

การสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมตลาดน้ำ

คลองแดน: ตลาดน้ำสามคลองสองเมืองของจังหวัดสงขลาและจังหวัดนครศรีธรรมราช

CULTURAL MARKETING COMMUNICATION FOR CONSERVING DIVERSE ART AND CULTURE OF KHLONGDAN FLOATING MARKET WITH THREE CANALS AND TWO CITIES OF SONGKHLA PROVINCE AND NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ณัฐวุฒิ สุวรรณทิพย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ดร.ทัศนาวดี แก้วสนิท

อาจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

กรกฎ จำเนียร

อาจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน และ 2) เพื่อสำรวจรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้นำ กลุ่มชาวบ้าน และกลุ่มเยาวชน การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำคลองแดน และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ด้านรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำคลองแดน ผลการวิจัยพบว่า การก่อตั้งคลองแดนตามหลักฐานมีมาตั้งแต่ปี 2406 โดยมีการสัญจรทางน้ำเป็นหลัก จากนั้นการคมนาคมทางบกมีบทบาทมากขึ้น ทำให้ตลาดน้ำคลองแดนลดความนิยมลง ต่อมาปี 2552 มีการรวมตัวของชุมชนฟื้นฟูตลาดน้ำคลองแดนโดยยึดแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางดำเนินการ โดยการสำรวจรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน ซึ่งพบว่ามี ความหลากหลายทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อดนตรี ของที่ระลึก ฯลฯ โดยเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมคือ การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ตามแนววิถีพุทธ การเน้นสื่อสารวัฒนธรรมบรรยากาศที่ดีน่าเที่ยว ความสะอาด และการใช้ภาชนะจากธรรมชาติในการค้าขายสินค้าภายในตลาดน้ำคลองแดน

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาด การสื่อสารเชิงวัฒนธรรม การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ตลาดน้ำ

ABSTRACT

This research aims to 1) study art and culture in Khlong Dan Floating Market and 2) survey pattern and content of cultural marketing communication for conserving the diversity of art and culture. The researcher selected qualitative methodology; focus group of three informants groups; leader people group, villagers group and adolescents group, relating documents study about Khlong Dan Floating Market and non participatory observation about cultural marketing communication in this market. The result is that Khlong Dan Floating Market has the origin evidence from 1863, there was water transportation as the principle and after that, there was development of transportation by land. Khlong Dan Floating Market is less popular. In 2009, the community people accumulated altogether for operating conservative and cultural tourism. The result of survey of pattern and content in cultural marketing communication, it found that there is a variety of media; social media, personal media, printed media, television, music, souvenir, etc. The content for communicating in cultural marketing is the place for travelling conservatively, culturally according to Buddhist way tourism, cultural communication, good environment, cleanness and using natural product in Khlong Dan Floating Market.

Keywords: Marketing Communication, Cultural Communication, Art and Culture Conservation and Floating Market

บทนำ

“ตลาดน้ำ” ถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในทุกพื้นที่ของประเทศไทย เนื่องจากส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ห้อมล้อมไปด้วยธรรมชาติ สินค้าที่นำมาค้าขาย ตลอดจนการจัดรูปแบบการขายก็จะสะท้อนถึงวิถีชีวิตของผู้คนริมคลอง ซึ่งมีความเรียบง่ายและหาดูได้ยากในเมืองใหญ่ ๆ หรือในสังคมไทยในปัจจุบันนี้

อย่างไรก็ตาม การดำเนินกิจการของตลาดน้ำในเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้ยั่งยืนนั้น ทำได้ไม่ถนัดนัก ต้องมาจากหลาย ๆ องค์ประกอบ อาทิ ความเหมาะสมของสถานที่จัดตลาดน้ำ ความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชน การจัดรูปแบบและสินค้าในการค้าขาย ตลอดจนการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่ควรแสดงถึงวิถีชีวิตดั้งเดิม เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นปัจจัยให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนไม่ขาดสาย ซึ่งตลาดน้ำในประเทศไทยหลาย ๆ แห่ง ยังไม่สามารถที่จะดำรงศิลปวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของตนได้ชัดเจนนัก ทำให้ตลาดน้ำกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นเชิงธุรกิจ มีกลุ่มนายทุน พ่อค้าแม่ค้าภายนอกเข้ามาทำมาหากิน จนกลายเป็นการทำลายวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนตลาดน้ำในที่สุด

“ตลาดน้ำคลองแดน” จ.สงขลา เกิดขึ้นมาอย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ.2552 เป็นหนึ่งในตลาดน้ำที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรมของชาวปักษ์ใต้อย่างเข้มแข็ง และกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั้งในท้องถิ่นภาคใต้และต่างจังหวัด ดังนั้น การจะทำให้ตลาดน้ำคลองแดนสามารถสื่อสารเชิงวัฒนธรรมภาคใต้ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น จะสามารถส่งผลให้ตลาดน้ำคลองแดนยังคงความเป็นศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมดังตลาดน้ำอื่น ๆ

