แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจัดการอุทกภัย

Design Guidelines for the Interior Physical Environment of Wat Lam Phaya Floating Market to Support Cultural Tourism and Flood Management

รับบทความ	27/07/2568
แก้ไขบทความ	14/01/2569
ยอมรับบทความ	15/01/2569

ชญาสวัสดิ์ สุริยศราญสุข* ธนพร วรฉัตร

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Chayasawat Suriyasaransuk, Tanapon Worachat

Department of Interior Architecture, Faculty of Architecture and Design,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

chayasawat.sur@rmutr.ac.th, tanapon.wor@rmutr.ac.th

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำวัดลำพญา 2) วิเคราะห์ความเหมาะสมของนวัตกรรมร่วมสมัยที่เสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวและการปรับตัวต่ออุทกภัย 3) สำรวจรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอุทกภัยและกิจกรรมท่องเที่ยว และ 4) เสนอแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ วัฒนธรรม เทคโนโลยี และความยืดหยุ่นต่ออุทกภัย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (convergent parallel mixed methods) ประกอบด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 414 ชุด และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 4 ราย พร้อมการสำรวจภาคสนาม วิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยโลจิสติกแบบพหุ (Multinomial Logistic Regression: MLR) และบูรณาการผลด้วยวิธีการนำผลข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ร่วมกันอย่างเป็นระบบ (Joint display)

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า “อาหารและสินค้าท้องถิ่น” เป็นจุดเด่นสูงสุด (51.4%) และ “บรรยากาศผสมเก่า–ใหม่” ได้รับความนิยมมากที่สุด (66.4%) โดยโมเดล MLR ทั้งห้าให้ค่าความพอดีในระดับยอมรับได้ ด้านเชิงคุณภาพพบข้อจำกัดของพื้นที่ เช่น ทางเดินแคบ ระดับพื้นที่ต่างกันราว 0.90 เมตร พื้นที่เสี่ยงอุทกภัยเฉลี่ย 1,270 ตร.ม. ระบบระบายน้ำไม่ต่อเนื่องและพื้นที่ร่มเงาไม่เพียงพอ พร้อมทั้งพบว่า ชุมชนยอมรับนวัตกรรมดิจิทัลแบบสนับสนุนตามเงื่อนไข เมื่อไม่กระทบภาพลักษณ์วัฒนธรรม

ผลการบูรณาการนำไปสู่ข้อเสนอเชิงรูปธรรม 5 แนวทาง ได้แก่ 1) โซนวัฒนธรรมอาหารและหัตถกรรม 2) นวัตกรรมเพื่อการรับมืออุทกภัย 3) จุดพักผ่อนเชิงวัฒนธรรม 4) นวัตกรรมดิจิทัล 5) การบริหารจัดการโดยชุมชน ทั้งหมดสังเคราะห์เป็นกรอบ “พื้นที่วัฒนธรรมร่วมสมัย” (contemporary cultural space) ที่บูรณาการอัตลักษณ์ วิถีชีวิต นวัตกรรม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่กับการปรับตัวต่ออุทกภัยอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: *ตลาดน้ำวัดลำพญา สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นวัตกรรมดิจิทัล นวัตกรรมเพื่อการรับมืออุทกภัย*

Abstract

This research aimed to 1) study the cultural context and identity of Wat Lam Phaya Floating Market, 2) analyze the appropriateness of contemporary innovations that enhance cultural tourism experiences and support flood adaptation, 3) examine the characteristics of the interior physical environment related to flood management and tourism activities, and 4) propose design guidelines for the interior physical environment that align with local identity, culture, technology, and resilience to flooding. The study employed a Convergent Parallel Mixed Methods approach, collecting quantitative data from 414 questionnaires and qualitative data from four semi-structured interviews and field surveys. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and Multinomial Logistic Regression (MLR), while the results were integrated using the Joint Display method.

The quantitative findings indicated that "local food and products" were identified as the most prominent feature (51.4%), while the "hybrid traditional–modern atmosphere" was the most preferred (66.4%). All five MLR models demonstrated acceptable levels of goodness-of-fit. The qualitative results revealed spatial limitations, including narrow walkways, a level difference of approximately 0.90 meters, flood-prone areas averaging 1,270 m², discontinuous surface drainage, and insufficient shaded areas. The community expressed a conditional acceptance of digital innovations when such technologies do not compromise cultural authenticity and the market's image.

The integrated findings led to five practical design strategies: 1) Cultural Food and Craft Zone 2) Flood-Resilient Innovation 3) Cultural Resting Nodes, 4) Digital Innovation 5) Community Co-management. These strategies were synthesized into the conceptual framework of "Contemporary Cultural Space" which integrates identity, lifestyle, innovation and the interior physical environment to support cultural tourism alongside sustainable flood adaptation.

Keywords: *Wat Lam Phaya floating market, interior physical environment, cultural tourism, digital innovation, flood-resilient innovation*

ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม เป็นตลาดน้ำเก่าแก่ที่มีอายุกว่าร้อยปีและมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2542 (สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา, 2553) และเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของภูมิภาคตะวันตก อย่างไรก็ตามปัจจุบันตลาดเผชิญความท้าทายสำคัญหลายด้าน ได้แก่ 1) ปัญหาอุทกภัยซ้ำซากจากแม่น้ำท่าจีนที่สร้างความเสียหายต่อโครงสร้างและกิจกรรมท่องเที่ยว (ผู้จัดการออนไลน์, 2568) 2) ผลกระทบโควิด-19 ที่ทำให้การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมยังไม่เต็มศักยภาพ โดยมีอัตราการเข้าพัก (OR) ประจำเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2568 เพียง 69.88% เทียบกับ 86.07% ก่อนโควิดในเดือนเดียวกัน ปี พ.ศ. 2562 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2568) 3) การขาดนวัตกรรมและเทคโนโลยีร่วมสมัย เช่น AR/VR หรือระบบชำระเงินไร้สัมผัส (Kwok & Chen, 2024) และ 4) การพัฒนาที่ไม่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น จนอาจทำให้เสน่ห์ทางวัฒนธรรมเลือนหาย

งานวิจัยที่ผ่านมามักมุ่งด้านเศรษฐกิจหรือการจัดการชุมชน แต่ยังขาดการศึกษาที่บูรณาการการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในร่วมกับการจัดการอุทกภัยและการใช้เทคโนโลยีร่วมสมัย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเสนอแนวทางการออกแบบพื้นที่ภายในตลาดน้ำวัดลำพญาเป็นต้นแบบการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชุมชน นวัตกรรมร่วมสมัย และรับมือกับอุทกภัยได้อย่างยั่งยืนสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566–2570 (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2566)

จุดประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำวัดลำพญา รวมถึงความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อแนวทางการพัฒนา
2. เพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของนวัตกรรมและเทคโนโลยีร่วมสมัยที่สามารถเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสนับสนุนการปรับตัวต่ออุทกภัยในตลาดน้ำวัดลำพญา
3. เพื่อสำรวจและประเมินรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในที่มีผลต่อการจัดการอุทกภัยและการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์วัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยีร่วมสมัย และการปรับตัวต่ออุทกภัยอย่างยั่งยืน

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง องค์ประกอบรอบตัวมนุษย์ ทั้งธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น แสง สี เสียง และวัสดุ ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมการใช้พื้นที่ (เมฐินี ภิญโญประการ, 2558; ศราวุฒิ ด้วงเบ้า, 2564; Ryu & Han, 2011) การออกแบบที่คำนึงถึงสรีระและบริบทวัฒนธรรมช่วยเพิ่มคุณค่าและการตัดสินใจของผู้ใช้ (จันทนี เพชรานนท์, 2545) แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้เป็นกรอบกำหนดตัวแปรด้านการรับรู้และความต้องการเชิงกายภาพของพื้นที่ภายในตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ริมน้ำที่มีความเสี่ยงต่ออุทกภัย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้นการแสวงหาประสบการณ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และ “ความแท้จริง” ของท้องถิ่น (Richards, 2018; Smith, 2016; Urry, 2002) ความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการบูรณาการมรดก วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลเพื่อความยั่งยืน (du Cros & McKercher, 2020; Hall & Page, 2014) กรอบนโยบายของ UNWTO (2018), International Council

on Monuments and Sites [ICOMOS] (2021) และ UNESCO (2019) ยังสนับสนุนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งงานนี้นำมาใช้เป็นกรอบตัวแปรด้านเอกลักษณ์ และสิ่งที่ควรอนุรักษ์ในบริบทตลาดน้ำวัดลำพญา

แนวคิดด้านนวัตกรรมและประสบการณ์ในพื้นที่

แนวคิดเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Pine & Gilmore, 1999) ชี้ว่า คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากความทรงจำและการมีส่วนร่วม การออกแบบที่เน้นปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้ช่วยเสริมประสบการณ์และคุณค่ารับรู้ (Harrouk, 2020) ในปัจจุบันเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR/VR) ป้ายอัจฉริยะ และระบบชำระเงินไร้สัมผัสถูกใช้ยกระดับประสบการณ์ดิจิทัล (Pantano & Pizzi, 2020; Tandafatu et al., 2024) งานนี้จึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบด้านนวัตกรรมเชิงพื้นที่ และการสร้างประสบการณ์ในตลาดน้ำ

แนวคิดการออกแบบพื้นที่วัฒนธรรมร่วมกับการจัดการอุทกภัย

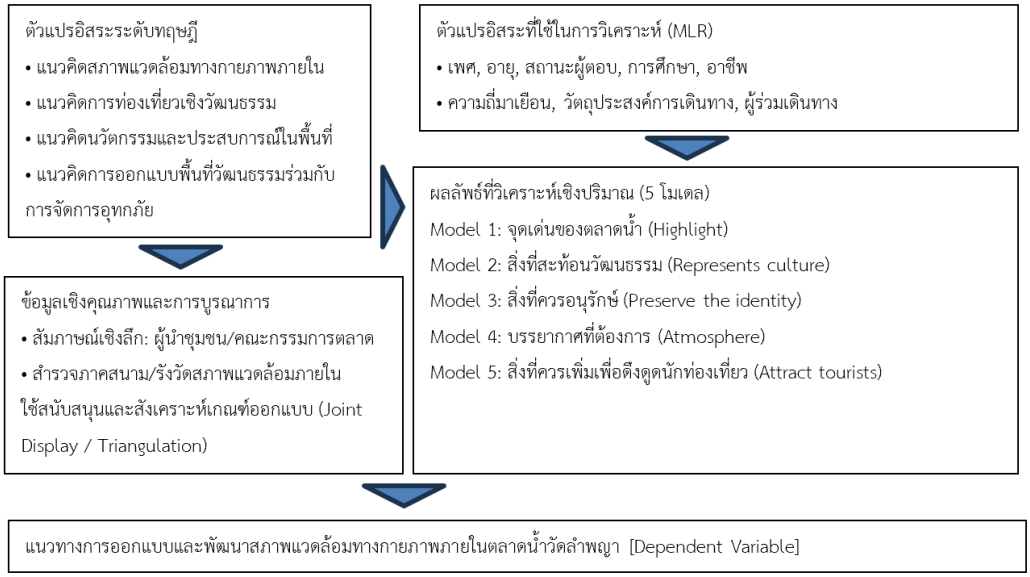
การออกแบบพื้นที่ที่อยู่ร่วมกับสภาพน้ำต้องอาศัยความยืดหยุ่นของพื้นที่และวัสดุ เช่น ทางเดินยกระดับ ระบบกั้นน้ำถอดประกอบ หรือพื้นซึมน้ำได้ (Ahern, 2011; Intergovernmental Panel on Climate Change [IPCC], 2022; United Nations Office for Disaster Risk Reduction [UNDRR], 2017; United Nations International Strategy for Disaster Reduction [UNISDR], 2017) ควบคู่กับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินและดูแลพื้นที่ (UN-Habitat, 2024) การบูรณาการแนวคิดทั้งสองนี้จึงก่อให้เกิดกรอบ “การออกแบบพื้นที่วัฒนธรรมร่วมกับพื้นที่รับมืออุทกภัย” เพื่อสร้างความยืดหยุ่นของพื้นที่ภายในตลาดน้ำวัดลำพญาให้สอดคล้องกับวิถีชุมชนและการปรับตัวต่ออุทกภัยอย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบทางกายภาพ เช่น แสง สี และวัสดุ มีผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้ (Ryu & Han, 2011) ขณะที่งานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยืนยันความสำคัญของอัตลักษณ์และประสบการณ์ต่อเศรษฐกิจชุมชน (Richards, 2018; Timothy & Nyaupane, 2009) การประยุกต์เทคโนโลยี เช่น AR/VR และระบบดิจิทัลช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม (Pantano & Pizzi, 2020) รวมทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนและการออกแบบเชิงยืดหยุ่นตามกรอบ Resilience (Holling, 1973; UN-Habitat, 2024; UNISDR, 2017) อย่างไรก็ตาม ยังขาดการบูรณาการเชิงลึกระหว่างอัตลักษณ์ นวัตกรรม และการจัดการอุทกภัยในสภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำ โดยเฉพาะกรณีตลาดน้ำวัดลำพญา งานนี้จึงมุ่งพัฒนาแนวทางการออกแบบพื้นที่วัฒนธรรมร่วมกับพื้นที่รับมืออุทกภัยในเชิงระบบอย่างเป็นรูปธรรม

