน้ำภายในอนาคต คือ

1. โครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์

โครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์เป็นโครงการที่ได้อยู่ในแผนปฏิบัติงานมาตั้งแต่เปิดตลาดน้ำคลองแหระยะแรก โดยมีโครงการสร้างสิ่งศักดิ์สิทธิ์บริเวณโคกนกคุ้ม คือ มหาเจดีย์ศาลเจ้าแม่กวนอิม หลวงปู่ทวด และอนุสรณ์อาจารย์ทอง ซึ่งการปรับปรุงภูมิทัศน์ทางเทศบาลเมืองคลองแหต้องขุดลอกคลองให้มีขนาดกว้าง และมีการจัดทำสวนหย่อมบริเวณ 2 ไร่ทางบริเวณตลาดน้ำ เพิ่มจำนวนต้นไม้ ดอกไม้ และมีน้ำพุ เป็นต้น ซึ่งในอนาคตตลาดโบราณมีโครงการปรับปรุงพื้นที่และย้ายสถานที่มายังบริเวณริมฝั่งคลอง



ภาพ 35 ภาพจำลองโครงการพัฒนาตลาดน้ำ

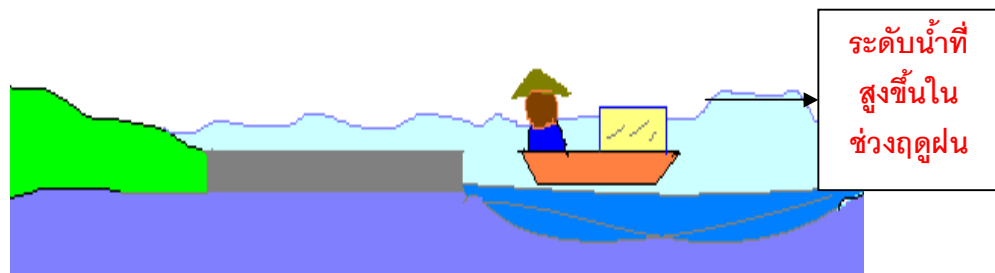
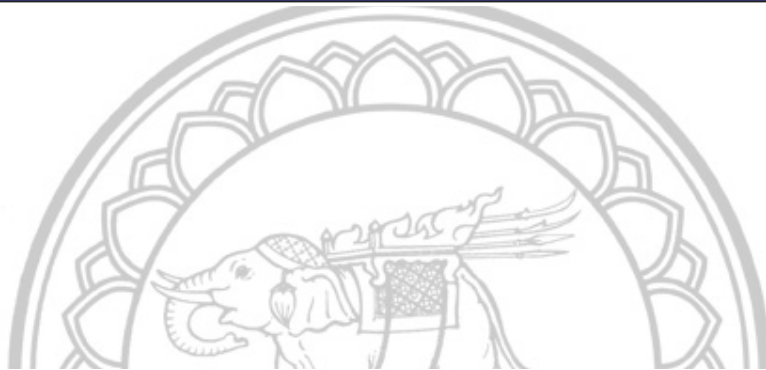
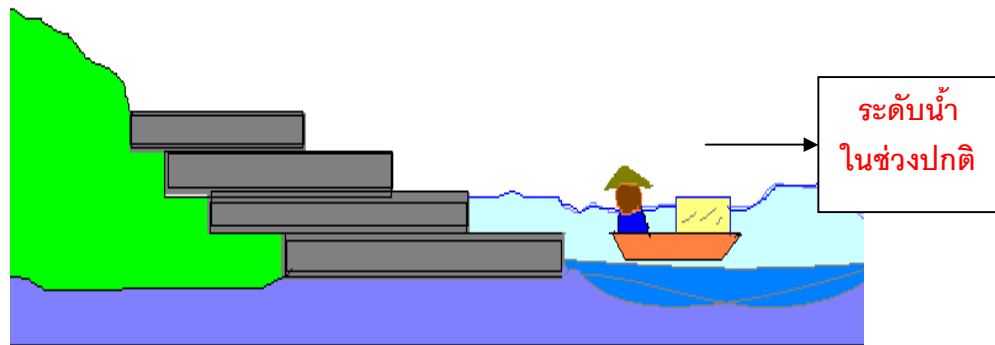
ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห

2. โครงการปรับปรุงโป๊ะท่าเทียบเรือ

ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามา โดยเฉพาะบริเวณส่วนของตลาดน้ำมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปซื้อของเพิ่มมากขึ้นจึงกลัวว่าโป๊ะท่าเทียบเรือจะชำรุดและนักท่องเที่ยวจะได้รับอันตรายเนื่องจากโป๊ะท่าเทียบเรือเป็นสะพานไม้ และในช่วงฤดูฝนน้ำก็จะท่วมโป๊ะจนทำให้ผู้ประกอบการตลาดน้ำไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ ดังนั้นทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงมีโครงการปรับปรุงสภาพโป๊ะท่าเทียบเรือให้มีมาตรฐานมากขึ้น โดยดำเนินการยื่นของบประมาณจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อปรับปรุงโป๊ะท่าเทียบเรือ และสร้างโป๊ะท่าเทียบเรือให้สูงขึ้นเพื่อช่วยแก้ปัญหาที่ท่วมที่เกิดขึ้นในช่วงฤดูฝน และบริเวณทางเดินจากสะพานไม้ได้มีการปรับปรุงการสร้างเป็นสะพานคอนกรีต เนื่องจากปัญหาน้ำท่วมในทุก ๆ ปี ทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการตลาดได้

...ในระยะแรกเป็นเพียงแพไม้ไผ่ 3 - 4 แพ ต่อมาได้มีการปรับปรุงพื้นปูพื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นใหม่ สร้างโป๊ะและแพเพิ่มและปรับปรุงสถานที่ทั้งสร้างสวนหย่อม ถนน ลานจอดรถ และสรรหากิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาเพิ่ม

(มณีวรรณ ผิวนี้่ม และปรารถนา จันทุพันธ์, 2547)



ภาพ 36 ภาพจำลองโครงการปรับปรุงโปะท่าเทียบเรือ

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห



ภาพ 37 สภาพของทางเดินซื้อของบริเวณตลาดน้ำ

3. โครงการทำฝายดักขยะ

ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหได้ประสบปัญหาในช่วงฤดูฝนซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายสินค้า นอกจากนั้นช่วงฤดูฝนน้ำจะพัดพาขยะมาบริเวณตลาดน้ำ ดังนั้นทางเทศบาลเมืองคลองแหและทางวัดคลองแหจึงได้ร่วมมือกัน ทำโครงการฝายดักขยะ

...ตลาดน้ำคลองแหมีโครงการต่าง ๆ มากมาย เช่น โครงการก่อสร้างเจดีย์โครงการทำฝายดักขยะ และโครงการก่อสร้างจุดชมวิวกวกลางน้ำ เพื่อเป็นการระลึกถึงนายกหัวมัน (คุณอภิชาติ สังขชาติ) ผู้ริเริ่มโครงการตลาดน้ำคลองแห แต่ทุกโครงการยังอยู่ในขั้นตอนการดำเนินงาน

(ศุภมาส ขุนทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2553)



ภาพ 38 โครงการฟายด์กขยะวัดคลองแห

...เรามีโครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์อยู่เรื่อย ๆ แต่ในการปรับปรุงไม่ว่าจะเป็นทางเดินริมน้ำ หรือการปรับปรุงภูมิทัศน์ในส่วนอื่นก็จะคำนึงถึงการคงรูปแบบของธรรมชาติไว้เสมอ เช่น ไม้เต็งลายไม้ ทางเดินริมน้ำลายไม้หรือสีที่เป็นสีเดียวกับไม้ (นัศรินทร์ หมดคง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2553)



ภาพ 39 ป้ายโครงการก่อสร้างจตุรมุข

1.5 ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดบกและตลาดน้ำที่มีพื้นที่ประมาณ 2 ไร่ และมีโครงการจะขยายพื้นที่ตลาดให้เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยเฉพาะชาวมาเลเซีย และสิงคโปร์ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำคลองแหเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดความแออัด และการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ และไม่สามารถรองรับต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทุกวันหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะขยายพื้นที่ตลาดให้มีเนื้อที่เพิ่มมากขึ้นและเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อจะรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวและสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด

...รู้สึกว่าการเดินซื้อของในตลาดคลองแหค่อนข้างแออัด ของเยอะ นักท่องเที่ยวเยอะ ทำให้ไม่ค่อยอยากเดินดูของ หากตลาดมีพื้นที่เยอะกว่านี้ได้มีโอกาสเดินซื้อสินค้าแบบสบาย ๆ ก็คงจะดี

(ดุษฎี มาชู, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)



ภาพ 40 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในตลาดน้ำคลองแห

1.6 ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ที่ต้องการนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก แต่เนื่องจากรูปแบบวิถีชีวิตแบบตลาดน้ำมีต้นกำเนิดมาจากประชาชนในภาคกลางที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำลำคลอง จึงเกิดการจัดการตลาดน้ำต่าง ๆ มากมายขึ้นในภาคกลางของประเทศ การจัดการตลาดน้ำของภาคใต้จึงไม่ค่อยได้รับความสนใจเท่าที่ควรจากนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่จะได้รับความนิยมน้อยมากจากนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ เพราะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น และนักท่องเที่ยวทั้งสองประเศนี้นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ทุกวันหยุดสุดสัปดาห์อย่างวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เป็นประจำ ตลาดน้ำคลองแหจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในหาดใหญ่และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งมาเลเซียและสิงคโปร์ไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชมทุกครั้งที่มาหาดใหญ่ อีกทั้งประเทศมาเลเซียยังมีความสนใจที่จะให้มีการนำตลาดน้ำคลองแหไปจัดแสดงตลาดน้ำจำลองในประเทศมาเลเซียในเทศกาลท่องเที่ยวต่าง ๆ ของมาเลเซีย แต่ทางตลาดน้ำคลองแหยังไม่ตอบรับเนื่องจากความไม่พร้อมในหลาย ๆ ด้าน นักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องในการจัดการตลาดน้ำหลาย ๆ ท่านมีความต้องการให้มีการจัดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองแหให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะทางโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนมากที่สุด และตลาดน้ำคลองแหก็ได้รับความสนใจจากรายการทางโทรทัศน์หลายรายการ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักกับตลาดน้ำคลองแหเพิ่มมากขึ้น

...เห็นบรรยากาศตลาดจากรายการโทรทัศน์ เสาร์ - อาทิตย์ เห็นว่างอยู่ก็เลยชวนเพื่อน ๆ มาเที่ยวกัน

(สายใจ รุ่งเรือง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)

2. การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว

2.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1.1 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

หากนักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแหหรือพ่อค้าแม่ค้าทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำมีความต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าในแต่ละเหล่า หรือสินค้าที่จำหน่ายในเรือสามารถติดต่อได้ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การ

บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือ การให้คำปรึกษาและตอบข้อซักถามแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งทางตลาดน้ำคลองแหมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้บริการ 2 คน ซึ่งมีหน้าที่คอยตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำ และกรให้บริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ให้คำปรึกษาหรืออธิบายข้อมูลต่าง ๆ แล้วศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังมีข้อมูลแผนผังให้กับนักท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำคลองแหไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว และควรมีการบริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำและมีแผนที่การท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเป็นระบบ ประกอบด้วยชื่อสถานที่ตั้งของแต่ละหลา ชื่อของเรือ ห้องน้ำ ห้องละหมาด ห้องพักรักคฤศเทศก์ สถานที่จอดรถ เป็นต้น

...ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีเจ้าหน้าที่นั่งประจำศูนย์ตลอดเวลา และควรมีป้ายบอกที่ชัดเจนว่าเป็นศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว อาจจะมีจุดที่ตั้งศูนย์บริการบริเวณทางเข้าด้านวัดคลองแห เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาทางถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 5

(ศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม 2553)



ภาพ 41 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

2.1.2 ห้องพักรมคฤเทศก์

ห้องพักรมคฤเทศก์ ตั้งอยู่ใกล้กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มคฤเทศก์ มีความสำคัญเป็นอย่างมากซึ่งทำหน้าที่คอยบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นทางเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองคลองแหจึงได้สร้างห้องพักรมคฤเทศก์เพื่ออำนวยความสะดวก ทางเทศบาลได้สร้างห้องพักรมคฤเทศก์ไว้บริการแก่มคฤเทศก์เพื่อต้องการให้มีความสะดวกและการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน

...ห้องพักรมคฤเทศก์ควรมีเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ น้ำดื่ม หรือคูปองอาหารไว้สำหรับบริการแก่มคฤเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวเข้ามา