ตลาดน้ำคลองแดนตั้งอยู่บริเวณชุมชนคลองแดน ที่มีพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำ ลำคลองเป็นหลักในการดำรงชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ โดยมีลำคลองขนาดใหญ่กันระหว่าง อ.ระโนด จ.สงขลา และ อ.หัวไทร จ.นครศรีธรรมราช ในอดีตคลองสายนี้ จึงเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำที่ได้รับความนิยมสูงสุดในลุ่มทะเลสาบสงขลา เพราะคนในแถบนี้ทั้งสงขลา นครศรีธรรมราช และพัทลุง ล้วนใช้คลองสายนี้เพื่อการเดินทาง และติดต่อค้าขายระหว่างกันทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม หลังจากพัฒนาถนนหนทางจนมีความสะดวกสบายมากขึ้นตามลำดับ คลองแดนจึงถูกลดความสำคัญลงเรื่อย ๆ กลายเป็นชุมชนริมคลองเล็ก ๆ ที่ไร้ชีวิตชีวา เจ้าอาวาสวัดคลองแดน จึงมีความคิดที่อยากจะพัฒนาวัดให้มีความเจริญเหมือนแต่เก่าก่อน จึงได้ไปหาผู้ที่มีความรู้ด้านสถาปัตยกรรม ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดร.จเร สุวรรณชาติ จึงได้ทำการวิจัยและพัฒนาวัดให้เจริญขึ้นมาได้พอสมควร นอกจากนี้ ยังได้ประสานไปยังการเคหะแห่งชาติ เพื่อจะของบมาช่วยสนับสนุน ได้เชิญชวนชาวชุมชนคลองแดนไปศึกษาดูงานที่ตลาดน้ำอัมพวาและสามชุก เมื่อไปเห็นก็มีกำลังใจที่จะกลับมาพัฒนาบ้านเกิด โดยแบ่งหน้าที่กันตามความถนัด ส่วนที่มาของสโลแกนที่ว่า “สามคลอง สองเมือง” มีที่มาจากลำคลองธรรมชาติ 3 ลำคลองที่มาบรรจบกัน คือ ลำคลองสายแรกไหลสู่ อ.หัวไทร และ อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช ลงไปทางใต้ เป็นลำคลองไหลสู่ อ.ระโนด จ.สงขลา จนไหลสู่ทะเลสาบสงขลา ส่วนลำคลองทางทิศตะวันตกไหลสู่ อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช (สายันห์ ชลสาคร, ผู้จัดการออนไลน์)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏบริเวณชุมชนตลาดน้ำคลองแดนที่มีความพิเศษตรงที่เป็นตลาดน้ำระหว่าง 2 เมือง และไหลผ่าน 3 คลอง และเพื่อต้องการแสวงหารูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้ชุมชนได้สามารถสื่อสารวัฒนธรรมให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวให้รู้จัก “ตลาดน้ำคลองแดน” อย่างลึกซึ้งมากขึ้น จะส่งผลให้ตลาดน้ำคลองแดนสามารถสื่อสารวัฒนธรรมร่วมของ 2 จังหวัดใหญ่ (สงขลาและนครศรีธรรมราช) ให้ยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน
- 2) เพื่อสำรวจรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม

คำถามหลักในการวิจัย

1) ศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน มีอะไรบ้าง และมีสาระความสำคัญอย่างไรที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองแดน

2) รูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมในชุมชนตลาดน้ำคลองแดนมีลักษณะอย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การพัฒนาตลาดน้ำในชุมชนที่มีบริเวณที่ติดกับแหล่งน้ำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัยนั้น ตลาดน้ำส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการค้าขายมากกว่าการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟู อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่และแพร่หลาย ดังนั้น ตลาดน้ำควรมีการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้คนในชุมชนเองและคนต่างพื้นที่ที่เข้ามาท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำ เพื่อเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะไม่ทำให้ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของตลาดน้ำสูญหายไป เช่นเดียวกับตลาดน้ำคลองแดน ซึ่งถือว่าเป็นจุดเชื่อมของศิลปวัฒนธรรมของ 2 จังหวัดในภาคใต้ คือ จ.สงขลา และ จ.นครศรีธรรมราช ที่จะต้องมีการรวบรวมข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏเป็นจุดร่วมอยู่ ณ บริเวณตลาดน้ำคลองแดน ตลอดจน จะต้องพัฒนาหาวิธีการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมให้คนในชุมชนเองมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ และคนภายนอกชุมชนได้เข้ามาเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน และนำไปสู่ข้อมูลที่มีประโยชน์เหล่านั้นไปถ่ายทอดต่อเนื่องให้ตลาดน้ำ เป็นทั้งแหล่งความบันเทิงใจ และแหล่งความรู้มหาศาลด้วย

ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะรวบรวมเรื่องราวด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นประโยชน์ของชุมชนตลาดน้ำคลองแดนมอบไว้เป็นมรดกให้สมาชิกในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน ได้นำไปศึกษา และใช้การมีส่วนร่วมของชุมชน ช่วยกันเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองแดนให้เป็นตลาดน้ำที่มีการสืบทอดทางศิลปวัฒนธรรมรุ่นสู่รุ่น และเพื่อพัฒนาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมให้คนทั่วไปรู้จักตลาดน้ำคลองแดน ส่งผลให้ตลาดน้ำคลองแดนมีความยั่งยืนทั้งด้านวัฒนธรรมและด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของระดับภูมิภาคภาคใต้

กลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ คือ ชุมชนตลาดน้ำคลองแดน ที่จะได้มีข้อมูลไว้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจนำข้อมูลนั้นมาประยุกต์ใช้เผยแพร่กับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของตน ให้มีความน่าสนใจ และเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น สำหรับเยาวชน นักเรียน นักศึกษาที่จะเข้าไปเรียนรู้ในสถานที่จริง และได้ข้อมูลสารสนเทศที่มีการรวบรวมอย่างมีหลักฐานชัดเจน เชื่อถือได้ เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาระดับสูงต่อไป รวมถึงนักท่องเที่ยวทั่วไปที่จะได้รู้เชิงลึกเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองแดนมากกว่าการเพียงได้มาซื้อสินค้า ชมการแสดง และพักผ่อนหย่อนใจ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาประวัติศาสตร์ที่มาและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณตลาดน้ำคลองแดน ต.คลองแดน อ.ระโนด จ.สงขลา และศึกษาศิลปวัฒนธรรมที่พบเห็นในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน โดยแยกเป็นประเภทดังนี้

- 1) โบราณสถานและโบราณวัตถุ
- 2) อาหารการกิน
- 3) ศิลปะการแสดง
- 4) อาชีพและวิถีชีวิต

ขอบเขตตัวอย่าง: สันทนากลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มชาวบ้าน และกลุ่มเยาวชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน และรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน

นิยามศัพท์

ชุมชนตลาดน้ำคลองแดน หมายถึง ประชาชนหรือชาวบ้านที่พำนักอาศัย มีบ้านเรือน ณ บริเวณตลาดน้ำคลองแดน ต.คลองแดน อ.ระโนด จ.สงขลา และร่วมกิจกรรมของตลาดน้ำ อาทิ การเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้าชม การร่วมแสดงศิลปวัฒนธรรม การร่วมจำหน่ายสินค้า และอาหารบริเวณตลาดน้ำคลองแดน

การสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม หมายถึง วิธีการใช้รูปแบบ วิธีการ และเนื้อหาที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน สื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยว

และเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นชุมชนคลองแดนอย่างยั่งยืน

รูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม
หมายถึง ลักษณะการกระทำ การแสดงออก การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อกลางที่บรรจุเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงวัฒนธรรมสู่สาธารณชน

เนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม
หมายถึง ข้อมูล ความรู้ ข้อเท็จจริง สารที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แสดงอยู่ในสื่อประชาสัมพันธ์ หรือการกระทำเพื่อการเผยแพร่สู่สาธารณชนในลักษณะต่างๆ

ทบทวนวรรณกรรม

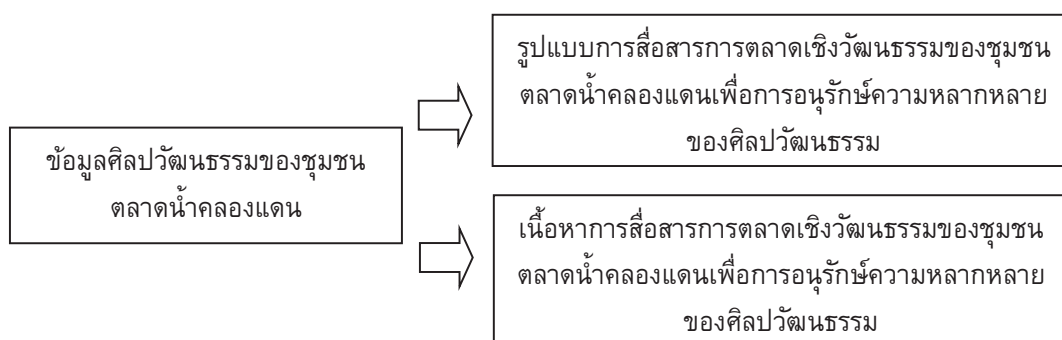
ผู้วิจัยทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยนำแนวคิดทอ้งเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาเป็นกรอบในการดำเนินการวิจัย เพื่อศึกษาลักษณะของตลาดน้ำคลองแดนกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538: 20 อ้างถึงใน พรทิพย์ วีระสวัสดิ์, 2551: 18-20) ได้จำแนกองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ 3 ประการ ประกอบด้วย การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนและกระจายรายได้

นอกจากนี้ ตลาดน้ำคลองแดนยังมีแนวคิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2550: 27 อ้างถึงใน นวลน้อย ธนะชัยศรี, 2552: 26)

ผู้วิจัยนำแนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย โดยผู้วิจัยได้เลือกประเด็นในการจำแนกศึกษาวัฒนธรรม 2 ประเภทคือ วัฒนธรรมด้านวัตถุ และวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม และวัฒนธรรมในความหมายของการสื่อสาร ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง (mediator) ในการพัฒนาดำรงอยู่ของคนหนึ่งให้กลายเป็นมนุษย์ที่มีจิตสำนึกทางสังคม ด้วยเหตุนี้ลักษณะทางวัฒนธรรมของแต่ละสังคมจึงขึ้นอยู่กับบริบทของสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้น ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2539: 10 อ้างถึงใน ณัฐกฤตา สุภาพันธุ์, 2556: 14) ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการอภิปรายผลด้วย

กรอบแนวความคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group interview) กลุ่มตัวอย่างในชุมชนตลาดน้ำคลองแดน 3 กลุ่ม คือ ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน และเยาวชนในพื้นที่ชุมชนตลาดน้ำคลองแดนที่ได้โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling)

การศึกษาเอกสาร (Documentary analysis) ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ที่มาและศิลปวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมของบริเวณชุมชนตลาดน้ำคลองแดน

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรในที่นี้ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณชุมชนตลาดน้ำคลองแดน โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อสนทนากลุ่ม โดยการสุ่มตัวอย่างคำนึงถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีบทบาทและการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างกับกิจกรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองแดน โดยจะจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 3 ครั้ง

ครั้งที่ 1 กลุ่มผู้นำชุมชน 8 คน

ครั้งที่ 2 กลุ่มชาวบ้าน 5 คน

ครั้งที่ 3 กลุ่มเยาวชน 3 คน

เครื่องมือในการวิจัย

- 1) แบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการสนทนากลุ่ม
- 2) แบบบันทึกข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ที่มาและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองแดน

- 3) แบบบันทึกผลการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมศิลปวัฒนธรรมและรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนตลาดน้ำคลองแดน

คณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือการวิจัยข้างต้น ไปตรวจสอบคุณภาพ โดยคณะผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารวัฒนธรรม และการตลาด รวม 3 คน เพื่อพิจารณา และนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไข รวมทั้งทดลองใช้กับตัวอย่างก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาความแตกต่างและความคล้ายคลึงเชื่อมโยงกันของข้อมูล และตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ตั้งแต่ต้น

ผลการวิจัย

จากการสนทนากลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มชาวบ้าน และกลุ่มเยาวชน ในประเด็นศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองแดน และรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน ได้ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม

ประเด็น / กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	ผู้นำชุมชน	ชาวบ้าน	เยาวชน
ศิลปวัฒนธรรมในตลาดน้ำคลองแดน	ภูมิปัญญาด้านที่อยู่อาศัย วัดคลองแดน อาหาร ขนมโบราณ รอบนอกทำนา รอบในค้าขาย ศิลปะการแสดง มโนราห์ หนังตะลุง	อาหาร การแสดง โบราณสถาน โบราณวัตถุ	ชุมชนวิถีพุทธ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ โบราณสถาน (บ้านเรือน โรงฉั่น สะพาน) ภาชนะในการใช้ใส่อาหาร โบราณวัตถุ การแสดงของชาวบ้าน มโนราห์ หนังตะลุง เพลงบอก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประเด็น	ผู้นำชุมชน	ชาวบ้าน	เยาวชน
สำรวจรูปแบบและเนื้อหา การสื่อสารการตลาดเชิง วัฒนธรรม	ใช้สื่อเฟชบุ๊ก เป็นหลัก นอกจากนี้มีสื่อบุคคล และหนังสือ ดนตรี	สื่อสังคมออนไลน์ สื่อปากต่อปาก สิ่งพิมพ์ วารสาร	สื่อสารแบบปากต่อปาก สังคมออนไลน์ แผ่นพับ โทรทัศน์ สื่อสารภายใน การนัดรวมประชุม
แนวทางการสื่อสาร การตลาดเพื่อการ อนุรักษ์ความหลากหลาย ทางศิลปวัฒนธรรม	ควรสร้างการมีส่วนร่วม มีกฎ มีพันธสัญญา เน้นการสื่อสารซ้ำ ๆ แต่ ยั่งยืน สื่อป้ายที่มี QR Code	สื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล (ปากต่อ ปาก)	สารคดีในรูปแบบวีดิทัศน์ สังคมออนไลน์ แผ่นพับ เนื้อหาควรพูดถึง ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นทั้ง ไทย - อังกฤษ และรูปแบบ สื่อวีดิทัศน์ 2 ภาษา

ทั้งนี้ ศิลปวัฒนธรรมของคลองแดนมีความหลากหลายทั้งโบราณสถาน อาหารการกิน วิถีชีวิตและศิลปะการแสดง การรวมกลุ่มชุมชนตลาดน้ำคลองแดนใช้การสื่อสารสื่อบุคคลเป็นหลัก เพื่อบอกต่อ และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนมากที่สุด โดยอาศัยกฎ พันธสัญญาชุมชน สำหรับการสื่อสารภายนอก ใช้การสื่อสารเฟชบุ๊ก แผ่นพับเป็นหลัก เพื่อสื่อสารไปยังคนภายนอกให้รับรู้ และใช้การสื่อสารสื่อบุคคลเพื่อบอกต่อให้มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแดน นอกจากนี้ ยังมีสื่ออื่นๆ อีกมากมาย ได้แก่ บทกวี หนังสือ ดนตรี ฯลฯ

ส่วนเนื้อหาของการสื่อสาร จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่าคลองแดนมีวัฒนธรรมที่เด่นชัดบรรยากาศดี เน้นความสะอาด 3 สิ่งนี้จะเป็นตัวหลักในการประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำคลองแดน คือ จุดขาย แม้คำจะไม่ใช้พลาสติกในการขายสินค้า

นอกจากการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยได้การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมา และศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองแดนในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประวัติศาสตร์ความเป็นมา

