

แนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

Guidelines for Upgrading Khlong Hae Floating Market to become Gastronomy Tourism for Malaysian Tourists

บันทิตา ขุนจันทร์^{1*} ปวีณนุช เรืองแก้ว² ปิยทิพย์ แซ่ตัน³ กานต์พิชชา ดุลยะลา^{4*} และห้าวหาญ ทวีใส⁵
Bantita Khunjun¹, Pawinut Rueangkaew² Piyathip Sae-tan³, Kanphitcha Dunyala⁴ and Howhan Thaveeseng⁵

Received 23 December 2023 Revised 29 December 2023 Accepted 31 December 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห 2) หาแนวทางในการยกระดับพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย 10 คน บุคลากรในเทศบาลเมืองคลองแห 5 คน และผู้ประกอบการตลาดน้ำคลองแห 5 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถบัสกับบริษัททัวร์ รองลงมาคือเช่ารถตู้มากับครอบครัว เพื่อพักผ่อนช่วงวันหยุดและเพื่อรับประทานอาหารท้องถิ่น ส่วนใหญ่เลือกซื้อจากร้านผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิม แนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ประกอบด้วย 7 แนวทาง คือ 1) ด้านทรัพยากรทางกายภาพ ควรพัฒนาสภาพลำคลอง เพิ่มพื้นที่ลานจอดรถที่ปลอดภัย 2) ด้านกิจกรรม เพิ่มความหลากหลายและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 3) ด้านอัตลักษณ์เชิงอาหาร ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีความรู้และทักษะด้านอาหารเป็นอย่างดี อาหารแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของภาคใต้ 4) ด้านภาพลักษณ์ ควรส่งเสริมภาพลักษณ์โดยเน้นนำเสนออาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดใจ สร้างการรับรู้ของผ่านช่องทางออนไลน์ 5) ด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน กิจกรรมพายเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ 6) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ควรเลือกใช้วัสดุธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 7) ด้านการจัดการอาหารฮาลาล แบ่งโซนอาหารฮาลาล มีรูปภาพประกอบพร้อมข้อมูลวัตถุดิบ มีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนา ผลักดันร้านอาหารอิสลามได้รับมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การยกระดับแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำคลองแห นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

¹⁻³ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมการบินและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Email: bantita2110@gmail.com

Bachelor's degree student, Department of Aviation Industry & Hospitality Management, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkhla University, Thailand.

⁴⁻⁵ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkhla University, Thailand, *Corresponding author Email: Kanphitcha.d@psu.ac.th

Abstract

The objectives of this research are to 1) study the behavior of Malaysian tourists who travel to the Khlong Hae Floating Market and 2) seek ways to elevate the Khlong Hae Floating Market area to become a food tourism destination for Malaysian tourists. The research study applied a qualitative method. Data were collected using semi-structured interviews with 20 key informants, including 10 Malaysian tourists, 5 Khlong Hae Municipality personnel, and 5 Khlong Hae Floating Market operators. The results showed that the majority of Malaysian tourists traveled to Khlong Hae Floating Market by bus with a tour company, followed by those renting a van accompanied by their family members for relaxing during the holidays and eat local food, respectively. Most of them purchased items from shops owned by Muslim. The findings suggested that the guidelines for level up the tourism at Khlong Hae Floating Market to be a food tourism destination for Malaysian tourists consist of 7 approaches: 1) Physical resources: the condition of the canal should be improved and there should be an adequate and safe bus parking area, 2) Activities: various activities should be available with the connection among other nearby tourist attractions, 3) Local food identity: the local entrepreneurs should possess sufficient knowledge and skills relating to food and the food available should represents the identity of the southern region, 4) Image: The image of Khlong Hae Floating Market should be promoted by emphasizing the presentation of appealing local food in the South while public relations through online media, 5) Culture and identity: The traditional culture should be preserved (i.e. rowing activities to see the way of life along the water), 6) Developing local container products: product containers should be produced using natural and environmentally friendly materials, and 7) Halal food management: a halal food zone should be provided with picture and descriptions of the ingredients. The production processes must conform to the religious principles for Islamic restaurants to meet Halal food service standards for tourism.

Keywords: Gastronomy Tourism, Upgrading tourist attractions, Khlong Hae Floating Market, Malaysian tourists

บทนำ

ตลาดน้ำ นับเป็นแหล่งวิถีการค้าขายอันยาวนานหลายชั่วอายุคนตั้งแต่อดีต แต่ในปัจจุบันการมาเดินตลาดน้ำสำหรับคนในเมืองกับนักท่องเที่ยวเริ่มมีน้อยลงแล้ว ทำให้หลายแห่งได้ประยุกต์ตลาดน้ำให้มีความสะดวกสบาย และมีความน่าสนใจ เพิ่มความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติมาเดิน ซอปป ชิม กันแบบไม่ขาดสาย โดยเหตุผลที่ตลาดน้ำยังคงสามารถสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง มีหลายปัจจัย ประกอบด้วย เป็นย่านค้าขายอันเก่าแก่ เก่าและดี พ่อค้าแม่ค้าใส่ใจ วิถีชีวิตอันสวยงาม บรรยากาศชวนพักผ่อน (Sawasdee Thailand, 2023)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานวัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากร การท่องเที่ยวและเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่รวมเป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการชิมอาหารท้องถิ่น และรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส (Anan & Sukpacth 2019) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ ความบันเทิงและสุนทนาการ และสร้างรายได้ที่มีมูลค่าสูง โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านอาหารมากที่สุด และการท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้เกิดการเดินทางการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นต่างๆ เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกจังหวัดในประเทศไทย และส่งผลต่อเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต (Pipattananan et al.2023)

ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ริมฝั่งคลองตรงข้ามกับวัดคลองแห เป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ มีลักษณะของตลาดที่ผสมผสานระหว่างตลาดน้ำ (จำหน่ายสินค้าในเรือ) และตลาดโบราณ (จำหน่ายสินค้าทางบก) มีทั้งพ่อค้า แม่ค้า นำอาหารพื้นบ้าน คาว – หวาน เป็นสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นและผลผลิตทางเกษตรมาจำหน่าย ได้มีการสำรวจตลาดน้ำคลองแหและชมทัศนียภาพของสองฝั่งคลอง ในปัจจุบัน พ่อค้าแม่ค้า พยายามจะดำรงรักษาให้ตลาดแห่งนี้คงอยู่คู่ชุมชนต่อไป โดยการสนับสนุนนโยบายการใช้วัสดุและภาชนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น กระบอกไม้ไผ่ ใบตอง งดใช้ภาชนะโฟมและพลาสติก อีกทั้งแต่งกายด้วยชุดไทยพื้นบ้านเพื่อสร้างบรรยากาศของวัฒนธรรมไทยตามนิยามของ “ตลาดน้ำคลองแห” คือ “วัฒนศิลป์ถิ่นใต้” และในช่วงของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเทศบาลเมืองคลองแหได้จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้การดำเนินการ “ตลาดน้ำคลองแห” มีสีสันยิ่งขึ้นโดยการจัดกิจกรรมเช่น การประกวดอาหารพื้นบ้านชนิดต่าง ๆ การจัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้ “ตลาดน้ำคลองแห” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมทุกด้านที่จะรองรับนักท่องเที่ยว และสามารถดำรงอยู่ด้วยตนเองได้อย่าง

เข้มแข็งต่อไปในอนาคต อีกทั้งเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชาวคลองแหแบบมั่นคงและยั่งยืนตลอดไป (Klonghaecity,n.d.) ตลาดน้ำคลองแห ได้รับการคัดเลือก เป็น 1 ใน 6 ตลาดน้ำ สืบสานวัฒนธรรมไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของ กระทรวงวัฒนธรรมเพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการพัฒนายกระดับ ซึ่งตลาดน้ำแห่งนี้ นับเป็นตลาดน้ำที่มีผู้นำและเครือข่ายที่เข้มแข็ง มีสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่หลากหลายน่าสนใจ คนในชุมชนมีความรัก สามัคคี และมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างดี โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านอย่างชาวมลายูและชาวสิงคโปร์ ที่นิยมท่องเที่ยวมาที่ตลาดน้ำแห่งนี้โดยตลอด (Daily News, 2023) นักท่องเที่ยวชาวมลายูเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหเพิ่มขึ้นถึง 60% ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ บรรยากาศมีความคึกคักมากเป็นพิเศษ มีรถบัสหลายสิบคันทั้งของไทยและมาเลเซีย รวมถึงรถยนต์ส่วนบุคคลเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองแห ซึ่งมีทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กรู๊ปทัวร์ และครอบครัว ที่พากันเข้ามาเที่ยวในไทย ทำให้ช่วงวันหยุดมีนักท่องเที่ยวหลายพันคนหมุนเวียนมาแวะ ชิม ซื้บ ซั้บ ของฝาก และอาหารพื้นเมืองที่รสชาติอร่อยและราคาถูกใจ จุดน่าสนใจของที่นี่คือ การขายอาหารในเรือที่จอดเรียงรายในคลองแหที่พ่อค้า แม่ค้า ต่างสวมใส่ชุดผ้าไทยเพื่อเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวสนใจต่างรอคิว เลือกซื้ออาหาร เครื่องดื่ม อีกทั้งมีซุ้มขายอาหารบนบก สร้างรายได้ให้กับพ่อค้าแม่ค้าได้อย่างมาก พร้อมกับรับชมการแสดงบนเวที (Hatyai today, 2022)

โอกาสและความท้าทายของตลาดน้ำคลองแหยังคงมีอีกหลายปัจจัย นอกจากได้รับยกย่องให้เป็น “ตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้” แล้ว ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สามารถยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ในอนาคต ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาเรื่อง “แนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมลายู” เนื่องด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่เดินทางมายังตลาดน้ำคลองแห ส่วนใหญ่เป็นชาวมลายู หากมีการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาด เจ้าของธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวและการบริการที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาทั้งด้านการจัดการพื้นที่และด้านการจัดการด้านอาหารให้มีมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำคลองแห อีกทั้งยังเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมลายูที่มาใช้บริการของตลาดน้ำคลองแห
2. เพื่อหาแนวทางในการยกระดับตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมลายู

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารและประเภทของของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ความบันเทิงและสุนทนาการ นอกจากประสบการณ์การรับประทานอาหารแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร ตลาด งานแสดงและสาธิตการทำงานอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์เดินทางประเภทนี้ยังเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบลอง เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ ในแต่ละท้องถิ่น การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องคุณภาพและรูปลักษณะต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้าด้านการท่องเที่ยว รวมถึงอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคผ่านการบริโภค ดังนั้นประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงสามารถเกิดขึ้นในสถานที่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง หรือเกิดขึ้นบนวัตถุประสงค์ใดก็ได้จากที่กล่าวมาทั้งหมด (Anekpoonsuk,2017)

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ (1) ทัวร์อาหาร (Food Tours or Routes) หรือเรียกอีกอย่างว่า เส้นทางรสชาติ (Taste Paths) ซึ่งรวมถึงเครื่องดื่มด้วย เช่น ไวน์ วิสกี้ ไชเดอร์ และเบียร์ ทัวร์อาหารทำให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนความคิดในเรื่องอาหาร รสชาติ วัฒนธรรมและชุมชน รวมถึงการไปฟาร์ม ฟุงนา เยี่ยมชมโรงงานถึงแหล่งสถานที่ผลิตอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น (2) พิพิธภัณฑ์อาหาร (Food Museum) เพื่อบอกที่มาของเรื่องราว กระบวนการผลิต ส่วนผสม เครื่องปรุง การใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ และวิธีการปรุงอาหารประเภทต่างๆ วัตถุประสงค์ของอาหารและอาหารท้องถิ่นเป็นแนวความคิดหลักการระของการจัดพิพิธภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่ รวมถึงการจัดกิจกรรมการปรุงอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์โดยตรง (3) เทศกาลอาหาร (Food Festival or Event) การจัดเทศกาลอาหาร นิยมจัดแบบที่สามารถเคลื่อนที่ได้ง่าย จากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพราะส่วนใหญ่เป็นการจัดงานขึ้นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เทศกาลอาหารสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในชาติและต่างชาติได้เป็นส่วนมาก ส่วนใหญ่เป็นการจัดเกี่ยวกับอาหารประจำชาติและอาหารประจำภูมิภาค มีการนำเสนออาหารท้องถิ่นและเครื่องดื่มในรูปแบบต่างๆ แสดงถึงขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบอาหารและอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ นักปรุงอาหารที่มีชื่อเสียงมาแสดงการปรุงอาหาร มีการประกวดการแข่งขันและมอบรางวัล (4) การเรียนปรุงอาหาร (Cooking Classes) เป็นการเรียนระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจศิลปะการปรุงอาหารแล้ว ยังต้องการมีความรู้ถึงวัฒนธรรมด้านอาหาร ประเพณีอาหารท้องถิ่นประจำภูมิภาค การเกษตร ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่างๆ สามารถเรียนรู้ได้ทั้งแบบระยะสั้นที่เป็นเมนูอาหารเฉพาะถึงอาหารระดับภูมิภาค (Hialager & Richards, 2002)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในประสบการณ์ทางด้านอาหาร การเยี่ยมชมสถานที่ ตลาด ซึ่งนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ในแต่ละท้องถิ่นที่ได้เดินทางไปสัมผัส

สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน และมีแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการจัดการด้านพื้นที่และด้านอาหาร เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (1) ทัวร์อาหาร (2) พิพิธภัณฑอาหาร (3) เทศกาลอาหาร (4) การเรียนปรุงอาหาร

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นการเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความบันเทิงและสันทนาการ และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างรายได้ที่มีมูลค่าสูง โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายด้านอาหารมากที่สุด จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางเข้าสู่ท้องถิ่นมากขึ้น อันจะส่งผลทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของทุกกลุ่มคน เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ตลอดจนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร รวมถึงสนับสนุนนโยบายในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยผ่านอุตสาหกรรมทางด้านอาหารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของประเทศไทย

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการจำแนกประเภทนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพุดหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป หรือรับประทาน อาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น (Seiyanon, 2017)

การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องรู้ถึงประเภทของนักท่องเที่ยวและจะต้องจำแนกประเภทของลักษณะนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1) จำแนกตามจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม

(1) นักท่องเที่ยวเดินทางที่เดินทางมาเอง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นส่วนตัวหรือครอบครัวเดียว มีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองว่าจะไปไหน ไปอย่างไร พักที่ไหน กินอะไร

(2) นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ได้แก่ การเดินทางเป็นหมู่คณะตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ส่วนใหญ่มักจะไปบริการของบริษัทนำเที่ยวหรือจัดไปกันเองเป็นหมู่คณะใหญ่ๆ

2) จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ท่องเที่ยว ดังนี้ เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวในวันหยุด กลุ่มนี้มักเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อการศึกษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี เพื่อสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาตัว เช่น อาบน้ำแร่ เป็นต้น เพื่อการศึกษา เพื่อการประชุมสัมมนา

3) จำแนกตามลักษณะการเดินทาง เช่น ทางบก ทางเรือ และทางอากาศ

- 4) จำแนกตามสภาพภูมิประเทศ
- 5) จำแนกตามอายุ
- 6) จำแนกตามเพศ
- 7) จำแนกตามฐานะทางสังคมหรือฐานะทางเศรษฐกิจ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อพักผ่อน รองลงมาเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามาแล้วจำนวน 7-8 ครั้ง ใช้รถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทาง โดยเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาโดยพักรแรมเป็นเวลา 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นเงิน 2,001-3,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มเติมในด้านวัน/เวลาของการจัดงานประเพณีหรือเทศกาล และต้องการไปท่องเที่ยวที่พระมหาธาตุเจดีย์ไตรภพ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความประสงค์ต้องการจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอนในอนาคต (Tongsawat, 2016)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูด สีหน้าท่าทาง ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น นอกจากนี้การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกตามจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่ม วัตถุประสงค์ที่ท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง สภาพภูมิประเทศ อายุ เพศ ฐานะทางสังคมหรือฐานะทางเศรษฐกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย” คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้มีการแบ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1.1 บุคลากรในเทศบาลเมืองคลองแห จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 1) คัดเลือกจากภาระงานของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองคลองแห ที่ทำหน้าที่ในการดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำคลองแห อาทิ เลขาธิการเทศบาลเมืองคลองแห เจ้าหน้าที่กองคลัง เจ้าหน้าที่กองยุทธศาสตร์และงบประมาณ เจ้าหน้าที่กองสวัสดิการสังคม และเจ้าหน้าที่งานส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเทศบาลเมืองคลองแห

- 1.2 ผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแห จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การพิจารณา คือ คัดเลือกผู้ประกอบการร้านค้าที่มีร้านค้าในพื้นที่ตลาดน้ำคลองแห ทั้งโซนบนบก โซนในเรือ ซึ่งพิจารณาทั้งร้านที่เป็นไทย พุทธและมุสลิม

- 1.3 นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ โดยมีคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลจนมีความอิ่มตัว ทั้งหมดจำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview Question) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยออกแบบข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ และตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปใช้ในการสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 3 กลุ่ม คือ (1) นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห จำนวน 10 คน (2) บุคลากรของเทศบาลเมืองคลองแหที่รับผิดชอบเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแห จำนวน 5 คน และ (3) ผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแหจำนวน 5 คน

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง บทความ หนังสือ รายงานวิจัย ข่าวสารและเว็บไซต์จากแหล่งข้อมูลออนไลน์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยตรวจสอบว่าผู้ให้ข้อมูลได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่ครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนำข้อมูลมาสรุปและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และนำเสนอข้อมูลแนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “แนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย” ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห 2) แนวทางการยกระดับพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห

ผลการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหโดยมากกับกรุ๊ปทัวร์ ใช้รถบัสเป็น