(วลัยพรรณ ส่งแสงอ่อน, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2553)



ภาพ 42 ห้องพักรมคฤเทศก์

2.1.3 ห้องละหมาด

ห้องละหมาด เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดน้ำคลองแหมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาจากจังหวัดต่าง ๆ และเป็นนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมชาวมาเลเซีย ดังนั้นทางเทศบาลจึงสร้างห้องละหมาดเพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวไว้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งห้องละหมาดตั้งอยู่ใกล้กับตลาดโบราณบริเวณหลาดงกาสุกะ และอยู่ใกล้กับสถานที่จอดรถ ห้องละหมาดมีจำนวน 2

หลัง คือ ห้องสุภาพสตรี และห้องสุภาพบุรุษ ซึ่งลักษณะของห้องละหมาดเป็นเพียงศาลาไม้ ภายในห้องละหมาดไม่มี ชุดสำหรับละหมาดทั้งชุดสุภาพบุรุษ และชุดสุภาพสตรี



ภาพ 43 ห้องละหมาด

2.1.4 ห้องน้ำ

ห้องน้ำที่ตลาดน้ำคลองแหมีทั้งหมด 2 แห่ง ห้องน้ำแห่งแรกตั้งอยู่ตรงข้ามศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแห่งที่สองตั้งอยู่ตรงข้ามกับหลาไทรบุรี โดยลักษณะอาคารเป็นอาคารชั้นเดียว ตลาดน้ำคลองแหมีห้องน้ำแยกเป็นสัดส่วนระหว่างชาย - หญิง อย่างละ 7 ห้อง และห้องสำหรับคนพิการอีก 1 ห้อง ห้องน้ำมีความสะอาดแต่ควรมีการปรับปรุงสำหรับห้องน้ำชายคือผ้ามาวันที่กั้นไว้ควรให้มีสีเข้มและไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมครั้งละ 2 บาท

...ควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำตลอดเวลา เพราะมีการเก็บค่าบริการการใช้ห้องน้ำครั้งละ 2 บาท ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมีความคาดหวังถึงความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในห้องน้ำ

(กุลดารา เพ็ชรเจริญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)



ภาพ 44 ห้องน้ำ



ภาพ 45 สภาพห้องน้ำ

2.1.5 สถานที่จอดรถ

สถานที่จอดรถถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญมากที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สถานที่จอดรถมี 3 แห่ง คือ บริเวณทางเข้าฝั่งถนนลพบุรีราเมศวร์ - ตลาดโบราณ บริเวณหน้าโรงเรียนวัดคลองแห และภายในวัดคลองแห สถานที่จอดรถถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญมากที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สถานที่จอดรถมี 3 แห่ง คือ บริเวณทางเข้าฝั่งถนนลพบุรีราเมศวร์ - ตลาดโบราณ บริเวณหน้าโรงเรียนวัดคลองแห ควรจัดสถานที่จอดรถให้มีมาตรฐานและสร้างให้กลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยว โดยการสร้างสถานที่จอดรถบริเวณหลังตลาดโบราณควรมีทางเข้าให้มีขนาดกว้าง และควรจัดให้มีจำนวนเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ควรจัดทางสัญจรเป็นทิศทางอย่างถูกต้องตามกฎหมายและมีความปลอดภัย เช่น ควรมีทางป้ายเข้า - และป้ายทางออก ควรแบ่งสถานที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน เช่น รถทัวร์ รถยนต์ รถตู้ รถจักรยานยนต์ ควรแยกออกจากกันให้ชัดเจน

...ควรปรับปรุงถนนบริเวณที่จอดรถไม่ให้น้ำท่วมขัง และมีการจัดทำเส้นจราจรเพื่อแบ่งเขตที่จอดรถ จัดระเบียบรถ เพิ่มความสว่าง และเพิ่มการรักษาความปลอดภัย เช่น มีบัตรจอดรถให้แก่นักท่องเที่ยว

(ธีระวุฒิ อินทรจันทร์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2553)



ภาพ 46 น้ำท่วมขังบริเวณลานจอดรถ

2.1.6 ถังขยะ

ถังขยะเป็นสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากในแต่ละวันมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีถังขยะไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ทางเจ้าหน้าที่ได้จัดถังขยะไว้รองรับตามจุดต่าง ๆ เช่น บริเวณสะพาน ลานเบียร์ สถานที่รับประทานอาหารเช้า บริเวณทางเดิน และบริเวณลานจอดรถ



ภาพ 47 ถังขยะ

2.1.7 ป้ายบอกความหมาย/ป้ายบอกทิศทาง

ป้ายบอกความหมายและป้ายบอกทิศทาง เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทางเทศบาลได้เขียนป้ายบอกทิศทางตามจุดต่างที่สำคัญทั้งภายในตลาดน้ำคลองแห และภายนอก เช่น บริเวณทางเข้าตลาดน้ำ บริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า **Big C** บริเวณธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น

...ตลาดน้ำตลิ่งชันมีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ ส่วนห้องน้ำได้ใช้บริการของสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยการให้บริการห้องน้ำมีการคิดค่าบริการคนละ 2 บาท ต่อครั้ง แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและไม่สะอาดเพียงพอ มีการตั้งวางถังขยะในหลายจุด แต่เป็นถังขยะที่มีขนาดใหญ่แบบมีล้อลาก ทำให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนในด้านป้ายบอกทางมายังตลาดน้ำนั้นมีความชัดเจนสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงได้ง่าย

(ประกอบศิริ ภัคดีพิณี, 2547)



ภาพ 48 ป้ายบอกทางภายในตลาดน้ำ



ภาพ 49 ป้ายบอกทางด้านนอกตลาด

2.1.8 โต๊ะเก้าอี้/รับประทานอาหาร/นั่งพักผ่อน

โต๊ะ เก้าอี้ สำหรับพักผ่อน และสำหรับนั่งรับประทานอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ปัจจุบันทางเจ้าหน้าที่ได้จัดโต๊ะเก้าอี้ไว้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ตามจุดต่าง ๆ เช่น บริเวณด้านหน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณตลาดน้ำ แต่ในอนาคตมีโครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และเพิ่มจำนวนโต๊ะเก้าอี้ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีการสร้างโต๊ะเก้าอี้เพิ่มและควรสร้างโต๊ะที่มีหลังคาเพราะในช่วงฤดูฝนนักท่องเที่ยวสามารถนั่งรับประทานอาหารได้ และควรสร้างศาลาพักผ่อนริมน้ำที่มีความเหมาะสมและกลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว ควรสร้างอ่างล้างมือไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียชอบรับประทานอาหารด้วยมือมากกว่าการใช้ช้อน ดังนั้นควรสร้างอ่างล้างมือไว้บริการให้แก่นักท่องเที่ยว

...ที่นั่ง โต๊ะเก้าอี้ ควรมีการดูแลเรื่องความสะอาดและเพิ่มปริมาณให้มากขึ้น เพราะปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยอะ ที่นั่งไม่พอ ที่นั่งควรมีหลังคา เพราะในช่วงหน้าฝนนักท่องเที่ยวสามารถนั่งพักผ่อน และใช้หลบฝนได้

(อุษานีย์ พูลขวัญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2553)



ภาพ 50 โต๊ะนั่งรับประทานอาหารบริเวณตลาดโบราณ



ภาพ 51 โต๊ะรับประทานอาหารบริเวณตลาดน้ำ

2.1.9 การจัดระเบียบร้านค้าและร้านอาหาร

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีการวางขายสินค้าที่ปะปนกันทั้งของกิน และของใช้ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินหาสินค้าต่าง ๆ ที่ตนต้องการ จึงเกิดแนวคิดเกี่ยวกับการจัดระเบียบร้านค้าเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการจับจ่ายสินค้า โดยการแบ่งโซนสินค้าประเภทของกิน และของใช้ออกจากกัน

2.2 การพัฒนาบุคลากร

บุคลากรถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีการพัฒนาในทางที่ดียิ่งขึ้น ทางเทศบาลเมืองคลองแหมีโครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรดังนี้

2.2.1 โครงการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

สำหรับการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นก็นำนักเรียนภายในเขตเทศบาลมาอบรมตลอดจนผู้ที่สนใจเพื่อให้เกิดความรู้และความสามารถทางด้านภาษาพูด ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เพราะขณะนี้ตลาดน้ำคลองแหไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้นำชมสถานที่ภายในตลาดน้ำ โดยทางเทศบาลจะมีการติดต่อประสานงานกับทางมหาวิทยาลัยภายในจังหวัดสงขลา เช่น มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มาฝึกอบรมทางด้านทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนเพิ่มเติม

2.2.2 โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำ ควรมีความรู้เกี่ยวกับทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพราะสามารถนำไปใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งบุคลากรที่มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ภาษาจีน มาอบรมให้แก่ผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแห



ภาพ 52 การอบรมภาษาอังกฤษ

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา, 2551

...ต้องการให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับระบบธุรกิจการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เพื่อนำมาใช้ในการบริหารงานและการติดต่อกับหน่วยงานรัฐและเอกชน บริษัททัวร์ และมัคคุเทศก์

(มณีวรรณ ผิวนิยม และปรารธนา จันทรุพันธ์, 2547)

2.3 การพัฒนาความปลอดภัย

ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องการ โดยเฉพาะตลาดน้ำคลองแหซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา ตลาดน้ำคลองแหมีระบบการรักษาความปลอดภัยโดยการจัดชุด RPC เพื่อคอยรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นนักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการให้เพิ่มระบบการรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันเหตุการณ์ต่าง ๆ และยังเรียกร้องให้มีมาตรการควบคุมที่เด็ดขาด เช่น ห้ามขับรถจักรยานยนต์เข้าไปในส่วนของตลาด เพราะเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวในการเดินเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ



ภาพ 53 พนักงานรักษาความปลอดภัย

3. การพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.1 การสื่อสารการตลาด

ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากทางเทศบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงแรก ๆ จะมีการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเพื่อเป็นการเปิดตัวตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนในปัจจุบันนี้ก็มีโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ FM. 89.5 สื่อโทรทัศน์ทางรายการท่องเที่ยวต่าง ๆ แผ่นพับ/ใบปลิว อินเทอร์เน็ต (www.klonghaecity.go.th) และในอนาคตหากทางตลาดน้ำมีความพร้อมมากกว่านี้ จะมีการนำโครงการตลาดน้ำจำลองไปจัดแสดงยังประเทศมาเลเซียตามคำเชิญของทางรัฐบาลมาเลเซีย



ภาพ 54 แผ่นพับประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองแห

3.2 การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทางเทศบาลคลองแหมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวไว้หลากหลาย เช่น กิจกรรมล่องเรือหางยาว กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน และในอนาคตมีกาเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงของนักเรียน หรือกิจกรรมการแสดงของผู้ใหญ่

แต่ละหมู่บ้าน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจมีการจัดเพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหยังมีความหลากหลาย เช่น มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงวันสำคัญต่าง ๆ อย่างวันขึ้นปีใหม่ วันลอยกระทง วันสงกรานต์ วันย่อนตำนานคลองแห และวันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น โดยการจัดกิจกรรมในวันสำคัญมีการแสดงพื้นบ้าน เช่น การแสดงหนังตะลุง การแสดงมโนราห์ การแสดงรำวง เป็นต้น นอกจากนี้ภายในงานก็มีศิลปินดาราส่งเสียงเข้ามาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห

สรุปแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1.1 สร้างจุดขายให้เกิดขึ้นกับตลาดน้ำคลองแห โดยเน้นการเป็นตลาดน้ำวัฒนธรรมที่มุ่งส่งเสริมและฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม โดยการจัดกิจกรรม เทศกาล งานประเพณีอย่างต่อเนื่อง และเขียนโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมเพื่อบรรจุในโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในหาดใหญ่ รวมทั้งนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีตที่หาชมได้ยาก พร้อมทั้งเน้นการเป็นตลาดสีเขียว ที่ส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้ภาชนะในการจำหน่ายสินค้าที่มาจากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ใบตอง กระบอกลำไย กล้วย มะพร้าว ฯลฯ รวมถึงการส่งเสริมไม่ใช้โฟม และผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายยาก โดยวิธีการรณรงค์ และขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำ พร้อมกำหนดกฎระเบียบ และบทลงโทษอย่างชัดเจน เพื่อสร้างมาตรฐานในการจัดการที่ชัดเจน

