



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว
กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ

โดย ผศ. ดร. มณีวรรณ ฝิวนิ่ม และคณะ

4 สิงหาคม 2546

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ

คณะผู้วิจัย สังกัด

1. ผศ. ดร. มณีวรรณ วัฒนวิทย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. อ. ปราณนา จันทร์พันธุ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานเป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเปลี่ยนแปลงไปมากเมื่อต้องปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ รายได้ที่ได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นรัฐบาลจึงเห็นความสำคัญและหันมาทบทวนนโยบายและปรัชญาศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศให้มุ่งไปในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และมุ่งหวังที่จะพัฒนาให้การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจชุมชนภายใต้การดูแลของแต่ละท้องถิ่น และเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้จึงไม่ได้มีแค่เพียงภาครัฐแต่ยังมีเอกชน ชุมชน ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ซึ่งล้วนเป็นตัวต่อสำคัญที่จำต้องเกี่ยวข้องกันและส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งทำความเข้าใจผลกระทบของการท่องเที่ยว เพื่อดูความเกี่ยวข้องของส่วนประกอบต่าง ๆ ดังได้กล่าวมาแล้ว พร้อมกันนั้นก็ยังเป็นการแสวงหาแนวทางหรือนโยบายที่เหมาะสมที่จะใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป ทั้งในส่วนของนโยบายและการจัดการของภาครัฐ รวมไปถึงบทบาท การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวเข้าไปถึง โดยได้ใช้ตลาดน้ำสองแห่งเป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบ นั่นคือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

จากการเก็บข้อมูลทำให้เข้าใจถึงพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวของทั้งสองแห่ง รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชน ผลกระทบดังกล่าวเกิดขึ้นทั้งในส่วนของเรื่องสภาพแวดล้อมทางกายภาพและแบบแผนทางวัฒนธรรมชุมชน ปัญหาทั้งหมดต่างส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความสัมพันธ์ของผู้คน งานวิจัยฉบับนี้ยังมุ่งแสวงหาแนวทางการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นที่เหมาะสมเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืนอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง
3. เพื่อศึกษาความเห็น และความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำ
4. เพื่อศึกษาปัญหาและหาแนวทางในการพัฒนาโลก และรูปแบบการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม

ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในสาขาวิชามานุษยวิทยา โดยแบ่งออกเป็น

1. การวิจัยเอกสาร ทบทวนวรรณกรรม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสังคมไทย โดยเน้นประวัติและพัฒนาการของตลาดน้ำ

2. การวิจัยภาคสนาม โดยแบ่งเป็น

- การเก็บข้อมูลเบื้องต้น โดยการสำรวจและสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ในเรื่องของรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำอื่น ๆ ในจังหวัดใกล้เคียง เก็บข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของตลาดน้ำและชุมชนใกล้เคียง โดยสัมภาษณ์คนในชุมชนและผู้ประกอบการ สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติ และความพึงพอใจ

- การเก็บข้อมูลแบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์พ่อค้า แม่ค้า ผู้ประกอบการ และผู้นำท้องถิ่น เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในระดับลึกเพื่อศึกษาแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

- ทำแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับความเห็นและความพึงพอใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย แบ่งเป็น ที่ดำเนินสะดวก มีนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 80 จึงทำแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 100 ชุด นักท่องเที่ยวไทย 20 ชุด ส่วนที่ตลิ่งชัน มีนักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 90 จึงทำแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 ชุด และนักท่องเที่ยวไทย 90 ชุด

- ทำ focus group กับกลุ่มราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้นำชุมชน ได้แก่ กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และกลุ่มผู้นำชุมชนดำเนินสะดวก เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องบทบาทและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและคนในชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

3. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้างของตลาดน้ำทั้งสองแบบ ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนแต่ละแห่ง ทราบถึงปัญหาและความต้องการของชุมชนในด้านการจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในระดับนโยบาย

ผลการศึกษา

1. พัฒนาการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง

ก. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำแบบดั้งเดิม พัฒนาจากตลาดชาวบ้านขึ้นมาเป็นตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวเนื่องจากการคมนาคมทางบกเจริญขึ้นทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปพบเห็นและเกิดความประทับใจ จนหลังไหลเข้ามาไม่ขาดสาย กลายเป็นสถานที่อันมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เดิมเป็นเพียงตลาดน้ำตามวันเวลาที่ชาวบ้านกำหนดขึ้น แต่ต่อมาก็เปิดทุกวัน เพื่อเน้นการขายของให้นักท่องเที่ยว มีการเปลี่ยนพื้นที่จากตลาดนัดศาลาห้าห้องหรือตลาดนัดศาลาแดง มาที่ปากคลองลัดพลีและย้ายมาที่คลองต้นเข็มเป็นที่ล่าสุด ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นนายทุนจากภายนอกเข้าไปจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และร้านขายของที่ระลึกครบวงจร ขณะที่ชาวบ้านมีบทบาทเป็นลูกจ้าง และขอเช่าที่จอดเรือขายของมากกว่าจะเป็นเจ้าของกิจการ

ข. ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำตลิ่งชันเกิดขึ้นจากความร่วมมือของคนในชุมชนและภาครัฐ ผู้บุกเบิกคือผู้อำนวยการเขตปี 2530 นายประชุม เจริญลาม ที่ต้องการให้คนในชุมชน และพนักงานของเขตมีรายได้เสริมในวันเสาร์อาทิตย์ เนื่องจากเห็นว่าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับการจัดทำตลาดน้ำจึงชักชวนข้าราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และพ่อค้าประชาชนในเขต ก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน และยังทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยระยะแรกเป็นเพียงแพไม้ไผ่ 3 - 4 แพ ต่อมาเมื่อผู้อำนวยการประชุม หมดยวาระ ตลาดน้ำก็ซบเซาเพราะผู้อำนวยการคนใหม่ไม่สนใจ จนกระทั่งถึงปี 2541 ร.ท.อิรวาส์ ปัทมะสุคนธ์ ผู้อำนวยการคนใหม่เข้ามา ก็ได้เข้ามาปรับปรุงฟื้นฟูพื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นใหม่ สร้างโป๊ะแพเพิ่มและปรับปรุงสถานที่ทั้งสร้างสวนหย่อม ทำถนน ลานจอดรถ และสรรหากิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาเพิ่ม โดยจัดให้มีการตั้งกลุ่มคนขึ้นมาดูแลตลาดน้ำตลิ่งชันโดยตรง เรียกว่า “ประชาคมตลาดน้ำ” มีคณะกรรมการและประธานประชาคมเป็นคนดูแลและจัดการเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด โดยเสียค่าเช่าโป๊ะแพให้กับกรุงเทพมหานคร ซึ่งทางประชาคมก็ได้เงินกองทุนจากผู้ค้าในตลาดน้ำตลิ่งชันในลักษณะเก็บเป็นค่าสมาชิกรายสัปดาห์ อีกทั้งประชาสัมพันธ้อย่างกว้างขวางทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ เพราะอยู่ใกล้เมืองและบรรยากาศดี เป็นทั้งที่พักผ่อนและที่รับประทานอาหารไปพร้อมกัน

2. ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชีวิตชุมชน

ความเจริญทางบก ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้รับผลกระทบจากการคมนาคม ชาวบ้านใช้ตลาดน้ำน้อยลง เพราะใช้รถสะดวกรวดเร็วกว่า แต่ก็ทำให้มีคนเข้าไปเที่ยวมากขึ้น นักธุรกิจจากภายนอกซึ่งเล็งเห็นผลประโยชน์ทางการค้าได้ใช้จุดขายของตลาดน้ำหาผลกำไรให้ตัวเอง ต่างคนต่างแข่งกัน เกิดความไม่เป็นระเบียบขึ้นในตลาดน้ำ ขณะที่ชุมชนไม่สามารถเข้าไปควบคุมหรือแข่งขันได้ ทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งและการแบ่งผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม ขณะที่ตลิ่งชันไม่เกิดปัญหานี้เพราะมีกลุ่มประชาคมทำงานเป็นแกนกลางโดยพยายามเน้นผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก คนนอกเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ไม่ได้ แต่ก็มีข้อสังเกตว่า ผู้ค้าบางกลุ่มเริ่มแสดงความไม่ไว้วางใจประชาคมเพราะกลัวจะหาประโยชน์ใส่ตัว ทำให้กรรมการประชาคมบางคนหมดกำลังใจ นอกจากนี้ ตลิ่งชันก็มีปัญหาเรื่องการจัดการจราจรเช่นกัน เพราะมีคนมาก ทำให้เกิดมลภาวะทางเสียง จราจรติดขัด พื้นที่ไม่พอจอดรถ และปัญหาเรื่องความสะอาดตามมา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - ที่ตลิ่งชันความจำกัดของสถานที่แม้จะทำให้ไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้มากนัก แต่ก็เป็นการดีในแง่ที่ไม่เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมการปรับปรุงพื้นที่ เช่น มีสวนสาธารณะ มีไฟฟ้า ก็ช่วยให้เกิดความปลอดภัยแก่ชาวบ้าน และมีที่พักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น ส่วนที่ดำเนินสะดวก การใช้พื้นที่เน้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เช่น ปรับบ้านเรือนเป็นทรงไทยตามที่นักท่องเที่ยวอยากเห็นจากเดิมที่เป็นห้องแถวแบบจีน ไม่มีการวางแผนการก่อสร้าง บางครั้งสร้างแล้วก็รื้อออกครึ่ง ๆ กลาง ๆ ทิ้งไว้เช่นนั้นโดยไม่มีใครเข้าไปปรับปรุงแก้ไข อย่างไรก็ตามปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นกับทั้งสองแห่งคือเรื่องความสกปรกในคลองและขยะ นอกจากนี้ขณะที่ตลิ่งชันมีปัญหามลพิษทางอากาศเพราะรถมาก ที่ดำเนินสะดวกมีปัญหาทางน้ำในความแออัดของเรือพาย และเรือหางยาวบางครั้งมีน้ำมันรั่วออกมาด้วย

ทางเศรษฐกิจ - การท่องเที่ยวทำให้คนในตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จุดที่ต่างกันคือกรณีของดำเนินสะดวก คนในชุมชนที่เป็นชาวสวนหรือแรงงานไร้ฝีมือสามารถมารับจ้างกับท่าเรือใหญ่ได้ แต่รายได้หลักตกกับผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนจากภายนอก ในกรณีตลิ่งชันจะต่างออกไปเพราะการ

ดำเนินการค้าในตลาดน้ำผ่านประชาคมซึ่งมีนโยบายให้คนในชุมชนเข้าร่วมมากกว่าคนนอก กิจกรรมต่าง ๆ จึงส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้ทั้งการมาขายของ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

ผลกระทบทางสังคม - ในขณะที่ความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในชุมชนดำเนินสะดวก มีปัญหาเพราะการท่องเที่ยว เช่น พ่อค้ามุ่งกำไรจากนักท่องเที่ยว (ซึ่งมักเป็นชาวต่างชาติ) มากกว่าที่จะต้อนรับด้วยความจริงใจอย่างแต่ก่อน เพราะนักท่องเที่ยวมาทัวร์ตามกำหนดเวลา จึงต้องรีบขายของให้ได้ แม้ค้าในคลองขัดแย้งกันเพราะแย่งที่ แย่งลูกค้า ส่วนผู้ประกอบการเจ้าของท่าเรือก็ทำงานแบบต่างคนต่างอยู่ ตัวใครตัวมันทำให้ไม่เกิดการร่วมมือและพัฒนา ส่วนทางราชการหรือเทศบาลก็เข้าไปจัดการไม่ได้เนื่องจากเจ้าของท่าเรือเป็นเจ้าของที่ดินเอกชน (บ่นบก) แม้จะขอความร่วมมือจากทุกท่า แต่ก็ไม่ได้รับความร่วมมือ เพราะทุกท่าต่างดูแลผลประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก ส่งผลให้ราชการเตรียมที่จะสร้างตลาดน้ำแห่งใหม่ที่เป็นของคนในชุมชน ไม่ใช่ของคนจากภายนอก ในทางกลับกันที่ตลิ่งชัน การค้าเกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน จึงไม่ขัดผลประโยชน์กัน ปัญหาที่พบมีเพียงความไม่พอใจของแม่ค้าบนแพที่ประชาคมตลาดน้ำเน้นประชาสัมพันธ์แต่การให้บริการเรือทัวร์ ซึ่งเป็นกิจกรรมของประชาคมมากกว่า ในส่วนของนักท่องเที่ยวกับชาวบ้านไม่มีปัญหาเรื่องการตั้งราคาสูง เพราะส่วนมากเป็นคนไทยด้วยกัน รู้ราคากันดี และผู้ประกอบการต่างมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีก จึงพยายามรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า แต่ที่ดำเนินสะดวกนักท่องเที่ยวมากับกลุ่มทัวร์จึงอาจไม่ได้กลับมาอีก ความใส่ใจเอื้อเฟื้อของผู้ค้าจึงน้อยกว่าที่ตลิ่งชัน

ผลกระทบทางวัฒนธรรม - เกิดการปรับรูปแบบการค้าขายในดำเนินฯ จากที่เคยขายกันเองเป็นหลัก ก็หันมาเน้นขายนักท่องเที่ยว ราคาแพงขึ้น สินค้าเปลี่ยนจากของสวนเป็นของที่ระลึก จริยธรรมต่ำลง โกงราคาเพราะคิดว่านักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อ ในแง่บวกคือพยายามรื้อฟื้นและอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่น เช่น เตาดาล เรือพาย หรือการรวมกลุ่มของท่าเรือเอกชนบริเวณทางเข้า ในกลุ่มญาติพี่น้องจะช่วยกันทำมาหากิน เช่นเดียวกับที่ตลิ่งชันก็พยายามอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น การแต่งตัว ผลิภัณฑ์ของชุมชน ดนตรีไทย และสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ เช่น อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ทำให้ได้ความรู้และตระหนักในคุณค่าประวัติศาสตร์ของชุมชน รักท้องถิ่น

3. ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

- ต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบนี้ต่อไป โดยปรับปรุงรูปแบบให้เอื้อประโยชน์ต่อคนในชุมชนมากที่สุด ไม่ควรให้ตกอยู่ในมือของเอกชนบางกลุ่ม
- ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนบางส่วนในชุมชนดำเนินสะดวกต้องการสร้างตลาดน้ำแห่งใหม่ที่เป็นตลาดของชุมชนเอง บริหารงานในรูปแบบของสหกรณ์หรือคณะกรรมการของชุมชน
- ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐในด้านงบประมาณและการตัดการสาธารณูปโภคพื้นฐาน การบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อความเป็นระเบียบในตลาดน้ำ และเพื่อดูแลนักท่องเที่ยวไม่ให้ถูกเอาเปรียบ
- ต้องการความช่วยเหลือทางวิชาการในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ข้อมูลมิติทางวัฒนธรรมและสังคมเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ และนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ต้องการให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับระบบธุรกิจการท่องเที่ยวสมัยใหม่เพื่อนำมาใช้ในการบริหารงานและการติดต่อกับหน่วยงานรัฐและเอกชน บริษัททัวร์และมัคคุเทศก์

4. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยที่เข้ามายังตลาดน้ำทั้งที่ดำเนินสะดวกและที่ตลิ่งชันล้วนอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ส่วนมากจบปริญญาตรีและเป็นโสด แต่ที่ตลิ่งชันมักมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นชาวเอเชีย ขณะที่นักท่องเที่ยวที่ไปตลาดน้ำดำเนินสะดวก มักเป็นชาวยุโรป ทั้งสองกลุ่มนิยมเดินทางมากับเพื่อน เช่นเดียวกับชาวไทย วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่มาตลาดน้ำทั้งสองแห่งก็คือการมาพักผ่อน เที่ยวชมบรรยากาศ นั่งเรือดูวิถีชีวิตริมคลอง แต่ที่ตลิ่งชัน นักท่องเที่ยวไทยหลายคนมาเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการทานอาหาร เพราะเห็นว่าที่ตลิ่งชันมีอาหารให้เลือกทานหลายแบบ ซึ่งผิดกันกับชาวต่างชาติที่ไม่ค่อยซื้ออาหารรับประทานแต่มาเพราะเห็นว่ามีชื่อเสียงและอยู่ใกล้ ในกรณีของดำเนินสะดวก นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่ค่อยได้ซื้ออาหารรับประทานเพราะต้องเที่ยวตามตารางที่บริษัททัวร์กำหนด ดังนั้นจึงเน้นที่การนั่งเรือ ทำเวลา เพราะต้องไปที่อื่นต่อ สิ่งที่แตกต่างกันอีกอย่างหนึ่งคือการซื้อของ ที่ตลิ่งชัน คนไทยชอบซื้อของกิน ชาวต่างชาติจะซื้อเสื้อยืดและเครื่องประดับ แต่ที่ดำเนินฯ คนไทยจะซื้อผลไม้มากที่สุด ส่วนชาวต่างชาติจะซื้อพัด เครื่องประดับ ไปสการ์ตและหมวก ผลไม้ที่ชาวต่างชาติซื้อมากที่สุดคือกล้วย

เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดน้ำแห่งอื่น คนไทยเห็นเช่นเดียวกับคนต่างชาติว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีสินค้าให้เลือกมากแต่ราคาแพง ส่วนที่ตลิ่งชันคนไทยเห็นว่าเน้นขายอาหารมากเกินไป มีการจัดการที่ดี แต่ชาวต่างชาติไม่ตอบเพราะยังไม่เคยไปที่อื่น อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวทั้งไทยและเทศ ต่างบอกว่าอยากกลับมายังตลาดน้ำทั้งสองแห่งอีก และจะแนะนำให้อื่นๆ มาเที่ยวด้วย ส่วนสิ่งที่เป็นปัญหาของตลาดน้ำดำเนินสะดวก คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าพ่อค้าแม่ค้ามักบงการให้ซื้อของ คนไทยเห็นว่าประชาสัมพันธ์ให้คนไทยน้อยเกินไป เน้นขายนักท่องเที่ยวต่างชาติมากเกินไป สำหรับที่ตลิ่งชัน ทั้งนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าปัญหาหลักคือห้องน้ำหายาก นอกจากนี้คนไทยยังบอกว่าที่จอดรถไม่เพียงพออีกด้วย

5. ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

- ปัญหาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีปัญหาเรื่องการขาดการวางแผนในระดับชุมชน ชาติผู้รับผิดชอบดูแลอย่างต่อเนื่อง ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นการบริหารงานแบบผูกขาดโดยเอกชน ไม่มีการกระจายรายได้ให้ชุมชนเท่าที่ควร ทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชน ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งชุมชนมีส่วนในการบริหารงาน ชุมชนขาดความพร้อมในด้านงบประมาณ เวลาและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้ต้องหวังพึ่งและรอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ

- ปัญหาภาพลักษณ์และรูปแบบของตลาดน้ำ ตลาดน้ำแบบเดิมหมดไปแล้ว แต่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังพยายามคงภาพลักษณ์เดิมไว้เพื่อประโยชน์ทางการค้า ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสงสัย บางคนมองว่าเป็นการหลอกลวง โดยเฉพาะที่ดำเนินสะดวกกลายเป็นตลาดสำหรับให้นักท่องเที่ยวมาซื้อของไปแล้ว ต้องการภาพลักษณ์ใหม่ที่ตรงกับความจริงและนำมาเป็นจุดขายนักท่องเที่ยวได้

- ปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีการตั้งราคาสินค้าและบริการเกินจริง เพื่อมุ่งผลกำไร โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- ปัญหาการกระจายรายได้อย่างไม่เป็นธรรม พบในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นธุรกิจแบบผูกขาด ชุมชนไม่มีส่วนร่วมจึงเสียโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่จะนำรายได้สู่ชุมชน

- ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไม่พอเพียง ได้แก่ การรักษาความสะอาด ห้องน้ำ ข้อมูลและแผ่นพับประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่าง ๆ

6. ข้อเสนอระดับนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการวางแผน บริหาร และจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมของตนดีกว่าคนนอก จะทำให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวได้มากกว่าเจ้าหน้าที่รัฐหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เข้ามาจากภายนอก และยังช่วยลดปัญหาการเอาเปรียบคนในชุมชน และการผูกขาดกิจกรรมด้านการค้าและการท่องเที่ยวไว้ในมือเอกชนเพียงบางราย ในกรณีของชุมชนที่ยังไม่เข้มแข็งพอ หรือไม่มีประสบการณ์ ควรให้ภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านโครงสร้างพื้นฐานและงบประมาณ ส่วนเอกชน และนักวิชาการอาจช่วยเหลือในด้านการศึกษาอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับท้องถิ่นของตนอย่างเหมาะสมต่อไป

(2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจในเรื่องปรัชญาที่แท้จริงของการท่องเที่ยว ซึ่งต้องมุ่งประโยชน์ระยะยาว เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็ง และดูแลตัวเองได้โดยชุมชน ไม่ต้องพึ่งพาทายภายนอก ด้วยการสร้างงานให้คนท้องถิ่น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง หรือจัดกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่คนในชุมชนดูแลได้ เช่นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร หรือกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ คนในชุมชนยังต้องมีส่วนร่วมด้านการเป็นเจ้าของกิจการ และแบ่งผลประโยชน์อย่างโปร่งใส เป็นธรรม

(3) สร้างรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสมและมีเอกลักษณ์ของชุมชน สำหรับชุมชนที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ ควรมีการศึกษาข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็งและศักยภาพของชุมชน เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งอื่น สร้างเอกลักษณ์ของชุมชนขึ้นมา ควรประชาสัมพันธ์ให้คนไทยรู้และสนใจก่อนเพราะจะเกิดสภาพตลาดที่เป็นธรรมชาติ ไม่ใช่ขายนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเดียว เมื่อตลาดน้ำแบบเดิมหมดไปแล้ว ควรสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำอย่างเดียว แต่มีกิจกรรมต่อเนื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตริมน้ำที่ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน

(4) หามาตรการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับขนาดและศักยภาพของชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งไม่ดูเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวมากเกินไป แต่เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์	ข้อมูลที่ต้องการ	วิธีการเก็บข้อมูล
1. เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำดำเนินสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รูปแบบและพัฒนาการของกิจกรรม การท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ ปัญหาและอุปสรรค ● ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเตรียมประเด็นคำถามสำหรับการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ● สร้างความคุ้นเคยกับชุมชน / หาข้อมูลเกี่ยวกับ key informant ในกลุ่มต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ศึกษาข้อมูลเอกสาร ● สัมภาษณ์ตลาดน้ำในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ● เก็บข้อมูลภาคสนามเบื้องต้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำดำเนินสะดวก
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชน ความร่วมมือ ปัญหาและความขัดแย้งเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจชุมชนและ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ● สัมภาษณ์เจาะลึกชาวบ้านในชุมชน ผู้นำชุมชน มัคคุเทศก์ กลุ่มนักธุรกิจพ่อค้าแม่ค้าในชุมชนตลิ่งชันและดำเนินสะดวก เกี่ยวกับความคิดเห็น ความพอใจและความเข้าใจผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน
3. เพื่อศึกษาความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการและปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> ● จัด Focus Group กับกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้นำชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกและมัคคุเทศก์
4. เพื่อศึกษาปัญหาและหาแนวทางในการพัฒนาไกลและรูปแบบการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงใจ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องการ ● ข้อเสนอเชิงนโยบาย ● ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● แบบสอบถามเกี่ยวกับความเห็น ความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยว ● วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชน ● วิเคราะห์และเขียนรายงาน

ตารางสรุปผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชนตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง

ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
1. สภาพแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ	
<p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการสร้างสิ่งสาธารณประโยชน์ เช่น สวนสาธารณะ ไฟฟ้า ทำให้เกิดความปลอดภัยต่อชาวบ้าน และเป็นที่พักผ่อนให้คนในชุมชน <p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการตัดถนนเข้าสู่ชุมชน การคมนาคมสะดวกขึ้น 	<p>ดำเนินสะดวก / ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มลภาวะทางขยะ น้ำเสีย <p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เรือหางยาวเสียงดังรบกวน และบางครั้งปล่อยคราบน้ำมันลงในลำคลอง - ปริมาณรถเข้ามามาก เกิดมลพิษทางอากาศ <p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความแออัดของเรือ - สถาปัตยกรรมอาคาร ไม่มีการวางผังรวมของตลาด สิ่งก่อสร้างที่ไม่อิงรูปแบบท้องถิ่นต่างคนต่างสร้างเพื่อใช้ขายสินค้า เมื่อเกิดความขัดแย้งก็ปล่อยทิ้งไว้โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ รัฐควบคุมไม่ได้ เพราะเป็นพื้นที่ของเอกชน
2. ระบบเศรษฐกิจ	
<p>ตลิ่งชัน / ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เกิดการจ้างงานกับคนในพื้นที่ ไม่ต้องย้ายถิ่นไปทำงานนอกชุมชน - เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ - เกิดการลงทุนในพื้นที่ 	<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้ตกอยู่กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่
3. ความสัมพันธ์ทางสังคม	
<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - พี่น้อง ญาติมิตรรวมตัวกันทำมาหากินมากขึ้น เพื่อแข่งขันกับนายทุนใหญ่ <p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ค้ามีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวเพราะอยากให้กลับมาอีก - ประชาคมให้ความสำคัญกับชุมชน ไม่ปล่อยให้นายทุนจากข้างนอกมาเปิดกิจการแข่งกับคนในชุมชน - ผู้ค้าช่วยเหลือกันมากกว่าแข่งขัน เพราะเป็นคนร่วมชุมชนเดียวกัน 	<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - คนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากมีน้ำใจไปเป็นหาผลกำไร - ผู้ประกอบการขัดแย้ง แย่งลูกค้ากัน กีดกันผู้ค้ารายย่อย - ผู้ประกอบการขัดแย้งกับชาวบ้านเพราะไม่คืนผลประโยชน์ให้ชุมชน <p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประชาคมเริ่มโดนตั้งคำถามว่าแสวงหาผลประโยชน์ให้พวกตัวเองจากตลิ่งชันทัวร์มากกว่าผู้ค้าคนอื่น
4. ผลกระทบทางวัฒนธรรม	
<p>ตลิ่งชัน / ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามตั้งแต่อดีต เช่น เตาตาล การแต่งตัวแบบไทย ดนตรีไทย เรือพาย วัฒนธรรมประเพณีวันสำคัญทางศาสนา พิษผักท้องถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้าน 	<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบธุรกิจเปลี่ยนมาเป็นที่ขายนักท่องเที่ยว จริยธรรมน้อยลง เพราะต้องการกำไร - ไม่สนใจลูกค้าชาวไทยเพราะคิดที่ไม่ซื้อของ เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ตั้งราคาสูง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งทำความเข้าใจถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชนหลังจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในพื้นที่ ตลาดน้ำที่เลือกศึกษาในครั้งนี้ คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำทั้งสองแห่งจากประวัติชุมชนและกระบวนการปรับตัวเข้าสู่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกพัฒนามาจากตลาดขายของทางน้ำของชาวบ้านในชุมชนและจังหวัดใกล้เคียง ไปสู่การเป็นตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเวลาประมาณ 30 ปี เริ่มจากมีนักท่องเที่ยวเข้าไปพบแล้วบอกกันต่อๆ ไป ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญขึ้น การค้าขายทางน้ำในตลาดของชุมชนลดน้อยลงจนเกือบจะหมดไป แต่มีนายทุนจากภายนอกที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามาพัฒนารูปแบบตลาดเสียใหม่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ โดยเน้นกิจกรรมการลงเรือชมคลองและการขายของที่ระลึก มีข้อตกลงกับบริษัททัวร์ให้รับนักท่องเที่ยวมาแวะที่ตลาดน้ำเพียงช่วงสั้นๆ ก่อนจะเดินทางต่อไปที่อื่น

ส่วนตลาดน้ำตลิ่งชันไม่ใช่ตลาดดั้งเดิมของชาวบ้าน เริ่มต้นจากการสร้างตลาดใหม่ขึ้นริมน้ำในที่ดินของราชการ เพื่อเป็นแหล่งขายสินค้าทางการเกษตรสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนเมื่อปี พ.ศ. 2530 มีการตั้งคณะทำงานที่มาจากชาวบ้านในพื้นที่ขึ้นมาทำหน้าที่บริหารงานในตลาดน้ำโดยเฉพาะ ใช้ชื่อว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ในระยะหลังได้พัฒนามาเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ มีเรือและแพขายอาหารในน้ำ บนบกมีการขายอาหาร ผัก ผลไม้และพันธุ์ไม้จากสวน ตลอดจนจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ดนตรีและรำไทย ช่วงหลังมีการเพิ่มกิจกรรมจัดเรือเที่ยวชมคลอง การนวดฝ่าเท้าและการร้องเพลงคาราโอเกะเข้ามาด้วย

การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองแห่งทั้งในด้านบวกและลบ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียงและอากาศ แต่มีส่วนทำให้มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนให้ดีขึ้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ไม่ต้องไปหางานนอกชุมชน มีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มขึ้น ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชน แต่ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ผลกระทบทางสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า มีการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและให้บริการ ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นไปในทางบวกเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ กระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยในด้านการแต่งตัว กิจกรรมทางวัฒนธรรม ความรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นของตน

ศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่เหมือนที่อื่น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ คนในชุมชนทั้งสองยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อไป และเห็นว่าสามารถจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ แต่ทั้งนี้ต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ ให้ข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับตลาดน้ำในอดีตและปัจจุบัน สร้างกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอวิถีทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว

Abstract

“Development and Impacts of Tourism on Local Community: A study of
Two Floating Market Communities”

This research studies the impact of tourist activities in the form of floating market on two local communities near Damnernsaduak Floating Market, Ratchaburi and Talingchan Floating Market in Bangkok. Through the study of local history and processes of tourism development in both communities, it was found that Damnernsaduak Floating market had developed from an existing local market in an agricultural community to a market catering almost exclusively to foreign tourists over a period of 30 years. As the traditional floating market was in decline due to improved land transportation, entrepreneurs from outside seized the opportunity to set up tourist business on private land next to the canal in the market, exploiting the existing market reputation. They control the market operation changing its landscape and activities to suit mass tourism. The present market is much different from the old one, being alienated from the local community.

Unlike Damnernsaduak, Talingchan Floating Market is a new market established in 1987 as a center for local agricultural product trading. It is managed by the Talingchan Floating Market Committee, a committee whose members are elected from local people. The market has developed into a recreational area where local vendors sell food from small boats moored to a special float in the canal. There are also booths selling food, clothing, fruits, vegetables and other agricultural products on land. Cultural activities such as Thai classical music and dance, canal tours, foot massage and karaoke are organized to entertain the shoppers who are mostly Thai.

There are both negative and positive impacts of tourism on the communities. Tourism brings water and air pollution as well as an improvement in public utilities, roads and community landscape. Economically, tourism provides more income and job opportunity. At Talingchan, income are distributed mostly among the locals who have priority over outsiders in market trading while at Damnernsaduak a substantial amount of tourist generated income are retained by major entrepreneurs who are outsiders. Socially, tourism brings both co-operation and conflicts especially when profits are high as in Damnernsaduak. Overpricing of goods and services is quite common. Tourism enhances local awareness about their cultural heritage and community pride through the organizing of cultural activities to attract tourists.

Floating market has high potential as a tourist attraction because of its uniqueness and its appeal to nature and traditional lifestyles associated with canals and rivers for both Thai and foreign tourists. Both communities want the market activities to continue and believe that a sustainable development is only possible through local community participation for the benefit of the whole community. Local people and tourist operators should provide accurate information to the tourists about the passing of the traditional floating market and its present roles in Thai society. Tourist activities in the floating market should not be limited to souvenir trading but should incorporate new activities that put more emphasis on canal or river lifestyle of Thai people.

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
แนวคิดและทฤษฎี	2
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ขอบเขตของการวิจัย	10
การดำเนินการวิจัย	11
ผลที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	14
การนำผลงานวิจัยไปใช้	14
บทที่ 1 พัฒนาการชุมชนและตลาดน้ำดำเนินสะดวก	
ที่ตั้ง อาณาเขต ลักษณะทางกายภาพ และประชากร	15
การคมนาคม	17
ลักษณะพื้นที่และประวัติความเป็นมาของชุมชน	18
ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม	21
ระบบเศรษฐกิจ	22
พัฒนาการตลาดน้ำดำเนินสะดวก	25
ผู้ประกอบการในตลาดน้ำดำเนินสะดวก	38
นักท่องเที่ยว	39
หน่วยงานราชการ	40
สินค้าและของที่ระลึกบริเวณตลาดน้ำ	40
ทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ	41
บทที่ 2 พัฒนาการชุมชนและตลาดน้ำตลิ่งชัน	
ที่ตั้ง อาณาเขต ลักษณะทางกายภาพ และประชากร	45
การคมนาคม	45
ลักษณะพื้นที่และประวัติความเป็นมาของชุมชน	47
ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม	49
การประกอบอาชีพ	49
พัฒนาการทางเศรษฐกิจ – สังคมของตลาดน้ำตลิ่งชัน	50
ผู้ประกอบการในตลาดน้ำตลิ่งชัน	56
กลุ่มประชาคมตลาดน้ำ	56
นักท่องเที่ยว	57

	หน้า
สินค้าและของที่ระลึกบริเวณตลาดน้ำ	58
หน่วยงานราชการ	58
ทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ	59
บทที่ 3 ผลกระทบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำต่อวิถีชีวิตชุมชน	
ผลกระทบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกต่อวิถีชีวิตชุมชน	
ผลกระทบทางด้านสภาพแวดล้อมและกายภาพ	
- ผลกระทบด้านบวก	63
- ผลกระทบด้านลบ	64
ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	
- ผลกระทบด้านบวก	66
- ผลกระทบด้านลบ	70
ผลกระทบทางสังคม	
- ผลกระทบด้านบวก	70
- ผลกระทบด้านลบ	71
ผลกระทบทางวัฒนธรรม	
- ผลกระทบด้านบวก	75
- ผลกระทบด้านลบ	76
บทที่ 4 ทัศนคติและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	
นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก	
ก. ข้อมูลทั่วไป	81
ข. พฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ	85
ค. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาของตลาดน้ำ	90
นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชัน	
ก. ข้อมูลทั่วไป	93
ข. พฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ	97
ค. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาของตลาดน้ำ	102
บทที่ 5 ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	106
อภิปรายผลการศึกษา	
1) ผลกระทบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อวิถีชีวิตชุมชน	106
2) ความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ	108
3) ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ	112

	หน้า
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนากลไกและรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เหมาะสม	116
1) ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย	116
2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)	118
- ชุมชน	118
- กลุ่มผู้ประกอบการ	119
- หน่วยงานของรัฐ	119
บรรณานุกรม	121
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
ภาคผนวก ค. บทความสำหรับการเผยแพร่	
ภาคผนวก ง. ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมและผลการดำเนินงาน	

สารบัญภาพประกอบและตาราง

	หน้า
แผนที่อำเภอดำเนินสะดวก	16
แผนที่แสดงตลาดน้ำต่าง ๆ ในอดีตที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก	24
แผนที่แสดงสภาพตลาดน้ำดำเนินสะดวกยุคดั้งเดิม (ระยะแรก)	27
แผนที่แสดงสภาพตลาดน้ำดำเนินสะดวกยุคเฟื่องฟู (ระยะที่สอง)	29
แผนที่ชุมชนและตลาดน้ำดำเนินสะดวกปี 2545 แสดงท่าเรือและสถานที่สำคัญ	32
แผนที่แสดงสภาพตลาดน้ำดำเนินสะดวกยุคธุรกิจการท่องเที่ยว (ระยะที่สาม)	35
แผนที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน	46
แผนภาพแสดงอาณาบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน	55
ตารางผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชน	80
ตารางข้อมูลของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก	
ตารางอายุ / ระดับการศึกษา / สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์	82
ตารางอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์	84
ตารางรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้สัมภาษณ์	84
ตารางจำนวนครั้งที่มาตลาดน้ำแห่งนี้	85
ตารางความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้	86
ตารางการได้รับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก	86
ตารางผู้ร่วมเดินทางมากับผู้ให้สัมภาษณ์	87
ตารางการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก	89
ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ชาวต่างชาติ)	92
ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ชาวไทย)	93
ตารางข้อมูลของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน	
ตารางอายุ / ระดับการศึกษา / สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์	94
ตารางอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์	96
ตารางรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้สัมภาษณ์	96
ตารางจำนวนครั้งที่มาตลาดน้ำแห่งนี้	97
ตารางความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้	98
ตารางการได้รับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน	98
ตารางผู้ร่วมเดินทางมากับผู้ให้สัมภาษณ์	99
ตารางการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน	101
ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำตลิ่งชัน (ชาวต่างชาติ)	103
ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำตลิ่งชัน (ชาวไทย)	104

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และเพื่อสนองตอบความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวจากเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ กลายเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีประสบการณ์ตรงโดยการเข้าไปเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของสังคมที่ตนไปท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งมากขึ้น แนวโน้มเหล่านี้นำไปสู่การทบทวนนโยบายและปรัชญาทศวรรษการท่องเที่ยวของประเทศให้มุ่งไปในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และมุ่งหวังที่จะพัฒนาให้การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจชุมชนภายใต้การดูแลของแต่ละท้องถิ่นและเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ที่ผ่านมาการจัดการการท่องเที่ยวมักถูกกำหนดโดยนโยบายระดับบน ผู้ประกอบการ และความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่การดำเนินการตามนโยบายและยุทธศาสตร์ใหม่นี้จะมีผลต่อชุมชนโดยตรง ดังนั้นการรวบรวมองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการพัฒนารูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ เท่าที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนผลดีและผลเสียของการจัดกิจกรรมดังกล่าวโดยใช้ข้อมูลเชิงมานุษยวิทยาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมยังมีอยู่น้อยมาก

การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำในประเทศไทยในรูปแบบของตลาดน้ำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมรูปแบบแรก ๆ ที่ใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตที่ไม่ได้อยู่ในวัฒนธรรมของพวกเขา ตลาดน้ำที่เป็นที่รู้จักกันดีทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากกว่า 30 ปีคือตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเริ่มต้นจากตลาดซึ่งเป็นที่ชุมนุมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเอง แล้วพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการให้เป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยว จากเดิมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อดูวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ตามปกติของชาวบ้านในพื้นที่ ต่อมาได้มีการสร้างกิจกรรมเสริมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย เช่น การลงเรือพายหรือการเที่ยวชมคลอง เพิ่มเติมขึ้น ความสำเร็จทางเศรษฐกิจของตลาดน้ำแห่งนี้ได้กลายเป็นต้นแบบให้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในแหล่งอื่น ๆ ให้เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ เน้นการสรรหากิจกรรมต่าง ๆ มารอรับนักท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งมีทั้งการปรับปรุงตลาดน้ำท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว การรื้อฟื้นย่านตลาดน้ำเดิมที่สูญหายไปแล้วขึ้นมาใหม่ หรือการจัดตั้งตลาดขึ้นมาใหม่เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งรูปแบบหลังนี้มีแนวโน้มว่าจะเกิดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในชุมชนริมน้ำหลายแห่งทั้งในเขตเมือง (เช่น โครงการท่องเที่ยวคลองในเขตธนบุรีของกรุงเทพมหานคร) และในเขตชนบท

การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาที่มุ่งประเด็นและให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในตลาดน้ำ ว่ามีผลกระทบอย่างไรต่อวิถีชีวิตชุมชน ทั้งในด้านบวกและลบ ตลอดจนบทบาทและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรับมือกับผลกระทบเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อการเตรียมพร้อมและหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลักษณะใกล้เคียงกันในชุมชนอื่น ๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง
- 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง
- 3) เพื่อศึกษาความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบตลาดน้ำ
- 4) เพื่อศึกษาปัญหาและหาแนวทางในการพัฒนาโลก และรูปแบบการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

เท่าที่ผ่านมาแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะนำรายได้มหาศาลมาสู่ประเทศ สร้างอาชีพและยกระดับเศรษฐกิจให้แก่คนจำนวนมาก แต่อุตสาหกรรมเดียวกันนี้เองก็นำมาซึ่งผลเสียซึ่งไม่อาจจะคำนวณออกมาเป็นตัวเลขได้ในรูปของสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม แบบแผนการดำรงชีวิตและศีลธรรมจรรยาของผู้คนที่เปลี่ยนไป ตลอดจนปัญหาอาชญากรรม โสเภณีและธุรกิจผิดกฎหมายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกที ทิศทางใหม่ในการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการยอมรับว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีปัญหาบางประการและไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสม

เป้าหมายในการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก็คือ การ “สนับสนุนค่านิยมที่มีการส่งเสริมให้มีมาตรฐานการบริโภคทรัพยากรที่ไม่ฟุ่มเฟือย อยู่ในขอบขีดความสามารถของระบบนิเวศที่จะรองรับได้ คำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก หรือมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง (People-centered development) เป็นการพัฒนาที่มีชุมชนเป็นฐาน (Community-based development)” (ยุวดี นรินทร์ตระกูล, 2539) โดยพยายามประสานประโยชน์ทางเศรษฐกิจเข้ากับการสงวนรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและคงอยู่ของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยาวนานที่สุด การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีการจัดนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ เข้าไปสัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของคนท้องถิ่น ในลักษณะของการเดินป่าหรือการเข้าไปพักอยู่กับคนท้องถิ่นแบบ Home stay ซึ่งเคยเป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กในอดีตจึงได้รับการยอมรับและสนับสนุนอย่างกว้างขวางเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ดีในการจะบรรลุถึงเป้าหมายเหล่านี้ได้ ทั้งรัฐ หน่วยงานเอกชนและประชาชนเองจำเป็นต้องมีความเข้าใจที่ใกล้เคียงกันในเรื่องของเป้าหมายและวิธีการจัดการทรัพยากรเพื่อจะได้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน ทุกฝ่ายจะต้องมีความจริงจังในการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มิใช่เพียงแต่ใช้การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เป็นจุดขายแบบฉาบฉวยเพื่อสร้างรายได้เพิ่มเท่านั้น ต้องตระหนักว่าผลกระทบทางวัฒนธรรมและสังคมของการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีความรุนแรงมากกว่าการท่องเที่ยวแบบเดิม ๆ จากอดีตที่เราเคยใช้ความสวยงามของธรรมชาติและควมลึกซึ้งแปลกใหม่ของวัฒนธรรมประเพณีมาดึงดูดนักท่องเที่ยว

เที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแบบใหม่เป็นการนำเสนอตัวตนและจิตวิญญาณของคนท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวแปลกหน้าได้เข้ามาสัมผัสแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ และส่งผลกระทบไปทั้งชุมชนไม่ว่าเขาเหล่านั้นจะมีส่วนร่วมในธุรกิจการท่องเที่ยวหรือไม่ จึงเป็นเรื่องที่ทำนายมากกว่าทำอะไรจึงจะสามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืนโดยคนท้องถิ่นไม่ต้องสูญเสียตัวตนและวิถีชีวิตดั้งเดิมไป ข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนวิถีคิดและกระบวนการปรับตัวของคนในชุมชนจะเป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนและการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับแต่ละชุมชนต่อไป

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การกำหนดแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมเป็นเรื่องที่จะต้องกระทำอย่างเร่งด่วนในขณะนี้ เป็นผลเกี่ยวพันกับการถ่ายโอนอำนาจในการบริหารชุมชน รวมถึงการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมไปสู่ท้องถิ่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเอง เนื่องจากคนในชุมชนมีความเข้าใจข้อมูลทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในชุมชนดีกว่าคนภายนอก จึงมีศักยภาพในการนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมาใช้ ตลอดจนมีศักยภาพในการวางแผนกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนองตอบความต้องการของคนในชุมชน และประสานประโยชน์ได้โดยมีความขัดแย้งน้อยที่สุด จะเห็นว่าชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ เริ่มตื่นตัวในการใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวนำในการหารายได้เข้าชุมชน โดยการแสวงหาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่จะนำมาดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งหากไม่มีการจัดการที่ดีปล่อยให้ท้องถิ่นหลงผิดลงถูกจัดการกันเอง จะเกิดผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิตและแบบแผนความสัมพันธ์ของผู้คน ซึ่งอาจจะนำไปสู่การทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นในที่สุด การศึกษารูปแบบและกระบวนการที่เหมาะสมในการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวจึงน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

อีกประเด็นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้แก่ แนวคิดในเรื่องวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Area Life Cycle - TALC) ที่มองว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งที่มีวัฏจักรการเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภคซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยว ในที่สุดจะก็ต้องมีการเสื่อมหมดความนิยมไป วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีระยะเวลาแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการ บางแห่งอาจอยู่ได้ถึงร้อยๆ ปี ในขณะที่บางแห่งอยู่ได้เพียงไม่กี่สิบปี วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวเริ่มต้นจากขั้นตอนการค้นพบใหม่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ เข้าไปสำรวจพบแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักซึ่งอาจเข้าถึงได้ยาก ต่อมาจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ชุมชนท้องถิ่นเริ่มจัดบริการขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว ขั้นตอนไปเป็นขั้นตอนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ขยายตัวกลายเป็นธุรกิจ คนภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการมากขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ขั้นตอนต่อไปแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับกันในตลาดการท่องเที่ยวต่างประเทศ อาจมีธุรกิจต่อเนื่องใหญ่ๆ เข้ามาลงทุนในพื้นที่ ขั้นสุดท้ายเป็นขั้นตอนของการหยุดนิ่ง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเติบโตจนถึงที่สุดแล้ว นักท่องเที่ยวเริ่มเบื่อหน่ายหรือเสื่อมความนิยม ขั้นตอนนี้มักตามมาด้วยความพยายามที่จะปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดดึงดูดใหม่ หรือหากไม่มีการจัดการที่ดีพอแหล่งอาจเข้าสู่จุดเสื่อม นักท่องเที่ยวลดน้อยลงเรื่อยๆ จนอาจหมดความสำคัญหรือเปลี่ยนไปทำกิจการอย่างอื่นแทนในที่สุด (แนวคิดของ Richard Butler อ้างถึงใน T. Knowles, D. Diamantis and J.B. El-Mourhabi, 2001: 6-7) การเติบโตและเสื่อมถอยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ในประเทศไทยเองก็มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแหล่งที่เสื่อมไปตามกาลเวลาและกระแสความนิยมในธุรกิจการ

ท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั่วโลกและได้รับความนิยมมากกว่า 30 ปีแล้ว แต่ก็มีโอกาสเป็นไปได้ที่ตลาดแห่งนี้จะเสื่อมความนิยมเนื่องจากรูปแบบตลาดน้ำตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นในสังคมเกษตรกรรมที่มีการสัญจรทางน้ำเปลี่ยนไป โดยไม่อาจหยุดการเปลี่ยนแปลงหรือย้อนสภาพในอดีตคืนมาได้ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นตลาดที่จำลองสภาพอดีตให้นักท่องเที่ยวชมโดยยังให้ภาพว่าเป็นตลาดของชุมชนจริงๆ อยู่ แต่มีการจัดการที่เป็นธุรกิจมุ่งเน้นการขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ในระยะหลังนักท่องเที่ยวเริ่มตั้งคำถามกับสิ่งที่เห็นและมีความเป็นไปได้ว่าเมื่อเสน่ห์ของตลาดน้ำธรรมชาติอย่างที่เป็นอยู่ในอดีตหมดไป แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อาจเสื่อมความนิยมลงได้

ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าผลกระทบของการท่องเที่ยวมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ในด้านบวกได้แก่สร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น ในหลายแห่งการท่องเที่ยวช่วยให้คนมีงานทำในท้องถิ่นไม่ต้องอพยพไปทำงานในเมือง ทำให้ครอบครัวและชุมชนไม่ต้องแยกกันอยู่ด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอาจมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจและสนใจในวัฒนธรรมของตนมากขึ้น ทำให้สนใจศึกษาค้นคว้าและรื้อฟื้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นมาใหม่ ช่วยต่อชีวิตให้แก่หัตถกรรมพื้นบ้าน ดนตรี ศิลปะการแสดง ฯลฯ มิให้สูญหายไป (Bruner, 1996) สำหรับในด้านลบแล้วพบว่าในเชิงเศรษฐกิจรายได้จากการท่องเที่ยวอาจนำไปสู่หนี้สินหรือการใช้จ่ายที่สิ้นเปลืองเนื่องจากลุ่มหลงไปกับความเจริญทางวัตถุที่เข้ามากับธุรกิจการท่องเที่ยว ในทางสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นำผู้คนจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาพบกัน ย่อมต้องมีการติดต่อแลกเปลี่ยนแบบวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย การรับวัฒนธรรมมักจะเป็นไปในลักษณะของคนท้องถิ่นการเลียนแบบรับเอาวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมาปฏิบัติ มีส่วนบิดเบือนวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น วัฒนธรรมด้านภาษา การแต่งกาย ศิลปกรรมจรรยาและค่านิยมทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มของอาชญากรรมหรือโสเภณีได้ (Lea, 1988: 62) วัฒนธรรมประเพณีที่นักท่องเที่ยวชื่นชมนั้นกลายเป็นวัฒนธรรมเพื่อการแสดง เป็นเพียงสินค้าอย่างหนึ่งที่น่าออกมาขายโดยไม่มีส่วนสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของสังคมนั้น (Cohen, 1996).

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพบปะติดต่อกันอย่างใกล้ชิดของคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีที่แท้จริง ดังนั้นหากเกิดผลกระทบในด้านลบตามมาจึงมีแนวโน้มว่าจะมีความรุนแรงกว่าผลกระทบของการท่องเที่ยวในรูปแบบเก่า สิ่งเหล่านี้ได้เกิดขึ้นบ้างแล้วกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในภาคเหนือ ที่เริ่มขึ้นมานานพอสมควรแล้ว การติดต่อกับนักท่องเที่ยวในบริเวณนี้ส่งผลให้คนท้องถิ่นเริ่มเรียนรู้และเข้ามามีส่วนในธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น มีการลงทุนสร้างที่พัก ร่วมมือกัน

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตของชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำนี้ สามารถแบ่งการศึกษาเอกสารออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการศึกษาประเด็นเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวโดยรวม และอีกส่วนหนึ่งคือ เอกสารการศึกษาเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำ ทั้งนี้เพื่อจะให้เห็นเค้าร่างของการพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวและชุมชนตลาดน้ำ ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่ง มิใช่เป็นเพียงตลาดซื้อขายสินค้าของชาวบ้านชาวสวนใน

พื้นที่ใกล้เคียงหรือมีบ้านเรือนอยู่บนสายน้ำเส้นเดียวกันเช่นในอดีตเท่านั้น เนื่องจากตลาดน้ำมีลักษณะพิเศษบางประการที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของตลาด ซึ่งไม่ได้อยู่บนบก และรูปแบบกิจกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องล่องเรือไปตามลำน้ำ เพื่อสัมผัสบรรยากาศของชุมชนและวิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวบ้าน ความประทับใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อตลาดน้ำ จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการพบเห็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน และวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้ำมากขึ้น ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทั้งในด้านกิจกรรมการซื้อขายสินค้า ซึ่งเคยเป็นแค่ส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต ก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบออกไป ทั้งในส่วนของตัวสินค้า การแต่งตัวของพ่อค้าแม่ขาย เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันตลาดน้ำก็ได้มีการพัฒนาไปจนถึงขั้นมีการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นในชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ทั้งหมดนี้ล้วนมาจากความพิเศษเฉพาะตัวของตลาดน้ำในฐานะที่เป็นแหล่งจูงใจนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น ดังนั้นการทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้นจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ใน Webster Dictionary ได้ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “Tourism (n), (1) The practice of traveling for recreation (2) The guidance or management of tourist (3) A : the promotion of encouragement of touring , B : the accommodation of tourists” จากความหมายนี้ จะเห็นว่าคำว่า “การท่องเที่ยว” ไม่ได้เป็นเพียงการออกจากบ้านเพื่อไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อพักผ่อนเท่านั้น แต่ครอบคลุมไปถึงนักท่องเที่ยว การจัดการ และกระบวนการท่องเที่ยวโดยรวม

ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวก็ได้มีการพัฒนารูปแบบออกไปมากมายหลายหลาก ขึ้นอยู่กับรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละคน กระแสการท่องเที่ยวที่คนทั้งประเทศกำลังให้ความสนใจมากในขณะนี้ก็คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งถูกพูดถึงในการประชุม Globe'90 ที่ ประเทศแคนาดา โดยให้คำจำกัดว่า “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้อง สงวนรักษาโอกาสของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย” (สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย , 2538)

จากความหมายนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงไม่ได้มีเพียงนักท่องเที่ยวอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึง คนในท้องถิ่น และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแล ปกป้องทรัพยากรไว้เพื่อคนรุ่นหลังด้วย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับกลุ่มคนอย่างน้อย 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว และบุคคลผู้ถูกจัดว่าเป็นเจ้าของท้องถิ่น หรือผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะเป็นจุดที่กลุ่มคนทั้ง 3 กลุ่ม มีความสนใจร่วมกัน (Common Interest) นักท่องเที่ยว มีความต้องการที่จะได้รับความสนุกสนานจากแหล่งท่องเที่ยว โดยยินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในระดับที่เขาพอใจ ผู้ประกอบการ จะพยายามอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อแลกเปลี่ยนกับรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้ง 2 กลุ่มนี้จะไม่ใส่ใจกับความเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ตรงกันข้ามกับกลุ่มที่ 3 ซึ่งเป็น บุคคลที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น และมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่โดยตรง ความเปลี่ยนแปลงหรือผล

กระทบใด ๆ ที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความเสื่อมโทรม อาชีพ หรือรายได้ ย่อมหมายถึงชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขาด้วย เหตุนี้บุคคลกลุ่มนี้คือผู้ที่ต้องทำหน้าที่ดูแลจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากที่สุด (มนัส สุวรรณ , 2542: 48) กระบวนการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหมด จึงเป็นกิจกรรมที่สามารถส่งผลกระทบระยะยาวและกว้างขวางต่อบุคคลหลายกลุ่ม ซึ่งผลกระทบต่าง ๆ นั้นอาจค่อย ๆ สะสมขึ้นทีละน้อย แต่ก่อให้เกิดปัญหาที่เรื้อรังในหลายพื้นที่ ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นปัญหาของชุมชน ที่ไม่สามารถหาทางแก้ไขได้ เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชนนั้นมีมานาน และมีความสลับซับซ้อน

Cohen (1996: 6) กล่าวถึงผลกระทบของการขยายตัวอย่างรวดเร็วของกิจกรรมการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยว่ามีผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นเปลี่ยนไป ความสัมพันธ์อันดีมิตรและการต้อนรับขับสู้คนแปลกหน้าอย่างอบอุ่นและจริงใจตามวัฒนธรรมไทยเริ่มลดน้อยลงทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปโดยมองว่านักท่องเที่ยวเป็นแหล่งผลประโยชน์ เป็นผู้นำรายได้อย่างงามมาให้โดยผู้ต้อนรับไม่ต้องทำงานหนัก การติดต่อระหว่างคนสองกลุ่มกลายเป็นเรื่องของการเก็งกำไรและขาดทุน การท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ตายตัวและจ่ายเงินล่วงหน้าเพื่อทำกิจกรรมทำนักท่องเที่ยวต้องการได้รับสิ่งตอบแทนที่คุ้มค่า คนท้องถิ่นเกิดความเคียดชังกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มองเป็นเรื่องของธุรกิจ เรื่องของการขายสินค้าและบริการ ทำให้การติดต่อทำความรู้จักและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลลดน้อยลง มีช่องว่างระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการมากขึ้น ความเป็นมิตรและแม่แต่ "ยิ้มสยาม" ก็กลายเป็นการกระทำโดยอัตโนมัติหรือการเสแสร้งเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการแสดงตามบทบาทของอาชีพผู้ให้บริการ มีอาชญากรรมที่กระทำกับนักท่องเที่ยวโดยการเข้าไปตีสนิทเพื่อหลอกลวงทรัพย์สินจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ประเด็นเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในช่วงเวลาที่ผ่านมานั้น ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับสถานที่ที่ทำการศึกษเป็นหลัก ซึ่งมักเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติโดดเด่น เช่น ชายหาด เกาะแก่งต่าง ๆ หรือเน้นไปที่รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดินป่า Homestay ทิวทัศน์ธรรมชาติ ฯลฯ ซึ่งไม่อาจจะพิจารณาจากปัจจัยใดก็ตาม ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนในชุมชน ก็ล้วนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เกิดผลกระทบทั้งทางบวก ซึ่งมักเป็นรายได้และโอกาสในการประกอบอาชีพ กับทางลบ ซึ่งมีทั้งเรื่องของสภาพแวดล้อม ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ และอื่น ๆ

การศึกษาเรื่อง *ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวแก่ภาคผู้ บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย* พบว่า ชาวบ้านที่หมู่บ้านแห่งนี้ เดิมเคยประกอบอาชีพเกษตรกรรมทั้งหมู่บ้าน แต่ต่อมาแก่ภาคผู้ในหมู่บ้านได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านจึงหันมาประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพราะสามารถสร้างรายได้ดีกว่าอาชีพเกษตรกรรม สิ่งที่ตามมาคือทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น หนี้สินลดลง ภาวะการว่างงานลดลงโดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานสตรี การอพยพแรงงานไปทำงานนอกหมู่บ้านลดลง การส่งเสริมให้บุตรหลานมีการศึกษาต่อเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ชาวบ้านจะได้รับข่าวสารการตลาดจากสื่อต่างๆ มากขึ้น ทำให้มีความรู้เรื่องข่าวสารการท่องเที่ยวและข่าวสารอื่น ๆ ได้มาก แต่ขณะเดียวกันก็พบว่า ชาวบ้านมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น ราคาที่ดินบริเวณใกล้เคียงแก่ภาคผู้มีราคาสูงขึ้นมากต้องใช้ทุนหมุนเวียนสูงในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเกิดปัญหาคนท้องถิ่นถูกแย่งอาชีพด้วย (อริยัญญา สุวรรณดี , 2538) ซึ่งผลกระทบแบบเดียวกับที่กล่าวมานี้ ก็เกิดขึ้นกับอีกหลาย ๆ พื้นที่ไม่ว่าจะเป็น ที่เกาะเสม็ด จ.

ระยอง จากการศึกษาเรื่อง การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวต่อเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดย เกษม จันทรแก้ว และคณะ (2531) และที่บ้านคูเต่า จ.อุบลราชธานี ด้วยเช่นกัน ในงานศึกษาเรื่อง ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม จากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชาวบ้านคูเต่า ตำบลแจระแม อำเภอมือเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งนอกจากจะเกิดปัญหาราคาที่ดินสูง ชาวบ้านบริโภคสิ่งอำนวยความสะดวกมากขั้นแล้ว ยังเกิดปัญหาด้านการทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ค่าครองชีพสูงขึ้น มีปัญหาด้านการพนัน ยาเสพติด อาชญากรรมและการมั่วสุมทางเพศบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย (กิตติพงษ์ ประชุมแดง ,2533)

การศึกษาเรื่อง โครงการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนในท้องถิ่น พบว่า การที่ประชาชนท้องถิ่นได้รับโอกาสในการประกอบอาชีพและมีรายได้ อย่างไรก็ดีมีผลเสียทางด้านกายภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม การเกิดความเสื่อมโทรมทางสิ่งแวดล้อม เพราะมีการแสวงหาเส้นทางเดินป่าใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องและไม่มีการควบคุม ตลอดจนไม่มีการบริหารจัดการที่ดีสำหรับเส้นทางเดินป่าทางเดิม (คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล , 2535) เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า อิทธิพลของการท่องเที่ยว มีผลต่อสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวและประชาชน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมของประชาชน อาจจะเป็นไปในเรื่องการเปลี่ยนแปลงการประกอบอาชีพ การเปลี่ยนแปลงประเพณีที่เคยปฏิบัติกันอยู่ การเปลี่ยนแปลงด้านการกินอยู่ และการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบความสัมพันธ์ของบุคคล ความเจริญจนกลายเป็นสังคมเมือง มีอิทธิพลทำให้ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดแบบสังคมชนบทลดน้อยถอยลง การท่องเที่ยวยังมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายด้วย โดยมีการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบทันสมัย และอนุรักษ์การแต่งกายแบบเดิม (ภาควิชาสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล , 2529)

อาคม พงษ์และคณะ (2533) ก็ได้ข้อค้นพบว่าการท่องเที่ยวส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนเช่นเดียวกับที่เชียงใหม่ ใน รายงานการวิจัยเรื่องผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมภาคใต้ กล่าวคือ ชาวบ้านมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องการแต่งกาย การใช้เวลาในชีวิตประจำวัน ใช้เวลาพักผ่อนน้อยลง มีการใช้เวลาเพื่อการสังคม ธุรกิจและการท่องเที่ยวมากขึ้น ความสัมพันธ์ในครอบครัวเปลี่ยนแปลงในลักษณะขาดความอบอุ่นมากขึ้น ขาดความเคารพตามสถานภาพและลำดับอาวุโสมากขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างบ้านกับบ้าน บ้านกับองค์กรอื่น ๆ มีการรวมกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ กันมากขึ้น บางกลุ่มผลประโยชน์เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในสังคม เกิดช่องว่างทางสังคมมากขึ้น มีการนำเอาประเพณีและพิธีกรรมที่ยังปฏิบัติอยู่มาใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจนทำให้เกิดความเสียหายต่อประเพณีดั้งเดิม การฟื้นฟูประเพณีบางอย่างเพื่อรับการท่องเที่ยว มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปบ้างและมีการสร้างประเพณีขึ้นใหม่เพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวก็ทำให้ศิลปินและชาวบ้านก็รู้จักตระหนักในคุณค่าของนันทนาการชาวบ้านมากขึ้น มีการฟื้นฟูนันทนาการชาวบ้านที่เสื่อมความนิยมหรือสูญหายไปแล้วขึ้นมาใหม่

สุรีย์ บุญญาอนุพงษ์ (2539) ซึ่งศึกษา ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน ยังพบอีกว่า การท่องเที่ยวได้เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนอย่างรวดเร็ว การพัฒนาด้านการคมนาคม การบริการสาธารณสุขไปรษณีย์ และสาธารณสุขการต่าง ๆ รวมทั้งการบริการทางสังคมอื่น ๆ ได้รับการสนับสนุนมากขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่เกิด

ขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพและเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทาง สังคม วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนอีกด้วย และการเปลี่ยนแปลงในส่วนนี้เป็นไปในทางลบมากกว่าทางบวก ซึ่งเป็นผลกระทบกลับมาสู่การขยายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำ

ตลาดน้ำเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจทั้งในแง่สถานที่ และกิจกรรม ก็พบว่าเกิดปัญหา เช่นเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ คือมีทั้งส่วนที่เป็นผลกระทบทางบวกและทางลบต่อชุมชน แต่การศึกษาเรื่องตลาดน้ำ มักถูกพูดถึงในแง่ของการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะพูดถึงผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชนโดยตรง ทั้ง ๆ ที่ชุมชนตลาดน้ำ ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าพื้นที่อื่น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บนฐานของวิถีชีวิตชุมชน เป็นชุมชนที่ต้องมีการดูแลจัดการทรัพยากรอย่างที่เหมาะสม จึงจะสามารถเป็นแหล่งที่ยั่งยืนต่อไปได้ ตลาดน้ำที่ถูกพูดถึงมากที่สุด เห็นจะได้แก่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่เก่าแก่ มีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 รัชดา สารยา กล่าวถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวกไว้ในนิตยสารเมืองโบราณ (ปีที่ 15 ฉบับเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2542) ในลักษณะเดียวกับงานของ นิลนันทน์ ซึ่งได้อธิบายไว้ในบทความเรื่อง *ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี* (บ้านและสวน ปีที่ 10 ฉบับเดือนตุลาคม 2528) โดยกล่าวว่า ในอดีต ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มิได้มีรูปแบบการค้าเดินชีวิตหรือการค้าขายดังเช่นทุกวันนี้ เพราะการค้าปัจจุบันเป็นการค้าเพื่อการท่องเที่ยว คือกลายเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มิใช่การค้าเพื่อยังชีพและสมาคมดังเช่นอดีต

อย่างไรก็ตามที่ปัจจุบันมีตลาดน้ำน้อยลงก็เนื่องจากพัฒนาการของตลาดน้ำเดิมเปลี่ยนไปเป็นตลาดบวมมากขึ้น ซึ่งปรากฏข้อมูลในเอกสารหลายเล่ม เช่น *ตลาดน้ำ : ย่านชุมชนริมน้ำในสังคมเมืองสยาม* ระบุว่า ครั้งเมื่อยังมีการค้าขายโดยการคมนาคม แรก ๆ พ่อค้าแม่ขายทั้งหลายก็จะมารวมกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า ณ สถานที่ที่ทำการตกลงกันได้ โดยจะอยู่แต่เฉพาะบนฝั่งน้ำเท่านั้น แต่เมื่อการแลกเปลี่ยนสินค้านี้มีการดำเนินมาระยะหนึ่ง ชุมชนหรือบ้านเรือนที่อยู่ริมน้ำนั้นก็แปรสภาพจากที่เป็นเพียงที่อยู่อาศัยริมน้ำ มาเป็นร้านค้าริมน้ำ (สำนักพิมพ์เมืองโบราณ , 2537) ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ สุกุณี ญัฐพุลวัฒน์ (2541) ใน *ตลาดน้ำ วิถีชีวิตพ่อค้า – แม่ขายไทย* ที่ว่า วิถีชีวิตของพ่อค้าแม่ค้าตลาดน้ำนั้นมีการเปลี่ยนแปลงและได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาด้านการคมนาคมทางบกเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อมีการสร้างถนน ติดต่อกับสังคมภายนอกได้สะดวกกว่าทางน้ำ ตลาดน้ำก็เริ่มหายไป

ตลาดน้ำอีกหลายแห่งที่ต้องล่มสลายไป หรือค่อย ๆ เลิกกิจการไป เนื่องจากได้ปรับตัวเข้าสู่ความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในด้านการคมนาคม ไม่ว่าจะเป็นตลาดน้ำบ้านกระแซง จากบทความเรื่อง *ตลาดน้ำบางกระแซง* โดย ทองคำ พันนัทธี ในวารสารวัฒนธรรมไทย (ปีที่ 31 ฉบับที่ 9 2537) เช่นเดียวกับตลาดน้ำบางขุนเทียนหรือตลาดน้ำวัดจอมทอง ที่สุจิตต์ วงษ์เทศ (2539) ได้เล่าไว้ในหนังสือ *แม่น้ำลำคลองสายประวัติศาสตร์* ว่า ตลาดน้ำบางขุนเทียนนั้นล่มสลายไปเนื่องจาก ในตอนแรกเมื่อมีรถไฟสายมหาชัย และรถไฟจอดสถานีจอมทอง คนก็ไปซื้อสินค้าที่ตลาดน้ำแห่งนี้ได้สะดวก ต่อมา เกิดอุบัติเหตุรถไฟชนกันบ่อยครั้งที่สถานีจอมทอง เพราะเส้นทางคดโค้งมาก ทางราชการจึงไม่จอดสถานีจอมทอง แต่เลยไปจอดสถานีวัดไทรแทน เป็นเหตุให้ตลาดน้ำย้ายไปอยู่ที่วัดไทร นอกจากนี้การศึกษาเรื่อง *ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคม-เศรษฐกิจ ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี* ยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า เมื่อตลาดน้ำบางขุนเทียนหรือตลาดน้ำวัดไทรได้เริ่มสลายตัวไป องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว

เที่ยว (อสท.) ก็เริ่มหันมาแสวงหาดลาดน้ำแห่งใหม่เพื่อเป็นจุดสนใจแทนตลาดน้ำบางขุนเทียน และเห็นว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้นอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยว จึงหันมาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำแห่งนี้แทน ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นตลาดนัดซื้อขาย – แลกเปลี่ยนสินค้ากันระหว่างชาวบ้าน เริ่มกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปมากขึ้น และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ดำเนินสะดวกก็ขยายตัวมากขึ้นนับแต่นั้นเป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม เมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็เริ่มเกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เช่น ระหว่างกลุ่มผู้ค้าขายสินค้าที่ระลึก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรับมาจากแหล่งเดียวกัน แต่ตั้งราคาต่างกัน และความขัดแย้งระหว่างผู้ขายเรือบริการ ซึ่งจะแย่งลูกค้ากัน แต่ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มทั้งสองนั้นก็สามารคลี่คลายและประนีประนอมกันได้ เนื่องจากมีความผูกพัน และความรู้สึกร่วมในชุมชนเป็นฐานอยู่ (นวล สารสอน, 2533) ซึ่งพบว่าเป็นปัญหาที่แม้ในปัจจุบันก็ยังมีอยู่แต่ก็ไม่มี ความรุนแรงอะไร ดังปรากฏในรายงานเรื่อง *ดำเนินจำ* (สายัณห์ วิจิตโชติ, 2543) และรายงานเรื่อง *ชีวิตชาวตลาดน้ำดำเนินสะดวก* (สมพงษ์ พลายงาม, 2544) นอกจากนี้ยังพบว่า มีประเด็นปัญหาอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมชาวดำเนินฯ ตามมาอีกหลายด้าน เช่น ด้านสาธารณสุข ดังปรากฏในวิทยานิพนธ์ เรื่อง *พฤติกรรมของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการรักษาความสะอาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี* ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรักษาความสะอาดของคนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ชาวบ้านเคยรับข่าวสารเรื่องการรักษาความสะอาดตลาดน้ำดำเนินสะดวก และปฏิบัติตาม แม้จะไม่เคยทิ้งขยะในที่สาธารณะ แต่หลายคนก็เคยทิ้งขยะลงคลอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเคยชินที่ได้ปฏิบัติกันมานานและผู้ปฏิบัติยังไม่ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมดังกล่าว ผลการศึกษายังพบว่าคนในชุมชนดำเนินสะดวกส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมการเก็บและกำจัดขยะไม่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลเท่าที่ควร ขยะจากครัวเรือนยังไม่มีการแยกทิ้งในถังขยะเปียกและขยะแห้ง และบางส่วนจะนำไปทิ้งในถังขยะของสุขาภิบาล แต่บางส่วนจะทิ้งลงคลองข้างถนนหรือใต้ถุนบ้าน (วจิณี แสงสว่าง, 2535) ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อคนในชุมชนอย่างชัดเจน ไม่เฉพาะแต่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวงจรของการท่องเที่ยว หากรวมไปถึงชาวบ้านทั่ว ๆ ไปด้วย ซึ่งแม้จะเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและนำรายได้เข้าสู่ชุมชน แต่การท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่จะต้องดำเนินการอย่างระมัดระวัง มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ และระยะยาว เพื่อป้องกันปัญหาอันอาจจะเกิดตามมา

ในขณะเดียวกัน รมิดา สะวีคามิน (2543) ได้กล่าวไว้ในสารนิพนธ์เรื่อง *ความสัมพันธ์ทางสังคมในตลาดดอนหวาย จ.นครปฐม* ว่า รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองก็ได้มีความพยายามที่จะสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ขึ้น รวมทั้งตลาดน้ำด้วย โดยร่วมมือกับบางชุมชนที่มองเห็นศักยภาพของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในลักษณะตลาดน้ำอย่างชุมชนดลิ่งชัน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่โดยมิได้มีรากฐานมาจากความเป็นตลาดน้ำแบบดั้งเดิมเช่นที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หากแต่เกิดจากการวางแผนและพยายามผลักดันสถานที่ท่องเที่ยวที่เลียนแบบตลาดน้ำขึ้นเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ โดยพัฒนาขึ้นมาเป็นตลาดริมน้ำ ผ่านการวางแผนและพยายามผลักดันให้ชุมชนตลาดน้ำของตนเป็นตลาดน้ำที่สามารถรองรับกระแสการท่องเที่ยวได้ แม้ว่าชุมชนของตนจะเป็นชุมชนขนาดเล็กถ้าเทียบกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก วิทยานิพนธ์เรื่อง *วิถีชีวิตชาวสวนกับการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร* พบว่า มีการพัฒนาพื้นที่บริเวณตลาดน้ำขึ้นมาเป็นตลาดริมน้ำ เมื่อปี 2500 และทำเส้นทางเดินเรือ และสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำขึ้นมาใหม่ แต่ต่อมาไม่นานก็ซบเซาไป จนกระทั่งปี 2541 เรืออากาศโทอาราวุสส์ ปัทมะสุคนธ์ ผู้อำนวยการเขตคนปัจจุบัน (2543) ก็

ได้ปรับปรุงตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของผู้ว่า กรุงเทพมหานคร ในขณะนั้น (ดร.พิจิตต รัตตกุล) ทั้งยังได้มีการจัดสร้างโป๊ะแพ ปรับปรุงถนนหนทาง สร้างสวนหย่อม และ ลานจอดรถ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ นอกจากนี้ผู้ค้าขายทั้งหมดยังได้มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็น “ประชาคมตลาดน้ำ” เลือกระชาชน และกรรมการขึ้นมาบริหาร จัดการและดูแลกิจกรรมของตลาดน้ำตลิ่งชันให้ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น โดยมีบทเรียนจากการล้มเหลวครั้งก่อน เป็นตัวอย่างเพื่อศึกษาปัญหา การรื้อฟื้นตลาดน้ำตลิ่งชันครั้งนี้ จึงมีการสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนมากขึ้น พร้อมกับร่วมมือกับฝ่ายรัฐ คือสำนักงานเขตตลิ่งชัน (วารสาร ณ มนต์ไทรเวศย์ , 2543)

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมตลาดน้ำตลิ่งชันมักถูกพูดถึงในแง่ของการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มากกว่า ซึ่งต่อมาก็ได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่อาจไม่มีเวลาไปไกลถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในงานวิจัยเรื่อง *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน* ได้กล่าวถึงความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวมีต่อตลาดน้ำแห่งนี้ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ทั้งเรื่องเวลา และสถานที่ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งสามารถนำไปใช้พัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น (ทองหยด สวนทอง , 2539) เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่อง *การศึกษาแนวทางพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ* ที่ให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลอดจนศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับตลาดน้ำแห่งนี้ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพของน้ำ และคุณค่าของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งทั้งหมดนี้ก็นำไปใช้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งที่สามารถส่งเสริมรายได้และเศรษฐกิจของชุมชนไปพร้อมกับการรักษาคุณค่าแห่งวิถีชีวิตชุมชนด้วย (ประดับ เรียงประยูร , 2541)

ดังนั้นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตลาดน้ำ จำต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นไปจากเดิม แต่ก็ป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้ตลาดหรือชุมชนนั้น ๆ สามารถคงอยู่ในสังคมต่อไปได้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวก็มีทั้งที่เป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งรายได้ใหม่ ๆ ให้กับชุมชน แต่ก็มีส่วนผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงกับวิถีชีวิตของผู้คนที่มีมาแต่ดั้งเดิมด้วย ซึ่งทำให้ท่านสนใจว่า ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำทั้งสองแบบนั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร และหากจะมีการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ในที่อื่น ๆ เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยว นั้น ปัญหาและอุปสรรคที่ต้องเผชิญต่อไปนั้นมีอะไรบ้าง ตลอดจนแนวทางการแก้ไขที่ผ่านมานั้นสามารถแก้ปัญหาได้มากน้อยเพียงใด สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถกำหนดบทบาท และความร่วมมืออย่างเหมาะสม ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต้องอาศัยการทำงานที่สอดคล้องกันระหว่างรัฐและชุมชน จึงจะทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างยั่งยืน และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชนไปพร้อม ๆ กัน

ขอบเขตของการวิจัย

1) ขอบเขตของสถานที่ที่ทำการศึกษา

ศึกษาชุมชนตลาดน้ำสองแห่ง คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อ. ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการของชุมชนริมน้ำในย่านนั้นก่อนแล้วจึงพัฒนารูปแบบใหม่ขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากนอกชุมชน กลายเป็นตลาดที่สนองตอบธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นหลัก และตลาดน้ำตลิ่งชัน อ.ตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่โดยความร่วมมือของประชาคมในชุมชน

กับหน่วยงานของรัฐเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างอาชีพและหารายได้ให้กับสมาชิกของชุมชน

2) ขอบเขตของเนื้อหาที่ทำการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับวิถีชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น อันได้แก่ พ่อค้าแม่ค้าที่มาขายของ ทั้งที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าในชุมชน และที่เป็นคนนอก กลุ่มไกด์ทั้งไกด์จากบริษัททัวร์ และไกด์ท้องถิ่น เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ ชาวบ้าน รวมถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

อีกประเด็นหนึ่งคือ ศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อทำความเข้าใจและหาวิธีแก้ปัญหา อันจะเป็นประโยชน์ต่อการตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน ในด้านการจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

เนื่องจากตลาดน้ำที่เลือกศึกษาในครั้งนี้เป็นตลาดน้ำที่มีรูปแบบ ความเป็นมาที่แตกต่างกันมากทั้งในด้านของพัฒนาการ การจัดการและระยะเวลาที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความเป็นมาที่ยาวนานและมีความสลับซับซ้อนในด้านการจัดการและผู้มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องมากกว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมาก การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนแต่ละแห่ง เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงจะนำมาวิเคราะห์ดูว่ามีประเด็นใดที่ใกล้เคียง สามารถนำมาศึกษาเปรียบเทียบกันได้บ้างโดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนบทบาทและการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการทรัพยากรของชุมชนตลาดน้ำ ทั้งแบบดั้งเดิมและที่มีการจัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

การดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในสาขาวิชามานุษยวิทยา โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น

1) การวิจัยเอกสาร ทบทวนวรรณกรรม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและรูปแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสังคมไทยโดยเน้นประวัติและพัฒนาการของตลาดน้ำ

2) การวิจัยภาคสนาม โดยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น

2.1.1 การสำรวจพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดน้ำต่าง ๆ ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ทั้งนี้จะใช้วิธีการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์อย่างคร่าว ๆ เพื่อให้มองเห็นภาพรวมและปูพื้นฐานในการทำความเข้าใจรูปแบบต่าง ๆ ในการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2.1.2 การเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำที่ทำการศึกษา โดยการสังเกตการณ์และพูดคุยกับนักท่องเที่ยว ชาวบ้าน พ่อค้าแม่ค้า และกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเบื้องต้นที่ได้มาจัดแยกแยะ จัดระบบเพื่อนำประเด็นที่น่าสนใจและเกี่ยวข้อง กับขอบเขตงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และการตั้งคำถามในการเก็บข้อมูลขั้นต่อไป ซึ่งได้แก่ (ก) การสร้างแบบสอบถามทัศนคติและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในเรื่องของรูปแบบการ

ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ (ข) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน และ (ค) การเก็บข้อมูลแบบ Focus group

2.1.3 การเก็บข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept interview) หลังจากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นและทำความคุ้นเคยกับชุมชนแล้ว ได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้งสองแห่งที่จัดเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ได้ โดยที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ได้สัมภาษณ์เจ้าของท่าเรือที่ทำธุรกิจในตลาดน้ำดำเนินสะดวกจำนวน 9 ราย สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจและผู้ค้ารายย่อย เช่น เจ้าของร้านค้า คนพายเรือขายของ คนรับจ้างพายเรือ ลูกจ้างขายของตามท่าเรือ คนขายของเร่ 30 ราย กลุ่มผู้นำท้องถิ่น ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลดำเนินสะดวก 8 ราย ที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้สัมภาษณ์กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า 20 ราย กลุ่มผู้ดำเนินการเรือท่องเที่ยว 4 ราย ผู้นำท้องถิ่นและสมาชิกประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน 5 ราย เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน 2 ราย

3. การเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว ในเรื่องของรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ เหตุผลที่มาเที่ยว ความพึงพอใจในการใช้บริการและข้อเสนอแนะที่มี ในการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเพื่อทำแบบสอบถามจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง (นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ) มีโอกาสเท่ากันในการถูกเลือก

เนื่องจากสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 80 และนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 20 จึงใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 ชุด และชาวไทย 25 ชุด

ส่วนที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทยถึงร้อยละ 90 ก็จะใช้แบบสอบถาม 90 ชุดกับชาวไทยและ 10 ชุดสำหรับชาวต่างประเทศ

ข้อมูลส่วนนี้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณเฉพาะในบางประเด็นเพื่อเสริมข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้งสองแห่งแล้ว

4. การเก็บข้อมูลแบบ focus group จัดประชุมกลุ่มกับกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งสองแห่ง เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องบทบาทและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคราชการและคนในชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ได้รับความร่วมมือและจัด focus group ได้เพียง 3 กลุ่ม คือกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน (ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่ม 8 คน) กลุ่มผู้นำชุมชนเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก (ผู้เข้าร่วมประชุมรวม 10 คน) และกลุ่มมัคคุเทศก์อาวุโส (ผู้เข้าร่วมประชุม 10 คน) ประกอบด้วยกลุ่มมัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์และเห็นพัฒนาการของการท่องเที่ยวตลาดน้ำมาประมาณ 20-30 ปี ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์กับตลาดน้ำดำเนินสะดวกเท่านั้น เนื่องจากตลาดน้ำตลิ่งชันยังไม่มีจัดการในรูปแบบของบริษัททัวร์ขนาดใหญ่

5. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1-4 มาสังเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้างสังคมและวัฒนธรรม แบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ของคนในชุมชนตลาดน้ำทั้งสองแบบ ผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนแต่ละแห่ง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของชุมชนในด้านการจัดการการท่องเที่ยว และสรุปข้อค้นพบออกมาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในระดับนโยบาย

วัตถุประสงค์	ข้อมูลที่ต้องการ	วิธีการเก็บข้อมูล
<p>1. เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำดำเนินสะดวก</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รูปแบบ และพัฒนาการของกิจกรรม การท่องเที่ยว ในรูปของตลาดน้ำ ปัญหาและอุปสรรค ● ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเตรียมประเด็นคำถาม สำหรับการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก <p>สร้างความคุ้นเคยกับชุมชน / หาข้อมูลเกี่ยวกับ key informant ในกลุ่มต่าง ๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ศึกษาข้อมูลเอกสาร ● สํารวจตลาดน้ำในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ● เก็บข้อมูลภาคสนามเบื้องต้น ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและตลาดน้ำดำเนินสะดวก
<p>2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง</p>	<p>ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชน ความร่วมมือ ปัญหาและความขัดแย้งเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจชุมชนและ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● สัมภาษณ์เจาะลึกชาวบ้านในชุมชน ผู้นำชุมชน มัคคุเทศก์ กลุ่มนักธุรกิจพ่อค้าแม่ค้าในชุมชนตลิ่งชันและดำเนินสะดวก เกี่ยวกับความคิดเห็น ความพอใจและความเข้าใจผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน
<p>3. เพื่อศึกษาความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการและปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> ● จัด Focus Group กับกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้นำชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกและมัคคุเทศก์
<p>4. เพื่อศึกษาปัญหาและหาแนวทางในการพัฒนาโลก และรูปแบบการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงใจ และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องการ ● ข้อเสนอเชิงนโยบาย ● ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● แบบสอบถามเกี่ยวกับความเห็น ความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยว ● วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชน ● วิเคราะห์และเขียนรายงาน

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากมุมมองของคนในชุมชนทั้งในด้านบวกและลบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องตระหนักถึงปัญหาและข้อจำกัดของชุมชน รวมทั้งเข้าใจถึงความละเอียดอ่อนในการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ขณะเดียวกันก็จะทำให้ทราบถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว และสามารถจัดการกับทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด โดยเลือกวิธีการที่จะไม่ทำลายทรัพยากรของท้องถิ่น และหาแนวทางหรือมาตรการที่เหมาะสมในการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

การนำผลงานวิจัยไปใช้

ชุมชน / ท้องถิ่น

- สามารถนำข้อมูลไปพัฒนารูปแบบการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนและสามารถประสานผลประโยชน์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน โดยให้กระทบกระเทือนต่อวิถีชีวิตชุมชนน้อยที่สุด

หน่วยราชการ

- เกิดการประสานความร่วมมือ สนับสนุน และอำนวยความสะดวก ให้กับชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น
- สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชาวบ้าน ชุมชน กับหน่วยงานราชการ ในการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน ผ่านกระบวนการสร้างความร่วมมือในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน
- ใช้เป็นตัวอย่างของการศึกษาถึง รูปแบบและปัญหาในการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่มีลักษณะหรือปัจจัยต่าง ๆ ใกล้เคียงกับชุมชนที่ศึกษา หากมีความต้องการที่จะผลักดันให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในชุมชนของตน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวในลักษณะตลาดน้ำ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่เป็นอยู่และส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- เลือกประเด็นที่จะประชาสัมพันธ์ลักษณะหรือความน่าสนใจของการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างเข้าใจ โดยไม่ทำลายลักษณะวิถีชีวิตชุมชน

บทที่ 1

พัฒนาการชุมชนและตลาดน้ำดำเนินสะดวก

บทต่อไปนี้จะกล่าวถึงภาพรวมของพัฒนาการในชุมชนและตลาดน้ำดำเนินสะดวก โดยจะเน้นมุมมองหลักไปที่พัฒนาการของรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งแบ่งระยะเวลาศึกษาออกเป็น 3 ช่วง ช่วงแรกเป็นระยะอดีตตั้งแต่ช่วงก่อนขุดคลองดำเนินสะดวกจนถึง พ.ศ. 2500 ช่วงที่สองอยู่ในระยะ พ.ศ. 2500 ถึง พ.ศ. 2515 และช่วงที่สามเป็นระยะปัจจุบัน พ.ศ. 2515 ถึง พ.ศ. 2545 ซึ่งข้อมูลหลักที่นำมาอ้างอิงมาจากหลายแหล่ง ได้แก่ หนังสือประวัติศาสตร์ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เขียนโดยพระครูสิริวรรณวิวัฒน์ วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมือง มหาวิทยาลัยมหิดล ในหัวข้อ “วิวัฒนาการชุมชน และตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี” หนังสือที่ระลึกพิธีเปิดอาคารที่ว่าการอำเภอดำเนินสะดวก บรรยายสรุปราชการอำเภอดำเนินสะดวก ประจำปี พ.ศ. 2542 และข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในชุมชนดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

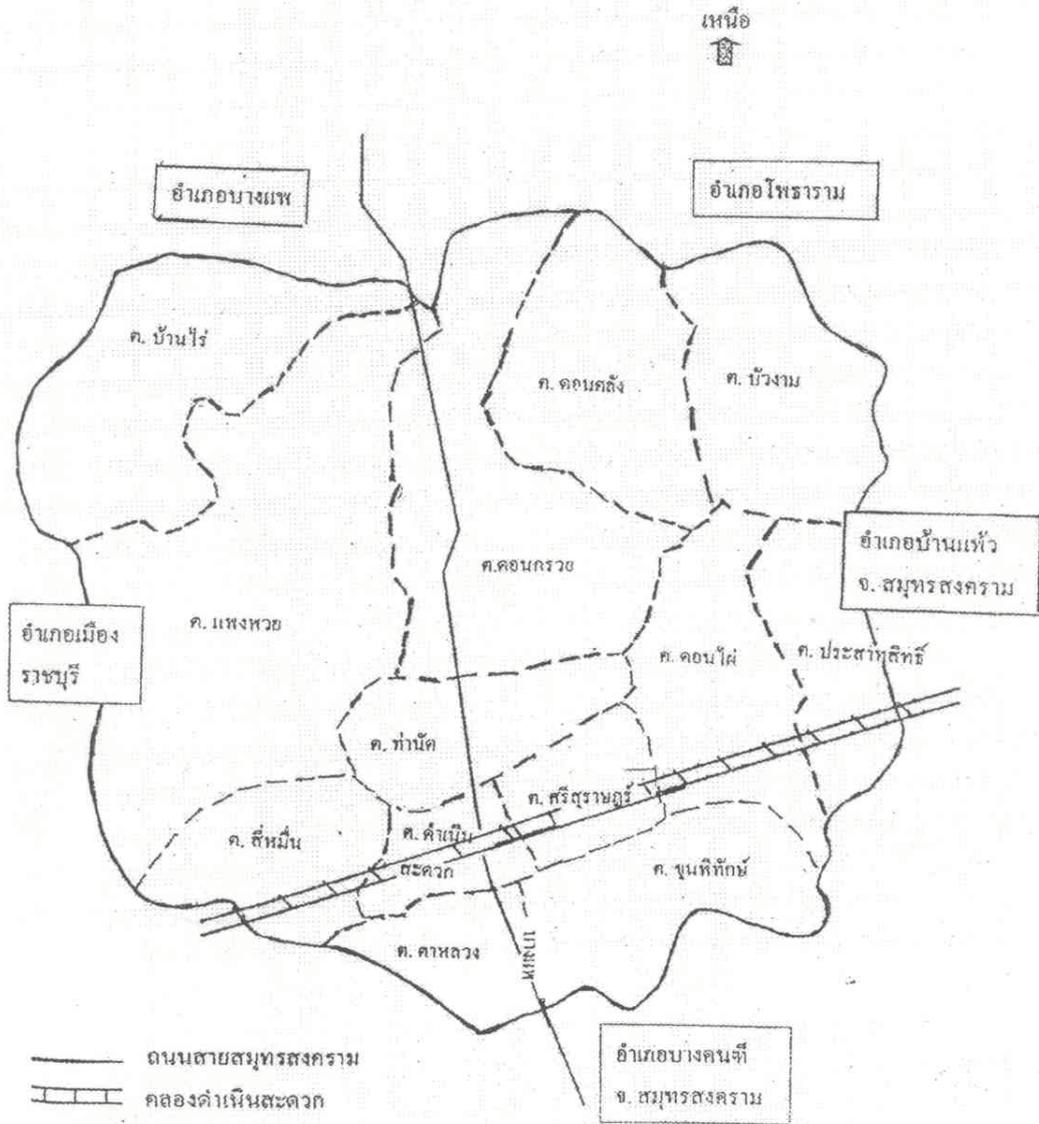
ที่ตั้ง อาณาเขต ลักษณะทางกายภาพ และประชากร

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ตอนใต้ของอำเภอประมาณ 2,800 ไร่ หรือประมาณ 4.48 ตารางกิโลเมตร ในการศึกษาครั้งนี้จำกัดเขตพื้นที่ชุมชนที่ศึกษาอยู่เฉพาะชุมชนในบริเวณหมู่ 9 และหมู่ 10 ของ ตำบลดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นชุมชนที่เป็นที่ตั้งของตลาดน้ำดำเนิน หมู่ 9 มีจำนวนประชากรทั้งหมด 485 ครัวเรือนเป็น ชาย 699 คน หญิง 839 คน รวม 1,538 คน ส่วนหมู่ 10 มีจำนวนประชากร 278 ครัวเรือน เป็นชาย 538 คน หญิง 623 คน รวม 1,161 คน

ลักษณะทางกายภาพ พื้นที่โดยรวมของอำเภอดำเนินสะดวกเป็นที่ลุ่มริมแม่น้ำ สภาพดินอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่อาชีพเกษตรกรรม จึงมีผู้คนอพยพเข้ามาอยู่มาก การคมนาคมทางน้ำสะดวกจึงกลายเป็นศูนย์กลางการขนส่งและแลกเปลี่ยนผลผลิตทางการเกษตรด้วย มีคลองหลายสายตัดพาดผ่านไปแทบทุกหมู่บ้าน โดยคลองที่ใหญ่ที่สุดคือคลองดำเนินสะดวกจะเป็นคลองที่คั่นกลางระหว่างหมู่บ้านต่าง ๆ คลองแห่งนี้แต่เดิมเคยเป็นพื้นที่จัดตลาดน้ำ แต่ในตอนหลังได้ย้ายไปจัดในคลองเล็กที่เรียกว่า “คลองตันเข้ม” แทน นอกจากนี้ยังมีคลองทองหลวง คลองต้นตาล คลองลัดราชบุรี และคลองซอยอีกหลายเส้น โดยเป็นเสมือนถนนทางน้ำสายย่อย ๆ ที่ชาวบ้านเคยใช้สัญจรไปมา ก่อนที่จะมีการตัดถนนทางบก

สภาพทั่วไปของพื้นที่ประกอบด้วยคลองหลายสายดังกล่าว อันเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ชาวบ้านปลูกสร้างบ้านเรือนไม่ไปตามริมฝั่งคลองเพื่อสะดวกในการเดินทางติดต่อ ทั้งไปมาหาสู่กันและเดินทางออกไปยังพื้นที่อื่น ๆ ด้านหลังเลยตัวบ้านออกไปจะเป็นพื้นที่สวน ซึ่งเคยเป็นแหล่งผลิตพืชผลอันสำคัญที่ชาวบ้านนำใส่เรือมาแลกเปลี่ยนค้าขายกันเป็นปกติ แม้ปัจจุบันการค้าขายในตลาดน้ำไม่ได้เน้นที่ผลิตภัณฑ์จากสวนดังแต่ก่อน แต่ก็ยังคงมองเห็นการทำสวนผลไม้ และผักสวนครัวในพื้นที่รอบ ๆ ขณะเดียวกันแม้บ้านเรือนจะถูกปรับปรุงให้กลายเป็นบ้านปูนบ้าง แต่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นเรือนไม้อยู่เช่นในอดีต

แผนที่อำเภอคำเนินสะดวก



มาตราส่วน 1 : 50,000

อีกส่วนหนึ่งนอกจากบ้านเรือนและเรือกสวน คือย่านตลาด ซึ่งเป็นศูนย์กลางชุมชนในอดีต ตลาดในดำเนินสะดวก มักเป็นตลาดริมน้ำเป็นหลัก โดยแรกเริ่มชาวบ้านพายเรือขายของในคลองจะมีจุดนัดที่คลองใหญ่ เช่น คลองดำเนินสะดวก คลองลัดราชบุรี คลองทองหลวง คลองโรงหมู เป็นต้น เมื่อการท่องเที่ยวเข้าไป พื้นที่ส่วนที่เป็นตลาดน้ำก็มีความเปลี่ยนแปลงไปด้วยทั้งในเรื่องของผู้คนที่เข้ามาซื้อขายสินค้า นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้า จากต่างถิ่น ตลอดจนสินค้าที่ถูกนำใส่เรือมาขาย อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะในอดีตหรือในปัจจุบัน พื้นที่ทางกายภาพที่มีแต่คูคลองหนาแน่นเช่นนี้ จึงยังคงปรากฏภาพการขายของริมน้ำอยู่เช่นเดิม แม้ว่าจำนวนเรือจะลดลงกว่าในอดีต เกินกว่าครึ่ง

ประชากร นอกจากชาวไทย และชาวมอญบางส่วนที่อพยพมาจาก อ.บ้านม่วง จังหวัดราชบุรีแล้ว ชาวดำเนินสะดวกที่เหลือส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน เนื่องจากในอดีตมีชาวจีนเข้ามาตั้งรกรากในพื้นที่แห่งนี้ เป็นจำนวนมาก บ้างมาจากเมืองจีนเพื่อมาตั้งรกราก บ้างมารับจ้างขุดคลอง ทำสวน และอีกหลายคนเป็นพ่อค้าคนกลางมารับ-ถ่ายสินค้า ซึ่งก็มีการเข้ามาจับจองพื้นที่ให้เป็นที่ส่วนบุคคล จึงทำให้คนจีนเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่มาอยู่ที่นี้ และแม้คนจีนจำนวนไม่น้อยจะมีการแต่งงานกับคนไทย ปะปนกันจนเกิดการผสมกลมกลืนทางชาติพันธุ์ แต่ชาวจีนส่วนใหญ่ก็ไม่ได้ละทิ้งประเพณีและพิธีกรรม ความเชื่อแบบจีน ซึ่งยังคงพบเห็นได้อย่างมากมายในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น งานตรุษจีน สารทจีน เป็นต้น (โดยจะกล่าวถึงต่อไปในส่วนของประเทศและพิธีกรรม) ขณะที่ชาวไทยก็ยังคงมีความเชื่อเรื่องพุทธและผี ซึ่งผสมกับความเชื่อของชาวจีนได้เป็นอย่างดี

การคมนาคม

ก่อนปี พ.ศ. 2500 เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้มีลำคลองหลายสายเชื่อมต่อไปยังจังหวัดต่าง ๆ ได้โดยง่าย ประกอบกับยังไม่มีทางตัดถนนเข้าสู่ชุมชน ชาวบ้านจึงนิยมเดินทางด้วยเรือเป็นหลักมีเรือสัญจรเป็นจำนวนมาก ทั้งเรือใบ เรือแจว เรือพาย เรือบด เรือสำปั้น ทำให้การเดินทางและการติดต่อค้าขายของผู้คนเป็นไปอย่างสะดวก เนื่องจากดำเนินสะดวก เป็นเมืองทางผ่านสำหรับชุมชนที่อยู่ในภูมิภาคตะวันตก โดยมีเส้นทางคมนาคมค้าขายจากแม่น้ำแม่กลองเข้าคลองดำเนินสะดวก แล้วเข้ากรุงเทพฯ โดยไปตามคลองภาษีเจริญ จึงถือได้ว่าดำเนินฯ เป็นจุดพบเจอกันระหว่างสินค้าจากเมืองหลวง (กรุงเทพฯ) ของป่าและข้าวจากกาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี และอาหารทะเลจากแม่กลอง

ในส่วนของเรือโดยสาร จะมีทั้งเรือโดยสารของบริษัทสุพรรณชนสง ซึ่งผู้โดยสารได้ 60 คน มีเรือแท็กซี่รับส่งคนในดำเนินฯ ไปยังชุมชนต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีเรือเมล์หรือเรือแดง เป็นเรือ 2 ชั้นจุคนได้ถึง 80 คน เป็นเรือโดยสารสำหรับชาวบ้านทั่วไปตั้งแต่ประตูน้ำบางยางถึงประตูน้ำบางนกแขวก และเส้นทางนี้ยังเป็นเส้นทางการค้าขายของชาวบ้านที่บางส่วนซึ่งมักไปค้าขายกับชาวบ้านในเขต จ.สมุทรสงคราม โดยผ่านจากทางคลองบางนกแขวก แล้วไปตามแม่น้ำท่าจีน หรือไปทางคลองทองหลวง และไปตามคลองเล็ก ๆ หากจะไป จ.สมุทรสาคร ก็จะใช้คลองดำเนินสะดวกเป็นหลัก และหากต้องการล่องเรือไปทางใต้ก็สามารถทำได้ โดยล่องเรือตามแม่น้ำแม่กลอง เพื่อเดินทางไปยัง จ.ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี เพชรบุรี จนถึงประจวบคีรีขันธ์ เพื่อติดต่อทางการค้าได้อีกด้วย

หลังปี พ.ศ. 2500 มีการขยายเส้นทางการค้าโดยเรือสำปั้น และเรือมาด ไปยังบางแค (กรุงเทพฯ) ตลาดน้ำวัดไทร ปากคลองตลาด และมหานาค โดยเดินเรือตามคลองดำเนินสะดวก ออกประตูน้ำบางยาง ผ่าน

เข้าคลองบางขุนเทียน (ตลาดน้ำวัดไทร) และคลองภาษีเจริญ พ่อค้าบางคนสามารถเดินทางขึ้นเหนือไปถึง นครสวรรค์ หรือไปอยุธยาเพื่อซื้อไม้ และข้าว นำกลับมาบิอนโรงเลื่อยและโรงสี ที่ดำเนินสะดวก ความเปลี่ยนแปลงเริ่มเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2502 คือมีการตัดถนนจากดำเนินสะดวกไปแม่กลอง และต่อมาขยายไปถึง กรุงเทพฯ โดยมีรถเมล์ประจำทางเกิดขึ้น การคมนาคมสะดวกมากขึ้นเรื่อย ๆ และมีบทบาทในการลดการคมนาคมทางเรือลงตามลำดับ หลังจากปี พ.ศ. 2511 เรือเมล์ต่าง ๆ ค่อย ๆ สูญหายไปเนื่องจากมีเรือหางยาว หรือเรืออีซูซุแทนเพราะแล่นเร็วและทันสมัยกว่าเดิมมาก จนกระทั่งปี พ.ศ. 2527 ก็ไม่มีใครใช้เรือเดินทางออกนอกหมู่บ้านแล้ว โดยเฉพาะหลังปี 2530 ซึ่งมีการขยายถนน และสร้างสะพานข้ามแม่น้ำแม่กลองไปเชื่อมกับถนนอีกสายหนึ่งเพื่อเข้าถึง อ.เมืองราชบุรีได้สะดวกขึ้น

หลังการตัดถนน เส้นทางคมนาคมทางน้ำลดความสำคัญลง โดยถูกเปลี่ยนมือไปสู่การคมนาคมทางถนนแทน ทำให้ร้านค้าต่าง ๆ ในดำเนินสะดวกทั้งส่วนตลาดบริเวณปากคลองทองหลวง หรือที่นิยมเรียกกันว่า ตลาดนายทวี หรือตลาดโรงวิก และตลาดน้ำที่คลองลัดราชบุรีต้องย้ายไป ศูนย์กลางชุมชนของชาวบ้านทั้งในพื้นที่และคนต่างถิ่นเปลี่ยนไป ผู้คนที่เคยใช้ตลาดน้ำเป็นแหล่งพบปะพูดคุย ก็ลดน้อยลง เพราะการเดินทางทางรถสะดวกรวดเร็ว และไม่ต้องรอนาน แม้ในปัจจุบันจะมีการคมนาคมทางเรือบ้าง แต่ก็เป็นการเดินทางภายในชุมชนเท่านั้น โดยเรือที่ใช้ก็เป็นจำพวกเรืออีแปะ เรือสำปั้น เป็นต้น หากต้องการเดินทางไปยังตำบลหรือจังหวัดอื่น ๆ ก็มักจะใช้เส้นทางรถมากกว่า เพราะทั้งสะดวกและรวดเร็วกว่าทางเรือหลายเท่าตัว โดยสามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังดำเนินสะดวกด้วยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) แล้วไปตามทางหลวงหมายเลข 325 (บางแพ-สมุทรสงคราม) ผ่าน อ.บางแพ อ.ดำเนินสะดวก และ อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม หรือเส้นทางถนนเพชรเกษม ไปทางปากท่อ วัดเพลง ไปสู่อ.บางคนที (ผ่านสะพานสมเด็จพระอัมรินทร์) เข้าสู่ทางหลวงท้องถิ่นที่ว่าการ อ.ดำเนินสะดวก ส่วนการเดินทางในตัวเมือง มีถนนเชื่อมระหว่างทุกตำบล และทุกหมู่บ้าน

ลักษณะพื้นที่และประวัติความเป็นมาของชุมชน

ช่วงก่อนขุดคลองดำเนินสะดวกจนถึง พ.ศ. 2500

สภาพพื้นที่ก่อนขุดคลองดำเนินสะดวกจะมีลำคลองธรรมชาติไหลผ่านเพียงไม่กี่สาย ได้แก่ คลองแพงพวย คลองยายแพง คลองสีหมื่น คลองโคกวัด พื้นที่โดยทั่วไปเป็นป่ากรังแต่เนื่องจากพื้นที่อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเพียง 4 เมตรเท่านั้น ทำให้พื้นที่ที่กรังว่างเปล่ามีลักษณะเป็นป่ากรังที่เต็มไปด้วย ป่าจาก ป่าปรง ป่าไผ่ และดงสะแกเสื่อหมอบ แม้ในอดีตจะมีประชาชนเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่บ้างเป็นหย่อม ๆ กระจายทั่วไปตามลำคลองธรรมชาติ แต่ก็มีจำนวนไม่มากนัก

จวบจนกระทั่งหลังสนธิสัญญาบาวริง (พ.ศ. 2395) การค้าขายของไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะการค้าข้าวและน้ำตาล ในสมัยรัชกาลที่ 4 ราวปี พ.ศ. 2409 จึงมีการขุดคลองเพื่อเป็นเส้นทางลำเลียงอ้อยและน้ำตาลจากแหล่งผลิตมาสู่ตลาดให้สะดวกยิ่งขึ้น ประกอบกับนโยบายการขุดคลองหลังสนธิสัญญาบาวริงที่ต้องการอำนวยความสะดวกในการคมนาคมให้แก่ชาวต่างชาติและประชาชนในท้องถิ่นที่จะเดินทางเข้ามาค้าขายในกรุงเทพฯ ขุดคลองดำเนินสะดวกจึงถือกำเนิดขึ้นมา มีการทำพิธีเปิดคลองดำเนินสะดวกเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2411

คลองดำเนินสะดวกจึงเป็นคลองเชื่อมระหว่างแม่น้ำท่าจีนไปยังแม่น้ำแม่กลอง ความยาวตลอดลำคลอง 32 กิโลเมตร เป็นเส้นตรง นอกจากนี้หลังขุดคลองเสร็จในปี 2411 ยังได้มีการสร้างประตูน้ำเพื่อเก็บน้ำให้สะดวกต่อการคมนาคมทางน้ำได้ตลอดปีอีกด้วย โดยในปี 2451 เริ่มต้นด้วยการสร้างประตูน้ำบางยางที่ อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร ทั้งยังเป็นจุดเริ่มต้นของการตอกเสาปูนบอกระยะทางไปตลอดลำคลอง โดยปักในระยะห่าง 4 กิโลเมตรต่อ 1 หลัก รวมทั้งสิ้นมี 8 หลัก หลักที่ 1 เริ่มจากประตูน้ำบางยาง ต่อมาในปี 2472 สร้างประตูน้ำแห่งที่ 2 ที่บางนกแขวก อ.บางคนที จ.สมุทรสงคราม อย่างไรก็ตามในอีก 16 ปีต่อมา ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ทหารฝ่ายสัมพันธมิตร ไม่ต้องการให้ใช้พื้นที่แห่งนี้เพื่อการลำเลียงอาวุธและยุทโธปกรณ์ของทหารญี่ปุ่นออกจากประเทศไทยไปสู่พม่าก็ได้ทำลายประตูน้ำที่สร้างขึ้นทั้ง 2 แห่ง ต่อมาภายหลังจึงมีการซ่อมแซมประตูน้ำทั้ง 2 แห่งจนเสร็จอีกครั้งในปี 2493

การขุดคลองดำเนินสะดวกเท่ากับเป็นการเปิดพื้นที่แห่งใหม่ที่อุดมสมบูรณ์ให้ผู้คนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน และปรับเปลี่ยนพื้นที่จากป่ากร้างให้เป็นเรียกสวนไร่นา ผู้ที่เข้ามาจับจองที่ดินในช่วงแรกนั้น นอกจากสมเด็จพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์แล้ว ยังมีเจ้านายผู้ใหญ่อีกหลายท่าน ได้แก่ เจ้าจอมแพร์ เจ้าจอมเอม เจ้าจอมมารดาโหมด พระยาโชฎีกาฯเสนาบดี ขุนพิทักษ์ประชาธรรมา เป็นต้น การจับจองที่ดินนี้ใช้วิธีการขุดคลองแยกจากคลองดำเนินสะดวกเพื่อเปิดทางเข้าสู่พื้นที่ของตน ทำให้เกิดคลองเล็กคลองน้อยต่าง ๆ มากมายประมาณ 200 คลอง ในการขุดคลองก็อาศัยแรงงานคนขุดซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวจีนเข้ามาถางป่า ปล่อยให้ผู้ที่เข้ามาหักล้างถางพงเป็นผู้เช่าที่ดินทำการเพาะปลูกแทน และในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้เองที่ทรงปิดโอกาสให้ราษฎรโดยทั่วไปมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินได้โดยการจับจอง ดังนั้นราษฎรที่อยู่บริเวณใกล้เคียงจึงเข้ามาจับจองได้ตามใจชอบ แล้วแต่กำลังความสามารถ เมื่อเข้ามาแล้ว ก็ได้สิทธิในการครอบครองพื้นที่แห่งนั้น และหากไปติดต่อกับเจ้าหน้าที่ที่ห่อหอบเบียนที่ดินในเขตตัวเมือง จังหวัดราชบุรีก็จะได้อินดที่ดินและถือว่าเป็นกรรมสิทธิ์ของตนโดยสมบูรณ์ โดยเริ่มแรกมีการตั้งชุมชนริมคลองดำเนินสะดวกทางด้านทิศตะวันออกก่อน แล้วจึงขยายเข้าไปตามลำคลองลึกขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งต้นคลองและปลายคลอง ส่วนทางฝั่งตะวันตกของคลอง จะเป็นที่ตั้งของการอำเภอดำเนินสะดวก (ซึ่งมีการย้ายที่มาแล้ว 3 ครั้ง แต่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ๆ กัน) ผู้คนที่มาติดต่อราชการจึงมาติดต่อทางฝั่งตะวันตกมากกว่า

ในระยะแรกมีชุมชนบางนกแขวกซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิม ตั้งอยู่บริเวณปากคลองทางฝั่งแม่น้ำแม่กลองเกิดการขยายตัวของชุมชนใหญ่ขึ้นและเป็นศูนย์กลางของตลาดน้ำที่นับว่าเก่าแก่แห่งหนึ่งของคลองดำเนินสะดวก แต่ภายหลังถูกดึงความเจริญมาอยู่ที่ชุมชนดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นชุมชนตอนในคลองดำเนินสะดวก ตรงบริเวณปากคลองที่แยกจากคลองดำเนินสะดวกจะเป็นบริเวณที่มีการกระจุกตัวของบ้านเรือนหนาแน่นกว่าคลองซอยอื่น ๆ ที่อยู่ลึกเข้าไป คลองซอยที่สำคัญ ได้แก่ คลองลัดราชบุรี คลองทองกลาง คลองศรีสุราษฎร์ และคลองโพหัก เป็นต้น

การตั้งถิ่นฐานของชุมชนริมน้ำหนาแน่นขึ้นจนเกิดชุมชนศูนย์กลางขึ้น 2 แห่ง ชุมชนแรกคือชุมชนหน้าวัดประสาธลิขันธ์หรือชุมชนคลองโพหัก ชุมชนแห่งที่ 2 เป็นชุมชนที่เกิดใหม่หลังขุดคลอง ซึ่งเติบโตขึ้นเป็นศูนย์กลางชุมชนดำเนินสะดวกที่มีบทบาททางด้านพาณิชย์กรรมและด้านการปกครอง บริเวณที่เป็นย่านการค้าริมคลองดำเนินสะดวก คือ ตั้งแต่ปากคลองลัดพลีเรื่อยไปจนถึงปากคลองทองกลาง เนื่องจากเป็นจุดคมนาคมขนส่งที่สำคัญสำหรับพื้นที่ตอนใน โดยมีคลองลัดพลีเป็นคลองลัดตัดตรงไปยังเมืองราชบุรี จึงมีผู้คนสัญจรไป

มาเป็นประจำ และตรงปากคลองลัดพลียังเป็นที่ตั้งของศาลาห้าห้องที่สร้างไว้สำหรับคนงานและที่พักสำหรับผู้เดินทางผ่าน ภายหลังยังใช้เป็นที่พักอาศัยอยู่ระยะหนึ่งก่อนจะใช้เป็นตลาดในเวลาต่อมา ส่วนคลองทองหลวงที่เชื่อมกับคลองบางน้อยสามารถใช้เป็นเส้นทางลัดไปยัง บางคนที่ อัมพวา และแม่กลองได้ ดังนั้นบริเวณนี้จึงเป็นจุดที่สะดวกสำหรับบรรดาชาวสวน ชาวไร่ ชาวนา จะนำพืชผักผลไม้ไปขายยังตลาดในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง

ช่วงหลังการขุดคลองดำเนินสะดวก พ.ศ. 2500 เป็นต้นไป

ในช่วงระยะนี้ชุมชนริมน้ำดำเนินสะดวกเริ่มเข้าสู่ภาวะของความเปลี่ยนแปลง เนื่องจากสภาวะของสังคมวัฒนธรรมได้แปรเปลี่ยน ทั้งจากการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาระดับชาติ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อชุมชน จนทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชนต้องเปลี่ยนแปลงไป

ด้านการคมนาคม หลัง พ.ศ. 2500 รัฐบาลพยายามหาวิธีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมขนส่งโดยเร่งผลักดันให้เกิดการสร้างเส้นทางรถขึ้นหลายสายทั่วประเทศ เพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติทั้งนี้เพื่อความเชื่อมโยงและความสะดวกรวดเร็วต่อการสัญจรและขนส่ง ลำเภอดำเนินสะดวกก็เป็นอำเภอหนึ่งที่มีโครงข่ายถนนตัดผ่าน ซึ่งก็คือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 325 ถนนสายบางแพ – ดำเนินสะดวก – สมุทรสงคราม เป็นถนนสายหลักที่ตัดผ่าน อ.ดำเนินสะดวกทำให้ดำเนินสะดวกกลายเป็นเมืองเปิด สามารถเดินทางติดต่อกับกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากถนนสายหลักแล้วยังมีถนนสุขาภิบาล 1 สร้างแยกจากถนนสายดำเนินสะดวก – สมุทรสงคราม ตัดเลียบคลองดำเนินสะดวกผ่านที่ว่าการอำเภอโดยก่อสร้างในปี 2516 การตัดถนนดังกล่าวส่งผลให้ระบบสัญจรทางน้ำที่เคยเป็นระบบขนส่งหลักได้แปรเปลี่ยนไป ผู้คนเริ่มหันมาใช้เส้นทางคมนาคมขนส่งทางบก เนื่องจากสะดวกรวดเร็วกว่า ทำให้การขนส่งทางน้ำไม่คึกคักดังเช่นเก่าก่อน

ด้านการปกครอง ระบบการปกครองที่ให้อยู่ในอำเภอดำเนินสะดวกมีการปกครองภายใต้รูปแบบของสุขาภิบาล โดยแบ่งเป็น สุขาภิบาลดำเนินสะดวก และสุขาภิบาลศรีดอนไผ่

สำหรับสุขาภิบาลดำเนินสะดวกนั้นทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางหลักให้บริการชุมชนทางด้านการปกครอง การค้า และบริการต่าง ๆ ตั้งแต่ พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา ชุมชนดำเนินสะดวกขยายตัวและเติบโตมากขึ้น ย่านพาณิชยกรรมของชุมชนขยายจากบริเวณริมคลองดำเนินสะดวกเข้าไปทางตอนในคลองทองหลวงและคลองลัดพลี ทั้งนี้เนื่องมาจากการเคลื่อนย้ายของตลาดน้ำเข้าไปติดตลาดในคลองลัดพลีและคลองทองหลวงแทน จากเดิมที่เคยติดตลาดในคลองดำเนินสะดวก การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ทำให้ย่านการค้าขยายออกไป โดยเฉพาะบริเวณริมคลองลัดพลี การที่ชุมชนริมน้ำดำเนินสะดวกเติบโตมากขึ้นในระยะนี้ นั้น เป็นเพราะตลาดน้ำทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าทางเกษตรของชุมชน ทั้งยังมีความสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งการกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้บ้านเรือนและร้านค้าต่าง ๆ ปรับปรุงเปิดร้านขายของที่ระลึกกันอย่างคึกคัก เป็นผลให้ย่านการค้าของชุมชนมากระจุกตัวและหนาแน่นขึ้นในคลองลัดพลี

หลังปี พ.ศ. 2517 มีการสร้างวัดโชติทายการามขึ้นเป็นวัดแรกของตำบลนี้ ติดกับที่ว่าการอำเภอทำให้พื้นที่บริเวณนี้กลายเป็นจุดที่เป็นศูนย์รวมการตั้งถิ่นฐานของผู้คนอย่างหนาแน่น เนื่องจากที่ตรงนี้มีตลาดนายทวิ หรือ ตลาดโรงวิก (ที่ได้ชื่อว่าตลาดโรงวิก เพราะ นายทวิได้สร้างโรงภาพยนตร์ขึ้นในตลาด และเป็นที่ตั้ง

ของโรงปั่นไฟที่ใช้กันในอำเภอ จึงนับว่าเป็นจุดที่มีร้านค้ามาตั้งอยู่มากมาย) เป็นที่ซื้อของ ที่เที่ยว ที่ดูหนังของเด็กหนุ่มสาวในชุมชน และสถานบันเทิงแห่งนี้ก็เป็นแหล่งพักผ่อนสำหรับชาวดำเนินฯ โดยทั่วไป ส่วนพื้นที่อื่น ๆ ที่มีคนอยู่หนาแน่นใกล้เคียงกันกับบริเวณนี้แต่มักเป็นที่ชุมนุมของเพศชายที่เข้าไปดื่มเหล้าหรือสูบบุหรี่ ก็คือ ตลาดโรงยา (เป็นตลาดที่เคยมีบ้านซึ่งอนุญาตให้คนเข้าไปสูบบุหรี่หรือกัญชาได้ในสมัยที่ยังไม่จัดว่าสารทั้งสองเป็นยาเสพติดและไม่มีกฎหมายควบคุม) หรือที่รู้จักกันในนามตลาดหลังคาแดงหรือศาลาห้าห้อง ตั้งอยู่ปากคลองลัดพลี (คลองลัดราชบุรี) ดังได้กล่าวไปแล้ว

นอกจากศูนย์กลางชุมชนดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีชุมชนแห่งใหม่เกิดขึ้นบริเวณท่ารถตรงปากคลองตันไทร เนื่องจากระยะที่ถนนสายบางแพ-ดำเนินสะดวกตัดเข้าถึงคลองดำเนินสะดวก ทำให้บริเวณดังกล่าวใช้เป็นท่ารถโดยสารและท่ารถขนถ่ายสินค้า เกิดอาคารร้านค้าและธนาคารพาณิชย์ขึ้น ซึ่งมีลักษณะอาคารเป็นแบบตึกแถวริมน้ำ และเมื่อถนนเริ่มเข้ามามีความสำคัญ ชุมชนจึงเริ่มขยายมาตั้งถิ่นฐานริมถนนกันบ้างแล้วในช่วงนี้

ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม

เนื่องจากประชากรใน อ.ดำเนินสะดวกประกอบด้วยคนจากหลายเชื้อชาติ อันได้แก่ คนมอญ คนไทย คนจีน คนไทยเชื้อสายจีน และไทยทรงดำ จึงมีการผสมผสานระบบความเชื่อของทุกกลุ่มเข้าด้วยกันในบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อในเรื่องผีบรรพบุรุษของชาวจีนที่เข้ากันได้ดีกับพุทธแบบไทยที่มีการผสมกับเรื่องภูติผี เทวดาอยู่ด้วย ดังจะเห็นว่ามีการสร้างสิ่งเคารพขึ้นอย่างหลากหลายทั้งศาลพระภูมิ ศาลเจ้าที่ ที่วางรูปบรรพบุรุษ หิ้งพระพุทธรูป กระจ่างรูป วัต ศาลเจ้า และโบสถ์คริสต์ โดยในชุมชนดำเนินสะดวกมีวัดไทย 25 แห่ง ซึ่งชาวบ้านใช้เป็นที่พักผ่อนสันทนาการตามหลักพุทธศาสนาอันเป็นงานของส่วนรวม เช่น จัดงานเข้าพรรษา ทอดกฐิน ฯลฯ หรืองานส่วนตัว เช่น บวชนาค ชาวบ้านนิยมไปวัดโชติทายการาม วัดราษฎร์เจริญธรรม วัดอมรญาติสมาคม ฯลฯ ขึ้นอยู่กับว่าบ้านอยู่ใกล้วัดไหนมากกว่า ขณะเดียวกันในการจัดงานประจำปีของวัดจะมีการ เช่น สรงแบบเงินก่อนเสมอ อีกทั้งยังพยายามที่จะจัดงานฉลองให้ตรงกับช่วงตรุษจีนอีกด้วย เช่นเดียวกับการจัดพิธีประจำปีของศาลเจ้าและโรงเจก็จะต้องมีพิธีทำบุญเลี้ยงพระพร้อมทั้งสวดมนต์ทุกครั้งเช่นเดียวกัน ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการผสมกลมกลืนกันของความเชื่อและความใกล้ชิดสนิทสนมของชาวบ้าน มีพื้นฐานมาจากความรู้สึกเป็นญาติมิตรมากกว่าที่จะมองถึงเรื่องความแตกต่างทางเชื้อชาติ ส่วนการประกอบพิธีกรรมตามประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันนั้น แต่ละกลุ่มชนก็ยังคงประกอบพิธีกรรมตามประเพณีของตนอยู่

นอกจากนั้นในชุมชนยังมีศาลเจ้าจีนอีก 25 หลัง ซึ่งแต่ละแห่งก็จะมีจัดงานประจำปีของศาลตนและกลุ่มชาวจีนที่นับถือ เช่น ศาลเจ้าหมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 5 ก็มักเป็นชาวจีนแต่จีวี่ที่เข้ามาดูแล หรือที่หมู่ 8 ก็จะเป็นชาวจีนไหหลำ เป็นต้น ในช่วงตรุษจีนจะมีชาวไทยเชื้อสายจีนไปเซ่นไหว้บรรพบุรุษ โดยนำอาหารหวานคาว หมู ไก่ ขนมหเกียน ขนมหงอกไปไหว้ที่ศาลเจ้าแต่ละแห่ง บางที่มีการนิมนต์พระสงฆ์ไปเจริญพระพุทธมนต์ที่ศาลเจ้าซึ่งแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานทางความเชื่อของสองกลุ่มชนอย่างกลมกลืน โดยเฉพาะในเทศกาลสารทจีน แข็งเม้ง และตรุษจีน ซึ่งเป็นเทศกาลสำคัญ ชาวดำเนินสะดวก ยังคงสืบทอดประเพณีและพิธีกรรมอันนี้อย่างเหนียวแน่นและถือว่ามีความสำคัญ ชาวบ้านร้อยละ 90 ที่มีเชื้อสายจีนจะหยุดงาน ตลาดน้ำคลองตัน เข้มไม่มีการค้าขายเป็นเวลา 2-3 วันจนผ่านพ้นช่วงตรุษจีน ในชุมชนยังมีโรงเจอีก 5 แห่ง หลายคนยังคงยึดถือ

ปฏิบัติตัวในช่วงเทศกาลกินเจด้วยการนุ่งขาว ห่มขาว งดการบริโภคเนื้อสัตว์เพื่อชำระจิตใจและร่างกายให้บริสุทธิ์ด้วย ส่วนกลุ่มไทยทรงดำ ยังคงรักษาและมีการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อและประเพณีของตน โดยเฉพาะการนับถือผี เช่น การเสนเรือน แพงขวัญ หรือพิธีขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น

ชาวจีนที่นับถือศาสนาคริสต์ ก็มีสถานที่สำหรับประกอบพิธีกรรมของกลุ่มตนในชุมชนด้วย คือโบสถ์คริสต์ 2 แห่ง ได้แก่ วัดนักบุญอันตนนี่โอ และวัดแม่พระแห่งสายประคำศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งใช้เป็นที่พักประกอบพิธีทางคริสตศาสนา เช่น การประกอบพิธีมิสซา วันฉลองนักบุญ วันคริสต์มาส เป็นต้น ซึ่งคริสตศาสนิกชนต่างก็เข้าร่วมงานกันเป็นอย่างดี

ระบบเศรษฐกิจ

ระบบเศรษฐกิจของจังหวัดราชบุรีนั้นเติบโตขึ้นมาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ อุตสาหกรรม เกษตรกรรม และการค้า ทั้งนี้เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของจังหวัดราชบุรีที่เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมของภาคตะวันตก และสภาพพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์มีแหล่งน้ำธรรมชาติและการชลประทาน เมื่อจังหวัดราชบุรีเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญทั้งภาคเกษตร และภาคอุตสาหกรรมก็ทำให้ภาคพาณิชยกรรมมีบทบาทสำคัญตามไปด้วย

ระบบเศรษฐกิจของชุมชนดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีก็เป็นเครือข่ายสำคัญสำหรับภาคเกษตรกรรม และภาคพาณิชยกรรม เนื่องจากดำเนินสะดวกมีพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ แต่ด้วยสภาพพื้นที่ดำเนินสะดวกมีความเหมาะสมต่อการทำสวนมากกว่า พื้นที่สวนจึงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลูกพืชผักสวนครัว ซึ่งผลผลิตหลักของชุมชนก็คือ พริก หอม กระเทียม แดงโม ผักกาดขาว ผักกาดเขียว แดงกวา แดงร้าน แดงไทย และผลไม้ต่าง ๆ เช่น มะม่วง ฝรั่ง ชมพู องุ่น ส้ม เป็นต้น

ระบบเศรษฐกิจของชุมชนดำเนินสะดวกที่ยึดติดอยู่กับเกษตรกรรมนี้เอง ทำให้ชาวดำเนินฯ มีเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัวของชาวสวนดำเนินฯ กล่าวคือ การยกร่องในการปลูกพืชสวนและทำคันดินป้องกันน้ำท่วมในฤดูน้ำหลาก และเก็บกักน้ำไว้ในฤดูแล้ง การปลูกพืชบนร่องสวนนั้นจะปลูกพืชผักแบบหมุนเวียนหลากหลายชนิด เช่น บนคันสวน (คันดิน) ก็จะมีปลูกพืชยืนต้น เช่น มะม่วง มะพร้าว กล้าย มะยม มะกรูด มะนาว ฯลฯ เพื่อเป็นการยึดดินและจะมีการเสริมคันดินทุกปีในฤดูแล้ง ส่วนในร่องสวน จะปลูกพืชเถาไม้เลื้อย ซึ่งจะต้องทำรั้วไม้ค้ำไว้ให้ยอดทอดไปเรื่อย ๆ ส่วนพืชเถาไม้เลื้อยที่นิยมปลูก ได้แก่ บวบ มะระ ถั่วฝักยาว ฯลฯ ตรงกลางร่องจะปลูกพืชผักอย่างอื่น เช่น แดงโม พริก หอม กระเทียม ฯลฯ บริเวณข้างร่องก็จะปลูก ผือก หรือข้าว เป็นต้น

ชาวสวนดำเนินสะดวก ส่วนใหญ่จะเป็นชาวไทย เชื้อสายจีน ซึ่งเข้ามาตั้งแต่สมัยขุดคลองดำเนินสะดวก ชาวจีนเหล่านี้ได้เข้ามาบุกเบิกการทำสวนแบบยกร่อง โดยการทำคันดินกั้นน้ำ และทำท่อระบายน้ำเข้าออกในร่องสวน ในสมัยก่อนใช้ต้นตาลทั้งต้นมาขุดเนื้อในออก แล้วเอาลำต้นของหลางมาเหลาทำเป็นฝาจากปิดท่อน โดยมีใบตองพันอุดปากท่อนไว้ คันสวนที่ไม่สูงน้ำจะท่วม เรียกว่า “สวนเตี้ย” สวนที่ต้องการปลูกพืชในฤดูน้ำหลากจะยกคันสวนขึ้นสูงกว่าเดิมมาก เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำท่วมสวนไปทำลายพืชผล สวนประเภทนี้เรียกว่า “สวนสูง” ซึ่งในฤดูน้ำหลาก น้ำจะท่วมพื้นที่ดินเกือบทั้งหมดของอำเภอ หน้าน้ำจะเป็นช่วงเวลาที่ชาวสวนเตี้ยหยุดพักผ่อน แต่สำหรับสวนสูงกลับยังมีภาระหนักต้องคอยดูแลป้องกันไม่ให้คันสวนหัก ตามคันสวนจึงมีธง

แดงปักเดือนคนเรือให้ชะลอความเร็ว เมื่อน้ำลดชาวสวนก็จะเริ่มเพาะปลูกใหม่ โดยมีกระเทียมกับแดงโมเป็นพืชชนิดแรกที่ลงมือปลูกกันโดยทั่วไป

สวนดำเนินสะดวกเป็นสวนประเภทที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “สวนเตียน” คือปลูกไม้ล้มลุกประกอบด้วยพืชประเภท พริก หอม กระเทียม แแดงโม ถั่ว และพืชผักต่าง ๆ งานในสวนที่จะต้องทำทุกวัน คือการเก็บหญ้าให้ร่องสวนสะอาดและไม่มีแมลงรบกวน การรดน้ำพืชที่ปลูกจะใช้ ขนาด ซึ่งเป็นภาชนะสำหรับตักน้ำรดต้นไม้ซึ่งทำจากไม้ไผ่สาน หรืออาจใช้เครื่องรดน้ำ เมื่อเก็บผลผลิตหมดแล้วจะทำการพินดิน ตาก แล้วเหยียบน้ำเข้าท่วมร่องสวน เป็นการเลียนแบบจากธรรมชาติ (ฤดูน้ำ) เพื่อให้หน้าดินสะอาด เป็นการทำลายวัชพืช ศัตรูพืช และชะล้างปุ๋ย น้ำยาเคมีไปในตัวด้วย ในปัจจุบันสวนดำเนินฯ เปลี่ยนจากผักมาปลูกไม้ผลยืนต้นกันมาก เช่น มะละกอ ฝรั่ง ละมุด พุทรา ส้มต่าง ๆ ชมพู่ มะพร้าว น้ำหอม เป็นต้น

ในสมัยก่อนเมื่อหมดหน้าปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ชาวสวนจะต้องทำการเพาะปลูก เข้าสู่ระยะเข้าพรรษา ซึ่งเรียกกันว่า หน้าน้ำ ชาวสวนจะมีเวลาพักผ่อน และหันมาทำเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เป็นของใช้ในบ้าน เพื่อเป็นการประหยัดและทุ่นรายจ่าย เนื่องจากการปลูกพืชผักขายไม่ได้ราคาสูงมากนัก อาศัยต้นทุนในการใช้จ่ายน้อย และวิถีชีวิตแบบยังชีพพอมีพอกอยู่ จึงทำให้ชาวสวนดำเนินฯ ดำรงชีพอยู่ได้ การทุ่นรายจ่ายให้ได้มากที่สุดจึงเป็นเรื่องจำเป็น เครื่องจักสานที่นิยมทำใช้กันก็คือ ตะกร้า กระชัง กระบุง ชั่ง ตะแกรง กระด้ง ผาชี ช้องลอบ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามผลผลิตส่วนใหญ่ของดำเนินสะดวกได้สูญหายไปไม่ว่าจะเป็น มะม่วง ฝรั่ง ชมพู่ มะกอก พุทรา มะยม หัวหอม หัวกระเทียม ซึ่งก็มีเหตุผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาวะแวดล้อมหรือนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อสภาพน้ำหลากฤดูพรรษาขาดหายไป ทำให้ปุ๋ยธรรมชาติที่พัดแร่ธาตุมาทับถมเรียกสวนไร่นาขาดหายตามไปด้วย ประกอบกับปัญหาแมลงทำลายพืชผล โดยเฉพาะจักจั่นซึ่งเจาะดิน โคนต้น และปล่องของเสียรดต้นไม้ จึงทำให้ผลผลิตหลักของชาวดำเนินฯต้องเปลี่ยนแปลงไป โดยชาวสวนดำเนินสะดวกได้หันไปปลูกผลไม้ที่เป็นไม้ยืนต้นแทนการปลูกพืชสวนครัวที่ดูแลยาก เช่น กระเทียม หัวหอม เพราะการปลูกพืชรูปแบบดั้งเดิมที่นิยมปลูกกันในสมัยก่อนนั้นจะต้องให้การดูแลทะนุถนอมอย่างดี อีกทั้งพืชสวนครัวดังกล่าวยังจำเป็นที่จะต้องใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงในจำนวนมาก ต้นทุนในการผลิตจึงเพิ่มตามไปด้วย ชาวสวนจึงได้หันมาปลูกพืชที่คงทนถาวรและดูแลง่ายกว่า เช่น กล้าย มะพร้าว ส้ม ละมุด แทนพืชในรูปแบบดั้งเดิมนั่นเอง

นอกจากอาชีพหลักของชาวบ้านที่ทำอาชีพเกษตรกรรมแล้วนั้น ในช่วงระยะเวลาที่รอพืชผลเติบโต ชาวสวนส่วนใหญ่ก็จะออกไปทำการค้าขายตามตลาดน้ำเป็นการรอเวลา หรือแม้ว่าผลผลิตจากสวนจะเติบโตและถึงเวลาเก็บเกี่ยวแล้วก็ตาม ชาวสวนก็จะยังคงนำผลผลิตของตนที่ได้ใส่เรือพายไปขายตามตลาดนัดทางเรือเช่นเดียวกัน จุดที่เป็นแหล่งขายผลผลิตที่สำคัญ มี 3 จุด คือ ตลาดนัดศาลาแดง (ซึ่งติดตลาดกันตั้งแต่เช้าตรู่ บริเวณคลองลัดราชบุรี หรือคลองลัดพลี ไปตามคลองดำเนินสะดวกถึงปากคลองทองหลาง) ตลาดนัดคลองโพหัก (ปากคลองบัวงาม ต.ประสาธสิทธิ์) และตลาดนัดศรีสุราษฎร์ (ปากคลองศรีสุราษฎร์) นอกจากนี้ยังมีตลาดสำหรับค้าขายแลกเปลี่ยนผลผลิตซึ่งกันและกัน คือนัดบังปิ่น อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม โดยต้องไปค้างคืนเพื่อแลกของในตอนกลางคืน บนลานดินบ้านกำนัน สินค้าที่มาแลกเปลี่ยนกัน บริเวณนี้จะมีราคาถูกเพราะไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางแต่ก็ต้องเสียค่าที่ให้กับกำนันด้วย และยังมีที่แลกเปลี่ยนสินค้าอีกที่หนึ่งในเขตพื้นที่ใกล้

เคียงคือ นัตท่าคา ต.นางตะเคียน อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม

เมื่อเวลาผ่านไปอาชีพเกษตรกรรมที่เคยเป็นที่นิยมในชุมชนก็กลับลดน้อยถอยลง เนื่องจากอาชีพทำสวนนั้นต้องใช้เงินทุนมาก และต้องใช้ความพยายามความอดทนอย่างสูง ดังนั้นชาวสวนหลายรายจึงต้องล้มเลิกกิจการไปในที่สุด ประกอบกับในช่วงเวลานั้นตลาดน้ำเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว อาชีพค้าขายทางเรือที่ตลาดน้ำจึงกลายมาเป็นอาชีพหลักของหลายครอบครัว เพราะสามารถนำรายได้เข้าสู่ครอบครัวได้รวดเร็ว และเป็นงานที่ค่อนข้างอิสระ อาชีพค้าขายในตลาดน้ำดำเนินสะดวกจึงกลายมาเป็นที่นิยมของชุมชนในที่สุด โดยเฉพาะหลังปี 2530 มีการประกอบกิจการร้านค้าโดยให้คนในครอบครัวช่วยกันดูแล แต่คนก็กลับไปซื้อของจากตลาดนอกชุมชนมากขึ้นเพื่อนำมาขายในตลาดน้ำ เพราะมีการเปลี่ยนเส้นทางคมนาคมจากทางน้ำเป็นทางบก ทำให้ร้านค้าในเขตดำเนินฯ ที่เคยเป็นตลาดวิก และคลองลัดราชบุรี ได้ย้ายมาตั้งที่สองข้างทางของถนนสายบางแพ-ดำเนินฯ มากขึ้น ทำให้ตลาดซึ่งเป็นบริเวณที่เคยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนของชุมชนทั้งในท้องถิ่นและคนต่างถิ่นเปลี่ยนแปลงไป

พัฒนาการตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ตลาดน้ำในช่วงก่อนการขุดคลองดำเนินสะดวกจนถึง พ.ศ. 2500

ตลาดน้ำเป็นส่วนสำคัญของชุมชน เนื่องจากเป็นแหล่งหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจในชุมชนทั้งจากผู้คนในชุมชนและนอกชุมชนเป็นศูนย์กลางในการหาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ตลาดน้ำจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีคู่กับชุมชนริมน้ำมานาน

โดยตลาดน้ำจะเกิดขึ้นบริเวณจุดที่มีประชากรอยู่อย่างหนาแน่นและมีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง ได้แก่ บริเวณปากคลองดำเนินสะดวกฝั่งแม่น้ำแม่กลอง และบริเวณปากคลองดำเนินสะดวกตั้งแต่ปากคลองลัดพลีถึงปากคลองทองกลาง ซึ่งทั้งสองบริเวณเป็นจุดที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมาเป็นประจำ นอกจากนี้ยังเกิดตลาดน้ำเล็ก ๆ ขึ้นอีกหลายแห่งในคลองดำเนินสะดวก ตามบริเวณทางแยกของคลองที่มีชุมชนหนาแน่น สำหรับลักษณะของตลาดน้ำในระยะต้นยังไม่มีการติดตลาดตามวัน เวลา และสถานที่แน่นอน แต่จะเริ่มจากการพายเรือเร็วขายสินค้ากันไปเรื่อย ๆ เหมือนหาบเร่บนบก

ตลาดน้ำบริเวณปากคลองดำเนินสะดวก หรือ *ตลาดนัดปากคลอง* จัดว่าเป็นตลาดน้ำขนาดใหญ่และเก่าแก่มาก่อนการขุดคลองดำเนินสะดวก อยู่บริเวณปากคลองดำเนินฯ ทางด้านแม่น้ำแม่กลอง ตำบลบางนกแขวก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม โดยจะนัดกันทุกวัน 1 ค่ำ, 6 ค่ำ และ 11 ค่ำ เป็นประจำทุกวัน ข้างขึ้นและข้างแรม หลังขุดคลองดำเนินสะดวกก็ยิ่งทำให้ตลาดน้ำมีขนาดใหญ่ขึ้น เนื่องจากบริเวณปากคลองเป็นจุดที่มีการสัญจรของผู้ที่จะเดินทางและขนส่งสินค้าไปยังพระนครอย่างคับคั่ง นัดปากคลองจึงเป็นจุดที่มีเรือพ่อค้าแม่ค้าบรรทุกสินค้ามาค้าขายแลกเปลี่ยนกันมาก

ระยะต่อมาเมื่อชุมชนดำเนินสะดวกหนาแน่นขึ้น พวกพ่อค้าแม่ค้าจึงรวมกลุ่มและตกลงนัดหมายกันเปิดตลาดตรงบริเวณคลองดำเนินสะดวก ตั้งแต่ปากคลองลัดพลีถึงปากคลองทองกลาง โดยนัดกันในวัน 2 ค่ำ, 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ เพื่อสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันกับที่นัดปากคลอง ตลาดน้ำเปิดใหม่นี้เรียกกันว่า *ตลาดนัดศาลาหัวห้อง* หรือ *ตลาดนัดศาลาแดง*

ตลาดนัดศาลาห้าห้องเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และมีขนาดใหญ่ขึ้น เนื่องจากบริเวณที่ติดตลาดอยู่ในเส้นทางคมนาคมขนส่งที่มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นประจำ และเป็นจุดที่มีชุมชนอยู่หนาแน่น มีร้านค้ามากมายบริเวณริมคลองดำเนินสะดวก ทำให้ตลาดน้ำศาลาห้าห้องเป็นศูนย์กลางการค้าทางเกษตรที่สำคัญ เนื่องจากผลผลิตจากสวนผักผลไม้ในพื้นที่ดำเนินสะดวก และจากสวนในพื้นที่สมุทรสงครามจะขนถ่ายสินค้ากันในบริเวณนี้ เพื่อลำเลียงสินค้าไปยังตลาดต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ตลาดนัดศาลาห้าห้องจึงคลาคล่ำไปด้วยเรือต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะเรือสำปั้นที่จอดเรียงรายยาวนับเป็นกิโลเมตรในคลองดำเนินสะดวก

อีกทั้งบริเวณศาลาห้าห้องยังเป็นที่ตั้งของโรงยาที่ไว้สำหรับคนที่มาสูบฝิ่น จนชาวบ้านนิยมเรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่าตลาดโรงยา จุดดังกล่าวจึงกลายเป็นตลาดที่มีผู้คนเข้ามาแวะเวียนอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชายในชุมชน แต่โรงยาก็ต้องเลิกไปเมื่อเข้าสู่สมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งมีการประกาศกฎหมายให้เลิกสูบฝิ่น คงเหลือไว้แค่ตลาดนัดศาลาห้าห้องเท่านั้น ส่วนตลาดน้ำตรงบริเวณปากคลองทองกลางเป็นอีกจุดหนึ่งที่เป็นศูนย์กลางชุมชนมีผู้คนแวะเวียนมาซื้อขายแลกเปลี่ยนเป็นจำนวนมาก นอกจากตัวตลาดที่มาซื้อขายสินค้ากันแล้ว บริเวณปากคลองทองกลางยังเป็นที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ดำเนินสะดวกที่นายทวีเป็นคนตั้งขึ้นมา บริเวณตลาดนัดคลองทองกลางจึงเป็นจุดนัดพบใหญ่ของชาวบ้าน รวมทั้งเด็กหนุ่มสาวที่มาพบปะสังสรรค์กันอีกทางหนึ่ง ชาวบ้านมักเรียกติดปากกันว่าตลาดนายทวี หรือ ตลาดโรงวิกนั่นเอง

ผลผลิตที่บรรดาชาวสวนบรรทุกลงเรือมายังตลาดนัดส่วนใหญ่เป็นผักผลไม้ที่ผลิตได้ในพื้นที่ดำเนินสะดวก เช่น พริก หอม กระเทียม ข้าวโพด ถั่วฝักยาว มะม่วง เป็นต้น นอกจากพืชผักผลไม้ก็ยังมีอาหารสดชนิดต่าง ๆ เช่น เนื้อ หมู กุ้ง หอย ปู ปลา ที่ได้จากลำคลองทั่วไป สำหรับสินค้าประเภทน้ำตาล มะพร้าว อาหารทะเลสด แห้ง เป็นผลผลิตที่ถูกลำเลียงมาจากจังหวัดสมุทรสงคราม และมาทำการค้าขายแลกเปลี่ยนกันที่ตลาดน้ำ และยังเป็นชุมทางเพื่อขนถ่ายสินค้าทางการเกษตรอันหลากหลายชนิดไปยังตลาดอื่น ๆ

นอกจากตลาดนัดศาลาห้าห้องแล้วก็มีตลาดน้ำเล็ก ๆ ที่ให้บริการกันเองภายในชุมชนดำเนินสะดวก คือ ตลาดนัดศรีสุราษฎร์ บริเวณปากคลองศรีสุราษฎร์ และ ตลาดนัดหน้าวัดประสาทสิทธิ์ ซึ่งจะติดตลาดหน้าวัดประสาทสิทธิ์ไปจนถึงปากคลองโพหัก นอกนั้นก็ยังมีตลาดนัดท่าคา หรือ น้ดบังปิ่น ติดตลาดกันในทุก 2 ค่ำ, 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ ซึ่งตลาดนัดดังกล่าวเป็นตลาดขนาดเล็กซื้อขายแลกเปลี่ยนกันเองภายในชุมชน ไม่เป็นที่โด่งดังมากนัก อาจจะเป็นเพราะตลาดนัดในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นการค้าขายที่เกิดขึ้นระหว่างชาวบ้านในชุมชนเอง เช่นเดียวกับในพื้นที่อื่น ๆ เช่นตลาดน้ำใน อ.อัมพวา และ อ.บางคนที จ.สมุทรสงคราม คือเป็นเหมือนตลาดสดสำหรับผู้คนในละแวกใกล้เคียงที่มีวิถีชีวิตใกล้เคียงกันแต่อาจมีผลผลิตแตกต่างกัน ได้มีโอกาสมาพบปะ ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าต่อกัน โดยไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งแต่อย่างใดเพราะเป็นตลาดของคนในชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งคนที่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดังกล่าวก็เป็นเพียงผู้อาวุโส ข้อมูลที่ได้จึงจำกัดทำให้ตลาดดังกล่าวไม่เป็นที่กล่าวถึงมากนัก

อย่างไรก็ตาม คนที่มาจากแหล่งอื่นยังไม่ได้เข้ามาในชุมชนมากมายดังเช่นในปัจจุบัน ตลาดน้ำส่วนใหญ่จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอย่างแพร่หลาย จะมีก็เพียงตลาดน้ำศาลาห้าห้องที่ชาวบ้านส่วนใหญ่รู้จักเป็นอย่างดี ลักษณะของการค้าขายก็คือ พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนในชุมชน พายเรือออกมาจากสวนเพื่อขายผลผลิตของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนกับของสดหรือของแห้งต่าง ๆ ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน แต่ตลาดน้ำที่ศาลาห้าห้องจะแตกต่างกับตลาดน้ำที่มีมาแต่แรกตรงที่ ตลาดน้ำศาลาห้าห้องจะมีพ่อค้าแม่ขายพายเรือมา

ขายกันอย่างคึกคัก จากคำบอกเล่าของชาวบ้านข้อมูลที่ได้จะพบว่าตลาดนัดแห่งนี้จะเป็นตลาดสำหรับการแลกเปลี่ยนซื้อขายระหว่างคนในชุมชนและคนภายนอกชุมชนอย่างแท้จริง คือแม่ค้าจะพายเรือขนเอาของในสวนของตนออกมาแลกเปลี่ยนกัน เช่น นำกะปิมาแลกกับมะพร้าว เป็นต้น จำนวนแม่ค้าพ่อค้าที่พายเรือมาขายก็มีจำนวนมากมาย การค้าขายทางน้ำในช่วงเวลานั้นชาวบ้านมักจะบอกว่าขายดี รายได้ในแต่ละวันไม่ต่ำกว่าหนึ่งพันบาท เนื่องจากว่านอกจากจะมีแม่ค้าภายในชุมชนหรือใกล้เคียงมาทำการค้าขายแล้ว ยังมีพ่อค้าแม่ค้าที่มาจากทางเหนือ อีสาน หรือภูมิภาคต่าง ๆ มารับซื้อผลผลิตจากในสวนของชาวดำเนินฯ ที่ตลาดน้ำเป็นจำนวนมาก รายได้ของผู้เข้ามาค้าขายในตลาดน้ำจึงมาจากหลายทาง

ตลาดน้ำ ในช่วงปี พ.ศ. 2500 จนถึง พ.ศ. 2515

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกตั้งแต่ พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา เริ่มเข้าสู่ภาวะการเปลี่ยนแปลงในด้านกายภาพเข้าสู่วังวนของระบบธุรกิจ กระแสความทันสมัยจากส่วนกลางที่แผ่เข้ามาในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การคมนาคมทางบก รวมถึงการเข้ามาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีส่วนทำให้วิถีดำเนินชีวิตของชาวบ้านดำเนินสะดวกแปรเปลี่ยนไป

เดิมที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เรียกกันว่าตลาดนัดศาลาหัวห้องนั้นติดตลาดอยู่ในคลองดำเนินสะดวกตั้งแต่ปากคลองลัดพลีถึงปากคลองทองกลาง ซึ่งในวันนัดคลองดำเนินสะดวกจะคลาดล้าไปด้วยเรือต่าง ๆ จนกระทั่งช่วงที่นำเรือเครื่องมาใช้ โดยเฉพาะเรือหางยาว ได้ส่งผลทำให้บรรดาพ่อค้าแม่ค้าต้องคอยหลบหลีกเรือที่แล่นผ่านเข้ามายังคลองดำเนินสะดวกเป็นประจำ ทั้งยังต้องคอยระมัดระวังคลื่นที่มาจากเรือหางยาวจะมากระทบกับเรือพายของตนเอง พ่อค้าแม่ค้าจึงหลบเข้ามาขายกันอยู่ในคลองลัดพลี กลายเป็นตลาดแห่งใหม่ที่ติดปากกันมาจนปัจจุบัน

ภายหลังการตัดถนนสายบางแพ - ดำเนินสะดวก เสร็จสิ้นในปี พ.ศ. 2502 ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจากที่อื่น ๆ เข้ามายังตลาดน้ำมากขึ้นเนื่องจากการเดินทางจากกรุงเทพฯ มาราชบุรีทำได้สะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะช่วงปี 2510 เป็นช่วงปีที่ตลาดน้ำเฟื่องฟูมาก บริเวณคลองดำเนินสะดวกเต็มไปด้วยเรือสัญจรของพ่อค้าแม่ขายทั้งในชุมชนและจากที่อื่น ๆ จนต้องขยายตัวออกไปที่คลองเล็ก (คลองลัดพลี) ซึ่งมีตลาดโรงยาเป็นตลาดบกองอยู่แถวนั้นด้วย ในระยะแรกนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวกันเองโดยรถโดยสารจากกรุงเทพฯ มาลงยังท่ารถดำเนินสะดวก และเดินทางต่อด้วยเรือหางยาวไปยังตลาดน้ำ ชื่อเสียงที่กระจายออกไปและการคมนาคมที่สะดวกขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเริ่มเข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตริมคลอง โดยนักท่องเที่ยวจะต้องนั่งเรือเข้ามาสู่ตลาดน้ำคลองลัดพลี ประกอบกับในปี พ.ศ. 2514 มีการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่น องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อ.ส.ท.) และบริษัทเอกชน เช่น บริษัท World Travel Service เริ่มนำนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก เนื่องจากทางรัฐบาลได้พยายามจัดตลาดน้ำดำเนินสะดวกเข้ามาแทนที่ตลาดน้ำวัดไทรซึ่งกำลังเสื่อมสภาพอยู่ในขณะนั้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้ตลาดน้ำแห่งนี้ก้าวเข้าสู่แถวหน้าของแหล่งท่องเที่ยวไทยได้อย่างรวดเร็ว

สภาพชุมชนตลาดน้ำได้ถูกปรับเปลี่ยนไป บ้านเรือนและร้านค้าริมน้ำบริเวณคลองลัดพลี ต่างเปิดร้านขายของที่ระลึกกันทุกรั้วเรือน สินค้าที่นำมาขายเป็นประเภทของที่ระลึกและงานหัตถกรรมต่าง ๆ เช่น เครื่อง

ไม้แกะสลัก เครื่องจักสาน โปสการ์ด เป็นต้น ต่อมาก็ได้มีการปรับปรุงศาลาห้าห้องให้เป็น 2 ชั้น เพื่อเปิดร้านขายสินค้าที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมนั้นมักจะนิยมเดินชมตลาดน้ำอยู่บริเวณชั้นสองมากกว่า ชั้นล่างจะเป็นที่ของพ่อค้าแม่ค้าที่เข้ามาจับซื้อของ เพราะสะดวกกว่าในการขนของลงเรือ ในช่วงเวลาต่อมาตลาดน้ำคลองลัดพลีแห่งนี้จึงถือเป็นจุดเริ่มของการมีธุรกิจท่องเที่ยวเข้ามาเป็นตัวสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

ระยะเฟื่องฟูของตลาดน้ำเป็นผลจากการเติบโตของชุมชนชาวสวนที่ทำการเกษตรเพื่อการค้าอย่างจริงจัง ขณะเดียวกันความมีชื่อเสียงของตลาดน้ำก็ถูกเผยแพร่ไปสู่สายตาของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยว เรือนับหลายร้อยลำแออัดกันอยู่ในตลาดน้ำคลองลัดพลี ชาวบ้านในชุมชนดำเนินสะดวกเองก็เข้ามาค้าขายกันอย่างเนืองแน่นทั้งบนบกและในน้ำ โดยพื้นที่ริมน้ำนั้นจะเป็นบ้านเรือนที่เช่าจากผู้ใหญ่บ้านหมู่ 7 ซึ่งเป็นเจ้าของที่บริเวณดังกล่าว ส่วนพื้นที่ค้าขายในน้ำนั้นจะเป็นพื้นที่สาธารณะที่ใคร ๆ ก็สามารถจับจองพื้นที่ค้าขายได้ทั้งสิ้น

“เดิมตลาดน้ำมันไม่ได้อยู่ตรงนี้ อยู่ที่คลองลัดพลี ที่เคยมาตอนเด็ก ๆ ตลาดน้ำเปลี่ยนไปเยอะมาก แต่ก่อนเรือเยอะมาก ไม้พายยังพายไม่ได้เลย แน่นมาก คนเยอะมาก คนไทยทั้งนั้นเลย ส่วนฝรั่งมันเดินอยู่ชั้นบน ซื้อของ จะไม่มีลงเรืออย่างนี้ เดียวนี้ฝรั่งลงเรือเที่ยว ส่วนบ้านเรือนนั้นก็เหมือน ๆ กับตอนนี้แหละ ก็มีเปลี่ยนไปบ้าง ตอนนั้นนะของขายเต็มเลยมีมะพร้าว กะปิ ไม่ต้องใช้ตั้งค์ ใช้แลกกัน กะปิ แลกน้ำปลา ตอนนั้นตลาดมีทุกวัน”

(แม่ค้า 1)

ตลาดน้ำ ในช่วงปี พ.ศ.2515 จนถึงปัจจุบัน

ตลาดน้ำดำเนินสะดวกปัจจุบันเป็นตลาดน้ำที่ถูกเคลื่อนย้ายจากคลองลัดพลีเข้ามาสู่คลองต้นเข็มในปี พ.ศ.2517 เนื่องจากสภาพพื้นที่ของคลองต้นเข็มมีความสะดวกและเหมาะสมมากกว่าคลองลัดพลี คลองต้นเข็มซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามคลองลัดพลีเป็นคลองสายสั้น ๆ มีถนนสุขาภิบาล 1 ตัดผ่าน และมีท่าพวงวธรณซึ่งเป็นท่าขึ้นลงผลไม้ตั้งอยู่ จึงทำให้มีความสะดวกต่อการขนถ่ายพืชผักผลไม้เพื่อขนส่งต่อทางรถยนต์ บรรดาเรือพ่อค้าแม่ค้าจึงเริ่มทยอยมาติดตลาดในคลองต้นเข็ม อีกทั้งคลองลัดพลีไม่มีทางเท้าที่สะดวก มีเพียงสะพานปูนแคบ ๆ ที่ค่อนข้างสูงชัน การเดินทางเข้ามาจึงต้องใช้ทางเรือ จึงทำให้เกิดการขยายตลาดน้ำไปยังคลองต้นเข็มเพื่อรองรับชาวต่างชาติ และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ตลาดน้ำคลองลัดพลีต้องย้ายเข้ามาสู่ต้นเข็มก็เนื่องมาจากการแข่งขันด้านธุรกิจการท่องเที่ยว เกิดความขัดแย้งและแย่งลูกค้ากันรุนแรงขึ้น ต่อมาอีกประมาณ 2-3 ปี ในราว พ.ศ.2515 – พ.ศ. 2517 จัดเป็นระยะเสื่อมของตลาดน้ำคลองลัดพลี เรือค้าขายก็เริ่มน้อยลง พ่อค้าแม่ขายบางรายก็ได้พายเรือหนีเรือหางยาวเข้าสู่คลองต้นเข็ม เพราะเรือหางยาวได้สร้างความลำบากในการพายเรือขายของ ในบางครั้งก็ทำให้เรือพายต้องล่มไปก็มี ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าวมีเจ้าของที่ดินเอกชนบางรายได้เข้ามาปรับสภาพที่ดินบริเวณคลองต้นเข็มให้เป็นท่าเรือริมน้ำ ย้ายไปเปิดร้านขายสินค้าที่ระลึกแห่งใหม่ในคลองต้นเข็ม และได้ทำการขยายคลองต้นเข็มเดิมออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ตลาดน้ำคลองต้นเข็มจึงเกิดขึ้นมาแทนที่ตลาดน้ำคลองลัดพลีเดิม

“สาเหตุที่ย้ายตลาดน้ำมาเพราะชาวต่างชาติจะเดินเข้ามายังตลาดน้ำคลองลัดพลีลำบากก็เลย

ย้ายมาส่วนรูปแบบสินค้าเดิมส่วนจะเป็นของในสวนส้ม องุ่น ชมพู ฝรั่ง กล้วย พวกที่เป็นของไร่จะไม่ใช้ของ
ดำเนิน โดยอดีตชาวสวนจะชนพืชผักผลไม้มาที่ตลาดน้ำ เป็นเหมือนตลาดนัด สภาพตลาดน้ำในขณะนั้นเป็น
ตลาดน้ำจริง ๆ บ้านใครก็ขายของหน้าบ้านเลย นักท่องเที่ยวแต่ก่อนก็เยอะมาก เป็นธรรมชาติกว่านี้เยอะ คือใน
ตอนนั้นจะเป็นลักษณะวิถีชีวิตชาวคลองมากกว่าปัจจุบัน”

(พนักงานเทศบาล)

การเคลื่อนย้ายตลาดน้ำมีผลต่อชุมชนตลาดน้ำเดิมเป็นอย่างมาก ร้านค้าที่เปิดร้านขายของที่ระลึกต่าง
ๆ แก่นักท่องเที่ยวในบริเวณคลองลัดพลีต้องปิดกิจการลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมตลาดน้ำคลองต้น
เข็มแทน และไม่ใช้กิจการท่องเที่ยวในคลองลัดพลีเท่าหน้าที่เขา ตลาดน้ำดำเนินสะดวกทั้งหมดบริเวณคลอง
ลัดพลี คลองทองหลวง และคลองดำเนินสะดวกก็เขาลงไปด้วย เนื่องจากถูกศูนย์กลางการค้าแห่งใหม่ที่
ตลาดเสรีดึงไป ขณะเดียวกันความเป็นศูนย์กลางการค้าทางเกษตรที่ตลาดน้ำก็ลดบทบาทลง เนื่องจากชาว
สวนพึ่งพาตลาดน้ำน้อยลง เพราะสามารถขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังตลาดได้ด้วยทางรถยนต์ จึงทำให้
ความคึกคักของชุมชนตลาดน้ำเดิมเจือปนเหงาหงายทันที

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าศูนย์กลางตลาดน้ำเดิมที่เคยอยู่ที่คลองลัดพลีได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้ง
สำคัญ เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าได้ทยอยย้ายเข้ามาขายของยังคลองต้นเข็ม จนกระทั่งตลาดน้ำคลองลัดพลีต้องปิด
กิจการลง หรือเพียงตลาดน้ำคลองต้นเข็มที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันในนามของตลาดน้ำดำเนินสะดวกมาจนกระทั่ง
ปัจจุบัน จากช่วงระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2516 – พ.ศ. 2545 ตลาดน้ำคลองต้นเข็มกลายเป็นศูนย์กลางของชุม
ชนดำเนินอย่างเห็นได้ชัด ดังที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ โดยจะแบ่งช่วงเวลาออกเป็น 2 ช่วงด้วยกัน คือ

- พัฒนาการของตลาดน้ำช่วง พ.ศ. 2515-2520

ในระยะแรกตลาดน้ำคลองต้นเข็มก้าวเข้าสู่ระบบธุรกิจยังไม่เต็มตัวนัก เนื่องจากยังเป็นระยะเริ่มต้น
ในช่วงเวลาดังกล่าวมีเพียงที่ขึ้นลงผลไม้ของท่าพजरรณ ซึ่งทำให้สำหรับพ่อค้าแม่ค้าขายที่มารับซื้อผลไม้เท่านั้น
ไม่ได้ต้องการกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด มีร้านขายของที่ระลึกอยู่เพียง 2 ร้านเท่านั้น จุด
เปลี่ยนสำคัญคือพ่อค้าจากภายนอกซึ่งทำธุรกิจเพื่อตักตวงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมตลาดน้ำ ซึ่งก็คือ
ร้านพิชัย และร้านเจริญสุขโข เมื่อนักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามากขึ้น ตลาดน้ำคลองต้นเข็มก็เป็นที่สนใจสำหรับพ่อ
ค้าแม่ค้าที่จะเข้ามาเปิดกิจการขายของให้นักท่องเที่ยว ร้านค้าที่เคยขายแต่ของที่ระลึก เช่น เสื้อผ้า งานไม้แกะ
สลัก ก็หันมาเปิดทำเรือใหญ่เป็นลักษณะธุรกิจครบวงจร ดึงแม่ค้ามาขายของยังท่าของตน ท่าผลไม้ของพजर
รณก็ปรับปรุงหันมาทำท่าเรือเพื่อขายนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

หลังจากปี พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา ตลาดน้ำได้เปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมค่อนข้างมาก กล่าวคือ จาก
เดิมที่เคยเป็นการค้าขายของคนในชุมชนหรือใกล้เคียง กลับกลายเป็นตลาดน้ำที่เต็มไปด้วยนักท่องเที่ยว ทุก
อย่างเป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลประโยชน์ซึ่งกันและกันทั้งจากพ่อค้าแม่ค้า บริษัททัวร์ คนพายเรือรับจ้าง
เจ้าของท่าเรือ ร้านหรือเรือพายขายของที่ระลึก ฯลฯ เนื่องจากตลาดน้ำคลองต้นเข็มหรือตลาดน้ำแห่งใหม่ที่
ปัจจุบันรู้จักกันดีในชื่อของตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีการคมนาคมที่สะดวกสบายกว่าเพราะติดกับเส้นทางถนน
นักท่องเที่ยวสามารถจอดรถและลงมาเที่ยวตลาดน้ำได้ทันที โดยทางรถยนต์จะใช้เส้นทางสายถนนสุขาภิบาล

1 แยกจากถนนดำเนินสะดวก-แม่กลองเข้าไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร (ถนนสายสุขาภิบาล 1 ปัจจุบันตัดผ่านแม่น้ำแม่กลองที่ อ.บางคนที ไปถึงตัวเมืองราชบุรี) ไม่เหมือนกับตลาดน้ำคลองลัดพลีที่จะต้องจอดรถและนั่งเรือต่อเข้าไป แม่ค้าพ่อค้าบางรายจึงพายเรือเข้าไปขายยังตลาดน้ำคลองต้นเข็ม เพราะเห็นว่าทำเรือดังกล่าว การคมนาคมสะดวกกว่า และเจ้าของทำเรือเอกชนเองก็ค่อนข้างมีอำนาจในด้านการท่องเที่ยว คือสามารถติดต่อไปทางมัคคุเทศก์ให้นำนักท่องเที่ยวมาขายทำเรือของตนแล้วแบ่งส่วนแบ่งในรูปแบบของการหักเปอร์เซ็นต์ให้กับมัคคุเทศก์หรือตัวแทน (Agency) ที่นำทัวร์มาลง อีกทั้งพ่อค้าแม่ขายจากจังหวัดอื่นที่เข้ามาจับซื้อผลผลิตทางเกษตรจากดำเนินสะดวกไปขายต่อ่นั้น ก็พยายามจะให้แม่ค้าพายเข้ามาขายยังคลองต้นเข็ม เพราะสะดวกในเรื่องของการขนย้ายสินค้ากลับไปทางรถยนต์ ในระยะแรกบริเวณคลองต้นเข็มทั้งสองฝั่งคลองมีบ้านเรือนพักอาศัยของชาวบ้านอยู่น้อย สะดวกในการทำเป็นบ้านพักและร้านค้าของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว มีการเช่าที่สองฝั่งคลองทำเป็นท่าเรือ ซึ่งตัดแปลงมาจากท่าผลไม้ เช่น ท่าเจริญสุขโข และท่าพจวรรณ นอกจากนี้แล้ว พื้นที่ที่เหลือได้ทำเป็นลานกว้าง สำหรับเป็นที่จอดรถให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในช่วงต่อมาการจัดการพื้นที่ทั้งหมดบริเวณคลองต้นเข็มจึงดำเนินไปเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ดังนั้นพ่อค้าแม่ขายรายย่อยจึงทยอยกันพายเรือเข้ามาขายนักท่องเที่ยวยังตลาดคลองต้นเข็มเพิ่มมากขึ้นเป็นระยะ ๆ จนกระทั่งตลาดน้ำคลองลัดพลีหมดไปเหลือไว้เพียงแต่ชื่อ

ในส่วนของจัดการด้านการค้าขายในลำคลองในช่วงเวลาดังกล่าว ถือว่าพื้นที่ตลอดลำน้ำเป็นที่สาธารณะใครก็สามารถเข้ามาขายได้ โดยทางเทศบาลตำบล (ในเวลานั้นเป็นสุขาภิบาลตำบล) จะเข้ามาดูแลในเรื่องความสะอาดและการจัดระเบียบตามลำคลองต่าง ๆ ส่วนที่ดินทางบกที่ติดริมน้ำเป็นของใคร คนนั้นก็จะเป็นเจ้าของที่บริเวณริมน้ำที่ติดกับที่ดินบริเวณนั้นตามไปด้วย ดังนั้นพื้นที่บริเวณดังกล่าวจึงตกเป็นของคนในท้องถิ่นเองเป็นส่วนใหญ่ แต่แม่ค้าก็ไม่เชื่อว่าจะมาขายที่ตลาดน้ำปัจจุบันเสียทั้งหมด บางรายที่ฐานะค่อนข้างดีก็เลิกกิจการและหันไปซื้อที่ทางบกทำกิจการเกี่ยวกับค้าขายบนตลาดบกแทน หรือแม้กระทั่งไปซื้อที่ดินในเขตกรุงเทพฯ แล้วย้ายออกไป บางรายก็แก่เฒ่าจนไม่สามารถทำกิจการต่อไปได้ จึงมีเพียงแม่ค้าเก่าจากตลาดน้ำคลองลัดพลีบางส่วนที่ตามไปขายยังตลาดน้ำคลองต้นเข็มหรือคลองดำเนินสะดวกในปัจจุบัน นอกนั้นก็ยังมีแม่ค้าใหม่ที่เคยมีอาชีพทำสวนมาก่อน