บ้านคลองแดน ต.คลองแดน อ.ระโนด จ.สงขลา เชื่อมต่อกับบ้านคลองแดน ต.รามแก้ว อ.หัวไทร จ.นครศรีธรรมราช ตรงบริเวณสามแพร่งทางแยกของลำคลองสามสาย ได้แก่ คลองระโนด คลองชะอวด และคลองปากพนัง ตั้งอยู่ห่างจาก อ.เมือง จ.สงขลา ไปทางทิศเหนือ

ประมาณ 100 กิโลเมตร (ก.ม.15 จากแยกบ้านรับแพรก-ระโนด) และมีระยะทางจาก อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช ไปทางทิศใต้ ประมาณ 100 กิโลเมตร (กึ่งกลางระหว่างจังหวัดสงขลากับจังหวัดนครศรีธรรมราช)

การตั้งถิ่นฐานของชุมชนคลองแดนในอดีต เริ่มต้นจากการย้ายถิ่นฐานของบรรดาพ่อค้าและประชาชน เพื่อมาประกอบการค้าขายบริเวณคุ่มน้ำ ซึ่งเป็นเสมือนทางแยกของเส้นทางคมนาคมทางน้ำ ระหว่างพื้นที่ทะเลสาบกับทะเลหลวง (อ่าวไทย) ประมาณ ปี 2406 พบว่า มีการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอย่างหนาแน่นบริเวณสามแยกแนวบรรจบของคลองระโนด คลองชะอวด และคลองปากพนัง

ชุมชนคลองแดน สามารถเชื่อมต่อกับชุมชนอื่น ๆ ในปริมณฑลโดยรวม ทำให้ชุมชนคลองแดนมีความรุ่งเรืองทางการค้าเป็นอย่างมาก โดยมีหลักฐานภาพถ่ายทางอากาศที่แสดงถึงความเจริญย่านคลองแดนในปี 2517 พบว่า มีการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่อย่างหนาแน่นตลอดแนวริมคลองแดน คลองระโนด คลองชะอวด และคลองปากพนัง จนกระทั่งประมาณปี 2516 เมื่อทางหลวงสาย 408 เริ่มใช้งาน ทำให้ความนิยมในการสัญจรทางน้ำลดลง คนเริ่มอพยพออกจากพื้นที่ จนปัจจุบันไม่มีการใช้การสัญจรทางน้ำอีกเลย ชุมชนอยู่ในสภาพเกือบถูกทิ้งร้าง จนกระทั่งปี 2552 หลังจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ร่วมกับการเคหะแห่งชาติ ได้เข้ามาทำโครงการวิจัย “โครงการนำร่องการปรับปรุงที่อยู่อาศัยและชุมชนในชนบทภาคใต้” เสร็จสิ้น ได้กลายเป็นแรงผลักดัน

สำคัญที่ทำให้ชาวบ้านตระหนักในความงามและคุณค่าของตนเอง เป็นจุดเริ่มต้นของการรวมตัวเป็น “ชุมชนวิถีพุทธคลองแดน” และเป็นที่มาของการร่วมกันฟื้นฟูเปิดชุมชนเป็น “ตลาดริมน้ำคลองแดน” ทุกวันเสาร์โดยเริ่มตั้งแต่วันเสาร์ที่ 30 พฤษภาคม 2552 เป็นต้นมา

สำหรับข้อมูลศิลปวัฒนธรรมตามที่คณะผู้วิจัยได้จำแนกประเด็น ได้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสนทนากลุ่ม ดังนี้

ศิลปวัฒนธรรมในตลาดน้ำคลองแดน

1. โบราณสถาน โบราณวัตถุ

วัดคลองแดน เป็นวัดเก่าแก่ที่สร้างมาตั้งแต่ปี 2430 เป็นวัดที่ประดิษฐานพระทองโบราณ หอฉันอายุ 100 ปี และเรือขุดโบราณ

บ้านเก่าที่มายุการใช้งานมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นบ้านแบบชนบทภาคใต้หลายรูปแบบ เช่น เรือนไม้เดี่ยว เรือนแถวไม้เดี่ยว และเรือนแถวไม้

ร้านขายยาโบราณ เปิดขายยาแผนโบราณ ยาสมุนไพร เก็บรักษาดารายาและรูปแบบร้านยาดั้งเดิมไว้

2. อาหารการกิน

อาหารพื้นถิ่นที่หาากินยาก เช่น แกงส้ม แกงเผ็ด แกงไตปลา ขนมจีน ปลาทอดทรงเครื่อง (สูตรโบราณ) กุ้งทอด แป้งแดง ข้าวยา ข้าวมันแกงไก่ ผักบั้งใต้รั้วหรือเต้าควั ห่อหมกปลาอินทรี ขนมก้อและ ขนมจาก ขนมลูกโดน ขนมโค ขนมพื้พิมพ์ ขนมทราย (ขนมขี้หนู) ขนมป้าจี ข้าวเกรียบปากหม้อ ขนมค่อม ขนมเทียน ขนมดอกกล้าเจียก ขนมหน้มนัน กล้วยทับ ข้าวเหนียวปั้ง ขนมขี้้น ขนมด้วง ขนมกรวย ได้มาจากวัสดุหรือทำจากสิ่งที่หาได้ในท้องถิ่น ใช้ชีวิตอย่างพอเพียง โดยมีบรรพบุรุษที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบบัว ใบตอง ใบกะพ้อ กระบองไม้ไผ่ ภาชนะดินเผา