1.2 ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ในการที่จะกล้าคิดนอกกรอบ ไม่ยึดติดกับการบริหารรูปแบบเดิม ๆ คิดแนวใหม่ แต่อยู่ภายใต้การดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้จริงตามภาระหน้าที่ของเทศบาล และไม่ขัดต่อระเบียบปฏิบัติของราชการ และผู้บริหารต้องมีการวางกฎระเบียบที่เคร่งครัด เช่น พ่อค้าแม่ค้าทุกคนต้องแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับตลาด

1.3 เพิ่มการให้บริการรถโดยสารประจำทางที่เข้ามายังตลาดน้ำคลองแห เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

1.4 ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งห้องละหมาด ถึงขยะ รวมไปถึงการรักษาความสะอาดของห้องน้ำห้องส้วม และปรับปรุงสภาพพื้นที่ของลานจอดรถไม่ให้เกิดน้ำท่วมขัง

1.5 การดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้ให้สำเร็จตามเป้าหมาย ทั้งโครงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ โครงการปรับปรุงโปะท่าเทียบเรือ และโครงการทำฝายดั๊กขยะ และควรรขยายพื้นที่ของตลาดเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นทุกวัน

2. แนวทางการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว

2.1 เพิ่มจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเช่น ห้องละหมาด ห้องน้ำ ถึงขยะ ป้ายบอกทิศทาง โต๊ะเก้าอี้รับประทานอาหาร รวมไปถึงการจัดเตรียมเครื่องดื่มไว้บริการแก่ผู้มาเยือน

2.2 จัดระเบียบร้านค้าโดยการแบ่งเป็นโซนที่เห็นได้ชัดเจน เช่น ประเภทของใช้ ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น

2.3 จัดเตรียมความพร้อมของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยสร้างองค์ความรู้ด้วยวิธีการนำคณะไปศึกษาดูงานการจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา รวมทั้งการจัดอบรมสัมมนาต่าง ๆ

2.4 เพิ่มจำนวนชุดรักษาความปลอดภัย (RPC)

3. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาด

3.1 ใช้หลักการตลาด และการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเป็นตัวนำ โดยผู้บริหารจะเป็นผู้กำหนดแนวทาง และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นจุดขายในด้านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ด้วยตนเอง เพื่อความมีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง

3.2 การจัดกิจกรรม เทศกาล งานประเพณีอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการตลาด และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดน้ำคลองแห

ส่วนที่ 2 แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น 7 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมด้านราคา การส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมด้านการตลาด การส่งเสริมด้านบุคลากร การส่งเสริมด้านกระบวนการ และการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

1. การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1 ด้านคุณภาพอาหาร

คุณภาพของอาหารเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ ทางเจ้าหน้าที่กองสาธารณสุขและทางชมรมผู้ประกอบการตลาดน้ำ แต่ละเดือนจะมีเจ้าหน้าที่กองสาธารณสุขมาประเมินคุณภาพของอาหารทั้งตลาดโบราณ และตลาดน้ำ ทางเจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญกับการรณรงค์ห้ามผู้ประกอบการใช้น้ำจากลำคลองมาล้างภาชนะ ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญมากที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในการเลือกบริโภคและอุปโภค โดยผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแหทุกคนได้ให้ความสำคัญด้านความสะอาด นอกจากนั้นทุกวันพฤหัสบดีผู้ประกอบการทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำต้องมาทำความสะอาดร้านและเรือของตนเอง

นอกจากจะคงไว้ซึ่งตลาดน้ำแห่งวัฒนธรรมแล้ว ตลาดน้ำคลองแห ยังเป็นแหล่งรวมอาหารไทยพื้นบ้านของภาคใต้ที่ขึ้นชื่อแล้ว อย่างขนมฉาบ แกงเหลืองปักษ์ใต้ น้ำพริกนูดู อาหารฮาลาล รวมไปถึงขนมหวาน ผลไม้ที่ขึ้นชื่ออย่างลองกอง เงาะ มังคุด ทูเรียน ที่มีผลผลิตในหลาย ๆ จังหวัดทางภาคใต้ ของปิ้ง ๆ ย่าง ๆ ก็มีให้ลิ้มรสกันอย่างเอร็ดอร่อยมากมาย รับประทานอาหารริมคลองชมบรรยากาศของเรือพายขายของกินของฝาก ผ่านไปผ่านมากันอย่างคึกคักท่ามกลางสายน้ำที่ใสสะอาดของตลาดคลองแห ซึ่งสร้างบรรยากาศให้น่าที่ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้มาพบเห็นยิ่งนักกับความงดงามของวิถีชีวิตในชนบท แต่ถ้าหันหน้าขึ้นฝั่งบนบกก็จะเป็นอีกบรรยากาศหนึ่งของร้านค้าที่แบ่งกันเป็นซุ้ม ๆ มีทั้งร้านอาหารตามสั่ง ร้านขายขนมหวาน ร้านขายผลไม้ ร้านขายของพื้นเมืองจากปักษ์ใต้แท้ ร้านขายของที่ระลึก ขายเสื้อผ้า ลานกิจกรรม ศูนย์อำนวยความสะดวกข้อมูลข่าวสาร หรือซุ้มกิจกรรมให้เช่าเรือพาย หรือพาไปท่องเที่ยวทางเรือยังสถานที่ต่าง ๆ ก็มีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

นอกจากการควบคุมคุณภาพของอาหารแล้วผู้บริหารควรมีการกระตุ้นหรือส่งเสริมสนับสนุนให้พ่อค้าแม่ค้านำสินค้าที่เป็นสินค้าท้องถิ่นออกมาจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากขึ้น หรือมีการสาธิตกรรมวิธีการทำให้นักท่องเที่ยวได้ชมเพื่อเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้

...อยากให้พ่อค้าแม่ค้านำอาหารพื้นบ้าน หรือสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของคนในท้องถิ่นออกมาจำหน่ายให้มากขึ้น และสินค้า อาหารต่าง ๆ ไม่ควรซ้ำชนิดกันมาก เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น

(จันทร์จรรย์ พลับขาว, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2553)

...ควรมีผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และอาหารท้องถิ่นควรเน้นวิธีการทำแบบดั้งเดิมหรือมีการสาธิตวิธีการทำให้นักท่องเที่ยวดู หรือให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำ

(จารีรัตน์ ภิรมยาภรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)

...นอกจากนี้แล้วยังต้องอนุรักษ์วิถีชีวิตริมคลองให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบช้าที่สุด เช่น การสืบทอดอาชีพเกษตรกรรม สวนกล้วยไม้ สวนผัก และสวนผลไม้ต่าง ๆ

(ประกอบศิริ ภักดีพินิจ, 2547)

1.2 ด้านกิจกรรม

ตลาดน้ำคลองแห ปัจจุบันได้มีการจัดกิจกรรมงานประเพณีวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงหรือประเทศเพื่อนบ้านอย่าง มาเลเซีย และสิงคโปร์ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสัมผัสเรียนรู้วัฒนธรรมของท้องถิ่นภาคใต้ และที่สำคัญตลาดน้ำคลองแหได้สร้างจุดขายให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการเน้นเป็นตลาดน้ำวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มุ่งฟื้นฟูและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนหรือชุมชนในอดีตที่นับวันจะหาชมได้ยาก พร้อมทั้งเน้นตลาดน้ำสีเขียวที่ช่วยส่งเสริมสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้ภาชนะใส่อาหารหรือสินค้าที่มาจากวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติทั้งสิ้น อย่างใบตอง กระบอกล้วยไม้ กะลามะพร้าว กาบกล้วย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ย่อยสลายโดยธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และร่วมกันรณรงค์ต่อต้านผลิตภัณฑ์ใส่อาหารที่ย่อยสลายได้ยาก

"วัฒนธรรมป๊อปได้" คือ วัฒนธรรมบวงศาคณาจารย์ ตลาดน้ำคลองแหพยายามสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนใต้ นำการแสดงมาโชว์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความบันเทิง อีกทั้งตั้งใจให้ตลาดน้ำคลองแหเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของทุกเพศทุกวัย ทุกคนสามารถใช้ตลาดน้ำคลองแหได้ นอกจากนี้ยังมีการนั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวบ้าน ไหว้พระวัดนารังนก (นมัสการหลวงพ่อดินดำที่ศักดิ์สิทธิ์) ชมกิจกรรมฝายนั้ง ที่มีความงดงามของศิลปะสมัยอยุธยา และชิมอาหารสด ๆ ที่แหลมโพธิ์

"ตลาดน้ำคลองแห วัฒนธรรมป๊อปแดนใต้" นอกจากจะช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับชาวคลองแห รักษาสิ่งแวดล้อมในคลองให้สะอาดเป็นที่เข็ดหน้าชูตาแล้ว ยังส่งเสริมความเป็นไทย เป็นตลาดย้อนยุคแบบโบราณ ส่งเสริมให้มีการล่องเรือทำบุญตามวัดต่าง ๆ อย่างวัดนารังนก วัดคูเต่า วัดสมัยกรุงศรีอยุธยา มีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่งดงามเหมาะแก่การไปเที่ยวชมมาก ชมวิถีไทยท้องถิ่น พายเรือเก็บผักนึ่ง ผักกระเฉด การยกหม้อของชาวบ้านพื้นถิ่น ชมหมู่บ้านประมง หาอาหารทะเลอร่อยๆ ทานที่แหลมโพธิ์ นั่งเรือชมความงดงามของเกาะยอ ขึ้นชมอารยธรรมของพี่น้องมุสลิมที่มีศูนย์กลางจังหวัดสงขลา ซึ่งอยู่ในสายน้ำแห่งศรัทธาคลองแหคลองอู่ตะเภา

ตลาดน้ำคลองแหมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการซื้อของทั้งตลาดน้ำและตลาดโบราณ กิจกรรมล่องเรือ กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน และชมศาสนสถานที่สำคัญ เป็นต้น

1.2.1 การเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกซื้อสินค้าของตลาดโบราณ และการซื้อสินค้าของตลาดน้ำ โดยตลาดโบราณเป็นตลาดที่มีการจำหน่ายแบ่งออกเป็นหลา (ศาลา) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างหลากหลายทั้งสินค้าอุปโภค และบริโภค เช่น อาหาร เสื้อผ้า รองเท้า ของที่ระลึก เป็นต้น ส่วนการซื้อของตลาดน้ำ เป็นการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม เช่น อาหารพื้นบ้าน ขนมพื้นบ้าน เป็นต้น

1.2.2 กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน จะถูกจัดขึ้นบริเวณลานวัดคลองแห ได้แก่ กิจกรรมชมมโนราห์ กิจกรรมรำตะบอง โดยเฉพาะการแสดงมโนราห์ เป็นกิจกรรมสร้างความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้เยาวชนรุ่นหลังได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์มีแนวคิดในการอนุรักษ์และหวงแหนวัฒนธรรมท้องถิ่น และเผยแพร่ให้เยาวชนรุ่นหลังได้รู้จัก นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมในเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันลอยกระทง วันสงกรานต์ เพื่อสืบสานวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของไทย อย่างเทศกาลวันสงกรานต์ มีกิจกรรมเกี่ยวกับการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ กิจกรรมก่อเจดีย์ทราย เป็นต้น หรือประเพณีสารทเดือนสิบ ทางเทศบาลได้

จัดงานวันสารทเดือนสิบเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นการอุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับ มีการแข่งขันทำขนมต้ม และในช่วงกลางคืนมีกิจกรรมการแสดงพื้นบ้าน เช่น การแสดงหนังตะลุง เป็นต้น แต่กิจกรรมทั้งหลายเหล่านี้จะถูกจัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เท่านั้น ส่งผลให้ในช่วงนอกเทศกาลตลาดน้ำจะไม่มีกิจกรรม นอกจากการเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ เพียงอย่างเดียว จึงทำให้ตลาดน้ำคลองแหในช่วงเวลาเหล่านี้เปรียบเสมือนตลาดที่แลกเปลี่ยนสินค้าเพียงอย่างเดียว



ภาพ 55 กิจกรรมวันลอยกระทง

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2552



ภาพ 56 กิจกรรมวันสงกรานต์

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2551



ภาพ 57 กิจกรรมวันย้อนตำนานคลองแห

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2551



ภาพ 58 กิจกรรมการตักบาตร

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2551

1.2.3 กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมพายเรือเป็นอีกกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประทับใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถพายเรือได้โดยไม่จำกัดเวลา การพายเรือแต่ละครั้งทางเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะเตรียมเสื้อชูชีพไว้คอยบริการแก่นักท่องเที่ยว ระยะทางที่ใช้พายเรือประมาณ 2-3 กิโลเมตร โดยนักท่องเที่ยวสามารถนั่งได้ 2-3 คน และหากนักท่องเที่ยวต้องการให้เจ้าหน้าที่มาพายเรือให้ก็สามารถแจ้งเจ้าหน้าที่ได้ และนอกจากนี้เทศบาลเมืองคลองแหก็ได้มีการเตรียมเจ้าหน้าที่สำหรับช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในยามฉุกเฉิน

1.2.4 กิจกรรมล่องเรือหางยาว การล่องเรือหางยาวบริเวณลำคลองอู่ตะเภา นักท่องเที่ยวได้เห็นสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านบริเวณ 2 ฝั่งคลอง เช่น การทำการเกษตร การทำประมงพื้นบ้าน เป็นต้น

2. แนวทางการส่งเสริมด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาสินค้าที่มีจำหน่ายในตลาดน้ำ ทางเทศบาลเมืองคลองแหจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าโดยราคาสินค้าส่วนใหญ่จะไม่เกิน 20 บาท หากสินค้าชนิดใดที่มีต้นทุนสูงก็จะมีป้ายบอกราคาไว้อย่างชัดเจนเพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า การกำหนดราคาให้อยู่ในราคาที่เท่ากันนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดและสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถซื้อทุกสินค้าทุกอย่างได้ในราคา 20 บาท และสินค้านั้นต้องมีคุณภาพดี

แม้กำไรจะน้อย แต่ก็ขายได้ในปริมาณที่มาก แต่เนื่องด้วยในปัจจุบันต้นทุนในการผลิตสินค้าต่าง ๆ สูงขึ้น จึงส่งผลให้สินค้าบางชนิดต้องมีการปรับราคาสินค้าที่สูงกว่า 20 บาท ทำให้ความโดดเด่นในอดีต “ชื่อของที่คลองแหแค่ 20 บาท” นั้นได้สูญหายไป

...หากเป็นไปได้อยากจะให้มีการควบคุมราคาที่แน่นอนเหมือนในอดีต เพราะเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำว่าชื่อของที่คลองแหแล้วทุกอย่าง 20 บาท

(รัตพล สุขสวัสดิ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)

3. แนวทางการส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดที่ตั้งอยู่ใกล้เมืองหาดใหญ่ การเดินทางเข้ามายังตลาดน้ำสะดวก รวดเร็วจึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ มักจะไม่พลาดการเดินทางที่จะเข้ามายังตลาดน้ำ และนอกจากนี้บริษัทจัดนำเที่ยวต่าง ๆ ในหาดใหญ่ยังร่วมกันส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการเสริมโปรแกรมท่องเที่ยวไว้ในโปรแกรมต่าง ๆ ของบริษัทแทบทุกโปรแกรมเพื่อที่จะแนะนำวิถีชีวิต และส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของภาคใต้ให้เป็นที่รู้จัก

...ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตลาดน้ำโดยผ่านทางช่องทาง **Social Network** ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย อย่างเช่น **facebook, twitter, Hi5** เป็นต้น

(ศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม 2553)

4. แนวทางการส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion)

4.1 การสื่อสารการตลาด

ทางภาครัฐบาลมีการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหอย่างต่อเนื่อง โดยทางเจ้าหน้าที่ตลาดน้ำคลองแหได้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น การออกจำหน่ายสินค้า การจัดนิทรรศการ และการจัดทำเอกสารทางการท่องเที่ยว ทางเทศบาลคลองแหได้ไปร่วมงานส่งเสริมการขายภายในประเทศ เช่น ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์ประชุมเมืองทองธานี และศูนย์ประชุมนานาชาติเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ร่วมงานส่งเสริมการขายในงานขายนาตัส (Natus) ประเทศมาเลเซีย งานส่งเสริมการขายที่ประเทศสิงคโปร์ และได้เชิญเจ้าหน้าที่ตัวแทนสื่อมวลชน ผู้ประกอบการ

นำเที่ยว จากประเทศมาเลเซียมาศึกษาดูงานที่ตลาดน้ำคลองแหอยู่บ่อยครั้ง และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ - พัทลุง ได้บรรจุตลาดน้ำคลองแหไว้เป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา และนอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุ FM 89.5 ผ่านทางรายการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ผ่านไปบลิว อินเทอร์เน็ต (www.klonghaecity.go.th) และรถแห่ประชาสัมพันธ์ในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง นอกจากนี้เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2553 เทศบาลเมืองคลองแหได้มีโอกาสต้อนรับคณะสถานกงสุลใหญ่มาเลเซียประจำภาคใต้ จังหวัดสงขลา คือ นายอาหมัด บาครี ดาโต๊ะ อาลี รองมุขมนตรีของรัฐเปอรลิส ประเทศมาเลเซียได้เข้ามาดูงานและปรึกษาหารือในการจัดงาน Little Thailand Floating Market ที่จะถูกจัดขึ้นในรัฐเปอรลิส เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำของไทยและวิถีชีวิตชาวคลองแหแก่ชาวมาเลเซียในรัฐเปอรลิสได้รู้จัก

...ตลาดควรมีการสร้างเอกลักษณ์ที่เห็นเด่นชัด เช่น Packaging อย่างถุงผ้าหรือถุงกระดาษสำหรับใส่สินค้าและมีแบรนด์ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นของตลาดน้ำคลองแห อาจจะเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ร่วมกันออกแบบตราสินค้า หรือแบรนด์ที่สร้างสรรค์ เพื่อให้ติดหูและติดตาค้นนักท่องเที่ยว

(กุลดารดา เพียรเจริญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2554)



ภาพ 59 การจัดแสดงนิทรรศการ

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2551



ภาพ 60 เอกสารการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2551

4.2 การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทางเทศบาลคลองแหมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวไว้หลากหลาย เช่น กิจกรรมล่องเรือหางยาว กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน และในอนาคตจะมีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงของนักเรียน หรือกิจกรรมการแสดงของผู้ใหญ่ แต่ละหมู่บ้าน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจมีการจัดเพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหยังมีความหลากหลาย เช่น มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงวันสำคัญต่าง ๆ อย่างวันขึ้นปีใหม่ วันลอยกระทง วันสงกรานต์ วันย้อนตำนานคลองแห และวันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น โดยการจัดกิจกรรมในวันสำคัญมีการแสดงพื้นบ้าน เช่น การแสดงหนังตะลุง การแสดงมโนราห์ การแสดงรำวง เป็นต้น นอกจากนั้น ภายในงานก็มีศิลปินดาราสื่อที่ชื่อเสียงเข้ามาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห

ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีการจัดกิจกรรมเฉพาะในช่วงวันสำคัญ หรือเทศกาลเท่านั้น ทำให้บรรยากาศในตลาดคลองแหในวันปกติมีกิจกรรมเพียงแค่การเลือกซื้อสินค้าเท่านั้น ทำให้บรรยากาศภายในตลาดขาดอรรถรสที่น่าสนใจ จึงควรมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาจจะเป็นการขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในชุมชน เช่น โรงเรียน ประชาชนในท้องถิ่น หรือบุคลากรในเทศบาลคลองแห เพื่อสร้างบรรยากาศของตลาดด้วยกิจกรรมต่างๆ อย่างการแสดงหนังตะลุง มโนราห์ ฯลฯ เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และสร้างบรรยากาศตลาดน้ำให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น



ภาพ 61 การฝึกซ้อมการแสดงของนักเรียนในช่วงเทศกาล

ที่มา: เทศบาลเมืองคลองแห, 2552

5. แนวทางการส่งเสริมด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)

บุคลากรเป็นบุคคลสำคัญที่ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาในทางที่ดียิ่งขึ้น ทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงมีโครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร ดังนี้

5.1 โครงการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

สำหรับการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น มีการนำนักเรียนภายในเขตเทศบาลฯ มาอบรมตลอดจนผู้ที่สนใจเพื่อให้เกิดความรู้และความสามารถทางด้านการพูดภาษาอังกฤษ

ภาษาจีน เพราะตลาดน้ำคลองแหไม่มีมัดคุเทศก์ท้องถิ่นไว้ นำชมสถานที่ภายในตลาดน้ำ ทางเทศบาลจึงได้มีการติดต่อประสานงานกับทางมหาวิทยาลัยภายในจังหวัดสงขลา เช่น มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มาฝึกอบรมทางด้านทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนเพิ่มเติม

5.2 โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำ ควรมีความรู้เกี่ยวกับทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพราะสามารถนำไปใช้ในการบริการต่อนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่-พัทลุง จึงจัดหาคูคณากรที่มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษภาษาจีน มาอบรมให้แก่ผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแห นอกจากนี้ทุกวันพฤหัสบดีที่ 4 ของทุกเดือนจะมีการประชุมร่วมกันระหว่างเทศบาล และผู้ประกอบการเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของการดำเนินการของตลาด และหาแนวทางในการส่งเสริมตลาดน้ำร่วมกัน

แม้ว่าในช่วงแรกของการเปิดทำการของตลาดจะมีโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรทั้งโครงการอบรมมัดคุเทศก์ท้องถิ่น อบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการ แต่ในปัจจุบันกิจกรรมต่าง ๆ ได้ถูกยกเลิกไป การส่งเสริมด้านบุคลากรที่ดีควรมีการฝึกอบรมบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาการทำงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

...ควรเพิ่มช่องทางในการสื่อสาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในตลาดน้ำคลองแหส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ เพราะฉะนั้นควรมีการฝึกอบรมในด้านภาษาเพิ่มเติมให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งภาษาจีน และภาษามลายู รวมไปถึงการอบรมด้านทักษะการบริการ อธิยาศัยไมตรีของพ่อค้าแม่ค้า เช่น การกล่าวทักทายด้วยสีหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในฐานะเจ้าของบ้านที่ดีให้เห็นถึงการให้บริการที่เด่นชัดมากยิ่งขึ้น

(กุลดารา เพียรเจริญ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2553)

6. การส่งเสริมด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เทคนิคการให้บริการของผู้ประกอบการร้านค้าแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับเทคนิคการขายของแต่ละคน แต่ผู้ประกอบการหรือแม่ค้าทุกคนจะได้รับการอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขาย และทุกคนจะต้องให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกคนด้วยความสะอาด รวดเร็ว ปลอดภัย และเท่าเทียมกันเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว พ่อค้า แม่ค้าทุกคนใช้ความเป็นมิตร และความเป็นกันเองในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมือนกัน

...การให้บริการของพ่อค้าแม่ค้าคืออยู่แล้ว สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและสะดวก รวดเร็ว

(สมชาย มณี, ผู้ให้สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2553)

7. การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Environments)

ปัจจุบันมีการส่งเสริมทางสิ่งแวดล้อมกายภาพโดยการปรับปรุงอาคารสถานที่ต่าง ๆ ทั้งห้องละหมาด ห้องพักมัคคุเทศก์ ห้องน้ำ หรือแม้แต่หาลา (ศาลา) ที่ขายของโดยการเพิ่มจำนวนห้องต่าง ๆ ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการ ดูแลรักษาความสะอาด ซ่อมแซมและปรับปรุงอาคารที่เสื่อมโทรม เช่น การเปลี่ยนหลังคาหาลา (ศาลา) ใหม่ เนื่องจากหลังคาทำจากต้นจาก และมีความเสื่อมโทรมตามกาลเวลา แต่เพื่อความสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติก็ยังคงใช้หลังคาจากต้นจากเหมือนเดิม

ตลาดน้ำคลองแหควรมีการตกแต่งสถานที่โดยการจัดสร้างสวนสาธารณะหรือสวนหย่อมเพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศให้มีความร่มรื่น และนักท่องเที่ยวสามารถนั่งพักผ่อนได้ อีกทั้งเหมาะแก่การเก็บภาพประทับใจ และเป็นทีระลึก รวมไปถึงการดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่ให้มีความร่มรื่น สบายตา

...การดูแลรักษาให้สภาพพื้นที่มีความสะอาด ร่มรื่น แลดูสบายตาและมีการจัดตกแต่งมุมพักผ่อนจะเป็นการช่วยสร้างบรรยากาศภายในตลาดให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

(ธำรินทร์ มานีมาน, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม 2553)

สรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. แนวทางการส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1 ส่งเสริมให้ประชาชนนำสินค้าพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นออกมาจำหน่าย รวมไปถึงการสาธิตวิธีการทำสินค้าเหล่านั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นคุณค่าและกรรมวิธีการทำที่น่าสนใจ และพ่อค้าแม่ค้าต้องคำนึงถึงความสะอาดของอาหารที่จัดจำหน่ายเป็นสำคัญ