ยานพาหนะ รองลงมาจะเป็นการเช่ารถตู้มาเป็นครอบครัวใหญ่ สำหรับครอบครัว 4-6 คนจะขับรถยนต์ส่วนตัว อีกทั้งยังมีบางส่วนขับมอเตอร์ไซด์เป็นกลุ่มใหญ่มากับกลุ่มเพื่อน นักท่องเที่ยวบางส่วนเดินทางเข้ามาเพื่อทำธุระส่วนตัวในอำเภอหาดใหญ่และต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ซึ่งได้รับคำแนะนำจากคนขับรถตู้ทุกบริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า ลีการ์เดินส์พลาซ่า

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห ส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อนและรับประทานอาหารท้องถิ่น ได้แก่ ข้าวยา ข้าวเหนียวไก่ทอด ขนมป้า เครื่องดื่มที่มีภาชนะจากกระบอกไม้ไผ่ สำหรับนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่นับถือศาสนาอิสลาม มักเลือกซื้อของจากร้านผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิม เนื่องจากมีความมั่นใจว่าไม่ขัดต่อหลักศาสนา และเดินเยี่ยมชมบรรยากาศของตลาดน้ำคลองแห ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีคฤหบดีแนะนำให้เดินทางมาเที่ยว ชมการแสดงที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ ได้แก่ การแสดงมโนราห์จากเยาวชนในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่รู้จักและเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหจากการแนะนำของมัคคุเทศก์ รองลงมาคือจากคำแนะนำของญาติหรือคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว และติดตามข่าวสารตลาดน้ำคลองแหจากการการรวิวิวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เพจเฟซบุ๊ก “ตลาดน้ำคลองแห ตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้” และเวปไซต์การท่องเที่ยวหาดใหญ่

ส่วนที่ 2 แนวทางในการยกระดับพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

ตลาดน้ำคลองแหนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายหลังสถานการณ์โควิด การพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ตลาดน้ำคลองแห อาทิ ด้านทรัพยากรทางกายภาพ ด้านกิจกรรม ด้านอัตลักษณ์เชิงอาหาร ด้านภาพลักษณ์ ด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภาชนะท้องถิ่น และด้านการจัดการอาหารฮาลาล เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการร้านค้า เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางในการยกระดับพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหได้ 7 แนวทาง ประกอบด้วย

1. **ด้านทรัพยากรทางกายภาพ** ตลาดน้ำคลองแหที่ตั้งอยู่ริมคลอง บริเวณใกล้เคียงกับวัดคลองแห มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำ แต่ยังคงมีปัญหาหน้าน้ำเสีย และเป็นโคลนตมเมื่อฝนตก ซึ่งส่งผลต่อบรรยากาศและทัศนียภาพ ความสวยงามของตลาดน้ำคลองแหควรมีการปรับปรุงสภาพลำคลองให้มีความสะอาดมากขึ้น โดยทางภาครัฐได้สร้างความตระหนักให้พ่อค้าแม่ค้าช่วยรักษาความสะอาด ไม่ทิ้งขยะหรือเศษอาหารที่ตนขายลงแม่น้ำ เพื่อเป็นการช่วยกันรักษาลำคลองไม่ให้เกิดการเน่าเสีย

การเกิดโคลนตมเมื่อฝนตก ซึ่งเป็นปัญหาที่ค่อนข้างแก้ไขยากเนื่องจากเกิดจากธรรมชาติ เมื่อฝนตกน้ำที่ไหลมาจะพาโคลนตมมาด้วย บางปีที่เกิดน้ำท่วมก็จะต้องปิดปรับปรุงตลาดน้ำ ไม่สามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้ ทางเทศบาลจึงมีแนวทางในการพัฒนาโดยการยกระดับท่าเทียบจอดเรือให้สูงขึ้นและมีบันไดลงไปเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อของเมื่อเกิดฝนตกหรือน้ำท่วมน้ำที่สูงขึ้นก็จะเป็นปัญหา ปรับปรุงพื้นที่ริมน้ำให้ดูเปิดโล่งมากขึ้น มีการจัดการให้เรือที่ขายของในน้ำมีความห่างกันเพื่อลดความแออัดของนักท่องเที่ยวขณะเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้าต่างๆ เพื่อความเป็นระเบียบและลดความเสี่ยงในการเบียดเสียดกันจนอาจตกน้ำได้ ในอนาคตทางเทศบาลมีแนวคิดที่จะขยายพื้นที่การขายสินค้าในเรือไปยังอีกฝั่งคลองด้วย เพื่อให้มีพื้นที่มากขึ้นและลดความแออัดของเรือจำหน่ายสินค้า ปรับปรุงทางเดินในตลาดโบราณให้มีขนาดที่กว้างมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมได้เดินเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย ไม่เกิดการแออัดจนอาจเกิดอุบัติเหตุได้อีกทั้งปรับปรุงพื้นที่ที่ใช้ในการนั่งพักผ่อนและทานอาหารให้มีมากขึ้น เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอย่างล้นหลามในแต่ละวัน โดยอาจมีการขยายพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีพื้นที่ในการนั่งพักผ่อนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันพื้นที่ในการนั่งพักผ่อนหรือชมการแสดงค่อนข้างน้อย อีกทั้งการปรับปรุงพื้นที่ลานจอดรถบัสนักท่องเที่ยวมาเลเซีย โดยการขยายพื้นที่และลาดพื้นซีเมนต์เพื่อความปลอดภัยและความสะอาด

2.ด้านกิจกรรม ตลาดน้ำคลองแหมีความโดดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวขึ้นเป็นประจำ มีการแสดงจากคนในชุมชน และเยาวชน แต่การจัดการแสดงอาจมีความไม่แน่นอน จึงเสนอให้มีการจัดตารางการแสดงขึ้นในแต่ละเดือน มีความหลากหลาย โดยจัดตารางกิจกรรมการแสดงขึ้นอย่างชัดเจน อาทิ การแสดงมโนราห์ การแสดงพื้นบ้านของภาคใต้ การร้องเพลงของชาวมุสลิม การรำไทยของเยาวชนหรือกิจกรรมจากหน่วยงานอื่นๆ ที่สนใจมาร่วมแสดงในตลาดน้ำ อีกทั้งควรมีตารางกิจกรรมท่องเที่ยวล่องเรือท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ใกล้ตลาดน้ำคลองแห ชมบรรยากาศริมคลอง สัมผัสวัฒนธรรมประวัติศาสตร์อันยาวนาน ได้แก่ วัดคูเต่า วัดนารังนก จัดทำเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบและจองกิจกรรมล่วงหน้าผ่านเพจเฟซบุ๊กหรือแอปพลิเคชันตีกตอก เป็นการโปรโมทสถานที่และเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและได้เยี่ยมชมการแสดงได้ตามความสนใจ