3. อาชีพและวิถีชีวิต

อาชีพหลัก คือ ทำเกษตร การทำนา โดย 80-90% จะทำนา เพราะอดีตชุมชนคลองแดน จะมีโรงสีข้าวตั้งอยู่มา 10 กว่าโรง คลองแดนจึงเป็นอู่ข้าว อู่ข้าวเกิดจากการทำนา ชาวบ้านจึงมีอาชีพหลักคือการทำนา นอกจากนี้คือ ค้าขาย นากุ้ง ปลูกลูกตาล ฯลฯ

การผลิตข้าวซ้อมมือ เพื่อบริโภคในครัวเรือน และออกจำหน่าย โดยยังคงใช้เครื่องมือโบราณในกระบวนการผลิต เช่น ตำข้าวเปลือกในครกไม้ด้วยกระเดื่องหรือสากไม้ ผัดข้าวร่อนแกลบออกด้วยกระด้ง

ผ้ามัดย้อม ใช้เปลือกไม้และดินโคลนคลองแดนในขั้นตอนการผลิต

ตำนานลูกขวาน ลูกขวานเป็นขบวนขนาดเล็กที่ใช้เป็นอาวุธ สำหรับป้องกันตัวในอดีต มีการประดิษฐ์อย่างพิถีพิถัน มีน้ำหนักที่พอเหมาะสำหรับการขว้างออกไปสู่เป้าหมายได้อย่างแม่นยำ

4. ศิลปะการแสดง

มโนราห์คลองแดนและการรำพราน ที่มีการร่ายรำบนสะพานและบนเวทีริมน้ำเพื่อต้อนรับผู้มาเยือน เด็กและเยาวชนที่สนใจได้รับการถ่ายทอดศิลปะการรำมโนราห์โดยใช้เวลารว่างในช่วงวัน ศุกร์ และอาทิตย์ มาฝึกรำกันที่ศาลาโรงธรรมของวัด และหมุนเวียนกันไปแสดงบนสะพานและบนเวทีริมน้ำคลองแดน

หนังตะลุง เพลงบอก เมื่อก่อนเดือน 5 หรือเดือนเมษายน ในปัจจุบัน เมื่อเสร็จจากการเก็บเกี่ยว เวลารว่างจะไปว่าเพลงบอกตามบ้าน เหมือนเป็นการเลี้ยงฉลอง ถือว่าเป็นประเพณี

นอกจากนี้ มีดนตรีโฟล์คซอง และการแสดงจากที่อื่นๆ มาร่วมด้วย

ทั้งนี้ จากการสังเกตการณ์รูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม ปรากฏข้อค้นพบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ข้อค้นพบจากการสังเกตการณ์รูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม

รูปแบบ	เนื้อหา	ภาพประกอบ
สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบรชัวร์	บอกเล่าประวัติความเป็นมา ข้อมูลทั่วไป และจุดเด่นของตลาดน้ำ คลองแดน	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รูปแบบ	เนื้อหา	ภาพประกอบ
สื่อประชาสัมพันธ์ แบบป้าย	บอกรายละเอียดความเป็นมา ที่ตั้งของ โฮมสเตย์ในชุมชนคลองแดน	
ป้ายบอกเส้นทาง	บอกเส้นทางไปสถานที่ต่างๆ เช่น เส้นทางไปพิพิธภัณฑ์ครูสายัณห์ โฮมสเตย์	
สื่อประชาสัมพันธ์ เชิงการตลาด (เสื้อผ้า และเครื่อง แต่งกายอื่นๆ)	มีรูปสัญลักษณ์ของคลองแดน และ ตัวอักษรภาษาไทย คำว่า ตลาดคลอง แดน รวมถึงเสื้อและผ้ากันเปื้อนของ พ่อค้าแม่ค้าตลาดน้ำคลองแดน	
ป้ายประชาสัมพันธ์	ชื่อร้านค้าต่างๆ เช่น ร้านที่ รรกก. ณ คลองแดน	
สื่อสิ่งพิมพ์แบบ โปสเตอร์	มีรูปสัญลักษณ์บ้านครูสายัณห์ โฮมส เตย์ และตัวอักษรภาษาไทย คำว่า ครู สายัณห์ โฮมสเตย์ตลาดริมน้ำคลองแดน (จำหน่ายเฉพาะที่บ้าน ครูสายัณห์ โฮมสเตย์)	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รูปแบบ	เนื้อหา	ภาพประกอบ
สื่อประชาสัมพันธ์ บนภาชนะใส่ อาหารและ เครื่องดื่ม	เป็นสินค้าของ ร้านที่ รกภ. ณ คลอง แดน ที่เขียนทำจากกระบอกไม้ไผ่และ เขียนตัวอักษร เช่นคำว่า ตลาดน้ำ คลองแดน คนสวยคลองแดน คนหล่อ คลองแดน ไปมาแล้วคลองแดน ลักมาจากคลองแดนต่าง ๆ ที่เป็น ภาษาใต้	
สื่อสิ่งพิมพ์ แบบนามบัตร	มีรูปสัญลักษณ์บ้านครูสายัณห์ โฮมส เตย์ และตัวอักษรภาษาไทย คำว่า ครู สายัณห์ โฮมสเตย์ตลาดริมน้ำคลองแดน และที่อยู่ พร้อมเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ (จำหน่ายเฉพาะที่บ้าน ครูสายัณห์ โฮมสเตย์)	
Fanpage Facebook https://www.facebook.com/KlongdanWaterfrontMarket?fref=ts	เรื่องราวข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำ คลองแดน ความเคลื่อนไหวที่ทันสมัย	
Fanpage https://www.facebook.com/klongdanfanpage/?fref=ts	เรื่องราวข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำ คลองแดน ความเคลื่อนไหวที่ทันสมัย	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รูปแบบ	เนื้อหา	ภาพประกอบ
แผ่นซีดีเพลง	รวมเพลงที่เกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแดน และเอกสารประกอบซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ จุลสารขนาดเล็ก	
สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์	การนำเสนอภาพเคลื่อนไหวประกอบเสียงเรื่องราวของตลาดน้ำคลองแดนในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมพิพิธภัณฑ์ได้เรียนรู้	
สื่อการแสดง/สื่อพื้นบ้าน	การแสดงพื้นบ้าน มโนราห์และรำพรานบนเวทีกลางน้ำและสะพาน การละเล่นเพลงบอก ศิลปวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน	
เสียงตามสาย	การเปิดเพลง/ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตลาดน้ำคลองแดนในแต่ละวัน	