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงการบูรณาการตัวแปรอิสระระดับทฤษฎี 4 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในวัฒนธรรม นวัตกรรม และประสบการณ์เชิงพื้นที่และการออกแบบพื้นที่วัฒนธรรมร่วมกับการจัดการอุทกภัยร่วมกับตัวแปรด้านประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วย การถดถอยโลจิสติกพหุ (multinomial logistic regression) ประกอบกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจภาคสนาม ผลการบูรณาการข้อมูลถูกนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการออกแบบและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญา เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการปรับตัวต่ออุทกภัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิด

ที่มา: ผู้วิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (convergent parallel mixed methods) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในช่วงเวลาเดียวกัน จากนั้นนำมาวิเคราะห์แบบบูรณาการ (triangulation) เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสร้างแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญาให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจัดการอุทกภัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ศึกษา ผู้นำชุมชน คณะกรรมการตลาดน้ำ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในตลาดน้ำวัดลำพญา อ้างอิงปริมาณผู้ใช้พื้นที่เฉลี่ย 3,000 คนต่อวัน (สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา, 2553)

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) ใช้สูตรเครจซี และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากประชากร 3,000 คน ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 341 คน วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้ Time–location intercept (convenience/voluntary) โดยกระจายช่วงเวลาและจุดสัญจร เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมผู้ใช้พื้นที่ในช่วงเวลาที่แตกต่างกันภายในวันร่วมกับการตอบแบบสมัครใจ (voluntary participation)

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ (สัมภาษณ์) ใช้การเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เลือกผู้ที่มีบทบาทและประสบการณ์ตรงในตลาด ได้แก่ ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาด จำนวน 4 คน ผู้ให้ข้อมูลให้ความยินยอมก่อนสัมภาษณ์

การสำรวจพื้นที่ ใช้วิธีการสำรวจรังวัดทางสถาปัตยกรรม ครอบคลุมพื้นที่ตลาดทั้งหมด เพื่อบันทึกข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐาน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเข้าถึง การสัญจร และจุดเสี่ยงอุทกภัย

เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถาม (Google Form) แบ่งเป็น 3 ส่วน 1) ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยว 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์และแนวทางพัฒนา (มีคำถามปลายเปิด) 3) ความเห็นต่อสภาพแวดล้อมและนวัตกรรม ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) มากกว่า 0.67

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับผู้นำชุมชนและคณะกรรมการตลาด เพื่อเจาะลึกประเด็นอัตลักษณ์ ปัญหาอุทกภัย และการใช้เทคโนโลยี

แบบสำรวจภาคสนาม ใช้การจดบันทึก วาดภาพ ถ่ายภาพ และรังวัดสภาพกายภาพจริงของพื้นที่ตลาด

การเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลเบื้องต้นเมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2566 และสัมภาษณ์เชิงลึกวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 จำนวน 4 ราย ใช้อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการอัดเสียงหลังได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล

การแจกแบบสอบถาม ผ่าน QR code Google Form จำนวน 1,200 แผ่น ในวันที่ 2–3 และ 9–10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 อีกทั้งได้รับความร่วมมือจากชุมชนในการกระจายแบบสอบถามทางไลน์และประกาศขอความร่วมมือด้วยเครื่องกระจายเสียง ได้แบบสอบถามจำนวน 414 ชุด ซึ่งผ่านการคัดกรองความครบถ้วนก่อนวิเคราะห์

การสำรวจรังวัด ลงพื้นที่วันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2566 และ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 เพื่อเก็บข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความสวยงาม บรรยากาศ การเข้าถึง การสัญจรและจุดเสี่ยงอุทกภัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

เชิงปริมาณ

ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากนั้นใช้การถดถอยโลจิสติกแบบพหุ (Multinomial Logistic Regression: MLR) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมุมมองและแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดลำพญา โดยกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะของผู้ตอบ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้นวัตกรรม การประเมินความเหมาะสมของโมเดลดำเนินการแยกเป็น 5 โมเดลตามประเด็นการวิจัย ได้แก่ จุดเด่นของตลาดน้ำ สิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรม สิ่งที่ควรอนุรักษ์ บรรยากาศที่ต้องการ และสิ่งที่ควรเพิ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยรายงานค่า Chi-square (model fitting, df และ p-value) เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญของโมเดล, ค่า Pearson Chi-square (Goodness-of-fit) เพื่อประเมินความเหมาะสมของโมเดล และค่า Nagelkerke R^2 เพื่อวัดความสามารถของโมเดลในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ทั้งนี้ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$ เพื่อระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อมุมมองและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

เชิงคุณภาพ

คำตอบปลายเปิดจากแบบสอบถาม ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง 414 คน จากนั้นถอดความคำตอบปลายเปิดและเข้ารหัสเชิงธีม (thematic coding) เพื่อสกัดประเด็นด้านอัตลักษณ์ ความต้องการของผู้ใช้พื้นที่และเงื่อนไขเชิงบริบท แล้วเชื่อมโยงกับตัวแปรเชิงปริมาณเพื่อยืนยันข้อค้นพบเชิงคุณภาพตามแนวทางการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods integration)

บทสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบ Thematic analysis จากข้อมูลการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการสังเกตภาคสนาม โดยถอดเสียง ถอดความ และเข้ารหัสแบบเปิด–แกน (Open/Axial coding) จากนั้นสังเคราะห์ประเด็นธีมและเปรียบเทียบข้ามกรณี (Cross-case comparison) ด้วยตารางสรุป เพื่อระบุรูปแบบร่วมและความแตกต่างในแต่ละมิติ ได้แก่ ปัญหา ผลกระทบ แนวทางพัฒนา และโอกาส แล้วสรุปเป็นข้อค้นพบระดับธีมที่สะท้อนบริบทตลาดน้ำวัดลำพญา

นวัตกรรมตลาด วิเคราะห์ตามกรอบตัวแปรจากบททบทวนวรรณกรรม โดยพิจารณาเทคโนโลยีร่วมสมัย เช่น การชำระเงินไร้เงินสด, AR/VR, Chatbot/IoT, Beacon, แพลตฟอร์มออนไลน์ และระบบนำทางอัจฉริยะ ข้อมูลถูกจัดหมวดหมู่ด้วยวิธี Categorization & Framework matrix จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ด้านเทคโนโลยี 2) ด้านการตลาดและประสบการณ์ลูกค้า และ 3) ด้านความยั่งยืน พร้อมจัดทำตารางสรุปหมวดหมู่ กลยุทธ์ เทคโนโลยี วัตถุประสงค์ ข้อดี และข้อจำกัด จากนั้นสังเคราะห์ความเหมาะสมเชิงบริบทของตลาดน้ำวัดลำพญา โดยอ้างอิงคำตอบปลายเปิด การสัมภาษณ์ และข้อมูลภาคสนาม เพื่อคัดเลือกแนวทางที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์พื้นที่ และเป็นที่ยอมรับของชุมชน