- พัฒนาการตลาดน้ำช่วง พ.ศ. 2520 – ปัจจุบัน

ระยะนี้รูปแบบของการค้าขาย ร้านค้าและกิจกรรมต่าง ๆ ในตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ ร้านค้าส่วนมากมีขนาดใหญ่เต็มไปด้วยสินค้ามากมายเพื่อจำหน่ายเฉพาะนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ผ้าไหม อัญมณี และเครื่องประดับ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ตุ๊กตาไทย และสินค้าหัตถกรรมนานาชาติ นอกจากนี้ยังพบว่ามีการแข่งขันสูงด้วยการสร้างสิ่งกีดขวางสะพานและทางเดินริมน้ำ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเดินเที่ยวชมไปยังร้านอื่นได้

ช่วงเวลาแห่งความเฟื่องฟูของตลาดน้ำคลองต้นเข็ม เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ. 2520-2525 เป็นต้นมา นักธุรกิจจากกรุงเทพฯ เข้ามาเช่าพื้นที่ บ้างก็ร่วมทุนกันซื้อและต่อเติมห้องแถวเปิดร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก จนประสบความสำเร็จอย่างสูง เป็นแรงดึงดูดให้ร้านค้าหรือบ้านเรือนห้องแถวที่ตั้งอยู่ริมฝั่งคลองตลอดจนร้านค้าในตลาดบกเริ่มนำของที่ระลึก ของชำร่วยมาวางขายกันอย่างแพร่หลาย บ้างก็เปิดเป็นกิจการร้านอาหารเพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวจนกลายเป็นธุรกิจเต็มรูปแบบ การค้าขายในระยะหลังก็จะมีทั้งในลำ

คลองที่มีเรือพายเบียดเสียดกันอย่างหนาแน่น และบริเวณหน้าบ้านที่เป็นที่ดินริมน้ำ ซึ่งจะเปิดเป็นร้านค้าที่ขายของทั่ว ๆ ไปให้กับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติด้วยเหมือนกัน เมื่อเป็นที่รู้จักและโด่งดัง ตลาดนัดในชื่อต่าง ๆ ตามลำคลองจึงค่อย ๆ หายไป เหลือเพียงชื่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกตามชื่อคลองสายหลัก เพื่อสร้างเอกลักษณ์และเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

“สมัยก่อนของขายง่ายกว่า แม่ค้ามันน้อย พายง่ายกว่า เรือผลไม้ก็มี 4-5 ลำเอง เดี่ยวนี้ตั้ง 30-40 ลำ สมัยก่อนหากำไรง่ายกว่า อย่างปัจจุบันขายพายเรือขายไปเรื่อย ๆ ไม่ตั้งอยู่กับที่ก็ไม่ต้องเสียค่าเช่าที่ พายไปพายมาไม่ได้อยู่กับที่ แต่ถ้าอยู่กับที่ที่ต้องเสียเป็นเดือน เดือนละ 1,500 บาท”

(แม่ค้า 2)

อย่างไรก็ตามเมื่อการท่องเที่ยวขยายตัว ก็ทำให้เกิดท่าเรือของเอกชนที่มุ่งเน้นการขายสินค้าที่ระลึก รูปแบบต่าง ๆ และบริการทางด้านการท่องเที่ยวทางเรือขึ้นรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ตั้งแต่ปี 2530 จนถึงปัจจุบันเกิดท่าเรือหลัก ๆ ในตลาดน้ำดำเนินสะดวกทั้งหมด 5 ท่าด้วยกัน คือ ท่าพजरรณ ท่ายุวนดา ท่าเจริญสุขโข ท่าเรือเจริญสุนทร ซึ่งในบริเวณพื้นที่ของท่าเรือเจริญสุนทรนั้นได้แบ่งพื้นที่ให้กับท่าพิชัย ทำการเปิดท่าเรือพิชัยขึ้นเพื่อขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว โดยท่าพิชัยจะมีท่าเรือของตนเองอยู่บริเวณทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพื่อจะรับลูกค้าลงเรือมาขึ้นยังท่าเรือขายของข้างในตลาดน้ำดำเนินสะดวกอีกทีหนึ่ง ท่าเรือหลัก ๆ ทั้งห้าหลัก ๆ 5 ท่า มีรูปแบบการจัดการกับธุรกิจของตนใกล้เคียงกัน คือ มีการเก็บค่าเช่าจากคนสองกลุ่ม กลุ่มที่หนึ่งเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่นำเรือเข้ามาจอดริมฝั่ง โดยจอดอยู่ที่เดียว จนตลาดเลิก กลุ่มที่สอง ได้แก่ กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าที่เช่าที่ดินบริเวณริมน้ำเพื่อสร้างร้านขายของชั่วคราว ซึ่งราคาเช่าก็จะขึ้นอยู่กับว่าเป็นคนรู้จักหรือเป็นเครือญาติกับเจ้าของท่าเรือหรือไม่ หากไม่ได้เป็นญาติกันจะต้องเสียค่าเช่าที่ประมาณ 1,500 บาทต่อเดือน แต่หากเป็นญาติสนิทมิตรสหายกันก็อาจจะลดลงเหลือประมาณ 500 บาท จนถึงไม่ต้องเสียค่าเช่าเลยก็มี

ถึงแม้ว่าลักษณะการบริหารดำเนินการของท่าเรือหลักทั้ง 5 แห่งนั้นจะมีวิธีการคล้ายคลึงกัน แต่วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าแต่ละท่าก็มีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบของแต่ละท่าเรือ กล่าวคือ

ท่าพजरรณ นั้น สินค้าที่นำมาขายจะเน้นไปทางผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผลไม้ กระจ่าง หั้วหอม เป็นต้น ทั้งขายส่งและขายปลีก และมีร้านค้าขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวประปรายไปตลอดทาง ซึ่งร้านค้าเหล่านี้ก็ต้องทำการเช่าที่ของท่าเรือต่ออีกทีหนึ่ง โดยราคาของร้านค้าที่มาเช่าที่ท่านั้นก็อยู่ที่ราว ๆ 500 – 1000 บาทต่อเดือน ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับเจ้าของท่าเรือ ซึ่งร้านค้าที่ต้องเสียค่าที่ให้กับเจ้าของท่าเรือนั้นจะมีเพียงร้านค้าบนท่า และร้านที่อยู่ติดกับขอบท่าเท่านั้น เพราะแม่ค้าที่พายเรือขายของในแม่น้ำนั้นถือเสมือนเป็นที่สาธารณะจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น นอกจากธุรกิจในการให้เช่าที่สำหรับร้านค้าเพื่อการค้าและการท่องเที่ยวแล้วนั้น ทางท่าเองยังมีธุรกิจเรือทัวร์รับจ้างอยู่ในบริเวณท่า ซึ่งจะพานักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มากับทัวร์นั่งเรือรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวกไป-กลับเป็นเวลาประมาณ 45 นาที เจ้าของท่าพजरรณยังมีท่าเรือย่อยคือ ท่าเรือยิ้มสยาม ซึ่งตั้งอยู่ใกล้เคียงกับท่าพजरรณที่ให้บริการเรือเพียงอย่างเดียว โดยจะเพิ่มโปรแกรมในการลงเรือทัวร์ให้มากขึ้น เช่น พาเข้าไปชมสวน แล้วยกจ่ายเข้าไปในตลาดน้ำ ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 1

ชั่วโมง ซึ่งเวลาในการลงเรือนี้จะไม่แน่นอนอาจมียืดหยุ่นได้ตามแต่ภาคของลูกค้าจะเจาะจงมา เนื่องจากสำหรับบางบริษัททัวร์จะค่อนข้างรีบเร่งในเรื่องเวลา เพราะจะมีโปรแกรมไปเที่ยวที่อื่นต่อไป ดังนั้นในเรื่องเวลาจึงต้องยืดหยุ่นตามเวลามัคคุเทศก์

ทำยูวันดามีลักษณะรูปแบบการดำเนินงานคล้ายกับท่าพจวรรณที่เน้นไปที่ผลผลิตจากชาวบ้าน ไม่เน้นขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติดังเช่นท่าเจริญสุขโข และท่าพิชัย แต่ถึงอย่างไรก็ตามทำยูวันดาก็มีร้านขายของที่ระลึกเปิดขายอยู่ที่ท่าด้วยเช่นกัน ซึ่งร้านของที่ระลึกดังกล่าวเป็นร้านมีขนาดไม่ใหญ่นักเป็นกิจการของท่าเรือยูวันดาเอง กลุ่มลูกค้าของทำยูวันดานั้นจะเน้นไปที่คนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ ดังนั้นในเรื่องของราคาอาหารและเครื่องดื่มจะถูกกว่าท่าอื่น และทำยูวันดาเองก็เน้นในเรื่องของธุรกิจเรือทัวร์เป็นหลัก อัตราราคาค่าเรือเที่ยวลำหนึ่งมีตั้งแต่ประมาณ 120 ไปจนถึง 200 บาทต่อคน ขึ้นอยู่กับว่าเป็นราคานักท่องเที่ยวไทยหรือต่างชาติ กิจการเรือทัวร์นี้จะมีจะมีลูกจ้างที่เป็นชาวบ้านในอำเภอดำเนินสะดวกเข้ามาพายเรือโดยได้ค่าจ้างวันละ 60-90 บาท ส่วนในเรื่องอัตราค่าเช่าที่นั้นทางท่าเรือไม่ได้คิดเงินค่าเช่าพื้นที่กับแม่ค้าที่มาจอดเรือขายของอยู่บริเวณท่าแต่อย่างใด สำหรับพื้นที่บริเวณท่าเรือยูวันดานั้นทางท่าได้ทำการขุดคลองบริเวณหน้าที่จอดเรือของท่าเรือ เพื่อให้มีพื้นที่ในการค้าขายและการตั้งร้านค้าเพิ่มขึ้น ร้านค้าที่ทำยูวันดานี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ส่วนร้านเครื่องดื่มนั้นจะมีร้านของเจ้าของท่าเพียงร้านเดียว

ท่าเรือเจริญสุขโขนั้น เป็นท่าใหญ่อีกท่าหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวมาลงเรือค่อนข้างมาก ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่มาลงที่ท่าจะเป็นกรุ๊ปทัวร์มากกว่าที่จะเดินทางมาเอง เนื่องมาจากครอบครัวของเจ้าของท่าเคยมีอาชีพเป็นมัคคุเทศก์มาก่อน ดังนั้นการเข้าถึงหรือดึงกลุ่มเป้าหมายมาจากกรุ๊ปทัวร์จึงทำได้ง่าย ลูกค้าที่เข้ามาเที่ยวที่ท่าเจริญสุขโขจึงค่อนข้างมาก และลักษณะรูปแบบของท่าที่จัดขึ้นนั้นก็จะเป็นลักษณะกำหนดจุดขึ้น - ลงเรือสำหรับลูกค้าที่มาด้วยตนเองและมากับกรุ๊ปทัวร์ และภายในท่าก็จะมีร้านขายของที่ระลึก สินค้าที่จัดจำหน่ายภายในท่าเจริญสุขโขจะเน้นสินค้าจำพวกเสื้อผ้า และงานศิลปหัตถกรรม นอกจากนี้ยังมีการตั้งจุดขายเครื่องดื่มที่มีไว้สำหรับพักผ่อนหย่อน และจุดนัดพบของมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยวด้วย

ท่าเรือเจริญสุนทร มีลักษณะพิเศษกว่าท่าอื่น ๆ ตรงที่เป็นท่าเรือขายเรือทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งบริเวณท่าเรือเจริญสุนทรนั้นจะมีพื้นที่ให้เช่า เพื่อเปิดร้านขายของที่ระลึกและร้านก๋วยเตี๋ยวเพียงบางส่วน ที่เหลือก็จะให้เจ้าของท่าพิชัย เช่าพื้นที่เปิดร้านขายของที่ระลึก ดังนั้นบริเวณพื้นที่ของท่าเรือเจริญสุนทรจึงมีค่อนข้างจำกัดหากเปรียบเทียบกับท่าอื่น ๆ แต่ข้อดีของเรืออาณานิคมของพื้นที่ก็ไม่ได้ทำให้รายได้ของท่าเรื่อน้อยลงไปแต่ประการใด เนื่องจากทางท่าเรือก็ยังอาศัยการติดต่อกับทางบริษัททัวร์และมัคคุเทศก์ให้นำลูกทัวร์มาลงเรือกับท่า โดยทางท่าเรือก็จะแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้กับผู้ที่นำนักท่องเที่ยวมาลงเรือ เป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

สำหรับท่าสุดท้าย ณ บริเวณตลาดน้ำ คือ **ท่าพิชัย**ที่ได้เช่าพื้นที่ของท่าเรือเจริญสุนทรทำธุรกิจนี้รูปแบบของธุรกิจก็จะเป็นลักษณะแพคเกจทัวร์ที่ติดต่อกับทางบริษัทชั้นนำจากต่างประเทศให้นำลูกทัวร์นั่งรถยนต์จากกรุงเทพฯ มาลงท่าเรือพิชัยที่ตั้งอยู่บริเวณปากทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวลงเรือหางยาวเพื่อพาชมสวน และสภาพบ้านเรือนริมน้ำก่อนเข้ามายังตลาดน้ำดำเนินสะดวก แล้วก็ให้นักท่องเที่ยวลงเรือพายบริเวณร้านขายของที่ระลึกของตนเพื่อเลือกซื้อของที่ระลึกตามชอบใจ และ ณ จุดบริเวณดังกล่าวยังเป็นที่น่าสนใจจุดใหญ่ของเหล่ามัคคุเทศก์ที่นั่งรอเวลาลูกเรือของตนกลับขึ้นมาจากล่องเรือทัวร์ ซึ่งจุด

นัดหมายที่ทางทำจัดทำขึ้นในหนึ่งหรือหนึ่งพักผ่อนนั้นได้จัดเครื่องดื่มทั้งน้ำดื่ม ชา กาแฟ น้ำอัดลม เบียร์ จำหน่ายอีกด้วย

สินค้าที่ทางทำพิชชียจัดจำหน่ายที่ร้านขายของที่ระลึก หรือที่เรียกว่าร้านพิชชียูเวียเนียร์ มีทั้งสินค้าประเภทไม้แกะสลัก งานศิลปะ หมวก เสื้อผ้า และงานหัตถกรรมพื้นบ้านต่าง ๆ ซึ่งมีการตั้งราคาให้แพงกว่าต้นทุนประมาณ 3 เท่า เพื่อกันไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาซื้อของและมีการต่อรองราคาลงไปครั้งต่อครั้ง เนื่องจากคำแนะนำของมัคคุเทศก์ที่จะบอกกับลูกค้าทัวร์ของตนไว้ก่อนที่จะปล่อยลูกค้าทัวร์เดินซื้อของ เมื่อถึงกำหนดเวลาที่นัดกันไว้กับมัคคุเทศก์แล้ว ลำดับต่อไปลูกค้าทัวร์ก็จะไปขึ้นรถบริเวณที่จอดรถด้านหน้าเพื่อไปยังศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน RTC ซึ่งเป็นกิจการของทำพิชชียเช่นเดียวกันแล้วจึงไปยังสถานที่ที่ลูกค้าจะไปเที่ยวต่อไปที่ทางบริษัททัวร์ได้จัดโปรแกรมไว้แล้ว

สำหรับเส้นทางในการเดินเรือพานักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำของท่าเรือหลักทั้ง 5 ท่าก็มีเส้นทางใกล้เคียงกัน คือ

1. หากลงเรือตรงท่าเรือพายภายในตลาดน้ำส่วนใหญ่ก็จะใช้เรือพายพานักท่องเที่ยวล่องคลองต้นเข็มคูรอบ ๆ ตลาดน้ำ แล้วจึงพาเข้าไปยังคลองซอยเพื่อไปชมเตาตาล (ร้านขายของที่ระลึกและทำน้ำตาลสด จะมีการสาธิตทำน้ำตาลสดให้นักท่องเที่ยวชม) แล้ววนออกกลับไปยังท่าเรือ
2. หากนั่งเรือหางยาวหรือเรือเครื่องเข้ามาจากท่าเรือข้างนอกก็จะผ่านคลองดำเนินสะดวกเพื่อชมวิถีชีวิตริมน้ำ แล้วจึงวนเข้ามายังตลาดน้ำดำเนินสะดวก (โดยเมื่อเรือเครื่องจะเข้ามายังคลองต้นเข็มจะต้องดับเครื่องยนต์แล้วพายเข้ามาตามกฎที่ทางเทศบาลได้กำหนดไว้) เรือก็จะจอดให้ที่ท่าเรือเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินชมตลาดน้ำ หรือ เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้ตามอัธยาศัย

นอกจากท่าเรือหลักทั้ง 5 ท่าแล้วนั้นก็ยังมีท่าเรือเล็ก ๆ เรียงรายกันตามทางเข้าตลาดน้ำดำเนินสะดวกอีกนับ 10 ท่า ไม่ว่าจะเป็น ท่าเรือไค้ก ท่าเรือแซงค์ ท่าเรือตุลิต ท่าเรืออนุรักษ์เรือพาย ท่าเรือจันทสุวรรณโณ ท่าเรือยิ้มสยาม ท่าเรือปิยะ เป็นต้น แต่สำหรับท่าเรือรายย่อยแล้วลักษณะการบริหารจัดการจะแตกต่างจากท่าเรือหลักเล็กน้อย คือการบริหารจะมีลักษณะเป็นพี่น้องเป็นครอบครัวเข้ามาช่วยกันทำมากกว่า จะมีผู้บริหารหลักเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว เนื่องจากผู้ใช้แรงงานหรือลูกจ้างพายเรือในท่าก็จะเป็นคนรู้จักหรือเป็นญาติมิตร การจัดการจึงต้องเป็นลักษณะครอบครัวที่เข้ามาช่วยกันทำมากกว่า โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของท่าเรือรายย่อยนี้ก็จะได้มาจากลูกค้าที่ซื้อทัวร์มาจากโรงแรม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองโดยรถแท็กซี่ ลูกค้าที่เดินทางมาด้วยตนเองโดยรถโดยสาร ซึ่งทางท่าเรือก็มีเส้นทางติดต่อกับบุคคลเหล่านี้ไว้แล้ว ดังนั้นเมื่อรถพาลูกค้ามาลงยังท่าเรือของเขา คนขับหรือผู้ที่พามา ก็จะได้เปอร์เซ็นต์จากท่าเรือ อย่างเช่น หากเป็นคนไทยท่าเรือจะเก็บค่าโดยสารค่าละประมาณ 150-300 บาท ถ้าเป็นชาวต่างชาติเก็บเป็นรายหัวประมาณคนละ 200 บาท ราคาจะถูกกว่าราคาเช่าเรือที่ตลาดคลองต้นเข็มเล็กน้อย ผู้ที่พาแขกมาคิดเป็นเงินประมาณครั้งละ 500 บาท เงินรายได้ส่วนที่เหลือจึงตกเป็นของท่าเรือ สำหรับเส้นทางในการเดินทางที่ทางท่าเรือย่อยจัดไว้ก็จะเพิ่มเส้นทางและเวลาให้มากกว่าท่าเรือในตลาดน้ำ เพื่อแย่งลูกค้ากับท่าเรือในตลาดน้ำ ซึ่งเส้นทางที่เพิ่มเข้าไปนั้นก็จะเป็นเส้นทางที่เข้าไปชมสวนต่าง ๆ นอกเหนือจากการเข้าไปชมตลาดน้ำ เวลานั้นเรือก็จะอยู่ที่ราว ๆ รอบละ 1 ชั่วโมงหรือแล้วแต่จะตกลงกัน ไม่มีกำหนดเวลาเคร่งครัดเท่ากับท่าเรือพายในตลาดน้ำ สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้ท่าเรือรายย่อยต้องลดราคาลงมาเป็นเพราะท่าใหญ่ ๆ นั้นจะมีการติดต่อกับบริษัททัวร์จาก

ต่างประเทศไปแล้ว บริษัททัวร์ต้นทางจะนำนักท่องเที่ยวมาลงเฉพาะที่ท่าเรือที่ติดต่อไว้เท่านั้น ท่าเรือรายใหญ่ จึงมีลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่ท่าเป็นจำนวนมาก ท่าเรือย่อย ๆ มีเพียงรายได้จากพวกบริษัททัวร์เล็ก ๆ ที่ ขยายทัวร์อยู่ตามลือบบี่โรงแรม หรือพวกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองโดยรถโดยสาร นำมาส่งเท่านั้น ไม่ สามารถแข่งขันกับท่าเรือใหญ่ ๆ ได้มากนัก

“พอตลาดย้ายมาฝั่งนี้ ฝั่งมันก็ตามมาฝั่งนี้ ร้านขายของที่ระลึกก็มากขึ้น ผลไม้ก็ขายกันน้อยลง เดี่ยวนี้คนเยอะทุกท่า ถ้าคนชอบนั่งเรือเที่ยวก็เข้าท่าข้างนอก ถ้าไม่ชอบก็เดินเข้ามาที่นี้ ท่าข้างในก็จะมีทัวร์มา ลงประจำ มีบัลลังก์ใหญ่ ๆ วันหนึ่ง 10 บัลลังก์ แค่นี้ก็ไม่ได้ห้ามคนไทยนะ เข้าได้ แต่คนมันเยอะ บางทีมันก็ให้ขึ้นเรือ ตรงท่าเลย”

(แม่ค้า 3)

ผู้ประกอบการในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดในตลาดน้ำดำเนินสะดวกบริเวณคลองต้นเข้มนั้นมีมากมายหลากหลายให้นักท่องเที่ยวเลือกชมเลือกทำ ทั้งนี้เนื่องจากการแข่งขันกันระหว่างผู้ค้าหรือผู้ประกอบการที่ต้องการดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเลือกใช้บริการของตน ซึ่งความหลากหลายของธุรกิจนี้เองจึงทำให้ต้องแบ่งลักษณะของกลุ่ม ผู้เกี่ยวข้องไปตามรูปแบบลักษณะของงาน ได้แก่

เจ้าของธุรกิจ

เจ้าของธุรกิจในที่นี้หมายถึงผู้ที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง มีพื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเจ้าของธุรกิจก็สามารถแบ่งย่อยออกเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ และ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อย โดยแตกต่างกันที่เจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่จะมีลูกค้าจำนวนมากในการควบคุม มีการติดต่อกับบริษัททัวร์หรือตัวแทนในเรื่องการท่องเที่ยว ส่วนเจ้าของธุรกิจขนาดย่อยจะดำเนินธุรกิจด้วยตนเองไม่จำเป็นต้องมีลูกค้าก็เป็นได้ มีพื้นที่ในการประกอบธุรกิจเป็นตึกแถวเปิดร้านขายของเล็กน้อยเท่านั้น อาจจะเป็นเจ้าของพื้นที่หรืออาจจะเช่าพื้นที่จากคนอื่นอีกทอดหนึ่ง

- เจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ เจ้าของท่าหลัก ๆ 5 ท่า ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ ท่าพजरรณ ท่ายุวันดา ท่าเรือเจริญสุนทร ท่าพิชัย ท่าเจริญสุขโข นอกจากนี้ยังมีเจ้าของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมเตาตาล ซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไปว่าบังละ และท่าย่อยที่เรียงรายอยู่ตามถนนสุขาบาล 1 ไม่ว่าจะเป็น ท่าเรือยิ้มสยาม ท่าเรือปิยะ ท่าเรือจันทสุวรรณโณ ท่าเรืออนุรักษ์เรือพาย ท่าเรือดุสิต ท่าเรือแข่งค์ ท่าเรือโคก เป็นต้น

เจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่เหล่านี้จะมีรายได้ค่อนข้างดี และทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นขายของที่ระลึก และเปิดท่าเรือพายสำหรับพานักท่องเที่ยวล่องชมคลองต้นเข้มนั้น ซึ่งเจ้าของธุรกิจตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นค่อนข้างจะมีบทบาทอยู่ในชุมชนค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นผู้ที่นำรายได้เข้ามาให้ชาวบ้านและชุมชน แต่เจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่จะไม่มีการติดต่อระหว่างกันมากนัก เพราะต่างถือว่ามีฐานะเป็นคู่แข่งทางการค้า ดังนั้นความร่วมมือหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างกันจึงไม่เกิดขึ้นเท่าที่ควร

- เจ้าของธุรกิจขนาดย่อม ได้แก่ ร้านขายของที่ระลึกริมถนน ร้านขายของที่ระลึกที่เช่าพื้นที่ท่าเรือใหญ่ เรือขายผลไม้ เรือขายของกิน ฯลฯ

ธุรกิจประเภทนี้นั้นจะมีเงินหมุนเวียนวันต่อวันและมีจำนวนไม่มาก แต่ก็เป็นกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ในชุมชน โดยลงทุนเช่าพื้นที่ ชื่อของจากตลาดใหญ่ เพื่อมาขายให้กับนักท่องเที่ยว ธุรกิจประเภทนี้รายได้จะไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับจำนวนของนักท่องเที่ยวแต่ละวันว่ามากน้อยแค่ไหน สำหรับกลุ่มผู้ค้าทางเรือที่พายเรือเข้ามาขายของในลำคลองต้นเข้มนั้น ทั้งที่ขายผลผลิตจากเรือสวนไร่นา และของรับประทานต่าง ๆ กลุ่มผู้ค้าทางเรือกลุ่มนี้ จะไม่ต้องเสียค่าเช่าที่แต่อย่างใด เนื่องจากถือว่าลำคลองเป็นที่สาธารณะที่ทุกคนจะเข้ามาได้ทุกเมื่อ

กลุ่มผู้ค้าอีกประเภทหนึ่งที่สามารถพบเห็นอยู่บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกค่อนข้างมากก็คือกลุ่มผู้ค้าเร่ขาย เช่น ไปสการ์ด ยาหม่อง พัด หมวก หรือแม้กระทั่งบริการรับแลกเงินดอลลาร์หรือยูโร ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าเช่าที่แต่อย่างใด เนื่องจากพื้นที่การขายไม่แน่นอน พวกเขาจะเร่ขายไปมาระหว่างท่าเรือต่าง ๆ กลุ่มแม่ค้าพ่อค้าที่ขายก็จะอยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 7 ขวบ ไปจนถึง 40 ปี

ลูกจ้าง

คือ บุคคลที่เข้ามาทำงานให้กับเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่ โดยได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทน ซึ่งกลุ่มลูกจ้างในชุมชนดำเนินสะดวกสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ลูกจ้างในร้านขายของที่ระลึก จะทำงานให้กับร้านขายของที่ระลึกของท่าเรือรายใหญ่ ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทน และ ค่าคอมมิชชั่นแล้วแต่ประสิทธิภาพและความขยัน ซึ่งลูกจ้างที่เข้ามาทำงานนี้จะต้องคอยต้อนรับแขกนักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูหรือซื้อสินค้า ทำงานทุกวันตั้งแต่เวลาประมาณ 8.00 น. – 12.00 น.
2. ลูกจ้างที่เข้ามาพายเรือรับนักท่องเที่ยว ลูกจ้างที่เข้ามาพายเรือเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างใหญ่ และคนที่เข้ามาทำงานตรงนี้ก็เช่นกันในชุมชน ได้ค่าตอบแทนประมาณวันละ 60 บาท และหากนำเรือของนักท่องเที่ยวไปแวะจอดเพื่อซื้อสินค้าที่ร้านใด คนพายที่พามาจอดจะได้รับเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้นอีก

นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมยังตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันแบ่งได้เป็นนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยรูปแบบหรือการเดินทางที่มักแตกต่างกันไป ซึ่งหากเปรียบเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณร้อยละ 80 ที่เหลืออีกร้อยละ 20 จะเป็นนักท่องเที่ยวไทยทั้งหมด

นักท่องเที่ยวไทย ที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำส่วนใหญ่จะเดินทางกันมาเองเป็นครอบครัวหรือเพื่อนสนิทมิตรสหาย อาจจะขับรถส่วนตัวมาหรือเช่ารถตู้กันมาเป็นทีมก็มีบ้าง ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาก็จะมาจากหลากหลายภูมิภาค ทั้งจากภาคเหนือ ภาคใต้ และจากกรุงเทพมหานครเองก็มาก โดยนักท่องเที่ยวไทยที่เข้ามาเที่ยวยังตลาดน้ำจะซื้อสินค้าประเภทอาหารและผลไม้ มากกว่าที่จะซื้อของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของตลาดน้ำดำเนินสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง รายได้หลักที่เข้าสู่ตลาดน้ำจึงมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาตินั่นเอง โดยนักท่องเที่ยวต่าง

ประเทศจะเดินทางเข้ามาหลายวิธีด้วยกัน ทั้งมากับกับบริษัททัวร์ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของตลาด หรือมากับตัวแทนบริษัททัวร์ที่ตั้งอยู่ตามโรงแรม หรืออาจจะมาด้วยตนเองโดยขึ้นรถโดยสารจากกรุงเทพ ฯ มาลงที่ท่ารถดำเนินสะดวกก็ได้

หน่วยงานราชการ

หน่วยงานราชการที่เข้ามาเกี่ยวข้องหรือดูแลตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยตรงนั้นมีเทศบาลตำบลกับตำบลดำเนินสะดวก ซึ่งการเข้ามาดูแลก็เป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากพื้นที่บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลเป็นส่วนมาก ดังนั้นอำนาจการจัดการจึงตกเป็นของท่าเรือเอกชน มีเพียงพื้นที่ลำคลองเท่านั้นที่มีทางตำรวจทางน้ำและหน่วยงานจากเทศบาลตำบลที่เข้ามาดูแล นอกจากการดูแลพื้นที่คลองแล้วนั้นทางเทศบาลตำบลในฐานะตัวแทนของหน่วยงานราชการยังเข้ามาควบคุมราคาในการพายเรือพานักท่องเที่ยวเที่ยวชมตลาดน้ำและชุมชน ซึ่งเป็นธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่มีผู้เข้ามาทำเป็นจำนวนมาก โดยทางท่าเรือเอกชนจะเป็นเจ้าของที่และให้ชาวบ้านเข้ามาเป็นลูกจ้างพายเรือ และด้วยรูปแบบของธุรกิจที่สามารถหาเงินได้ง่าย ทางเทศบาลจึงเข้ามาควบคุมราคาไม่ให้แพงจนเกินไปให้เหลือราคาประมาณไม่เกิน 100-150 บาทต่อลำ เนื่องจากก่อนที่จะเข้ามาควบคุมมีนักท่องเที่ยวร้องเรียนมาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากราคาค่าเรือที่เก็บค่อนข้างจะสูง ทางเทศบาลจึงจำเป็นต้องเข้ามาดูแลในเรื่องดังกล่าว แต่การควบคุมของทางการก็มีขีดจำกัด เพราะสามารถเข้ามากำหนดได้เพียงเรื่องที่เกี่ยวข้องเท่านั้น เพราะถือว่าที่ดินต่าง ๆ ยกเว้นลำคลอง เป็นที่ดินของส่วนตัว การจัดการตลาดน้ำจึงเป็นเรื่องของท่าเรือเอกชนต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่

อย่างไรก็ตามในอนาคตอันใกล้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลของดำเนินสะดวกจะร่วมกับทางเทศบาลตำบลดำเนินสะดวกจัดตั้งตลาดน้ำใหม่ขึ้นบริเวณวัดโชติทายการาม โดยการบริหารจัดการก็จะขึ้นอยู่กับสหกรณ์ที่จะจัดตั้งขึ้นมาดูแลอีกทีหนึ่ง

สินค้าและของที่ระลึกบริเวณตลาดน้ำ

รูปแบบของสินค้าที่ขายอยู่ในปัจจุบันก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมค่อนข้างมาก ในอดีตช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 (ก่อน พ.ศ. 2480) สินค้าจะเป็นของที่มาจากสวนเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นพืชผัก ผลไม้ รวมทั้งไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผลิตกันเองในชุมชน การค้าขายในตลาดน้ำที่เน้นผลิตผลทางการเกษตรเป็นหลักดำเนินไปจวบจนปี พ.ศ. 2514 จากนั้นจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพของตลาดน้ำ จากเดิมที่เคยเป็นที่ค้าขายกันเองสำหรับคนในชุมชน ก็กลายเป็นสถานที่สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว มีนายทุนต่างถิ่นเข้ามาเช่าและซื้อพื้นที่เพื่อเปิดเป็นร้านค้า ขายอาหารและสินค้าที่ระลึกกันมากยิ่งขึ้น ผลิตผลที่มีขายให้กับนักท่องเที่ยวจึงมีทั้งผลิตผลทางการเกษตรจากชาวบ้านที่พายเรือมาขาย และสินค้าที่เป็นของใช้ เครื่องตกแต่งบ้าน งานฝีมือ หรืองานหัตถกรรมต่าง ๆ ที่ชาวต่างชาติสนใจ เช่น สินค้าพื้นเมือง งานไม้ หรือแม้แต่เสื้อผ้า เป็นต้น

ในปัจจุบันของที่ระลึกได้กลายเป็นสินค้าหลักไปแล้ว แต่อย่างไรก็ตามสินค้าที่ถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกแห่งนี้มาตั้งแต่แรกจำพวกผลไม้ประเภทต่าง ๆ ก็ยังคงมีขายอยู่บ้าง แต่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ในฤดูกาลที่กล้วยไข่ออกผลผลิตสูง ก็จะมีเรือพายขายกล้วยไข่เหมือน ๆ กันเกือบทุกลำ หรือขนมตาล ขนมต้ม และขนมไทยประเภทต่าง ๆ แต่ผลไม้ส่วนใหญ่ที่ขายกันอยู่โดยทั่วไปจะเป็นผลไม้

เหมือนที่ตลาดบกทุกแห่งมีขาย โดยพ่อค้าแม่ค้าจะไปรับมาจากที่อื่นอีกทีหนึ่ง เช่น ตลาดศรีเมือง ตลาดไท เป็นต้น นอกจากนี้ก็เป็นสินค้าอื่น ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานหัตถกรรม เช่น ของตกแต่ง กระเป๋า หมวก ผ้า ซึ่งเป็นของที่รับมาจากกรุงเทพฯ แทบทั้งสิ้น ส่วนกิจกรรมหลักก็คือการพายเรือให้นักท่องเที่ยวนั่งชมชีวิตริมน้ำและสามารถซื้อสินค้าที่ขายโดยพ่อค้าแม่ขายที่พายเรือกันอยู่ในลำคลอง ซึ่งก็มีทั้งผลไม้ อาหารจำพวก กวยเตี๋ยว กวยจั๊บ ข้าวราดแกง ของกินเล่นประเภทอื่น ๆ เครื่องดื่ม ซึ่งมีทั้งแบบที่พายเรือเคลื่อนที่ไปในลำคลอง และเรือที่จอดสนิทเทียบท่าอยู่ตามจุดต่าง ๆ ตลอดลำคลอง นอกจากนี้ยังมีเรือขายของใช้ที่เป็นที่ระลึก เช่น หมวก กอบ หรือของที่ระลึกอื่น ๆ เช่น เครื่องหนัง โปสการ์ด เครื่องประดับ งานไม้ ซึ่งมักรับมาจากกรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่

“ที่ว่าตลาดเก่าสมบูรณ์กว่าเยอะ แต่ก่อนเรือวันหนึ่ง 400 ลำ เป็นชาวบ้านในสวนเป็นส่วนใหญ่ เพราะไม่มีทางรถ ก็จำเป็นจะต้องมาขายของ แต่เดี๋ยวนี้รถตัดเข้าบ้านกันหมด ก็ไม่จำเป็นจะต้องพายเรือออกมา แต่ก่อนเป็นแม่ค้าในอำเภอ มีคนจากที่อื่นบ้างแต่ก็น้อย จะเป็นคนในจังหวัดแต่คนละอำเภอ สภาพแวดล้อมก็เปลี่ยนไปเยอะ มีสิ่งปลูกสร้างเพิ่มขึ้น แต่ว่ามันเป็นส่วนน้อยสำหรับตลาดน้ำดำเนินสะดวก แต่มันก็เป็นทุกที่แหละ จริง ๆ มันก็ไม่เปลี่ยนไปมากเท่าไร เพียงแต่ย้ายคลองเท่านั้น”

(พ่อบ้าน)

“ตอนนั้นตลาดน้ำอยู่คลองลัดพลียังไม่ย้าย แต่พอตลาดน้ำข้ามมาฝั่งปัจจุบัน ไม่มีอะไรทำก็เลยมาทำงานตลาดน้ำให้ทำเฮียกู่ย เป็นแคชเชียร์ให้ร้านขายของที่ระลึก ให้เงิน 15 วัน 800 เดือนละ 1,600 แต่ตอนที่เข้าไปเป็นลูกจ้างที่อำเภอได้เดือนละ 500 เท่านั้น ขายของได้ดีกว่าเยอะ สามปีเป็นตำรวจได้เดือนละ 1,200 ได้เยอะกว่าสามปี ก็เลยขายอยู่ที่ตลาดน้ำได้ 3 ปีแล้วก็เปลี่ยนเจ้าของใหม่พอเปลี่ยนเจ้าของใหม่เขาก็เริ่มบีบเรา แต่ก่อนที่เคยให้เปอร์เซ็นต์ร้อยละ 2 บาท เหลือร้อยละบาท พนักงานเก่า ๆ ก็จะออกกันหมด”

(แม่ค้าขายของชำ)

ในเรื่องของผู้คนที่เข้ามาค้าขายก็จะเป็นคนในอำเภอดำเนินสะดวกเกือบทั้งหมด จะมีคนมาจากที่อื่นบ้างโดยมักจะเป็นการเข้ามาอยู่ในชุมชนเนื่องจากแต่งงานเข้ามา จึงทำให้มีคนจากภูมิลำเนาอื่นเข้ามาบ้าง แต่ก็เป็นจำนวนที่ไม่มากนัก ส่วนเรื่องของความร่วมมือในชุมชนนั้นก็จะเป็นการร่วมมือในเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ เช่น เรือนักท่องเที่ยวก็จะจอดให้นักท่องเที่ยวซื้อของในร้านที่นักท่องเที่ยวต้องการ แต่แม่ค้าก็ต้องแบ่งเงินให้กับคนพายเรือด้วยเมื่อนักท่องเที่ยวซื้อสินค้า ความร่วมมือที่เห็นจึงเป็นความร่วมมือภายใต้หลักการของผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง และไม่พบว่ามี การตั้งสมาคมการค้า หรือการรวมกลุ่มในหมู่ผู้ค้าขายแต่อย่างใด

ทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ

ทัศนคติพ่อค้าแม่ค้า

สำหรับทัศนคติของพ่อค้าแม่ขายที่ขายสินค้าที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้น ส่วนใหญ่มองว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกับตลาดน้ำที่อื่นและไม่มีใครเหมือน ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ยังเป็นสิ่งที่ทำรายได้หลักและนำชื่อเสียงเข้าสู่ชุมชน ทำให้ผู้คนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศรู้จักดำเนินสะดวกมากยิ่งขึ้นเนื่องจากความมีชื่อเสียงของตลาดน้ำ ถึงแม้ว่าพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จะมองว่าตลาดน้ำในช่วงแรกที่ตั้งอยู่ที่คลองลัดพลีจะดีกว่าทั้งบรรยากาศและจำนวนนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันก็ยังเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการให้มืออยู่ต่อไปตราบนานเท่านานซึ่งก็เป็นความเห็นที่ต่างออกไปจากทัศนคติของชาวบ้านในชุมชนดำเนินสะดวกทั่วไปที่มองว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกในระยะแรกที่คลองลัดพลีนั้นเป็นธรรมชาติตามแบบฉบับของวิถีชีวิตชาวคลอง การซื้อขายเป็นกันเองติดกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันที่เป็นเชิงธุรกิจไปแทบทั้งสิ้น ทั้งการค้าขาย การเช่าที่ หรือการติดต่อกับนักท่องเที่ยวและตัวแทนคณะทัวร์ สินค้าที่ขายกันที่ตลาดน้ำก็มีราคาแพง ทุกอย่างเป็นเงินเป็นทอง แต่ก็ต้องยอมรับว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันเป็นตัวนำรายได้หลักเข้าสู่ชุมชนเป็นอย่างมาก และชาวบ้านก็ยังคงพอใจที่มีตลาดน้ำแห่งนี้เนื่องจากเป็นรูปแบบวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใคร เพราะแม้ว่าในจังหวัดอื่น ๆ อีกหลายแห่งจะมีตลาดน้ำเช่นเดียวกัน แต่ก็ดูไม่เป็นธรรมชาติเท่ากับที่นี่ เนื่องจากการเกิดขึ้นของตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้น พัฒนามาจากตลาดน้ำที่เคยเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านอย่างแท้จริง ไม่ได้มีการปรุงแต่ง จัดตั้งหรือสร้างฉากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด นอกจากนี้การซื้อขายในตลาดน้ำก็นำรายได้เข้าสู่ชุมชน และชาวบ้านหลายคนก็รู้สึกสนุกสนานที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ในตลาดน้ำมากมาย และมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปแวะชมสวนของตนอีกด้วย แต่เหตุผลที่สำคัญซึ่งชาวบ้านบอกว่ายังกงพอใจกับการมีตลาดน้ำเพื่อนักท่องเที่ยวก็คือ แม้จะมีการท่องเที่ยวเข้าไปมาก หรือมีกิจกรรมหลากหลายอย่างไร แต่การมีตลาดน้ำก็ไม่ได้สร้างความเสียหายให้กับแม่น้ำลำคลอง เพราะชาวบ้านยังคงสามารถใช้น้ำคลองซักผ้า อาบน้ำได้ตามปกติ ไม่ได้เกิดความสกปรกมากขึ้นแต่อย่างใด

