



การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวไทย
ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง
จังหวัดสมุทรปราการ

นายสุชาติ อ่อนประเสริฐ

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์



**A STUDY OF THAI TOURISTS' OPINIONS TOWARD BANG NAM PHEUNG
FLOATING MARKET AT AMPHOE PHRA PRADAENG
IN SAMUT PRAKAN PROVINCE**

Mr. Suchart Onprasert

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Art Program in Social Science for Development

Rajabhat Rajanagarindra University

2011

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
ผู้วิจัย นายสุชาติ อ่อนประเสริฐ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ
กรรมการที่ปรึกษา ดร.ทวีศิลป์ กุลนภาค

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ
(ดร.คลใจ ถาวรวงศ์ ตันเจริญ)

.....กรรมการกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ ปาอ้าย)

.....กรรมการกรรมการและเลขานุการ
(ดร.ทวีศิลป์ กุลนภาค) (ดร.ลักษณะพร โรจน์พิทักษ์กุล)

คณะกรรมการประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์นี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายฝน เสกขุนทด)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
ผู้วิจัย	นายสุชาติ อ่อนประเสริฐ
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
พ.ศ.	2554
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.ทวีศิลป์ กุลนภาดล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยใช้ค่าสถิติ t -test ค่าสถิติ ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นชายมากกว่าหญิง มีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ต้องการให้มีการปรับปรุงป้ายบอกทางเข้าตลาด และมาตรการความปลอดภัย

การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และไม่พบความแตกต่างในกลุ่มผู้ที่มี สถานภาพ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความคิดเห็น นักท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

Thesis Title : A STUDY OF THAI TOURISTS' OPINIONS TOWARD
BANG NAM PHEUNG FLOATING MARKET AT AMPHOE
PHRA PRADAENG IN SAMUT PRAKAN PROVINCE

Researcher : Mr. Suchart Onprasert

Degree : Master of Art (Social Science for Development)

Year : 2011

Thesis advisor : Asst. Prof. Siriwat Jiradetprapai, Ed.D.

Thesis co-advisors : Taweesil Koolnaphadol, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this study was to compare opinions of Thai tourists toward Bang Nam Pheung Floating Market at Amphoe Phra Pra Daeng in Samut Prakan Province classified by personal factors. Data was collected from 400 Thai tourists' questionnaires and analyzed with statistical software by using computer programs; the independent samples *t* - test, and ANOVA statistics.

The study found that most Thai tourist respondents were male. The overview of tourists' opinions toward Bang Nam Pheung floating market at Amphoe Phra Pradaeng in Samut Prakan Province was high. Most the tourists that travelled by car, wanted the market authority to improve the signposts leading to the market, including safety measurements.

The comparison of the opinions classified by personal factors showed that the Thai tourists with different genders, ages, occupations, monthly average income, and domiciled residents were significantly different at .05 level. However, there were no differences among tourists with different status and level of education.

Keywords: opinion, tourist, Bang Nam Pheung floating market

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัฒน์ จิระเดชประไพ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความเมตตา เอาใจใส่ ให้คำปรึกษา แนะนำวิธีการค้นคว้า หนังสือ เอกสารต่างๆ พร้อมแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ ปาอ้าย กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความรู้ คำแนะนำวิธีการค้นคว้าหนังสือ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ดร.ทวีศิลป์ กุลนภาค (ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ) กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ดูแลเอาใจใส่ แก้ไขข้อบกพร่อง งานด้านสถิติและเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ดร.ลักษณะพร โรจน์พิทักษ์กุล ดร.คลใจ ถาวรวงศ์ ดันเจริญ ที่กรุณาให้คำแนะนำการใช้ภาษา การเขียนวิทยานิพนธ์ และปรับปรุงแก้ไขงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ท่านอาจารย์ นายกองศักดิ์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความรู้ ให้ความสนับสนุนอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ครู อาจารย์ ผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนและชี้แนะแนวทางการศึกษาแก่ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ ด้วยความสำนึกในพระคุณ

นายสุชาติ อ่อนประเสริฐ

สารบัญ

	หน้า
หน้าอนุมัติ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	9
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดสมุทรปราการ.....	11
2.2 ความหมายและความสำคัญของตลาด.....	22
2.3 ตลาดน้ำ.....	33
2.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการศึกษาตลาดน้ำ.....	44
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	47
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	58
4.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็น.....	61
4.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	67
4.4 ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม.....	77
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	80
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	81
5.2 อภิปรายผล.....	84
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	85
รายการอ้างอิง.....	88
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แผนที่สถานที่สำคัญ.....	93
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	98
ประวัติผู้วิจัย.....	105

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงพื้นที่เขตการปกครองของจังหวัดสมุทรปราการ.....	15
2 จำนวนประชากรจำแนกตามทะเบียนราษฎร.....	16
3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม.....	62
5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	62
6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก.....	64
7 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า.....	65
8 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่.....	66
9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ.....	68
10 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ.....	68
11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	69
12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพ.....	70
13 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ.....	72
15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	73

ตาราง	หน้า
16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	74
17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่.....	75
18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่.....	76
19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ เป็นรายคู่.....	77
20 ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม.....	78

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพ

1 กรอบแนวคิดของการวิจัย..... หน้า 8

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

วิถีชีวิตของคนไทยกับ “ตลาด” เป็นสิ่งที่แยกกันไม่ได้ การไปตลาดมิใช่เพียงเพื่อซื้อหาของกินของใช้เท่านั้น แต่ยังคงแสดงถึงสายสัมพันธ์ที่อบอุ่น เอื้อเฟื้อ มีน้ำใจแบบไทยๆ ตลาดจึงเป็นสถานที่ซึ่งหลายคนหวนกลับไปหลายๆ ครั้งเพื่อเติมเต็มความสุขเล็กๆ ที่ไม่อาจลืมในสมัยสุขุขทัยปรากฏข้อความจารึกว่า “เบื้องดินนอนสุขุขทัยนี้ มีตลาดปสาน มีพระอนนะ มีปราสาท มีป่าหมากพร้าว มีป่าหมากกลาง มีไร่เนา มีถิ่นฐาน มีบ้านใหญ่บ้านเล็ก” สืบเนื่องต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา ก็ยังมีการเรียกตลาดว่า “ป่า” เช่น ป่าตะกั่วขาวลูกเหและสิ่งที่ทำมาจากตะกั่ว ป่าผ้าไหม ขายผ้าไหม ป่าสังคโลกขายชามสังคโลก ป่าฟูกก็จะขายที่นอนหอมอนมุ้ง ป่ามะพร้าวขายมะพร้าว เป็นต้น (กองข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, หน้า 2-3)

นักเศรษฐศาสตร์ไทยกลุ่มหนึ่ง ได้พิจารณาในแง่ประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการทางการค้าไทยแล้วสามารถแบ่งยุคทางการค้าในสังคมไทยออกเป็น 3 ยุค คือ ยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ยุค พ.ศ. 2475 - 2500 และยุค พ.ศ. 2501 - ปัจจุบัน (พจนานุกรม เรื่องกสิกรรม, 2552, หน้า 1) การค้าขายในสังคมไทยได้ดำเนินการค้าขายผ่านพัฒนาการทางการค้ามาในทุกยุค ทุกสมัย จนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งพอจะกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้ ยุคสมบูรณาญาสิทธิราชย์ การค้าระหว่างประเทศถูกผูกขาดโดยพระคลังสินค้า กิจการผลิตและกิจการการค้าของคนไทยแท้ๆ มีแต่กิจการย่อยๆ บทบาทการผูกขาดการค้าโดยพระคลังสินค้า ได้สิ้นสุดลงเมื่อประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อ พ.ศ. 2475 ยุค พ.ศ. 2475 - 2500 หรือยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองการผลิตและการค้าในประเทศไทยได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ พ่อค้าคนจีนเริ่มรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น ได้มีการจัดตั้งสมาคมพ่อค้าเงินรวมทั้งผูกขาดกิจการการค้าในแต่ละแขนง เงินทุนมีความสำคัญขึ้นและเป็นตัวชี้ขาดทางเศรษฐกิจ ในที่สุด ยุค พ.ศ. 2501-ปัจจุบัน หลัง พ.ศ. 2500 เงินทุนต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยอย่างหนาแน่น รัฐบาลดำเนินนโยบายส่งเสริมการลงทุน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางอุตสาหกรรมโดยการลงทุนจากเอกชนต่างชาติมากขึ้นทุกที

ตลาดหลายๆ แห่ง มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของยุคสมัยในสังคมนั้นๆ แต่ยังมีตลาดอยู่ไม่น้อยที่ยังคงมีวิถีชีวิตและความงดงามของวันวานให้คงอยู่ อาทิเช่น สามตลาดเมืองบางกอก ได้แก่ ตลาดนางเลิ้ง ตลาดเขาวราช ตลาดวังหลัง (ศิริราช) กรุงเทพฯ หรือบางกอก เมืองหลวงของประเทศไทย เริ่มก่อตั้ง ภายหลังจากที่ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงขึ้นครองราชย์เป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชจักรีวงศ์ เมื่อวันที่ 6 เมษายน เดือน 5 แรม 9 ค่ำ ปีชวด พ.ศ. 2325 อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในชั้นแรกถือเอาแนวคูเมืองเดิมของกรุงธนบุรี คือ แนวคลองหลอดตั้งแต่ปากคลองตลาด จนออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเกาะรัตนโกสินทร์ส่วนบริเวณที่สร้างพระราชวังนั้น เดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาโชฎึกราชเศรษฐีและชาวจีน ซึ่งได้โปรดเกล้าให้ย้ายไปอยู่ที่สำเพ็งตลาดเก่าในกรุงเทพฯ มักมีความเป็นมาเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของเมืองหลวง ไม่ว่าจะเป็น ตลาดนางเลิ้ง ตลาดเขาวราช หรือตลาดวังหลัง ที่มีเส้นทางรถที่เกี่ยวเนื่องกัน จะไปชมตลาดเช้าที่เขาวราช กินข้าวเที่ยงที่นางเลิ้ง แล้วทะเลยดบรรยายกาศยามเย็นที่วังหลัง หรือจะเดินเข้าไปวังหลัง เที่ยงที่นางเลิ้ง แล้วชมแสงสียามค่ำที่เขาวราช เราก็เที่ยวได้ไม่รู้เบื่อ (กองข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, หน้า 6)

ตลาดแบ่งเป็นประเภทหลักๆ ได้ 3 ประเภท (วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2547, หน้า 15) ตามลักษณะดังนี้

1) ตลาดบก คือตลาดที่มีแหล่งทำลหรือค้าขายอยู่บนบก ขนาดของตลาดขึ้นอยู่กับชุมชนหรือสถานที่ที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ รวมไปถึงประเภทของสินค้าที่นำมาขาย ตลาดบกที่มีขนาดใหญ่และเป็นตลาดแห่งแรกของกรุงรัตนโกสินทร์คือ ตลาดสำเพ็ง ซึ่งเป็นทั้งชุมชนและย่านธุรกิจการค้าชาวจีนที่ตั้งรกรากอยู่ในย่านสำเพ็งนี้ แต่เดิมเคยอาศัยอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณท่าเตียนและพื้นที่ใกล้เคียงมาก่อน เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ขึ้นเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 2325 และมีพระราชประสงค์ที่จะสร้างพระบรมมหาราชวังจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวจีนเหล่านั้นย้ายนิवासสถานไปอยู่ที่สำเพ็ง ซึ่งอยู่นอกเขตกำแพงพระนครทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ สำเพ็งจึงกลายเป็นแหล่งรวมของคนจีนซึ่งมีอาชีพค้าขายเป็นหลัก และกลายเป็นย่านตลาดใหญ่ซึ่งเป็นศูนย์กลางของสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน ความเจริญเติบโตทางด้านการค้าของสำเพ็งเห็นเด่นชัดในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อมีการตัดถนนหลายสายผ่านบริเวณสำเพ็งพื้นที่ของตลาดสำเพ็ง จึงขยายไปอย่างรวดเร็วตามแนวถนนที่ตัดขึ้นใหม่และเกิดร้านค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นของชาวจีนทั้งสองฟากถนน ขายสินค้าหลากหลายชนิดตั้งแต่ของเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงเครื่องมือเครื่องใช้ขนาดใหญ่ สำเพ็งจึงเป็นตลาดที่ขายสินค้าทั้งแบบขายปลีกและขายส่ง เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้เป็นที่มาของสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทุกชนชั้นของสังคม ส่วนใหญ่ชอบซื้อปั้งทั้งซื้อขาย ไม่ว่าจะของกินของใช้ตั้งแต่ทางเท้าจนถึงศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ตลาดบกในอดีตที่สำคัญในย่านนี้คือ

ตลาดเก่า ทั้งที่มีอาหารสดและอาหารแห้งครบครันถนนหลายสายที่เกิดขึ้นจากการตัดถนนในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้ทำให้ความเจริญด้านธุรกิจขยายตัวตามไปด้วย และเกิดศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่งที่สำคัญคือ

(1) ถนนเยาวราช เป็นแหล่งสรรพสินค้าชั้นนำในอดีตสินค้าส่วนใหญ่มาจากประเทศจีน เช่นผลไม้ทั้งสด และแห้ง ผ้าแพรพรรณ ไบชา ยาจีน นอกจากนี้ยังมีภัตตาคาร ห้างขายทองรูปพรรณ และสถานที่เรีงรมย์

(2) บริเวณถนนพารุค์ เป็นย่านขายผ้า และเครื่องแต่งกาย ส่วนใหญ่เป็นร้านของชาวอินเดีย และปากีสถาน

(3) บริเวณถนนบางรัก เป็นย่านขายสินค้าของชาวตะวันตก มีตลาดบางรักเป็นตลาดใหญ่ของบริเวณนี้

(4) บริเวณถนนบางลำพู เป็นย่านขายสินค้าพื้นเมืองของไทย ตลาดที่สำคัญ คือ ตลาดยอดพิมาน หรือตลาดยอด

นอกจากนี้ยังมีแหล่งขายเครื่องสังคัมภัณฑ์ซึ่งอยู่บริเวณเสาชิงช้า บนถนนบำรุงเมืองที่เป็นศูนย์รวมเครื่องใช้ของพระสงฆ์ และของใช้ในกิจการทางศาสนาแหล่งใหญ่ของกรุงเทพฯ ตลาดบกอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญมาตั้งแต่ครั้งกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นคือตลาดท่าเตียนที่อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งพระนคร ในระยะแรกคงเป็นการค้าขายในลักษณะตลาดน้ำเพราะมีท่าเลใกล้น้ำเดิมเรียกว่า “ตลาดท้องน้ำ” ต่อมาเมื่อบ้านเมืองมีการพัฒนาและมีการสร้างถนนหนทางเพิ่มมากขึ้นตลาดท่าเตียนจึงกลายเป็นตลาดใหญ่ที่สุด ที่ค้าขายติดต่อกับตลาดทางน้ำ และเป็นศูนย์กลางของการขายส่งไปยังหัวเมืองตามลุ่มแม่น้ำท่าจีน แม่น้ำเจ้าพระยา และหัวเมืองทางภาคเหนือ โดยมีตลาดทรงวาดเป็นศูนย์กลางการค้าส่งให้แก่หัวเมืองทางภาคใต้และภาคตะวันออก ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญมากขึ้น จนการคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง ตลาดท่าเตียนก็ลดบทบาทลงด้วยเช่นกันแต่ยังเป็นแหล่งขายสินค้าจำพวกของชำ และของแห้งจากทะเลเป็นส่วนใหญ่ สำหรับตลาดบกที่มีขนาดใหญ่รองลงมาและเป็นแหล่งผลิตสินค้าด้วยนั้น ที่สำคัญได้แก่ ตลาดบ้านหม้อ (ทำหม้อขาย) บ้านพานถม บ้านบาตร บ้านดอกไม้ (ทำดอกไม้ไฟ พลุ และตะไล) บ้านดินสอ (ทำดินสอพอง) บ้านนางเลิ้ง (ทำโอ่ง) บ้านทำกระดาศ บ้านนุ (ทำชันน้ำ) บ้านช่างหล่อ บ้านขมิ้น (ทำผงขมิ้น) บ้านตีทอง ตลาดพลู (วารสาร จิวชัยศักดิ์, 2547, หน้า 20)

ในอดีตยังมีตลาดขายอาหารเป็นประเภทๆ ไป เช่น ตลาดบนเชิงสะพานหันขายหมูและผัก ตลาดเจ้าสัวเนียมหรือตลาดพระยาไพบูลย์ ตลาดกรมภูเรศ วัดเกาะ และตลาดน้อย ตลาดเหล่านี้ขายอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ เช่นเป็ด ไก่ หมู ของสดต่างๆ ส่วนตลาดที่ขายพวกผักผลไม้ ได้แก่ ตลาดท้ายวัง ตลาดยอด ตลาดหัวลำโพง ตลาดบ้านทวย ตลาดบ้านขมิ้น ตลาดคลองมอญ ในปัจจุบันตลาดบก

ที่ยังคงรักษาหน้าที่และบทบาทได้ใกล้เคียงกับในอดีตคือ ตลาดบางรัก และตลาดเก่าในย่านสำเพ็ง รวมถึงตลาดเยาวราชในย่านชุมชนของชาวไทยเชื้อสายจีนอีกด้วย (กิตติพร ใจบุญ และคนอื่นๆ, 2552, อินเทอร์เน็ต)

2) ตลาดนัด คือ ตลาดบกหรือตลาดน้ำที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวัน เวลา สถานที่ที่มีการกำหนดไว้ อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน ตลาดนัดลักษณะนี้ มีอยู่ทั่วไปทั้งในชนบท และตัวเมืองใหญ่ (กิตติพร ใจบุญ และคนอื่นๆ, 2552, อินเทอร์เน็ต) นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความหมายกว้างๆ ของตลาดนัดไว้อีกกล่าวว่า “ตลาดนัด” จะจัดขึ้นเฉพาะวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดอาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ตลอดไป จนเป็นที่รู้จักกันในสังคมของชุมชนนั้นๆ มีทั้งชนบท และตัวเมืองใหญ่ใกล้กับชุมชนในเขตที่เป็นเมืองอุตสาหกรรม คนในละแวกนั้นได้จับจ่ายซื้อของกินของใช้กันไปด้วยสะดวก ส่วนขนาดของตลาดนั้นขึ้นอยู่กับความเจริญของชุมชนเป็นสำคัญ สินค้าที่ พ่อค้า แม่ค้านำมาวางขาย มีความหลากหลายสารพัดอย่าง ขายเฉพาะวันที่มีตลาดนัดเท่านั้น (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา, 2548, หน้า 115) นอกจากนี้แล้ว ตลาดนัดยังมีความหลากหลายของสินค้า และพ่อค้าแม่ค้าที่มาอยู่รวมกัน มีทั้งความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดีต่อกัน ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน จากที่กล่าวมาบางคนอาจจะนึกไม่ถึงว่าตลาดนัดทุกวันนี้มีความหลากหลายมาก การใช้ชีวิตผ่านไปวันหนึ่งๆ โดยที่ไม่มีใครรู้ในคุณค่าหรือให้ความสนใจในความเป็นตลาดนัด เพราะส่วนใหญ่แล้วบุคคลทั่วๆ ไปจะพึ่งพาตลาดนัดอยู่เป็นประจำของทุกวัน หรือวันใดวันหนึ่งของการหมุนเวียนที่มีการจัดตลาดนัด ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่มีทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค อาทิเช่น อาหาร เครื่องใช้ต่างๆ เช่นเดียวกับตลาดสดทั่วๆ ไป และอาจมีสินค้าบางอย่างที่ในตลาดสดไม่มีวางขาย แต่ในตลาดนัดมีขาย นอกจากนี้ตลาดนัดบางแห่งจะขายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ตลาดนัดวัว ตลาดนัดควายโดยจะขายเฉพาะวัวเฉพาะควายเท่านั้นเวลาที่ขายอาจมีเฉพาะช่วงเช้า และเฉพาะช่วงเย็น หรือขายทั้งวันก็ได้ ตลาดนัดที่เป็นที่รู้จักของคนไทยมากที่สุดในระยะหนึ่ง คือ ตลาดนัดท้องสนามหลวงซึ่งเป็นแหล่งรวมของสินค้าทุกประเภท โดยเฉพาะหนังสือเก่าหายาก สัตว์เลี้ยง และต้นไม้ นานาพันธุ์จะติดตลาดทุกวันอาทิตย์ ตลาดนัดท้องสนามหลวงนี้ได้จัดให้มีขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2491 ในสมัยรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ปัจจุบันตลาดนัดท้องสนามหลวงได้ย้ายไปอยู่ที่สวนจตุจักร บางเขนแล้ว โดยมีชื่อเรียกว่าตลาดนัดสวนจตุจักรซึ่งเป็นที่นิยมของชาวกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงที่ชอบความหลากหลายของสินค้า

3) ตลาดน้ำ คือตลาดที่มีการซื้อขายสินค้าในท้องน้ำซึ่งในอดีตการคมนาคมของสังคมไทยใช้เส้นทางน้ำในการเดินทาง ติดต่อกันมาหากรวมถึงด้านธุรกิจ การค้าการขายด้วย ปัจจุบันการเกิดขึ้นของตลาดน้ำมีอย่างมากมายจุดประสงค์หลักของการเกิดขึ้นของตลาดน้ำคือ เป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวจับจ่ายสินค้าทางท้องถิ่นและแหล่งความรู้หลายด้านของวัฒนธรรมต่างๆ

แต่ละท้องถิ่น โดยที่สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์ (2549, หน้า 9) กล่าวว่าตลาดมีหลากหลายรูปแบบที่เป็นแบบถาวรและที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวัน เวลา สถานที่ที่มีการกำหนดไว้ อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนตามวันนัดหรือวันที่จัดขึ้นซึ่งจะมีผู้ซื้อ ผู้ขายเข้ามาตามจุดประสงค์ของตัวเองคือนักท่องเที่ยวก็เข้ามาเที่ยวหาซื้อสินค้าพร้อมทั้งพักผ่อนไปด้วย ผู้ขายก็ขายสินค้าที่หามาหรือทำเองตามความรู้ความสามารถของคนในชุมชนแต่ละท้องถิ่นซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ตลาดน้ำจึงมีความหลากหลายทั้งสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น ผู้คนในชุมชน วัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ตลาดน้ำมีอยู่ทั่วไปในชนบทแถบชานเมืองซึ่งเป็นที่นิยมของชาวกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงคือ ตลาดน้ำวัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐมซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไม่ไกล ตลาดน้ำวัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐมซึ่งแต่ก่อนจัดให้มีขึ้นทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ แต่ปัจจุบันมีการขายสินค้าทุกวัน พ่อค้า แม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายมีทั้งอาหารคาวหวาน ไม้คอกบริการ ตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบันมีมากมายหลายที่ โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมไปด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่ง และขยายพื้นที่เพาะปลูกย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย ในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์มีหลักฐานชัดเจนว่ามี “ตลาดน้ำ” หรือ “ตลาดเรือ” เกิดขึ้นตามลำคลอง ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของชุมชนใหญ่ๆ ชาวบ้านจะใช้เรือเป็นพาหนะนำสินค้ามาขาย หรือบ้างก็สร้างเรือนแพ รับฝากขายสินค้านานาชนิด เช่น ย่านคลองบางปะกอก ท่าเตียน คลองมหานาค และย่านวัดไทร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, หน้า 52) ทุกวันนี้กระแสความนิยมของตลาดน้ำมีมากทำให้ตลาดน้ำเกิดขึ้นมาอีกหลายแห่ง แต่ละแห่งมีจุดประสงค์ที่ใกล้เคียงกัน คือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนซื้อสินค้าพื้นบ้าน นึกถึงความทรงจำเก่าๆ ในอดีตของการเรียนรู้ในสังคมไทย การมีคุณค่าของความเป็นธรรมชาติในท้องถิ่น และภูมิปัญญาของคนในอดีต การพัฒนาคน การพัฒนาประเทศ ทำให้ตลาดน้ำในอดีตเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งในอดีตเราใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางคมนาคม แต่ปัจจุบันเราใช้การคมนาคมทางบกเป็นเส้นทางหลัก ตลาดน้ำในปัจจุบันจึงทำการค้าขายที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอาจจะขายตามแนวชายคลอง หรือขายกันในเรือ ซึ่งสอดคล้องตามริมฝั่งโดยให้นักท่องเที่ยวจับจ่ายซื้อสินค้าได้สะดวก ตามความชอบ เสมือนย้อนนึกถึงความเป็นอดีตของภาพเก่าๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ที่อยากให้เห็นวิถีชีวิตของสังคมในชุมชนอันเก่าแก่อดีตกาลกาล แต่ในปัจจุบันกิจกรรมของตลาดน้ำอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของแม่น้ำได้ทำให้เกิดภาพรวมในด้านลบซึ่งมีปริมาณของแข็งแขวนลอย โคลิฟอร์มแบคทีเรีย ฟอสเฟต ที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวไม่พึงระวังซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนตลาดน้ำดลิ่งชัน (ประคัม เรียงประยูร, 2540, หน้า 1)

ส่วนในภาพรวมด้านบวกทำให้นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวเพื่อเรียนรู้ มาพักผ่อน เพื่อซื้อสินค้า สิ่งเหล่านี้ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้เศรษฐกิจ สังคม ครอบคลุม ชุมชนนั้นๆ และประเทศเกิดการพัฒนาด้านที่ดีขึ้น

ผู้ศึกษามีความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเกิดจากความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งของชุมชน และภาครัฐ ร่วมมือรวมใจกัน พลิกฟื้นภาพชีวิตในวันคืนเก่าให้กลับมาอีกครั้งในเขตพื้นที่สีเขียวที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ที่พระประแดง ความมีเสน่ห์ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแห่งนี้คือ วิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลอง ส่วนใหญ่เป็นชาวไทย เชื้อสายมอญน้ำในคลองใสสะอาดอาหารพื้นบ้านอร่อย ชาวบ้านในชุมชนจะทำอาหารขายกันเอง อาทิเช่น ถั่วยัดไส้หมูต้มยำ ขนมจีนน้ำยา หอยทอดในถาด ขนมครก ขนมใส่ไส้ มีกลุ่มแม่บ้านสตรี ทำขนมทองหยอด เม็ดขนุน ฟอยทอง กาละแมกวน เป็นของอร่อยที่มี นอกจากนั้นก็ยังมีผลไม้จากสวน ที่มีอยู่ทั่วไป ไปสองฝั่งคลอง ผลไม้ที่ขึ้นชื่อที่สุดของบางน้ำผึ้ง คือ มะม่วงน้ำดอกไม้ และ ยังมีไม้ดอกไม้ประดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ ไข่เค็มดินสอพอง เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2550, หน้า 2) จากการศึกษาที่ผ่านมาเบื้องต้นของตลาดน้ำ ก็เป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวแต่ยังมีตลาดน้ำที่มีความน่าสนใจอีกมากมายซึ่งแต่ละแห่งจะเห็นได้ว่า มีความเป็นมาในอดีต ที่น่าสนใจ มีจุดเด่น หรือเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันมีผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่แตกต่างกันตามท้องถิ่น แต่จุดประสงค์หลักของการทำตลาดน้ำในปัจจุบันนั้นคือ พัฒนาชุมชน ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน สร้างธุรกิจชุมชน ประเทศไทยส่วนมาก แดงบริเวณภาคกลางของพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตของชุมชน จะอาศัยเส้นทางน้ำเป็นเส้นทางหลักกับการทำมาหากิน การเดินทาง การขนส่งต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัย การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาตลาดน้ำบางประมุง จังหวัดนครสวรรค์ (กาญจนา เพชรประยูร และคนอื่นๆ, 2545, หน้า 3) แต่ปัจจุบันความเจริญเข้ามาเยือนการใช้ การคมนาคมทางน้ำจึงลดน้อยกว่าการคมนาคมทางบก ตลาดน้ำในอดีต จึงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม พ่อค้า แม่ค้าจะพายเรือมาขายผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร แต่ปัจจุบันตลาดน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ขายสินค้าต่างๆ ซึ่งมีความหลากหลายของสินค้า และผลิตภัณฑ์ ตลาดน้ำ จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งหนึ่ง ที่รัฐให้ความสำคัญเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิด รายได้ในชุมชน สังคม และเศรษฐกิจของประเทศ เช่น ธุรกิจบ้านพักโฮมสเตย์ ธุรกิจด้านอาหาร ของฝากของที่ระลึก และธุรกิจบริการ พร้อมทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทั้งสังคมแห่ง การเรียนรู้ รักษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ ของชุมชนเอาไว้ให้ผู้ที่มีความสนใจ อดุทธากรรมการท่องเที่ยว จึงเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญของประเทศ ตามนโยบายของรัฐบาล โดยใช้แนวคิดที่กล่าวไว้ว่า เที่ยวเมืองไทยครั้งไหนเศรษฐกิจไทยก็คึกคัก