3. ด้านอัตลักษณ์เชิงอาหาร อาหารท้องถิ่นที่สร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของตลาดน้ำคลองแห ซึ่งอาหารที่มีจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ทั้งอาหารคาว อาหารหวาน เครื่องดื่ม มีการผสมผสานระหว่างอาหารทั่วไปและอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีความรู้และทักษะด้านอาหารเป็นอย่างดี เพื่อสร้างอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในตลาดน้ำคลองแห มีดังต่อไปนี้

(1) ก๋วยจั๊บลูก (ก๋วยจั๊บกะลา) ก๋วยจั๊บบนอาหารที่อยู่คู่กับคนไทยมานาน ตลาดน้ำคลองแหได้หาจุดเด่นเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยการนำกะลา หรือปลวกในภาษาใต้มาล้างทำความสะอาด นำมาเป็นภาชนะในการใส่ก๋วยจั๊บบ เกิดเป็นเมนูขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวมักจะมาลองชิม

(2) ข้าวยาปักซี่ใต้ เป็นอาหารท้องถิ่นของทางภาคใต้ สมุนไพรหรือส่วนผสมจะแตกต่างกันในแต่ละท้องที่ เอกลักษณ์ที่สำคัญของข้าวยา นันก็คือ “น้ำบูดู” น้ำบูดูจะช่วยชูโรงให้รสชาติ และส่วนผสมทั้งหมดเข้ากันอย่างลงตัว กลมกล่อม เป็นรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในแบบฉบับอาหารปักซี่ใต้

(3) ขนมป้า (ขนมถ้วยฟูภาคใต้) เป็นขนมพื้นบ้านทางภาคใต้ชนิดหนึ่งที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน มีลักษณะคล้ายๆ ขนมถ้วยฟูของทางภาคกลาง แต่ขนมป้าจะทำจากน้ำตาลโตนด บ้างเรียกว่าขนมป้าจอก เนื่องจากหยอดแป้งลงในถ้วยตะไล ภาษาใต้ เรียกว่า "จอก" ใช้รับประทานกับมะพร้าวชูดคลุกเกลือ ขนมจะมีสีน้ำตาลโตนด และมีกลิ่นหอมของน้ำตาลโตนด

(4) ถั่วคั่ว เมืองสงขลาเป็นเมืองที่มีความหลากหลาย ทั้งวัฒนธรรมประเพณีและเชื้อสายของผู้คน อาหารท้องถิ่นของสงขลาจึงมีความหลากหลาย และการผสมผสานจากหลายวัฒนธรรม “ถั่วคั่ว” หรือสลัดทะเลสาบ ก็เป็นอาหารท้องถิ่นอีกชนิดหนึ่งของชาวสงขลา สูตรของสงขลาจะใช้หมู เนื้อและเลือดหมู กุ้งทอด ถ้าเป็นอาหารมุสลิมจะใส่เพียงกุ้งทอด

(5) ขนมบอกร หนึ่งในขนมพื้นถิ่นสงขลา ว่ากันว่าชาวบ้านแถวนี้ทำกิน ทำขายมาตั้งแต่ก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 วัตถุดิบที่นำมาประกอบเป็นขนมบอกร มาจากของที่มีอยู่บริเวณบ้าน คำว่า บอกร มาจากคำว่า "กระบอกร" ที่ร้านจะขายทั้ง ขนมบอกรที่ทำจากแป้ง และ เหนียวบอกร ที่ทำจากข้าวเหนียว เอาไปนึ่งจะสุก เวลาเสิร์ฟโดยน้ำตาลผสมงาคั่ว

(6) ขนมมด เป็นอีกหนึ่งขนมประจำจังหวัดสงขลา ขนมมดทำมาจากแป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว นำมาผสมหางกะทิแล้วปั้นเป็นก้อนกลม ๆ จากนั้นถึงรีดให้ตัวแป้งนั้นบางแล้วพักไว้เพื่อจะได้เตรียมยัดไส้ ส่วนไส้ขนมมีอยู่ด้วยกัน 2 แบบ แบบแรกคือไส้มะพร้าว แบบที่สองคือไส้ถั่ว ไส้ในหวานหอมอร่อยเข้ากันดีอีกทั้งได้ประโยชน์จากงาคั่วที่โรยอยู่บนท็อปปิ้งรวมทั้งไส้ถั่วที่อยู่ภายในแป้ง

(7) ต้มสามเหลี่ยม หรือ ข้าวเหนียวต้มสามเหลี่ยม ที่ทำมาจากใบกะพ้อ เป็นอาหารพื้นบ้านของคนภาคใต้ เป็นอาหารมงคลของคนใต้ ใช้ในงานบุญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวันสารทเดือนสิบ งานประเพณีชักพระ งานบวช งานสมโภชองค์พระต่าง ๆ หรือ นำมารับประทานคู่กับแกงคั่วหน่อไม้

4. ด้านภาพลักษณ์ ตลาดน้ำคลองแหเป็นตลาดน้ำที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว มาเลเซียเป็นอย่างดี รู้จักกันในนามของตลาดน้ำทางวัฒนธรรม ที่นำเสนอตลาดน้ำออกมาโดยการสอดแทรก วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่ได้อย่างลงตัว การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ มีการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำคลองแหทางสื่อออนไลน์ อาทิ เพจเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันติ๊กต็อก จัดทำเป็นสื่อวิดีโอแนะนำเสนอ หรือบทความให้ความรู้สั้นๆ เพื่อเป็นการกระจายข่าวและโปรโมทสถานที่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และอัปเดตในสื่อ ออนไลน์สม่ำเสมอเพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยว และเป็นการสื่อสารที่สามารถทำให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ ง่าย ซึ่งนอกจากภาพลักษณ์ของตลาดน้ำทางวัฒนธรรมแล้ว ควรมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแหให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเน้นนำเสนอด้านอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาลิ้มลองอีก ทั้ง ควรมีการจัดกิจกรรมทางสื่อออนไลน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิ หากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาด น้ำคลองแหแล้วแชร์รูปภาพพร้อมความประทับใจจะได้รับคูปองส่วนลดในการมาท่องเที่ยวครั้งถัดไป เป็นการเชิญชวน ให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในตลาดน้ำคลองแหอีกด้วย