1.2 สร้างรูปแบบ หรือ Packaging ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตลาด เช่น รณรงค์ให้นักเรียนในชุมชนออกแบบถุงกระดาษใส่สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแห เพื่อสร้างจุดบรรณคดีให้กับผลิตภัณฑ์ของตลาด

1.3 ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมทุกวันเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงวัฒนธรรมที่น่าสนใจของชุมชน เช่น จัดรอบการแสดงมโนราห์ หรือหนังตะลุงให้นักท่องเที่ยวได้ชมในระหว่างเดินชมตลาด

2. แนวทางการส่งเสริมด้านราคา (Price)

2.1 สร้างความโดดเด่นในเรื่องราคาโดยนำแนวคิดเดิมที่เคยใช้ในช่วงริเริ่มตลาดคือ สินค้าทุกอย่างราคา 20 บาท หากต้นทุนในการผลิตในปัจจุบันสูงขึ้นก็ควรมีการกำหนดในราคาใหม่ เช่น สินค้าทุกอย่างราคา 30 บาท เพื่อสร้างจุดขายให้กับตลาด และควรมีการตรวจสอบราคาให้มีความสอดคล้องกับคุณภาพของอาหาร

3. แนวทางการส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.1 ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Network เช่น hi 5, facebook, twitter เป็นต้น ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

3.2 ส่งเสริมการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการทางโทรทัศน์ เช่น รายการนำเที่ยวต่าง ๆ หรือการใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำละคร หนังสือ หรือสารคดี เป็นต้น

4. แนวทางการส่งเสริมด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.1 ร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดสงขลา วัฒนธรรมจังหวัดสงขลา สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับพื้นที่คลองแห เช่น การออกบูธในการจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

5. แนวทางการส่งเสริมด้านบุคลากร (People)

5.1 จัดเตรียมความพร้อมของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยสร้างองค์ความรู้ด้วยวิธีการนำคณะไปศึกษาดูงานการจัดการตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำอัมพวา รวมทั้งการจัดอบรมสัมมนาต่าง ๆ

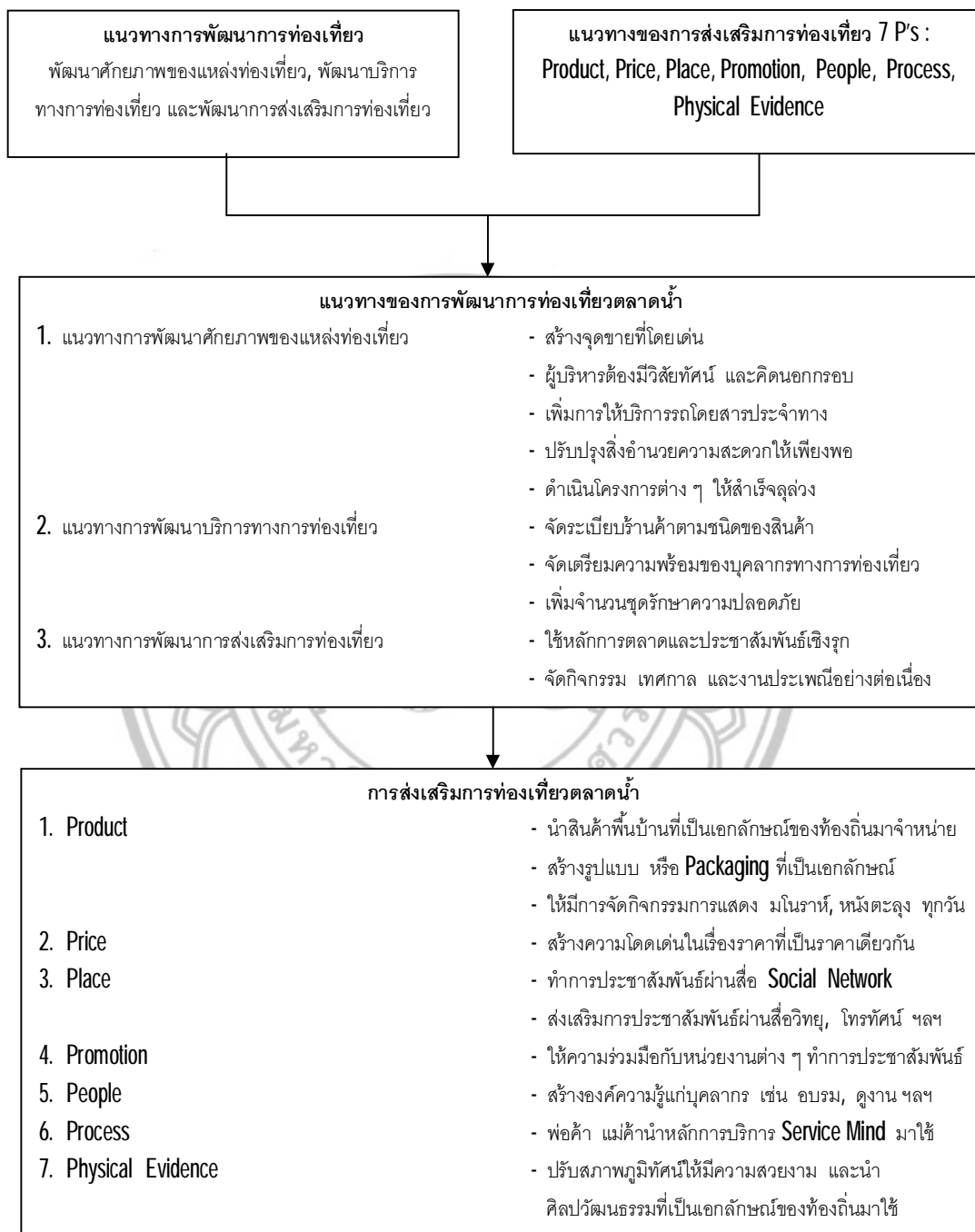
6. แนวทางการส่งเสริมด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

6.1 ส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าให้บริการโดยการนำหลักการบริการด้วยใจ (Service mind) มาใช้ในการให้บริการ

7. แนวทางการส่งเสริมด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

7.1 ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ภายในบริเวณตลาดน้ำให้มีความสวยงามและนำเอาศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้มาจัดในพื้นที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกลิ่นอายของวัฒนธรรม และสามารถถ่ายภาพเป็นที่ระลึกกลับไปเพื่อนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ต่อไป

กรอบแนวความคิดใหม่



ภาพ 62 กรอบแนวความคิดใหม่

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา” โดยมีความมุ่งหมายในการวิจัย 2 ประการ คือ 1) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา 2) เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลในด้านการพัฒนาตลาดน้ำคลองแหทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพของตลาดน้ำคลองแห การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำคลองแห และการพัฒนาการบริการของตลาดน้ำคลองแห ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหในด้านการส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ของตลาด การส่งเสริมด้านราคา การส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมด้านการตลาด การส่งเสริมด้านบุคลากร การส่งเสริมด้านกระบวนการ และการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ

ตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา เป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 ด้วยเพียงเวลาไม่นานตลาดน้ำคลองแหได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ (มาเลเซีย สิงคโปร์) จนสามารถนับได้ว่าตลาดน้ำคลองแหประสบความสำเร็จอย่างมาก จากการจัดการด้านการท่องเที่ยวดังกล่าวส่งผลให้เกิดผลกระทบทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อชุมชนคลองแหมากมาย เมื่อมีการเริ่มต้นที่ดีเกิดขึ้น การพัฒนาการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำก็ตามมา เพื่อสืบทอดตลาดน้ำทางวัฒนธรรมให้คงอยู่กับชาวคลองแห และชาวบางขันต่อไป จากการศึกษาวิจัย พบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา ดังบทสรุปที่จะกล่าวต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการศึกษา ผู้วิจัยได้แยกสรุปออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ คือ

1. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.1 ด้านการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

1.1.1 คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการสร้างจุดขายให้เกิดขึ้นกับตลาดน้ำคลองแห โดยเน้นการเป็นตลาดน้ำทางวัฒนธรรม ที่มุ่งส่งเสริมและฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีตที่หาชมได้ยาก พร้อมทั้งเน้นการเป็นตลาดสีเขียว ที่ส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้ภาชนะในการจำหน่ายสินค้าที่มาจากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ใบตอง กระบอกไม้ไผ่ กะลามะพร้าว ฯลฯ รวมถึงการส่งเสริมไม่ใช่โฟม และผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายยาก โดยวิธีการรณรงค์ และขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำ พร้อมกำหนดกฎระเบียบ และบทลงโทษอย่างชัดเจน เพื่อสร้างมาตรฐานในการจัดการที่ชัดเจน นอกจากนี้ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ในการที่จะกล้าคิดนอกกรอบ ไม่ยึดติดกับการบริหารรูปแบบเดิม ๆ คิดแนวใหม่ แต่อยู่ภายใต้การดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้จริงตามภาระหน้าที่ของเทศบาล และไม่ขัดต่อระเบียบปฏิบัติของราชการ และผู้บริหารต้องมีการวางกฎระเบียบที่เคร่งครัด เช่น พ่อค้าแม่ค้าทุกคนต้องแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับตลาด

1.1.2 สภาพการเข้าถึง เพิ่มการให้บริการรถโดยสารประจำทางที่เข้ามายังตลาดน้ำคลองแหเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

1.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งห้องละหมาด ถึงขยะ รวมไปถึงการรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม และปรับปรุงสภาพพื้นที่ของลานจอดรถไม่ให้เกิดน้ำท่วมขัง

1.1.4 สภาพแวดล้อม ปรับสภาพภูมิทัศน์ต่าง ๆ ภายในตลาดน้ำคลองแห หลังจากที่เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมในอำเภอลาดใหญ่ ส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำคลองแหด้วย จึงควรมีการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบของตลาดน้ำโดยการขุดลอกคลองให้มีขนาดกว้างมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การสัญจรไป - มาสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และมีการจัดทำสวนหย่อมบริเวณสองข้างทางภายในบริเวณตลาดน้ำ เพิ่มจำนวนต้นไม้ ดอกไม้ และมีน้ำพุ เป็นต้น ในอนาคตตลาดโบราณมีโครงการปรับปรุงพื้นที่และย้ายสถานที่เข้ามายังบริเวณริมฝั่งคลอง เนื่องจากปัจจุบันทางผู้ประกอบการตลาดน้ำต้องเสียค่าเช่าพื้นที่

ปรับปรุงท่าเทียบเรือ เนื่องจากท่าเทียบเรือเป็นสะพานไม้ และในช่วงฤดูฝนน้ำจะเกิดน้ำท่วมปีละจนทำให้ผู้ประกอบการในตลาดน้ำไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ ดังนั้นทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงควรมีแนวทางการพัฒนาปรับปรุงสภาพท่าเทียบเรือให้มีมาตรฐานมากขึ้น

การทำฝายดักขยะ ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหได้ประสบกับปัญหาในช่วงฤดูฝนซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ นอกจากนี้ช่วงฤดูฝนน้ำจะพัดพาขยะมาบริเวณตลาดน้ำ ดังนั้นทางเทศบาลเมืองคลองแหและทางวัดคลองแหจึงได้ร่วมมือกัน ทำโครงการฝายดักขยะเพื่อป้องกันไม่ให้ขยะไหลเข้าบริเวณตลาดน้ำคลองแห

1.1.5 ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ เพราะฉะนั้นจึงควรมีการปรับปรุงสภาพพื้นที่ของตลาดหรือขยายพื้นที่ตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นทุกปี

1.1.6 ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ตลาดน้ำคลองแหกลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะมาเลเซียและสิงคโปร์

1.2 ด้านการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาความปลอดภัย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1.2.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

1) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในอนาคตตลาดน้ำคลองแหควรมีแนวทางการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยวของเทศบาลขึ้นเพื่อคอยควบคุม ดูแล และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา

2) ห้องพักรักมัคคุเทศก์ ภายในห้องพักรักมัคคุเทศก์ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ หรือการบริการเครื่องดื่มประเภท ชา กาแฟแก้มัคคุเทศก์ ตลอดจนจุดรองอาหารแก้มัคคุเทศก์ ทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงควรที่จะจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาบริการต่าง ๆ เหล่านี้ไว้ในห้องพักรักมัคคุเทศก์

3) ห้องละหมาด เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม และนักท่องเที่ยวชาวไทยทางภาคใต้ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม การสร้างห้องละหมาดเพิ่มเติมและการเตรียมชุดสำหรับละหมาดนั้นมีประโยชน์มากต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ต้องประกอบพิธีกรรมทาง