กล่าวสรุปได้ว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ตั้งแต่สภาพแวดล้อมที่มีความเขียวชอุ่มของต้นไม้ มีความเป็นธรรมชาติ ความใสสะอาดของแม่น้ำลำคลอง วิถีชีวิตของคนในชุมชน ประเพณีวัฒนธรรมการกิน และส่วนที่สำคัญของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งเป็นพื้นที่สีเขียวของใจกลางเมืองกรุงเทพฯ และจังหวัดสมุทรปราการ เป็นแหล่งที่ผลิตอากาศที่บริสุทธิ์ หรือที่เรียกว่า ปอดของคนเมือง ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยว เข้ามาเที่ยวชม เพื่อการพักผ่อนเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและผลิตภัณฑ์ ของฝากของขวัญที่ระลึกต่างๆ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2550, หน้า 2)

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.3.1 ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ข้อมูลนักท่องเที่ยวในปีพุทธศักราช 2552 จำนวน 8,250 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, หน้า 25) โดยเทียบตารางของ Yamané ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา

2) ตัวแปรตาม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ตามรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ

- (1) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
- (2) ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก
- (3) ด้านผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า
- (4) ด้านบุคลากร หรือเจ้าหน้าที่

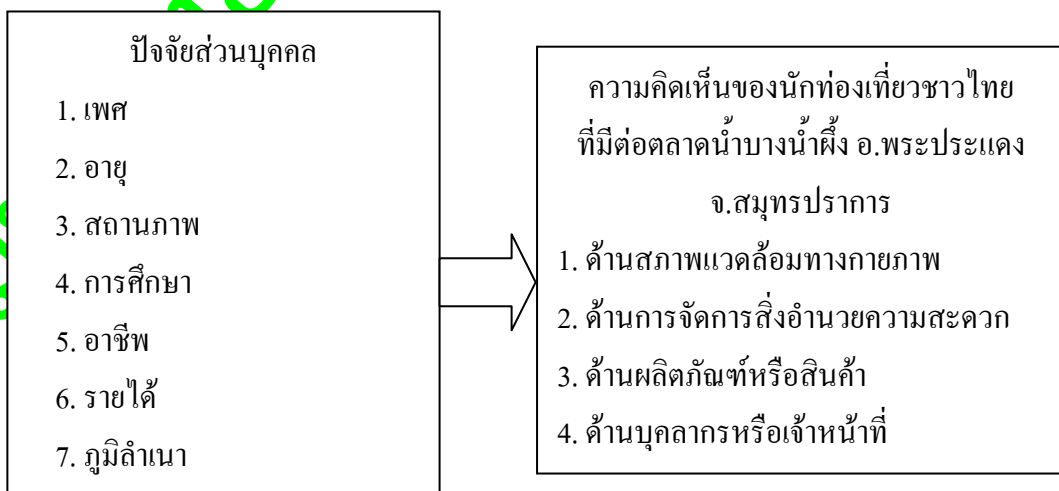
1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในครั้งนี้ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาตามรายด้านต่อไปนี้

- 1.4.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
- 1.4.2 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก
- 1.4.3 ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์
- 1.4.4 ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.5.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.5.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.5.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.5.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.5.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ทำให้ได้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.6.2 ทำให้ทราบถึงข้อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง หมายถึง บริเวณหรือสถานที่ริมคลองที่ชาวบ้าน และองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ร่วมมือกันจัดตั้งขึ้นมาเพื่อขายสินค้าทางการเกษตรและสินค้าจากความรู้ภูมิปัญญาของชาวบ้านที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.7.2 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง หมายถึง ลักษณะหรือสภาพของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่สามารถมองเห็นได้ เช่น ริมน้ำ ถนนทางเข้าออก แผงหรือสื่อของร้านค้าที่นั่งพักผ่อน ห้องน้ำ ห้องสุขา ไฟฟ้า ที่จอดรถ

1.7.3 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความสะดวก หมายถึง การบริหารจัดการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร สาธารณูปโภค ไฟฟ้า น้ำประปา การเดินทาง แผนที่แสดงที่ตั้งของตลาด ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ถึงขยะ ที่นั่งพักผ่อน และห้องน้ำห้องสุขาภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.7.4 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของชุมชน สินค้าพื้นบ้าน มีความสะอาด สดใหม่ โดดเด่น ราคา และคุณภาพ ภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.7.5 ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่บริหารจัดการ ดูแลส่วนต่างๆ ภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.7.6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและการบริหารจัดการของเจ้าหน้าที่ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.7.7 นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย เดินทางจากที่พักหรือที่หนึ่งๆ ใดมาเที่ยวที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แบบบุคคลแบบกลุ่มหรือคณะเพื่อซื้อสินค้า พักผ่อน และศึกษาหาความรู้แต่ไม่ได้หมายถึงมาเพื่อการทำธุรกิจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำเสนอตามหัวข้อดังนี้

- 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดสมุทรปราการ
- 2.2 ความหมายและความสำคัญของตลาด
- 2.3 ตลาดน้ำ
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการศึกษาตลาดน้ำ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดสมุทรปราการ

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรปราการ

สมุทรปราการ เป็นเมืองที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาในรัชสมัยของพระเจ้าทรงธรรม มีชื่อปรากฏอยู่ในพระราชกฤษฎีกาซึ่งตราขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2178 พระเจ้าทรงธรรมได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างเมืองสมุทรปราการขึ้นที่บริเวณ คลองปลากด มีฝรั่งชาวฮอลันดาเข้ามาค้าขายกับไทย ในสมัยสมเด็จพระเอกาทศรถ เป็นพ่อค้าที่วางตัวและติดต่อกับไทยเป็นอย่างดี อีกทั้งยังกระทำความดีความชอบกับทางราชการแผ่นดินหลายอย่าง สมเด็จพระเอกาทศรถจึงได้ทรงพระราชทานที่ดินบริเวณเหนือคลองปลากด ใช้เป็นที่ตั้งคลังสินค้า และเป็นที่อยู่ของเจ้าหน้าที่อย่างพอเพียง และเป็นสถานที่ตั้งกรม บริบูรณ์ด้วยเครื่องใช้ที่จำเป็นและทันสมัยจนถึงกับมีการยกย่องในหมู่ชาวฮอลันดาว่าเป็นเมือง “นิวอัมสเตอร์ดัม” (New Amsterdam) ปัจจุบันถูกน้ำเซาะพังไปแล้วสมัยรัตนโกสินทร์ ตอนต้น พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ทรงเห็นว่าปากน้ำเจ้าพระยานั้นหากมีข้าศึกมารุกราน พระนครก็จะทำได้ง่าย จึงโปรดเกล้าฯ ให้กรมหมื่นเจษฎาบดินทร์ (พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว) กับพระยาคลัง (ด้ส) เป็นแม่กลองไปควบคุมการก่อสร้างเมืองสมุทรปราการขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2362

ตรงบริเวณบางเจ้าพระยา คือ ตำบลปากน้ำในปัจจุบันใช้เวลาในการก่อสร้างประมาณ 3 ปี จังหวัดสมุทรปราการหรือที่เรียกกันเป็นสามัญทั่วไปว่า “เมืองปากน้ำ” เพราะตั้งอยู่ปากน้ำเจ้าพระยา เป็นเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่โบราณ เป็นเมืองหน้าด่านทางทะเลที่มีความสำคัญตลอดมา ทุกยุคทุกสมัย “สมุทร” แปลว่า “ทะเล” และ “ปราการ” แปลว่า “กำแพง” สมุทรปราการแปลว่า กำแพงชายทะเลหรือกำแพงริมทะเล ซึ่งหมายถึงเมืองหน้าด่านชายทะเล หรือริมทะเลที่มีกำแพงมั่นคงแข็งแรงสำหรับป้องกันข้าศึกนั่นเอง นับว่าเป็นการให้ชื่อเมืองที่ถูกต้อง และเหมาะสมตามความมุ่งหมายในการตั้งเมืองเป็นอย่างดี

ประวัติความเป็นมาของเมืองสมุทรปราการสลับซับซ้อนสัมพันธ์กับเมืองพระประแดงมาก (ปัจจุบันเป็นอำเภอพระประแดงในจังหวัดสมุทรปราการ) เพราะเมืองสมุทรปราการได้ตั้งขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี แต่เมืองพระประแดงเดิมนั้นขอมได้ตั้งขึ้นในสมัยขอมมีอำนาจครอบครองบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งสมัยนั้นทะเลยังลึกเข้ามามากจนจรดเขตทางใต้ของกรุงเทพมหานคร ขอมเรียกว่า “ปากน้ำพระประแดง” (ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์เชื่อว่าเมืองพระประแดงที่ขอมตั้งนี้อยู่ที่คลองเตย เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันคือที่ทำราชการท่าเรือแห่งประเทศไทย) ครั้นนานมาแม่น้ำเจ้าพระยาได้ขุดลอกออกไปเมืองพระประแดงห่างจากปากน้ำเข้าทุกทีจึงมีการโยกย้ายตั้งเมืองปากน้ำขึ้นใหม่เพื่อความเหมาะสม จึงมีทั้งเมืองสมุทรปราการ และเมืองพระประแดงในสมัยกรุงศรีอยุธยา ครั้นถึงสมัยรัตนโกสินทร์ความจำเป็นทางการเมือง และความปลอดภัยของประเทศชาติมีมากขึ้นจึงได้ตั้งเมืองนครเขื่อนขันธ์ขึ้น (ปัจจุบันเป็นอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ) จึงกล่าวได้ว่า จังหวัดสมุทรปราการหรือเมืองปากน้ำ ปัจจุบันนี้มีประวัติ และอาณาเขตของเมือง 3 เมืองรวมกัน คือ เมืองพระประแดง เมืองนครเขื่อนขันธ์ และเมืองสมุทรปราการ

สมุทรปราการ ในอดีตนับเป็นพื้นที่ป่ามาแต่นั้น นักปราชญ์ทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดี สันนิษฐานว่าบริเวณพื้นที่ของจังหวัดนี้ทั้งหมดตั้งแต่ปากอ่าวไทยจรดพื้นที่ทางใต้ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นทะเลทั้งหมด มีเรือสำเภาจีนแล่นขึ้นไปถึงกรุงศรีอยุธยาได้โดยสะดวก ต่อมาเรื่อยๆ เข้าบริเวณแห่งนี้ดินเงินกลายเป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ทั้งมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านไปออกทะเล การคมนาคมสะดวก ผู้คนจึงอพยพเข้าตั้งหลักแหล่งทำมาหากินมากขึ้นโดยลำดับ บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยาทั้งหมดมาจนจรดปากอ่าวไทยเป็นเขตอาณาจักรทวารวดี และชนชาติทวารวดี ในบริเวณนี้ส่วนมากมีเชื้อชาติไทย จากหลักฐานการขุดค้นพบซากโบราณสถานกับพบโบราณวัตถุ มีตะเกียงสัมฤทธิ์ของชาวโรมันที่ตำบลพงศึก อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ทำให้สันนิษฐานได้ว่าบริเวณตำบลดังกล่าวและอาณาเขตใกล้เคียงคงจะเป็นเมืองท่าริมทะเลอีกเมืองหนึ่งของอาณาจักรทวารวดีเช่นกัน

จึงกล่าวได้ว่าอาณาจักรทวารวดีคงเป็นอาณาจักรที่รุ่งเรืองและมีอาณาบริเวณอยู่ในที่ราบลุ่มในแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งหมดตลอดมาจนจรดอ่าวไทย ประชาชนพลเมืองคงมีเชื้อสายไทยมีความเจริญสูงซึ่งอยู่ในราว พ.ศ. 1000 ถึง พ.ศ. 1300 ดังนั้นพื้นที่ของเมืองสมุทรปราการเดิม จึงอยู่ในอาณาจักรทวารวดีมาแล้วตั้งแต่ในสมัยโบราณ ถ้าจะกล่าวย้อนหลังขึ้นไปในอดีต สมุทรปราการมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่ากล่าวได้ละเอียดรวม 5 สมัยด้วยกัน คือ สมัยลพบุรี สมัยสุโขทัย สมัยอยุธยา สมัยธนบุรี และสมัยรัตนโกสินทร์ (ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดสมุทรปราการ, 2553, อินเทอร์เน็ต)

2.1.2 ข้อมูลสภาพทั่วไป

1) สภาพภูมิประเทศ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน และมีลำคลองมากมาย เช่น คลองสำโรง คลองสรรพสามิต ลักษณะทั่วไปของจังหวัด แบ่งได้ 3 ส่วน คือ

(1) บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสองฝั่งเป็นที่ราบลุ่ม ซึ่งเหมาะสำหรับกิจกรรมทางการเกษตร ได้แก่ การทำนา ทำสวน เป็นต้น

(2) บริเวณตอนใต้ใกล้ชายฝั่งทะเล พื้นดินเดิมจัด ในฤดูแล้งส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำป่าจาก และป่าฝืน

(3) บริเวณที่ราบทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นที่กว้างโดยตลอด และเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญของจังหวัด เพราะมีประตูน้ำชลประทานสำหรับกักกั้นน้ำเดิมระบายน้ำจืดหลายแห่งเหมาะแก่การทำนา

2) ภูมิอากาศเป็นอากาศแบบชายทะเล ทำให้อากาศไม่ร้อนจัดในฤดูร้อน เพราะมีความชื้นในอากาศสูง เนื่องจากอิทธิพลชายทะเลและเป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีปริมาณฝนตกมากช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปี 2545 เท่ากับ 1,445.01 มิลลิเมตร เฉลี่ยฝนตกต่อปี 86 วัน เดือนตุลาคมเป็นเดือนซึ่งมีน้ำฝนมากที่สุดและเดือนธันวาคมเป็นเดือนซึ่งมีปริมาณน้ำฝนน้อยที่สุด

2.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติ

1) แร่ธาตุ เนื่องจากจังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มและที่ราบปากแม่น้ำ ปัจจุบันนี้ยังไม่พบทรัพยากรทางธรณีจำพวกแร่ธาตุ น้ำมัน หรือก๊าซธรรมชาติ

2) ป่าไม้ ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้ประเภทไม้ผลัดใบและป่าชายเลน มีเนื้อที่ป่าประมาณ 12,030 ไร่ หรือร้อยละ 1.92 ของเนื้อที่ของจังหวัด ปัจจุบันพบว่ายังมีพื้นที่ป่าไม้ในบางแห่ง โดยเฉพาะพื้นที่ป่าชายเลน ส่วนบริเวณปากแม่น้ำเจ้าพระยาควรกำหนดเป็นเขตป่าไม้หวงห้ามของทางราชการเพื่อป้องกันการบุกรุกทำลาย

3) ดิน มีลักษณะเป็นดินเหนียวหรือดินเหนียวปนทรายแห้ง มีการระบายน้ำที่ไม่ดี ความเป็นกรดของดินมากถึงค่าปานกลาง ความอุดมสมบูรณ์ของดินปานกลางถึงสูง แต่ก็มีดินเค็ม

และเป็นกรครบบริเวณน้ำท่วมถึง เป็นอุปสรรคต่อการเกษตร

4) แหล่งน้ำ

แหล่งน้ำธรรมชาติ แบ่งเป็น 2 ประเภท

(1) แหล่งน้ำผิวดิน เนื่องจากสภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม จึงมีแม่น้ำลำคลองต่างๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในทางการเกษตร การคมนาคม และการระบายน้ำ

(2) แหล่งน้ำใต้ดิน แหล่งน้ำใต้ดินที่ใช้ประโยชน์เป็นการนำน้ำบาดาลมาใช้เป็นส่วนใหญ่

แหล่งน้ำชลประทาน แบ่งเป็น 8 ประเภท

(1) แหล่งน้ำเจ้าพระยา ไหลผ่านอำเภอพระประแดง และอำเภอเมืองสมุทรปราการ ใช้เป็นทางคมนาคมติดต่อกับกรุงเทพมหานคร มีเรือเดินสมุทรจากต่างประเทศแล่นผ่านไปมาเป็นประจำ ทั้งเรือขนาดเล็กและเรือเดินสมุทรขนาดใหญ่

(2) คลองสำโรง เป็นคลองแยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตำบลสำโรงใต้ อำเภอพระประแดง ผ่านท้องที่สำโรงเหนือ อำเภอเมืองสมุทรปราการ ไปยังอำเภอบางพลี และผ่านที่ว่าการอำเภอบางบ่อ ไปถึงอำเภอบางประกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

(3) คลองสรรพสามิต แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ ผ่านไปยังตำบลนาเกลือ ไปออกคลองขุนราชพินิจ จังหวัดสมุทรสาคร

(4) คลองด่าน เป็นคลองแยกจากคลองสำโรง จากที่ว่าการอำเภอบางบ่อ ไหลผ่านตำบลต่างๆ ในท้องที่อำเภอบางบ่อ ตัดผ่านถนนสุขุมวิทลงสู่อ่าวไทยเป็นคลองที่มีประตูน้ำชลประทานตั้งอยู่

(5) คลองบางโหลง เป็นคลองแยกจากคลองสำโรงที่วันบางโหลงนอกอำเภอบางพลี ผ่านท้องที่ตำบลบางโหลง ตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี

(6) คลองบางปลา เป็นคลองแยกจากคลองสำโรงที่ลาดบางปลา อำเภอบางพลี ถึงคลองตาเจีย อำเภอเมืองสมุทรปราการ ผ่านอำเภอบางพลี และอำเภอเมืองสมุทรปราการ

(7) คลองบางเสาธง เริ่มจากหมู่ที่ 5 กิ่งอำเภอบางเสาธง ถึงคลองประเวศเขตลาดกระบัง ผ่านท้องที่อำเภอบางพลีใหญ่

(8) คลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต เป็นคลองชลประทานที่ขุดค้นระหว่างคลองประเวศบุรีรัมย์กับคลองสำโรง อำเภอบางบ่อ ((ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดสมุทรปราการ, 2553, อินเทอร์เน็ต)

2.1.4 โครงสร้างของประชากร

จังหวัดสมุทรปราการมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของภาคกลาง รองจากกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2545 มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,027,719 คนแยกเป็นชาย 499,011 คน เป็นหญิง 528,708 คน (ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดสมุทรปราการ, 2553, อินเทอร์เน็ต) โดยที่จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านการผลิต คือ อุตสาหกรรม และการกระจายตัวของประชากรย้ายถิ่นจากที่อื่นเข้ามาในจังหวัดเป็นจำนวนมาก สาเหตุสำคัญที่ย้ายเข้ามา คือ ย้ายตามบุคคลในครัวเรือนและเพื่อเข้ามาหางานทำ ทั้งนี้เพราะจังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดในเขตปริมณฑลมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานครและมีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของประชากรเข้าติดต่อกับกรุงเทพมหานครมาประกอบอาชีพ ซึ่งประชากรที่เคลื่อนย้ายเข้ามาในจังหวัดนี้มีทั้งย้ายและไม่ย้ายทะเบียนราษฎร ทำให้ประชากรที่มีอยู่จริงสูงกว่าจำนวนประชากรในทะเบียนราษฎร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อยู่ในวัยทำงานกลุ่มอายุ 20-29 ปี จะมีรายชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎรต่ำกว่ากลุ่มอื่น

ตาราง 1 แสดงพื้นที่เขตการปกครองของจังหวัดสมุทรปราการ

อำเภอ	เขตการปกครอง				
	หมู่บ้าน	ตำบล	อบต.	สภาตำบล	เทศบาล
เมือง	93	13	5	1	6
บางบ่อ	74	8	8	-	3
บางพลี	83	6	6	-	1
พระประแดง	67	15	6	-	3
พระสมุทรเจดีย์	42	5	4	-	2
กิ่งอำเภอบางเสาธง	38	3	3	-	1
รวม	397	50	32	1	16

(ที่มา: ที่ทำการปกครองจังหวัดสมุทรปราการ, 2553)

ตาราง 2 จำนวนประชากรจำแนกตามทะเบียนราษฎร

ลำดับที่	อำเภอ/กิ่งอำเภอ/เทศบาล	จำนวนประชากร		
		ชาย	หญิง	รวม
1	อำเภอเมืองสมุทรปราการ	37,955	40,794	78,749
2	อำเภอพระประแดง	19,095	20,533	39,628
3	อำเภอบางพลี	69,289	75,375	144,664
4	อำเภอบางบ่อ	33,918	35,005	68,923
5	อำเภอพระสมุทรเจดีย์	30,392	31,139	61,531
6	กิ่งอำเภอบางเสาธง	16,207	16,930	33,137
7	เทศบาลนครสมุทรปราการ	35,965	35,767	71,732
8	เทศบาลเมืองพระประแดง	4,488	4,723	9,206
9	เทศบาลเมืองลัดหลวง	36,184	38,776	74,960
10	เทศบาลตำบลสำโรงเหนือ	16,679	17,965	34,644
11	เทศบาลตำบลสำโรงใต้	38,734	40,899	79,633
12	เทศบาลตำบลด่านสำโรง	25,834	27,987	53,821
13	เทศบาลตำบลตำบลบางเสาธง	7,078	7,516	14,594
14	เทศบาลตำบลแหลมฟ้าผ่า	6,746	6,898	13,644
15	เทศบาลตำบลบางปู	52,412	54,899	107,311
16	เทศบาลตำบลพระสมุทรเจดีย์	6,616	6,846	13,462
17	เทศบาลตำบลบางพลี	3,608	3,719	7,327
18	เทศบาลตำบลแพรกษา	3,977	4,124	8,101
19	เทศบาลตำบลบางบ่อ	3,051	3,093	6,144
20	เทศบาลตำบลคลองสวน	851	893	1,744
21	เทศบาลตำบลคลองด่าน	5,606	5,823	11,429
22	เทศบาลตำบลบางเมือง	44,331	49,004	93,335
	รวม	499,011	528,708	1,027,719

(ที่มา: ที่ทำการปกครองจังหวัดสมุทรปราการ, 2553)

2.1.5 ประวัติอำเภอพระประแดง

อำเภอพระประแดง เป็นเมืองโบราณสมัยขอมมีชื่อเรียกว่า “พระประแดง” เดิมตั้งอยู่ฝั่งริมแม่น้ำเจ้าพระยาด้านซ้ายคืออยู่ทางฝั่งตะวันออกเดิมเป็นเมืองหน้าด่านทางทะเลสมัยนั้นเรียกว่า “ปากน้ำพระประแดง” คำว่า “ประแดง” หรือ “บาแดง” แปลว่า คนเดินหมากหรือคนนำข่าวสาร แต่เดิมเมืองพระประแดงเป็นเมืองหน้าด่านเมื่อมีเหตุการณ์ใดๆ เกิดขึ้นจะต้องแจ้งข่าวสารไปให้เมืองหลวง (ละโว้) ทราบ

2.1.6 ที่ตั้งและอาณาเขตอำเภอพระประแดง

- 1) ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตพระโขนง และเขตบางนา (กรุงเทพมหานคร) มีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต
- 2) ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองสมุทรปราการ มีถนนทางรถไฟเก่า (สายปากน้ำ) เป็นเส้นแบ่งเขต
- 3) ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองสมุทรปราการและอำเภอพระสมุทรเจดีย์ คลองขุด คลองบางฟ้าย กึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา คลองท่าเกวียน และคลองบางจาก เป็นเส้นแบ่งเขต
- 4) ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตทุ่งครุและเขตราษฎร์บูรณะ (กรุงเทพมหานคร) คลองรางใหญ่ คลองขุดเจ้าเมืองตำราวงสาธิต และคลองบางฟิ่ง คลองแจรงร้อน เป็นเส้นแบ่งเขต

2.1.7 การปกครองส่วนภูมิภาค

อำเภอพระประแดงแบ่งเขตการปกครองย่อย เป็น 15 ตำบล แต่ละตำบลแบ่งออกเป็นหมู่บ้าน รวม 67 หมู่บ้าน

- 1) ตลาด (Talat)
- 2) บางฟิ่ง (Bang Phueng)
- 3) บางจาก (Bang Chak)
- 4) บางครุ (Bang Khru)
- 5) บางหญ้าแพรก (Bang Ya Phraek)
- 6) บางหัวเสือ (Bang Hua Suea)
- 7) สำโรงใต้ (Samrong Tai)
- 8) บางยอ (Bang Yo)
- 9) บางกะเจ้า (Bang Kachao)
- 10) บางน้ำผึ้ง (Bang Numphueng)
- 11) บางกระสอบ (Bang Krasop)
- 12) บางกอบัว (Bang Ko Bua)

13) ทรงคนอง (Song Khanong)

14) สำโรง (Samrong)

15) สำโรงกลาง (Samrong Klang)

2.1.8 การปกครองส่วนท้องถิ่น

อำเภอพระประแดงประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 9 แห่ง

- 1) เทศบาลเมืองพระประแดง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตลาดทั้งตำบล
- 2) เทศบาลเมืองลัดหลวง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางพึ่ง ตำบลบางพึ่ง ตำบลบางจาก และตำบลบางครุทั้งตำบล
- 3) เทศบาลเมืองสำโรงใต้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางหญ้าแพรก ตำบลบางหัวเสือ ตำบลสำโรงใต้ ตำบลสำโรง และตำบลสำโรงกลางทั้งตำบล
- 4) องค์การบริหารส่วนตำบลบางยอ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางยอทั้งตำบล
- 5) องค์การบริหารส่วนตำบลบางกะเจ้า ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกะเจ้าทั้งตำบล
- 6) องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้งทั้งตำบล
- 7) องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระสอบ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกระสอบทั้งตำบล
- 8) องค์การบริหารส่วนตำบลบางกอบัว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกอบัวทั้งตำบล
- 9) องค์การบริหารส่วนตำบลทรงคนอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทรงคนองทั้งตำบล

2.1.9 การคมนาคม

อำเภอพระประแดง มีถนนสายหลักได้แก่ ถนนสุขสวัสดิ์ ถนนนครเขื่อนขันธ์ ถนนพระราชวิริยาภรณ์ ถนนเพชรหิรัญ ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ถนนทางรถไฟเก่า (สายปากน้ำ) และถนนกาญจนาภิเษก (ด้านใต้) รวมทั้งทางพิเศษบางพลี – สุขสวัสดิ์

นอกจากนี้ยังมีสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา 2 แห่ง คือ สะพานวงแหวนอุตสาหกรรมและสะพานกาญจนาภิเษก

สำหรับการคมนาคมในแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ แพขนานยนต์ และเรือโดยสารข้ามฟากของห้างหุ้นส่วนจำกัดเกตรา และ นาวาสมุทร จำกัด เรือโดยสารข้ามฟาก และเรือหางยาวบริเวณวัดบางน้ำผึ้งนอก (ฝั่งตรงข้ามกับวัดบางนานอก เขตบางนา กรุงเทพมหานคร) เรือหางยาวบริเวณปลายถนนเพชรหิรัญ (ฝั่งตรงข้ามกับท่าเรือกรุงเทพ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร)

2.1.10 สถานที่ท่องเที่ยว

ป้อมแผลงไฟฟ้า

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

สวนบางกระเจ้า

2.1.11 ข้อมูลพื้นฐานองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง

องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง มีลักษณะที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล้อมรอบด้วยเมืองใหญ่ เขตอุตสาหกรรม และการทำธุรกิจที่สำคัญมีเส้นทางการคมนาคมติดต่อกับภายนอกที่ค่อนข้างสะดวก ตำบลบางน้ำผึ้งเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่บางกระเจ้า (กระเพาะหมู) ที่ถือเป็นพื้นที่สีเขียวผืนใหญ่ที่สุดที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครที่ได้รับการอนุรักษ์พื้นที่ไว้ตำบลบางน้ำผึ้ง เป็นชุมชนที่เก่าแก่ มีจุดเด่นของชุมชน

1) สภาพทั่วไป

ลักษณะที่ตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทางด้านทิศเหนือของอำเภอพระประแดง ห่างจากตัวอำเภอพระประแดงประมาณ 5 กิโลเมตร (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2550, หน้า 3)

ทิศเหนือ ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางกอบัว

ทิศตะวันออก ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา (ฝั่งตรงข้ามเขตบางนากรุงเทพมหานคร)

ทิศตะวันตก ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางยอ และองค์การบริหารส่วนตำบลบางกอบัว

ทิศใต้ ติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางกระสอบเนื้อที่ 3.31 ตารางกิโลเมตร (1,938 ไร่) ภูมิประเทศของตำบลบางน้ำผึ้งเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองไหลผ่าน 6 สาย ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรจำนวนหมู่บ้าน 11 หมู่บ้าน ประชากรทั้งสิ้น 4,848 คน แยกเป็นชาย 2,305 คน หญิง 2,543 คน มีความหนาแน่นเฉลี่ย 1,400 คน/ตารางกิโลเมตร จำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 1,286 ครัวเรือน (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2550, หน้า 3)