นวัตกรรมการป้องกันและรับมืออุทกภัย ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่ข้อมูลด้วยวิธี Categorization & Framework matrix เช่นเดียวกัน โดยจำแนกตามประเภทเทคโนโลยีเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ระบบเตือนภัยล่วงหน้า 2) ระบบจัดการน้ำอัจฉริยะ 3) เทคโนโลยีวัสดุและ

โครงสร้าง 4) เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ และ 5) นวัตกรรมอื่น ๆ การวิเคราะห์ดำเนินการใน 5 มิติ คือ ลักษณะการทำงาน ประเภทวัตถุประสงค์ ข้อดี และข้อจำกัด แล้วสังเคราะห์ผลเพื่อระบุแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่และได้รับการยอมรับจากชุมชน

การบูรณาการข้อมูล

ใช้การบูรณาการแบบ Joint display เชื่อมโยงผลเชิงปริมาณ (แนวทางที่ผู้ใช้เลือก) กับข้อมูลเชิงคุณภาพ (เหตุผลข้อเสนอแนะและเงื่อนไขพื้นที่จริง) เพื่อสังเคราะห์เป็น Design criteria สำหรับพัฒนาแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญา

จริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย เลขที่ จว. 0120/2567 โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยให้ความยินยอมโดยสมัครใจก่อนการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

ผลของงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

จากแบบสอบถามจำนวน 414 ชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว 58.2% รองลงมาคือผู้ค้า 25.8% และคนในชุมชน 15.5% เพศหญิง 59.2% อายุระหว่าง 31–50 ปี 44.2% และอายุ 18–30 ปี 33.8% สะท้อนโครงสร้างผู้ใช้พื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งด้านสถานะและช่วงวัย

ผลการถดถอยโลจิสติกแบบพหุ (Multinomial Logistic Regression: MLR) แสดงให้เห็นว่า โมเดลที่ใช้มีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ โดยพิจารณาจากค่า Model Fitting χ^2 เพื่อทดสอบความแตกต่างจากโมเดลศูนย์ ค่า Pearson χ^2 เพื่อประเมินความพอดีของโมเดลและค่า Nagelkerke R^2 เพื่อแสดงสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ โดยสรุปผลสำคัญของแต่ละโมเดล ได้แก่

โมเดลที่ 1 จุดเด่นของตลาดน้ำ (Nagelkerke R^2 = 0.235, χ^2 = 102.182, p = 0.024) พบว่า ผู้ตอบให้ความสำคัญกับ “อาหารและสินค้าท้องถิ่น” มากที่สุด (51.4%) รองลงมาคือ “วิถีชีวิตริมแม่น้ำ” (20.3%) และ “บรรยากาศธรรมชาติ” (11.1%)

โมเดลที่ 2 สิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรม (Nagelkerke R^2 = 0.261, χ^2 = 109.025, p < 0.001) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและกิจกรรมที่เกี่ยวกับวิถีชุมชน

โมเดลที่ 3 สิ่งที่ควรอนุรักษ์ (Nagelkerke R^2 = 0.275, χ^2 = 120.936, p < 0.001) พบว่า ผู้ตอบให้น้ำหนักสูงสุดกับ “อาหารและขนมพื้นบ้าน” (54.8%) และ “งานหัตถกรรมท้องถิ่น” (17.9%)

โมเดลที่ 4 บรรยากาศที่ต้องการ (Nagelkerke R^2 = 0.200, χ^2 = 75.274, p < 0.001) แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบนิยม “บรรยากาศผสมเก่า–ใหม่” มากที่สุด (66.4%)

โมเดลที่ 5 สิ่งที่ควรเพิ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Nagelkerke R^2 = 0.333, χ^2 = 161.295, p < 0.001) พบว่า ผู้ตอบต้องการให้ “เพิ่มความหลากหลายของอาหารและสินค้า” (63.9%) และ “ปรับปรุงรูปแบบอาคาร–วัด–ร้านค้า” (28.8%)

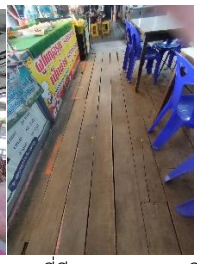
ทั้งนี้ กลุ่มผู้ตอบที่นำมาวิเคราะห์ในแต่ละโมเดลประกอบด้วย นักท่องเที่ยว (58.2%) ผู้ค้า (25.8%) และคนในชุมชน (15.5%) โดยใช้ “สถานะของผู้ตอบ” เป็นตัวแปรอิสระเชิงจัดประเภท (categorical variable) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองต่อแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดลำพญา ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ “อาหารและสินค้าท้องถิ่น” และ “บรรยากาศผสมเก่า–ใหม่” มากที่สุด ขณะที่กลุ่มผู้ค้าสนใจประเด็น “การปรับปรุงทางเดินและพื้นที่รับมืออุทกภัย” ส่วนกลุ่มชุมชนเน้น “การมีส่วนร่วมและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม” ซึ่งสะท้อนบทบาทและมุมมองที่แตกต่างกันในกระบวนการพัฒนา ทั้งนี้ ความแตกต่างระหว่างกลุ่มยังถูกใช้ตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพในตารางวิธีการนำผลข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อยืนยันผลการวิเคราะห์ในเชิงบริบทจริงของพื้นที่

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำตอบปลายเปิดของแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจภาคสนาม พบประเด็นสำคัญสามด้าน ได้แก่ 1) การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของตลาด เช่น วิถีชีวิตริมน้ำ อาหารพื้นบ้าน โดยทั้งจากคำตอบปลายเปิดและการสัมภาษณ์ ชุมชนและคณะกรรมการตลาดเสนอแนวทางจัดกิจกรรมสาธิตอาหารพื้นบ้านและงานหัตถกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างวัดกับชุมชน การสัมภาษณ์ยังพบว่า ชุมชนเห็นควรให้คงอาคารไม้ดั้งเดิมและผสมวัสดุใหม่ที่เข้ากับบริบทวัด รวมทั้งจัดกิจกรรมวัฒนธรรมรายสัปดาห์เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ท้องถิ่น 2) ข้อจำกัดเชิงกายภาพของพื้นที่ เช่น ทางเดินแคบ พื้นต่างระดับ การขาดร่มเงาและจุดพักที่เพียงพอ รวมถึงบรรยากาศร่มรื่นและอบอุ่นแบบตลาดไทย และ 3) ความต้องการนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบท เช่น ป้ายอัจฉริยะ ระบบชำระเงินไร้เงินสดและเทคโนโลยี AR/VR เพื่อเพิ่มประสบการณ์โดยไม่กระทบภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ข้อมูลเชิงปริมาณบ่งชี้แนวโน้มความเชื่อมโยงระหว่างการรับรู้นวัตกรรม การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการยอมรับแนวทางพัฒนา

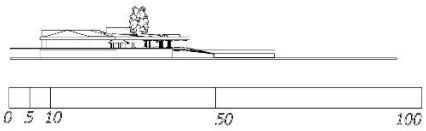
จากการสำรวจภาคสนามพบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญาตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำท่าจีน ประกอบด้วยโซนตลาดบกและตลาดน้ำที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ฝั่งขวาของตลาดบกมีระดับต่ำกว่าฝั่งซ้ายประมาณ 0.90 เมตร และมีพื้นที่เสี่ยงต่ออุทกภัยเฉลี่ยราว 1,270 ตารางเมตร จุดเปราะบางของพื้นที่อยู่บริเวณทางเข้า–ออก พื้นที่หลังตลาดที่ติดคลอง และโซนจำหน่ายอาหารใกล้ตลิ่งทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ซึ่งพบคราบตะกอนน้ำสะสมในช่วงฤดูฝน ระบบระบายน้ำผิวดินยังไม่ชัดเจน ทำให้เกิดน้ำขังหลังฝนตก โครงสร้างพื้นของตลาดบกเป็นเสาคอนกรีตและพื้นคอนกรีตหล่อในที่ เดิมใต้พื้นเป็นดิน แต่ถูกน้ำซัดเซาะจนดินหายไปบางส่วนทำให้เกิดช่องว่างใต้พื้นและมีน้ำซึมทะลักขึ้นตามรอยแตกของพื้นคอนกรีต จึงไม่สามารถถมดินหรือเทพื้นทับได้ในบางบริเวณ ทางเดินบางช่วงมีความแคบและมีสิ่งกีดขวางจนเกิดคอขวด ใกล้ท่าเรือและสะพาน ส่วนพื้นที่ให้ร่มเงายังไม่ต่อเนื่องทำให้เกิดความร้อนสะสมในช่วงกลางวันและจุดพักผ่อนมีจำนวนไม่เพียงพอ

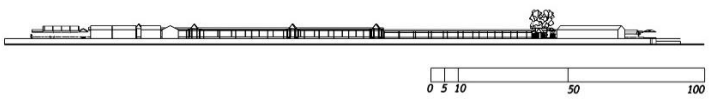
โดยภาพรวม ตลาดน้ำวัดลำพญายังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวัดลำพญาได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านบรรยากาศ วัสดุ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม พื้นที่ควรได้รับการปรับปรุงให้เหมาะสมกับการใช้งานปัจจุบันและการจัดการอุทกภัยอย่างยั่งยืน เพื่อคงคุณค่าทางวัฒนธรรมควบคู่กับความปลอดภัยและความสะดวกสบายของผู้ใช้พื้นที่

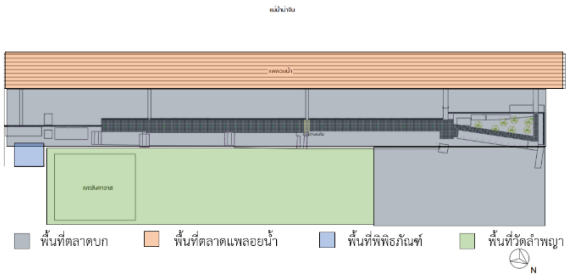



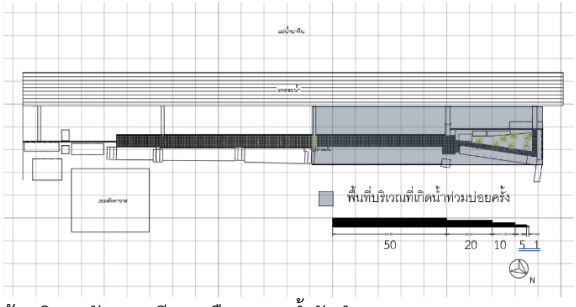


ภาพ 2 สภาพทางเดินภายในตลาดน้ำวัดลำพญาที่มีความแคบและสิ่งกีดขวาง ภาพ 3 สภาพทางเดินภายในตลาดที่มีความแคบและสิ่งกีดขวางในจุดอื่น ๆ
ภาพ 4 ช่วงพื้นต่างระดับภายในตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่น้ำท่วมถึงในฤดูน้ำหลาก
ภาพ 5 บรรยากาศโดยรวมของตลาดน้ำวัดลำพญาที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
ที่มา: ถ่ายภาพโดย ผู้วิจัย









ภาพ 6 ภาพด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ภาพ 7 ภาพด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตลาดน้ำวัดลำพญา
ภาพ 8 ผังตลาดน้ำวัดลำพญา แบ่งตามพื้นที่ ภาพ 9 พื้นที่ที่คณะกรรมการตลาดน้ำมีแผนพัฒนาพื้นที่เสี่ยงอุทกภัยบริเวณตลาดบกฝั่งขวา
ที่มา: ผู้วิจัย

นวัตกรรมและแนวทางจัดการอุทกภัย

ผลลัพธ์ชี้ว่านวัตกรรมที่เหมาะสมกับตลาดน้ำวัดลำพญามีสองมิติที่ทำงานร่วมกัน คือ มิติ “ตลาด–ประสบการณ์” ที่มุ่งเพิ่มคุณค่าและเสริมความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว และมิติ “อุทกภัย–โครงสร้าง” ที่เน้นการคงความต่อเนื่องของกิจกรรมในภาวะน้ำหลากและลดความเสียหายของพื้นที่โดยไม่กระทบต่อภูมิทัศน์วัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งสองมิติสอดคล้องกันในแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ที่เน้นสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ในมิติแรก “นวัตกรรมตลาด” ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมเทคโนโลยี เช่น ระบบชำระเงินไร้เงินสด (cashless) เทคโนโลยีเสมือนจริง AR/VR และระบบ Beacon เพื่อยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้ 2) นวัตกรรมด้านประสบการณ์และการตลาด เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และระบบ Gamification เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 3) นวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน เช่น การจัดการขยะ การใช้พลังงานสะอาด และสื่อสัญลักษณ์วัฒนธรรมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งทั้งหมดช่วยเพิ่มศักยภาพของตลาดในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยโดยไม่ลดทอนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ส่วนมิติที่สอง “นวัตกรรมเพื่อการจัดการอุทกภัย” พบแนวทางสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) ระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) 2) ระบบจัดการน้ำอัจฉริยะ (Smart Water Management) 3) การใช้วัสดุและโครงสร้างทนน้ำ (Flood-resistant Materials and Structures) 4) เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (Geo-informatics Technology) และ 5) นวัตกรรมเชิงสังคม (social innovation) ที่เน้นความร่วมมือของชุมชนในการเตรียมรับมือและฟื้นฟูพื้นที่ แนวทางเหล่านี้นำไปสู่การออกแบบพื้นที่ยืดหยุ่นต่อสภาพน้ำหลาก เช่น ทางเดินยกระดับ พื้นผิววัสดุทนน้ำ และระบบเตือนภัยเชื่อมโยงกับชุมชน ซึ่งถูกร้อยเข้ากับเกณฑ์ออกแบบ (design criteria) เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในตลาดน้ำวัดลำพญาให้คงอยู่คู่กับวิถีชุมชนได้อย่างยั่งยืน