5. ด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ตลาดน้ำคลองแหเป็นชุมชนที่เต็มไปด้วยการสอดแทรกวัฒนธรรม เป็นวิถีแห่งบรรพชนซึ่งอาศัยสายน้ำแห่งนี้เส้นทางสัญจร เพื่อนำพืชผลมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันหรือไปมาหาสู่กัน ตั้งแต่ครั้งในอดีต จะเห็นได้ว่าในตลาดน้ำมีการตกแต่งพื้นที่ที่สะท้อนความเป็นไทยและวิถีชีวิตของคนในชุมชน ตลาด น้ำคลองแหเป็นตลาดน้ำวัฒนธรรมแห่งแรกของภาคใต้ พ่อค้าแม่ค้าส่วนมากเป็นคนในชุมชนที่มาค้าขาย มีทั้ง วัฒนธรรมไทย และวัฒนธรรมของชาวมุสลิมปะปนกันไป เพราะคนในชุมชนก็เป็นชาวมุสลิม นอกจากบรรยากาศและ การแสดงต่างๆที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตแล้ว อาหารที่จำหน่ายก็เป็นอาหารในชุมชน สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นวิถีชีวิต ของชุมชนคลองแหได้เช่นกัน ตลาดน้ำคลองแหควรมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมดั้งเดิมของชุมชน โดยจัดขึ้นตามเทศกาลสำคัญ อาทิ กิจกรรมการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่หรือก่อเจดีย์ทรายในเทศกาลสงกรานต์ การแห่หม้อ ในเทศกาลสารทเดือนสิบ การประกวดนางนพมาศในวันลอยกระทง กิจกรรมพายเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ ถือเป็น การถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับชมและได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม อาทิ กิจกรรมการรดน้ำดำ หัวผู้ใหญ่หรือก่อเจดีย์ทรายในเทศกาลสงกรานต์ การแห่หม้อในเทศกาลสารทเดือนสิบ การประกวดนางนพมาศในวัน ลอยกระทง การแสดงออกทางวัฒนธรรมผ่านเทศกาลและวันสำคัญ และกิจกรรมอนุรักษ์วิถีชีวิต เช่น การแข่งขันเรือ ยาว ถือเป็น การถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับชมและได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ การ แต่งกายด้วยชุดไทยหรือผ้าไทย ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแหใส่ผ้าไทยลดลง หากภาครัฐมีการจัดการ นำการแต่งกายด้วยผ้าไทยกลับมาอีกครั้ง โดยอาจปรับให้ดูเข้ากับยุคสมัยและเพิ่มความคล่องตัว แต่ยังคงความเป็น ไทยไว้อยู่ จะเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแหได้ นอกจากการเป็นตลาดน้ำเชิงวัฒนธรรมแล้ว ตลาดน้ำคลองแห ยังสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ เนื่องจากคนในชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการได้มีการจำหน่าย

อาหารและเครื่องดื่มที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน และแสดงออกถึงวัฒนธรรมของคนไทยให้แก่นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห ผู้ประกอบการหลายท่านอยากให้ทางภาครัฐนำเสนออาหารของชุมชน คลองแหให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านอาหารและเครื่องดื่มของคนในชุมชน

6. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภาชนะท้องถิ่น ตลาดน้ำคลองแหควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาชนะ ท้องถิ่นโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม งดใช้ภาชนะที่เป็นโฟมและพลาสติก สร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตลาดน้ำคลองแหโดยการ เลือกลงใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์เป็นภาชนะในการใส่อาหารและเครื่องดื่ม เป็นการเพิ่มมูลค่าและเป็นจุดขายของตลาดน้ำคลองแห จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า สามารถพัฒนา ผลิตภัณฑ์ภาชนะท้องถิ่นของตลาดน้ำคลองแห ได้ดังนี้

(1) พลก (กะลา) ใส่อาหาร ในการจำหน่ายก้วยจับ ก้วยเตี่ยวและอาหารบางประเภท ผู้ประกอบการจะ ใช้พลกหรือที่เรียกว่ากะลาในภาคกลางมาใช้ในการใส่อาหาร โดยการนำกะลามาชัดด้วยกระดาษทราย เคลือบด้วย เลคเกอร์ ทำความสะอาดเป็นอย่างดีแล้วจึงนำมาใส่อาหาร เป็นที่ต้องการและขึ้นชอของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

(2) ใบตองใส่อาหาร การใช้ใบตองใส่อาหารมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ตลาดน้ำคลองแหได้ถ่ายทอด เอกลักษณ์นี้โดยการให้ผู้ประกอบการใช้ใบตองเป็นภาชนะในการใส่อาหาร นำใบตองมาล้างทำความสะอาดพับเป็น รูปร่างคล้ายกระทงแล้วใช้ไม้กลัดไว้ ร้านค้าหลายร้านในตลาดน้ำคลองแหก็จะใช้ใบตองเป็นภาชนะเพื่อความเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากใบตองเป็นวัสดุจากธรรมชาติทำให้อยู่สลายได้ง่าย ทำให้ลดปัญหาการกำจัดขยะได้อีกด้วย

(3) กระบอกไม้ไผ่ ผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแหที่เป็นร้านขายเครื่องดื่ม จะทำภาชนะการใส่ เครื่องดื่มมาจากกระบอกไม้ไผ่ โดยการนำกระบอกไม้ไผ่มาทำความสะอาดและนำมาใส่เครื่องดื่ม ตกแต่งด้วยดอกไม้ เช่น ดอกกล้วยไม้ ประดับบนปากกระบอก สร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย เป็นอย่างมาก