2) ข้อมูลทั่วไปตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นตลาดน้ำที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำแห่งนี้เปิดขึ้นเมื่อต้นปี พ.ศ. 2547 ด้วยความร่วมมือของชาวบ้านและองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง พัฒนาให้ตลาดแห่งนี้เป็นที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิดจากความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งของชุมชนและภาครัฐ ร่วมมือร่วมใจกันพลิกฟื้นภาพชีวิตในวันคืนเก่าให้กลับมาอีกครั้ง ในเขตพื้นที่สีเขียวที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ที่พระประแดง นอกจากการท่องเที่ยวและซื้อของกินของใช้ ของฝากแล้ว ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังมีกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น การให้เช่าเรือพาย เช่าจักรยาน โดยการท่องเที่ยว ลัดเลาะไปชมวิถีชีวิตของชาวสวน พร้อมกันนั้นยังมีการบริการนวดแบบแพทย์แผนไทย โดยภูมิปัญญาไทย (องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง, 2550, หน้า 7)

ตลาดน้ำแห่งนี้ถือว่าเป็นตลาดน้ำเพื่อสุขภาพ โดยการใช้ความรู้แบบภูมิปัญญาไทย เน้นการใช้สมุนไพรไทยเป็นหลักทั้งของกิน ของใช้ต่างๆ อีกทั้งพ่อค้าแม่ค้ายังมีน้ำใจแบบไทยๆ มีความเป็นมิตร ความโอบอ้อมอารี ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของคนในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งคนในชุมชนแห่งนี้ เสน่ห์ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแห่งนี้ เป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลอง ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายมอญ อาหารพื้นบ้าน สินค้าที่มีขายทั้งของฝากต่างๆ ล้วนเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในชุมชนที่ทำมาขายเอง อาทิเช่น พายเรือขายกล้วยเดี่ยวหมุดตั้มยำ ขนมจีนน้ำยา หอยทอดในถาด ขนมครก ขนมใส่ไส้ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มแม่บ้านสตรีทำขนมทองหยอด เม็ดขนุน ฝอยทอง กาละแมวกวน และทอดกุนเชียง นอกจากนี้ ยังมีผลไม้จากสวนที่มีอยู่ทั่วไปสองฝั่งคลอง ผลไม้ที่ขึ้นชื่อที่สุดของบางน้ำผึ้ง คือ มะม่วงน้ำดอกไม้ และไม้ประดับ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ ไข่เค็มดินสอพอง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นภาพวิถีชาวบ้านเมื่อประมาณ 40 กว่าปีที่แล้ว กล่าวคือ สมัยนั้นการคมนาคมจะใช้การสัญจรทางน้ำเนื่องจากสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองอยู่มากซึ่งแต่ละคลองเชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา ในอดีตชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำสวนผลไม้ ดินน้ำมีความอุดมสมบูรณ์ทำให้ผลผลิตออกมาจำนวนมากชาวบ้านจึงได้รวมตัวกัน นำสินค้าใส่เรือมาจำหน่ายที่ปากคลองทำให้เกิดตลาดน้ำขึ้น

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็น 1 ใน 6 ตำบล ในกิ่งกระเพาะหมูในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนสาเหตุที่เรียกว่ากิ่งกระเพาะหมูเพราะเป็นพื้นที่สีเขียวในกิ่ง มีรูปร่าง คล้ายกระเพาะหมูหรือแอกั่ว เป็นพื้นที่เกษตรกรรมท่ามกลางความเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร โดยมีอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่ 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลทรงคนอง ตำบลบางยอ ตำบลบางกระเจ้า ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางกอบัว และตำบลบางกระสอบ มีเนื้อที่รวม 1,938 ไร่ และพื้นที่กว่าร้อยละ 85 ถูกโอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา ยังคงความอุดมสมบูรณ์ตามรูปแบบสวนเกษตรดั้งเดิมที่ยังอยู่สืบเดียว และเป็นพื้นที่สุดท้ายที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ภาครัฐจึงให้อนุรักษ์พื้นที่สีเขียวในบริเวณ 6 ตำบลนี้ ไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 เพื่อให้เป็นบริเวณแหล่งผลิตอากาศที่บริสุทธิ์ให้กับประชาชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ในเขตจังหวัดสมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร เพราะบริเวณติดต่อกันระหว่างจังหวัดที่มีธุรกิจ ด้านอุตสาหกรรม มีโรงงานเป็นจำนวนมาก การสัญจรทางคมนาคมทางรถยนต์ที่มีจำนวนมาก จึงส่งผลทำให้เกิดมลพิษ เกิดฝุ่นละออง คิววันไอเสียรถยนต์ ซึ่งมลพิษเหล่านี้ทำให้เป็นผลเสียกับระบบ ทางเดินหายใจของคนในชุมชน ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานอิสระและประชาชน ในตำบลบางน้ำผึ้งร่วมมือและสร้างจิตสำนึกที่ดีด้วยการรักษาสีเขียวไว้ การบริหารจัดการ ที่เป็นรูปธรรมเพื่อให้ตำบลบางน้ำผึ้งยังคงสภาพเป็นพื้นที่สีเขียวไว้อย่างยั่งยืน และเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ผสมผสานในเชิงอนุรักษ์ให้ตำบลบางน้ำผึ้งเป็นพื้นที่สีเขียววิสัยทัศน์ของคนในชุมชนตำบลบางน้ำผึ้ง คือต้องมีสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่นเขียวขจี เศรษฐกิจที่ดีถ้วนหน้า รักษาคุณค่าของชุมชน และพัฒนาคน

ให้มีคุณภาพรองรับเมืองให้น่าอยู่

ปัจจุบันประชาชนในตำบลบางน้ำผึ้งยังมีวิถีชีวิตในการทำสวนเกษตรเป็นหลัก และยังสนับสนุนในด้านการศึกษาวិถีชุมชนไทย เพื่อให้คั้งกระเพาะหมูแห่งนี้เป็นสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นชุมชนตัวอย่าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ทั้งความรู้และเป็นที่พักผ่อน ได้สัมผัสความเพลิดเพลินกับธรรมชาติที่ใช้การเดินทางที่ไม่ไกลจากเมืองหลวง สามารถเดินทางมาพักผ่อนได้สะดวก ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเกิดจากแนวความคิดขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และประชาชนในพื้นที่ของตำบลบางน้ำผึ้ง ซึ่งมีแนวความคิดที่เป็นแนวเดียวกันว่าต้องการทำตลาดน้ำขึ้นมาซึ่งตอนเริ่มต้นเพียงแต่มีความคิดที่จะจัดทำพื้นที่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์เท่านั้น โดยการนำผลผลิตทางการเกษตรที่ประชาชนคนในชุมชนปลูกไว้ และนำมาจัดวางจำหน่ายแก่พวกที่ผ่านไปมา แต่เมื่อหลายคนนำความคิดหลายๆ ความคิดมาเข้าสู่ที่ประชุมประชาคมตำบล ได้ผลสรุปไปในทางเดียวกันจึงดำเนินการที่กว้างออกไปซึ่งมีลักษณะศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งจึงใช้แนวทางดังกล่าวมาจัดทำและดำเนินการ โดยทำการประสานกับกลุ่มองค์กร กลุ่มอาชีพ หน่วยงานราชการในพื้นที่ รวมทั้งขอรับการสนับสนุนงบประมาณจาก องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการร่วมกับงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ที่มีอยู่มีการออกแบบศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยการจัดซุ้มขายของ ซุ้มจำหน่ายสินค้าโอท็อปและสร้างสะพานปูนริมคลอง พร้อมกับปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ พื้นที่โดยรอบมีการตกแต่งให้พื้นที่มีความสวยงามโดยเน้นความเป็นธรรมชาติ

ในปัจจุบันยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ร่วมกันจัดทำผลิตภัณฑ์โอท็อป ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปหอมสมุนไพร กลุ่มผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา กลุ่มบางน้ำผึ้ง แพทย์แผนไทย-ลูกประคบ กลุ่มผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและลูกดินเป็ด เมียงคำ กลุ่มดอกไม้เกลือปลา ผลิตภัณฑ์จากลูกไม้วัสดุธรรมชาติและผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า (อุดม เขยทิวส์, 2552, หน้า 207-208)

3) การแบ่งพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้ามีทั้งหมด 3 ส่วน

พื้นที่ในส่วนที่ 1 เป็นการจำหน่ายสินค้าชุมชน ซึ่งจะประชาชนคนในพื้นที่ของชุมชนตำบลบางน้ำผึ้ง และในเกาะกระเพาะหมูจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรของตัวเอง เช่น ผลไม้ตามฤดูกาล กล้วยน้ำว่า กล้วยหอม มะพร้าวอ่อน ชมพู มะม่วงน้ำดอกไม้เป็นผลไม้ที่ขึ้นชื่อของตำบลบางน้ำผึ้ง และผักต่างๆ เช่น ผักตำลึง ผักบุ้ง ผักกระถิน พริกขี้หนูสวน มะแว้ง มะเขือพวง ตะไคร้ และประเภทไม้ดอกไม้ประดับ เช่น กล้วยไม้ นานาชนิด ในส่วนของกินที่เป็นฝีมือของชาวบ้านในท้องถิ่น ได้แก่ ขนมถ้วย ขนมจาก ลูกตาลเชื่อม ข้าวต้มมัด น้ำตาลสด ฝรั่งแช่บ๊วย ทอดมัน ปลาหมึกย่าง แหนมปลา ไส้กรอก แกงบอน หอยทอด ผัดไทย หมี่กะทิ หมี่กรอบ ข้าวตู เมียงคำ

พื้นที่ในส่วนที่ 2 เป็นการจำหน่ายสินค้าโอท็อป ซึ่งเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ให้ผู้ที่ต้องการซื้อในจำนวนมากพอ เช่น ดอกไม้เกล็ดปลา ฐูปหอม สมุนไพร กระชกกัดลาย ภาพประดิษฐ์จากรถมะพร้าว พลาสติกบางบ่อ หอยดอง ทองม้วนสมุนไพร น้ำพริกต่างๆ

พื้นที่ในส่วนที่ 3 เป็นสินค้าที่จำหน่ายบนเรือ เช่น ก๋วยเตี๋ยวหมุดมัย ก๋วยเตี๋ยวปัด ก๋วยเตี๋ยวเย็นตาโฟ ก๋วยเตี๋ยวเนื้อ ขนมจีนน้ำพริก น้ำยา

กล่าวสรุปได้ว่า ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ชาติไทย มีวัฒนธรรมทางการเกษตร ปลูกพืชผักผลไม้ มีประเพณีที่ควรรักษาไว้ของความเป็นไทย เป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าของชุมชน เป็นศูนย์กลางของการจำหน่ายสินค้า ให้กับชาวชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความเป็นธรรมชาติ เป็นพื้นที่ที่ช่วยลดมลพิษทางอากาศ ปัจจุบันมีโรงงานอุตสาหกรรมมากพอสมควรตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดบริเวณใกล้เคียงที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาจับจ่ายซื้อสินค้าของชุมชน เทียบชมความเป็นธรรมชาติ พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพ่อค้าแม่ค้า ตั้งแต่อดีตความเป็นมา ประวัติศาสตร์ของสถานที่ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวชุมชน เพื่อเป็นความรู้ เพื่อการศึกษาของเยาวชน เพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้มีการพัฒนาที่ดีขึ้น ผู้ที่เข้ามาเยือนหรือเที่ยวชมจะเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาเที่ยวที่นี่อีกครั้ง

2.2 ความหมายและความสำคัญของตลาด

การกระจายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคอาจดำเนินการได้หลายแบบ นับแต่แบบง่ายคือ ผู้ผลิตขายผลผลิตโดยตรงไปยังผู้บริโภค มักเป็นกรณีการซื้อขายสินค้าเกษตร และหัตถอุตสาหกรรมของผู้ผลิตรายย่อย เป็นการซื้อขายในตลาดระดับท้องถิ่น จนถึงแบบซับซ้อนที่ผู้ผลิต ขายสินค้าให้ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีกและผู้บริโภคเป็นทอดๆตามลำดับ ผู้ขายส่งและผู้ขายปลีก ทั้งน้ำที่กระจายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่มือผู้บริโภคที่กระจายทั่วประเทศหรือทั่วโลก

การตลาดคือ การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในธุรกิจที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิต ไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้นๆ โดยได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

2.2.1 ความหมาย

ตลาดในวิชาเศรษฐศาสตร์ใช้ “กิจกรรม” การตกลงแลกเปลี่ยนซื้อขายเป็นสำคัญ ส่วนตลาดในความหมายทั่วไปใช้สถานที่ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการหรือปัจจัยการผลิต ตลาด

ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ จึงมีขอบเขตกว้างกว่า ในปัจจุบันการคมนาคมและการสื่อสารเจริญก้าวหน้ามาก การเก็บรักษาสินค้าและการจัดการ มาตรฐานสินค้าก็ทำได้เรียบร้อยเป็นที่เชื่อถือของผู้ซื้อ ดังนั้นการซื้อขายสินค้าบางอย่างจึงไม่จำเป็นที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมาพบกันและตรวจสอบสินค้าทั้งหมดก่อนตกลงใจซื้อ การซื้อขายอาจเกิดขึ้นได้โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละสถานที่หรือแม้แต่อยู่คนละโลก

2.2.2 หน้าที่ของตลาด

ตลาดมีหน้าที่สำคัญคือ อำนวยความสะดวกให้ฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อได้ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการชำระเงินเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ระบบการซื้อขายก็เจริญก้าวหน้าตามไปด้วย ในส่วนของตลาดน้ำต่างๆ ไป ซึ่งในปัจจุบันจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนโดยภาครัฐให้ความสำคัญ มีการจัดการโดยหัวหน้าชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน อยากกลับมาเที่ยวอีก หน้าที่ของตลาดน้ำต่างๆ ไป ที่สำคัญคืออำนวยความสะดวกทั้งพ่อค้าแม่ค้าและนักท่องเที่ยว ในเรื่อง ที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อน ห้องน้ำ สินค้าผลิตภัณฑ์ ความสะอาด ความสดใหม่ของสินค้า สถานที่ซื้อที่ขาย การจัดโซนนิ่ง การบริการต่างๆ ความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ

2.2.3 ประเภทของตลาด

ในทางเศรษฐศาสตร์มีการจำแนกตลาดออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ ตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ และตลาดที่มีการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ยังแบ่งได้เป็น 3 ประเภทย่อย ได้แก่ ตลาดผูกขาดสมบูรณ์ (มีผู้ขายเพียงรายเดียว) ตลาดที่มีผู้ขาย 2 ราย ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด การแบ่งประเภทของตลาดพิจารณาจากตัวแปรที่สำคัญดังนี้

จำนวนผู้ผลิต / ผู้ขาย ความยากง่ายในการหาสินค้าอื่นมาทดแทน และความยากง่ายในการเข้าหรือออกจากตลาด จุดมุ่งหมายทางเศรษฐศาสตร์ ในการจำแนกตลาดก็เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของตลาดประเภทต่างๆ ในประเด็นเกี่ยวกับระดับราคา ระดับปริมาณการผลิต หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคา ลักษณะของกำไร / ขาดทุนในระยะสั้นและระยะยาว (นราทิพย์ ชูติวงศ์, ชลดา จามรกุล, 2539, หน้า 19)

นอกจากการจำแนกตลาดในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว โดยทั่วไปอาจจำแนกตลาดโดยใช้หลักเกณฑ์อื่นๆ ด้วยการจำแนกตลาดตามเขตภูมิศาสตร์ได้แก่ตลาดต่างๆ ดังนี้

1) ตลาดท้องถิ่น เป็นตลาดที่ครอบคลุมการซื้อขายผลผลิตในขอบเขตพื้นที่ ระดับหมู่บ้านตำบล อำเภอ หรือจังหวัด หรือย่านชุมชน ตัวอย่างเช่น ตลาดนัดตามหมู่บ้านต่างๆ ตลาดสดในเขตสุขาภิบาล ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดไนท์บาร์ซาร์ในเมืองเชียงใหม่ ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านประตูน้ำ และดอกไม้สดย่านปากคลองตลาด เป็นต้น

2) ตลาดภายในประเทศ (domestic market) หมายถึง การซื้อขายผลผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดที่เกิดขึ้นภายในประเทศ โดยมากครอบคลุมผลผลิตเพียงชนิดเดียว ตัวอย่างเช่น ตลาดอัญมณีเครื่องประดับในไทย ตลาดตลับเทปเพลงในไทย

3) ตลาดต่างประเทศและตลาดโลก (foreign market and world market) ตลาดต่างประเทศ หมายถึง การซื้อขายผลผลิตภายนอกประเทศ อาจเป็นประเทศใดประเทศหนึ่งหรือหลายประเทศรวมกัน ส่วนตลาดโลกมี 2 ความหมาย ความหมายหนึ่ง คือ กิจกรรมการซื้อขายผลผลิตระหว่างประเทศทั่วโลก เช่น ตลาดข้าวของโลก ตลาดน้ำมันสำปะหลังของโลก และตลาดข้าวของโลก เป็นต้น อีกความหมายหนึ่งเป็นสถานที่กลางในระดับโลก หรือเป็นศูนย์กลางการค้าผลผลิตซื้อขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งระหว่างประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น ตลาดค้าทองคำที่ลอนดอน ตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ ทั่วโลก ตลาดค้าวัตถุดิบที่นครนิวยอร์ก เป็นต้น

การจำแนกตลาดตามชนิดของสิ่งที่ซื้อขาย ซึ่งแบ่งเป็นตลาดต่างๆ ดังนี้

1) ตลาดผลผลิต ดังได้ทราบมาแล้วผลผลิตแบ่งเป็นสินค้าและบริการ การจำแนกตลาดตามชนิดของผลผลิต จึงแบ่งเป็นตลาดสินค้าและตลาดบริการ ตลาดผลผลิตแต่ละชนิดอาจหมายถึงตลาดระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาคภายในประเทศ ตลาดภายในประเทศ ตลาดระดับภูมิภาคในต่างประเทศ หรือตลาดโลกก็ได้ โดยเรียกตลาดตามชนิดของผลผลิตนั้นควบกับเขตภูมิศาสตร์ เช่น ตลาดรถยนต์มือสองในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ตลาดบริการนวดแผนโบราณในย่านถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลต่างๆ ที่นิวยอร์ก และตลาดเครื่องคอมพิวเตอร์ PC ของโลก เป็นต้น

2) ตลาดปัจจัยการผลิต ปัจจัยการผลิตแบ่งได้เป็นแรงงาน ที่ดิน ทุน (เครื่องจักรและอาคารสิ่งก่อสร้าง) และผู้ประกอบการ ดังนั้น ตลาดปัจจัยการผลิตจึงหมายถึงกิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายปัจจัยการผลิตแต่ละประเภท (ยกเว้นผู้ประกอบการซึ่งไม่ได้รับจ้างใครแต่เป็นเจ้าของกิจการ) อันได้แก่ ตลาดแรงงาน (อาจแบ่งตลาดแรงงานตามประเภทของแรงงานได้อีก) ตลาดที่ดิน ตลาดให้เช่าสำนักงาน ตลาดเครื่องจักรกลประเภทต่างๆ ตลาดวัตถุดิบประเภทต่างๆ ตลาดสินค้าขั้นกลางชนิดต่างๆ

การจำแนกตลาดตามสภาพหรือลักษณะของการซื้อขาย ได้แก่

1) ตลาดกลาง เป็นกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ หรือหลายชนิดก็ได้ เป็นที่รวมของผู้ขายจำนวนมาก มีกฎระเบียบการเจรจาซื้อขายที่ชัดเจนสำหรับในฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ อาจมีบริการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายต่างๆ อาทิ อุปกรณ์ เครื่องชั่งตวงวัด และการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า การให้ข่าวสารข้อมูลตลาด บริการการชำระเงิน ฯลฯ ตัวอย่างตลาดกลางได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดกลางทำข้าวก้านทรงที่จังหวัดนครสวรรค์ ตลาดกลางค้าวัวที่จังหวัดนครราชสีมา

2) ตลาดขายส่งและตลาดขายปลีก ตลาดขายส่งคือการซื้อขายสินค้าโดยที่ผู้ซื้ออาจมีทั้งผู้ขายปลีกและผู้บริโภครายใหญ่ หากเป็นผู้ขายปลีกก็ซื้อเพื่อนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่งในตลาดขายส่งพ่อค้ามักซื้อสินค้าจากหน่วยผลิต / โรงงาน แล้วนำไปขายให้กับผู้ค้าปลีก อนึ่งสินค้าสินค้าแต่ละอย่างมีจำนวนทอดของการขายส่งไม่เท่ากัน สินค้าส่วนมากมีการขายส่งเพียง 1 ทอด สินค้าบางอย่างอาจมีการขายส่งถึง 2-4 ทอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ระบบขายตรง” ยกตัวอย่าง เครื่องสำอางยี่ห้อหนึ่งบริษัทตัวแทนจำหน่ายประจำภาคจากนั้นขายให้บริษัทขายเครื่องสำอางระดับจังหวัด จากนั้นขายให้พนักงานขายตรงพนักงานขายตรงขายให้ผู้ซื้อเป็นอันดับสุดท้าย ตามตัวอย่างนี้มีผู้ค้าส่ง 3 ทอด พนักงานขายตรง (direct sale) อีกหนึ่งทอด พนักงานขายตรงถือเป็นผู้ค้าปลีก “ตลาดค้าปลีก” หมายถึงการซื้อขายระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค ตลาดค้าปลีกอาจเป็นบริษัท หรือร้านค้า หรือบุคคลก็ได้ ซึ่งไม่มีสถานที่ขายจำเพาะแต่ไปหาลูกค้าเป็นรายๆ มักเรียกว่า การขายตรง

ดังที่กล่าวข้างต้น เป็นการจำแนกตลาดแบบทั่วไป ส่วนการจำแนกตลาดตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคนั้นเป็นการจำแนกตามจำนวนผู้ขาย ได้แก่ ตลาดผู้ขายรายเดียว ตลาดผู้ขาย 2 ราย ตลาดผู้ขายไม่กี่ราย และตลาดผู้ขายมกราย (เศรษฐสาร, 2538, หน้า 1-5)

ตลาดของสังคมไทยจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์โดยวราภรณ์ จิวชัยศักดิ์ (2547, หน้า 3) กล่าวว่าในสมัยสุโขทัยได้มีตลาดเกิดขึ้นแล้วเรียกว่า “ตลาดปสาน” เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ทั้งของชาวเมืองสุโขทัยและชาวเมืองใกล้เคียง ในศิลาจารึกระบุไว้ว่า สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดปสานมีหลายประเภท ตั้งแต่ผลไม้ เครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ และสัตว์ที่ใช้เป็นแรงงานเป็นพาหนะ เช่น วัวและม้า ตลาดปสานนั้นตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเมืองสุโขทัย ลักษณะเป็นลานกว้างๆ เหมาะสำหรับเป็นที่ชุมนุมกันของผู้ซื้อและผู้ขาย รูปแบบอาจจะเรียกได้ว่าตลาดบก เพราะมีทำเลที่ตั้งค้าขายอยู่บนบก ตัวอย่างตลาดในสมัยสุโขทัยที่ปรากฏในหลักศิลาจารึก เช่น ตลาดป่าดงขายใบดอง ตลาดป่าพร้าวขายมะพร้าว ตลาดตะกั่วขายโลหะตะกั่ว ดังนั้น ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่ชุมชนกันทางสังคม เป็นสถานที่ที่แลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งการแลกเปลี่ยนสินค้ากันและกันมีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยโดยมีข้อความในจารึก แม้แต่สมัยกรุงศรีอยุธยาก็มีตลาดทั้งทางบก และทางน้ำ แต่หากพิจารณาแล้ว ตลาดน้ำน่าจะมีความนิยมมากกว่า เพราะสมัยก่อนนั้นใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก (วราภรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2547, หน้า 19)

ในอดีตสังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง แต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตนได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนก็เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยาก เพราะอาศัยวัตถุดิบที่ผลิตตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เอง เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นและคนสามารถผลิตพืชัญญาหารตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นได้ ในปริมาณที่มากเกินไปความต้องการจนเหลือเป็นส่วนเกินจึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้นไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของหรืออาหารที่ตน

และครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ การแลกเปลี่ยนนี้อาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างเมืองที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวต่างๆ หรือกองคาราวาน อาจจะนำผลผลิตนั้นไปแลกเปลี่ยนด้วยตัวเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้นจึงยังไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่มีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมือง การใช้เงินตราเริ่มแพร่หลาย และการค้าขายเริ่มมีการขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องมีแหล่ง และสถานที่ไว้ซื้อขายสินค้าเหล่านั้น นั่นคือตลาดซึ่งมักจะเป็นที่ในสังคมหรือชุมชนนั้นรู้จักและสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม ทั้งทางบก และทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้นๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำ เป็นสำคัญตลาดของชุมชนนั้นก็เรียกว่า ตลาดน้ำ หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อค้าขาย ก็เรียกว่า ตลาดบก ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคมอีกด้วย บุคคลทั่วไปเข้าใจความหมายของตลาดว่าเป็นสถานที่ที่ซื้อขายสินค้าและบริการ (กิติพร ใจบุญ และคนอื่นๆ, 2552, อินเทอร์เน็ต)

วารกรณ์ จิวชัยศักดิ์ (2547, หน้า 15) กล่าวถึงตลาดแบ่งออกเป็นประเภทหลักๆ ได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) ตลาดบก

ตลาดบก คือ ตลาดที่มีแหล่งทำเลหรือที่ค้าขายอยู่บนบก ขนาดของตลาดขึ้นอยู่กับชุมชนหรือสถานที่ที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ รวมไปถึงประเภทของสินค้าที่นำมาขายตลาดบกที่มีขนาดใหญ่ และเป็นตลาดบกแห่งแรกของกรุงรัตนโกสินทร์คือ ตลาดสำเพ็ง ซึ่งเป็นทั้งที่ชุมชนและย่านธุรกิจการค้า ชาวจีนที่ตั้งรกรากอยู่ในย่านสำเพ็งนี้ แต่เดิมเคยอาศัยอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณท่าเตียน และพื้นที่ใกล้เคียงมาก่อน เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ จีนเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 2325 และมีพระราชประสงค์ที่จะสร้างพระบรมมหาราชวัง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวจีนเหล่านั้นย้ายนิवासสถานไปอยู่ที่สำเพ็ง ซึ่งอยู่นอกเขตกำแพงพระนครทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ สำเพ็งจึงกลายเป็นแหล่งรวมของคนจีน ซึ่งมีอาชีพค้าขายเป็นหลัก และกลายเป็นย่านตลาดใหญ่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศจีน ความเจริญเติบโตทางการค้าของสำเพ็งเห็นเด่นชัดในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อมีการตัดถนนหลายสายผ่านบริเวณสำเพ็งพื้นที่ของตลาดสำเพ็งจึงขยายไปอย่างรวดเร็วตามแนวถนนที่ตัดขึ้นใหม่ และเกิดร้านค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นของชาวจีนทั้งสองฟากถนนขายสินค้าหลากหลายชนิดตั้งแต่ของเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงเครื่องมือเครื่องใช้ขนาดใหญ่ สำเพ็งจึงเป็นตลาดที่ขายสินค้าทั้งแบบขายปลีกและขายส่ง ตลาดที่สำคัญในย่านนี้คือ ตลาดเก่า ทั้งที่มีอาหารสดและ

อาหารแห่งครบครันถนนหลายสายที่เกิดขึ้นจากการตัดถนนในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้ทำให้ความเจริญด้านธุรกิจขยายตัวตามไปด้วย และเกิดศูนย์การค้าเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่งในระยะต่อมาที่สำคัญคือ

(1) ถนนเยาวราช เป็นแหล่งสรรพสินค้าชั้นนำในอดีตสินค้าส่วนใหญ่มาจากประเทศจีน เช่นผลไม้ทั้งสด และแห้ง ผ้าแพรพรรณ ไบซา ยาจีน นอกจากนี้ยังมีภัตตาคาร ห้างขายทองรูปพรรณ และสถานที่เรีงรมย์

(2) บริเวณถนนพาหุรัด เป็นย่านขายผ้า และเครื่องแต่งกาย ส่วนใหญ่เป็นร้านของชาวอินเดีย และปากีสถาน

(3) บริเวณถนนบางรัก เป็นย่านขายสินค้าของชาวตะวันตก มีตลาดบางรักเป็นตลาดใหญ่ของบริเวณนี้

(4) บริเวณถนนบางลำพู เป็นย่านขายสินค้าพื้นเมืองของไทย ตลาดที่สำคัญ คือ ตลาดยอดพิมาน หรือตลาดยอด