การบูรณาการผล (Joint display)

การบูรณาการผล (joint display) ดำเนินการโดยเปรียบเทียบผลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 414 ชุดกับผลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และสำรวจภาคสนามในกรอบงานวิจัย เพื่อระบุความสอดคล้องและความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั้งสองชุด ผลการบูรณาการพบประเด็นสำคัญ 3 ด้านที่สอดคล้องกัน ได้แก่ 1) การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์วัฒนธรรมและ วิถีชุมชนผ่านอาหารพื้นบ้านและกิจกรรมเชื่อมโยงวัด–ตลาด–ชุมชน 2) การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ยืดหยุ่นต่ออุทกภัยด้วยการยกระดับทางเดินและใช้วัสดุทนน้ำ และ3) การประยุกต์นวัตกรรมร่วมสมัย เช่น ระบบ Cashless, AR/VR และกิจกรรม Gamification เพื่อเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยไม่กระทบภูมิทัศน์วัฒนธรรม ทั้งนี้ ข้อสรุปดังกล่าวได้ถูกสังเคราะห์เป็น Design criteria สำหรับการออกแบบพื้นที่ภายในตลาดน้ำวัดลำพญาอย่างยั่งยืน

ตาราง 1 การบูรณาการผลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Joint display)

ประเด็นหลักจากผลเชิงปริมาณ (MLR)	ข้อมูลสนับสนุนจากเชิงคุณภาพ	การสังเคราะห์เชิงออกแบบ (Design criteria)
1. จุดเด่นของตลาดน้ำ “อาหารและสินค้าท้องถิ่น” ได้คะแนนสูงสุด (51.4%, p=0.024) รองลงมา “วิถีชีวิตริมแม่น้ำ”	จากคำตอบปลายเปิดและการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เห็นว่า ความเป็นตลาดพื้นบ้านคือเอกลักษณ์หลัก และนักท่องเที่ยวชื่นชอบอาหารพื้นบ้านรวมถึงกิจกรรมริมน้ำ	ส่งเสริมเอกลักษณ์อาหาร–วัฒนธรรมผ่านการจัดโซน “ตลาดวัฒนธรรม” และเส้นทางเดินชมวิถีชีวิตริมน้ำ
2. สิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและกิจกรรมท้องถิ่น (p<0.001)	จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ควรคงอาคารไม้ดั้งเดิมและสามารถผสมวัสดุใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทวัด พร้อมทั้งจัดกิจกรรมวัฒนธรรมรายสัปดาห์เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ท้องถิ่น	แนวทาง “ผสมเก่า–ใหม่” (hybrid cultural space) ที่คงคุณค่าทั้งรูปธรรม–นามธรรมของวัฒนธรรม โดยใช้วัสดุท้องถิ่นร่วมกับวัสดุทนน้ำ
3. สิ่งที่ควรอนุรักษ์ “อาหารและขนมพื้นบ้าน” (54.8%) และ “งานหัตถกรรมท้องถิ่น” (17.9%)	จากทั้งแบบสอบถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์ เสนอแนวทางจัดกิจกรรมสาธิตอาหารพื้นบ้านและงานหัตถกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้วิถีชุมชน	เพิ่มพื้นที่สาธิต (demonstration zone) และกิจกรรมเชิงเรียนรู้วัฒนธรรม (learning by doing) เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
4. บรรยากาศที่ต้องการ “ผสมเก่า–ใหม่” (66.4%) เป็นที่นิยมมากสุด	จากคำตอบของนักท่องเที่ยวในแบบสอบถาม พบว่ามีความต้องการด้านความสะดวกสบายโดยไม่สูญเสียเอกลักษณ์ของตลาดไทย เช่น ร่มเงา ทางเดินไม้ และแสงอบอุ่น	การออกแบบบรรยากาศแบบ “ร่วมสมัยอบอุ่น” (contemporary vernacular ambience) ที่เน้นความร่มรื่น แสงธรรมชาติ และวัสดุท้องถิ่น
5. สิ่งที่ควรเพิ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เน้น “อาหารสินค้า” (63.9%) และ “รูปแบบอาคาร–วัด–ร้านค้า” (28.8%)	จากทั้งแบบสอบถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์ พบข้อเสนอให้เพิ่มนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบท เช่น ระบบชำระเงินดิจิทัล (cashless) ป้ายอัจฉริยะ และเทคโนโลยี AR/VR เพื่อเพิ่มประสบการณ์โดยไม่กระทบภาพลักษณ์วัดและชุมชน	นวัตกรรมตลาด (Market innovation): ใช้ระบบ Cashless, AR/VR และ Gamification เสริมประสบการณ์โดยไม่กระทบภูมิทัศน์ พร้อมสร้างการรับรู้แบรนด์ตลาดน้ำวัดลำพญา (cultural branding)
6. ประเด็นอุทกภัยและพื้นที่เสี่ยง (Field observation) พบพื้นที่ต่ำและทางเดินแคบ น้ำท่วมจากอุทกภัย เฉลี่ย 1,270 ตร.ม.	จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้นำชุมชน พบความต้องการให้ปรับปรุงทางเดินยกระดับและติดตั้งระบบเตือนภัยน้ำหลากแบบเรียลไทม์	นวัตกรรมอุทกภัย (Flood innovation): ทางเดินยกระดับ วัสดุทนน้ำ ระบบเตือนภัยล่วงหน้า และ Smart drainage สอดคล้องแนวคิด Resilience architecture (Ahern, 2011; UNDRR, 2017)
7. การมีส่วนร่วมของชุมชน (Qualitative) พบความพร้อมของชุมชนในการร่วมพัฒนาและจัดการพื้นที่อย่างยั่งยืน	จากการสัมภาษณ์ พบว่าชุมชนมีความพร้อมในการร่วมพัฒนาและจัดการพื้นที่อย่างยั่งยืนในรูปแบบกิจกรรมต่อเนื่อง	นวัตกรรมเชิงสังคม (Social innovation): การบริหารจัดการโดยชุมชนและการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ (sense of ownership)