ข้อสังเกต

- มีป้ายห้ามสูบบุหรี่ เหล้า เบียร์ รักษาความสะอาด เป็นภาษาไทย
- ป้ายร้านค้า ชื่ออาหาร/ขนม สินค้า เป็นเพียงชื่อขนม ไม่มีเชิงให้ข้อมูล และส่วนใหญ่เป็นภาษาไทย

- ป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รายละเอียดศิลปวัฒนธรรม เป็นจุดๆ ที่สำคัญในตลาด เช่น ตรงทางเข้า ทางขึ้นสะพาน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- ป้ายแสดงการได้รับรางวัลต่างๆ จากหน่วยงานภายในประเทศ

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากการสนทนากลุ่ม การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ทำให้เห็นถึงความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมด้านต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในบริเวณตลาดน้ำคลองแดน ซึ่งได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลายตลอดจนมีการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตลาดน้ำคลองแดน ได้แก่ การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และสอดคล้องกับแนวคิดวิถีพุทธ

การอภิปรายผลการวิจัย

ตลาดน้ำคลองแดนมีจุดเด่นตรงที่เป็นตลาดน้ำที่เป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำตั้งแต่ในอดีต โดยเชื่อมเส้นทางระหว่าง 2 จังหวัด คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา และเชื่อมคลอง 3 สาย ได้แก่ คลองโดยทางชุมชนได้มีแนวคิดการฟื้นฟูตลาดน้ำคลองแดนโดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งยึดองค์ประกอบไว้ 3 ประการ ดังที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538: 20 อ้างถึงใน พรทิพย์ วีระสวัสดิ์, 2551: 18-20) นำเสนอไว้

1) การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลาดน้ำคลองแดนได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยสะท้อนผ่านอาหารและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนสินค้าที่มาจากธรรมชาติ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ตลาดน้ำคลองแดนจึงมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงต้องพิจารณาถึงการจัดการสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ โดยเฉพาะผ่านสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่มีอยู่ในตลาดน้ำคลองแดน 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนและกระจายรายได้ ตลาดน้ำคลองแดนให้ความสำคัญกับการสร้างมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ โดยมีการทำพันธะสัญญาร่วมกัน สร้างตลาดน้ำคลองแดนและมีความรับผิดชอบร่วมกัน

นอกจากเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำคลองแดนยังดำเนินกิจการตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2550: 27 อ้างถึงใน นวลน้อย ธนะชัยศรี, 2552: 23-24) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นรูปแบบ

หนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเข้าใจสภาพสังคมและวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งยังมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลน้อย ธนะชัยศรี (2552) ศึกษาศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และพบว่าศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีมาก คือ สามารถนำเอกลักษณ์ของชุมชนนี้ซึ่งเป็นที่พำนักการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนำพาความเจริญมาสู่ชุมชน โดยใช้การมีส่วนร่วมของชุมชน

โดยหลักฐานที่ปรากฏ พบว่า ชุมชนคลองแดนเกิดขึ้นเมื่อประมาณ ปี 2406 โดยมีการสัญจรทางน้ำเป็นหลัก ต่อมา ปี 2516 มีการก่อสร้างทางหลวงหมายเลข 408 ทำให้ประชาชนหันให้ความสำคัญกับการจราจรทางบก และชุมชนตลาดน้ำคลองแดนจึงซบเซา อย่างไรก็ตาม ในปี 2552 เจ้าอาวาสวัดคลองแดน ตลอดจนประชาชนมีความคิดที่จะรื้อฟื้นตลาดน้ำคลองแดน จึงร่วมมือกับนักวิชาการ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำคลองแดนภายใต้แนวคิด “สามคลอง สองเมือง”