นอกจากนี้ยังมีแหล่งขายเครื่องสังฆภัณฑ์ซึ่งอยู่บริเวณเสาชิงช้า บนถนนบำรุงเมืองที่เป็นศูนย์รวมเครื่องใช้ของพระสงฆ์ และของใช้ในกิจการทางศาสนาแหล่งใหญ่ของกรุงเทพมหานคร ตลาดบกอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญมาตั้งแต่ครั้งกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นคือตลาดท่าเตียน ที่อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งพระนคร ในระยะแรกคงเป็นการค้าขายในลักษณะตลาดน้ำเพราะมีท่าเลใกล้น้ำเดิมเรียกว่า “ตลาดท้องน้ำ” ต่อมาเมื่อบ้านเมืองมีการพัฒนาและมีการสร้างถนนหนทางเพิ่มมากขึ้น ตลาดท่าเตียนจึงกลายเป็นตลาดใหญ่ที่สุด ที่ค้าขายติดต่อกับตลาดทางน้ำ และเป็นศูนย์กลางของการขายส่งไปยังหัวเมืองตามลุ่มแม่น้ำท่าจีน แม่น้ำเจ้าพระยา และหัวเมืองทางภาคเหนือ โดยมีตลาดทรงวาดเป็นศูนย์กลางการค้าส่งให้แก่หัวเมืองทางภาคใต้และภาคตะวันออก ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญมากขึ้น จนการคมนาคมทางน้ำลดบทบาทลง ตลาดท่าเตียนก็ลดบทบาทลงด้วยเช่นกัน แต่ยังเป็นแหล่งขายสินค้าจำพวกของชำ และของแห้งจากทะเลเป็นส่วนใหญ่ สำหรับตลาดบกที่มีขนาดใหญ่รองลงมาและเป็นแหล่งผลิตสินค้าด้วยนั้น ที่สำคัญได้แก่ ตลาดบ้านหม้อ (ทำหม้อขาย) บ้านพานถม บ้านบาตร บ้านดอกไม้ (ทำดอกไม้ไฟ พลุ และตะไล) บ้านดินสอ (ทำดินสอพอง) บ้านนางเลิ้ง (ทำโอ่ง) บ้านทำกระดาษ บ้านบุ (ทำชันน้ำ) บ้านช่างหล่อ บ้านขมิ้น (ทำผงขมิ้น) บ้านตีทอง ตลาดพลู (วรากรณ์ จิวชัยศักดิ์, 2547, หน้า 20)

ในอดีตยังมีตลาดขายอาหารเป็นประเภทๆ ไป เช่น ตลาดบนเชิงสะพานหันขายหมู และผัก ตลาดเจ้าสัวเนียมหรือตลาดพระยาไพบูลย์ ตลาดกรมภูธรศ วัดเกาะ และตลาดน้อย ตลาดเหล่านี้ขายอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ เช่นเป็ด ไก่ หมู ของสดต่างๆ ส่วนตลาดที่ขายพวกผักผลไม้ ได้แก่ ตลาดท้ายวัง ตลาดยอด ตลาดหัวลำโพง ตลาดบ้านทวย ตลาดบ้านขมิ้น ตลาดคลองมอญ ในปัจจุบันตลาดบกที่ยังคงรักษาหน้าที่และบทบาทได้ใกล้เคียงกับในอดีตคือ ตลาดบางรัก และตลาดเก่า

ในย่านสำเพ็ง (กิตติพร ใจบุญ และคนอื่นๆ, 2552, อินเทอร์เน็ต)

2) ตลาดนัด

ตลาดนัด คือ ตลาดบกหรือตลาดน้ำที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวัน เวลา สถานที่ที่มีการกำหนดไว้ อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน ตลาดนัดลักษณะนี้ มีอยู่ทั่วไปทั้งในชนบท และตัวเมืองใหญ่ (กิตติพร ใจบุญ และคนอื่นๆ, 2552, อินเทอร์เน็ต) นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความหมายกว้างๆ ของตลาดนัดไว้อีก กล่าวว่า “ตลาดนัด” จะจัดขึ้นเฉพาะวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดอาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ตลอดไป จนเป็นที่รู้จักกันในสังคมของชุมชนนั้นๆ มีทั้งชนบท และตัวเมืองใหญ่ใกล้ที่ชุมชนในเขตที่เป็นเมืองอุตสาหกรรม คนในละแวกนั้น ได้จับจ่ายซื้อของกัน ได้สะดวก ส่วนขนาดของตลาดนั้นขึ้นอยู่กับความเจริญของชุมชนเป็นสำคัญ สินค้าที่ พ่อค้า แม่ค้า มาวางขาย มีความหลากหลายสารพัดอย่าง ขายเฉพาะวันที่มีตลาดนัดเท่านั้น นอกจากนี้แล้ว ตลาดนัดยังมีความหลากหลายของสินค้า และพ่อค้าแม่ค้าที่มาอยู่ร่วมกัน มีทั้งความสัมพันธ์ที่ดีและไม่ดีต่อกัน ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน จากที่กล่าวมาบางคนอาจจะนึกไม่ถึงว่าตลาดนัดทุกวันนี้มีความหลากหลายมากการใช้ชีวิตผ่านไปวันหนึ่งๆ โดยที่ไม่มีใครรู้ในคุณค่าหรือให้ความสนใจในความเป็นตลาดนัด เพราะส่วนใหญ่แล้วบุคคลต่างๆ ไปจะพึ่งพาตลาดนัดอยู่เป็นประจำของทุกวัน หรือวันใดวันหนึ่งของการหมุนเวียนที่มีการจัดตลาดนัด ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่มีทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค อาทิเช่น อาหาร เครื่องใช้ต่างๆ เช่นเดียวกับตลาดสดต่างๆ และอาจมีสินค้าบางอย่างที่ในตลาดสดไม่มีวางขาย แต่ในตลาดนัดมีขาย นอกจากนี้ตลาดนัดบางแห่งจะขายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ตลาดนัดวัว ตลาดนัดควาย โดยจะขายเฉพาะวัว เฉพาะควายเท่านั้นเวลาที่ขายอาจมีเฉพาะช่วงเช้า และเฉพาะช่วงเย็น หรือขายทั้งวันก็ได้ ตลาดนัดที่เป็นที่รู้จักของคนไทยมากที่สุดในระยะหนึ่งคือ ตลาดนัดท้องสนามหลวงซึ่งเป็นแหล่งรวมของสินค้าทุกประเภท โดยเฉพาะหนังสือเก่าหายาก สัตว์เลี้ยง และต้นไม้ นานาพันธุ์จะติดตลาดทุกวันอาทิตย์ ตลาดนัดท้องสนามหลวงนี้ได้จัดให้มีขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2491 ในสมัยรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ปัจจุบันตลาดนัดท้องสนามหลวงได้ย้ายไปอยู่ที่สวนจตุจักร บางเขนแล้ว เรียกว่า ตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้ความสนใจซึ่งมีความหลากหลายของสินค้า ตลาดนัดจึงเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญ มีความโดดเด่น ทั้งสินค้าและราคาโดยมีผู้ให้ความหมายไว้ว่า

ราชบัณฑิตยสถาน (2534, หน้า 277) ให้ความหมายไว้ว่า ตลาดนัดเป็นที่ชุมชนเพื่อซื้อขายของตามกำหนดเวลา

สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ (2542, หน้า 7156-7159) ให้ความหมายไว้ว่า ตลาดนัดเป็นสถานที่ที่กำหนดเพื่อเป็นที่ชุมชนซื้อขายของต่างๆ ไม่ได้ตั้งอยู่เป็นประจำ ชาวบ้านในละแวกใกล้เคียง

กำหนดวันและสถานที่ขึ้นเองแบบหมุนเวียนสถานที่ไปยังที่เหมาะสมจนครบทุกจุดแล้วย้อนกลับมาจัดที่แห่งแรกใหม่ หมุนเวียนอยู่เป็นเช่นนี้ประจำตลอดไป

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา (2548, หน้า 115) ให้ความหมายไว้ว่า ในย่านชุมชนตามหมู่บ้านมีจำนวนประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น พ่อค้าเร่รวมตัวกันเพื่อนำสินค้าอุปโภคบริโภค ของใช้ประจำวัน และเครื่องมือในการประกอบอาชีพทางการเกษตรเข้าไปขายในหมู่บ้าน โดยกำหนดวัน เวลา และสถานที่แน่นอน ซึ่งชาวบ้านในพื้นที่รู้จักกัน นิยมเรียกว่า ตลาดนัด

พอเจตน์ เรื่องกลัด (2552, หน้า 21-22) กล่าวว่า คำว่า “นัด” แสดงว่าไม่ใช่ตลาดประจำแต่จัดในวันใดวันหนึ่ง ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น มีทั้งตลาดน้ำและตลาดบกมีการกำหนดนัดหมายที่แน่นอน สถานที่หมุนเวียนสลับเปลี่ยนไปตามสถานที่ต่างๆ ในหนึ่งสัปดาห์อาจซ้ำกันบ้างแต่ไม่เกินสองวัน มีความหลากหลายของสินค้า

ธานี กุลแพทย์ (2537, หน้า 27-39) กล่าวว่า จุดกำเนิดของตลาดนัดแห่งใหญ่ไว้ว่ารัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม มีดำริให้จัดตั้งตลาดขึ้นในกรุงเทพฯเขตปริมณฑลและทุกจังหวัดทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2491 เพื่อให้ประชาชน ได้หาซื้อเครื่องอุปโภค บริโภคในราคาถูกขีธรรมและเพื่อปลูกฝังให้คนไทยรู้จักการค้าขายมากยิ่งขึ้นจนเกิดเป็นตลาดนัดสนามหลวง จวบจนถึงปี พ.ศ. 2525 ตลาดนัดสนามหลวงได้ยุติลง โดยแปรสภาพเป็นส่วนสาธารณะในปัจจุบัน

กล่าวได้สรุปว่าตลาดนัดเป็นสถานที่ซื้อขายสินค้าแบบเคลื่อนย้ายร้าน เคลื่อนย้ายแผง โชนหรือล้อไปตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดขึ้นตามที่มันัด และรู้จักกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งในปัจจุบันมีพ่อค้าแม่ค้านำสินค้ามาขายมากทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค ล้วนมีความแตกต่างกัน เช่น สินค้า ราคา และคุณภาพของสินค้าจึงกล่าวได้ว่ามีตลาดนัดครบทุกวัน ในบริเวณที่ใกล้เคียงกัน

3) ตลาดน้ำ

ในอดีตตลาดน้ำเป็นตลาดนัดที่มีการนัดหมายมาซื้อขายสินค้าบริเวณท้องน้ำของคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำที่มีทั้งโครงสร้าง ภูมิทัศน์และความหมาย จึงก่อเกิดขึ้นในเมืองโบราณ คูคลองสายต่างๆ ซึ่งอยู่ในแถบภาคกลางเป็นส่วนมาก ที่จุดเป็นทางยาวพร้อมด้วยบ้านเรือนเรียงรายทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ตลอดจนวัดวาอารามได้ถูกเชื่อมโยงไปมาหาสู่กัน การช่วยกันอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำให้คงสภาพแบบดั้งเดิมจะสะท้อนถึงวิถีความเป็นอยู่และบรรยากาศของบรรพบุรุษในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกันซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนสินค้าส่วนมาก เป็นสินค้าทางการเกษตร โดยที่ชาวบ้านท้องถิ่นนั้นๆ เป็นผู้ผลิต ปลูกและจำหน่ายเอง โดยการนำใส่เรือมาขายตรงจุดนัดพบ ปัจจุบันตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ภาครัฐและเอกชนร่วมกันฟื้นฟูให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว นันทนาการ การพักผ่อน และสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับชุมชน มีอาชีพเสริมที่ทำให้สังคมของครอบครัวมีความแข็งแกร่ง พึ่งพาตนเองได้ พร้อมทั้งช่วยกันอนุรักษ์

ไว้ด้วยวิถีชีวิตของความเป็นไทย การเดินทาง การคมนาคม การขนส่ง ใช้ทางน้ำเป็นเส้นทางหลัก ในอดีตกาล ตั้งแต่การประกอบอาชีพแต่ละท้องถิ่น วัฒนธรรมการกิน การอยู่อาศัย การมีกิจกรรมร่วมกัน ขนบธรรมเนียมประเพณี และศาสนสถานที่ยังพำอาศัยซึ่งกันและกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (อุดม เขยทิวส์, 2552, หน้า 119)

พร้อมกันนี้ยังมีตลาดอีกมากมายที่เกิดขึ้นมีการขยายตัวตามการพัฒนาเส้นทาง การคมนาคมที่เกิดขึ้นอีกมาก ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ตลาดสด ในที่นี้จะกล่าวถึงตลาดที่เกิดขึ้นบนบก และมีการขยายตัวไปตามการพัฒนาเส้นทางคมนาคม ทำนองเดียวกับที่ได้กล่าวถึงในส่วน ของตลาดน้ำ ลักษณะของตลาดสดได้รับการพัฒนาอย่างมากเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับตัวเข้าสู่ยุคสมัย และปรับปรุงประเทศในด้านต่างๆ โดยมีการพัฒนาทั้งในด้านรูปแบบ การจัดระเบียบ ความสะอาด การบริหารจัดการ ด้านสาธารณูปโภคต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการจัดสร้างโรงอาคารถาวรยกพื้นสูง แบ่งเป็นช่องสำหรับจำหน่ายสินค้า ประเภทอาหารสด อาหารแห้ง ผัก ผลไม้ บริเวณโดยรอบของ ตลาดหรือด้านหน้าจะมีอาคารถาวร จำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นเครื่องอุปโภคบริโภค เช่น ด้าย ผ้า เครื่องมือ เครื่องใช้ ภาชนะต่างๆ โดยที่พิตรชัย ดวงรัตนพันธ์ (2554, หน้า 5) กล่าวว่า ไร่ว่าการค้าปลีกหรือตลาดสดนั้นเดิมเป็นห้องแถวมีอิทธิพลกับคนไทยเป็นเวลานาน โดยเฉพาะตลาดสด เราจะเห็นภาพระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายตกลงซื้อสินค้าและบริการกันโดยตรงและถ้าเป็นของสด เช่น หมู เนื้อ ปลา กุ้ง ผักสดต่างๆ รวมถึงของอุปโภค บริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวันทั่วไปล้วนมีความคุ้นเคยผูกพันกันเป็นเวลานานมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันของสังคมไทยทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการค้าขายแบบเคลื่อนที่ โดยเรขายไปตามจุดที่มีผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคมออกมาในช่วงเวลาพักของการทำงานโดยหาบเร่สินค้าไปตามหน้าโรงงาน แหล่งชุมชน เรียกผู้ค้าแบบนี้ว่า หาบเร่-แผงลอย

หาบเร่-แผงลอย โดยนิยามแล้ว “หาบเร่” คือกิจกรรมที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ในขณะที่ “แผงลอย” นั้นอยู่ติดที่ สินค้าหาบเร่ – แผงลอยมักเป็นสินค้าประเภทอาหาร ขายใกล้แหล่งชุมชนสถานที่ทำงาน หรือย่านธุรกิจต่างๆ อธิธา สุณฑโรทก (2552, หน้า 5) กล่าวว่า การค้าขายของตลาดนัดในระยะหลังเปลี่ยนมาขายสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมากขึ้น เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และอื่นๆ อีกมากมักจะไปขายตามตลาดนัดด้วย หรือบุคคล หรือกลุ่มบุคคลผู้ขายสินค้าหาบเร่ และแผงลอยหรือบริการประเภทใดก็ตาม โดยใช้พื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ขายสินค้าบริการบนทางเท้า หรือถนนสาธารณะผู้ค้าหาบเร่ และแผงลอยเป็นผู้ค้ารายย่อยที่ทำการค้าในเขตชุมชนเมืองส่วนใหญ่มีรายได้ไม่มากนักจากการขายสินค้าหรือบริการเล็กๆ น้อยๆ โดยมีผู้กล่าวไว้ดังนี้

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ (2550, หน้า 1-5) ได้ให้แนวคิดของอาชีพ “หาบเร่-แผงลอย” ไว้ว่า เป็นอาชีพหลักของคนกลุ่มหนึ่งที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานครคนที่ด้อยโอกาส แต่สามารถประกอบอาชีพที่ดูแลตนเอง และครอบครัวได้อาชีพหาบเร่แผงลอยอาชีพในเศรษฐกิจ

นอกภาคทางการ แต่กลับเป็นกลไกที่โอบอุ้มให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถอยู่ได้ในเมืองใหญ่

เฉลิมพล ธรรมมาวุธ (2542, หน้า 19-20) กล่าวว่า การลงทุนของการค้าขายหาบเร่ และแผงลอย ผู้มีอาชีพนี้ส่วนมากเป็นการลงทุนที่ไม่มาก เนื่องจากเป็นผู้ขายรายย่อยคือหาเช้ากินค่ำ เงินลงทุนอาจจะกู้ยืมมา

ปณิธิ สุขสมบุรณ์ (2545, บทคัดย่อ) กล่าวว่า แม่ค้าหาบเร่ แผงลอยส่วนมากเป็นผู้หญิงที่มาจากต่างจังหวัดด้วยความแห้งแล้งในท้องถิ่น ครอบครัวจึงเดินทางมาประกอบอาชีพเป็นแม่ค้า หาบเร่แผงลอย ซึ่งเป็นอาชีพที่สุจริต มีความเป็นอิสระใช้ความรู้น้อยเงินลงทุนที่ไม่สูง การค้าขายส่วนใหญ่ใช้ความรู้ตามพื้นบ้านตัวเองนำมาประกอบอาหารขายแบบหาบเร่ แผงลอยโดยศึกษาจากสภาพแวดล้อมที่อาศัย ของสังคมเมืองให้มีความสอดคล้องกับระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย ในอดีตถึงปัจจุบันการค้าขายยังแบ่งจุดขายของตลาดเป็นตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง มีลักษณะเป็น “ย่าน” เช่น บ้านพานถม บ้านบาตร บ้านดอกไม้ ซึ่งมักจะผลิต และขายสินค้าเฉพาะอย่างที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ปัจจุบันย่านขายสินค้าเฉพาะอย่างเปลี่ยนแปลงไปเพราะมีการรับสินค้ากระจายไปขายในที่ต่างๆ ขณะเดียวกันก็มีย่านสินค้าบางประเภทที่พัฒนาขึ้นเป็นย่านขนาดใหญ่ เช่น โบ้เบ๊ พาหุรัด เรียกว่า ย่านการค้า เป็นย่านพาณิชย์กรรม ที่มีผู้อาศัยอย่างหนาแน่น หรือเป็นย่านที่คนนิยมไปจับจ่ายสินค้า และบริการเป็นจำนวนมาก ย่านการค้าในช่วงแรกๆ มีลักษณะเฉพาะ และแบ่งกลุ่มตามชาติพันธุ์ เช่น ย่านสำเพ็ง มีชุมชนชาวจีนใกล้เคียงกันก็เป็นร้านของชาวอินเดียขายผ้า นอกจากนี้ยังมีย่านการค้าของชาวตะวันตกบริเวณพรังงนา พรังงสรรพศาสตร์ด้วย ย่านการค้าแบบเดิมจะมีตลาดสดเป็นศูนย์กลางอยู่ข้างใน และมีร้านค้าย่อยๆ รายรอบในขณะที่ย่านการค้าสมัยใหม่ คือศูนย์การค้าในปัจจุบันนั้น จะมีบริการอย่างอื่นที่นอกเหนือจากกิจกรรมการซื้อขาย เช่น ความบันเทิง ย่านการค้าที่ปรากฏตั้งแต่สมัยเริ่มตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ดังหลักฐานในเอกสารของครอว์ฟอร์ดซึ่งกล่าวถึง ย่านสำเพ็งว่าเป็นย่านชุมชนชาวจีน ย่านนี้ได้รวมตลาดการค้ารูปแบบเดียวกันไว้ได้แก่ ตลาดสะพานหัน ตลาดเก่า ตลาดน้อย สินค้าส่วนใหญ่มาจากเมืองจีน และมีร้านค้าของชาวอินเดียปอนอยู่ในหมู่ว่านค้าของชาวจีนด้วย (พอเจตน์ เรื่องกลัด, 2552, หน้า 20-21)

2.2.4 สาระสำคัญของการค้าแต่ละสมัย

1) การค้าสมัยอยุธยา

ในสมัยอยุธยาตลาดยังอยู่ตามชุมชนเช่นเดิมแต่รูปแบบของตลาดเพิ่มมากขึ้น คือมีทั้งตลาดบก ตลาดน้ำ และตลาดนัด นอกจากนี้ยังเกิดย่านตลาดซึ่งหมายถึงสถานที่ที่แลที่มีการค้าขายทั้งแบบถาวร และแบบชั่วคราว คือมีทั้งการค้าขายทั้งวันตั้งแต่เช้าจรดเย็น และตลาดที่ขายเฉพาะช่วงเช้าหรือเย็นเท่านั้น นอกจากนี้ในย่านตลาดยังมีการสร้างโรงเรือนที่ใช้เป็นสถานที่ค้าขายและพักอาศัยด้วย ย่านตลาดนี้ตั้งอยู่ในที่ที่การคมนาคม ติดต่อสื่อสารสะดวก ร้านค้าจะขายสินค้าต่างกันไปทำให้สังคม

มีลักษณะการอยู่ร่วมกันอย่างพึ่งพาอาศัยกัน ย่านตลาดนี้มีทั้งตลาดบก และตลาดน้ำ ย่านตลาดบกที่สำคัญในสมัยอยุธยา เช่น ย่านป่าขนมเป็นแหล่งทำขนมขมขมิ้นขมกรูบ ขนมพิมถั่ว ขนมสำปันนี ย่านป่าเตียบเป็นแหล่งทำตลุม ตลุมกระจก ตลุมมุก ตลุมเขียนทอง พานกำมะลอ และพานหมาก ย่านป่าถ่าน ขายผลไม้ ตั้งแต่ช่วงเช้าถึงเย็นตลาดตีทอง ขายทองคำเปลว ตลาดป่าขมพูขยฝ้าย ตลาดแผด ขายเครื่องใช้ในครัวเรือน ไหมลาวและไหมเขมร ตลาดน้อยตรงข้ามวัดพนัญเชิง ขายไก่และเป็ด สำหรับตลาดน้ำหรือตลาดที่ขายในน้ำ ที่ใช้เรือแพเป็นพาหนะต่างร้านค้า ก็เริ่มจะมีมากขึ้นในสมัยอยุธยา ในสมัยนี้มีตลาดน้ำหลายแห่ง เนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์ของกรุงศรีอยุธยาเป็นเกาะล้อมรอบด้วยแม่น้ำ การคมนาคมจึงต้องอาศัยทางน้ำเป็นสำคัญ แหล่งชุมชนบ้านเรือนที่อยู่อาศัยมักอยู่ริมแม่น้ำ การค้าขายจึงต้องอาศัยทางน้ำด้วยเช่นกัน ตลาดน้ำในสมัยอยุธยาที่ปรากฏในพงศาวดาร ได้แก่ ตลาดบางกระจะหน้าป้อมเพชร ตลาดปากคลองคูจาม โกล้วัดพุมโศภารักษ์ ตลาดคูไม้ ริมคลองเมืองฝ่งเหนือและตลาดคลองวังเคิม ส่วนตลาดนัดซึ่งจัดให้มีวันขึ้นกึ่งหนาคักก็มีอยู่

2) การค้าสมัยรัตนโกสินทร์

ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น การค้าขายไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่ในตลาด หรือ ย่านตลาดและยังมีพ่อค้าเร่ หรือพ่อค้าคนกลางนำสินค้าไปขายท้องถิ่นที่ห่างไกลจากตลาดชาวจีนเป็นผู้ริเริ่มก่อนชนชาติอื่น ชาวจีนเหล่านี้เข้ามาตั้งหลักแหล่งในเมืองไทย ยึดอาชีพค้าขายโดยนำสินค้าหลายประเภท อาทิ เช่น สุรา ผืน ขนม จันอัม ผักผลไม้ ของชำต่างๆ เช่น เกลือหอมกระเทียม หมากพลู กะปิ น้ำตาล เคียว มีด น้ำมันก๊าด ถ้วยเตี้ยวนี้ออกหมู และเสื้อผ้าไปขายยังหมู่บ้านต่างๆ ส่วนใหญ่แล้วไปทางเรือเพราะขนส่งสินค้าได้เป็นจำนวนมาก เปรียบเหมือนตลาดเคลื่อนที่ เมื่อพายเรือผ่านบ้านใดก็มักจะส่งสัญญาณ เช่น บีบแตร หรือ เป่าเขาควย เพื่อบอกให้รู้ว่าได้นำสินค้ามาขายแล้ว ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นช่วงระยะเวลาที่ไทยติดต่อกับค้าขายกับประเทศตะวันตก ชาวตะวันตกหรือที่ชาวไทยเรียกว่า “ฝรั่ง” เริ่มเข้ามาตั้งรกรากในเมืองไทย โดยส่วนใหญ่เป็นพวกพ่อค้า ร้านค้าแห่งแรกของพ่อค้าชาวตะวันตก คือ ห้างฮันเตอร์ และเฮย์ ของนายฮันเตอร์ พ่อค้าชาวอังกฤษ ซึ่งขายสินค้าที่เป็นที่ต้องการของชาวตะวันตก ห้างนี้ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ฝั่งธนบุรี ตลาดของชาวตะวันตกในระยะนั้นจึงเป็นร้านค้าที่เรียกว่า “ห้าง” ซึ่งในเวลาต่อมาก็เกิดขึ้นอีกหลายห้าง เช่น ห้างบอมเบย์ ห้างมัทราส จะเห็นได้ว่าร่องรอยการพัฒนาการของตลาดนัดในสังคมไทยนั้นมีมาแต่โบราณ เป็นกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของผู้คนในแต่ละชุมชน ซึ่งกำหนดให้จัดขึ้นช่วงเวลาใด เวลาหนึ่ง ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนแต่เป็นที่รับรู้กันในชุมชนนั้น อาจปรากฏอยู่ในรูปของตลาดตามฤดูกาล ทั้งที่เป็นตลาดน้ำและตลาดบกก็ได้ ทั้งนี้ ความสำคัญของตลาดบกและน้ำขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์ของชุมชน ในแต่ละยุคสมัย จนกระทั่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการพัฒนาการตลาดรูปแบบใหม่เกิดขึ้น คือ ตลาดนัด เพราะเป็นตลาดที่ใหญ่ตั้งอยู่ใน

ท่าเล็กลางเมือง หลังจากรัฐบาลจอมพล ป. ประกาศตั้งตลาดนัดสนามหลวงขึ้น ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้วประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลต่างให้ความสนใจมาใช้บริการกันมากขึ้น เพราะเป็นแหล่งขายสินค้าราคาถูกและสินค้ามีความหลากหลาย จนพื้นที่เพียงครั้งเดียวของท้องสนามหลวงที่จัดตลาดนัดขณะนั้นไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้คนที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ทางราชการต้องการใช้พื้นที่ดังกล่าวในงานพระราชพิธีต่างๆ เป็นครั้งแรกจึงมีการย้ายตลาดนัดที่สนามหลวงไปยังพระราชวังอุทยานสราญรมย์ใน และย้ายกลับมาที่สนามหลวงอีกครั้ง กระทั่งปี พ.ศ. 2525 ตลาดนัดสนามหลวงได้ยุติลง ส่วนตลาดนัดที่เกิดขึ้นมามีบทบาทแทนตลาดนัดสนามหลวงก็คือตลาดนัดจตุจักร นั่นเอง (กองข่าวสารท่องเที่ยว, 2552, หน้า 11)

สาระสำคัญของการค้าแต่ละสมัยพอสรุปได้ดังนี้

1) สมัยสุโขทัย

ลักษณะการค้าเป็นระบบการค้าแบบเสรี การค้าในประเทศจัดตั้งร้านค้าติดต่อกันไปเป็นกลุ่มเดียวกันเรียกว่า ตลาดประสาน ในปัจจุบันเรียกว่าศูนย์การค้า การค้ากับต่างประเทศกับประเทศจีน ค้าขายขามสังคโลก พ่อขุนรามคำแหงนพชาวจีนเข้ามาสอนให้คนไทยจนชำนาญ

2) สมัยอยุธยา

ลักษณะการค้าเป็นระบบผูกขาดพระเจ้าแผ่นดินทรงทำเองเป็นส่วนใหญ่ การค้าในประเทศมีการเก็บภาษีเข้าพระคลังสินค้า การค้าเจริญสูงสุดในแผ่นดิน สมเด็จพระนารายณ์มหาราช การค้ากับต่างประเทศ โปรตุเกสเป็นชาวยุโรปชาติแรกที่เข้ามาค้าขาย ตรงกับรัชสมัยของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 สินค้าที่ซื้อขายกันได้แก่สินค้าพื้นเมือง พริกไทย ดีบุก หนังโค หนังควาย ไม้ฝาง หมาก สินค้าที่ไทยที่นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ ผ้าแพร ผ้าสักหลาด ผ้าลาย ปิ่นเล็ก ปิ่นสั้น สุรา เครื่องถ้วยชาม และของเบ็ดเตล็ด

3) สมัยธนบุรี

มีระยะเวลาสั้นเพียง 15 ปี และอยู่ระหว่างการกอบกู้บ้านเมือง และฟื้นฟูประเทศ หลังสงคราม ประกอบกับมีการรบกับพม่ามาตลอด การค้าขายไม่ค่อยเจริญรุ่งเรืองมีสำเภาจากจีนเข้ามาค้าขาย และชาติอื่นๆ คือ อังกฤษ อินเดีย และมาเลเซีย (พอเจตน์ เรื่องกลัด, 2552, หน้า 29-30)