ที่มา: เรียบเรียงโดย ผู้วิจัย

สรุปผลงานวิจัย

ผลการวิจัยสะท้อนความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างอัตลักษณ์วัฒนธรรม วิถีชุมชน นวัตกรรม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่งเป็นพื้นที่ริมน้ำที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยการถดถอยโลจิสติกแบบพหุ (Multinomial Logistic Regression: MLR) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ “อาหารและสินค้าท้องถิ่น” เป็นจุดเด่นสูงสุด (51.4%) รองลงมาคือ “วิถีชีวิตริมแม่น้ำ” และ “บรรยากาศผสมเก่า–ใหม่” (66.4%) ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลเชิงคุณภาพจากคำตอบปลายเปิดและการสัมภาษณ์ ซึ่งยืนยันว่าความเป็นตลาดพื้นบ้านและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมคือแก่นสำคัญของอัตลักษณ์พื้นที่

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสำรวจภาคสนามพบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญาตั้งอยู่ในพื้นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำท่าจีน โดยมีระดับพื้นที่ต่างกันประมาณ 0.90 เมตร และมีพื้นที่เสี่ยงอุทกภัยเฉลี่ยราว 1,270 ตารางเมตร จุดเปราะบางอยู่บริเวณทางเข้า–ออกและโซนจำหน่ายอาหารซึ่งอยู่ต่ำกว่าตลิ่ง ระบบระบายน้ำผิวดินไม่ต่อเนื่องและขาดพื้นที่ร่มเงาเพียงพอ ทั้งนี้ บรรยากาศโดยรวมยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวัดลำพญา แต่ต้องการการปรับปรุงให้เอื้อต่อการใช้งานร่วมสมัยมากขึ้น

เมื่อเชื่อมโยงผลการศึกษาเข้ากับแนวคิดทางทฤษฎี พบว่า ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Cultural tourism (Richards, 2021; Smith, 2016) ที่เน้น “ความแท้จริง” (authenticity) ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงแนวคิด Resilience architecture (Ahern, 2011; UNDRR, 2017) ที่มุ่งเน้นการออกแบบพื้นที่ให้ยืดหยุ่นต่อภาวะอุทกภัยและแนวคิด Experience-Based design (Harrouk, 2020) ซึ่งมุ่งเน้นการออกแบบเชิงประสบการณ์เพื่อสร้างคุณค่าทางจิตวิทยาแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การยอมรับเทคโนโลยีร่วมสมัย เช่น ระบบชำระเงินแบบไร้เงินสด ป้ายอัจฉริยะและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR/VR) ยังสอดคล้องกับแนวคิด Experience economy (Pine & Gilmore, 1999) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าทางประสบการณ์โดยไม่ลดทอนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การบูรณาการข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพผ่านกรอบวิธีการนำผลข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ร่วมกันอย่างเป็นระบบแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนระหว่างองค์ประกอบทั้งสี่ด้าน โดยมีข้อค้นพบหลักสามประการ ได้แก่

- การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านและวิถีชุมชนในฐานะแกนกลางของประสบการณ์ท่องเที่ยว
- การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในให้รองรับการใช้สอยร่วมสมัยและมีความยืดหยุ่นต่ออุทกภัย
- การประยุกต์นวัตกรรมร่วมสมัยเพื่อเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยไม่ลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรม

จากผลการสังเคราะห์ดังกล่าว สามารถสรุปแนวทางเชิงรูปธรรมสำหรับการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญา ดังนี้

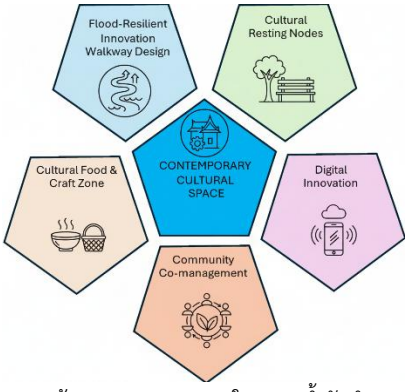
แนวทางที่ 1 การออกแบบโซนวัฒนธรรมอาหารและหัตถกรรม (Cultural food & Craft zone) ตั้งอยู่บริเวณกึ่งกลางของตลาดบกเชื่อมต่อกับโซนอาหารหลัก เพื่อเป็นจุดเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านกิจกรรมสาธิตอาหารพื้นบ้านและงานหัตถกรรมแบบเรียนรู้จากการลงมือทำโดยออกแบบให้เป็นพื้นที่กึ่งเปิดโล่งที่มองเห็นได้จากทางเดินหลัก เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

แนวทางที่ 2 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นและทางเดินด้วยนวัตกรรมเพื่อการรับมืออุทกภัย (Flood-Resilient walkway design) ใช้ในแนวเส้นทางหลักระหว่างตลาดบกและบริเวณตลิ่งแม่น้ำท่าจีน โดยออกแบบให้ยกระดับพื้นเฉพาะจุดเสี่ยงและติดตั้งระบบระบายน้ำอัจฉริยะ (Smart drainage) ควบคู่กับระบบแจ้งเตือนน้ำท่วมอัจฉริยะ (Flood alert system) ที่เชื่อมโยงข้อมูลปริมาณน้ำแบบเรียลไทม์เพื่อเตือนผู้ค้าและนักท่องเที่ยวล่วงหน้า ทั้งยังคงลวดลายและวัสดุให้กลมกลืนกับบรรยากาศดั้งเดิมของตลาด เพื่อให้พื้นที่สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยและต่อเนื่องในภาวะน้ำหลาก

แนวทางที่ 3 การเพิ่มพื้นที่ร่มเงาและจุดพักผ่อนเชิงวัฒนธรรม (Cultural resting nodes) จัดวางตามจุดเชื่อมตลาดบก–ริมน้ำและบริเวณท่าเรือ โดยใช้วัสดุท้องถิ่นและต้นไม้พื้นถิ่นสร้างร่มเงาและบรรยากาศร่วมสมัยแบบอบอุ่น (contemporary vernacular ambience) เพื่อเพิ่มความสบายทางอุณหภูมิและความต่อเนื่องของประสบการณ์พื้นที่