ศาสนา เพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจำนวนมาก เพราะห้องละหมาดที่มีอยู่ไม่เพียงพอกับความต้องการ

4) ห้องน้ำ มีความสะอาดดีแต่ยังมีการเก็บค่าธรรมเนียมครั้งละ 2 บาท ในอนาคตจึงควรปรับปรุงเป็นการให้บริการห้องน้ำฟรี เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่

5) สถานที่สำหรับจอดรถ ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีมาตรการที่จะขยายพื้นที่ให้มากขึ้น เพิ่มความกว้างของประตูเข้า - ออกให้กว้างขึ้นเพื่อรองรับรถโค้ชขนาดใหญ่ที่นำนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ มีการจัดทำป้ายบอกทางเข้า-ออกเพื่อกำหนดทิศทางการสัญจรที่เป็นระบบและปลอดภัย รวมทั้งจัดโซนการจอดรถอย่างเป็นสัดส่วน เช่น รถโค้ช รถยนต์ รถตู้ รถจักรยานยนต์ ปรับปรุงพื้นที่จอดรถด้วยการเทพื้นคอนกรีต

6) ถังขยะ ควรเพิ่มจำนวนถังขยะหรือควรสร้างถังขยะให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมมากที่สุด ผู้รับผิดชอบควรดูแล และรักษาความสะอาดตลาดน้ำโดยการเขียนป้ายรณรงค์ห้ามนักท่องเที่ยวทิ้งขยะ ไว้ตามจุดต่าง ๆ อย่างทั่วถึง

7) ป้ายบอกความหมาย/ป้ายบอกทิศทาง จัดทำแผนที่อย่างย่อที่สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของร้านค้าทั้งตลาดโบราณแลตลาดน้ำ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำคลองแห และควรเพิ่มป้ายบอกทิศทางบริเวณท่าอากาศยาน สถานีขนส่ง ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

8) โต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อน ควรมีการจัดโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อนเพิ่มเติมเนื่องจากในปัจจุบันไม่เพียงพอกับการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นจำนวนมาก

9) การจัดระเบียบร้านค้าและร้านอาหาร เนื่องจากในปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีการวางขายสินค้าที่ปะปนกันทั้งของกินและของใช้ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินหาสินค้าต่าง ๆ ที่ตนต้องการ การจัดระเบียบร้านค้าเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการจับจ่ายสินค้า โดยการแบ่งโซนสินค้าประเภทของกิน และของใช้ออกจากกันอย่างชัดเจน

1.2.2 การพัฒนาบุคลากร ควรมีการจัดการฝึกอบรมให้แก่ประชาชนในชุมชน และผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการพัฒนาการปฏิบัติงานและการให้บริการที่ดี เช่น การจัดการอบรมโครงการมัคคุเทศก์น้อย ฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เป็นต้น

1.2.3 การพัฒนาความปลอดภัย เพิ่มมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัยของชุด **RPC** ให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น และเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอและทั่วถึงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.3 การพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.3.1 การสื่อสารการตลาด ในอนาคตหากทางตลาดน้ำคลองแหมีความพร้อมมากขึ้นควรจะมีการประชาสัมพันธ์โดยการนำโครงการตลาดน้ำจำลองไปจัดแสดงยังต่างประเทศบ้าง อย่างเช่น ประเทศมาเลเซียตามคำเชิญของทางรัฐบาลมาเลเซีย นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

1.3.2 การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทางตลาดควรมีการเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงของนักเรียน หรือกิจกรรมการแสดงของผู้ใหญ่แต่ละหมู่บ้าน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจมีการจัดเพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหยังมีความหลากหลาย เช่น มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงวันสำคัญต่าง ๆ อย่างวันขึ้นปีใหม่ วันลอยกระทง วันสงกรานต์ วันย้อนตำนานคลองแห และวันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น โดยการจัดกิจกรรมในวันสำคัญมีการแสดงพื้นบ้าน เช่น การแสดงหนังตะลุง การแสดงมโนราห์ การแสดงรำวง เพื่อเป็นการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก นอกจากนี้ภายในงานก็มีศิลปินคาราโอเกะที่ชื่อเสียงเข้ามาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห

2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.1 การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

2.1.1 ด้านคุณภาพอาหาร เนื่องจากภาชนะที่นำมาบรรจุอาหารควรเป็นวัสดุที่มาจากธรรมชาติ เช่น ใบตอง กระบอกลมไผ่ ตู๊กตาดินเผา เป็นต้น แต่ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้จนทำให้นักท่องเที่ยวเจอกระบอกลมไผ่ที่ไม่ได้ทำความสะอาด ผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแหทุกคนจึงให้ความสำคัญด้านความสะอาด นอกจากนี้ทุกวันหยุดหัตถ์ดีผู้ประกอบการทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำต้องมาทำความสะอาดร้านและเรือของตนเอง นอกจากความสะอาดแล้วการให้ความสำคัญกับรสชาติและความหลากหลายของอาหารก็เป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะการจัดให้มีอาหารอิสลามไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้เลือกรับประทานหลากหลาย และพ่อค้าแม่ค้าควรนำสินค้าท้องถิ่นที่แปลกใหม่ออกมาจำหน่ายเพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่น่าสนใจ

2.1.2 ด้านกิจกรรม ตลาดน้ำคลองแหมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการซื้อของทั้งตลาดน้ำ และตลาดโบราณ กิจกรรมล่องเรือ กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน และชมศาสนสถานที่สำคัญ เป็นต้น แต่การนำเสนอยังไม่โดดเด่นและไม่มีเวลาการแสดงที่ชัดเจน ดังนั้นจึงควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมให้เพิ่มมากขึ้น และจัดอย่างต่อเนื่อง

2.2 แนวทางการส่งเสริมด้านราคา (Price) การกำหนดราคาสินค้าที่มีจำหน่ายในตลาดน้ำ ทางเทศบาลเมืองคลองแหจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าโดยราคาสินค้าส่วนใหญ่จะไม่เกิน 20 บาท หากสินค้าชนิดใดที่มีต้นทุนสูงก็จะมีป้ายบอกราคาไว้อย่างชัดเจนเพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และควรมีการกำหนดราคาอาหารให้เป็นราคาเดียวกันเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณะให้แก่ตลาด หากราคา 20 บาทไม่เพียงพอกับต้นทุนก็อาจปรับราคาเป็น 30 บาทได้ แต่ควรคำนึงถึงคุณภาพและราคาต้องเหมาะสมกัน

2.3 แนวทางการส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรจะมีการจัดให้บริการรถโดยสารประจำทางไว้คอยบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้นำรถมาหรือเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ Social Network เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

2.4 แนวทางการส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion) ร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดสงขลา วัฒนธรรมจังหวัดสงขลา สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับพื้นที่คลองแห เช่น การออกบุญในการจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.5 แนวทางการส่งเสริมด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ส่งเสริมในด้านการจัดการอบรมให้แก่ผู้ประกอบการและควรเพิ่มมาตรการควบคุมดูแลผู้ประกอบการให้ดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน

2.6 การส่งเสริมด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ประกอบการจะต้องให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกคนด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และเท่าเทียมกันเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว

2.7 การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Environments) ปรับปรุงอาคารสถานที่ต่าง ๆ ทั้งห้องละหมาด ห้องพักรมคฤศก์ ห้องน้ำ หรือแม้แต่เหล่า (ศาลา) ที่ขาย

ของโดยการเพิ่มจำนวนห้องต่าง ๆ ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการ ดูแลรักษาความสะอาด ซ่อมแซมและปรับปรุงอาคารที่เสื่อมโทรม เช่น การเปลี่ยนหลังคาหาลา (ศาลา) ใหม่ เนื่องจาก หลังคาทำจากต้นจาก และมีความเสื่อมโทรมตามกาลเวลา แต่เพื่อความสวยงามและกลมกลืน กับธรรมชาติจึงยังคงใช้หลังคาจากต้นจากเช่นเดิม รวมไปถึงการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภาคใต้

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ทัศนศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าตลาดน้ำคลองแหควรมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 3 ด้านด้วยกัน คือ การพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว และการพัฒนาการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนี้มีเกณฑ์การพัฒนา 6 ด้านซึ่งสอดคล้องกับนิรันดร์ บุญเนตร (ม.ป.ป., หน้า 24 - 25) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนา ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่าต้องพัฒนาในด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสภาพการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว และ ด้านความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำคลองแหควรสร้างจุดขายให้เกิดขึ้นกับตลาด โดยเน้นการเป็นตลาดน้ำทางวัฒนธรรม ที่มุ่งส่งเสริมและฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของผู้คนในอดีตที่หาชมได้ยาก พร้อมทั้งเน้นการเป็นตลาดสีเขียว ที่ส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้ภาชนะในการจำหน่ายสินค้าที่มาจากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ใบตอง กระบอกลมไผ่ กระจ๊ะลามาพร้าว ฯลฯ รวมถึงการส่งเสริมไม่ใช้โฟม และผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายยาก โดยวิธีการ รณรงค์ และขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำ พร้อมกำหนดกฎระเบียบ และ บทลงโทษอย่างชัดเจน เพื่อสร้างมาตรฐานในการจัดการที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประหยัด ตะกอนรัมย์ (2544, บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่าปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติ อาหาร และความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ นอกจากนี้ในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแห ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ในการที่จะกล้าคิดนอกกรอบ ไม่ยึดติดกับการบริหารรูปแบบเดิม ๆ คิด แนวใหม่ แต่อยู่ภายใต้การดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้จริงตามภาระหน้าที่ของเทศบาล และไม่ ขัดต่อระเบียบปฏิบัติของราชการ และผู้บริหารต้องมีการวางกฎระเบียบที่เคร่งครัด เช่น พ่อค้า แม่ค้าทุกคนต้องแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับตลาด

ส่วนในด้านสภาพการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว และด้านความมีชื่อเสียงนั้น ตลาดน้ำคลองแหยังต้องเพิ่มการให้บริการรถโดยสารประจำทางที่เข้ามายังตลาดน้ำคลองแหเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งห้วงระยะมาด ถึงขยะ รวมไปถึงการรักษาความสะอาดของห้องน้ำห้องส้วม และปรับปรุงสภาพพื้นที่ของลานจอดรถไม่ให้เกิดน้ำท่วมขัง ปรับสภาพภูมิทัศน์ภายในตลาดน้ำคลองแห ด้วยการเพิ่มจำนวนต้นไม้ ดอกไม้ และมีน้ำพุ เป็นต้น รวมไปถึงการปรับปรุงสภาพโประทำเทียบเรือให้มีมาตรฐานมากขึ้นเพราะในช่วงฤดูฝนตลาดต้องประสบกับปัญหาน้ำท่วมขัง อีกทั้งการทำฝายคักขยะ เพราะปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหได้ประสบปัญหาในช่วงฤดูฝนซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ นอกจากนี้ช่วงฤดูฝนน้ำจะพัดพาขยะมาบริเวณตลาดน้ำ ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ เพราะฉะนั้นจึงควรมีการปรับปรุงสภาพพื้นที่ของตลาดหรือขยายพื้นที่ตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นทุกปี ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหกลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมณีวรรณ ผิวนิม (2546, บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่าศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่เหมือนที่อื่น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวชาติ คนในชุมชนทั้งสองยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อไป และเห็นว่าสามารถจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้แต่ทั้งนี้ต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบัน สร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอมิติทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว

ด้านการพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองแหควรมีแนวทางการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยวของเทศบาลขึ้นเพื่อคอยควบคุม ดูแล และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ภายในห้องพักรักมคฺเทศก์ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ หรือการบริการเครื่องดื่มประเภท ชา กาแฟแกมคฺเทศก์ ตลอดจนจุดปองอาหารแกมคฺเทศก์ ทางเทศบาลเมืองคลองแหจึงควรที่จะจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาบริการต่าง ๆ เหล่านี้ไว้ในห้องพักรักมคฺเทศก์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม และนักท่องเที่ยวชาวไทยทางภาคใต้ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม การสร้าง