2.3 ตลาดน้ำ

ตลาดน้ำเป็นหนึ่งในซึ่งเอกลักษณ์โดดเด่นของเมืองไทย ตลาดน้ำหลายแห่งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยและต่างชาติเป็นจำนวนมาก ในอดีตตลาดน้ำเป็นสังคมของมนุษย์ส่วนใหญ่ในชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำแถบภาคกลาง เกิดขึ้นในเมืองโบราณ คูคลองสายต่างๆ ที่ขุดเป็นทางยาวพร้อมด้วย

บ้านเรือนเรียงรายทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ตลอดจนศาสนสถานได้ถูกเชื่อมให้ไปมาหาสู่กัน การช่วยกัน การอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำให้คงสภาพแบบดั้งเดิมจะสะท้อนถึงชีวิตความเป็นอยู่และบรรยากาศของบรรพบุรุษในอดีต การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันที่มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน ปัจจุบันตลาดน้ำจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นันทนาการ การพักผ่อน และสร้างธุรกิจหลายอย่างที่คนในปัจจุบันเข้าไปแสวงหาทั้งความสุขตามธรรมชาติ และอาชีพของแต่ละท้องถิ่นทำให้สังคมชุมชน ครอบครัวนั้นๆ แลกเปลี่ยนความรู้ วิถีชีวิตแบบธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมต่างๆ ซึ่งกันและกันหลังจากที่ผู้คนในเมืองเครียดจากการทำงานในแต่ละวัน ตลาดน้ำเป็นสถานที่พักผ่อนทำให้เกิดความสุขได้มากของสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาสัมพันธ์ชักชวนให้คนไทยหันมาเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้นตลาดน้ำจึงมีบทบาทมากขึ้นนักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง สินค้าเกษตรพื้นบ้าน วัฒนธรรมต่างๆ และความรู้แต่ละท้องถิ่นพร้อมยังสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น (อุดม เขยถ่วงศ์, 2552, หน้า 25)

2.3.1 โครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานของตลาดน้ำ

ตลาดน้ำในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงของสถานที่จากที่ขายในท้องน้ำ ค้าขายกันในเรือ ซึ่งใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางการขนส่งสินค้า ปัจจุบันนี้ได้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน โดยยกขึ้นมาค้าขายบนบกแต่ยังคงกลิ่นไอของริมน้ำชาชน เช่น ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดดอนหวาย ตลาดโบราณ ตำบลนครเนื่องเขต และตลาดริมน้ำโกส้วดหลวงพ่อโสธร จังหวัดฉะเชิงเทรา ยังมีพ่อค้าแม่ค้านำสินค้าใส่เรือขึ้นมาวางขายโดยมีสินค้าหลากหลาย อาทิเช่น ของกิน ของใช้ ที่เป็นฝีมือของชาวบ้านเป็นส่วนใหญ่และในสถานที่ชุมชนนั้นๆ ในอดีตใช้เส้นทางน้ำในการขนส่งสินค้า แต่ในปัจจุบันตลาดน้ำได้พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การตัดถนน นโยบายของรัฐบาลการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนนั้นๆ ได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาปรับปรุงสถานที่และต่อเนื่องด้วยการให้คนในท้องถิ่นมีรายได้จากการค้าขายจึงทำให้ตลาดน้ำต่างๆ ในปัจจุบันพลิกฟื้นกลับมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของยุคปัจจุบัน ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และวัฒนธรรมของชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีสายน้ำเป็นเส้นชีวิต เป็นที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหาเลี้ยงชีพ ตั้งแต่กระบวนการในการผลิตไปจนถึงการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าวิถีการดำรงชีวิตเช่นนี้ ได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในเขตเมืองหลวง ตั้งแต่วัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามีอิทธิพล ต่อมาสมัยหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในประเทศ พ.ศ. 2475 และเมื่อทั่วโลกตกอยู่ในภาวะภาวะขาดแคลนอาหารหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลงประเทศไทยซึ่งได้ชื่อว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์

จึงมีความสำคัญในการผลิตอาหาร ไปช่วยแก้ปัญหาความขาดแคลนที่ประสบอยู่ในขณะนั้น นับแต่นั้นเป็นต้นมาก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรม ประเภทต่างๆ ตามมา แหล่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่อยู่ในเขตเกษตรกรรมเดิม ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางอันอุดมสมบูรณ์คือ ออยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร ราชบุรี นครปฐม การเปลี่ยนแปลง พื้นที่เกษตรเป็นแหล่งโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม จะเห็นได้จากสภาพสวน และไร่นาซึ่งเคยเป็นแหล่งเพาะปลูกและแหล่งอาหารถูกทำลายไปลักษณะ เช่นนี้จะมีให้เห็นอยู่ทั่วไป น้ำท่าคลองที่เคยมีมากับสวนก็กลายเป็นที่รองรับน้ำเสีย และสิ่งปฏิกูล นานาชนิด และจะไหลไปสู่คลองอื่นๆ ที่ต่อเนื่องกันปัญหาเหล่านี้ในวันข้างหน้าจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น หากไม่มีมาตรการแก้ไขฟื้นฟูให้น้ำและคลองมีสภาพดีขึ้นแล้วเกษตรกร ก็จะละทิ้งอาชีพและ เปลี่ยนสภาพ การใช้ที่ดินไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นแทน ดังนั้นในขณะที่ประเทศกำลังตกอยู่ใน ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจเช่นนี้ ควรเปลี่ยนวิกฤตมาเป็นโอกาสอันดีที่จะร่วมมือกันฟื้นฟูสภาพของ แหล่งน้ำบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีปัญหาให้กลับดีขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งต้องร่วมแรงร่วมใจกัน อย่างจริงจัง เมื่อยาน้ำกลับคืนสู่สภาพเดิมได้แล้วทรัพยากรอันมีค่านี้ก็จะให้ประโยชน์กลับคืนมา เหลือแต่ประโยชน์ใช้สอยทางด้านเกษตร การคมนาคม การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นแหล่งค้าขายได้ด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, หน้า 20)

ถ้าน้ำคือเส้นทางสัญจรที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีลักษณะ ภูมิประเทศ เป็นเหมือนแอ่งน้ำขนาดใหญ่ จะเห็นได้จากชื่อบ้านเมือง ที่บอกให้เห็นสภาพท้องถิ่น ได้เป็นอย่างดี เช่น คำว่า บางกอก บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางหลวง บางขุนศรี บางยี่ขัน บางคูเวียง บางคอแหลม บางแค บางมด เป็นต้น

คำว่า “บาง” ที่นำหน้าน้ำนี้ หมายถึง ถิ่นที่มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่านบริเวณเหล่านี้มีคนเข้ามา ตั้งถิ่นฐานทำการกสิกรรมเพาะปลูกอย่างหนาแน่นแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของบริเวณ ที่ราบลุ่มแห่งนี้ (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552, หน้า 15)

ตลมน้ำเป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทย ที่ดำเนินชีวิตตามสภาพที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในอดีต ที่มีอาชีพเหมาะสมคือการทำเกษตรกรรม เพราะความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และเมื่อเกษตรกรได้ผลผลิตออกมาก็จะนำผลผลิตเหล่านั้น มาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวกเหมาะสมต่อการติดต่อ ในอดีตจะใช้ทางน้ำเป็นเส้นทาง คมนาคมที่สำคัญ จึงไม่มีที่ใดที่จะเหมาะสมในการตั้งบ้านเรือนเท่ากับตามฝั่งริมน้ำในบริเวณที่ราบลุ่ม เช่น ในเขตจังหวัดพื้นที่ภาคกลางแห่งที่ราบลุ่มเจ้าพระยา มีผู้คนมาตั้งหลักแหล่งกันมากกว่าเขตอื่น เมื่อมีผู้คนมาตั้งถิ่นฐานกันมากตามริมฝั่งน้ำสายเดิมหรือที่มีอยู่เดิมกันมากขึ้น ผู้ที่อพยพมาทีหลัง ก็จะขุดคลองหรือลำประโดง เพื่อชักน้ำต่อเข้าไปในพื้นที่ที่เป็นแผ่นดินลึกเข้าไปอีก จึงมีคลอง

เชื่อมต่อกันตลอดมามายังส่งผลให้การคมนาคมทางน้ำเป็นสิ่งจำเป็นเกษตรกรจึงนำผลผลิตในสวนไร่นา บรรทุกเรือเพื่อขายทำให้เกิดสถานที่นัดพบแลกเปลี่ยนซื้อขายกันเมื่อผู้ใดทราบแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนก็จะนำสิ่งของจากสวนมาขายซึ่งเรียกกันว่า นัด เช่น นัดคลองโคกลน นัดท่าค้ำ นัดบางน้อย ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการนัดกันว่าจะไปซื้อขายโดยกำหนดวันทางจันทรคติ ได้แก่ จันทร์ขึ้นหรือ ช้างแรมใดจะมาพบกันตามวันเวลานั้น แต่ถ้าสถานที่นัดพบนั้นกลายเป็นที่ชุมนุมซื้อขายชนิดที่มีเป็นประจำทุกวันนัดดังกล่าว จะกลายเป็นตลาดน้ำไปเช่น นัดอัมพวา ปัจจุบันก็กลายเป็นตลาดน้ำอัมพวา ที่มีชื่อเสียงหรือนัดที่คลองลัดพลี อำเภอดำเนินสะดวก เป็นตลาดน้ำดำเนินสะดวก (อุดม เศษกิจวงศ์, 2552, หน้า 15)

ตลาดน้ำ เป็นชื่อที่เรียกแหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องน้ำ โดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ แต่เดิมนอกจากจะเรียกนัดแล้วยังมีชื่อเรียกกันว่า “ตลาดเรือ” หรือตลาดท้องน้ำและในที่สุดก็กลายเป็นตลาดน้ำ

ตลาดน้ำในแถบภาคกลางมีอยู่ทั่วไปตามบริเวณลำน้ำทั้งหลาย นอกจากที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาแล้ว ยังมีอยู่ลุ่มแถบน้ำบางปะกง แม่น้ำนครชัยศรี แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง ตลาดน้ำที่ได้บันทึกไว้เป็นหลักฐานที่เก่าที่สุดคือ ตลาดน้ำในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี โดยเฉพาะที่บริเวณรอบตัวพระนคร ซึ่งมีแม่น้ำล้อมรอบจะเป็นแหล่งนัดพบทำการค้าขาย และเนื่องจากชาวอยุธยาเป็นเกษตรกรที่มีอาชีพทำนาเป็นหลัก แต่เมื่อเลิกทำนาก็จะทำอย่างอื่นแทน เช่น นาที่อำเภอบางปะหัน ชาวนาจะปลูกมันเทศ มันเทศที่บางปะหันเป็นพันธุ์เฉพาะของบ้านในย่านนี้ เนื้อของมันมีรสหวานมันเปลือกมีสีแดง สีม่วง ชาวบ้านจึงเรียกกันว่า มันต่อเผือก การทำนาของชาวอยุธยาในสมัยก่อนนั้นทุกบ้านต้องเลี้ยงควายไว้ไถนา ชาวนาโบราณจึงถือว่าควายมีบุญคุณต่อชาวนา พื้นที่ทำนานั้นอยู่ในเขตนอกเมือง ชาวอยุธยาที่อยู่นอกเมืองออกไปจะเรียกอยุธยาว่า “เมือง” เช่น ไปเมืองหรือเข้าเมืองราวปี พ.ศ. 2478 จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแต่แม่น้ำลำคลอง การสัญจรไปมาจึงใช้เรือ ไม่มีรถหรือแม้แต่รถจักรยานที่จะใช้เป็นพาหนะ ทุกคนจะเดินทางด้วยเท้าหรือเรือพาย เรือแจว ชีวิตชาวอยุธยาจึงอยู่กับเรือแทบทุกอำเภอในช่วงหน้าน้ำ คือตั้งแต่เดือน 10 ถึงเดือน 12 จะมีน้ำหลากมาเต็มท้องทุ่ง ชาวบ้านจึงต้องใช้เรือเป็นพาหนะ เรือที่ชาวอยุธยาใช้มีหลายชนิดมีทั้งเรือขุด และเรือต่อ แต่ส่วนใหญ่ที่มีกันแทบทุกบ้าน คือ เรือบด ซึ่งเป็นเรือต่อลำเล็กๆ สำหรับพายไปเก็บผักซื้อของ ที่พักอาศัยของชาวอยุธยาสมัยก่อนนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ โดยเฉพาะบริเวณสองฝั่งแม่น้ำรอบเกาะเมืองส่วนมากอยู่ในแพหรือเรือ บริเวณที่มีแพหนาแน่นที่สุดคือ หัวรอตั้งแต่พระราชวังจันทรถมไปถึงสี่แยกวัดตองปุเรือขุดลงมาตามคลองทรายรอบเกาะลอย และจากหัวรอตั้งแต่วัดวงษ์ออกไปมีบ้านเรือนและแพหนาแน่นเรื่อยๆ ไปตามคลองเมืองจนกระทั่งถึงวัดใหม่ชัยชีวิต จากนั้นจะมีบ้านเรือนบ้างเล็กน้อยจนกระทั่งถึงหัวแหลม เริ่มมีบ้านเรือนหนาแน่น ตลาดน้ำในยุคนี้ถือเป็นยุคทองของการค้าขายทางน้ำ

เพราะอยุธยาเป็นที่ชุมนุมการนัดพบของพ่อค้าจากทุกทิศ เนื่องจากการคมนาคมคล่องตัวในสมัยนั้น เชื้อนัชชาที่ยังไม่มีแม่น้ำลำคลองจะเชื่อมต่อกันได้ ตลอดพ่อค้าจากทางเหนือ สามารถล่องเรือ บรรทุกยาสูบ ของป่า มาขายยังอยุธยา พ่อค้าจากกรุงเทพฯ ก็นำของขึ้นไปยังขายที่อยุธยาแล้วซื้อสินค้า จากภาคเหนือหรือจากตลาดน้ำอยุธยามาขายยังกรุงเทพฯ ตลาดน้ำอยุธยาจึงเป็นจุดนัดพบของพ่อค้า แม่ค้าจากที่ต่างๆ ทั้งใกล้และไกล และหากนับกรุงเทพฯ เป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางไปค้าขาย ต่างจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้วก็จะพบตลาดท้องถิ่นขนาดใหญ่ 4 จุด คือ

- 1) ตลาดบ้านฉนวน ตลาดแห่งนี้ คือ จุดแรกตั้งอยู่ตรงท้ายเกาะเมืองบริเวณปากน้ำประสบ หรือปากน้ำบางกะจะ
- 2) เมื่อผ่านตลาดบ้านฉนวนไป เดินทางไปอีกเล็กน้อยจะถึงตลาดป้อมเพชร หน้าวัดพนัญเชิง
- 3) เรือที่เดินทางจากกรุงเทพฯ ไปอยุธยาจะขายสินค้าของตนไปเรื่อยๆ จากตลาด บ้านฉนวน และจะไปขายต่อที่ตลาดป้อมเพชร พอถึงหัวรอก็ขยับที่ตลาดหัวรอ
- 4) หากเดินทางอ้อมเกาะเมือง ไปทางตะวันตกจะพบตลาดหัวแหลมที่พ่อค้ามาขาย ส่งจากนั้นเดินทางเข้าคลองเมืองไปขายที่ตลาดหัวรอซึ่งเป็นตลาดน้ำที่มีการขายปลีกและขายส่ง ที่ใหญ่ที่สุด (อุดม เศษกิจวงศ์, 2552, หน้า 19-20) กล่าวไว้ว่า ตลาดน้ำที่อยุธยามีทั้งแพและเรือค้าขาย ดังจะเห็นได้ที่ตลาดน้ำหัวรอซึ่งเต็มไปด้วยแพและเรือช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 จะยุติแพจำหน่าย สินค้ามักจะขายของแห่งทุกชนิด เช่น แพขายของชำ ขายเครื่องบวชนาค ขายเครื่องถ้วยชามลายคราม ขายเครื่องประดับ เงิน ทอง นาค ขายน้ำมัน ขายอบ ขายยาสูบ และแพขายผ้า แพเหล่านี้แต่ละแพ จะขายของหลายๆ ชนิด เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า นอกจากแพแล้วยังมีเรือขายของ เรือเหล่านี้ยังมีเรือในท้องถิ่นและเรือที่มาจากถิ่นอื่น เพราะอยุธยาเป็นเส้นทางคมนาคมที่จะขึ้นไปทางเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ หรือจะล่องมาทางใต้ จึงเป็นที่รวมสินค้า เช่น ยาสูบ และไม้ ซึ่งเป็นสินค้าหลักจากทางภาคเหนือจะเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ แต่ในสมัยนั้นการค้าทางน้ำ ได้รับความนิยมสูงหากขนส่งสินค้าทางบก (รถไฟ) เพราะต้องการความรวดเร็วที่จะต้องนำส่งสินค้า ไปขายที่แพอีกทอดหนึ่งและถ้าเป็นไม้ก็ส่ง โรงเลื่อยต่างๆ ซึ่งนิยมตั้งอยู่ตามริมแม่น้ำ สำหรับ ของที่ขึ้นไปจากกรุงเทพฯ มีหลายชนิดทั้งของกินและของใช้ มากและพลุกเป็นสินค้าหลักอย่างหนึ่ง ที่ส่งไปจากกรุงเทพฯ ของเหล่านี้พ่อค้าจากกรุงเทพฯ จะบรรทุกเรือไปขายหรือพ่อค้าจากอยุธยา จะเป็นผู้สั่งซื้อจากกรุงเทพฯ โดยอาศัยบริการขนส่งของเรือเมล์ได้ โดยไม่ต้องไปเอง ต่อมาจะมีเรือ เร่มาซื้อต่ออีกทีหนึ่งเพื่อนำไปขายปลีกในท้องถิ่น การซื้อขายข้าวจะเริ่มในเดือน 1 เดือน 2 เมื่อถึงเวลานั้น จะมีเรือข้าวคับคั่งตามท้องถิ่น ทั้งแม่น้ำและลำคลองจนมีคำพูดติดปากชาวอยุธยาว่า “เดือนอ้าย เดือนยี่ เรือข้าวมา ชวนาขายข้าว” เรือขายของที่มักจะพบเสมอๆ อีกประเภทหนึ่งในตลาดท้องถิ่นอยุธยาคือ

เรือเครื่องเทศ เรือเครื่องเทศนี้มีได้ขายเครื่องเทศที่ใช้ปรุงอาหารแต่ขายเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น ตะเกียงเจ้าพายุ หม้อหุงข้าว จาน ถ้วยชาม แก้ว ซ้อนส้อม กาน้ำชาที่บุนม เรือขายของประเภทนี้เป็นเรือต่อขนาดใหญ่ชนิดหนึ่ง เรียกว่า เรือกระแซง ผู้ขายส่วนมากเป็นชาวไทยมุสลิมซึ่งจะไปขายกันทั้งครอบครัวโดยพักอาศัยอยู่ในเรือที่ขายเครื่องเทศนี้ สินค้าที่นำมาขายพ่อค้ามาซื้อที่กรุงเทพฯ ในย่านสำเพ็งจากนั้นนำมาลงเรือที่จอดอยู่แถวเชิงสะพานพุทธ การเดินทางกลับจะเดินทางร่วมไปกับเรือบรรทุกข้าวเพราะเรือข้าวมีเรือไฟลากงูไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากเรือขายของที่กล่าวมาแล้ว ยังมีเรือขายของสด เช่น ผัก ผลไม้ อาหาร เรือขายขนม เรือขายข้าวแกง เรือขายของประเภทนี้ผู้ขายเป็นชาวบ้านในท้องถิ่น เรือที่บรรทุกสินค้ามาขายผักเป็นเรือลำเล็กประทุน หากเป็นเรือต่างถิ่นจะเป็นเรือขนาดใหญ่มีหลังคาคลุม เช่น เรือลลอม หรือเรือข้าวใหญ่ พ่อค้าแม่ค้าจากถิ่นนั้นๆ เป็นผู้นำมาขายเอง หรือมีแม่ค้าในท้องถิ่นรับไปขายอีกต่อหนึ่ง สินค้าเหล่านี้จะมาจากแหล่งที่มีผลผลิตเฉพาะถิ่นและตามฤดูกาล อาทิเช่น ส้มโอจากนครปฐม หนากพลูจากธนบุรี น้ำตาลจากเมืองเพชรบุรีและจากเมืองสมุทรสงคราม

ตลาดน้ำในยุคปัจจุบันนับตั้งแต่ พ.ศ. 2500 วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลางเริ่มเปลี่ยนแปลง เมื่อมีการปรับปรุงระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504–2509) เป็นตัวกำหนดบทบาท ทำให้ระบบเศรษฐกิจของไทยเปลี่ยนไปจากระบบการค้าย่อยมาเป็นระบบการค้าสากล ซึ่งรัฐได้ส่งเสริมให้เกษตรกรหันไปผลิตพืชเพื่อการอุตสาหกรรมและการส่งออกแทนการปลูกเพื่อการอุปโภคบริโภค พืชที่ใช้ตามวิถีสังคมเกษตร ระบบการคมนาคมทางบกจึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับการผลิตขนาดใหญ่ และเมื่อถนนเข้ามามีบทบาทสำคัญแทนแม่น้ำลำคลอง การแลกเปลี่ยนซื้อขายกันในท้องถิ่นจึงไม่มีความจำเป็น แต่ว่าการหาเลี้ยงชีพจึงดำเนินไปอย่างเรียบง่ายตามธรรมชาติที่มีสายน้ำเป็นตัวกำหนด เช่น ตลาดน้ำ กลับเป็นสิ่งที่มีความสนใจให้ผู้คนต่างถิ่นต่างวัฒนธรรมในชุมชนและสัมผัส ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงเล็งเห็นประโยชน์ในการนำระบบวิถีชีวิตของเกษตรกรมาประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นจุดขาย อย่างที่ ฤทธิ์ ปัญญา วรรณะ (2550, หน้า 6) กล่าวว่าควรมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพให้กับประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้และให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกันมากขึ้น โดยเฉพาะกับชาวต่างประเทศ ต้องมีการประชาสัมพันธ์ ให้รู้ถึงวิถีชีวิตของชุมชนที่มาของตลาดน้ำผัดแผกไปจากเดิมกลายเป็นตลาดน้ำที่สนองต่อกิจการท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว ผลผลิตที่นำมาจำหน่ายไม่ใช่เฉพาะในท้องถิ่นเท่านั้น หากแต่มาจากทั่วทุกภาคของไทยและมีราคาสูง เพราะมุ่งขายแต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ไม่ได้ใจคนในท้องถิ่นและเมื่อประเทศต้องประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างประชาสัมพันธ์ชักชวนให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง มีรายการนำเที่ยวตามสวน

ควบคู่กับการชลประทานหรือเมื่อผู้คนที่อยู่ในเมืองต้องการสัมผัสกับชีวิตที่สงบเงียบในบ้านสวนหรือเพื่อต้องการศึกษาวิถีชีวิตของชาวสวนก็สามารถทำได้ เพราะมีสวนหลายแห่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวไปพักผ่อนในบ้านสวนภายใต้โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น ที่บ้านสวนแถบอำเภอลำปาง จังหวัดสมุทรสงคราม ได้รวมตัวกันเปิดบ้านพักรับนักท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน ตลาดน้ำในอดีตคงมีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลางเนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและขายสินค้าที่เพาะปลูก ข่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำน่าจะอยู่คู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการขุดคลองในทุกรัฐกาลมีวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมืองหรือเพื่อการยุทธศาสตร์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสายเพื่อให้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวกรวดเร็วทั่วถึง รวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วยขณะเดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วย จึงทำให้เกิดตลาดน้ำสำคัญหลายแห่ง ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรกน่าจะเป็นปากคลองตลาด ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชรและป้อมผีเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็กๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไป บ้านเมืองมีความเจริญขึ้น ตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญมากจนถึงปัจจุบัน

ตลาดน้ำในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ นอกจากปากคลองตลาดแล้วยังมีตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองกุพระนครเดิม ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพหัก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าเสา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่นๆ อีกมากมาย ตามคลองซอยทั่วไป “นิราศพระประธม” ของสุนทรภู่ ซึ่งเขียนขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตในยุคหนึ่งที่ค้าขายกันในเรือแพอย่างคึกคัก สุนทรภู่บรรยายภาพการค้าขายในบริเวณตลาดน้ำทางฝั่งธนบุรีว่า บรรดาผู้พายเรือค้าขายในตลาดน้ำในอดีตส่วนใหญ่คงเป็นหญิงไทยและชาวจีน เนื่องจากชายไทยต้องถูกเกณฑ์เข้ารับราชการ ส่วนชาวจีนได้สิทธิในการเดินทางค้าขายได้ทั่วพระราชอาณาจักร เพราะไม่ต้องเข้าเวรรับราชการเหมือนอย่างชายไทย ชาวจีนจึงมีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดการค้าภายในให้กว้างขวางขึ้น สินค้าที่แม่ค้าคนไทยนำมาขายส่วนมากเป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผลไม้ ปลาแห้ง เกลือ น้ำมันมะพร้าว ผ้าฝ้าย สีข้อมผ้า ส่วนพ่อค้าชาวจีนนอกจากนำสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ไปมาขายแล้ว ยังนิยมนำสินค้าจากต่างประเทศหรือสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยซึ่งนำเข้ามาจากจีน เช่น ไบซา พัด ร่ม กระดาษ ฐูป ผ้าไหมผ้าแพร เครื่องถ้วยชาม ผลไม้แห้งมาขายด้วย นอกจากนี้ยังมีเรือแพที่ขายสินค้าเฉพาะอย่าง ดังที่เห็นได้จากจดหมายเหตุรัชกาลที่ 3 ว่ามีแพ ขายแพรไหม แพขายถ้วยชาม แพขายเก้าอี้ ตุ๊กตา เสื้อผ้า เรือขายแตง เรือขาย

มะเขือ กล้วยมะม่วง กล้วยน้อยหน้า กล้วยปุ่น กล้วยขนมจิน กล้วยน้ำมันมะพร้าว กล้วยหมากพลู กล้วยปลาแห้ง กล้วยปลาสด กล้วยผ้าเทศ กล้วยของชำ กล้วยขนมเบื่อง กล้วยเครื่องเขิม กล้วยทุเรียน กล้วยมังคุด กล้วยหอย กล้วยแมงดา กล้วยเหล้า กล้วยกะปิ กล้วยจาก กล้วยถ่านไม้ กล้วยคุ่มขายอ่าง

ในช่วงหนึ่งของตลาดน้ำลดความคึกคักจางหายไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการคมนาคมทางบกที่สะดวกรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำ จึงทำให้เกิดการถดถอยเพื่อสร้างถนนอันมีผลทำให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย อย่างไรก็ตามการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่น ตามนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือสวนไร่นาตามริมแม่น้ำลำคลองได้นำผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ออกมาจำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำในปัจจุบันที่ยังคงมีอยู่และเป็นที่ยึดถือ ได้แก่ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำวัดไทร และตลาดน้ำตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพฯ ตลาดน้ำวัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม (กิตติพร ใจบุญ, 2550, หน้า 5)

กล่าวสรุปได้ว่า ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตของสังคมไทยในอดีตที่มีถิ่นฐานที่พักอาศัยตามแนวลำคลอง และลำคลองก็เป็นเส้นทางสัญจรการคมนาคมของชาวชุมชนต่างๆ ในสมัยนั้น การทำมาหากินเป็นผลผลิตที่ได้โดยทางการเกษตร เช่น พืช ผัก ผลไม้ต่างๆ สิ่งเหล่านี้พอเหลือจากการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนผลผลิตกันแล้ว จากนั้นก็นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมในสังคมของชุมชนนั้นๆ ตลาดน้ำนอกจากจะเป็นคุณค่าและความมีเสน่ห์ของความเป็นอดีตแล้ว ปัจจุบันยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ เน้นความเป็นธรรมชาติ มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ที่ยึดถือเอาวัฒนธรรมประเพณีของคนไทยเอาไว้ได้อย่างน่าชื่นชม ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา

2.3.2 พัฒนาการของตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน เช่นบริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ

1) ตลาดน้ำในอดีต มีมากมายหลายแห่ง โดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสายทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่ง และขยายพื้นที่เพาะปลูกย่านชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่กับชุมชนเหล่านั้นด้วย ตลาดน้ำในแถบภาคกลางมีอยู่ทั่วไปตามบริเวณลำน้ำทั้งหลาย นอกจากที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาแล้ว ยังมีอยู่ในแถบลุ่มแม่น้ำบางปะกง แม่น้ำนครชัยศรี แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง

ตลาดน้ำ ที่ได้บันทึกไว้เป็นหลักฐานที่เก่าที่สุดคือ ตลาดน้ำสมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นราชธานี โดยเฉพาะบริเวณรอบตัวพระนครซึ่งมีแม่น้ำล้อมรอบจะเป็นแหล่งนัดพบทำการค้าขาย

ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการขุดคลองในทศวรรษกาลด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการคมนาคมและการป้องกันบ้านเมืองหรือเพื่อการยุทธศาสตร์ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ก็มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพื่อให้การคมนาคมขนส่งสินค้าเป็นไปโดยสะดวก รวดเร็ว ทว่าถึง รวมทั้งเพื่อเปิดพื้นที่การเพาะปลูกในบริเวณที่คลองขุดไปถึงด้วย ขณะเดียวกันเมืองหรือชุมชนก็ขยายตัวตามไปด้วยจึงทำให้เกิดตลาดน้ำหลายแห่ง

ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรกน่าจะเป็นปากคลองตลาด ซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชร และป้อมพิลลื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็กๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไปบ้านเมืองมีความเจริญขึ้น ตลาดที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบก และเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตร ที่สำคัญมากจนถึงปัจจุบัน

2) ตลาดน้ำในช่วงสมัยรัตนโกสินทร์ นอกจากปากคลองตลาดแล้วยังมีตลาดน้ำ บางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดดาวคนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลองโพหัก ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดท่าคา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่นๆ ตามคลองซอยทั่วไป

3) ตลาดน้ำในยุคปัจจุบัน นับตั้งแต่ พ.ศ. 2500 วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง เริ่มเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการปรับปรุงระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช้แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 0 (พ.ศ. 2504 – 2509) เป็นตัวกำหนดบทบาททำให้ระบบเศรษฐกิจของไทย เปลี่ยนไปจากระบบการค้าขายมาเป็นระบบการค้าสากล ซึ่งรัฐได้ส่งเสริมให้เกษตรกรหันไปผลิตพืชเพื่อการอุตสาหกรรมและการส่งออกแทนการปลูกเพื่อการอยู่กินอย่างพอมีพอใช้ตามวิถีสังคมเกษตร ระบบการคมนาคมทางบกจึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับการผลิตขนาดใหญ่ และเมื่อถนนเข้ามามีบทบาทสำคัญ แทนแม่น้ำลำคลอง การแลกเปลี่ยนซื้อขายกันในท้องถิ่นจึงไม่มีความจำเป็นแต่ว่าการหาเลี้ยงชีพ ที่ดำเนินไปอย่างเรียบง่ายตามธรรมชาติที่มีสายน้ำเป็นตัวกำหนด เช่น ตลาดน้ำ กลับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญให้ผู้คนต่างถิ่น ต่างวัฒนธรรมใคร่ชม และสัมผัส ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จึงเล็งเห็นประโยชน์ในการนำระบบวิถีชีวิตของเกษตรกรมาประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นจุดขาย โดยเฉพาะกับชาวต่างประเทศ และเมื่อวัตถุประสงค์เปลี่ยนไปรูปลักษณะของตลาดน้ำจึงผิดแปลกไปจากเดิม กลายเป็นตลาดน้ำที่สนองต่อกิจการท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว ผลผลิตที่นำมาจำหน่ายไม่ใช่ แต่เฉพาะในท้องถิ่นเท่านั้น หากแต่มาจากทั่วทุกภาคของไทย และมีราคาสูงเพราะมุ่งขายแต่นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศไม่ใส่ใจคนในท้องถิ่น และเมื่อประเทศต้องประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ทั้งภาครัฐ และเอกชนต่างประชาสัมพันธ์ชักชวนให้คนไทยหันมาท่องเที่ยว

ภายในประเทศให้มากขึ้น การท่องเที่ยวตลาดน้ำจึงเป็นที่นิยม และเหมาะกับสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552, หน้า 24-25)

ปัจจุบันตลาดน้ำลดความคึกคักลงไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และการคมนาคมทางบกที่สะดวก และรวดเร็วกว่าการคมนาคมทางน้ำจึงทำให้เกิดการถดถอยเพื่อสร้างถนนอันมีผลให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย อย่างไรก็ตามการค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่น ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือกสวนริมน้ำตามริมแม่น้ำลำคลองได้ผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนงานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ราษฎรอีกทางหนึ่ง ตลาดน้ำในปัจจุบันที่ยังคงมีอยู่ และเป็นที่ยังคง ได้แก่ ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำวัดไทร และตลาดน้ำตลิ่งชัน

กล่าวโดยสรุป ตลาด หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าทั้งในรูปของวัตถุคิขหรือสินค้าสำเร็จรูป ตลาดยังเป็นสถานที่ที่มีความหมายซึ่งมีทั้งสถานที่ประจำ หรือเป็นครั้งคราวอาจจะเป็นศูนย์กลางของชุมชนแห่งเดียวหรือหลายแห่งก็ได้ โดยจะทำการค้าขายเป็นประจำ หรือตามวันเวลาที่มีการกำหนดเอาไว้ก็ตาม ตลาดยังสะท้อนเรื่องราวของชนแต่ละชุมชนมาจนถึงทุกวันนี้ อย่างไรก็ตามตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยของสังคมไทยที่มีการพัฒนาให้การค้าขายสินค้าเกิดความสะดวกและความพึงพอใจแก่ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยในทุกวันนี้สถานที่ค้าขายก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดใจลูกค้า เช่น ซ่างสรรพสินค้าดิคเคอร์ บีคชี โลดัส คาร์ฟู แมคโคร และอื่นในหลายๆ แห่งที่มีเรืออานวยความสะดวก เช่นบันไดเลื่อน ลิฟท์ ห้องน้ำ ที่จอดรถ ทั้งยังให้บริการแบบเงินผ่อนอีกด้วย

ตลาดน้ำเป็นสถานที่ที่มีมาตั้งแต่ในอดีตโดยที่พ่อค้าแม่ค้าทำการค้าขายผลผลิตของตัวเองหรืออาจจะมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องถิ่น หรือตามแนวชายคลองโดยอาศัยเรือเป็นพาหนะก็ได้ ในปัจจุบันตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่ให้ทั้งความรู้มั่งถึงคุณค่าของความเป็นไทย วัฒนธรรมไทย ให้ทั้งอาชีพ เศรษฐกิจสังคมของชุมชน และประเทศดีขึ้นเมื่อการคมนาคมทางบกเริ่มเข้ามามีบทบาท มีการสร้างทางหลวงตั้งแต่หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ประมาณ พ.ศ. 2476 แต่ยังไม่สะดวกต่อการเปิดใช้เป็นทางการ เนื่องจากระยะนี้ระบบถนนเพิ่งเกิดการคมนาคมทางน้ำยังมีความสำคัญอยู่จนกระทั่งปี พ.ศ. 2486 มีการเปิดสะพานปรีดีธำรง เป็นสะพานคอนกรีตข้ามแม่น้ำป่าสักเข้าเกาะเมืองอยุธยาพร้อมกับการเปิดทางหลวงจังหวัดอยุธยา-วังน้อยเชื่อมระหว่างทางสายพหลโยธินกับเกาะเมืองทำให้การติดต่อระหว่างกรุงเทพฯกับเกาะเมืองสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นและเริ่มมีผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตไปจนถึงการค้าขายในเกาะเมือง เพราะพ่อค้าที่กรุงเทพฯนิยมส่งสินค้าบนบกที่หัวรอจึงมีสินค้าบริการลูกค้าหลายชนิดและสม่ำเสมอ

ลูกค้าก็นิยมซื้อสินค้าจากตลาดทางบกทำให้แพต่างๆ ในตลาดน้ำค่อยๆ อพยพขึ้นบกทั้งยังมีการสร้างถนนภายในเกาะเมืองให้สะดวกยิ่งขึ้นทำให้ชาวแพอพยพขึ้นบกกันมากขึ้น

การพัฒนาการคมนาคมทางบกในเกาะเมืองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในเกาะเมืองและเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อชีวิตของชาวอยุธยาแม้ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดค่อยเป็นค่อยไปก็เริ่มเห็นได้อย่างชัดเจนในช่วง พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา คือเมื่อมีเขื่อนเจ้าพระยา จังหวัดชัยนาท การสัญจรทางน้ำลดปริมาณลง ผู้คนต่างหันไปใช้ถนนเป็นเส้นทางสัญจรอย่างจริงจังเรือที่เคยคับคั่งก็บางตาลง แพรอพยพขึ้นบนบกที่อยู่ในที่เดิมก็ยุติการทำธุรกิจค้าขาย กลายเป็นที่อยู่อาศัยแทนแม่น้ำเริ่มตื่นเงินไม่มีการลอกกุญแจลง สาเหตุเกิดจากน้ำที่เคยหลากมาในสมัยก่อนจะชะดินมาด้วยทำให้แม่น้ำสามารถเดินไปมาได้ เมื่อเป็นเช่นนี้เรือแพจึงหายไปจากท้องน้ำ แม้ยังคงพอมืออยู่บ้างในบริเวณที่มีลำน้ำลึกแต่คนในแพก็ไปซื้ออาหาร และของใช้ บนบก ตลาดน้ำที่เคยเห็นก็จางไป โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีวรรณ ผิวนิ่ม (2545, หน้า 2) กล่าวว่าไว้ว่าตลาดน้ำที่มีการพัฒนามาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกวันนี้ เดิมเป็นตลาดที่มีการซื้อขายสินค้าทางน้ำของชาวบ้านในชุมชนและบริเวณจังหวัดใกล้เคียงและต่อมามีผู้คนมาลงทุนและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะการคมนาคมทางบกมีความเจริญมากขึ้น

กล่าวสรุปได้ว่า ในอดีตของสังคมไทยในภาคกลางส่วนใหญ่แล้วมีบ้านเรือนหรือที่พักอาศัยอยู่ตามแนวชายคลอง ซึ่งแนวชายคลองนี้เป็นเส้นทางการคมนาคมหลักของชาวชุมชนในแถบภาคกลาง โดยใช้ลำน้ำเป็นการคมนาคม ขนส่ง ซื้อขายสินค้า และต่อมามีการพัฒนาประเทศมีการปรับปรุงระบบของประเทศ โดยใช้แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับ (พ.ศ. 2504-2509) เป็นตัวกำหนดบทบาท และรัฐบาลมีแนวทางการส่งเสริมผลิตผลทางการเกษตร มีระบบการค้าที่สาคลมากขึ้น ระบบเศรษฐกิจของสังคมไทยจึงเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

ตลาดน้ำที่เคยซื้อขายกันในท้องน้ำ ตามลำคลองในทุกวันนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา โดยอพยพย้ายบนบกแต่อยู่ตามแนวชายคลอง เป็นจุดศูนย์กลางของชุมชน โดยแบ่งเป็น โชน เป็นล๊อค แบ่งประเภทของสินค้า จุดเด่น จุดขายและสร้างบรรยากาศให้คิดถึงความเป็นอดีตของการค้าขายในท้องน้ำ รักษาวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคมของสังคมไทย ตลาดน้ำจึงแตกต่างไปจากอดีตอย่างชัดเจน การท่องเที่ยวจึงได้รับการส่งเสริมและกลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและสนับสนุนคนไทยให้เที่ยวเมืองไทย

2.3.3 นิยามศัพท์ที่ใช้สำหรับการอธิบายลักษณะของตลาดน้ำ

ในการศึกษาเรื่องตลาดน้ำนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม โดยใช้เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวจับจ่ายซื้อสินค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งใช้ภาษาที่ทำกิจกรรมกันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายที่ใช้กันในตลาด

ในการวิจัยครั้งนี้จึงขอยกตัวอย่างให้เกิดความเข้าใจดังนี้

- 1) ตลาดติด หมายถึง ตลาดเมื่อเริ่มตั้ง เริ่มค้าขายในสมัยก่อนเมื่อมีการค้าในหลายเจ้า มาค้าขายรวมกันเรียกว่า ตลาดเริ่มติดคนซื้อแล้ว เมื่อตลาดติดดีแล้วแสดงว่าตลาดมีคนซื้อมาก มีความคึกคักไปด้วยพ่อค้าแม่ค้า และลูกค้า
- 2) ตลาดวาย หมายถึง ช่วงเวลาที่ใกล้จะเลิกทำการค้าขาย
- 3) เจ้า หมายถึง คำที่ใช้เรียก พ่อค้า แม่ค้าหรือลูกค้า เช่น พ่อค้าเจ้านี้ แม่ค้าเจ้านั้น และนอกจากนี้ยังใช้เรียกพ่อค้า แม่ค้า เจ้าใหม่ เจ้าเก่า
- 4) เรียกราคา หมายถึง พ่อค้าแม่ค้ากำหนดราคาหรือตั้งราคาไว้สูงหรือราคาแพงกว่าปกติ
- 5) ได้ราคา หมายถึง การขายสินค้าได้ราคาตามที่พ่อค้าแม่ค้าต้องการคือมีราคาสูง ทำให้ได้ผลกำไรมาก
- 6) ตัดราคา หมายถึง การที่ผู้ขายรายหนึ่งขายสินค้าให้ถูกลงกว่าผู้ขายรายอื่น
- 7) ประเดิม หมายถึง การขายครั้งแรกของพ่อค้าแม่ค้ารายหนึ่งๆ ลูกค้าประเดิม หมายถึง ลูกค้าที่มาซื้อคนแรก คำว่าประเดิมนี้อาจหมายถึง ผู้ซื้อที่การซื้อได้อย่างถูกใจผู้ขาย
- 8) เล หมายถึง การพยายามขายสินค้าที่เหลืออยู่นานให้หมด เนื่องจากยิ่งเก็บนานก็จะยิ่งเสื่อมราคา หรือถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหารหรือผลไม้ถ้าเก็บไว้นานก็จะเน่าเสีย
- 9) เปิดบิล หมายถึง การขายของครั้งแรกคล้ายกับการประเดิมแต่การเปิดบิลจะมองเป็นระยะเวลาคือ ในการขายในวันนี้เปิดบิลเร็วหรือช้า ถ้าวันไหนเปิดบิลเร็วพ่อค้าแม่ค้าเชื่อกันว่าวันนี้จะค้าขายดี แต่ถ้าเปิดบิลช้าพ่อค้าจะอึดอัดหรือหงุดหงิดแล้ววันนี้ขายไม่ดี
- 10) เหมา หมายถึง การซื้อสินค้าทั้งสินค้าอุปโภคหรือบริโภคแบบรวบรวมโดยที่ผู้ซื้อ มีความพอใจในสินค้า และราคาที่ตกลงกับผู้ขายไม่ว่าสินค้านั้นจะมีอยู่มากหรือน้อยก็ตาม และผู้ขายต่างก็พึงพอใจในราคาตรงนั้น

2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการศึกษาตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ เป็นสถานที่ทางการค้าขายเป็นจุดในการเปลี่ยนถ่ายสินค้าทั้ง ของกิน ของใช้ ต่างๆ มากมาย ในดั้งเดิมของตลาดน้ำส่วนมากแล้วจะเป็นสินค้าทางการเกษตรเสียเป็นส่วนมาก ในทางกลับกันในปัจจุบันมีสินค้าหลากหลายชนิดที่จำหน่าย และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดูดีมความ เป็นธรรมชาติที่มีมาในอดีต ได้เห็นคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน ความ เป็นสังคมไทยในชุมชน และมีขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมของการกิน การอยู่ การหาเลี้ยงครอบครัวที่มีความเรียบง่าย

ไม่ค่อยมีการแข่งขัน มีแต่การช่วยเหลือซึ่งกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เปรียบเสมือนญาติพี่น้องกัน พื้นที่ของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยพื้นที่ 3 ส่วน

โดยส่วนแรก เป็นชุมชนจำหน่ายผลิตผลของชาวบ้าน มีทั้งผลไม้ตามฤดูกาล เช่น ชมพู่ - มะเหมี่ยว มะม่วงน้ำดอกไม้ ผลไม้ที่ขึ้นชื่อของตำบลบางน้ำผึ้งเพราะมีรสชาติดี และกลิ่นหอม ผักพื้นบ้าน ไม้ดอกไม้ประดับ กว๊ายไม้نانาชนิด และของกินฝีมือของชาวบ้านให้เลือกมากมายจน จนมถั่ว ขนมาจาก ทอดมันปลาอินทรี หมี่กะทิ ข้าวคูเมียงคำ ลอดช่อง ไอศกรีมกะทิสด และมะพร้าวเผา

ส่วนที่สอง เป็นชุมชนจำหน่ายสินค้าโอท็อปมากมายหลายชนิด เช่น ไข่เค็ม สมุนไพร ดอกไม้ เกี๊ยวปลา ทุปหอมสมุนไพร ภาพประดิษฐ์จากรถมะพร้าว

ส่วนที่สาม เป็นเรือจำหน่ายสินค้าที่พ่อค้า แม่ค้า พายเรือขายอาหารมากมาย เช่น กว๊ายเดี่ยวหมุดมัย ส้มตำ ข้าวมันไก่ ข้าวขาหมู หมูสะเต๊ะ และน้ำผลไม้ต่างๆ

อุดม เขยกิจวงศ์ (2552, หน้า 281) กล่าวว่าตลาดน้ำเป็นสังคมของมนุษย์ในชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำที่มีความสมบูรณ์ทั้งโครงสร้างภูมิทัศน์ และความหมายจึงก่อเกิดขึ้นในเมืองโบราณ คูคลองสายต่างๆ ที่ขุดเป็นทางยาวพร้อมด้วยบ้านเรือนเรียงราย ทั้งสองฝั่งแม่น้ำตลอดจนวัดวาอาราม ได้ถูกเชื่อมโยงไปมาหาสู่กัน การช่วยกันอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำให้คงสภาพแบบดั้งเดิมจะสะท้อนถึงชีวิตความเป็นอยู่ และบรรยากาศของบรรพบุรุษในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน ได้อย่างชัดเจน ตลาดน้ำจึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ช่วยทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศขับเคลื่อนไปในทางที่ดีขึ้น ในหลายประการดังนี้

ประการที่ 1 ระบบเศรษฐกิจ เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากกว่าสินค้า

ประการที่ 2 แรงงานในการผลิตสินค้าใช้แรงงานในท้องถิ่น ความรู้ทางภูมิปัญญาและวัตถุดิบของท้องถิ่นในการผลิตสินค้า

ประการที่ 3 สถานภาพของแรงงาน ซึ่งทำได้ทุกคนชั้นที่มีความสามารถในการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า โดยใช้วิธีการถ่ายทอด

ประการที่ 4 การแก้ไขปัญหาสังคมคือต้องพัฒนาท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นๆ ให้มีอาชีพ มีรายได้และดูแลสังคมครอบครัวสังคมชุมชนให้มีความทันสมัยและตามโลกทัน โดยไม่หยุดนิ่ง สนับสนุนให้สังคมของชุมชนมีการเรียนรู้และใช้เทคนิคระดับสูงเพราะจะทำให้คนในสังคมมีความรู้และความสามารถมากขึ้น

ประการที่ 5 รัฐบาลเข้ามามีบทบาททำให้การสนับสนุน ในการบริหารและการจัดการ ในกิจการต่างๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจการที่เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสาธารณะของชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ สังคมเข้มแข็ง ประชาชนมีความอบอุ่น สังคม

ครอบครัวไม่แตกแยกมีความอบอุ่น

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำตั้งแต่อดีตถึงในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้น มนุษย์จะต้องเข้าไปทำกรแก้ไขและพัฒนาให้คู่ดีพร้อมให้บริการกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชน หน่วยงานและประเทศชาติมีทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งนี้มีผู้ให้ความหมายของตลาดน้ำไว้ว่า

ทองหยด สวนทอง (2539, หน้า 3) กล่าวว่า ตลาดน้ำหมายถึงสถานที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายสินค้าทางการเกษตรต่างๆ ทางน้ำ มีเรือบรรทุกสิ่งของและซุ่มจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรที่พัฒนาขึ้นมาอยู่บนพื้นดินซึ่งจากอดีตตลาดน้ำใช้เส้นทางน้ำเป็นสถานที่ซื้อขายกันในที่นี้

อรศิริ ปาณินท์ (2544, หน้า 2) กล่าวว่าตลาดพื้นถิ่นและตลาดน้ำทุกแห่งเริ่มมีการขนส่งกันทางน้ำตั้งแต่ในอดีตมีความสำเร็จในการค้าขายกันมาเรื่อยๆ บางแห่งตลาดอยู่ริมคลองโดยใช้เรือเป็นพาหนะในการค้าขายซึ่งหลังจากเสร็จสิ้นของการค้าในแต่ละวันบรรดาพ่อค้าแม่ค้าก็มานั่งคุยกันเปรียบเสมือนญาติพี่น้อง ดูแล้วบรรยากาศอบอุ่น

กาญจนา เพชรประยูร และคนอื่นๆ (2545, หน้า 3) กล่าวว่า การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาตลาดน้ำบางประมุง ได้มีการศึกษา 6 ด้าน คือด้านการดำเนินงานและการจัดตลาดน้ำบางประมุง ด้านการแก้ไข ปัญหาของตลาดน้ำบางประมุง ด้านการวางแผนนโยบาย ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และด้านการประชาสัมพันธ์

พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2548, หน้า 15) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของท้องถิ่นชุมชนดั้งเดิมที่ปรากฏแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เปิดโอกาสให้ศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นที่ตลาดน้ำดลิ่งชัน

อภิชาติ สังขชาติ (2552, หน้า 2) กล่าวว่า ตลาดน้ำเป็นการศึกษาที่ให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านแบบดั้งเดิม การทำมาหากินแบบเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน โดยใช้ทัศนียภาพของสองฝั่งคลองและวัฒนธรรมพื้นบ้านไปกับการมีกิจกรรมร่วมกัน เป็นการพัฒนาศายน้ำแห่งนี้ให้เป็นจุดศูนย์กลาง พบกันของชาวบ้าน โดยเชื่อมโยงไปสู่การมีกิจกรรมร่วมกันนั่นคือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นประโยชน์ของท้องถิ่นต่อไป

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกของจิตใจ ความคิดต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เคยสัมผัส จากการรับรู้ประสบการณ์ในสิ่งนั้นๆ โดยชอบหรือไม่ชอบ โดยมีผู้กล่าวถึงแนวคิดต่างๆไว้ดังนี้

ชุตินา ชัยมุสิก (2550, หน้า 15) กล่าวว่าไว้ว่าความคิดเห็น คือการแสดงออกตามความคิดเห็น สภาพความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความรู้ การรับรู้ ประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับมา โดยบุคคลนั้นอาจจะแสดงออกผ่านทางใดทางหนึ่ง ตัวการ ภาษาเขียน ภาษาพูด จะขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นได้รับมา เป็นเครื่องมือหาและประเมินค่า ลักษณะน่าทาง หรือไม่แสดงออกเลยก็ได้ และในเรื่องที่เกี่ยวข้องก่อนที่จะมีการตัดสินใจ แสดงออก และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ (2550, หน้า 6) ได้ให้ความหมาย ความคิดเห็น คือการแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความเชื่อและการตัดสินใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยอาศัยความรู้ การรับรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นฐานในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการการทำงานในสายวิชาชีพและความคาดหวังของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีต่อผู้สำเร็จการศึกษาของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

จักรพันธ์ ศรีมกุฏ (2552, หน้า 9) กล่าวว่าไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออก ในด้านต่างๆ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ซึ่งมาจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความรู้และสภาพแวดล้อมที่ได้พบมา ซึ่งความคิดเห็นของแต่ละบุคคลอาจเป็นที่ยอมรับ หรือปฏิเสธจากบุคคลอื่นได้

ชนกศุดา เพ็ชรไทย (2551, หน้า 11) กล่าวว่าไว้ว่า ความคิดเห็นสามารถเกิดจากการเรียนรู้ เข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันหรือมาจากประสบการณ์ที่เกิดจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีผลต่อจิตใจและความคิด ประเภทของความคิดสามารถแบ่งได้ทั้งในด้านดีได้แก่ยอมรับ และไม่ดีคือปฏิเสธ อาจมีระดับความคิดเห็นในระดับธรรมดา และรุนแรง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้นั้น

วาสนา สัมปทาญาณ (2547, หน้า 7) กล่าวว่าไว้ว่า เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง อาจจะเป็นการพูดเขียน มีอารมณ์ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานในการแสดงออก ซึ่งอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้ ยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นได้และเปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา

ทองดาว อ่อนประเสริฐ (2548, หน้า 13-14) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ผู้บริโภค จะมีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่มากหรือน้อยกว่า ก็ขึ้นอยู่กับเวลาในขณะนั้น หรือสินค้า และการบริการชนิดเดียวกันจำนวนเท่ากัน อาจจะทำให้ความพอใจต่อผู้บริโภคของแต่ละคนที่ไม่เท่ากัน

สิริลักษณ์ นาคบุญชร (2549, หน้า 8) กล่าวว่า ความคิดเห็นของการบริโภคอาหาร หมายถึง การกระทำและการแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้มา การเลือกบริโภคอาหาร การประกอบอาหาร ซึ่งอาจเป็นพฤติกรรมกรบริโภคอาหารส่วนบุคคล หรือได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยทางสังคม ซึ่งส่วนใหญ่มาจากสิ่งภายนอกของบุคคลนั้น และปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่ภายในหรือเกิดขึ้นภายในบุคคลนั้นแล้วแต่ความคิดเห็นของแต่ละบุคคล

ธีระยุทธ วรรณิจ (2554, หน้า 7) กล่าวว่าในแง่ของความคิดเห็นทางพฤติกรรมศาสตร์ ผู้บริโภคหมายถึงความต้องการสิ่งที่ดีที่สุดจากผู้ให้บริการ มาดูจากของสินค้า ตลอดจนคุณภาพ ของผู้ให้บริการนั้นกล่าวคือ ของดี ราคาดี คน (ผู้ให้บริการ) ดี สถานที่ (สิ่งแวดล้อม) ดี หากครบ องค์ประกอบ ผู้บริโภคก็จะได้สิ่งที่ดีตามไปด้วย แต่ผู้บริโภคก็ควรตระหนักว่า ของดี ราคาถูก ไม่มีในโลก

กล่าวสรุปได้ว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค เป็นความคิดเห็นที่กระทำ ในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออก การค้นหาและการตัดสินใจในการบริโภคสิ่งนั้น การใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรม นั้นสำเร็จลุล่วงซึ่งผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้านตั้งแต่ ความพร้อมด้านปัจจัยต่างๆ ทางความคิดเห็น ความต้องการ และสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวชอบมาหรือไม่ชอบ ซึ่งสามารถใช้ความคิดเห็นของตนเอง ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ มาซื้อสินค้าไปบริโภค และเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นนั้นๆ ชมความโดดเด่นและรักษาไว้ที่ตลาดน้ำซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีความเป็นกันเอง ของพ่อค้าแม่ค้า ความมีน้ำใจ ความมีอัธยาศัยไมตรีเสมือนเครือญาติ รวมถึงแหล่งข้อมูล และ ข่าวสารว่าสินค้าที่เราต้องการมีอยู่ที่ไหน มีขายตรงนั้น ขายตรงนี้ สิ่งเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่มีความสำคัญไม่แพ้กันก็คือ ตลาดหรือสภาพของสถานที่หรือบริบทนั้นๆ มีความสะดวก ในการเดินทางความเป็นจุดศูนย์กลาง รวมถึงแหล่งความรู้ในเรื่องวัฒนธรรมประเพณี ของการอยู่อาศัย หรือวัฒนธรรมการบริโภคว่ากินได้หรือไม่ได้ และยังรวมไปถึงกำลังเงิน กำลังทรัพย์ของผู้ซื้ออีกด้วย ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรวรรณ ธรรมตั้งมั่น (2547, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำวัดไทร เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำวัดไทร ด้านการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล แรงจูงใจที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ แรงจูงใจ เพื่อการรับประทานอาหาร/ขนม แรงจูงใจเพื่อการซื้อสินค้า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำวัดไทร พบว่าองค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ ความสดของผัก/ผลไม้ องค์ประกอบด้านการขนส่งนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี กล่าวคือ การเดินทางมาตลาดน้ำวัดไทร ค่อนข้างสะดวก องค์ประกอบด้านทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ ความสวยงามของศิลปะไทยโบราณ การนั่งเรือพายชมทิวทัศน์ องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ทางเดินริมคลอง การบริการเรือพายนักเที่ยว และปริมาณห้องสุขาที่มีให้บริการ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยการเดิน บุคคลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยคือ ครอบครัว กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบมากที่สุดคือ เดินดูบรรยากาศริมคลอง นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเฉลี่ย 5 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 409 บาท และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลับมาเที่ยวอีกแน่นอน

ประกอบศิริ กักดีพิณิจ (2550, หน้า 214) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร กล่าวว่าชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันผลวิจัยพบว่า มีศักยภาพในการที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และการเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวชุมชนริมคลอง โดยเฉพาะในด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในระดับมาก และต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก โดยมีความต้องการให้พัฒนาในด้านทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสวัสดิภาพ และความปลอดภัย ทั้งนี้ได้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ

- 1) การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เส้นทาง กิจกรรม
- 2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 3) การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 4) แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการการท่องเที่ยวของชุมชน

5) การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ระดับ เรียนประยูร (2540, หน้า 3) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่ากิจกรรมตลาดน้ำส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมในด้านคุณภาพน้ำ ได้แก่ ปริมาณของแข็งแขวนลอย โคลิฟอร์มแบคทีเรีย ฟอสเฟต และพบว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง ซึ่งแสดงออกถึงวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการ พบว่าทั้ง 4 กลุ่มมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อแผนพัฒนา และผลการศึกษาการยอมรับและความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติ พบว่ามีปัจจัยหรือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้ง 4 ปัจจัยมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการ

นิสาลักษณ์ ทองสุข (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุอยู่ในระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ชอบแหล่งท่องเที่ยว และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก ส่วนในด้านตลาด สินค้า ราคา อยู่ในระดับที่เหมือนกันและในการมาแต่ละครั้งส่วนใหญ่มาทำกับครอบครัวตั้งแต่เวลา 12.01-15.00 น. ค่าใช้จ่ายของการมาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 973 บาท

พอเจตน์ เรืองกลัด (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาวิวัฒนาการของตลาดนัด และวิถีชีวิตของชาวตลาดนัดคลองถม แหลมจบัง จังหวัดชลบุรี ผลวิจัยพบว่า ตลาดนัดเป็นรูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมที่ใช้เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยมีการจัดขึ้นตามวันเวลาที่กำหนดตามฤดูกาลที่สะดวกตามสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี เป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยน เพื่อยังชีพ และพัฒนารูปแบบเป็นธุรกิจที่หวังผลกำไรในเวลา ต่อมาสถานที่จัดตลาดนัดจะจัดใกล้ชุมชนที่อยู่อาศัย เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภค ตลาดนัดแต่ละที่จะมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปแต่จะเป็นที่รับรู้ของผู้บริโภคที่จะไปจับจ่ายใช้สอย เสี่ยงตกทายพูดคุย ที่ก่อให้เกิดบรรยากาศแบบญาติมิตรทางสังคม ทำให้พื้นที่ว่างเปล่ามีชีวิตชีวา รูปแบบการค้าขายแบบด้อยที่ด้อยอาศัยไม่ได้หวังผลกำไรมากนัก การเจรจาต่อรองราคาสินค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจก่อนที่จะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนเป็นเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์ของตลาดนัดทุกแห่ง ตั้งแต่อดีตจนถึงทุกวันนี้ วิถีชีวิตของชาวตลาดนัดคลองถมแหลมจบัง วิถีชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดเริ่มขึ้นในช่วงเวลาที่คนส่วนใหญ่เลิกงานเพื่อพักผ่อนแต่จะเป็นเวลาทำงานหารายได้ของพ่อค้าแม่ค้าที่ตลาดนัด อาชีพ

ค้าขายในตลาดนัด ต้องทำงานกลางแจ้งที่อากาศร้อนเดินทางเพื่อไปค้าขายในที่ต่างๆ ไม่มีร้านค้า เป็นหลักแหล่งถาวร เป็นอาชีพที่ขาดความมั่นคงทางการเงิน รายได้ของพ่อค้าแม่ค้าต้องฝากความหวังไว้กับเศรษฐกิจของประเทศ และรายได้ของคนในอาชีพอื่น ช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำลูกค้ามีความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยน้อยจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับอาชีพค้าขาย สภาพของภูมิอากาศก็มีผลต่อรายได้ของพ่อค้า แม่ค้าที่ขายของในตลาดนัด เพราะตลาดนัดส่วนใหญ่จะจัดกลางแจ้งที่กันไทรฝนตก พ่อค้าแม่ค้าจะขาดรายได้หรือขายของได้น้อย พ่อค้าแม่ค้าจึงต้องเรียนรู้ที่จะบริหารจัดการการเงินไม่ให้ส่งผลกระทบต่ออาชีพค้าขายที่จะมีผลกระทบต่อเนื่องไปถึง ครอบครัวได้ สังคมของตลาดนัดมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันพึ่งพาอาศัยกันแบบญาติมิตรทางสังคม มีเครือข่ายทางสังคมของคนในอาชีพเดียวกัน มีความคิดความเชื่อเป็นชุมชนขนาดเล็กที่มีพ่อค้าแม่ค้าเป็นประชากรที่อยู่ร่วมกันในช่วงเวลาหนึ่ง มีกฎระเบียบที่เป็นที่รับรู้กันเองโดยมีผู้จัดตลาดเป็นผู้นำชุมชน

กรกฎ ตราชู (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีตลาดริมน้ำ วัดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านมารยาทการขาย รองลงมาในด้านพัฒนาบุคลากรและในด้านความซื่อสัตย์ พบว่าผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวายมีปัจจัยในการประกอบการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องที่เห็นว่าตลาดริมน้ำวัดดอนหวายมีความเป็นมายาวนานสมควรรักษไว้ รองลงมาในเรื่องที่เห็นว่า ตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ทางคมนาคมสะดวกและการให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นหน้าที่ของคนทุกคนในตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย พบว่าเพศอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบกิจการ รายได้ต่อเดือนและปัจจัยมุ่งใจในการประกอบกิจการของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวายมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสมควรอนุรักษ์ชุมชน รักษาแม่น้ำ ส่งเสริมกิจกรรมในแม่น้ำ การใช้ที่ดิน จัดทำผัง กำหนดขอบเขตให้ชัดเจน จัดระเบียบของชุมชนและดูแลการทิ้งขยะ และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ให้เกิดความสะอาดแก่นักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้จะเป็นแนวทางของการดำเนินโครงการและกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างดี

สุรัชย์ บุญเจริญ (2546, บทคัดย่อ) กล่าวว่าไว้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน บริบทชุมชนในอดีตมีการพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในการดำเนินชีวิต ใช้แม่น้ำลำคลองเป็นเส้นทางคมนาคมที่จะติดต่อค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากันบริบทชุมชนเหล่านี้ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และสังคมประเพณี วัฒนธรรมและการเรียนรู้ทางภูมิปัญญา

จุฑาทิพย์ วัฒนะธรรมนนท์ (2551, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร และประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในจำนวนนักท่องเที่ยว 400 คน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งต้องมีแผนประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่เรื่องของการเดินทาง และการโฆษณาโดยใช้โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งนักท่องเที่ยวได้เห็นสื่อแล้วจึงตัดสินใจมาเที่ยวที่ตลาดน้ำได้มาก เพื่อการมาพักผ่อน และการซื้อสินค้าสิ่งทีดึงดูดใจมากที่สุดคือ ภาพบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าจะกลับมาเที่ยวอีก กิตติพร ใจบุญ (อินทอร์เน็ท, 2550) ได้ศึกษาเรื่อง ตลาดกับวิถีชีวิต (กรณีศึกษาตลาดน้ำ) ได้กล่าวไว้ว่าตลาดน้ำเป็นปรากฏการณ์ของสังคมไทยภาคกลางที่มีแม่น้ำลำคลองหลายสาย เดิมผูกพันอยู่กับวิถีชีวิตเกษตรกรรมที่นำผลผลิตทางการเกษตรมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน บริเวณจุดตัดของคลองเวลานัดติดตลาดสัมพันธ์กับวันข้างขึ้นข้างแรม ซึ่งก็สัมพันธ์กับการขึ้นลงของน้ำ ต่อมาเมื่อมีการตัดถนนชุมชนก็ขยายตัวไปตามถนน ตลาดน้ำก็ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อให้ตอบสนองกับชุมชนแบบใหม่ เช่น มีสถานที่ประจำมีตัวอาคาร มีเวลาขายที่แน่นอน มีลักษณะเป็นตลาดประจำมากขึ้น ในระยะหลังก็มีกระแสท่องเที่ยวตลาดน้ำ

อชิธา สุนทโรทก (2552, หน้า 3) กล่าวว่า ตลาดนัดในมหาวิทยาลัยมหิดล : การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่ โดยกล่าวไว้ว่าตลาดนัดของมหิดลเป็นกรณีศึกษาคือ ตลาดนัดวันศุกร์ของคณะสิ่งแวดล้อมฯ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2538-2539 ซึ่งทางคณะมีนโยบายที่จะหารายได้เข้ากองทุนสวัสดิการของเจ้าหน้าที่ของคณะเดิมมีแม่ค้าประมาณ 20 เจ้าขายในบริเวณพื้นที่ใต้คณะ ตั้งแต่เช้าจนถึงเที่ยง ตลาดนัดแห่งนี้เริ่มเฟื่องฟูมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เมื่อมีคนภายนอกมหาวิทยาลัยเข้ามาเดินซื้อสินค้ามากขึ้น สำหรับสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารสำเร็จรูป ซึ่งพิเศษกว่าตลาดนัดอื่นๆ ตรงที่มีที่นั่งกินด้วย นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทผักผลไม้ที่ชาวสวนมาขายเองส่วนลูกค้าก็มีทั้งนักศึกษาเจ้าหน้าที่ราชการ และชาวบ้านจากข้างนอกโดยลูกค้าจะแน่นมากในช่วงก่อนเที่ยง และช่วงพักเที่ยง นอกจากตลาดนัดวันศุกร์แล้ว ยังมีตลาดวันพุธ ซึ่งเริ่มเปิดเมื่อปลายปี พ.ศ. 2546 แต่ก็ได้เปิดเป็นที่รู้จักในเวลานั้นรวดเร็ว และมีภาพเป็นตลาดนัดนอกมหาวิทยาลัยมากขึ้น

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ตลาดน้ำเป็นได้ทั้งสถานที่ซื้อขายสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญมากมาตั้งแต่อดีตแก่ผู้ซื้อสินค้าหรือนักท่องเที่ยวการไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่นั้นจะต้องมีการย้ายจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง สถานที่จะต้องมีสภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี มีความสะดวก มีความปลอดภัย มีความสะอาดมีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ มีบรรยากาศที่ดี และพร้อมด้วยการบริการที่ดีที่สุดให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ซื้อสินค้า การมาตลาดจะได้ความเพลิดเพลินความหลากหลายของสินค้าแล้วยังได้สนทนากับ

พ่อค้าแม่ค้าด้วย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชนหรือสังคมนั้นๆ ด้วย แต่ในปัจจุบันนอกจากมีจัดตลาดนัดตามที่ต่างๆ แล้ว ยังมีจัดตลาดนัดติดแอร์ด้วยอย่างเช่นศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมืองทองธานี ไบเทคบางนา สถานที่เหล่านี้ มีการประชาสัมพันธ์การโฆษณาที่ชัดเจน ให้เช่าสถานที่เปิดบูท เช่าร้านค้า โดยแบ่งเป็นโซนเป็นล็อค พ่อค้าหรือนักธุรกิจได้นำสินค้าตามที่ตกลงกับผู้จัดสถานที่มาขาย ลดราคาอย่างมากมายด้วย

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี นครินทร์

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความคิดเห็นและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ปีพุทธศักราช 2552 จำนวน 8,250 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, หน้า 8)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยนำจำนวนประชากร 8,250 คน มาคำนวณแบบใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1973) กำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 5 หรือ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มาทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้จำนวนประชากรที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ปีพุทธศักราช 2552 จำนวน 8,250 คน ที่มาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อินเทอร์เน็ต, 2552) นำมาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาทำการวิจัย การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิดของงานวิจัยใกล้เคียงที่ได้ทำการวิจัยมาแล้ว และจัดลำดับเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอน 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล สอบถามเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนา

ตอน 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (open ended) เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล สอบถามเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่ง 4 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า และด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scales) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

ผู้วิจัยนำค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นมาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การประเมินดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุดมีค่าระหว่าง	4.50 - 5.00
เห็นด้วยมากมีค่าระหว่าง	3.50 - 4.49
เห็นด้วยปานกลางมีค่าระหว่าง	2.50 - 3.49
เห็นด้วยน้อยมีค่าระหว่าง	1.50 - 2.49
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00 - 1.49

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (open ended) ข้อเสนอแนะ

3.3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้า งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ วารสารองค์การบริหาร ส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง วิทยานิพนธ์ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และข้อมูลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยใช้จำนวนประชากร 8,250 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในปีพุทธศักราช 2552 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต, 2552) มาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นคำถามที่ต้องการศึกษานำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ กำหนดประเด็นไว้ 4 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างปรึกษาอาจารย์ที่ควบคุมวิทยานิพนธ์ตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) หาค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .837

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน ให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2553 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553

3.4.2 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 นำข้อมูลตอนที่ 1 วิเคราะห์ ความถี่ ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ ความเรียง

ขั้นที่ 2 นำข้อมูลตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบความเรียง

ขั้นที่ 3 นำข้อมูลตอนที่ 3 วิเคราะห์และนำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 ตอนมีดังนี้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : $S.D$)

3.5.2 สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ในการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ t -test (Independent Samples Test) และใช้ค่าสถิติ ANOVA (One Way Analysis of Variance) และใช้วิธี LSD เพื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ กำหนด นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอเป็น 4 ตอน ตามลำดับดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
- 4.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 4.4 ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ครั้งนี้ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	205	51.25
หญิง	195	48.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	57	12.75
20-29 ปี	120	30.00
30- 39 ปี	63	15.75
40-49 ปี	107	26.75
50-59 ปี	45	11.25
60 ปีขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100.00
สถานภาพสมรส		
โสด	199	49.75
สมรส / อยู่ด้วยกัน	179	44.75
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	22	5.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	10	2.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	63	15.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย (อาชีวศึกษา)	69	17.25
อนุปริญญา	38	9.50
ปริญญาตรี	201	50.25
สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.75
รวม	400	100.00

ตาราง 3 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพในปัจจุบัน		
นักเรียน / นักศึกษา	43	10.75
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	55	13.75
พนักงานเอกชน	130	32.50
ธุรกิจส่วนตัว	139	34.75
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	33	8.25
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	99	24.75
10,001-20,000 บาท	111	27.75
20,001-30,000 บาท	81	20.25
30,001-40,000 บาท	49	12.25
40,001-50,000 บาท	19	4.75
50,001 บาทขึ้นไป	41	10.25
รวม	400	100.00
ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่		
กรุงเทพมหานคร	143	35.75
สมุทรปราการ	188	47.00
ปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี)	11	2.75
จังหวัดอื่นๆ	58	14.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 51.25 และเป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาตามลำดับจากมากไปน้อย คือ อายุ 40-49 ปี อายุ 30-39 ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 50-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.75, 15.75, 12.75, 11.25 และ 3.50 ตามลำดับ มีสถานภาพโสด มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมาตามลำดับจากมากไปน้อย

คือ มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน และมีภรรยาหรือหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 44.75 และ 5.50 ตามลำดับ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาตามลำดับจากมากไปน้อย คือ มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (อาชีวศึกษา) มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา สูงกว่าปริญญาตรี และประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.25, 15.75, 9.50, 4.75 และ 2.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาอาชีพในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประกอบธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาตามลำดับจากมากไปน้อย คือ มีอาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ นักเรียนหรือนักศึกษา และพ่อบ้านหรือแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.50, 13.75, 10.75 และ 8.25 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาตามลำดับจากมากไปน้อย คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และรายได้ 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.75, 20.25, 12.25, 10.25 และ 4.75 ตามลำดับ ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่คือ อยู่ในสมุทรปราการ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาตามลำดับจากมากไปน้อย คือ อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในจังหวัดอื่นๆ และอาศัยอยู่ในปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี) คิดเป็นร้อยละ 35.75, 14.50 และ 2.75 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ

- 4.2.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
- 4.2.2 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก
- 4.2.3 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า
- 4.2.4 ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม

ความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.88	0.51	มาก
ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	3.59	0.62	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า	3.64	0.50	มาก
ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่	3.67	0.56	มาก
รวมเฉลี่ย	3.69	0.46	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละด้านมีดังต่อไปนี้

4.2.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีดังต่อไปนี้

ตาราง 5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ทัศนียภาพของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความสวยงามเป็นธรรมชาติ	3.89	0.71	มาก
2. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมควรอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างยิ่ง	4.21	0.73	มาก

ตาราง 5 (ต่อ) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังรักษาไว้ในคุณค่าของบ้านเรือน อันเก่าแก่ หาดูได้ยาก	3.80	0.86	มาก
4. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งบริเวณแหล่งริมน้ำมีความใสสะอาด ไม่มีขยะ	3.53	0.72	มาก
5. ชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งค่อนข้างมีอากาศที่สะอาด บริสุทธิ์	4.08	0.77	มาก
6. ร้านค้ามีการจัดตกแต่งกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติ	3.82	0.77	มาก
7. ศาลาที่พัก อาคารสถานที่จัดไว้เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงามตามธรรมชาติ	3.85	0.70	มาก
8. ถนน ทางเดิน บริเวณรอบตลาด สะอาดเรียบร้อย	3.88	0.66	มาก
รวมเฉลี่ย	3.88	0.51	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมควรอนุรักษ์ไว้อย่างยิ่งย่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งค่อนข้างมีอากาศที่สะอาดบริสุทธิ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ทศนิยภาพของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความสวยงามเป็นธรรมชาติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ถนน ทางเดิน บริเวณรอบตลาด มีความสะอาดเรียบร้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ศาลาที่พัก อาคารสถานที่จัดไว้เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงามตามธรรมชาติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ร้านค้ามีการจัดตกแต่งกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังรักษาไว้ในคุณค่าของบ้านเรือนอันเก่าแก่ หาดูได้ยาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และตลาดน้ำบางน้ำผึ้งบริเวณแหล่งริมน้ำมีความใสสะอาด ไม่มีขยะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

4.2.2 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีดังต่อไปนี้

ตาราง 6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีจุดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยว	3.53	0.79	มาก
2. มีสาธารณูปโภค ด้านไฟฟ้าส่องสว่าง และน้ำประปา ระบบระบายน้ำที่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว	3.57	0.86	มาก
3. มีความสะดวกในการเดินทางเหมาะสม	3.84	0.71	มาก
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอในการบริการนักท่องเที่ยว	3.83	0.76	มาก
5. มีป้ายอำนวยความสะดวกแสดงที่ตั้งของตลาดฯ มีความชัดเจน	3.70	0.95	มาก
6. มีความปลอดภัยในตลาดและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง	3.57	0.82	มาก
7. มีการจัดบริการถังขยะในตลาดอย่างเพียงพอ	3.56	0.86	มาก
8. มีปริมาณห้องน้ำห้องสุขาที่สะอาดในตลาดให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ	3.33	0.90	ปานกลาง
9. มีที่นั่งพักผ่อนให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.39	0.82	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.59	0.62	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มีความสะดวกในการเดินทางเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 มีสถานที่จอดรถเพียงพอในการบริการนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 มีป้ายอำนวยความสะดวกแสดงที่ตั้งของตลาดฯ มีความชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีสาธารณูปโภค ด้านไฟฟ้าส่องสว่าง และน้ำประปา ระบบระบายน้ำที่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีความปลอดภัยในตลาดและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณ

ใกล้เคียง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีการจัดบริการถังขยะในตลาดอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และมีจุดประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ข้อที่อยู่ในระดับปานกลางสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มีที่นั่งพักผ่อนให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และมีปริมาณห้องน้ำห้องสุขาที่สะอาดในตลาดให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ตามลำดับ

4.2.3 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า มีดังต่อไปนี้

ตาราง 7 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า	3.84	0.64	มาก
2. ความสะอาดสดใหม่ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าประเภทอาหาร	3.89	0.67	มาก
3. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่วางจำหน่ายมีความโดดเด่นแตกต่างจากตลาดทั่วไป	3.45	0.82	ปานกลาง
4. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้านี้มีราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป	3.30	0.95	ปานกลาง
5. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า	3.62	0.93	มาก
6. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสามารถต่อรองราคาได้	3.51	0.75	มาก
7. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีการคิดป้ายรับรองคุณภาพเช่น “เจ้าเก่า” “สูตรโบราณ” “เชลล์ชวนชิม” “OTOP”	3.51	0.74	มาก
8. พ่อค้า/แม่ค้าแสดงวิธีการสาธิตการประกอบอาหารให้เห็นที่หน้าร้าน	3.77	0.72	มาก
9. พ่อค้า/แม่ค้ามีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เป็นอาหารให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองชิม	3.94	0.70	มาก
10. พ่อค้า/แม่ค้ามีการแถมผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้นักท่องเที่ยว	3.56	0.71	มาก
11. มีการลดราคาในกรณีที่ซื้อเป็นจำนวนมาก	3.63	0.76	มาก
รวมเฉลี่ย	3.64	0.50	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ พ่อค้า/แม่ค้ามีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เป็นอาหารให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองชิม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ความสะอาดสดใหม่ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าประเภทอาหาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 พ่อค้า/แม่ค้าแสดงวิธีการสาธิตการประกอบอาหาร ให้เห็นที่หน้าร้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีการลดราคาในกรณีที่ซื้อเป็นจำนวนมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 พ่อค้า/แม่ค้ามีการแถม ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสามารถต่อรอง ราคาได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีการคิดป้ายรับรองคุณภาพเช่น “เจ้าเก่า” “สูตรโบราณ” “เชลล์ชวนชิม” “OTOP” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง สามารถ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่วางจำหน่ายมีความโดดเด่น แตกต่างจากตลาดทั่วไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ตามลำดับ

4.2.4 ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีดังต่อไปนี้

ตาราง 8 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและ ความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวได้	3.58	.72	มาก
2. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างพอเพียง และมีคุณภาพ	3.47	.75	ปานกลาง
3. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการพายเรือท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.41	.86	ปานกลาง
4. เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีมนุษยสัมพันธ์และ อธิยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	3.82	.72	มาก

ตาราง 8 (ต่อ) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5. เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีบุคลิกภาพที่มีความเหมาะสม ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.80	.72	มาก
6. เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีความสุภาพกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.82	.73	มาก
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ	3.82	.64	มาก
รวมเฉลี่ย	3.67	.56	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ข้อที่อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีความสุภาพกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีบุคลิกภาพที่มีความเหมาะสม ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างพอเพียงและมีคุณภาพ 3.47 มีเจ้าหน้าที่ให้บริการพายเรือท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

4.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล มีดังนี้

4.3.1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามเพศ

ตาราง 9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ

เพศ	<i>n</i>	\bar{X}	<i>S.D.</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
ชาย	205	3.77	.49	6.495	0.001*
หญิง	195	3.61	.42		
รวม	400	3.69	.46		

* $P < .05$

จากตาราง 9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการมากกว่า เพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามอายุ

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ

ความแปรปรวน	<i>SS</i>	<i>df</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Between Groups	6.571	4	1.643	8.141	0.000*
Within Groups	79.700	395	.202		
Total	86.271	399			

* $P < .05$

จากตาราง 10 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30- 39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
กลุ่ม	\bar{X}	3.91	3.54	3.75	3.77	3.59
ต่ำกว่า 20 ปี	3.91	-	0.37*	0.16	0.14	0.32*
20-29 ปี	3.54		-	0.21*	0.23*	0.05
30- 39 ปี	3.75			-	0.02	0.16*
40-49 ปี	3.77				-	0.18*
50 ปีขึ้นไป	3.59					-
รวม	3.69					

* $P < .05$

จากตาราง 11 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอายุมีความแตกต่างกันเป็นรายคู่ จำนวน 6 คู่คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี กับอายุ 20-29 ปี อายุ 20-29 ปีกับอายุ 30-39 ปี อายุ 20-29 ปีกับอายุ 40-49 ปี อายุต่ำกว่า 20ปี กับ อายุ 50 ปีขึ้นไป อายุ 30-39 ปีกับอายุ 50ปีขึ้นไป และอายุ 40-49 ปีกับอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

4.3.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามสถานภาพ

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	<i>n</i>	\bar{X}	<i>S.D.</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
โสด	199	3.66	.51	-1.095	0.274
สมรสแล้วโดยรวมถึง ผู้ที่สมรสแล้วอยู่ด้วยกัน และไม่ได้อยู่ด้วยกัน	201	3.71	.41		
รวม	400	3.69	.46		

จากตาราง 12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สมรสแล้วและโสดมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามระดับการศึกษา

ตาราง 13 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Between Groups	.083	2	.042	0.103	0.825
Within Groups	86.188	397	.217		
Total	86.271	399			

จากตาราง 13 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาดำรงหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (อาชีวศึกษา) ถึงอนุปริญญา และการศึกษาระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3.5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามอาชีพ

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Between Groups	4.131	4	1.033	4.966	0.001*
Within Groups	82.140	395	.208		
Total	86.271	399			

* $P < .05$

จากตาราง 14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

กลุ่ม	\bar{X}	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
นักเรียน/นักศึกษา	3.95	-	0.34*	0.28*	0.26*	0.42*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.61		-	0.06	0.08	0.08
พนักงานเอกชน	3.67				0.02	0.14
ธุรกิจส่วนตัว	3.69				-	0.16
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.53					-
รวม	3.69					

* $P < .05$

จากตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างในกลุ่มอื่นๆ

4.3.6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Between Groups	5.651	4	1.413	6.922	0.000*
Within Groups	80.620	395	.204		
Total	86.271	399			

* $P < .05$

จากตาราง 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 17 การเปรียบเทียบของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายกลุ่ม โดยใช้วิธี LSD

กลุ่ม	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	10,001-	20,001-	30,001-	40,001
		เท่ากับ	20,000	30,000	40,000	บาทขึ้นไป
		10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	
		3.66	3.59	3.73	3.59	3.94
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.66	-	0.07	0.07	0.07	0.28*
10,001-20,000 บาท	3.59		-	0.14	0.00	0.35*
20,001-30,000 บาท	3.73			-	0.14	0.21*
30,001-40,000 บาท	3.59				-	0.35*
40,001 บาทขึ้นไป	3.94					-
รวม	3.69					

* $P < .05$

จากตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายกลุ่ม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างในกลุ่มอื่นๆ

4.3.7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามภูมิลำเนา

ตาราง 18 การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Between Groups	5.835	2	2.917	14.399	0.000*
Within Groups	80.436	397	.203		
Total	86.271	399			

* $P < .05$

จากตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่แตกต่างกันเป็นรายคู่ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่เป็นรายคู่
โดยใช้วิธี LSD

กลุ่ม	\bar{X}	กรุงเทพมหานคร	สมุทรปราการ	จังหวัดอื่นๆ
			3.66	3.80
กรุงเทพมหานคร	3.66	-	0.14*	0.20*
สมุทรปราการ	3.80			0.34*
จังหวัดอื่นๆ	3.46			-
รวม	3.69			

* $P < .05$

จากตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่เป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในสมุทรปราการมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ศึกษาได้นำเสนอเป็นจำนวน และร้อยละดังต่อไปนี้

ตาราง 20 ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ไม่เสนอแนะ	369	92.25
ผู้เสนอแนะ	31	7.75
รวม	400	100.00
ประเด็นที่เสนอแนะ		
1. ต้องการให้มีการอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำดั้งเดิมเอาไว้ ออกกฎห้ามการขายของในรูปแบบของตลาดนัด	8	19.51
2. ต้องการให้มีการปรับปรุงป้ายบอกทางให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ระบุสถานที่สำคัญ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง	8	19.51
3. ต้องการให้เพิ่มจำนวนป้ายบอกทางให้มากขึ้น	7	17.07
4. ต้องการให้มีการขายสินค้าในท้องถิ่นให้มากขึ้น	5	12.20
5. ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ประจำอยู่ตลอดเพื่อให้ ข้อมูลกับผู้ที่มาในตลาด	3	7.32
6. ควรมีการตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลในสถานที่ ที่เป็นจุดสังเกตมองเห็นได้ง่าย	3	7.32
7. ต้องการให้มีการพัฒนาแหล่งน้ำให้สะอาด มีสัตว์น้ำ มากมายให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม	2	4.88
8. ต้องการให้มีการจัดจุดพักผ่อนเป็นระยะๆ เพราะผู้มาเที่ยว ที่เป็นผู้สูงอายุ จะ ได้มีเวลาพักในการเที่ยวชม	2	4.88
9. ต้องการให้มีการเพิ่มจำนวนห้องน้ำ และมีการรักษาความ สะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ	1	2.44
10. ปรับปรุงทางเข้า ให้สามารถเข้าได้หลายๆ ทาง	1	2.44
11. นอกจากวันเสาร์ อาทิตย์แล้ว ถ้ามีการขายวันหยุดนักขัตฤกษ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงมากกว่านี้	1	2.44
รวม	41	100.00

จากตาราง 20 มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อเสนอแนะจำนวน 31 คน มีข้อเสนอแนะ 41 หัวข้อ คิดเป็นร้อยละ 7.75 ของแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ประเด็นที่เสนอแนะเรียงตามลำดับ