“ที่พี่ขายกล้วยอยู่ตอนนี่พี่ก็เสียค่าที่ให้กับท่าพววจรณ ในความคิดพี่พี่ก็ชอบให้มีตลาดน้ำนะ ทำให้มีเงินทองเข้าอำเภอ พี่ว่าต้นกำเนิดของตลาดน้ำคือที่นี่ ที่นี่ไม่เหมือนที่อื่น ท่าคาก็ไม่เหมือน ที่นี่สะดวกกว่า ท่าคามีตอนกลางคืน ที่นี่เป็นการซื้อขายธรรมชาติไม่ใช่เป็นการสร้างภาพ เวลามายขายของพี่มาประมาณ 8 โมง เลิกประมาณบ่ายโมง จริง ๆ มันก็ไม่ได้กำหนดว่ามีแค่ครึ่งวันหรอก คือทุกคนต่างรู้กันว่าไม่ค่อยมีคนมาตอนบ่าย เลยเป็นที่ทราบกันไปในตัว พอบ่ายก็เริ่มพายกลับกันหมดไปเตรียมของขายพรุ่งนี้ บางคนก็กลับไปทำสวน”

(แม่คำ 4)

“ตลาดก็จะมีทุกวันแน่นไปหมดนอกจากวันตรุษจีนตลาดจะเงียบเลย แต่ที่เค้าขายผลไม้ เสื้อผ้านักท่องเที่ยวจะไม่หยุด แต่คนก็จะน้อยมาก โดยเฉพาะวันไหว้ นอกนั้นก็จะมีคนมาขาย แต่สมัยก่อนประมาณ 20 ปีที่ไม่มีนักท่องเที่ยวมาตลาด จะไม่มีคนเลยในวันตรุษจีน แล้วตลาดน้ำมันไม่มีวันเลิก เพราะมันเกิดมานานแล้วตั้งแต่ป่าเกิดมา 60 ปีมันก็มี เพราะเราอยู่ติดน้ำ ไร่เรือ บางคนใช้รถไม่เป็น ถึงนักท่องเที่ยวลดลงตลาดน้ำก็คงต้องอยู่ อนาคตเราก็ไม่รู้วันนักท่องเที่ยวจะลดลงหรือเปล่า แต่ตลาดน้ำยังต้องอยู่ เพราะแถวนี้เป็นสวน มันไม่ใช่แถบโรงงานนะ”

(แม่คำ 5)

“ตลาดน้ำส่วนมากก็มีแต่คนท้องถิ่นเท่านั้น คนข้างนอกเข้ามายาก ถ้าจะมาทำธุรกิจยิ่งยาก ที่ทางก็ไม่มี พ่อค้าแม่ค้าที่นี้ก็เบียดบังหมด การค้าขายที่ตลาดน้ำถือว่าเป็นรายได้หลักได้เลย ถ้าไม่มีตลาดน้ำ 500-600 ชีวิตก็กระसानซ่านเซ็นหมด ที่นี้มันไม่ใช่แหล่งอุตสาหกรรม ไม่มีโรงงาน ไม่มีแหล่งงานรองรับ ยิ่งจับตัวเท่าไรก็ยิ่งลำบาก การท่องเที่ยวพอจะทำรายได้ให้กับชาวบ้าน ถ้านักท่องเที่ยวมาตลาดน้ำมันก็ยังอยู่ได้ ขึ้นอยู่กับเอเจนซี่ว่าเค้าจะพานักท่องเที่ยวมาซื้อเปล่า ถ้ามองว่าที่นี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมันก็ยังอยู่ แต่ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวมันก็จะจบ”

(แม่ค้าขายของที่ระลึก)

ทัศนคติผู้ประกอบการรายใหญ่

เช่นเดียวกับทัศนคติของกลุ่มผู้จัดการและดูแลตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งก็รวมทั้งเจ้าของท่าเรือเอกชนบริเวณตลาดน้ำ และทางหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำที่มองว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันนั้นถึงแม้ว่าจะไม่เหมือนหรือไม่สามารถกลับไปสู่การเป็นตลาดน้ำแบบดั้งเดิมได้อีกต่อไปก็ตาม แต่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันก็สะดวกสบายในการคมนาคมเพราะรถยนต์เข้าถึงตลาดได้เลย ไม่เหมือนกับตลาดเก่าที่ต้องนั่งเรือต่อไปอีกทีหนึ่ง อีกทั้งตลาดน้ำในปัจจุบันก็ยังทันสมัย เพราะมีสินค้าหลากหลายชนิดและสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวอย่างมากมายอีกด้วย

ทัศนคตินักท่องเที่ยว

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มองว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นสถานที่ที่น่าสนใจ เพราะไม่เคยเห็นตลาดน้ำที่มีลักษณะแบบนี้มาก่อน นักท่องเที่ยวต่างชาติมักจะมาเที่ยวเพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมทัวร์ แต่ก็มีบางคนที่มาแล้วพบว่าไม่เป็นอย่างที่คิด หรือที่เคยเห็นตามหนังสือท่องเที่ยว บทความในนิตยสาร หรือไปสการ์ด เพราะมีลักษณะเป็นตลาดน้ำที่จัดทำขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวมากกว่าที่จะเป็นตลาดน้ำจริง ๆ หรือแบบที่เป็นวิถีชีวิตตามปกติของคนไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงกลายเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ชาวดำเนินสะดวก ยอมรับผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดตามมา และมีแนวโน้มค่อนข้างไปในทางพอใจมากกว่าไม่พอใจ ที่เกิดการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำออกไปสู่สายตานักท่องเที่ยว แม้ว่ากับบางคนอาจจะดูเหมือนเป็นภาวะของความจำใจต้องพอใจ แต่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็อยากให้อีกต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอยู่ในขณะนี้ดำเนินต่อไป แม้ว่าปัจจุบันจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมตลาดน้ำในแต่ละวันเกือบพันคนก็ตาม ชาวบ้านและผู้ประกอบการอีกหลายยังคงคิดหาทางที่จะขยายรูปแบบการท่องเที่ยวให้เป็นไปแบบยั่งยืนและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการสรรหารูปแบบของที่ระลึกใหม่ ๆ การสร้างกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น การขึ้นเยี่ยมชมสวนผลไม้ ชมเตาเคี้ยวน้ำตาล เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นควบคู่กับพัฒนาการของชุมชนมาโดยตลอด โดยมีประวัติย้อนหลังไปกว่า 100 ปี ตลาดน้ำเดิมที่ปากคลองลัดพลีเกิดขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการของชุมชนเกษตรกรในการค้าขายแลกเปลี่ยนผลผลิตทางเกษตรกันเองในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลาง

การค้าขายที่สำคัญเนื่องจากจุดที่ตั้งอยู่คลองดำเนินสะดวกที่เป็นเส้นทางคมนาคมทางเรือเชื่อมต่อกับจังหวัดอื่นๆ ได้โดยสะดวก ความคับคั่งของตลาดน้ำแห่งนี้ทำให้ชื่อเสียงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเข้ามาเที่ยว ช่วงเวลาที่มีย้ายตลาดน้ำมาอยู่ที่คลองต้นเข็มซึ่งรู้จักกันในนามของตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันนั้น ตลาดน้ำในฐานะที่เป็นตลาดค้าขายผลผลิตของชุมชนโดยเส้นทางเดินเรือเริ่มเข้าสู่ยุคเสื่อมสลายแล้ว เนื่องจากการคมนาคมทางบกเจริญขึ้นการขนส่งและค้าขายทางน้ำเริ่มลดลง แต่เวลานั้นกลับเป็นยุคเฟื่องฟูของธุรกิจการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพราะเริ่มมีการติดต่อกับบริษัททัวร์นำนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงเข้าจับจองพื้นที่ในตลาดน้ำคลองต้นเข็มสร้างเป็นท่าเรือเพื่อรับนักท่องเที่ยว เมื่อมีสินค้าเกษตรเข้ามาขายที่ตลาดน้ำน้อยลงนักธุรกิจก็จัดหาสินค้าของที่ระลึกที่ทำรายได้ดีกว่าเข้ามาทดแทน ผลประโยชน์ที่มากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง และผู้ประกอบการกับคนในชุมชน เนื่องจากตลาดน้ำเป็นที่ของเอกชนผู้ประกอบการแต่ละรายจึงจัดระบบธุรกิจในรูปแบบที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ท่าเรือของตนเองมากที่สุด ในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่มีการร่วมมือกัน ในปัจจุบันตลาดน้ำดำเนินสะดวกอาศัยชื่อเสียงของตลาดในรูปแบบดั้งเดิมเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยที่ในความเป็นจริงแล้วตลาดน้ำไม่ได้เป็นตลาดน้ำสำหรับคนในชุมชน ไม่ได้สะท้อนวิถีชีวิตของคนในชุมชนอีกต่อไป กลายเป็นตลาดสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวที่แปลกแยกจากชุมชน รูปแบบของสินค้าและบริการเป็นไปเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลประโยชน์ทางธุรกิจส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการนอกชุมชน ซึ่งทำให้คนในท้องถิ่นบางส่วนไม่พอใจ เนื่องจากในปัจจุบันคนในท้องถิ่นไม่มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการค้าขายโดยเสรีเหมือนเมื่อครั้งตลาดน้ำคลองลัดพลี เพราะปัจจุบันเป็นตลาดน้ำของเอกชน ความรู้สึกร่วมในฐานะที่เป็นตลาดของชุมชนหายไป และมีความรู้สึกไม่พอใจในการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม เอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีความขัดแย้งสูงจนมีเรื่องราวลงหน้าหนังสือพิมพ์ทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่ชาวดำเนินสะดวก เพราะในสายตาคนภายนอกยังเข้าใจว่าตลาดน้ำแห่งนี้เป็นตลาดน้ำของชุมชนอยู่ แต่เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกไม่มีผลกระทบต่อชุมชนอย่างชัดเจน คนในชุมชนส่วนใหญ่จึงค่อนข้างพอใจกับการที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกช่วยสร้างงาน (ระดับล่าง) ให้แก่คนในชุมชน ทำให้มีงานทำไม่ต้องอพยพออกไปหางานนอกชุมชนทำมากนัก และพอใจที่การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนมีชื่อเสียงในระดับประเทศและระดับโลก

แม้จะมีแนวโน้มว่าในอนาคตรูปแบบการท่องเที่ยวในตลาดน้ำแห่งนี้จะทวีความเป็นธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น และไม่สามารถจะเรียกคืนเสน่ห์ของตลาดน้ำธรรมชาติในอดีตกลับมาได้อีก เพราะรูปแบบการคมนาคมและการค้าขายของชาวสวนดำเนินสะดวกในปัจจุบันเปลี่ยนไป แต่หากมองในด้านสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนแห่งนี้แล้วจะเห็นว่ายังมีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวตลาดน้ำ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นชุมชนที่ยังคงมีเอกลักษณ์ในด้านลักษณะภูมิประเทศที่มีแม่น้ำสายใหญ่และมีเครือข่ายลำคลองจำนวนมากน้อย ชาวบ้านยังคงประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม ทำสวนผักผลไม้ อยู่ สภาพบ้านเรือนแม่น้ำลำคลองและวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีความหลากหลายและการผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างชาวจีนและชาวไทยเช่นนี้ สามารถนำไปพัฒนาเพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อวิถีชีวิตของชาวสวนและการใช้ชีวิตที่สัมพันธ์กับแม่น้ำลำคลองได้ ซึ่งจะได้อีกถึงโดยละเอียดอีกครั้งในส่วนของการเสนอแนะในบทที่ 5

บทที่ 2

พัฒนาการชุมชนและตลาดน้ำตลิ่งชัน

พัฒนาการของชุมชนและตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถแบ่งระยะเวลาความต่อเนื่องของความเป็นมาได้เป็น 2 ระยะ ด้วยกัน คือ ตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึง พ.ศ. 2541 และระหว่าง พ.ศ. 2541 ถึง พ.ศ.2545 โดยข้อมูลที่กำลังกล่าวถึงทั้งหมดได้มาจากเอกสารทางราชการของสำนักงานเขตตลิ่งชัน และการสัมภาษณ์ผู้คนในชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน รวมทั้งข้าราชการในสำนักงานเขตตลิ่งชัน และตัวแทนจากประชาคมตลาดน้ำที่ล้วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำและชุมชน

ที่ตั้ง อาณาเขต และประชากรของชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน

ปัจจุบันเขตตลิ่งชันถือเป็นเขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร โดยมีอาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ทิศใต้ติดเขตภาษีเจริญ ทิศตะวันออกติดกับเขตบางกอกน้อย และเขตบางพลัด ส่วนทิศตะวันตกติดกับเขตทวีวัฒนา แต่เดิมชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน ตั้งอยู่บริเวณถนนชักรพระ แขวงชักรพระ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีสภาพพื้นที่คล้ายเกาะ คือล้อมรอบไปด้วยคลองทั้งสี่ด้าน แต่การแบ่งเขตการปกครองในปัจจุบันทำให้อาณาบริเวณที่เป็นตลาดน้ำตลิ่งชันเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อยจากการเป็นเกาะ แต่ยังคงมีน้ำล้อมรอบสามด้าน คือ ทิศเหนือติดคลองมหาสวัสดิ์ ทิศใต้ติดคลองบางเชือกหนัง ทิศตะวันออกติดคลองชักรพระและคลองบางกอกน้อย ทิศตะวันตกติดกับเขตทวีวัฒนา พื้นที่ภายในยังมีคลองเล็กคลองน้อยอีกหลายสายทั้งคลองธรรมชาติและคลองขุดที่ขุดขึ้นเพื่อการชลประทาน การเกษตรกรรม และการคมนาคม การมีคลองหลายเส้น ทำให้ในอดีตชาวบ้านนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำเพื่อสะดวกในการคมนาคม พื้นที่ถัดจากตัวบ้านเข้าไปจะเป็นสวนไม้ยืนต้น สวนกล้วยไม้ และสวนผัก

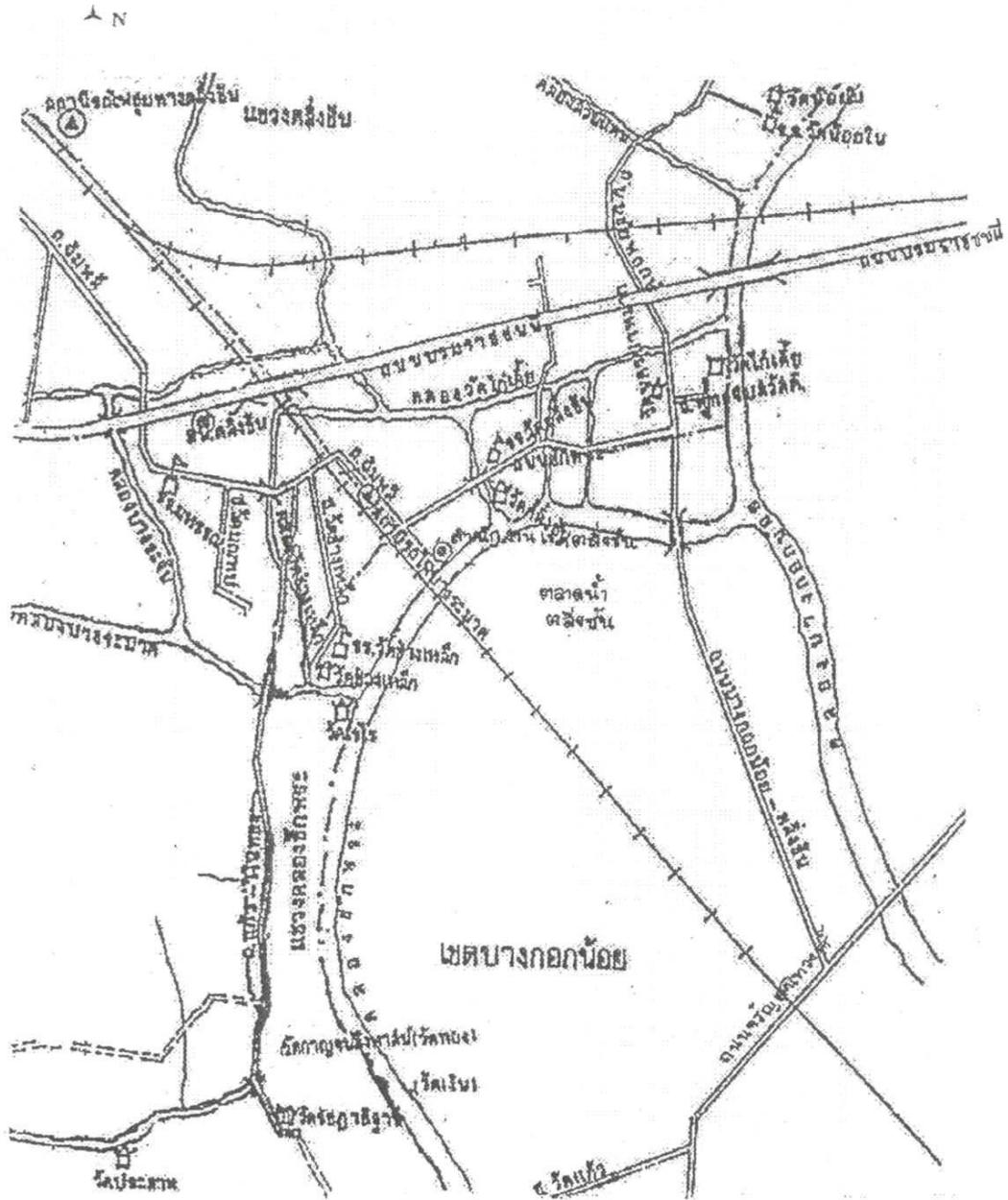
ปัจจุบันบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันประกอบด้วย 2 ชุมชนคือ ชุมชนริมคลองชักรพระ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนดั้งเดิม อยู่กันมานานไม่ต่ำกว่า 70 ปี เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน มีประชากร 50 หลังคาเรือน จำนวนประชากรทั้งหมด 229 คน ชาย 106 คน หญิง 123 คน และชุมชนวัดช่างเหล็ก-วัดเรไร ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามโครงการปรับปรุงชุมชนแออัดของการเคหะแห่งชาติ (แผนงานปี 2521-2529) ร่วมกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน กองสังคมสงเคราะห์ สำนักสวัสดิการสังคม กรุงเทพมหานคร ตามทะเบียนมีชาวบ้านอาศัยอยู่ 340 หลังคาเรือน ประชากร 1,945 คน ชาย 914 คน หญิง 1,031 คน

เมื่อรวมกันแล้ว จึงมีประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบ ๆ ตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมดราว 2,174 คน

การคมนาคม

ในอดีตนั้นชาวบ้านชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชันจะผูกพันกับสายน้ำค่อนข้างมาก เนื่องจากมีลักษณะทางภูมิศาสตร์โดยรอบเป็นคลองเสียส่วนใหญ่ คลองที่อยู่ใกล้ที่สุดคือคลองชักรพระ การเดินทางสัญจรส่วนใหญ่จึงเป็นทางเรือเป็นส่วนมาก ไม่ว่าจะไปซื้อของ หรือไปธุระต่างก็ต้องอาศัยเรือพายออกไปด้วยกันทั้งนั้น หากไม่พายเรือออกไปก็จะอาศัยเดินทางด้วยเรือโดยสารหรือที่เรียกว่า เรือแท็กซี่ออกไป สินค้าสำหรับการบริโภคต่าง ๆ ชาวบ้านสามารถหาซื้อได้จากเรือพายที่พายเข้ามาขายตามหน้าบ้าน หรืออาจจะพายเรือออกไปซื้อยังตลาดน้ำที่หน้าวัดช่างเหล็กก็ได้แล้วแต่ความสะดวกของแต่ละครอบครัว หรือหากใครต้องการซื้อข้าวของเครื่องใช้ที่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคก็มักจะออกไปซื้อที่ตลาดพรานนก ปากคลองตลาด

แผนที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน



ตลาดห้วยรถไฟ หรือตลาดศาลาน้ำร้อน เป็นต้น เพราะมีให้เลือกเป็นจำนวนมากและหลากหลายกว่าร้านค้าที่มีอยู่ในชุมชน

อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน หลังจากมีการตัดถนนชักพระเมื่อประมาณ 30 กว่าปีมาแล้วผู้คนนิยมเดินทางด้วยทางถนนมากกว่า เนื่องจากมีรถประจำทางหลายสายที่เข้าไปถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน สำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะนำรถส่วนตัวมาเอง

การเดินทางมาตลาดน้ำตลิ่งชันอีกทางหนึ่งคือโดยเส้นทางรถไฟ ซึ่งวิ่งจากสถานีรถไฟบางกอกน้อยไปน้ำตกไทรโยค จ.กาญจนบุรี โดยลงที่สถานีตลิ่งชัน แต่ก็ต้องต่อรถมาที่ตลาดน้ำอีกต่อหนึ่ง ดังนั้นการคมนาคมทางรถจึงเป็นเส้นทางที่สะดวกที่สุด

ลักษณะพื้นที่และประวัติความเป็นมาของชุมชน

เขตตลิ่งชันเป็นชุมชนเก่าแก่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 หากจะกล่าวไปแล้ว ถือได้ว่ามีพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยในปี พ.ศ. 2065 ได้มีการขุดคลองบางกอกน้อยเพื่อสร้างเส้นทางคมนาคมทางเรือ ส่งผลให้เกิดตลาดน้ำขึ้นมาบริเวณปากคลองบางระมาดซึ่งเป็นตลาดน้ำใหญ่ เวลาติดตลาดในคลองจะเต็มไปด้วยเรือสำปั้นเต็มลำคลอง การเดินทางมีเพียงเส้นทางคมนาคมทางน้ำเท่านั้น जब จนปี 2345 มีการสร้างทางรถไฟขึ้น ทำให้ชาวบ้านมีทางเลือกใหม่ในการเดินทางติดต่อกับชุมชนภายนอกอีกทางหนึ่งนอกเหนือไปจากทางเรือ แต่เนื่องจากรถไฟจะมีการกำหนดตารางเวลาวิ่งไว้อย่างตายตัว จึงไม่สะดวกเหมือนกับเรือที่วิ่งวันละหลายเที่ยว ความนิยมเดินทางโดยรถไฟจึงมีไม่มากนัก ผู้คนในพื้นที่ยังคงนิยมใช้เรือเป็นพาหนะสัญจรไปมา ขณะเดียวกันก็สะดวกต่อวิถีชีวิตของชาวสวนซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ในพื้นที่ ในการนำผลผลิตของตนใส่เรือออกมาค้าขายแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

ชุมชนโดยรอบบริเวณที่เป็นตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วยชุมชนริมคลองชักพระและชุมชนวัดช่างเหล็ก-วัดเรไร เป็นชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วงเวลาประมาณ 60 ปีที่ผ่านมา จากคำบอกเล่าของผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชนกล่าวว่า บริเวณดังกล่าวไม่เคยเป็นตลาดมาก่อนและไม่ค่อยจะมีผู้คนอาศัยอยู่มากนัก ในยุคก่อร่างสร้างบ้านนั้นเมื่อเข้ามาตั้งรกรากอยู่ประมาณ 10 หลังคาเรือน ชาวบ้านเหล่านั้นเข้ามาสร้างบ้านของตนพร้อมกับจับจองพื้นที่ป่าดั้งเดิมเพื่อพลิกพื้นเป็นพื้นที่ทำกินของตน โดยการถางป่าทำเป็นสวนผลไม้หลากหลายชนิด จำพวกทุเรียน มะม่วง ขนุน มะไฟ กระท้อน ละมุด หมาก ฯลฯ ดังนั้นบริเวณนี้จึงประกอบไปด้วยพื้นที่สวนเป็นจำนวนมาก การเดินทางคมนาคมมักใช้เส้นทางทางน้ำ ใช้เรือหลายประเภท ทั้งเรือพาย เรือเตี้ย หรือเรือลัดโจะ รวมทั้งเรือเมล์ เรือประทุน เพราะสมัยนั้นคนตั้งบ้านเรือนอยู่ริมคลอง มีตลาดอยู่หน้าวัดช่างเหล็กเป็นศูนย์กลางการค้าขายในหมู่บ้าน บางคนอาจออกไปซื้อข้าวของที่วัดไทรบ่าง ทำเทียนบ่าง ซึ่งก็ล้วนแต่ต้องพายเรือออกไปทั้งสิ้น

เมื่อระยะเวลาผ่านไป ผู้คนก็เริ่มทยอยกันเข้ามาจับจองพื้นที่และตั้งรกรากบ้านเรือนกันมากขึ้น จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2514 มีการตัดถนนชักพระเข้ามายังชุมชน ทำให้การคมนาคมทางบกสะดวกขึ้น อีกทั้งยังมีรถโดยสารสองแถววิ่งรับส่งผู้โดยสารระหว่างชุมชนตลิ่งชันกับชุมชนภายนอกวันละหลายเที่ยว ชาวบ้านหลายคนเริ่มหันมาใช้เส้นทางคมนาคมทางถนนเป็นหลัก การใช้เส้นทางน้ำและทางรถไฟก็ลดน้อยลงตามลำดับ การตั้งบ้านเรือนที่เคยใกล้ชิดกันในหมู่เครือญาติก็เปลี่ยนไป ลักษณะการตั้งบ้านเรือนที่กระจุกกันอยู่ในแบบเครือญาติเริ่มน้อยลง เนื่องจากที่ดินมีจำกัด ทำให้ไม่อาจจะตั้งบ้านเรือนขยายออกไปได้อีก จะเห็นได้จากมีชาวบ้านบางครัวเรือนที่ซื้อบ้านหรือที่ดินปลูกบ้านในบริเวณที่ห่างไกลออกไปจากบ้านพ่อแม่ หรือ กลุ่มเครือญาติของทั้งสองฝ่าย บางครอบครัวที่ค่อนข้างมีฐานะดีก็จะขายที่ดินสวนของตนแล้วย้าย

ออกมาตั้งบ้านอยู่บริเวณที่ดินดิตริมถนน กลุ่มผู้มีฐานะเหล่านั้นยังนำที่ดินบริเวณสวนของตนมาจัดสรรแบ่งเป็นล็อก ๆ ให้คนจากที่อื่นมาเช่าหรือซื้อ (ตารางวาละ 2 พันกว่าบาท) ซึ่งบางครอบครัวก็เช่าที่ดินบริเวณนั้นเพื่อทำสวน บางคนก็ซื้อที่ดินเหล่านั้นมาสร้างที่อยู่อาศัยของตนเอง บางครอบครัวเมื่อเสียชีวิตไปก็ยกที่ส่วนตัวของตนนั้นให้กับวัดกลายเป็นที่ดินของวัดไป เช่น วัดช่างเหล็ก และทางวัดก็นำที่ดินเหล่านั้นมาให้ชาวบ้านเช่าต่อในราคาที่ไม่แพงมากนัก (เดิมคิดค่าเช่าตารางวาละ 2 บาท ในปี พ.ศ. 2545 คิดค่าเช่าเพิ่มเป็นตารางวาละ 3 บาท) ซึ่งมักมีการตกลงจ่ายกันเป็นรายปี ประมาณปีละ 900 บาท บางครอบครัวที่เป็นเจ้าของที่ดินดิตรถนน ก็จะไปเช่าที่ดินบริเวณนั้นให้คนจากในเมือง หรือให้เช่าที่ดินสำหรับการค้าขาย จากลักษณะการใช้ที่ดินดังกล่าวทำให้เรียกสวนไร่นาที่เคยมีมากมายสูญหายไปแทบทั้งสิ้น จะมีสวนผลไม้เหลืออยู่บ้างแต่ก็ไม่มากนัก ในช่วงเวลาที่ตลาดน้ำที่เคยมีได้หายไปเกือบหมด เนื่องจากความสะดวกของเส้นทางคมนาคมทางบก ที่ทำให้ชาวบ้านออกไปซื้อของจับจ่ายนอกชุมชนได้โดยง่าย จะมีตลาดขายของอยู่บ้างก็เพียงตลาดนัดตามลานวัดเท่านั้น หากชาวบ้านจะซื้อของก็มักจะไปซื้อที่ตลาดพรานนก ตลาดหัวรถไฟ หรือปากคลองตลาดมากกว่า เพราะมีสินค้าอุปโภค บริโภคให้เลือกซื้อได้หลากหลาย จึงไม่ต้องใช้เรือพายมาพบปะสังสรรค์กันตามตลาดน้ำอย่างที่เคยเป็นมาในอดีต

นอกจากจะมีผู้คนจากหลากหลายที่เข้ามาจับจองที่ดินเพื่อตั้งรกรากที่อยู่อาศัยของตนในบริเวณนี้ของเอกชนแล้วนั้น ในช่วงเวลาประมาณ 15 ปีที่ผ่านมายังมีชุมชนแออัดเล็ก ๆ เกิดขึ้นในบริเวณชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชันเกิดขึ้นด้วย กล่าวคือ ในบริเวณชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นจะมีเส้นทางรถไฟสายใต้ที่สร้างมาตั้งแต่ก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยสร้างอยู่ใกล้กับถนนรัชพระในปัจจุบัน และในปัจจุบันก็ยังคงเปิดใช้อยู่ ที่ดินข้างทางรถไฟซึ่งเป็นที่ยอมรับราชการเป็นที่ว่างรกร้างอยู่ จึงเริ่มมีผู้ที่มีรายได้น้อยหรือชาวต่างจังหวัดที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครอพยพเข้ามาบุกรุกและจับจองที่ดินของการรถไฟ จัดตั้งเป็นชุมชนแออัดเล็ก ๆ อยู่ใกล้กับทางรถไฟ ทั้งทางฝั่งตลิ่งชัน และทางฝั่งบางกอกน้อย

ในปี พ.ศ. 2543 ทางการรถไฟแห่งประเทศไทยได้เรียกคืนที่ดินบริเวณดังกล่าวซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของการรถไฟฯ ทั้งหมด เพื่อดำเนินการตามโครงการพระราชดำริที่จะขยายถนนเพิ่มเข้ามายังพื้นที่แห่งนี้ ชาวบ้านที่อยู่ในรูกกล้าที่ดินจึงออกมาร้องเรียน เพื่อที่ตนเองและครอบครัวจะได้มีที่อยู่ต่อไป แต่ทางหน่วยงานราชการยืนยันที่จะเวนคืนที่ดินต่อไป โดยตั้งมาตรการไว้ว่าให้ชาวบ้านย้ายออกไปจากพื้นที่ดังกล่าวให้เร็วที่สุด และหากมีครอบครัวใดมาสร้างบ้านอยู่เพิ่มก็จะไม่อนุญาตให้มีบ้านเลขที่ใด ซึ่งมาตรการดังกล่าวก็ประสบผลสำเร็จเพียงส่วนหนึ่ง คือไม่มีผู้คนย้ายเข้ามาสร้างบ้านเรือนเพิ่ม แต่ชาวบ้านที่อยู่มาแต่เดิมก็ไม่ยินยอมย้ายออกไป เนื่องมาจากเหตุผลทางเศรษฐกิจที่ตนเองจะต้องมาประกอบอาชีพเป็นแม่ค้าพ่อค้าที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน หากย้ายไปไกลก็จะต้องเสียค่าเดินทางมาก และยังไม่มีความเลือกที่อยู่ราคาถูกอื่น ๆ ที่พอจะย้ายไปอยู่ได้เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างต่ำอยู่แล้ว ดังนั้นการเวนคืนที่ดินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของการรถไฟฯ จึงยังคงค้างคาอยู่จนถึงปัจจุบัน

สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้คนจากที่อื่นอพยพเข้ามาตั้งรกรากอยู่ในที่ดินของการรถไฟฯ นั้นก็เนื่องมาจาก ประมาณปี พ.ศ. 2530 ตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มเปิดดำเนินการ มีแพลูกบวบ แพไม้ไผ่ 5-6 แพ และกำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ผู้คนที่ได้ยินข่าวสารจึงต้องการเข้ามาทำการค้าขายยังตลาดน้ำแห่งนี้ แต่ที่ดินเอกชนในชุมชนที่เป็นบริเวณสวนก็เต็มไปด้วยผู้คนที่ต่างก็เข้ามาเช่าหรือซื้อที่ดินเพื่อปลูกสร้างบ้านเรือนในบริเวณดังกล่าวจนเกือบหมด ดังนั้นผู้ที่อพยพเข้ามาใหม่เพื่อทำการค้าขายจึงต้องเข้ามาอาศัยที่ดินในบริเวณที่เป็นกรรมสิทธิ์ของการรถไฟฯ เพราะไม่ต้องเสียค่าเช่าที่แต่อย่างใด โดยเข้ามาสร้าง

บ้านในลักษณะไม่ถาวรตามริมทางรถไฟ เมื่อมีที่อยู่อาศัยก็ทำให้ง่ายต่อการเข้ามาประกอบอาชีพเป็นแม่ค้า พ่อขายยังตลาดน้ำตลิ่งชันนั่นเอง

ความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรม

ประชาชนส่วนใหญ่ของเขตตลิ่งชันนับถือศาสนาพุทธ จึงมีวัดเป็นศูนย์กลาง ชาวบ้านในชุมชนตลิ่งชันในอดีตมักจะออกไปงานบุญที่วัดช่างเหล็ก วัดตลิ่งชัน และวัดเรไร ในสมัยก่อนชาวบ้านทุกคนแก่ หนุ่มสาว เด็กเล็ก เด็กโตต่างก็ออกมาช่วยกันทำบุญ งานบุญประเพณีทุกครั้งจึงเต็มไปด้วยผู้คนในชุมชน ผิดกับในปัจจุบันที่เมื่อถึงงานบุญผู้ที่ไปร่วมงานส่วนใหญ่จะเป็นเพียงผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชนเท่านั้น ซึ่งมักจะมาทำบุญเฉพาะในวันสำคัญทางศาสนาเป็นหลัก ชุมชนตลิ่งชันตั้งอยู่ใกล้กับวัดต่าง ๆ มากมาย นอกจากวัดตั้งกล่าวข้างต้นแล้วยังมีวัดที่เป็นพระอารามหลวงอีก 3 วัด คือวัดชัยพฤกษ์มาลา วัดกาญจนสิงหาสน์ (วัดทอง) และวัดรัชฎาธิฐาน (วัดเงิน)

ในสมัยก่อนนั้น ชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชันจะมีการจัดงานประเพณีกันอยู่เสมอเป็นประจำทุกปี เช่น ประเพณีเวียนเทียน แห่เทียนเข้าพรรษา โดยที่ชาวบ้านจะรวมตัวรวมกลุ่มกันมาจัดงานตามวัดที่ตนเองนับถือและสะดวกในการเดินทาง ซึ่งชาวบ้านมักไปที่วัดช่างเหล็ก ส่วนในปัจจุบันก็ยังคงมีจัดงานประจำปีอยู่บ้าง แต่รูปแบบก็เปลี่ยนไป มีคนนอกพื้นที่เข้ามาเที่ยวงานวัดมากขึ้น หลังจากที่มีการก่อตั้งตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นมาแล้ว ชุมชนยังได้มีการจัดประเพณีชักพระ และสงฆ์น้ำพระในวันสงกรานต์เพิ่มขึ้นซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ก็มักไปร่วมงานกันอย่างพร้อมเพรียง

การประกอบอาชีพ

เนื่องมาจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของทั้งสองฝั่งคลองเป็นเรือสวนไร่นา ผลผลิตหลักของพื้นที่แห่งนี้จึงเป็นผลผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะ ผลไม้ที่นิยมปลูกกันก็ เช่น มะไฟ มะม่วง ทูเรียน ชมพู ละคร กล้วย นอกจากพื้นที่สวนแล้วยังมีพื้นที่ทำนาอยู่บริเวณปลาย ๆ ชุมชนไม่มากนัก และเพราะเหตุที่สภาพแวดล้อมของพื้นที่ส่วนใหญ่ที่ประกอบไปด้วยสวนผลไม้เหล่านี้ก็ทำให้อาชีพหลักของชาวตลิ่งชัน คือชาวสวน รองลงมาคือ รับราชการ พื้นที่ของเขตตลิ่งชันส่วนใหญ่โดยเฉพาะด้านในยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม เนื่องจากเขตนี้มีคลองล้อมรอบ 3 ด้าน เมื่อฤดูน้ำท่วมขัง น้ำจะพัดพาเอาตะกอนปุ๋ยต่าง ๆ มาทิ้งไว้ในพื้นที่ทำให้คุณภาพของดินดีอุดมไปด้วยปุ๋ยต่าง ๆ เหมาะแก่การปลูกพืชผลทางการเกษตร ทำให้ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงยึดอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น การทำนา ทำสวน โดยเฉพาะสวนผัก ซึ่งปัจจุบัน ชาวนาหลายคนมีแนวโน้มเปลี่ยนจากการใช้ที่ดินทำนามาเป็นทำสวนผักกันมากขึ้น โดยปลูกผักประเภทคะน้า กุยช่าย ตะไคร้ โหระพา ขิง ข่า มะกรูด ซึ่งทำรายได้ให้ชาวบ้านมากที่สุด เพราะให้ผลผลิตคุ้มค่า และได้ราคาดีกว่าสวนผลไม้ยืนต้นที่เคยนิยมปลูกก่อนหน้าที่จะเกิดน้ำท่วมใหญ่ในปีพ.ศ. 2518 และ 2526 ปัจจุบันพื้นที่สวนได้ลดน้อยลงมากแล้ว พื้นที่กว่าครึ่งเป็นสวนผัก แต่ก็ยังมีสวนผลไม้ประเภท มะม่วง กระท้อน กล้วย ทูเรียน มะพร้าว กล้วย อยู่บ้าง ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้จากเขตตลิ่งชันนี้ นับเป็นแหล่งปลูกใหญ่แห่งหนึ่งที่มีการส่งผลผลิตออกขายในตลาดเขตกรุงเทพมหานครจำนวนมาก พืชผลอีกประเภทหนึ่งที่มีการปลูกกันมากคือ ไม้ดอก-ไม้ประดับ ซึ่งนิยมปลูกกล้วยไม้ เยอร์บีร่า และกุหลาบ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีแนวทางที่จะพัฒนาพื้นที่ทางเข้าตลาดให้เป็นที่จำหน่ายพันธุ์ไม้ไม้ดอก-ไม้ประดับมากขึ้น

อีกอาชีพหนึ่งคือการค้าขายในบริเวณตลาดน้ำ ซึ่งเป็นอาชีพที่เพิ่งมีขึ้นหลังจากมีการตั้งตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นในปี พ.ศ. 2530 โดยมีผู้ที่มียารยได้ไม่น้อยจากภายนอกชุมชนอพยพเข้ามาบุกเบิกตั้งบ้านเรือนในที่

ดินของการรถไฟ คนเหล่านี้มักประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป กรรมกรและค้าขายโดยค้าขายตามชุมชนหรือตลาดสดในวันธรรมดาและค้าขายในตลาดน้ำในวันหยุด ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขายมีทั้งคนในพื้นที่ที่นำผลผลิตจากสวนประเภทผักและผลไม้มาขายที่ตลาดน้ำ และคนนอกพื้นที่หรือที่ไม่มีสวนของตนเองที่ไปรับผลไม้มาจากตลาดศาลาน้ำร้อนเพื่อมาขายต่อ ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งที่ขายอาหารก็มักเป็นอาหารที่ทำได้อเอง อาหารที่ขายในเรือมักเป็นพวกขนม และอาหารเล็ก ๆ น้อย ๆ ประเภทก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น ร้านค้าบนฝั่งและในส่วนพื้นที่ที่เป็นแพริมน้ำ ขายอาหารตามสั่งประเภทต่าง ๆ ทั้งข้าว ก๋วยเตี๋ยว อาหารสดและอาหารแห้งอื่น ๆ

ในระยะเวลาเมื่อชุมชนเปลี่ยนไปเป็นเขตที่อยู่อาศัย มีคนจากภายนอกมาซื้อบ้านอยู่มากขึ้น จึงมีจำนวนคนที่มืออาชีพรับราชการ ทำงานบริษัทและเปิดร้านค้าในชุมชนมากขึ้นด้วย

พัฒนาการทางเศรษฐกิจ – สังคมของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ความเป็นมาของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันนั้น สามารถแบ่งช่วงระยะเวลาพัฒนาการของตลาดน้ำได้เป็น 2 ช่วงด้วยกัน คือ ในช่วงแรกระยะเวลาตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ไปจนถึง พ.ศ. 2541 และช่วงที่ 2 คือ ระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2545 ดังนี้