ห้องละหมาดเพิ่มเติมและการเตรียมชุดสำหรับละหมาดนั้นมิใช่ประโยชน์มากต่อนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ต้องประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจำนวนมาก เพราะห้องละหมาดที่มีอยู่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ด้านห้องน้ำมีความสะอาดดี แต่ยังมีภาวะเก็บค่าธรรมเนียมน้ำครั้งละ 2 บาท ในอนาคตจึงควรปรับปรุงเป็นการให้บริการห้องน้ำฟรี เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ สถานที่จอดรถยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีมาตรการที่จะขยายพื้นที่ให้มากขึ้น เพิ่มความกว้างของประตูเข้า - ออกให้กว้างขึ้นเพื่อรองรับรถโค้ชขนาดใหญ่ที่นำนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ มีการจัดทำป้ายบอกทางเข้า-ออกเพื่อกำหนดทิศทางการสัญจรที่เป็นระบบและปลอดภัย รวมทั้งจัดโซนการจอดรถอย่างเป็นสัดส่วน เช่น รถโค้ช รถยนต์ รถตู้ รถจักรยานยนต์ ปรับปรุงพื้นที่จอดรถด้วยการเทพื้นคอนกรีต เจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย ทางเทศบาลมีการจัดชุดปฏิบัติการพิเศษรักษาความปลอดภัยชุมชน 24 ชั่วโมง หรือ RPC คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและดูแลความปลอดภัยในชุมชนอย่างทั่วถึง แต่สิ่งที่ทางเทศบาลมีแนวทางจะพัฒนาในอนาคต คือ ควบคุมไม่ให้รถยนต์ และจักรยานยนต์ขับเข้าไปในบริเวณตลาด ซึ่งเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ จึงมีนโยบายที่จะเพิ่มระบบความปลอดภัยในจุดต่าง ๆ มากขึ้นถึงขั้นควรเพิ่มจำนวนถึงขั้นหรือควรสร้างถึงขั้นให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมมากที่สุด ผู้รับผิดชอบควรดูแล และรักษาความปลอดภัยตลาดน้ำโดยการเขียนป้ายรณรงค์ห้ามนักท่องเที่ยวทิ้งขยะไว้ตามจุดต่าง ๆ อย่างทั่วถึง ป้ายบอกความหมาย/ป้ายบอกทิศทาง จัดทำแผนที่อย่างย่อที่สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของร้านค้าทั้งตลาดโบราณแลตลาดน้ำ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำคลองแห และควรเพิ่มป้ายบอกทิศทางบริเวณท่าอากาศยาน สถานีขนส่ง ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อน ควรมีการจัดโต๊ะ เก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อนเพิ่มเติมเนื่องจากในปัจจุบันไม่เพียงพอกับการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นจำนวนมาก การจัดระเบียบร้านค้าและร้านอาหาร เนื่องจากในปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีการวางขายสินค้าที่ปะปนกันทั้งของกินและของใช้ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเดินหาสินค้าต่าง ๆ ที่ตนต้องการ การจัดระเบียบร้านค้าเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการจับจ่ายสินค้า โดยการแบ่งโซนสินค้าประเภทของกิน และของใช้ออกจากกันอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับพรพิมล วิกรัยพัฒน์ (2546, หน้า 136 -137) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวควรพัฒนา 3 ประการคือ การพัฒนาการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่าง ทั้งการให้บริการด้านการคมนาคมขนส่งในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น พัฒนาปัจจัยสิ่ง

อำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว การเข้าเมือง ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยว บุคลากรต้องมีประสิทธิภาพการให้บริการ และรู้ภาษาต่างประเทศ บุคลากรควรได้รับการพัฒนา ด้านการให้การอบรม เช่น การอบรมพนักงานโรงแรม การอบรมมัคคุเทศก์ เป็นต้น และการพัฒนาการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมและประสานงานเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

ด้านการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในอนาคตหากทางตลาดน้ำมีความพร้อม มากกว่านี้ควรจะมีการประชาสัมพันธ์โดยการนำโครงการตลาดน้ำจำลองไปจัดแสดงยัง ต่างประเทศบ้าง อย่างเช่น ประเทศมาเลเซียตามคำเชิญของทางรัฐบาลมาเลเซีย นอกเหนือจาก การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ควรมีการ เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการแสดงของนักเรียน หรือกิจกรรมการแสดงของผู้ใหญ่ แต่ละหมู่บ้าน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจมีการจัดเพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์หรือวัน อาทิตย์ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหยังมีความหลากหลาย เช่น มี การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงวันสำคัญต่าง ๆ อย่างวันขึ้นปีใหม่ วันลอยกระทง วัน สงกรานต์ วันยี่สิบต้นน้ำคลองแห และวันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น โดยการจัดกิจกรรมในวัน สำคัญมีการแสดงพื้นบ้าน เช่น การแสดงหนังตะลุง การแสดงมโนราห์ การแสดงรำวง เพื่อเป็น การนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก นอกจากนี้ภายในงานก็มีศิลปินดารานักร้องชื่อดังเข้ามาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห ซึ่งสอดคล้องกับการ พัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพรพิมล วิกรัยพัฒน์ (2546, หน้า 136 - 137) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ นับตั้งแต่การ โฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการเสนอขาย การบริการข่าวสาร และการจัด นิทรรศการทางการท่องเที่ยว

2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา พบว่าตลาดน้ำคลองแหควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านการส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ของ ตลาด คือ ด้านคุณภาพอาหาร เนื่องจากภาชนะที่นำมาบรรจุอาหารควรเป็นวัสดุที่มาจาก ธรรมชาติ เช่น ใบตอง กระบอกลมไผ่ ติ๊กตาดินเผา เป็นต้น แต่ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้จนทำให้นักท่องเที่ยวเจอกระบอกลมไผ่ที่ไม่ได้ทำความสะอาด ผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแหทุกคนจึงให้ความสำคัญด้านความสะอาด นอกจากนี้ทุกวัน พุธหัสบดีผู้ประกอบการทั้งตลาดโบราณและตลาดน้ำต้องมาทำความสะอาดร้านและเรือของตนเอง

นอกจากความสะดวกแล้วการให้ความสำคัญกับรสชาติและความหลากหลายของอาหารก็เป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะการจัดให้มีอาหารอิสลามไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้เลือกรับประทานหลากหลาย และพ่อค้าแม่ค้าควรนำสินค้าท้องถิ่นที่แปลกใหม่ออกมาจำหน่ายเพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่น่าสนใจ ด้านกิจกรรม ตลาดน้ำคลองแหมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการซื้อของทั้งตลาดน้ำและตลาดโบราณ กิจกรรมล่องเรือ กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมชมการแสดงพื้นบ้าน และชมศาสนสถานที่สำคัญ เป็นต้น แต่การนำเสนอยังไม่โดดเด่นและไม่มีเวลาการแสดงที่ชัดเจน ดังนั้นจึงควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมให้เพิ่มมากขึ้นและจัดอย่างต่อเนื่อง ควรส่งเสริมด้านราคาโดยการกำหนดราคาสินค้าที่มีจำหน่ายในตลาดน้ำทางเทศบาลเมืองคลองแหจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าโดยราคาสินค้าส่วนใหญ่จะไม่เกิน 20 บาท หากสินค้าชนิดใดที่มีต้นทุนสูงก็จะมีป้ายบอกราคาไว้อย่างชัดเจนเพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และควรมีการกำหนดราคาอาหารให้เป็นราคาเดียวกันเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพให้แก่ตลาด หากราคา 20 บาทไม่เพียงพอกับต้นทุนก็อาจปรับราคาเป็น 30 บาทได้แต่ควรคำนึงถึงคุณภาพและราคาต้องเหมาะสมกัน ส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจะมีการจัดให้บริการรถโดยสารประจำทางไว้คอยบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้นำรถมาหรือเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ **Social Network** เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น การส่งเสริมด้านการตลาด ร่วมมือระหว่างองค์การภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดสงขลา วัฒนธรรมจังหวัดสงขลา สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับพื้นที่คลองแห เช่น การออกบูชในการจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น การส่งเสริมด้านพนักงานผู้ให้บริการ ส่งเสริมในด้านการจัดการอบรมให้แก่ผู้ประกอบการและควรเพิ่มมาตรการควบคุมดูแลผู้ประกอบการให้ดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน การส่งเสริมด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกคนด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และเท่าเทียมกันเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจสูงสุดให้นักท่องเที่ยว การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม กายภาพ ปรับปรุงอาคารสถานที่ต่าง ๆ ทั้งห้องละหมาด ห้องพักรักมัคคุเทศก์ ห้องน้ำ หรือแม้แต่หลา (ศาลา) ที่ชายของโดยการเพิ่มจำนวนห้องต่าง ๆ ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการ ดูแลรักษาความสะดวก ซ่อมแซมและปรับปรุงอาคารที่เสื่อมโทรม เช่น การเปลี่ยนหลังคาหลา (ศาลา) ใหม่ เนื่องจากหลังคาทำจากต้นจาก และมีความเสื่อมโทรมตามกาลเวลา แต่เพื่อความสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติจึงยังคงใช้หลังคาจากต้นจากเช่นเดิม รวมไปถึงการปรับปรุงสภาพภูมิ

ทัศนียภาพที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสุพรรณิ อินทร์แก้ว (2549, หน้า 106 -139) ที่กล่าวไว้ว่าการส่งเสริมการตลาดบริการนั้นต้องประกอบด้วย 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บริการ (Product) หมายถึง กิจกรรมการบริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเสนอขายเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์บริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่มีตัวตน ลักษณะการผลิตบริการแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับการผลิตสินค้าทั่วไป ราคาผลิตภัณฑ์บริการ (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่คิดเป็นค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือจำนวนมูลค่ารวมที่ผู้บริโภคยอมจ่าย เพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการมีหรือใช้สินค้าหรือบริการ การตั้งราคาสำหรับธุรกิจบริการนั้น ต้องคำนึงถึงคุณค่าของบริการที่ลูกค้าจะได้รับ ซึ่งคุณค่าจะเท่ากับคุณประโยชน์ของการบริการที่ลูกค้าได้รับลบค่าใช้จ่ายของลูกค้า การจัดจำหน่ายบริการ (Place) หมายถึงการจัดสถานที่สำหรับให้ลูกค้ามารับบริการ การจัดจำหน่ายบริการจะมีงานที่เกี่ยวข้องอยู่ 2 ประการ คือ การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย บริการไม่สามารถเลือกวิธีการจัดจำหน่ายที่ซับซ้อนได้ วิธีที่เหมาะสมที่สุด คือ การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง ซึ่งเป็นช่องทางที่สั้นที่สุด และทำเลที่ตั้งสถานที่ให้บริการ เนื่องจากลักษณะของบริการเมื่อผลิตแล้วไม่สามารถจะขนย้ายบริการได้ เก็บรักษาไว้ไม่ได้ ดังนั้นการที่จะสามารถครอบคลุมตลาดได้กว้างขวางจึงขึ้นอยู่กับทางเลือกทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ และควรเลือกให้เหมาะสมกับการบริการแต่ละประเภท การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่ธุรกิจใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและบริการให้ลูกค้าเกิดกับการรับรู้และตัดสินใจซื้อในที่สุด การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการสามารถทำได้ทุกรูปแบบ เช่นเดียวกับธุรกิจขายสินค้า ที่เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงาน และการตลาดทางตรง พนักงาน (People) พนักงานในธุรกิจบริการประกอบด้วยเจ้าของผู้บริหาร และพนักงานฝ่ายต่าง ๆ ทั้ง 3 กลุ่มมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งทุกคนจะต้องรักษามาตรฐานการบริการที่ดี และบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของตนเองเอาไว้ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาการบริการอย่างสม่ำเสมอทั้งด้านความรู้ ความสามารถ จิตสำนึก การให้บริการทำงานเป็นทีม กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยพนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ตัวอาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศในสำนักงาน

การจัดสรรพื้นที่บริการ เครื่องใช้สำนักงาน ป้ายประชาสัมพันธ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่มีให้บริการลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณี ตลาดน้ำคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรสนับสนุนงบประมาณต่าง ๆ ให้มีการจัดการแสดงที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนให้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการส่งเสริมด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของตลาดอย่างต่อเนื่อง
3. ควรจัดให้มีการสร้างพิพิธภัณฑ์เพื่อเก็บสะสมโบราณวัตถุภายในวัดคลองแห และจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม
4. ควรให้ชุมชนสร้างความประทับใจกับการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
5. ควรมีการชักจูงชุมชนใกล้เคียงเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เพื่อสร้างความรักใคร่กลมเกลียวในชุมชน และเปิดโอกาสให้ชุมชนได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของตน
6. ควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถด้านการบริการ และการเป็นเจ้าภาพที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา
7. ควรหามาตรการที่จะกระจายรายได้และผลประโยชน์สู่ชุมชนมากที่สุด
8. ส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมภายในตลาดน้ำคลองแห เพื่อนำไปสู่การจัดการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการตลาดน้ำคลองแห เพื่อทราบถึงบทบาทของชุมชนในการจัดการตลาดน้ำ
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจภายในจังหวัดสงขลา เพื่อให้มีการเชื่อมต่อกับระบบอื่น ๆ ของจังหวัด เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระบบอุตสาหกรรมประจำจังหวัด เป็นต้น