จากมากไปน้อยคือ ต้องการให้มีการอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำดั้งเดิมเอาไว้ ออกกฎห้ามการขายของ
ในรูปแบบของตลาดนัด คิดเป็นร้อยละ 19.51 และต้องการให้มีการปรับปรุงป้ายบอกทางให้ชัดเจน
มากยิ่งขึ้น ระบุสถานที่สำคัญ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 19.51 รองลงมาคือ
ต้องการให้เพิ่มจำนวนป้ายบอกทางให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.07 ต้องการให้มีการขายสินค้า
ในท้องถิ่นให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 12.20 ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำจุดตลอด
เพื่อให้ข้อมูลกับผู้ที่มาในตลาด คิดเป็นร้อยละ 7.32 ควรมีการตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล
ในสถานที่ที่เป็นจุดสังเกตมองเห็นได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 7.32 ต้องการให้มีการพัฒนาแหล่งน้ำ
ให้สะอาด มีสัตว์น้ำมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม คิดเป็นร้อยละ 4.88 ต้องการให้มีการจัด
จุดพักผ่อนเป็นระยะๆ เพราะผู้มาเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ จะได้มีเวลาพักในการเที่ยวชม คิดเป็นร้อยละ
4.88 ต้องการให้มีการเพิ่มจำนวนห้องน้ำ และมีการรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ
คิดเป็นร้อยละ 2.44 ปรับปรุงทางเข้าให้สามารถเข้าได้หลายๆ ทาง คิดเป็นร้อยละ 2.44 นอกจากนี้
วันเสาร์ อาทิตย์แล้ว ถ้ามีการขายวันหยุดนักขัตฤกษ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงมากกว่านี้
คิดเป็นร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ครั้งนี้สามารถสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
- 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

- 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
- 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
- 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
- 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
- 5) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
- 6) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน
- 7) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่แตกต่างกันมีความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ใช้จำนวนประชากร 8,250 คน จากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในปี พ.ศ. 2552 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต, 2552) มาคำนวณโดยใช้สูตรของ ทาโรยามานะ (Taro Yamana) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม โดยจัดลำดับเนื้อหา แบบสอบถามให้ครอบคลุมที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิถิ่น

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งเป็นตามรายด้าน 4 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ ด้านการบริหารจัดการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (open ended) เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : *S.D.*)

2) สถิติใช้ทดสอบสมมติฐาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตามสมมติฐานใช้ค่าสถิติ *t*-test (Independent Samples Test) และใช้ค่าสถิติ ANOVA (One Way Analysis of Variance) และใช้วิธี LSD เพื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน เป็นชายมากกว่าหญิง มีอายุ 20-29 ปี มากที่สุดรองลงมา อายุ 40-49 ปี อายุ 30-39 ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 50-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามลำดับ มีสถานภาพโสด

มากที่สุด รองลงมา คือ สมรส/อยู่ด้วยกัน และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ตามลำดับ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย (อาชีวศึกษา) มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา สูงกว่าปริญญาตรี และประถมศึกษา ตามลำดับ ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานเอกชน ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา และพ่อบ้าน/แม่บ้าน ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุดรองลงมา คือ รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป และรายได้ 40,001-50,000 บาท ตามลำดับ ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่คือ อยู่ในสมุทรปราการมากที่สุด รองลงมาคือ อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในจังหวัดอื่นๆ และอาศัยอยู่ในปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี) ตามลำดับ

5.1.2 สรุปความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ผลการศึกษาสรุปได้ว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 30- 39 ปี และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20-29 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างในกลุ่มอื่นๆ

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สมรสแล้วและโสดมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาค่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (อาชีวศึกษา) ถึงอนุปริญญา และการศึกษาระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างในกลุ่มอื่น ๆ

6) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างในกลุ่มอื่น ๆ

7) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในสมุทรปราการมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4 ข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำดั้งเดิมเอาไว้ โดยออกกฎหมายห้ามการขายของในรูปแบบของตลาดนัด และต้องการให้มีการปรับปรุงป้ายบอกทางให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ระบุสถานที่สำคัญ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง ต้องการให้เพิ่มจำนวนป้ายบอกทางให้มากขึ้น ต้องการให้มีการขายสินค้าในท้องถิ่นให้มากขึ้น ควรมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ประจำอยู่ตลอด เพื่อให้ข้อมูลให้กับผู้ที่เข้ามาใน ควรมีการตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลในสถานที่ที่เป็นจุดสังเกต

มองเห็นได้ง่าย ต้องการให้มีการพัฒนาแหล่งน้ำให้สะอาด มีสัตว์น้ำมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม ต้องการให้มีการจัดจุดพักผ่อนเป็นระยะๆ เพราะผู้มาเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ จะได้มีเวลาพักในการเที่ยวชม ต้องการให้มีการเพิ่มจำนวนห้องน้ำ และมีการรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ ปรับปรุงทางเข้าให้สามารถเข้าได้หลายๆ ทาง นอกจากวันเสาร์ อาทิตย์แล้ว ถ้ามีการขายวันหยุด นักจัดถุภณ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงมากกว่านี้ เป็นต้น

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในภาพรวมทั้งด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ด้านผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดีมาก สิ่งที่ต้องการเพิ่มคือ ต้องการให้มีการอนุรักษ์รูปแบบของตลาดน้ำดั้งเดิมเอาไว้ โดยออกกฎหมายห้ามการขายของในรูปแบบของตลาดนัด และต้องการให้มีการปรับปรุงป้ายบอกทางให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ระบุสถานที่สำคัญ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรวรรณ ธรรมตั้งมั่น (2547, บทคัดย่อ) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำวัดไทร เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร และพบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยว คือ การรับข่าวสาร การเดินทาง ความสวยงามของศิลปะไทยโบราณ การนั่งเรือพาย ชมทิวทัศน์ ปริมาณห้องสุขา เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกอบศิริ ภักดีพิณีจ (2550, หน้า 214) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนริมคลองเขตคลองชัน กรุงเทพมหานคร และพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาในด้านทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว

5.2.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากกว่า เพศหญิง ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 30- 39 ปี และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป ผู้ที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากกว่า

บุคคลกลุ่มอื่นๆ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าและผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสมุทรปราการมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดอื่นๆ ส่วนผู้ที่มีสถานภาพ และการศึกษา แตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ กรกฎ ตราฐ (2545, บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดริมน้ำวัดคอนฮวายใน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลวิจัยพบว่า ผลอาชุน ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดคอนฮวาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิธา สุนทโรทก (2552, หน้า 3) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องตลาดนัดในมหาลัสมหิดลการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่ โดยผลการวิจัยพบว่า ตลาดนัดของมหิดลเติบโตเป็นที่รู้จักในเวลาอันรวดเร็ว โดยลักษณะของผู้ที่เข้ามาจับจ่ายซื้อของนั้น มีความสัมพันธ์กับที่พักอาศัยในปัจจุบัน กล่าวคือ เป็นคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาจับจ่ายซื้อของ

ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ จะต้องมีความปลอดภัย สิ่งแวดล้อมที่ดี มีความสะดวกในการเดินทาง มีความปลอดภัย มีความสะอาด มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี และมีบรรยากาศที่ดีเป็นธรรมชาติ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ที่ต้องการพัฒนาอย่างต่อเนื่องชุมชนจะต้องมีการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดึงดูด และจูงใจให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวอีก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษารายนี้

1) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

จากการศึกษารายนี้ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงคือ

(1) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งต้องปรับปรุงน้ำให้มีความใสสะอาด และปรับปรุงบริเวณริมน้ำให้ไม่มีขยะ โดยควรจัดให้ผู้ขายแต่ละรายได้รับผิชอบในบริเวณพื้นที่ของตนเอง และจัดอาสาสมัครปลูกสวนกลางเพื่อจ้างคนงานเข้ามาดูแลความสะอาดในภาพรวม

(2) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรอนุรักษ์ไว้ในคุณค่าของสภาพบ้านเรือนอันเก่าแก่ที่หาได้ยาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมพร้อมๆ กับการจับจ่ายซื้อของที่เป็นสินค้าพื้นบ้าน อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมทั้งควรมีโครงการจัดประกวดสิ่งปลูกสร้างอนุรักษ์วัฒนธรรมดีเด่น

2) ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาคั้งนี้ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงคือ

(1) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรเพิ่มที่นั่งพักผ่อนให้กับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ เพราะนักท่องเที่ยวที่มาทั้งครอบครัวจะประกอบไปด้วย เด็ก และผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงต้องการที่นั่งพักผ่อนหลังจากการเดินชมตลาด นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังต้องการที่นั่งรับประทานอาหารที่ตนเองได้ซื้อจากร้านตามทางเดิน เป็นต้น

(2) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งควรเพิ่มปริมาณห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาดเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ โดยจะต้องจัดจ้างผู้ที่จะเข้ามาดูแลรักษาความสะอาด ซึ่งอาจจะเป็นเงินที่เก็บไว้บริหารจัดการของส่วนกลางที่เก็บจากผู้ที่มาขายของ เป็นต้น

3) ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

จากการศึกษาคั้งนี้ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงคือ

(1) ต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่วางจำหน่ายให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากตลาดทั่วไป เน้นสินค้าที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของชุมชน กระตุ้นให้ขายสินค้าท้องถิ่นโดยยกเว้น หรือลดค่าธรรมเนียมสำหรับร้านที่ขายสินค้าท้องถิ่น

(2) จัดให้มีการประกวดอาหารท้องถิ่นดีเด่นในทุกๆ เดือน แนะนำให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่มาขายของตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาวัฒนธรรม และเนื่องจากมุ่งเน้นสินค้าที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของชุมชน ดังนั้น ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่วางขายมีความเป็นไปได้ที่จะมีราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป

4) ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

จากการศึกษาคั้งนี้ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงคือ

(1) ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างพอเพียงและมีคุณภาพ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ที่มาท่องเที่ยววนั้นจะมาโดยรถส่วนตัว ดังนั้น บริเวณลานจอดรถควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแล ส่วนภายในตลาดมีคนจำนวนมากแออัดยัดเยียดในบางจุด เน้นการประชาสัมพันธ์ให้ระวังสิ่งของมีค่า และผู้ขายควรช่วยระมัดระวังกลุ่มมิจฉาชีพที่แฝงตัวเข้ามาก่อความเดือดร้อนรำคาญ และความเสียหายให้กับนักท่องเที่ยว

(2) จัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้บริการพายเรือท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เนื่องจากมีหลายกลุ่มที่ต้องการนั่งเรือเข้าไปชมธรรมชาติ สิ่งที่ต้องตามมาคือ การรักษาความสะอาดตามริมแม่น้ำและในแม่น้ำให้สะอาด เหมาะกับการนั่งเรือชมธรรมชาติ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอย่างยั่งยืนในอนาคต
- 2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะต่างๆ ของตลาดน้ำในประเทศไทย เพื่อหาวิธีการส่งเสริมให้มีโครงสร้างการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนที่เข้มแข็ง
- 3) ควรมีการศึกษาในเชิงสถาปัตยกรรมร่วมด้วย ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสภาพทางภูมิทัศน์ของตลาดให้สวยงาม ลดความสับสนวุ่นวาย ไม่มีระเบียบ

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รายการอ้างอิง

รายการอ้างอิง

- กรกฎ ทราย. (2545). *ความคิดเห็นของผู้ประกอบการตลาดริมน้ำวัดดอนหวายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีตลาดริมน้ำวัดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์ โครงการบัณฑิตศึกษา สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- กองข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *คู่มือท่องเที่ยว 15 ตุลาคมถึง 16 ตุลาคม*. กรุงเทพฯ: กองข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กาญจนา เพชรประยูร และคนอื่นๆ. (2545). *การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาตลาดน้ำบางปะมง จังหวัดนครสวรรค์*. นครสวรรค์: สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *รายงานสถิตินักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวฯ.
- กิตติพร ใจบุญ. (2550). *ตลาดกับวิถีชีวิต*. [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2553 จาก <http://www.bunditg.blogspot.com>
- กิตติพร ใจบุญ และคนอื่นๆ. (2552). *สรุปการสัมมนาเรื่อง ตลาด ตลาด*. [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2553. จาก <http://203.172.204.162/intranet/1027-sac/Subdetail/Seminar.../talad.doc>
- จักรพันธ์ ศรีมุกฎ. (2552). *ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการเรียนรู้สาระพลศึกษา ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 ในเขตพื้นที่การศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2551*. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จุฑาทิตย์ วัฒนะธรรมนนท์. (2551). *รายงานการวิจัย เรื่อง การรับรู้ข่าวสารและประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัตรีชัย ดวงรัตนพันธ์. (2554). *ตลาดในความรู้สึกที่เปลี่ยนไป กิซเช่นแม่กกาชิน*. [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 9 มีนาคม 2554 จาก http://www.atkitchen.com/toparticles_detail.php?
- เจดิมพล ธรรมมาวุธ. (2542). *วิถีชีวิตผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร*. วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนกสุดา เพชรไทย. (2551). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ป่าชายเลน : กรณีศึกษา ตำบลบางปู อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ชุตินา ชัยมุสิก. (2550). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาสังคมไทยที่มีผลกระทบต่อการศึกษา*
อาชญากรรม. รายงานการศึกษารายบุคคล หลักสูตรผู้กำกับการรุ่นที่ 57. กรุงเทพฯ:
 สถาบันพัฒนาข้าราชการตำรวจ กองบัญชาการศึกษานักงานตำรวจแห่งชาติ.
- ทองหยด สนวนทอง. (2539). *ความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน*.
 วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาลังคม คณะศิลปศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธานี กุลแพทย์. (2537). *บทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อชุมชนกรุงเทพฯ และปริมณฑล*.
 วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีระยุทธ วระพินิจ. (2554). งานสัมมนากลยุทธ์วัฒนธรรมองค์กร. *สารสัมพันธ์ยาสูบ*, 25 (4), 7.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์ และชลดา จามรกุล. (2539). *พื้นฐานเศรษฐกิจจุลภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 3).
 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตาลักษณ์ ทองสุข. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาด*
นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปณิธิ สุขสมบูรณ์. (2545). *เครือข่ายทางสังคมและการแสวงหาทางเลือกของแม่ค้าหาบเร่แผงลอย*.
 วิทยานิพนธ์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา
 คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ. (2550). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำ*
ชุมชนริมคลอง เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ. *วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*
มหาวิทยาลัยนเรศวรปีที่พุทธศักราช 2550, 1, 214-231.
- ประดับ เรียนประยูร. (2540). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริม*
เศรษฐกิจชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: ส่วนวิจัยและพัฒนา
 สถาบันวัฒนธรรมศึกษา
- ประหยัด ตะคอนรัมย์. (2546). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดคอน*
หวาย จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ เปล่งปลั่ง. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน*. วิทยานิพนธ์
 สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะสังคมวิทยาและ
 มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พอเจตน์ เรืองกลัด. (2552). การศึกษาวิวัฒนาการของตลาดนัดและวิถีชีวิตของชาวตลาดนัดคลองถม
แหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
พิมพ์นัย ยอดพฤติกการ. (2550). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจบรรษัทภิบาล. *นิตสาร
อีลีคเตอร์*, 19(2). 1-5.
- มณีวรรณ ผิวคุ้ม. (2545). ผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษาชุมชน
ตลาดน้ำ ภาควิชามนุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2534). *พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530* (พิมพ์ครั้งที่10).
กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- ล่องดาว อ่อนประเสริฐ. (2548). *ปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกหาที่พักเป็นแหล่งท่องเที่ยว.*
วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครองภาครัฐ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- วารารณ จิวชัยศักดิ์. (2547). ประเภทของตลาด. *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 28.*
กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- วาสนา สัมปทาญาณ. (2547). *ความคิดเห็นต่อกิจกรรมนันทนาการด้านดนตรีเพลงของบุคลากร
กรมช่างอากาศ กองบัญชาการสนับสนุนทหารอากาศ. ปรียญานิพนธ์
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดสมุทรปราการ. (2553). [ออนไลน์]. เข้าถึงข้อมูลวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2553.
จาก <http://www.Samutprakan.Biz/StaticHome/SPK history.aspx>
- การจําแนกตลาดทางธุรกิจ. (2538). *วารสารการประชาสัมพันธ์ เศรษฐสารไทยโพสต์*, 5(2), 5.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. (2550). *รายงานการสำรวจความคิดเห็น ความต้องการ การพัฒนาความรู้
เพื่อทำงานในสายวิชาชีพ ของผู้สำเร็จการศึกษา และความคาดหวังของหน่วยงาน
ราชการ และเอกชนที่มีต่อผู้สำเร็จการศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ปีพุทธศักราช
2550.* กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.
- สมรภัช ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). *องค์กรมหาชน.* กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดฉะเชิงเทรา. (2548). *รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2548
สำนักงานการพิมพ์ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา: สำนักงานฯ.*

สิริลักษณ์ นาคกฤษ. (2549). *พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของพนักงานโรงงานยาสูบ.*

วิทยานิพนธ์พัฒนาศักยภาพสถาบันจิต สาขาวิชาพัฒนาศักยภาพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2542). *สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้ เล่ม 15.* กรุงเทพฯ:มูลนิธิ

สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

สุรัชย์ บุญเจริญ. (2546). *การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำวัดบางประมงแบบยั่งยืน.* วิทยานิพนธ์

รัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

สุวรรณฤทธิ์ วงศ์ชะอำ. (2553). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวการจัดการโรงแรมฯ สวนสุนันทา.* [ออนไลน์].

เข้าถึงข้อมูลวันที่ 25 มีนาคม 2553 จาก <http://www.suwannarit.blogspot.com>.

หฤทัย ปัญญาอะระกูล. (2550). *การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตลาดน้ำคลองทวี*

เขตทวีพัฒนา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.

องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง. (2550). *รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2550.*

สมุทรปราการ: องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง.

อชิตา สุนทรโรทก. (2552). *ตลาดนัดใหม่ทางวิทยาลัยมหิดล: การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่.*

(งานประชุมวิชาการงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

อภิชาติ สังขชาติ. (2554, 7 มีนาคม). *ตลาดน้ำคลองแหแหล่งรวมวัฒนธรรมศิลป์ถิ่นไทย.* *ไทยโพสต์*

หน้า 2.

อรรวรรณ ธรรมตั้งมั่น. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย*

ในตลาดน้ำวัดไทร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อรศิริ ปาณินท์. (2544). *เสน่ห์ของตลาดพื้นถิ่น จดหมายน้อย.* *รักบ้านรักเมือง*, 2(6), 2.

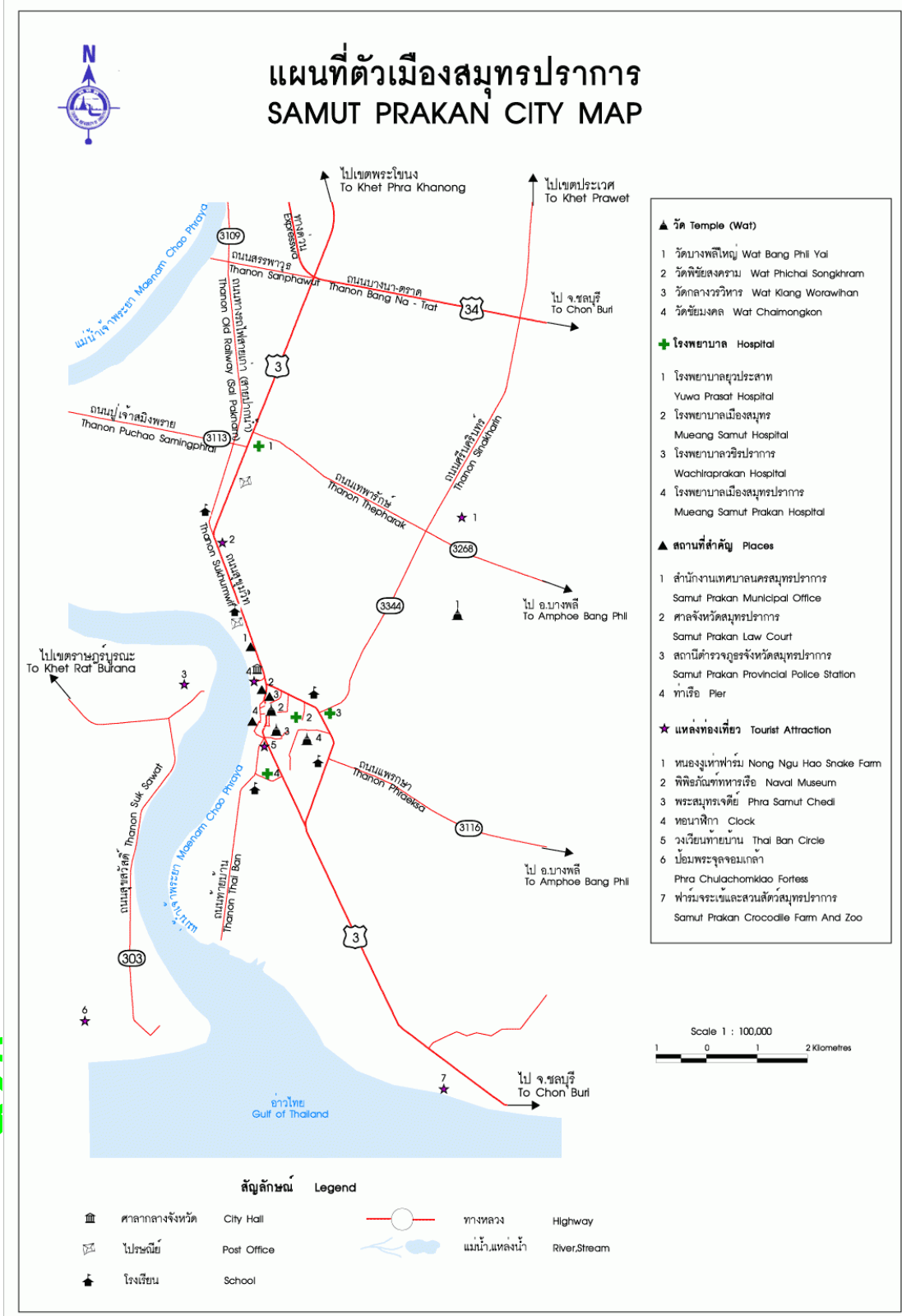
อุตม เขยกิจวงศ์. (2552). *ตลาดน้ำ: วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ.* กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

ภาคผนวก ก
แผนที่จังหวัดสมุทรปราการ
แผนที่ตัวเมืองสมุทรปราการ
แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ
แผนที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

แผนที่จังหวัดสมุทรปราการ



แผนที่ตัวเมืองสมุทรปราการ

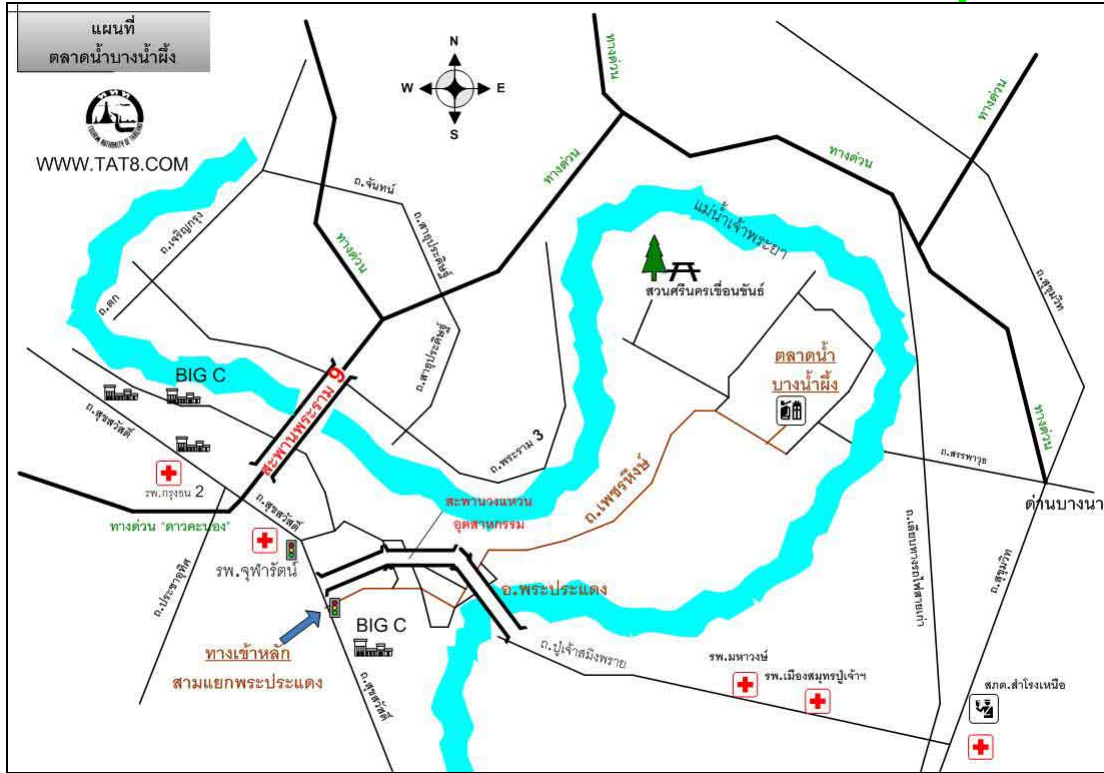


แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏ

แผนที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏ

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกตอนทุกข้อ เพราะข้อความจะมีความสัมพันธ์กันและมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้าน

2.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2.2 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

2.3 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า

2.4 ด้านบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ

สุชาติ อ่อนประเสริฐ

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความและเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1) เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2) อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20-29 ปี
 3. 30-39 ปี 4. 40-49 ปี
 5. 50-59 ปี 6. 60 ปีขึ้นไป

3) สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4) ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย (อาชีวศึกษา) 4. อนุปริญญา
 5.ปริญญาตรี 6. สูงกว่าปริญญาตรี

5) อาชีพในปัจจุบัน

1. นักเรียน / นักศึกษา 2. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานเอกชน 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. พ่อบ้าน / แม่บ้าน 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2. 10,001-20,000 บาท
 3. 20,001-30,000 บาท 4. 30,001-40,000 บาท
 5. 40,001-50,000 บาท 6. 50,001 บาทขึ้นไป

7) ภูมิภาคที่ท่านอาศัยอยู่

1. กรุงเทพมหานคร 2. สมุทรปราการ
 3. ปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี) 4. จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
2.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
1. ทักษะคุณภาพของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความสวยงามเป็นธรรมชาติ					
2. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมควรอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างยิ่ง					
3. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังรักษาไว้ในคุณค่าของบ้านเรือนอันเก่าแก่ หากได้ยาก					
4. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งบริเวณแหล่งริมน้ำมีความใสสะอาด ไม่มีขยะ					
5. ชมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งค่อนข้างมีอากาศที่สะอาดบริสุทธิ์					
6. ร้านค้ามีการจัดตกแต่งกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ					
7. ศาลาที่พัก อาคารสถานที่จัดไว้เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงามตามธรรมชาติ					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
8. ถนน ทางเดิน บริเวณรอบตลาด มีความสะอาด เรียบร้อย					
2.2 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. มีจุดประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ให้นักท่องเที่ยว					
2. มีสาธารณูปโภค ด้านไฟฟ้าส่องสว่าง และ น้ำประปา ระบบระบายน้ำที่เพียงพอแก่ นักท่องเที่ยว					
3. มีความสะดวกในการเดินทางเหมาะสม					
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอในการบริการ นักท่องเที่ยว					
5. มีป้ายอำนวยความสะดวกแสดงที่ตั้งของตลาดฯ มีความชัดเจน					
6. มีความปลอดภัยในตลาดและแหล่งท่องเที่ยว บริเวณใกล้เคียง					
7. มีบริการรถบริการถึงขยะในตลาดอย่างเพียงพอ					
8. มีปริมาณห้องน้ำห้องสุขาที่สะอาดในตลาด ให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ					
9. มีที่นั่งพักผ่อนให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
2.3 ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า					
1. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า					
2. ความสะอาดสดใหม่ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ประเภทอาหาร					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่วางจำหน่าย มีความโดดเด่นแตกต่างจากตลาดทั่วไป					
4. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีราคาถูกกว่าตลาดทั่วไป					
5. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า					
6. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสามารถต่อรองราคาได้					
7. ผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีการติดป้ายรับรองคุณภาพ เช่น “เจ้าเก่า” “สูตรโบราณ” “เชลล์ชวนชิม” “OTOP”					
8. พ่อค้า/แม่ค้าแสดงวิธีการสาธิตการประกอบอาหารให้เห็นที่หน้าร้าน					
9. พ่อค้า/แม่ค้ามีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เป็นอาหารให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองชิม					
10. พ่อค้า/แม่ค้ามีการเล่นเกมผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว					
11. มีการลดราคาในกรณีที่ซื้อเป็นจำนวนมาก					
2.4 ดัชนีบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่					
1. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและ ความรู้ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวได้					
2. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างพอเพียง และมีคุณภาพ					
3. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการพาเรือท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว					
5. เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีบุคลิกภาพที่มี ความเหมาะสมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
6. เจ้าหน้าที่ของตลาดบางน้ำผึ้ง มีความสุภาพกับ การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
7. เจ้าหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายสุชาติ อ่อนประเสริฐ
วันเดือนปีเกิด	16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2508
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ที่อยู่	50/128 หมู่บ้านสุขสวัสดิ์สวนชน พุ่งศรี กรุงเทพฯ
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	บุคลากร 4 กองฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน
สถานที่ทำงาน	โรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ พ.ศ. 2549

มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์