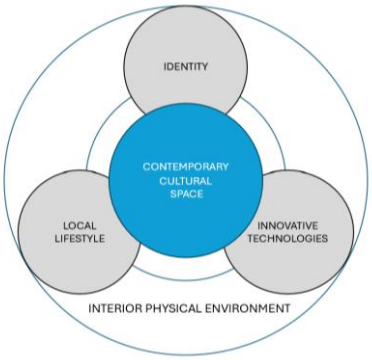
แนวทางที่ 4 การประยุกต์นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเสริมประสบการณ์และการจัดการพื้นที่ (Digital cultural innovation) ใช้ในจุดบริการนักท่องเที่ยวและพื้นที่เชื่อมต่อริมน้ำ โดยผสานเทคโนโลยีป้ายบอกทางอัจฉริยะ และประสบการณ์ AR/VR เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลวัฒนธรรมกับประสบการณ์ของผู้ใช้โดยไม่กระทบภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตลาดและวัด

แนวทางที่ 5 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการพื้นที่ (Community Co-Management) จัดในพื้นที่ยกระดับท้ายตลาดบกติดคลอง เพื่อใช้เป็นศูนย์กิจกรรมและเวทีวางแผนของชุมชน โดยออกแบบพื้นที่ภายในให้ยืดหยุ่นต่อการใช้สอย (flexible layout) เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความยั่งยืนในระยะยาว



ภาพ 10 กรอบแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดน้ำวัดลำพญา ภายใต้แนวคิด พื้นที่วัฒนธรรมร่วมสมัย
ที่มา: ผู้วิจัย

แนวทางทั้งห้านี้ถูกสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิด “พื้นที่วัฒนธรรมร่วมสมัย” (contemporary cultural space) ซึ่งบูรณาการอัตลักษณ์ วิถีชีวิต นวัตกรรม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน เพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ร่วมสมัย ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs 11: Sustainable cities and communities) และแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566–2570 ที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน



ภาพ 11 แสดงกรอบแนวคิดสังเคราะห์ “พื้นที่วัฒนธรรมร่วมสมัย” (Contemporary cultural space) ซึ่งบูรณาการอัตลักษณ์ วิถีชีวิต นวัตกรรม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างวัฒนธรรม นวัตกรรม และประสบการณ์เชิงพื้นที่
ที่มา: ผู้วิจัย

โดยสรุป ผลการวิจัยนี้สะท้อนว่า แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตามแนวคิดพื้นที่วัฒนธรรมร่วมสมัยมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมสมดุลระหว่าง “การอนุรักษ์” และ “การพัฒนา” ได้อย่างเหมาะสมในบริบทของตลาดน้ำวัดลำพญาและสามารถใช้เป็นกรอบเชิงแนวทางเบื้องต้นในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ งบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2566 รหัสโครงการ C33/2566 โดยงานวิจัยนี้ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อรับปริญญา ประกาศนียบัตร หรือเพื่อสำเร็จการศึกษาของผู้รับการสนับสนุน ความเห็นในรายงานผลการวิจัยเป็นของผู้รับทุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2568). *ระบบสารสนเทศด้านการตลาดการท่องเที่ยว : สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศไทย* [ฐานข้อมูลออนไลน์]. https://interstat.tat.or.th/mdgrp/ormap_new/report_thai_general.php#

จันทนี เพชรานนท์. (2545). *ตำราการออกแบบสภาพแวดล้อม*. ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ผู้จัดการออนไลน์. (2568, 18 กันยายน). *นครปฐม เร่งเสริมคันกระสอบทราย 8,000 ใบ ป้องกันน้ำท่วม "ตลาดน้ำวัดลำพญา".* https://mgronline.com/local/detail/9680000089423

เมฐินี ภิญโญประการ. (2558). แนวคิดการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของมนุษย์. *วารสารสถาปัตยกรรม, 9*(2), 55–68.

ศราวุฒิ ด้วงเบ้า. (2564). สภาพแวดล้อมทางกายภาพของห้องสมุดประชาชนในศตวรรษที่ 21. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์*, *23*(1), 124–135.

สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา. (2553). *ประวัติตลาดน้ำวัดลำพญา*. http://www.lumphaya.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539209460

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 5 ปี 2566–2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568)*. https://nakhonpathom.go.th/news_develop_plan

Ahern, J. (2011). From fail-safe to safe-to-fail: Sustainability and resilience in the new urban world. *Landscape and Urban Planning, 100*(4), 341–343. https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2011.02.021

du Cros, H., & McKercher, B. (2020). *Cultural tourism* (3rd ed.). *Routledge*. https://doi.org/10.4324/9780429277498

Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment*, *place and space* (4th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203796092

Harrouk, C. (2020, March 20). *Psychology of space: How interiors impact our behavior.* ArchDaily. https://www.archdaily.com/936027/psychology-of-space-how-interiors-impact-our-behavior

Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics, 4,* 1–23.

Intergovernmental Panel on Climate Change. (2022). *Climate change 2022: Impacts, adaptation, and vulnerability* (Working Group II contribution to the Sixth Assessment Report). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781009325844

International Council on Monuments and Sites. (2021). *International cultural heritage tourism charter.* https://www.icomos.org

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607–610.

Kwok, A. O. J., & Chen, S. H. (2024). Case 8: The use of virtual reality in Thailand's destination marketing: A case study. In D. S. Mutum, S. Y. Ewe, E. M. Ghazali, R. L. Vincent, (Eds), *Marketing case studies in emerging markets.* Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51689-4_9

Pantano, E., & Pizzi, G. (2020). Forecasting artificial intelligence on online customer assistance: Evidence from chatbots. *Journal of Retailing and Consumer Services, 55*, 1-9.

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy.* Harvard Business School Press.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism.* Edward Elgar. https://doi.org/10.4337/9781789905441

Ryu, K., & Han, H. (2011). New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience? *International Journal of Hospitality Management, 30*(3), 599–611.

Smith, M. K. (2016). *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315767697

Tandafatu, N. K., Ermilinda, L., & Darkel, Y. B. M. (2024). Smart and sustainable tourism using AR/VR technology. *Sustainability, 16*(12), 4930.

Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). *Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective.* Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203877753

UNESCO. (2019). *Culture: 2030 indicators*. https://whc.unesco.org/en/culture2030indicators/

UN-Habitat. (2024). *Global public space toolkit: From global principles to local policies and practice.* The programme.

United Nations International Strategy for Disaster Reduction. (2017). *Terminology on disaster risk reduction*. UNISDR.

United Nations Office for Disaster Risk Reduction. (2017). *Build back better in recovery, rehabilitation and reconstruction.* https://www.undrr.org

UNWTO. (2018). *Tourism and culture synergies.* https://doi.org/10.18111/9789284418978

Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2nd ed.). SAGE.