ตลาดน้ำในช่วงตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึง พ.ศ. 2541

ระบบเศรษฐกิจในชุมชนช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นระบบเศรษฐกิจที่ขึ้นอยู่กับการทำเกษตรกรรมคือสวนผลไม้ต่าง ๆ เป็นหลัก ชาวบ้านส่วนใหญ่ก็จะประกอบอาชีพทำสวน การทำสวนผลไม้ของชาวตลิ่งชันเลื่องชื่อจนเป็นที่รู้จักกันดีของบุคคลทั่วไป โดยผลผลิตที่เก็บได้ในสมัยก่อนก็จะพายเรือนำไปขายตามบ้านริมคลอง ตามตลาดนัดทางน้ำต่าง ๆ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวก็จะมีศูนย์กลางตลาดที่ชาวบ้านเข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอยู่ 2 แห่ง คือ ตลาดน้ำปากคลองบางระมาด และตลาดน้ำบริเวณหน้าวัดช่างเหล็ก โดยเป็นตลาดนัดที่ผู้คนในย่านดังกล่าวรู้จักและนิยมไปซื้อของ เพราะจะรู้ว่าผลไม้ที่ตลาดน้ำนั้นราคาถูก สด และเป็นผลไม้ที่มาจากสวนของผู้พายเรือมาขายเอง นอกจากจะนำไปขายตามตลาดในแถบริมคลองแล้วนั้น ชาวสวนส่วนใหญ่ก็จะนำส่งไปขายตามตลาดใหญ่ในเมือง เช่น ปากคลองตลาด ตลาดพรานนก และตลาดท่าเตียนด้วย

แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป ความเจริญเข้ามาพร้อมกับการตัดถนนสายหลักในชุมชน คือ ถนนซักพระ ทำให้การติดต่อสื่อสารถึงกันง่ายดายยิ่งขึ้น พ่อค้าแม่ค้าที่เป็นยี่ปู้จึงสามารถเข้ามารับของจากในสวนได้อีกทางหนึ่ง ในระยะเวลานั้นแม่ค้าพ่อค้าจากทางท่าเตียนได้เข้ามากว้านซื้อผลไม้จากในสวนไปเป็นจำนวนมาก และจากปากต่อปากที่บอกกันต่อ ๆ มาว่าที่ดินแถบตลิ่งชันมีทำเลดี ดินดีปลูกพืชผลงามก็ทำให้มีผู้คนจากในเมืองหลวงเข้ามาติดต่อขอซื้อที่ดินในบริเวณนี้เป็นจำนวนมาก ชาวสวนในชุมชนบางส่วนจึงตัดสินใจขายสวนของตนเองที่มีอยู่ ประกอบกับมีการขยายตัวของกรุงเทพมหานครทำให้มีผู้คนเข้ามาซื้อที่ปลูกบ้านหรือมีบ้านจัดสรรเกิดขึ้นจำนวนมาก ทำให้กลายเป็นเขตที่อยู่อาศัยมากขึ้น จนกระทั่งปัจจุบันพื้นที่ที่เป็นสวนในบริเวณตลิ่งชันลดน้อยลงไปมาก ดังนั้นระบบเศรษฐกิจที่เคยผูกติดกับการเกษตรจึงเปลี่ยนแปลงไป ชาวสวนเดิมหันมานำที่ดินของตนไปขายหรือให้ผู้อื่นเช่าที่แทน ส่วนชาวบ้านที่ไม่มีที่ดินและฐานะค่อนข้างยากจนก็หันไปทำงานรับจ้างอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การรับจ้างทำงานสวนแทน เช่น เป็นกรรมกร ก่อสร้างรับจ้างทั่วไป หรือค้าขายแบบค้าเร่

จนกระทั่งเมื่อ พ.ศ. 2530 นายประชุม เจริญลาภ ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันในสมัยนั้นได้สังเกตเห็นว่ามีความพยายามหาแหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครเพื่อสะดวกแก่การเดินทาง กระแสการท่องเที่ยวตลาดน้ำกำลังเป็นที่นิยม ผู้อำนวยการเขตฯ เห็นว่าพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนตลิ่งชันเอื้ออำนวยต่อการจัดตลาดน้ำ เพราะมีที่ดินบริเวณหน้าเขตที่ติดกับริมน้ำสามารถจะพัฒนาเป็นตลาดน้ำสำหรับให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมได้ และต้องการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับข้าราชการในสำนักงานเขตตลอดจนชาวบ้านในชุมชนในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยจัดเป็นแหล่งตลาดขายผลผลิตจากสวนในชุมชนเพิ่มขึ้นอีกแหล่งหนึ่ง และยังเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ดังนั้นผู้อำนวยการเขตฯ จึงคิดสร้างตลาดน้ำขึ้นมาโดยชักชวนข้าราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และพ่อค้าประชาชนที่อยู่ในเขตตลิ่งชันก่อตั้งตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นหน้าสำนักงานเขตนั้นเอง เริ่มแรกนายประชุมได้บริจาคเงินส่วนตัวเพื่อสร้างแพตัวอย่างให้กับชาวบ้านในชุมชนดูก่อน แล้วจึงเรียกรายได้จากผู้ที่สนใจเข้ามาลงทุนสร้างโป๊ะแพขึ้นมาอีก 3 - 4 แพ เป็นแพลูกบวบ หรือ แพไม้ไผ่ ให้ชาวบ้านมาขายของตรงบริเวณแพได้ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ และต้องการให้ข้าราชการในสำนักงานเขตตลิ่งชันใช้เวลาว่างในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์เข้ามาขายของเป็นอาชีพเสริม ซึ่งในช่วงแรกนั้นมีผู้คนก็ให้ความสนใจและมาเที่ยวชมตลาดน้ำกันอย่างมากมาย แต่ต่อมาเมื่อผู้อำนวยการเขตฯ ย้ายไปที่อื่นนโยบายต่าง ๆ ที่ท่านได้สร้างไว้ก็ขาดความต่อเนื่อง ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการเหมือนก่อนตลาดน้ำตลิ่งชันจึงเริ่มซบเซาลง

“ที่ตรงนั้นมันเป็นที่สวน สวนทุเรียน สวนละมุด เป็นสวนหมดเลยมีบ้านไม่กี่หลัง แล้วที่ข้างหน้าเป็นที่รถไฟ คือแต่แรกที่ตรงนี้เป็นของหมอนรงค์ แล้วพอแฟนเค้าเสียเค้าก็เลยขาย จัดเป็นล็อก ๆ เราก็มารื้อไว้ ตอนนั้นไม่แพงตารางวาละ 2,000 กว่าบาทเอง ตอนที่ป่ามาอยู่ยังไม่มียตลาดน้ำเลย เพิ่งจะมีไม่นานมานี้เอง เมื่อก่อนขายกันนิด ๆ หน่อย ๆ แต่พอเค้ามาโปรโมต คนก็มาเยอะ มีคนมาดูแล คือเราเพิ่งจะทำตามพวกตลาดน้ำวัดไทร ตอนนั้นตลาดน้ำวัดไทรเค้าใหญ่มีคนมาเที่ยวเยอะ ก็เลยทำตาม”

(แม่บ้าน 1)

“จะบอกว่าลุ่มมันก็ไม่เชิง คือมันจะบวมตามผู้บริหารของเขต ตั้งแต่สมัยเดิมที่ ผอ.ประชุม เจริญลาภ สร้างขึ้นมา ตอนนั้นก็บวม คือตัวท่านมีความตั้งใจในการสร้าง มันเป็นนโยบายของผู้บริหารแต่ละคนมันก็จะต่างกัน พอหลังจากท่านแล้วก็ไม่มีใครมาสานต่อ ตลาดน้ำตอนนั้นก็ไม่มีประชาคม อยู่ได้ด้วยตัวเค้าเอง ขายไป ซื้อมาไป ไม่มีการปรับปรุง แพมันเป็นไม้ไผ่กัดเซาะมันก็สึกหรือไป ผุกร่อนพังไปเรื่อย ๆ คนก็น้อยลงเรื่อย ๆ มันขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ ซึ่งไม่มีเลย”

(หัวหน้าสำนักรักษาความสะอาดกรุงเทพมหานคร)

ตลาดน้ำในช่วงปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2545

ตลาดน้ำตลิ่งชันกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2541 เนื่องจากผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันในช่วงเวลาดังกล่าว คือ ร.ท.อิรวาส์ ปัทมะสุคนธ์ ได้เข้ามาสานต่อนโยบายเดิมและเข้ามาปรับปรุงฟื้นฟูพื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นใหม่ โดยในการจัดการตลาดน้ำครั้งนี้ ร.ท.อิรวาส์ ได้จัดให้มีการตั้งกลุ่มคนขึ้นมาดูแลตลาดน้ำตลิ่งชันโดยตรง เรียกว่า *ประชาคมตลาดน้ำ* มีประธานและคณะกรรมการประชาคมเป็นคนดูแลและบริหารจัดการเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งหมด โดยทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ผ่อนผันกับทางกรุงเทพมหานคร ให้ทางประชาคมเข้ามาดูแลเสียค่าเช่าโป๊ะแพเป็นรายเดือน โปะแพหลังละ 800 บาทต่อ

เดือน ซึ่งทางประชาคมก็ได้เงินกองทุนจากผู้ค้าในตลาดน้ำตลิ่งชันในลักษณะเก็บเป็นค่าสมาชิกรายสัปดาห์ เงินกองทุนดังกล่าวยังนำมาบำรุงโป๊ะแพ ทำความสะอาดสถานที่ และจ้างเทศกิจมาดูแลเรื่องการจราจรในตลาดน้ำ จากที่เคยเป็นแพลูกบวบก็ปรับปรุงให้เป็นแพเหล็ก สร้างหลังคา และขยายแพจากเดิม 3-4 แพ ให้เป็น 7-8 แพ และจากเดิมที่เคยขายของแต่เฉพาะตรงแพริมน้ำ ก็มีการขยายให้เริ่มขายตั้งแต่ถนนเข้าสู่เขตเรื่อยมาจนกระทั่งถึงริมน้ำ โดยเขตพื้นที่การค้าบริเวณริมถนนนั้นอยู่ในความรับผิดชอบดูแลของหน่วยราชการ 2 แห่ง กล่าวคือ บริเวณริมถนนและพื้นที่การขายริมน้ำจะขึ้นอยู่กับ การดูแลของทางสำนักงานเขตตลิ่งชันซึ่งสังกัดกรุงเทพมหานคร แต่สำหรับบริเวณส่วนพื้นที่บนบก บริเวณลานใกล้ทางรถไฟนั้นอยู่ภายใต้การดูแลของทางการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งแต่ละจุดก็จะมี การเก็บค่าเช่าที่ต่างกันออกไป ผู้ที่ขายอยู่ในแพก็จะเสียค่าเช่าเฉพาะวันเสาร์ - อาทิตย์ในราคา 200 - 400 บาท (แล้วแต่ปริมาณของที่ขาย) ส่วนแม่ค้าพ่อค้าที่ขายบนบกจะเก็บเสาร์ - อาทิตย์ละ 140 บาท แต่หากพ่อค้าแม่ค้าจะขายในวันธรรมดาด้วยก็ไม่เก็บเงินเพิ่ม เพราะตลาดน้ำตลิ่งชันคนจะพลุกพล่านเฉพาะวันเสาร์ - อาทิตย์ ส่วนวันธรรมดาจะมีพ่อค้าแม่ค้ามาขายน้อยมาก มีเพียงแม่ค้าที่ขายอยู่ในแพเพียงไม่กี่เจ้า สำหรับพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของอยู่บนบกจะไม่มีการนำของมาขายวันธรรมดา เพราะวันธรรมดาหากใครมาตั้งร้านอยู่ริมถนนเทศกิจก็จะจับกุม ดังนั้นแม่ค้าแม่ขายส่วนใหญ่จึงจะมาขายกันในวันเสาร์ - อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น

ด้วยความต้องการที่จะผลักดันให้พื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นที่เกี่ยวสำหรับคนเมืองอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็สร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย จึงมีการปรับปรุงทั้งในเรื่องของกิจกรรมการขายสินค้าต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และการพัฒนาด้านพื้นที่ โดยทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ดำเนินการปรับปรุงถนนชักพระเพื่อสร้างเส้นทางคมนาคมที่สะดวกขึ้นอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังขอใช้ที่ดินของการรถไฟฯ (พื้นที่บริเวณที่ติดต่อกับบริเวณสวนป่าหน้าสำนักงานเขตฯ จำนวน 7 ไร่ครึ่ง) ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาเป็นลานจอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกและรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างพอเพียง มีการสร้างสวนสาธารณะ สวนหย่อมริมทาง อีกทั้งปรับปรุงสะพานข้ามคลองตลิ่งชันเพื่อให้เกิดความสวยงาม ซึ่งต่อมาอีกไม่นานก็จะต้องปรับปรุงลานจอดรถเพิ่มเติมเนื่องจากที่จอดรถที่มีอยู่ไม่พอเพียง โดยล่าสุดได้ใช้พื้นที่บริเวณหน้าวัดตลิ่งชัน ซึ่งอยู่ใกล้กับสำนักงานเขตฯ โดยการปูแอสฟัลต์ และของงบประมาณในการปรับปรุงทางเดินจากวัดตลิ่งชันซึ่งเป็นทางเดินผ่านสวนมายังเขตตลิ่งชันให้เกิดความสวยงามน่าเดิน โดยการปลูกต้นไม้ และติดตั้งเสาไฟสาธารณะอีกด้วย

ช่วงปี 2541 - 2542 จึงเป็นช่วงเวลาแห่งการปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกเหนือจากการจัดระเบียบผู้ค้าทั้งบนบกและในเรือให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีเอกลักษณ์ไทยโดยการสวมเสื้อหม้อฮ่อม และเสื้อที่ผลิตจากผ้าไทย รวมทั้งการควบคุมดูแลการให้บริการ ความสะอาด การใช้ภาชนะ และราคาอาหารแล้ว ยังจัดให้มีการแสดงดนตรีไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยให้เป็นตัวอย่างแก่ลูกหลาน และผู้ที่นำบุตรหลานมาเที่ยว โดยการแสดงดนตรีจะมีเป็นประจำทุกวัน อาทิตย์ตั้งแต่เวลา 11.00-14.00 น. นอกจากนี้ทางประชาคมยังจัดมูมนวดแผนโบราณไว้บริการลูกค้าที่ต้องการนวดฝ่าเท้าราคาชั่วโมงละ 150 บาท และมีการสร้างรูปแบบกิจกรรมใหม่ ๆ สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดกิจกรรมต่อเนื่องทั้งกิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ และกิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการเกษตร การอนุรักษ์ประเพณีอันดีงาม เช่น วันลอยกระทง วันสงกรานต์ การประกวดผลผลิตการเกษตร และเพิ่มพื้นที่สำหรับขายของตอบนบ เพื่อให้ประชาชนได้มีสถานที่ทำมาหากินเพิ่มขึ้น โดยการจัดแบ่งล็อกให้จำหน่ายสินค้าต่าง ๆ และสินค้าการเกษตร โดยตั้งเป้าจำหน่ายพันธุ์ไม้จากผู้ผลิต เนื่องจากตลิ่งชันเป็นแหล่งผลิตพันธุ์ไม้ที่มีชื่อ รวมทั้งการอนุรักษ์ต้นไม้ไทยที่หายากในปัจจุบัน

นอกจากนี้ทางประชาคมยังได้จัดตั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเกษตรในชื่อของ ตลิงค์ทัวร์ เป็น การท่องเที่ยวทางเรือ โดยใช้เรือหางยาวพานักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ตามแบบไทย แวะให้อาหารปลา และขึ้นชมสวนประเภทต่างๆ ตามฤดูกาล เช่น สวนไม้ไทย สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก หรือสวนผลไม้ต่างๆ และบางครั้งจะมีการนำขึ้นฝั่งชมวัดวาอารามในพื้นที่เพื่อเป็นการส่งเสริมพุทธศาสนา ตลิงค์ทัวร์มีโปรแกรมล่องเรือไว้บริการ 2 โปรแกรมหลัก ๆ คือนำชมสวนกล้วยไม้ และนำชมสวนงูอัตราค่าบริการก็ขึ้นอยู่กับแต่ละโปรแกรม เช่น ชมสวนกล้วยไม้คนละประมาณ 60 บาท ส่วนสวนงูค่าบริการคนละ 120 บาท โดยจะมีน้ำอัดลม พัดและร่มไว้บริการฟรีสำหรับลูกค้าที่มาล่องเรือ มีมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นเป็นผู้นำชม โดยมีทั้งข้าราชการของสำนักงานเขตตลิงค์ชันและลูกหลานของชาวบ้านในชุมชนที่เข้ารับการอบรมจากวิทยากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ทางสำนักงานเขตตลิงค์ชันเป็นผู้จัดและออกบัตรรับรองให้ เป็นมัคคุเทศก์นำชมไปกับเรือทัวร์ด้วย โดยได้รับค่าตอบแทนเที่ยวละ 200 บาท ทางผู้ประกอบการเรือหางยาวได้เที่ยวละ 500 บาท

แม้ประชาคมตลาดน้ำจะรับผิดชอบด้านการจัดการตลาดน้ำตลิงค์ชันอย่างเป็นทางการแล้ว แต่การดำเนินงานก็ยังคงเป็นไปตามวัตถุประสงค์เดิมของสำนักงานเขตตลิงค์ชัน คือ การดำเนินการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเขตตลิงค์ชันมากขึ้น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้จะมีเรือให้บริการระหว่างเวลา 8.30 – 16.00 น. ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นความพยายามในการแสวงหากิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับลักษณะของพื้นที่และประชากร ตลอดจนเอกลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนตลิงค์ชัน เพื่อหาแนวทางที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้พื้นที่มากที่สุด

“แต่ก่อนมีแพน้อยกว่านี้ละคะ มันเป็นแพไม้ คนที่อื่นเค้าก็จะมาซื้อ นักท่องเที่ยวเมื่อก่อนจะเยอะกว่านี้อีก เพราะมันมีอยู่ตลาดเดียว ...ตลาดน้ำเมื่อก่อนกับตอนนี้เปลี่ยนไปเยอะนะ เมื่อก่อนคนเยอะ พอสร้างแพเพิ่มขึ้นคนมันก็น้อยละ เมื่อก่อนแพมี 3 - 4 แพเอง แล้วคนคงเบียดด้วย มันสร้างมานานแล้วพี่”

(นักเรียน)

“แต่ก่อนพี่เคยอยู่ที่นั่นมาทีหนึ่งแล้ว แล้วก็ย้ายออกไป ฟังกลับมาอีกครั้ง ไม่นาน ประมาณ 10 เดือน มาเรียนหนังสือแล้วก็ขายของ แต่ก่อนนะตรงนั้นยังเป็นป่าอยู่เลย ตอนนั้นมีคนขายกล้วยเตี๋ยอยู่เจ้าเดียวเอง ขายคนในเขต แต่พอพี่กลับมาอีกทีก็เป็นแบบนี้แล้ว ที่เปลี่ยนไปความรู้สึกของพี่ที่ว่ามันไม่ค่อยดี แต่ก่อนดีกว่า”

(แม่ค้า 1)

“พี่ย้ายเข้ามาจากที่อื่น ไม่ได้ขายของที่ตลาดน้ำหรอก พี่มีอาชีพอื่น สมัยก่อนแพเปิดขึ้นมายังไม่มีของขายมาเกือบปี มีช่วงหลังนี้เอง มันก็ดีขึ้นนะมีอาหารเยอะ แต่ชยะก็เยอะตามมาด้วย เวลาร้านอาหารเขาล้างจานเค้าก็ล้างในคลอง”

(พนักงานรัฐวิสาหกิจ)

หลังจากเข้าสู่ยุคปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตลาดน้ำขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ตลาดน้ำที่เคยสงบซบเซาก็กลับมีชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะในช่วงแรกของการปรับปรุงนั้นจะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำตลิงค์ชันค่อนข้างมาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและแวะเข้ามาเที่ยวชม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณกรุงเทพฯ จะให้ความสนใจมากกว่านักท่องเที่ยวจากที่อื่น ทั้งนี้ก็เนื่องจากตลาดน้ำตลิงค์ชันอยู่ในเมือง สามารถไปเที่ยวได้ในลักษณะภายในหนึ่งวัน ทำให้สะดวกในการเดินทาง นักท่องเที่ยว

จากในกรุงเทพฯ จึงมีปริมาณมากกว่าที่อื่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเยี่ยมชมตลาดน้ำ ตลิ่งชันก็ปรากฏให้เห็นพอสมควร แต่จะเป็นในลักษณะที่มีการซื้อโปรแกรมทัวร์นั่งเรือมาจากที่อื่นอยู่แล้ว และมีบริการแวะชมตลาดน้ำตลิ่งชันในลักษณะของทางผ่านเพื่อแวะซื้อของเท่านั้น ไม่ใช่ลักษณะของการ ตั้งใจจะนำทัวร์มาลงยังบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันโดยเฉพาะ เนื่องจากในแผนการดำเนินงานตลาดน้ำตลิ่งชัน ของประชาคมตลาดน้ำได้ตกลงกันว่าจะไม่บริหารงานในรูปแบบของธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะต้องจ่ายค่า เฟอร์เซ็นต์ให้กับบริษัททัวร์ที่นำลูกค้าทัวร์มาลงยังตลาดน้ำ ดังนั้นการติดต่อกับบริษัททัวร์โดยตรงจึงยังไม่ เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองอีกจำนวนหนึ่ง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ของตลาดน้ำแห่งนี้จึงเน้นไปที่คนกรุงเทพฯ ที่บ้านอยู่ไม่ไกลจากตลาดน้ำตลิ่งชันมากนัก ที่สามารถเข้ามา ตลาดน้ำเพื่อพักผ่อนนั่งทานข้าวเพียงชั่วคราว หรืออาจจะซื้อเรือทัวร์ที่ทางประชาคมจัดขึ้น เป็นลักษณะของ การพานักท่องเที่ยวหนึ่งเรือหางยาวชมวิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลอง และพาไปยังสวนต่าง ๆ ของชาวบ้าน ในชุมชนเพื่อชมสวนจริงและซื้อผลไม้สด ๆ จากในสวน ลักษณะของตลาดน้ำในรูปแบบนี้จึงทำให้ใน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำตลิ่งชันมีจำนวนไม่ต่างไปจากเดิมมากนัก หลายคนเห็นว่ามีแนวโน้มที่ จำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลงกว่าเดิมอีกเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้กลับมาอีกครั้ง อีกทั้งเรือทัวร์ที่จัดพานักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตนั้นก็เป็ธุรกิจของเอกชนที่จัดขึ้น ดังนั้นรายได้จึงไม่กระจายเข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง ปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อแม่ค้าโดยตรง ดังจะ เห็นได้จากทัศนคติที่กลุ่มผู้ประกอบการในตลาดน้ำได้กล่าวถึงการจัดการของตลาดน้ำตลิ่งชันว่ายังไม่ สมบูรณ์มากนัก เพราะประชาคมที่เป็นกลุ่มที่คอยดูแลตลาดน้ำคิดค่าเช่าแพงเกินไป ทำให้พวกแม่ค้ามีราย ได้ไม่พอจะมาหมุนเวียน นักท่องเที่ยวในปัจจุบันก็น้อยลงเรื่อย ๆ ซึ่งก็อาจจะเป็เพราะการประชาสัมพันธ์ ที่น้อยเกินไป ทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก อีกทั้งกลุ่มผู้ประกอบการยังมอง ว่าในปัจจุบันกลุ่มประชาคมไม่สนใจตลาดน้ำเท่าที่ควร ประชาคมหันไปสนใจกับกิจการท่องเที่ยวทางเรือ เพียงอย่างเดียว เพราะเป็นธุรกิจส่วนตัวของทางกลุ่มผู้มีอำนาจในประชาคม ดังนั้นความสนใจต่อตลาดน้ำ จึงลดน้อยลงจนทำให้กลุ่มผู้ประกอบการมีจำนวนรายได้ลดลงจากเดิม

“ตอนนี้ขาดทุน ขอลดค่าที่เค้าก็ไม่ให้ ขาดส่งยังไม่ได้เลย สมาคมเก็บ ไม่เกี่ยวกับเขตหอรก เป็น เทศกิจกับสมาคม สมาคมก็เลือกกันเอง เค้าก็ไม่ได้มาช่วยอะไรหอรก มีแต่ทับถม ปีหนึ่งเก็บภาษี 2000 ไม่ จ่ายก็ได้ เมื่อก่อนแค่คนละ 20 บาท เดียวนี้หากำไรยาก สมาคมรายได้เค้าเยอะ เรือหางยาวก็ลำ เค้า ปล่อยเรือที่ลำ 6 - 7 ลำ เงินเค้าเก็บกันเอง แม่ค้าเลิกขายไปหลายเจ้าแล้ว ข้างบนของเทศกิจ ข้างล่างของ สมาคม วันหยุดเราไม่ขายเราก็เสียนะคะ หยุดก็ไม่ได้”

(แม่ค้า 2)

“เค้าต้องจัดตลาดน้ำเรื่อย ๆ อยู่แล้วรายได้ตั้งเท่าไร รายได้เข้าเขต เก็บค่าหัวตั้งเท่าไร รายได้ ไม่เข้าตัวชาวบ้านหอรก เข้าทางเขตหมดแหละ แม่ค้าบางรายได้เลิกขายไปก็มี เพราะเงินหมุนเวียนไม่ พอ”

(ข้าราชการ)

“ตลาดน้ำมีมาหลายปีแล้ว ตอนนี้คนไม่ค่อยมี การเงินฝืดเคือง คนเที่ยวน้อยลง หลานเขยเป็นหัว หน้าประชาคมอยู่ ไม่ไปทำกับเค้าหอรกอยู่ตรงนี้สบายกว่า ลุงชอบตลาดน้ำช่วงแรกมากกว่า มันดีที่ว่า เพราะคนเยอะ จริง ๆ ถ้าไม่เก็บภาษีนะคนเยอะกว่านี้อีก แต่ที่เก็บภาษีคนก็เลยน้อย”

(ชาวบ้าน)

แต่สำหรับทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกประชาคมที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น พวกเขารู้สึกพอใจกับตลาดน้ำที่พวกเขาได้เข้ามาสู่ครอบครัว และตลาดน้ำตลิ่งชันก็ยังทำให้พวกเขามีอาชีพที่แน่นอน เป็นหลักแหล่ง ไม่ต้องไปเป็นลูกจ้างคนอื่น กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้สึกภูมิใจกับการมีตลาดน้ำในชุมชน เพราะตลาดน้ำไม่ได้มีอยู่ในทุกที่ และที่ตลาดน้ำตลิ่งชันก็ไม่เหมือนที่อื่น ๆ ตรงที่สามารถนั่งทานข้าวพักผ่อนในแพ บรรยากาศรอบ ๆ ก็ดีกว่าที่อื่น ถือได้ว่าตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นมีบรรยากาศดีไม่แพ้ตลาดน้ำที่อื่น

ผู้ประกอบการในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดในตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการนั้น สามารถแบ่งประเภทออกได้เป็นหลัก 3 ประเภทด้วยกัน คือ การให้บริการในด้านอาหารเครื่องดื่ม การขายสินค้าประเภทของที่ระลึก และบริการเรือนำเที่ยว ซึ่งลักษณะของธุรกิจที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำนี้ก็เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการหลากหลายประเภทด้วยกัน โดยสามารถแบ่งผู้ประกอบการในตลาดน้ำตลิ่งชันออกตามรูปแบบลักษณะของธุรกิจที่ทำ ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ

คือ ผู้ที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง มีพื้นที่เช่าในการค้าขาย ซึ่งอาจจะมีลูกจ้างอยู่ในการควบคุมของตนเองหรือไม่ก็ได้ ผู้ประกอบธุรกิจที่ตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นทั้งหมดจะเป็นจะเป็นพ่อค้ารายย่อยที่มาขายสินค้าเอง มีที่เป็นลูกจ้างเพียงไม่กี่ร้าน มีทั้งพ่อค้าอาชีพที่ขายของที่อื่นอยู่ในวันธรรมดา และที่เป็นพ่อค้าสมัครเล่นมาขายเฉพาะเสาร์-อาทิตย์เป็นอาชีพเสริม ประเภทของผู้ประกอบการในตลาดน้ำตลิ่งชันแบ่งย่อยได้เป็น

เจ้าของธุรกิจจำพวกร้านอาหารเครื่องดื่ม ธุรกิจประเภทดังกล่าวเป็นกลุ่มผู้ค้าที่มีอยู่ส่วนใหญ่ในตลาดน้ำ ซึ่งมีทั้งผู้ค้าในแพและที่อยู่บนบก โดยผู้ค้าที่มาทำนั้นก็คือชาวบ้านในชุมชนส่วนหนึ่ง ข้าราชการในสำนักงานเขตตลิ่งชันส่วนหนึ่ง และบุคคลจากภายนอกอีกส่วนหนึ่ง ตามระเบียบผู้ค้าดังกล่าวจะต้องทำการลงชื่อเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มประชาคมตลาดน้ำเสียก่อนจึงจะสามารถเข้ามาตั้งร้านค้าขายได้ เพราะกลุ่มประชาคมมีการจำกัดจำนวนผู้ค้าอาหารแต่ละประเภทไว้ตายตัวแน่นอนเพื่อไม่ให้ผู้ค้ามากเกินไปจนต้องแข่งขันกันเอง ดังนั้นกลุ่มผู้ค้าจึงต้องเข้ามาจองพื้นที่และจ่ายค่าสมาชิกประชาคมตามประเภทของการค้าขายตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ธุรกิจประเภทนี้นับรวมทั้งผู้ที่ขายผลผลิตจำพวกผักและผลไม้ ซึ่งมีทั้งที่นำผลผลิตจากสวนของตนเองมาขาย และที่ซื้อจากตลาดมาขายเอากำไรด้วย

เจ้าของธุรกิจจำพวกสินค้าทางการเกษตร เป็นธุรกิจที่มีมากรองจากการขายอาหาร เช่น ขายต้นไม้ อุปกรณ์การทำสวน พวก ดิน ปุ๋ย กระจ่าง

เจ้าของธุรกิจจำพวกเสื้อผ้าและของที่ระลึกต่าง ๆ เช่น เสื้อยืด ชุดเสื้อกางเกง เสื้อผ้าไทย ของเล่นหัตถกรรม เป็นต้น สินค้าประเภทนี้มีไม่มากนักเพราะผู้มาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยและเป็นคนกรุงเทพฯ ซึ่งสามารถหาสินค้าเหล่านี้ได้ง่ายอยู่แล้ว

เจ้าของธุรกิจประเภทเรือนำเที่ยว ประกอบด้วย เจ้าของเรือ และมัคคุเทศก์นำชม โดยเจ้าของเรือที่นำเรือของตนเข้ามาวิ่งยังตลาดน้ำจะเป็นผู้คนในชุมชนหรือละแวกใกล้เคียงทั้งสิ้น วิ่งเรือครั้งหนึ่งจะได้เงินจากทางประชาคมตลาดน้ำเที่ยวละ 500 บาท ส่วนทางมัคคุเทศก์ที่คอยนำนักท่องเที่ยวชมตามโปรแกรมที่จัดไว้จะได้รอบละ 300 บาท ซึ่งมัคคุเทศก์ที่เข้าร่วมก็จะเป็นคนในชุมชนหรือใกล้เคียงเช่นเดียวกับเจ้าของเรือ แต่ทางมัคคุเทศก์จะมีข้าราชการทางสำนักงานเขตตลิ่งชันหรือลูกหลานเข้าร่วมด้วย การจะ

เข้ามาเป็นมัคคุเทศก์นั้นก็ต้องผ่านการอบรมกับทางสำนักงานเขตตลิ่งชันก่อน หลังจากผ่านการอบรมก็จะได้รับประกาศนียบัตรที่ทางสำนักงานเขตฯ ออกให้จึงจะสามารถเข้ามาเป็นมัคคุเทศก์ได้

กลุ่มประชาคมตลาดน้ำ

ประชาคมตลาดน้ำจัดตั้งขึ้นมาตั้งแต่ พ.ศ. 2541 ตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานครฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2540-2544) ที่สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาท้องถิ่นของตน สมาชิกของประชาคมได้แก่กลุ่มผู้ค้าที่จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำตลิ่งชันทั้งที่จำหน่ายบนบกและในน้ำตามที่มีรายชื่อในบัญชีควบคุมผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งมีทั้งผู้ค้ารุ่นเก่าๆ ที่ร่วมก่อตั้งและค้าขายมาตั้งแต่ต้นที่ยังคงรวมตัวกันบำรุงรักษาตลาดน้ำมาโดยตลอดและผู้ค้ารุ่นใหม่ เฉพาะผู้ค้าที่เป็นสมาชิกประชาคมเท่านั้นจึงได้รับอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าในตลาดน้ำได้ ผู้ที่ประสงค์จะขายสินค้าต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน

คณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำประกอบด้วยสมาชิกตัวแทนประชาคมตลาดน้ำทั้งหมด 11 คนที่ได้มาจากการเลือกตั้ง มีวาระการดำรงตำแหน่ง 2 ปี และมีคณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งมาจากข้าราชการฝ่ายต่างๆ 6 ฝ่าย ฝ่ายละ 1 คน คณะกรรมการชุมชนี้มีหน้าที่ในการบริหาร “กองทุนประชาคมตลาดน้ำ” ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อรวบรวมทุนทรัพย์เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการบริหารงานของกองทุนและรวบรวมเป็นทุนออมทรัพย์ให้สมาชิกกู้ยืม เงินกองทุนนี้มาจากเงินที่ได้รับจากสมาชิก เงินที่มีผู้บริจาคให้ เงินที่ได้จากการดำเนินการและดอกผลของกองทุนขึ้นมาบริหารตลาดน้ำ นอกจากนี้คณะกรรมการประชาคมตลาดน้ำยังมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลผู้ค้ากันเอง จัดเก็บค่าสมาชิกกองทุน ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขหรือพัฒนาประชาคมตลาดน้ำให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนให้การสนับสนุนและร่วมมือกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน เมื่อได้รับการร้องขอ ประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการ ชุมชนและกลุ่มผู้ค้า ประธานประชาคมตลาดน้ำคนปัจจุบัน คือ นายนพดล มาเสริมสิน ทำงานในตำแหน่งประธานประชาคมตลาดน้ำมาแล้วหลายสมัย

นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมยังตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันแบ่งได้เป็นนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยรูปแบบหรือการเดินทางที่มาแตกต่างกันไป นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการยังตลาดน้ำตลิ่งชันได้แก่ *นักท่องเที่ยวไทย* เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมักจะเดินทางกันมาเองเป็นครอบครัวหรือเพื่อนสนิทมิตรสหาย โดยจะขับรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าจะนั่งรถโดยสารอื่น ๆ เข้ามายังตลาดน้ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาก็จะเป็นคนกรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ไม่ไกลและไปมาสะดวก กิจกรรมซึ่งนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมทำมากที่สุดเมื่อเข้ามาก็คือเพื่อพักผ่อนทานอาหารและนั่งเรือเที่ยวในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์

สำหรับ*นักท่องเที่ยวต่างชาติ*ที่เข้ามาไม่มากนัก โดยเดินทางเข้ามายังตลาดน้ำตลิ่งชันด้วยการมาที่บริษัทนำเที่ยวจากจุดอื่น และแวะพักตลาดน้ำเป็นทางผ่าน หรือแวะทานอาหารกลางวันเพียงชั่วคราวเท่านั้น ไม่ได้มุ่งเข้าสู่ตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อทำกิจกรรมอื่น ๆ โดยตรงมากนัก อีกกลุ่มหนึ่งเป็นพวกที่เดินทางมาตลาดน้ำด้วยตนเองโดยขึ้นรถโดยสารเข้ามา พวกนี้จะมีการเลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนั่งเรือพาย กินอาหาร พักผ่อน นวดฝ่าเท้า ฯลฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจุดมุ่งหมายคือเที่ยวชมตลาดน้ำตลิ่งชันโดยตรงและรับประทานอาหารด้วย

จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันในวันเสาร์และอาทิตย์ ประมาณวันละ 800 - 1,000 คน (เอกสารประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน, 2542)

สินค้าและของที่ระลึกบริเวณตลาดน้ำ

ของที่มีขายบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันมักเป็นอาหารหรือของกินเป็นหลัก ทั้งส่วนที่ตั้งขายอยู่บนแพ และที่เป็นเรือพายมา (ประเภทหลังนี้มีไม่ค่อนมากนัก) ผลไม้เป็นสินค้าที่มีการนำมาขายในตลาดน้ำมากที่สุด ชาวสวนหลายคนบอกว่าขายที่ตลาดน้ำได้ราคาดีกว่า เพราะหากเอาไปส่งตลาดต้องผ่านพ่อค้าคนกลางทำให้ต้องเสียทั้งค่าขนส่งและถูกกดราคา รองลงมาก็จะเป็นอาหารจานเดียวจำพวกก๋วยเตี๋ยว หอยทอด ผัดไท ส้มตำ หมูสะเต๊ะ ซึ่งนิยมขายกันบนแพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้นั่งกินในแพ เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ มากกว่าที่จะนั่งเรือแล้วไปซื้ออาหารจากเรือพายกิน นอกจากนี้ยังมีเครื่องดื่มต่าง ๆ ประเภทชา กาแฟ น้ำอัดลม น้ำผลไม้ และน้ำดื่มตามปกติ แม้ค้าบางคนเคยมีอาชีพอื่นมาก่อน แต่เมื่อพบว่ามาขายของที่ตลาดน้ำสร้างรายได้ดีกว่า ก็ออกจากงานประจำเพื่อมาขายของแทนก็มี หลายคนเข้ามาขายของเป็นการหารายได้เสริมในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่าง ๆ

ชาวบ้านบางคนโดยเฉพาะผู้สูงอายุนิยมทำขนมแล้วใส่เรือพายมาขายพร้อม ๆ กับผลไม้จากสวนโดยมาขายใกล้ ๆ แพด้วย เช่น ขนมใส่ไส้ ข้าวต้มมัด (มักเป็นขนมที่ทำเองมากกว่าที่จะซื้อมา) และแต่ละครั้งมักทำในปริมาณที่ไม่มากนัก

ส่วนของที่ระลึก พบว่ามีขายอยู่บ้าง เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ที่มีทั้งทำเองและรับมาจากที่อื่น นอกจากนี้ยังมีบางร้านขายของเล่นด้วย ซึ่งส่วนใหญ่รับมาจากสำเพ็ง และร้านขายต้นไม้ขนาดใหญ่อยู่อีก 2-3 ร้าน และสำหรับผู้ที่มาซื้อโปรแกรมล่องเรือทัวร์กับทางตลาดน้ำแล้วนั้น ก็จะมีเจ้าหน้าที่มาถ่ายรูปเพื่อนำไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ติดกับใบจากเพื่อเป็นที่ระลึก แล้วจะนำมาขายหลังจากนักท่องเที่ยวขึ้นมาจากเรืออีกด้วย

หน่วยงานราชการ

เนื่องจากตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่ในพื้นที่ของทางราชการ หน่วยงานของราชการโดยเฉพาะสำนักงานเขตตลิ่งชันจึงยังมีอำนาจควบคุมการดำเนินงานของตลาดน้ำอยู่ แม้จะได้มอบหมายให้กลุ่มประชาคมตลาดน้ำตั้งที่กล่าวไว้แล้วข้างต้นเป็นผู้ติดต่อประสานงานและควบคุมดูแลกิจการต่างๆ ของตลาดน้ำ สำนักงานเขตฯ จะผู้กำหนดนโยบายและส่งมอบนโยบายมายังกลุ่มประชาคมอีกทีหนึ่ง ดังนั้นการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ทั้งรูปแบบกิจกรรม การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อย การดูแลและพัฒนา ตลอดจนประชาสัมพันธ์จึงขึ้นอยู่กับทางสำนักงานเขตเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในเรื่องที่ต้องได้รับงบประมาณสนับสนุนหรือได้รับอนุญาตจากหน่วยงานราชการก่อน การมีหน่วยงานราชการเป็นผู้ควบคุมมีส่วนดีในด้านที่สามารถดูแลให้ผู้ค้าปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้อย่างเข้มแข็ง หากไม่ดำเนินการตามก็สามารถให้หยุดกิจกรรมได้ ทำให้การดำเนินการในตลาดน้ำอยู่ในระเบียบเรียบร้อย เมื่อมีปัญหา เช่น การจราจร การรักษาความสะอาด ก็สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

ทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ

ทัศนคติของกลุ่มผู้ที่ทำหน้าที่จัดการดูแลตลาดน้ำตลิ่งชัน หรือที่เรียกว่าประชาคมตลาดน้ำนั้นมองว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกับตลาดน้ำที่อื่นตรงที่ ตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในกรุงเทพฯ ผู้คนจากในเมืองที่มีวันหยุดแค่เสาร์-อาทิตย์ และต้องการมาพักผ่อนใกล้บ้านในช่วงวันหยุดภายในเวลาแค่เพียงหนึ่งวัน ก็สามารถที่จะมาตลาดน้ำตลิ่งชันได้ ดังนั้นจุดประสงค์หลักของตลาดน้ำตลิ่งชันที่ตั้งใจจะให้เกิดขึ้นมาก็เพื่อที่จะให้เป็นที่พักผ่อนกลางใจเมืองในราคาไม่แพง เป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวที่อยู่ชานเมืองมากกว่า ดังนั้นจึงมองว่าการตอบสนองความต้องการในด้านการพักผ่อนของตลาดน้ำตลิ่งชัน สามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง คือ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ สะดวก และราคาไม่สูงเหมือนกับแหล่งพักผ่อนหย่อนใจอื่นๆ ของคนเมือง เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ สวนสนุก เป็นต้น