จากการศึกษา พบว่า ศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในชุมชนตลาดน้ำคลองแดนในทุกๆ ด้าน ได้แก่ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ อาหารการกิน ศิลปะการแสดง และอาชีพและวิถีชีวิต ซึ่ง ณัฐกฤตา สุภาพันธ์ (2556: 14) ศึกษาพบว่า นักวิชาการมีการแบ่งประเภทของวัฒนธรรมเป็นประเภทต่าง ๆ มากมาย ผู้วิจัยได้เลือกนำมาเป็นประเด็นในการจำแนกศึกษาวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมด้านวัตถุ และวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ซึ่งจากการสนทนากลุ่มภายใต้การวิจัยชิ้นนี้ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งกลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มชาวบ้าน และเยาวชนต่างให้ข้อมูลศิลปวัฒนธรรมของคลองแดนทั้งที่เป็นทั้งวัตถุ เช่น อาหารการกิน วัด โบราณวัตถุ ฯลฯ และที่ไม่เป็นวัตถุ เช่น ภูมิปัญญาการทำอาหารและขนมโบราณ การแสดงมโนราห์ และรำฟราน ฯลฯ

ศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองแดนดังข้างต้น จะต้องได้รับการเผยแพร่ผ่านรูปแบบสื่อและเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในการเป็นตลาดน้ำ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม

เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมซื้อสินค้า สร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการค้าขายในชุมชน ขณะเดียวกันเป็นการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาของบรรพบุรุษสู่คนรุ่นใหม่อีกด้วย ดังที่ ญัฐวุฒิ สมยาโรจ และอัจฉรา ศรีพันธ์ (2557) ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ ตำบลป่าแดง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยพบว่า กลุ่มคนเฒ่าคนแก่ถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านผ่านสื่อบุคคลที่เป็นสมาชิกกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ สื่อกิจกรรม สื่อพิพิธภัณฑ์ “พิพิธภัณฑ์เล่นได้” สื่อเผยแพร่อื่นๆ ได้แก่ หนังสือสอนทำของเล่นพื้นบ้าน VCD สอนทำของเล่นพื้นบ้าน Facebook ของที่ระลึก สื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ดังนั้น สื่อจึงมีความจำเป็น เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ดังเช่นสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองแดน ที่มีทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อดนตรี ของที่ระลึก และมีเนื้อหาที่เน้นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแดนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมบรรยากาศดี อาหารสะอาดบรรจุในภาชนะจากธรรมชาติที่สวยงาม

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำคลองแดน ควรมีการสำรวจความต้องการสื่อของผู้ใช้ประโยชน์หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วย ดังเช่น งานวิจัยของปาริย์ ผลประเสริฐ (2551) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดกำแพงเพชร ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ต้องการรูปแบบที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการคู่มือ/เอกสารแนะนำเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร การอ่านป้ายแนะนำโบราณสถานและวัดต่าง ๆ ที่มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ และการได้ประทับตราโบราณสถานและวัดต่าง ๆ ของอุทยานฯ ลงในสมุดท่องเที่ยวเพื่อรับรางวัลจาก

อุทยานฯ ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการกิจกรรมนั่งช้างชมอุทยานฯ กิจกรรมนั่งเรือชมกำแพงเมืองเก่า และการอ่านป้ายแนะนำโบราณสถานและวัดต่าง ๆ ที่มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ ตามลำดับ หากตลาดน้ำคลองแดนมีการสำรวจความต้องการสื่อและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำคลองแดนก็จะกลายเป็นแหล่งเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ และสร้างคุณประโยชน์แก่สังคมไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ชุมชนในตลาดน้ำคลองแดนสามารถนำผลการวิจัยที่เป็นแนวทางการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมไปใช้ในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในเรื่องผู้ให้ข้อมูลการวิจัย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพค้าขาย จึงไม่สะดวกในการเข้าร่วมการสนทนากลุ่มตามที่คณะผู้วิจัยกำหนดไว้ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งต่อไป ควรค้นหากกลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองแดนเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากต่างภูมิภาค หรือต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมชม เพื่อสร้างรายได้ และการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของไทยแก่ชาวต่างประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ ประจำปี 2559

บรรณานุกรม

ญัฐกฤตา สุภาพันท์. (2556). *การสื่อสารวัฒนธรรมไทยผ่านละครโทรทัศน์และนวนิยายแนวย้อนยุค เรื่อง รากนครา* (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัย

รามคำแหง, กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2558, จาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc>

- ณัฐวุฒิ สมยาโรจ และอังฉา ศรีพันธ์. (2557). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย. วารสารคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 9(2).
- นวลน้อย ณะชัยศรี. (2555). การศึกษาศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ปาจริย์ ผลประเสริฐ. (2551). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดกำแพงเพชร (งานวิจัย) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, กำแพงเพชร.
- พรทิพย์ วีระสวัสดิ์. (2551). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษา: ชุมชนประตูจีน และชุมชนป้อมเพชร อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (งานวิจัย) คณะวิทยาการจัดการ ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- พรพรรณ เปล่งปลั่ง. (2547). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2558, จาก <http://www.tu.ac.th/org/socio/abstract/abstract/so2547-5.doc>
- สายัณห์ ชลสาคร. (2552). “สามคลอง สองเมือง” ชุมชนวิถีพุทธ ตลาดริมน้ำคลองแดน. ASTV ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2558, จาก <http://www.manager.co.th/South/ViewNews.aspx?NewsID=9560000056363>