7. ด้านการจัดการอาหารฮาลาล การจัดการอาหารฮาลาลในตลาดน้ำคลองแห บริบทด้านพื้นที่ของตลาด น้ำคลองแหตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่ที่ติดกับสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และพื้นที่จังหวัด สงขลาติดกับประเทศมาเลเซีย ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้มีวัฒนธรรมต่างๆ ของ ชาวมุสลิมปะปนกับวัฒนธรรมของชาวไทย เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม ควรมีการจัดแบ่ง โซนอาหารฮาลาล มีป้ายอาหารฮาลาลอย่างชัดเจน มีรูปภาพประกอบพร้อมข้อมูลวัตถุดิบ เนื่องจากอาหารฮาลาลเป็น สิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค จะต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจาก สิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ) ควรมีการผลักดันให้ร้านอาหารอิสลามได้รับมาตรฐานการ

บริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาลและ อาหารฮาลาล และการสร้างการรับรู้สัญลักษณ์ฮาลาลไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมได้เดินทางมาเที่ยวและสามารถรับประทานอาหารได้อย่างสบายใจไม่ขัดต่อหลักศาสนา อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงคุณภาพอาหารและความสะอาดเป็นหลักสำคัญ วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหารจะต้องมีคุณภาพ รสชาติอร่อย ประยุกต์ใหม่ ถูกสุขลักษณะ และจะต้องมีเจ้าหน้าที่เข้ามาประเมินคุณภาพของอาหาร มีสถานที่ในการล้างทำความสะอาดหลังจำหน่ายโดยเฉพาะ และผู้ประกอบการที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายในเรือจะต้องมีการล้างทำความสะอาดเรือเป็นประจำ อีกทั้งมีการตรวจความสะอาดจากเจ้าหน้าที่ประจำทุกเดือน

อภิปรายผลและสรุป

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผล ได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถบัสกับบริษัททัวร์ รองลงมาคือเช่ารถตู้มากับครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจในช่วงวันหยุด รองลงมาคือรับประทานอาหารท้องถิ่น โดยเลือกซื้อจากร้านผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิม ส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำคลองแหจากคำแนะนำของมีคคุเทศก์ รองลงมาจากคำแนะนำของญาติหรือคนรู้จัก อีกทั้งมีความสนใจในกิจกรรมการแสดง ศิลปะวัฒนธรรมภาคใต้ สอดคล้องกับ Tongswat (2016) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อพักผ่อน ใช้รถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทาง โดยเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวมีความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มเติมในด้านวัน/เวลาของการจัดงาน ประเพณีหรือเทศกาล ส่วนใหญ่มีความประสงค์ต้องการจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอนในอนาคต

แนวทางในการยกระดับพื้นที่ตลาดน้ำคลองแหให้เห็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ปัจจัยด้านการจัดการอาหารฮาลาลส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหควรมีการจัดแบ่งโซนอาหารฮาลาล มีป้ายอาหารฮาลาลอย่างชัดเจน มีรูปภาพประกอบพร้อมข้อมูลวัตถุดิบ มีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งต้องห้าม และมีคุณค่าทางอาหาร ควรมีการผลักดันให้ร้านอาหารอิสลามได้รับมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jiraporn et al. (2019) ที่กล่าวว่า การผลักดันให้ร้านอาหารฮาลาลมีศักยภาพและมีมาตรฐานตรงตามหลักการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวได้รับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมได้ ผู้ประกอบการท้องถิ่นควรมีความรู้และทักษะด้านอาหารเป็นอย่างดี อาหารที่จำหน่ายแสดงถึงความ เป็นอัตลักษณ์ของภาคใต้ วัตถุประสงค์จากในชุมชนภาคใต้ ซึ่งอาหารที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในตลาดน้ำคลองแห สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kritmanorote & Disatapundhu (2018) ที่กล่าวว่า อาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของของภาคใต้ ได้แก่ แกงไตปลา ข้าวยา แกงเหลือง คั่วกลิ้ง ปลาทอดขมิ้น บูดูทรงเครื่อง ไก่ก้อและ ผัดสะตอ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาชนะท้องถิ่นโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตลาดน้ำคลองแหโดยการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์เป็นภาชนะในการใส่อาหารและเครื่องดื่ม เป็นการเพิ่มมูลค่าและเป็นจุดขายของตลาดน้ำคลองแห เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวผ่านการทำความสะอาดแล้ว ใบตองใส่อาหาร รวมถึงกระบอกไม้ไผ่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Inthasang et al.(2019) ที่ศึกษาเรื่อง ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและรับรู้คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและการรับรู้คุณค่ามีบทบาทสำคัญและมีทิศทางบวกต่อความไว้วางใจด้านสิ่งแวดล้อม ในทำนองเดียวกันความไว้วางใจด้านสิ่งแวดล้อมนำไปสู่ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ ควรมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมดั้งเดิมของชุมชน กิจกรรมพายเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับชมและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม รวมไปถึงการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่แสดงออกถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนคลองแห สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phunak (2015) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา พบว่า ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทั้งหมดเป็นกิจกรรมทางน้ำ ที่ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำอัมพวา ได้แก่ กิจกรรมการล่องเรือชมทิวทัศน์ยามค่ำคืน การล่องเรือชมทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ปายายเล่น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมตามวิถีชีวิตริมคลอง คือ การประกอบอาชีพประมง โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พายเรือตกปลาและตกกุ้งในลำคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การดำเนินชีวิตร่วมกับธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ ควรมีการปรับปรุงสภาพลำคลองให้มีความสะอาดมากขึ้น ปรับปรุงพื้นที่ริมน้ำให้ดูเปิดโล่ง ปรับปรุงทางเดินในตลาดโบราณให้มีขนาดที่กว้างขึ้น รวมไปถึงการปรับปรุงพื้นที่ลานจอดรถบัสนักท่องเที่ยวมาเลเซียให้เพียงพอและมีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ Taiwan (2012) ที่กล่าวว่า แนวทางการบริหารจัดการด้านกายภาพ มีการวางแผนป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อบรมให้ความรู้เรื่องการบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ วางมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของท้องถิ่น ปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบและเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดน้ำคลองแหให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยเน้นนำเสนอด้านอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดกิจกรรมทางสื่อออนไลน์ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Muangmee (2019) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาตลาดน้ำประเทศไทย 4.0 เพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พบว่า ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในประเทศไทย ประกอบด้วยสิ่งดึงดูด กิจกรรม และความประทับใจ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและ

มีผลต่อภาพลักษณ์ตลาดน้ำในประเทศไทยมากที่สุด รวมถึงเสนอให้มีกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว สร้างกิจกรรมเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงตลาดน้ำคลองแห มีการจัดตารางการแสดงหรือกิจกรรมอย่าง ชัดเจนและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบและจองกิจกรรมล่วงหน้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือเบอร์โทรศัพท์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jittiwong (2013) ที่ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของการดำเนินงานตลาดน้ำคลองลัดมะยม ถนนบางระนาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า มีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวและเวลาในการท่องเที่ยวที่ แน่นนอน พร้อมทั้งมีการเพิ่มกิจกรรมสันทนาการและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และขยายไปยังสถานที่ใกล้เคียงกับชุมชน

การนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติ

1. ผู้ประกอบการในตลาดน้ำคลองแห สามารถนำข้อมูลแนวทางการพัฒนาด้านอาหารฮาลาล ด้านผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านอัตลักษณ์และวัฒนธรรม ไปปรับใช้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้
2. เทศบาลเมืองคลองแห ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบตลาดน้ำคลองแห สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการ วางแผนพัฒนาสภาพด้านทรัพยากรทางกายภาพ ด้านกิจกรรม ด้านภาพลักษณ์ และด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ให้กับตลาดน้ำคลองแหได้
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถนำข้อมูลไป ใช้เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าได้

ข้อจำกัดในการวิจัย

ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลนาน เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเดินทางไปตลาดน้ำเพื่อรับประทานอาหารเป็นหลัก จึงไม่สะดวกในการให้ข้อมูล อีกทั้งช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นช่วงฤดูฝนของพื้นที่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจึงไม่สะดวก ในการให้สัมภาษณ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเฉพาะกลุ่มอาหารฮาลาล ในจังหวัด สงขลา เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับ ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตได้

เอกสารอ้างอิง

- Anakpornsuk, B. (2017). Food on the move. TAT Review Magazine, Vol3 No.1, p 8-19., available at: <https://tatreviewmagazine.com/> (accessed 15 October 2023).
- Anan, K., & Sukpatch, K. (2019). Loyalty Creation Guidelines for Culinary Tourism in Thailand through Experiential Value. Thai Journal of Science and Technology, 8(6), pp. 585–595. available at: <https://shorturl.asia/UY4fr> (accessed 15 November 2023).
- Dailynews. (2023). Ministry of Culture promotes the first "Khlong Hae Floating Market" in the South. One of the prototypes to upgrade "10 land markets, 6 floating markets"., available at: <https://www.shorturl.asia/ukdcZ> (accessed 17 October 2023).
- Hatyaioday.com. (2022). Malaysian tourists flock to Khlong Hae Floating Market, increasing by 60% during the holidays., available at : <https://shorturl.asia/emcCb> (accessed 20 October 2023).
- Hjalager ,A & Richards, G. (2002). A typology of gastronomy tourism. In, Tourism and Gastronomy. London: Routledge.
- Inthasang, C., Sinthusiri, N., & Chaisena, Y. (2019). Green Product and Green Perceived Value Effect on Purchase Intentions. WMS Journal of Management Walailak University Vol.9 No.3 July-September. p 31-41., available at: <https://www.shorturl.asia/L3OE7> (accessed 22 October 2023).
- Jittiwong, J. (2013). Success of operation in Klong Lad Mayom Floating Market, Bang-Ramard, Taling Chan district, Bangkok. [Master's Thesis]. available at: <https://shorturl.asia/aopHe> (accessed 2 November 2023).
- Khlonghae Town Municipality. (n.d.). Khlonghae Floating Market., available at : <https://shorturl.asia/kHDZi> (accessed 19 October 2023).
- Kritmanorote, K., & Disatapundhu, S. (2018). Gastronomy tourism through identity cuisine in 4 regions. Institute of Culture and Arts Journal Srinakharinwirot University. Vol1. pp.139-151. available at: <https://shorturl.asia/37JhT> (accessed 5 November 2023).

- Muangmee, C. (2019). Thailand 4.0 Floating Market Development Strategy for Sustainable Tourism. Journal of the Association of Researchers. Vol.24 No.2 May-August. p 61-74., available at: <https://shorturl.asia/Awvpz> (accessed 28 October 2023).
- Phunak, W. (2015). The potential community tourism management Participating Effect. Academic Services Journal Prince of Songkla University Vol. 26 No. 1, Jan-Apr 2015.p.63-74., available at: <https://shorturl.asia/joh8Q> (accessed 10 October 2023).
- Pipattananan et al. (2023). Factors Affecting Gastronomy Tourism for Sustainable Tourism Development. Journal of MCU Kanchana Review. Vol. 3No. 1(Jan-Apr2023). available at: <https://shorturl.asia/1UbSN> (accessed 6 November 2023).
- Prasarnkarn et al. (2019). Key Success Factors in Operating a Halal Food Business for Tourism in Phuket Province. Phuket Rajabhat University Academic Journal Vol14 No1, p79-102. available at: <https://shorturl.asia/skAhi> (accessed 25 October 2023).
- Sawasdee Thailand. (2023). Why are floating markets so popular with tourists?, available at : <https://shorturl.asia/pEVux> (accessed 28 October 2023).
- Seiyanon, A. (2017). Entrepreneurship in the tourism industry. Chula Book Center, Bangkok, Thailand.
- Taiwan, A. (2012). Management of Tourist Attraction: In Case of Floating Market of Wet Takein, Amphur Pangkroy, Nontahaburi Province. Report is Funded by Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Business Administration Faculty. Thailand.
- Tongsawat, K. (2016). Malaysian Tourists Behavior and Satisfaction Of Cultural Tourism In Songkhla Province. Panyapiwat Journal.Vol.8 No.3 September-December p112-121., available at : <https://shorturl.asia/BebCA> (accessed 2 November 2023).