4. ควรมีการศึกษาด้านปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขต่อไป





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). พัฒนาการตลาดน้ำคลองแห. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.mots.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553, จาก http://webhost.mots.go.th/tour_description.htm#culture
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). อุตสาหกรรมการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- คม ชัด ลึก. (2552). ประชาคมท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.Komchadluek.net/section>
- ฉัตรเฉลิม ออจาจวนศาล. (18 ธันวาคม 2551). การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.siamfreestyle.com/forum/index.php?showtopic=1922>
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- เทศบาลเมืองคลองแห. (2552). ตลาดน้ำคลองแห. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.klonghaecity.com>
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนซ์แฮร์ส.
- นิตยา จิตรวัชรธรรม. (2550). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- นิตยา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

- ประหยัด ตะคอนรัมย์. (2544). แนวทางการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาดลัดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ สด.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไฟว์ แอนด์ ไฟว์ พรินติ้ง.
- พรพิมล วิกฤษพัฒน์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- มณีวรรณ ผิวนิม และปรารถนา จันทร์พันธุ์. (2546). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษา: ชุมชนตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ: ภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุพดี เสตพรพน. (2543). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์แห่งสถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการศึกษานพระบรมราชูปถัมภ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย หน่วยที่ 1 – 8 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณ วังษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณ วังษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วารภรณ์ จิวชัยศักดิ์. (2553). วิวัฒนาการของตลาดน้ำ. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2553, จาก <http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=5d5f54d9f2a1a417>
- วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. (2553). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2553, จาก [http:// wikipedia.org/wiki/](http://wikipedia.org/wiki/)
- วิชัย เทียนน้อย. (2540). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิมล วิโรจน์พันธ์. (2548). การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ, ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม, นวลจันทร์ โชติคุณากร, จรรยา ไพโรจน์กุล และจุฬาลักษณ์ แก้วศิระวงศ์, (2550). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษากรณี: ชุมชนท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.

- วิวัฒน์ชัย บุญภักดี. (2533). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลกระทบของการท่องเที่ยว**.
กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). **งานมัดคุเทศก์ 1. (พิมพ์ครั้งที่ 3)**. พระนครศรีอยุธยา:
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). **ปฏิสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2535). **หลักการการตลาด**. กรุงเทพฯ: S.M Circuit Press.
- สมชาย เลี้ยงพรพรรณ. (2547). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการการศึกษาศักยภาพของ
แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในบริเวณทะเลสาบสงขลา**. สงขลา :
ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2531). **ศึกษาเบื้องต้นเพื่อวางแผน
พัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนที่ 1**. ม.ป.ท.: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่ง
ประเทศไทย.
- สันติ น้อยปาน. (2550). **การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้านข้างในพื้นที่กลุ่ม
จังหวัดอีสานตอนใต้เพื่อการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ**. วิทยานิพนธ์
ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.
- สารานุกรมไทยฉบับเยาวชน เล่มที่ 28. (ม.ป.ป.). **ประเภทของตลาดน้ำ**. สืบค้นเมื่อ 10
สิงหาคม 2553, จาก <http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=5d5f54d9f2a1a417>
- สุภาพร มากแจ้ง. (2534). **หลักมัดคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- เสกสรร ยงวณิชย์. (2535). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- อร สีแพร. (2549). **การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หน่วยที่
8 – 15**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัศวิน พรหมโสภณ. (2552). **ศักยภาพทางการท่องเที่ยว**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนเรศวร

แบบสัมภาษณ์
การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
กรณีศึกษา ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้เพื่อให้เป็นข้อมูลในการหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห และเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหในอนาคต ดังนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดพิจารณาและตอบคำถามจากแบบสัมภาษณ์นี้ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผิดหรือถูกและคำตอบทุก ๆ ข้อของท่านเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้งานวิจัยครั้งนี้สมบูรณ์

การสัมภาษณ์ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-สกุล

.....

ที่อยู่

.....

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ

.....

เพศ.....อายุ.....การศึกษา.....

สถานภาพ/ตำแหน่ง

.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
คลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา
แนวทางการพัฒนาศักยภาพของตลาดน้ำ

1. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำในแง่ของงบประมาณและการอนุรักษ์

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำในแง่ของการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณตลาดน้ำ

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำในแง่ของพัฒนาด้านบุคลากร/เจ้าหน้าที่

.....
.....
.....
.....
.....
.....



4. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำในแง่ของการดูแลรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และฟื้นฟูทรัพยากร
ในบริเวณตลาดน้ำ

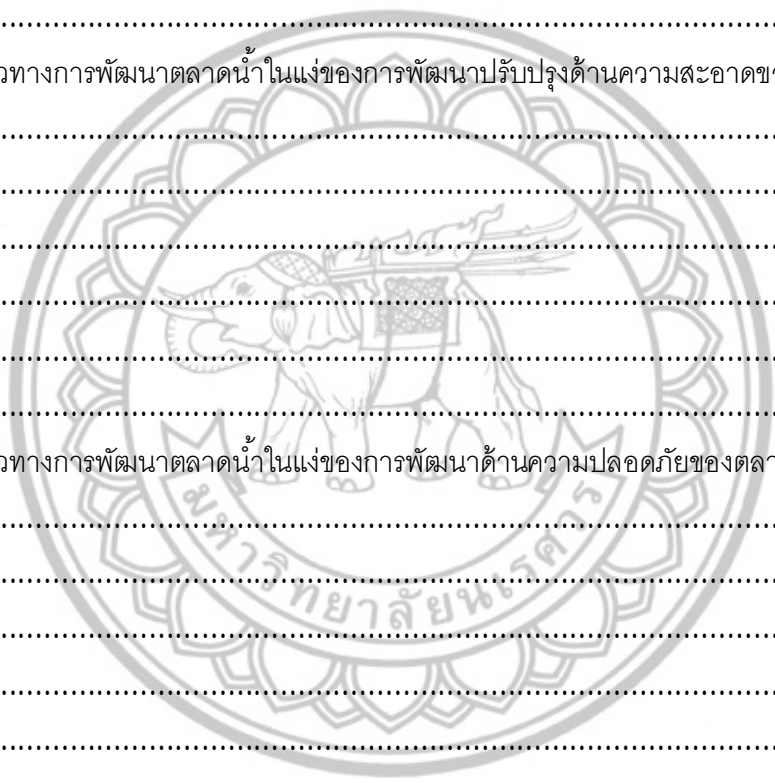
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำในแง่ของการพัฒนาปรับปรุงด้านความสะดวกของตลาดน้ำ

.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำในแง่ของการพัฒนาด้านความปลอดภัยของตลาดน้ำ

.....
.....
.....
.....
.....
.....



แนวทางการพัฒนาการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก**1. การดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำห้องส้วม**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. การพัฒนาด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ฯลฯ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. การจัดระเบียบร้านค้า และร้านอาหารให้มีการบริการที่มีมาตรฐาน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. การจัดระบบรักษาความปลอดภัยบริเวณตลาดน้ำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. การปรับราคาสินค้า

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. การจัดที่นั่งพักผ่อนบริเวณตลาดน้ำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. ป้ายบอกทางภายในบริเวณที่ให้บริการนักท่องเที่ยวของตลาดน้ำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



การพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1. การประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. การจัดนิทรรศการส่งเสริม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. การเผยแพร่ความรู้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

.....

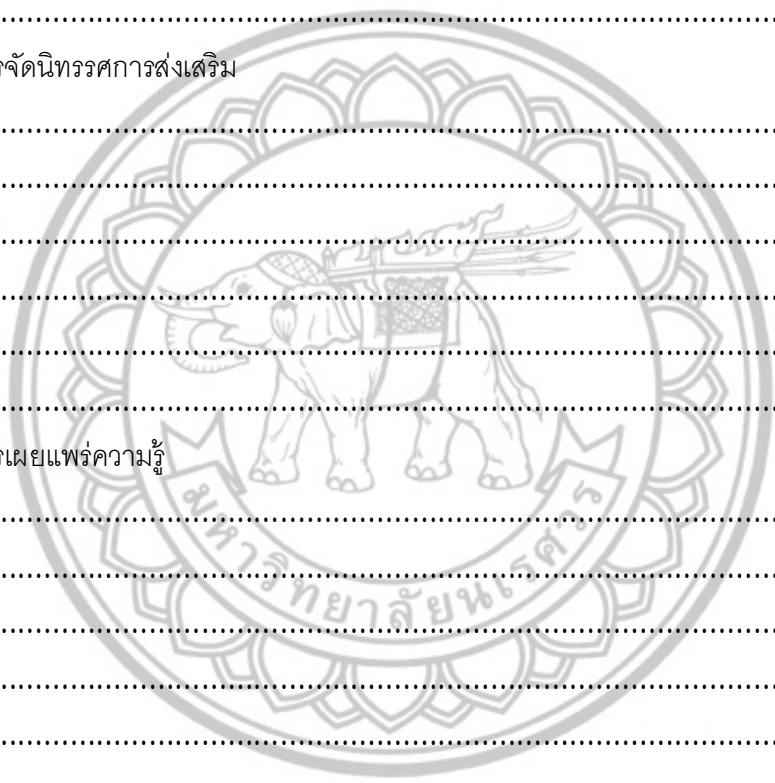
.....

.....

.....

.....

.....



5. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
คลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา

1. การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของตลาดน้ำ เช่น อาหาร กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ฯลฯ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. การส่งเสริมด้านราคาให้มีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. การจัดจำหน่ายบริการของตลาดน้ำ ได้แก่ การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งสถานที่ให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. การส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ฯลฯ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. การส่งเสริมด้านพนักงานผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลรับผิดชอบ แม่ค้า ฯลฯ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. การส่งเสริมด้านกระบวนการให้บริการของตลาดน้ำมีความรวดเร็ว ทันสมัย ปลอดภัย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ การตกแต่งสถานที่
การจัดสรรพื้นที่ต่าง ๆ

.....

.....

.....

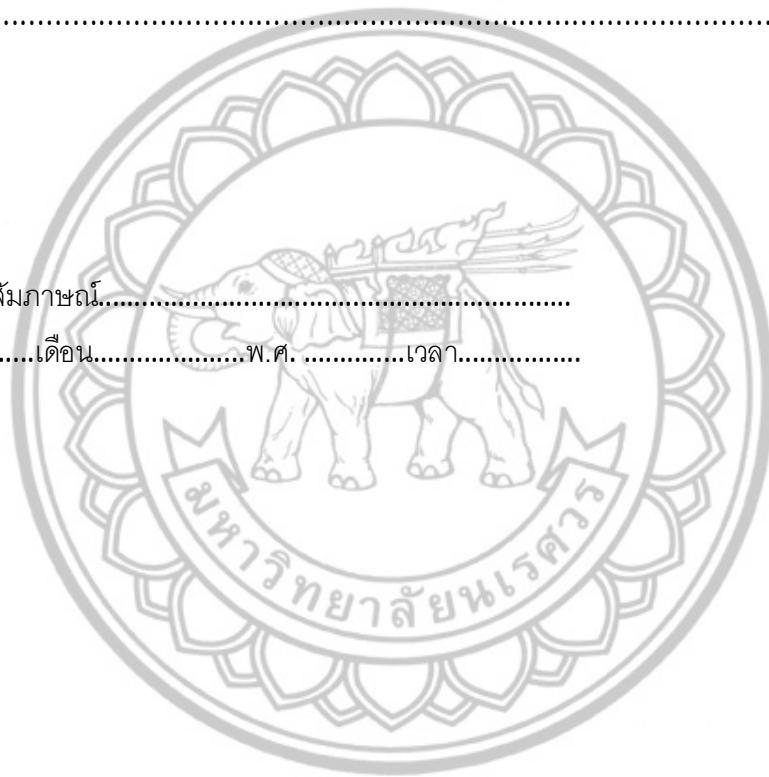
.....

.....

.....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....





ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	สาลินี ทิพย์เพ็ง
วัน เดือน ปีเกิด	7 เมษายน 2526
ที่อยู่ปัจจุบัน	113 หมู่ที่ 11 ตำบลชัยบุรี อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง 93000
ที่ทำงานปัจจุบัน	หลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 1 ถนนทะเลหลวง ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์
ประวัติการศึกษา	ศศ.บ. (การท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
พ.ศ. 2548	