“ตลาดน้ำจะมีเยอะช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่ 7 โมงเช้า – 5 โมงเย็น จะมีพวกราชการ รัฐวิสาหกิจ คำมาพักผ่อน ส่วนมากเค้าจะไม่ออกไปไหนไกล ๆ เค้าก็จะมาที่นี่เพราะมันใกล้ แต่วันธรรมดาก็มีมาขายบ้างนะ แต่ไม่มาก เพราะวันธรรมดาก็ขายพวกที่มาติดต่อราชการที่เขตได้ เค้าก็มาทานอาหารในแพ มันไม่ร้อน อยู่ตามตึกที่เค้าขายกันมันอบอ้าว ที่นี่ได้บรรยากาศแล้วก็ราคาไม่แพงด้วย ราคาทั่วไป เค้าก็เลยเลือกมาทานอาหารที่นี่”

(แม่ค้า 3)

“ตอนตลาดน้ำเดิมก็จะขายพวกผัก ผลไม้ ของสวน แต่ก่อนไม่มีนักท่องเที่ยว แต่เดี๋ยวนี้มี ช่วงนั้นจะขายคนไทยได้มากกว่า ต่างชาติส่วนมากไม่ค่อยซื้ออะไรกิน แต่เดี๋ยวนี้อะพอกันนะช่วง 11 โมง – บ่าย 2 โมงคนจะเยอะ คนหยุดงานคำมาพักผ่อน มานั่งแพกินข้าว”

(พ่อค้า)

“สภาพตลาดน้ำเมื่อก่อนกับเดี๋ยวนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปเยอะ คือคนรู้จักทั่วๆก็จะมากขึ้นเยอะ ที่นี่เราก็พาลูกค้าไปซื้อกับสวนได้เลย ซื้อกับต้นก็มี เรามีเรือพาเที่ยว หัวหน้าประชาคมก็จัดเป็นจุดนักท่องเที่ยว คือไม่ได้หวังอะไรมาก แค่ให้แม่ค้าชาวสวนมีรายได้เพิ่ม ไม่ต้องขนออกมาขายเสียค่ารถ ถ้าเป็นที่นี่เราไม่ต้องเสียค่าเรือ เพราะเอาลูกทัวร์ไปซื้อที่สวนได้เลยมันก็สะดวกดี คนซื้อก็เต็มใจซื้อ คนขายก็เต็มใจขาย ตอนนี้นักท่องเที่ยวก็เพิ่มมากขึ้น เพราะตอนนี้หน้ามะไฟ หน้ามะม่วง ก็พาลูกทัวร์ไปเที่ยว เต็ดเอาจากต้นเลย”

(ชาวสวน)

ทัศนคติต่าง ๆ ที่กล่าวมาค่อนข้างจะขัดแย้งกับทัศนคติของชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำแต่อย่างใด เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนมักจะมองว่าตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตพวกเขาเท่าไรนัก เพราะเวลาพวกเขาไปซื้อของต่าง ๆ ก็มักจะไปที่ตลาดที่อื่น เช่น ตลาดหน้าวัดช่างเหล็ก ตลาดศาลาน้ำร้อน หรือห้วยรถไฟกันทั้งนั้น นอกจากนี้ยังมองว่าตลาดน้ำที่นี่ไม่เป็นธรรมชาติเท่าไรนัก หากเทียบกับตลาดน้ำที่อื่นนั้นที่อื่นมีจุดดึงดูดที่ดีกว่า ของที่อื่นก็มีมากกว่า ไม่ค่อยซ้ำกันมากเหมือนกับตลาดน้ำตลิ่งชัน หากจะให้เลือกไปตลาดน้ำก็มักจะไปที่ตลาดน้ำที่อื่น เช่น ตลาดน้ำดอนหวายมากกว่า

“อาหารมันไม่ได้แปลกไป พี่ไม่ค่อยได้ลงไป แต่พี่เคยไปตลาดดอนหวายพี่รู้สึกว่ามันน่าเดินกว่านี้นะ ของกินจะเยอะ ส่วนใหญ่จะมีของกินเป็นหลัก ราคาดีพอ ๆ กัน อากาศที่ดอนหวายจะร่มรื่นกว่านี้หน่อย

สำหรับพี่น้องที่ว่าตลาดน้ำตรงนี้จะก็มีก็ได้ ถ้าไม่มีก็ไม่มีผลกระทบอะไรกับพี่ แต่เค้าก็ทำมาตั้งหลายปีแล้ว ก็ น่าจะอยู่ได้นานแหละ ยิ่งเรือหางยาวพี่ว่าเค้ารายได้ดีมากเลย เรือเค้าออกทุก 15 นาที”

(ข้าราชการ 2)

“เวลาจะไปซื้อของก็ไปซื้อที่ข้างเหล็ก เพราะของตรงนี้จะอะไรก็แพง คนแถวนี้ไปซื้อที่อื่นกันหมด ตรงนี้แพงไม่เคยซื้อเลย ตลาดน้ำไม่ค่อยได้ไปหรอก มันใกล้แค่นี้แต่ซื้อก็เลยไป มันแพง แล้วของก็เอาไปขาย ไม่ได้ไปขายเขาก็ไล่”

(ชาวสวน 2)

“เห็นตลาดน้ำมาตั้งแต่เล็ก ๆ แล้วครับ เมื่อก่อนไม่เป็นอย่างนี้หรอก นักท่องเที่ยวแต่ก่อนเยอะกว่า ตอนนี้นัก ที่คนน้อยลงก็น่าจะเป็นเพราะเศษขยะ และแพมันไม่กว้างเท่าไร ทางเดินก็อาจจะทำให้รู้สึก แออัด ของก็ขายแพง ถ้าเป็นสมัยก่อนบ้านเรือนจะน้อยกว่านี้ ผมชอบแต่ก่อนมากกว่า เพราะน้ำใส เศษขยะ ก็ไม่มี น้ำจะใสมาก เมื่อก่อนคนแถวนี้เค้าจะทำสวนกันเยอะ เดี่ยวนี้ก็ยังทำอยู่นะครับ แต่ถ้าจะให้เทียบกับ ตลาดที่นี้กับตลาดน้ำที่อื่นผมชอบตลาดที่อื่นมากกว่า เช่น ตลาดดอนหวายของจะเยอะกว่า อากาศเย็น บรรยากาศดี เป็นธรรมชาติ น้ำก็ใส ปลาก็เยอะครับ”

(นักเรียน 2)

หลายคนมีความเห็นตรงกันเป็นส่วนใหญ่คือของที่นี้ราคาค่อนข้างแพง ไม่ว่าจะเป็อาหารสด อาหารแห้งหรือข้าวของเครื่องใช้สินค้าต่าง ๆ ซึ่งตั้งราคามาเพื่อขายนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่คนในชุมชนมักออกไปซื้อของจากที่อื่น และอาหารการกินส่วนมากที่ขายที่ตลาดน้ำก็เป็นอาหารสำเร็จรูป ซึ่งชาวบ้านสามารถหาซื้อได้ตามเรือพายที่พายมาขายตามหน้าบ้านอยู่แล้ว หรือบางครั้งก็มักซื้อหาเข้ามาแล้วทำกินกันเองที่บ้าน มากกว่าที่จะออกไปกินอาหารในบริเวณตลาดน้ำ ชาวบ้านจึงไม่นิยมและรู้สึกว่าไม่จำเป็นที่จะต้องออกไปซื้อที่ตลาดน้ำตลิ่งชันแต่อย่างใด

“ป่าไม่ค่อยได้ไปตลาดน้ำหรอก ไม่รู้จะไปทำไม เวลาซื้อของก็ไปซื้อที่อื่น เพราะตลาดน้ำของแพง ตลาดถูกกว่า ไม่ค่อยได้ซื้อแถวนี้ คนแถวนี้ก็ไม่ค่อยได้ซื้อของที่ตลาดน้ำเหมือนกัน ส่วนน้อย ส่วนมากคนนอกเข้ามามากกว่า คนในนี้ไม่ค่อยได้เข้าไปหรอก ไปซื้อของข้างนอกถูกกว่า ในนี้มีแต่ของสำเร็จ”

(นักการ สำนักงานเขตตลิ่งชัน)

ซึ่งทัศนคติของกลุ่มผู้คนในชุมชนก็เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมยังตลาดน้ำตลิ่งชันเช่นเดียวกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาก็มักจะมาเพราะเห็นว่าใกล้บ้าน และไม่เคยมารู้จักลองมาดู แต่ถ้าให้เปรียบเทียบกับตลาดน้ำที่อื่นแล้วเห็นว่าตลาดน้ำที่อื่นน่าสนใจกว่า เพราะของกินจะมากกว่ากัน และสินค้าก็จะมีให้เลือกซื้อได้หลากหลายกว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันจะดีที่มีของขายสามารถนั่งกินได้ในแพ เป็นแพริมน้ำ แต่สถานที่ท่องเที่ยวก็ไม่มีให้เที่ยวชมสักเท่าไร เพราะอาณาบริเวณของตลาดน้ำนั้นแคบจนเกินไป อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวหลายคนยังยึดระยะทางที่ไม่ไกลจากตัวเมือง และความสะดวกสบายในการเดินทางมาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นพื้นฐาน ทำให้ยังคงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

“พี่เป็นคนที่ดีถึงขั้น มาบ่อย พี่ก็สะดวกใกล้บ้าน แล้วบรรยากาศก็ดี เป็นธรรมชาติ พี่ก็เลยชอบนะ แล้วก็มาพักผ่อนบ่อย ๆ แต่อาหารค่อนข้างแพงไปหน่อย ถ้าเป็นสมัยก่อนคนจะน้อยกว่านี้นะ เป็นธรรมชาติกว่าตอนนี้ด้วย แต่พี่เคยไปตลาดน้ำหลายที่แล้วแต่พี่ชอบที่นี่มากกว่า”

(นักท่องเที่ยวนัก 1)

“ที่มาเที่ยวที่นี่ก็เพราะร่มรื่นดี มีอาหารหลายอย่าง ราคาดีพอประมาณ แต่ก่อนร้านจะน้อยกว่านี้ ตอนนี้มีแพเพิ่มขึ้นเยอะ ส่วนบรรยากาศของตลาดน้ำที่นี่มันก็ดีนะ แต่คนมันเพิ่มขึ้น ร้านค้ามันก็เพิ่มตามไปด้วย แต่ถ้าเปรียบกับยุคแรกเริ่มยุคแรกจะดีกว่า เมื่อก่อนห้องน้ำจะใช้ของทางเขต แต่เดี๋ยวนี้ต้องเสียตังค์”

(นักท่องเที่ยวนัก 2)

ส่วนผลกระทบจากตลาดน้ำที่ส่งผลมาถึงชาวบ้านก็ไม่มีปัญหาอะไรมากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะอยู่ในตลาดน้ำไม่เดินเข้ามาถึงชุมชน ซึ่งน่าจะส่งผลต่อการดำเนินกิจการของตลาดน้ำต่อไปในอนาคต เนื่องจากทุกฝ่ายมีความเห็นตรงกันว่าคงจะมีต่อไปเรื่อย ๆ และน่าจะพัฒนาต่อไปเรื่อย ๆ เพราะที่ผ่านมาก็ค่อย ๆ พัฒนาตลอด อีกทั้งพ่อค้าแม่ค้าที่เข้ามาขายของในตลาดน้ำก็เป็นคนมาจากที่อื่นมากขึ้นทั้งที่พักอยู่ในชุมชนและพักอยู่ที่อื่นแต่เข้ามาขายของในชุมชน จึงน่าจะมีการดำเนินการต่อ เพราะมีคนเข้ามาขายของอยู่ตลอดจึงไม่น่าจะล้มเลิกไป อีกทั้งการดูแลสิ่งแวดล้อมก็เป็นไปด้วยดี มีการประกาศเตือน มีคนเก็บขยะ และดูแลดี เพราะว่าพ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำจะต้องจ่ายเงินให้กับประชาคมเพื่อจ้างคนมาทำความสะอาดและดูแลบริเวณแม่น้ำลำคลองอยู่แล้ว ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมจึงยังไม่มีผลกระทบมากนัก แต่ในกลุ่มประชาคมกลับมองในเรื่องนี้ว่า ตลาดน้ำจะอยู่ได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา หากนักท่องเที่ยวน้อยตลาดน้ำก็อยู่ไม่ได้ นอกจากนี้ยังมองว่า เมื่อไรก็ตามที่สมาชิกต้องการพัฒนาตลาดน้ำไปสู่รูปแบบธุรกิจ ก็จะส่งผลให้เกิดปัญหา และต้องเลิกกิจกรรมในที่สุดด้วย

“ชายแคว้นเสาร์-อาทิตย์ วันธรรมดาจะไปเรียน ช่วงนี้เป็นอาชีพเสริมอยู่ แต่อีกไม่นานก็คงจะเป็นอาชีพหลัก เพราะว่าต้องรับช่วงกิจการต่อจากพ่อ ยังไงก็คงขายต่อไปเพราะมันขายได้เรื่อย ๆ นะ ชายไม่หมดก็เก็บไว้ได้ ลูกจ้างก็ไม่ต้องมี เพราะเราขายกันเอง มันไม่ต้องเสียอะไรอยู่แล้ว เสียแค่ค่าที่ให้กับประชาคมเอาไปจ่ายค่าน้ำ แล้วก็จ่ายค่าที่ให้กับ กทม. โดยเราจะจ่ายรวมให้กับประชาคมทีเดียว แล้วทางประชาคมก็จะเอาไปจัดการต่อเอง”

(แม่ค้าขายของที่ระลึก)

“นักท่องเที่ยวจะเริ่มมากันตอนเที่ยง จริง ๆ ที่นี้สภาพแวดล้อมมันก็ดีนะคะ แต่มันไม่มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากกว่า ตามความคิดนะคะมองว่าแขกน่าจะน้อยลงไปเรื่อย ๆ เพราะมันไม่มีสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเท่าไร ประชาสัมพันธ์ที่ทำกันก็ไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควร”

(แม่ค้า 3)

กล่าวโดยสรุป ชุมชนรอบตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นชุมชนชาวสวนที่มีผู้คนอาศัยอยู่อย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 60 ปีมาแล้ว ต่อมาจึงพัฒนาขึ้นเป็นย่านที่อยู่อาศัยชานเมืองที่ยังคงมีบริเวณต่อเนื่องกับสวนผักผลไม้และสวนดอกไม้ด้านใน เดิมชุมชนใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำเป็นหลักโดยนำผลผลิตไปค้าขายและซื้อหาสินค้าที่จำเป็นจากตลาดน้ำในบริเวณใกล้เคียง บริเวณนี้ไม่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนแต่สาเหตุที่มีการ

ตั้งตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2540 มาจากการริเริ่มของหน่วยงานราชการที่ต้องการสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยอาศัยสภาพที่ตั้งของตลาดน้ำที่สะดวกในการบริหารจัดการเนื่องจากเป็นที่ดินของราชการและตั้งอยู่ริมน้ำ เหมาะสมในการจำลองสภาพตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการขายผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นจุดเด่นของชุมชน พัฒนาการของตลาดน้ำตลิ่งชันจึงไม่สามารถอ้างอิงถึงความต่อเนื่องกับตลาดน้ำดั้งเดิมของชุมชนได้ดังเช่นกรณีตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นตลาดน้ำที่จัดตั้งขึ้นโดยได้มีการศึกษาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อนำมาวางแผนรูปแบบและการจัดการตลาดน้ำที่เหมาะสมและมีการปรับปรุงเป็นระยะๆ ตลาดน้ำตลิ่งชันมีเป้าหมายเฉพาะในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินอกชุมชนตลิ่งชันมากกว่าคนในชุมชน มีการนำเอกลักษณ์ของชุมชนชาวสวนมาจัดกิจกรรมเพื่อสร้างรายได้ เช่น การเพิ่มเติมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมเข้ามา โดยเน้นให้โอกาสคนในชุมชนมีส่วนในกิจกรรมต่างๆ มากกว่าคนนอกชุมชน ตลอดจนมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อให้มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม แม้จะเป็นตลาดที่หน่วยงานราชการเป็นผู้ริเริ่มขึ้นมา แต่การบริหารจัดการตลาดอยู่ในรูปของประชาคม เปิดโอกาสให้ผู้ค้าและคนในชุมชนเข้าร่วมในการกำหนดระเบียบข้อบังคับและการควบคุมผู้ค้าด้วยตนเอง ตลอดจนมีส่วนในการวางแผน การกำหนดรูปแบบและการริเริ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ในตลาดน้ำ การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทำให้สามารถจัดระเบียบผู้ค้าได้ดี มีความขัดแย้งกันบ้างในเรื่องของผลประโยชน์แต่ก็ไม่มากนัก ยังสามารถประนีประนอมและสร้างความร่วมมือในกลุ่มผู้ค้าและขอความร่วมมือกับกลุ่มอื่นๆ ในชุมชนเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาดน้ำได้เป็นอย่างดี ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นที่รู้จักผ่านการประชาสัมพันธ์และการบอกเล่าปากต่อปากในระดับหนึ่ง มีนักท่องเที่ยวไม่มากนักและนักท่องเที่ยวจะมาเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์เท่านั้น เกือบทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติน้อยเพราะไม่มีการติดต่อทางธุรกิจกับบริษัทนำเที่ยว ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นทางเลือกหนึ่งของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคนในชุมชนซึ่งหากได้รับการส่งเสริมและสามารถพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ก็น่าจะไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ โดยไม่จำเป็นต้องเน้นการพัฒนาเพื่อรับนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

บทที่ 3

ผลกระทบของการท่องเที่ยวตลาดน้ำต่อวิถีชีวิตชุมชน

ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในงานการศึกษาครั้งนี้หมายความว่าถึงการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตชุมชนในแง่มุมต่างๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากการเข้ามาของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในชุมชน ผลกระทบเหล่านี้เป็นผลกระทบทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง หรือโดยอ้อม

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อวิถีชีวิตชุมชนออกเป็นสองส่วนคือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นในชุมชนโดยรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยแบ่งลักษณะของผลกระทบที่เกิดขึ้นและมีผลต่อวิถีชีวิตในชุมชนรอบตลาดน้ำทั้งสองแห่งที่เห็นได้ชัดเจนออกเป็น 2 ส่วนคือผลกระทบในทางลบ และผลกระทบในทางบวก ทั้งนี้โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพมากกว่าข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และการจัด Focus group กับกลุ่มคนต่างๆ ในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชน พบว่าผลกระทบหลักๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่ปรากฏในชุมชนทั้งสองแห่ง ได้แก่

- ก. **ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม** เน้นศึกษาสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่เกิดขึ้นภายในชุมชน
- ข. **ผลกระทบด้านระบบเศรษฐกิจ** เน้นศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เป็นผลพวงมาจากการพัฒนาตลาดน้ำขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- ค. **ผลกระทบด้านสังคม** อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มบุคคลต่างๆ ในชุมชน ทั้งความสัมพันธ์ระหว่างคนในท้องถิ่นที่อาศัยในชุมชนโดยรอบด้วยกันเอง ระหว่างคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นคนในท้องถิ่นเองและคนภายนอก
- ง. **ผลกระทบทางวัฒนธรรม** เน้นศึกษาการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางความคิด เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และวัฒนธรรมทางวัตถุ ดูว่าการท่องเที่ยวมีส่วนในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมและการดัดแปลงสร้างวัฒนธรรมใหม่ขึ้นมาหรือไม่ อย่างไร

ก. ผลกระทบทางด้านสภาพแวดล้อมและกายภาพ

ผลกระทบด้านบวก

- **ตลาดน้ำมีส่วนในการพัฒนาและปรับปรุงสาธารณูปโภคให้แก่ชุมชน**

ผลกระทบของการสร้างตลาดน้ำและการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในชุมชนต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพในด้านบวกได้แก่การเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ในชุมชน ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดการพัฒนาถนนและสาธารณูปโภคเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนเป็นผลประโยชน์โดยตรงที่ชุมชนได้รับ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานท้องถิ่นจัดหางบประมาณเพื่อตัดถนนที่ได้มาตรฐานเข้าสู่ชุมชน มีการรักษาความสะอาดและการดูแลความปลอดภัยที่ดี ชาวสวนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากเส้นทางคมนาคมที่สะดวก ทำให้การเดินทางติดต่อกันและการขนส่งผลผลิตสู่ตลาดได้รวดเร็วขึ้น

สำหรับตลาดน้ำตลิ่งชัน การจัดตั้งตลาดน้ำมีผลกระทบโดยตรงทำให้มีการพัฒนาพื้นที่ซึ่งเดิมเป็นที่ว่างรกร้างริมทางรถไฟ ได้มีการพัฒนาพื้นที่ขึ้นมาเป็นที่ค้าขาย และสร้างเป็นสวนสาธารณะที่สวยงามเพื่อ

ต้อนรับนักท่องเที่ยว มีการปลูกต้นไม้ สนามหญ้าและทำสวนหย่อม ทางเท้า รวมทั้งทำลานจอดรถ มีการดูแลสาธารณูปโภค ไฟฟ้าและน้ำประปาอย่างดี ทำให้ชาวชุมชนได้ใช้ประโยชน์เป็นแหล่งขายสินค้าอาหารรายได้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในวันธรรมดา ใช้เป็นที่วิ่งเล่นออกกำลังกายของเยาวชน มีไฟฟ้าสาธารณะทำให้มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน ไม่ต้องกังวลปัญหาอาชญากรรม การคมนาคมสะดวกขึ้นเพราะมีการพัฒนาถนนและเพิ่มเส้นทางรถโดยสารประจำทางเข้าสู่ชุมชนเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว สภาพความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตในชุมชนดีขึ้น

ผลกระทบด้านลบ

เนื่องจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละวันย่อมมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำตลิ่งชัน ต่างก็ได้รับผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมด้วยกันทั้งสองแห่ง ซึ่งหลายปัญหามีลักษณะแบบเดียวกัน แต่บางปัญหาก็มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ ปัญหาที่พบคล้ายคลึงกัน ก็คือ เรื่องของมลพิษจากขยะ น้ำเสีย อากาศเป็นพิษ และมลพิษทางเสียง นอกจากนี้การจัดกิจกรรมของนักท่องเที่ยวโดยใช้เรือก็ยังเป็นปัญหาสำคัญของทั้ง 2 พื้นที่ด้วย

- ปัญหาการทิ้งขยะ ของเสียและมลพิษที่มาพร้อมกับนักท่องเที่ยว

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำทั้งสองแห่งโดยเฉพาะเห็นได้ชัดเจนและเป็นปัญหาโดยตลอดโดยเฉพาะที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ได้แก่ ขยะ ของเสียและมลพิษ ไม่ว่าจะเป็นภาวะของน้ำที่สกปรกเพราะแม่ค้าและนักท่องเที่ยวนำสิ่งของเช่น เศษอาหาร เศษผัก ผลไม้ น้ำยาล้างจาน ถูและวัสดุต่างๆ ทิ้งลงในคลอง ทำให้สภาพน้ำเน่าเหม็น มีสีดำคล้ำหรือมีลักษณะไม่น่าดู คุณภาพน้ำต่ำ ไม่สามารถใช้ในการอุปโภคและบริโภคได้ สาเหตุของมลภาวะเหล่านี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมสถานที่ในแต่ละวันมีจำนวนมาก การดูแลควบคุมการรักษาความสะอาดและการให้บริการด้านการเก็บขยะยังไม่ทั่วถึงนัก อีกส่วนหนึ่งเป็นความเคยชินตามวัฒนธรรมเดิมเกี่ยวกับการทิ้งขยะของคนไทยที่เห็นว่าการทิ้งขยะในที่สาธารณะเป็นเรื่องปกติ ซึ่งในอดีตอาจไม่เป็นปัญหามากนักเพราะจำนวนนักท่องเที่ยวมีไม่มากและขยะส่วนใหญ่เป็นขยะที่เน่าสลายอย่างรวดเร็วทั้งเอกชนและหน่วยงานราชการต่างก็ตระหนักดีถึงปัญหาความสกปรกและพยายามช่วยกันสอดส่องดูแลเนื่องจากรู้ว่าสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมจะมีผลต่อธุรกิจของตน เทศบาลตำบลดำเนินสะดวกมีบริการด้านการรักษาความสะอาด โดยจัดเก็บขยะมูลฝอยให้ทั้งทางบกและทางน้ำเป็นประจำทุกวัน และยังได้รณรงค์ขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการในตลาดน้ำช่วยกันรักษาความสะอาดโดยการติดประกาศเตือน

ในขณะที่ตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่า ปัญหาขยะหรือสิ่งปฏิกูลก็เพิ่มมากขึ้นทั้งบนบกและในน้ำ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ นักท่องเที่ยวและแม่ค้าบางคนไม่ทิ้งขยะในที่ที่จัดไว้ให้ แม่ค้าบางคนก็เห็นว่าได้ชำระค่าเก็บขยะกับสำนักงานเขตแล้วเป็นหน้าที่ที่พนักงานจะต้องมาดูแลจึงทิ้งขยะตามสะดวก ซึ่งประชาคมก็ได้มีการขอความร่วมมือและตักเตือนผู้ค้าอยู่เป็นประจำ สำหรับขยะบนบกไม่เป็นปัญหามากนักเนื่องจากตลาดน้ำตั้งอยู่หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน จึงมีการดูแลกวาดขึ้นเรื่องความสะอาดและมีถังขยะค่อนข้างพอเพียง ที่เป็นปัญหาคือเรื่องขยะในน้ำซึ่งยากแก่การแก้ไข ขยะส่วนใหญ่มาจากโป๊ะแพขายอาหารที่มีเศษอาหารร่วงหล่นลงไป หรือมีเศษขยะจากบนบกปลิวลงไปด้วย ทำให้สภาพน้ำสกปรกไม่น่าดู ทางประชาคมได้แก้ปัญหาโดยการตั้งข้อบังคับให้ร้านขายอาหารบนแพทุกร้านนำภาชนะใส่อาหารที่

ใช้แล้วมาล้างในบริเวณที่จัดไว้ให้บนบก เพื่อไม่ให้คราบไขมันและเศษอาหารตกลงไปในน้ำ แม้จะมีมาตรการนี้แล้วก็ยังเห็นเศษขยะและเศษอาหารอยู่บ้าง

- ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มาจากกิจกรรมคมนาคมเข้าสู่ชุมชนของนักท่องเที่ยว

ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เรือโดยสารที่นำนักท่องเที่ยวเข้าสู่ตลาดน้ำที่ใช้เครื่องยนต์ก่อให้เกิดการรั่วไหลของน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้น้ำสกปรกและมีคราบไขมัน ตลอดจนทำให้เกิดมลพิษทางเสียงตลอดเส้นทางเดินเรือ อย่างไรก็ตามหลังจากมีความขัดแย้งกันระหว่างเรือพายกับเรือใช้เครื่องยนต์ เพราะลำคลองแคบ คลื่นจากเรือยนต์อาจก่อให้เกิดอันตรายกับเรือขนาดเล็ก จึงมีการจำกัดจำนวนเรือยนต์ที่จะเข้ามาจนถึงคลองต้นเข็ม ส่วนใหญ่จะเป็นเพียงการนำนักท่องเที่ยวที่มากับโปรแกรมทัวร์มาส่งตามท่าใหญ่ แล้วจึงลงต่อเรือพายเล็กอีกทอดหนึ่ง แต่บางครั้งก็มีเรือยนต์ที่นักท่องเที่ยวเหมาลำเข้ามาเองบ้าง ผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำทำให้เกิดปัญหาการจราจรทางน้ำติดขัด เพราะมีทั้งเรือขายของและเรือนักท่องเที่ยวจำนวนนับร้อยๆ ลำอยู่ในคลองต้นเข็มในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นที่สุด ประมาณ 9.00 – 11.00 น. ซึ่งมีผลทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคนพายเรือกลุ่มต่างๆ และมีผลถึงความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ประกอบการด้วยกัน และระหว่างผู้ประกอบการกับแม่ค้าที่ขายของทางเรือประเภทต่างๆ ด้วย ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป

ในขณะที่ตลาดน้ำดิ่งชัน ไม่พบปัญหาเรื่องเรือหนาแน่น เพราะส่วนใหญ่ เป็นเรือพายมาขายอาหารริมโป๊ะแพเท่านั้น ส่วนเรือหางยาวที่พาไปชมสวน ก็มีการจัดระเบียบอย่างดี เพราะดำเนินการโดยประชาคมเองทั้งหมด ปัญหาเกี่ยวกับเรือที่พบที่ดิ่งชันจึงเป็นเรื่องมลพิษทางเสียงมากกว่า เพราะเป็นเรือหางยาวที่จอดรับส่งนักท่องเที่ยว เคยมีผู้ที่อยู่ริมคลองในบริเวณใกล้เคียงบางรายร้องเรียนว่าเรือนักท่องเที่ยววิ่งเร็วทำให้เกิดคลื่นซึ่งมีผลทำให้ที่ดินริมตลิ่งถูกกัดเซาะเร็วขึ้นซึ่งทางสำนักงานเขตและประชาคมก็ดำเนินการได้เพียงตักเตือนพนักงานขับเรือให้ลดความเร็วลง นอกจากนี้ยังพบว่าที่ดิ่งชันคราบน้ำมันเรือจากเรือหางยาว ซึ่งเป็นอีกส่วนที่ก่อให้เกิดมลภาวะแก่สภาพน้ำด้วย ทางประชาคมและกลุ่มผู้ค้าตระหนักดีว่าความสะอาดของสภาพแวดล้อมมีส่วนในการดึงดูดลูกค้าจึงให้ความสนใจกับเรื่องนี้เป็นพิเศษและพยายามรักษาความสะอาดซึ่งก็ทำได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของที่ดิ่งชันกลับเป็นเรื่องของมลพิษทางอากาศที่เกิดจากจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นในวันเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่มักขับรถมาเอง นอกจากนี้ไม่มีที่จอดแล้ว ยังทำให้มีควันดำ เกิดกลิ่นเหม็นตามมาด้วย

- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของตลาดและสิ่งก่อสร้างในบริเวณตลาดน้ำ

นอกจากผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแล้ว การท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบทางกายภาพที่เห็นได้ชัดเจนและถาวรซึ่งมีลักษณะปัญหาเฉพาะที่ตลาดน้ำแห่งนี้ นั่นคือลักษณะของสถาปัตยกรรมอูจาด ในปัจจุบันจะเห็นได้ชัดเจนว่ารูปแบบของสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างสองฝั่งคลองและบริเวณใกล้เคียงสร้างขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่าเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน รูปแบบการก่อสร้างท่าเรือต่างๆ จึงเน้นความคงทน สร้างด้วยอิฐและปูน ทำขึ้นเพื่อสนองกิจกรรมการขายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งบนบกและในน้ำ มีการตัดต้นไม้ทิ้ง (เดิมบริเวณโดยรอบเป็นที่สวนมาก่อน) เพื่อสร้างลานปูนกว้างสำหรับแผงลอยขายของ และสร้างลานจอดรถเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาทางรถเข้าจอดได้ถึงตัวท่าเรือ ซึ่งจะแตกต่างไปจากตลาดน้ำเดิมที่คลองลัดพลีที่เน้นกิจกรรมการค้าขาย

ในน้ำมากกว่าบนบก อาคารเป็นเรือนแถวไม้ในลักษณะสถาปัตยกรรมแบบท้องถิ่นปลูกเลียบไปกับคลอง แม้ท่าเรือพิชัยซึ่งเป็นร้านค้าที่ใหญ่ที่สุดจะมีการสร้างอาคารขายของเป็นอาคารทรงไทยก็เป็นการสร้างขึ้น ในลักษณะของเรือนทรงไทยที่ตั้งอยู่บนบก ในรูปแบบที่คิดขึ้นเองเพื่อดึงดูดใจลูกค้าในการขายสินค้ามากกว่าจะมีเป้าหมายในการรักษารูปแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่นโดยตรง และยังมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายของทางเรือในตลาดน้ำแบบใหม่ๆ ขึ้น เช่น การเอาเรือไปจอดถาวรไว้ริมฝั่งแล้วสร้างเพิงสำหรับแขวนสินค้า นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงสภาพธรรมชาติโดยการขุดคลองขึ้นมาใหม่ในที่ของตนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและให้มีเนื้อที่ในการขายของมากขึ้นอีกด้วย รูปแบบตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันกลายเป็นว่าคนขายอยู่บนบกหรือริมตลิ่งให้คนซื้อลงเรือเที่ยวดูและแวะขึ้นซื้อ แทนที่จะเป็นคนขายอยู่ในเรือและคนซื้ออยู่บนบกเช่นในอดีต

พัฒนาการและรูปแบบของสิ่งก่อสร้างในบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่มีเอกภาพ ไม่มีการวางแผนขึ้นอยู่กับความประสงค์ของผู้ประกอบธุรกิจแต่ละราย เราจึงเห็นสะพานข้ามคลองที่มีเพียงครั้งเดียวเพราะความขัดแย้งระหว่างร้านค้าทั้งค้างไว้ให้เห็นมานานนับปีโดยไม่มีคำอธิบายให้แก่นักท่องเที่ยว หรือรูปทรงอาคารของท่าเรือแต่ละท่าทั้งในและนอกบริเวณตลาดน้ำก็สร้างขึ้นตามความพอใจและทุนทรัพย์ที่มี แล้วแต่เจ้าของจะเห็นว่าแบบไหนจะดึงดูดลูกค้าได้มากกว่ากัน มีการติดตั้งแผ่นป้ายโฆษณารวมทั้งกรรมวิธีการเรียกและแย่งลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่น่าดู สิ่งเหล่านี้ไม่มีหน่วยงานใดสามารถเข้าไปจัดระเบียบหรือควบคุมได้เพราะกิจการทุกแห่งอยู่ในที่ดินของเอกชนและมีเอกชนเป็นเจ้าของ โดยภาพรวมแล้วพัฒนาการทางกายภาพของตลาดน้ำจึงเป็นไปในลักษณะที่ขาดเป้าหมายและทิศทาง ไม่มีการศึกษาหรือวางแผนด้านสถาปัตยกรรมหรือการวางผังชุมชนไว้ล่วงหน้า

สำหรับที่ตลิ่งชันไม่มีปัญหาในด้านสถาปัตยกรรมมากนักเพราะมีสิ่งก่อสร้างถาวรเพียงโปะแพและศาลาริมน้ำที่ทำเป็นทรงไทยแบบธรรมดา ส่วนแผงลอยวางสินค้าบนบก มีการจัดระเบียบให้สะอาดตาและรูปแบบใกล้เคียงกัน จัดวางอยู่ไต่ต้นไม้หรือมีร่มบังแดดให้ความร่มรื่น และเรือเก็บไปเมื่อพ้นช่วงจัดตลาดนัดแล้ว

ข. ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

ผลกระทบด้านบวก

ในเรื่องของระบบเศรษฐกิจ ทั้งที่ดำเนินฯ และที่ตลิ่งชันพบว่า ทั้งสองชุมชนล้วนได้รับผลกระทบในทางบวก เนื่องจาก การท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ชัดเจน แม้ในรายละเอียดจะมีความแตกต่างกันบ้าง กล่าวคือ

- การสร้างงาน สร้างรายได้แก่คนในชุมชน

หากพิจารณาจากความจริงที่ว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมานานกว่า 30 ปีแล้ว และมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแล้วนับล้านคน ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยววันละประมาณ 1,000 – 1,500 คน (สรุปข้อราชการอำเภอดำเนินสะดวก พ.ศ. 2541) ตลาดน้ำดำเนินสะดวกน่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศได้มากแห่งหนึ่ง ประเด็นที่น่าสนใจที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ได้แก่คำถามที่ว่ารายได้จากธุรกิจ

การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกนี้กระจายลงสู่ชุมชนมากน้อยเพียงใด คนในชุมชนได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในรูปแบบใดบ้าง โดยจะพิจารณาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของชุมชนในประเด็นหลัก 3 ประเด็น คือ การสร้างรายได้ รูปแบบพฤติกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชนและการลงทุนในพื้นที่

ในการศึกษาการจ้างงานที่เกิดจากการท่องเที่ยว นักวิชาการ มักแบ่งรูปแบบการจ้างงานออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ (1) การจ้างงานโดยตรง (Direct employment) ได้แก่การจ้างงานที่เกิดจากรายได้ที่ได้จากการจัดหาสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น จ้างพนักงานในโรงแรม ภัตตาคารหรือร้านค้าที่ขายของแก่นักท่องเที่ยว (2) การจ้างงานทางอ้อม (Indirect employment) ได้แก่ การจ้างงานในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือเอื้อประโยชน์ให้การท่องเที่ยว เช่น การจ้างงานเพื่อสร้างและดูแลถนนหนทาง เพื่อกิจการขนส่ง ธนาคารหรือการทำของที่ระลึก (3) การจ้างงานต่อเนื่อง (Induced employment) ได้แก่การจ้างงานที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการของคนท้องถิ่นที่มีรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อเนื่องกันไป (John Lea, 1991: 46)

รายได้จากการจัดการการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมาจาก 2 กิจกรรมใหญ่ ๆ คือ การจัดทัวร์พานักท่องเที่ยวมายังตลาดน้ำ ซึ่งในส่วนนี้บริษัททัวร์จะคิดค่าบริการในการจัดการซึ่งได้แก่ค่ายานพาหนะ (รถโดยสาร เรือยนต์นำนักท่องเที่ยวเข้าไปยังตลาดน้ำ เรือพายพายชมตลาดน้ำและคลองใกล้เคียง) ค่าอาหารและมัคคุเทศก์ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับโปรแกรมทัวร์ บริษัททัวร์จะได้รายได้ส่วนนี้ไปเกือบทั้งหมด กิจกรรมหนึ่งสร้างรายได้อีกกิจกรรมหนึ่งสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นโดยตรง คือ การขายของให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงตลาดน้ำแล้ว ซึ่งได้แก่ ค่าอาหาร เครื่องดื่ม ผัก ผลไม้ สินค้าจำพวกของที่ระลึก และค่าเช่าเรือ (ในกรณีที่ไม่ได้จัดไว้ในโปรแกรมทัวร์ และกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเอง) กิจกรรมอย่างหลังสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนผ่านประกอบอาชีพและการจ้างงานในรูปแบบต่าง ๆ

การจ้างงานโดยตรงในตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งได้แก่ การสร้างอาชีพให้แก่คนท้องถิ่นจำนวนหนึ่ง ซึ่งแบ่งออกเป็นอาชีพอิสระและอาชีพลูกจ้าง อาชีพอิสระได้แก่ ผู้ที่ประกอบกิจการของตนเอง ซึ่งหมายรวมถึงแต่เจ้าของท่าเรือต่าง ๆ ทั้งที่อยู่ในตัวตลาดน้ำและที่อยู่ตามริมคลองรอบนอกที่รับนักท่องเที่ยวลงเรือมาชมตลาดน้ำอีกทอดหนึ่ง เจ้าของท่าเรือเหล่านี้จะมีรายได้จากการให้เช่าเรือ เช่าที่จอดรถ ให้เช่าพื้นที่ในท่าของตนสำหรับขายของ ในรายที่ไม่มีการให้เช่าที่ก็จะได้รับรายได้จากการขายอาหาร เครื่องดื่มหรือของที่ระลึก บางรายที่มีเครือข่ายติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวรายใหญ่จะได้รับผลประโยชน์จากการร่วมกิจการกับบริษัทด้วย ผู้ประกอบอาชีพอิสระยังรวมถึงผู้เช่าแผงขายของ พ่อค้าแม่ค้าเรือพายทั้งที่เช่าที่ของท่าเรือและที่พายไปมาอยู่ในคลองโดยไม่เช่าที่ คนพายเรือให้นักท่องเที่ยวที่นำเรือของตนมารับจ้างพายโดยจ่ายส่วนแบ่งให้กับเจ้าของท่า คนรับแลกเงินตราต่างประเทศ และแม่ค้าเร่ขายสินค้าทั่วไปในตลาด สำหรับอาชีพลูกจ้างได้แก่ ลูกจ้างขายของให้ร้านค้า ลูกจ้างดูแลสถานที่ คนทำความสะอาด คนดูแลที่จอดรถและเรียกแขก คนรับจ้างพายเรือให้กับท่าเรือต่าง ๆ ยาม สำหรับการจ้างงานโดยตรง จะจ้างคนในท้องถิ่นเกือบทั้งหมดเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง และเวลาทำงานเพียงวันละ 5-6 ชั่วโมงเท่านั้นไม่คุ้มกับการที่คนนอกท้องถิ่นจะมารับจ้าง หลังจากตลาดน้ำเลิกแล้วลูกจ้างเหล่านี้ยังสามารถกลับไปทำงานในสวนของตนเองหรือรับจ้างทำงานอื่นๆ ในละแวกใกล้เคียงได้ การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีส่วนในการจ้างงานโดยตรงในชุมชนหลายร้อยคน โดยส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานไร้ฝีมือที่มีรายได้ไม่มากนัก

การจ้างงานทางอ้อมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือเอื้อประโยชน์ให้การท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีไม่มากนัก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดแวะพักในโปรแกรมทัวร์ที่ใช้เวลาเพียงหนึ่งวัน นักท่องเที่ยวแวะชมในระยะเวลาสั้นๆ ไม่มีการพักแรม จึงไม่มีผลต่อการลงทุนสร้างกิจการเกี่ยวเนื่อง

เช่น โรงแรม ร้านอาหารหรือสถานบันเทิง จุดเน้นของการท่องเที่ยวตลาดน้ำคือ การมาชมสภาพตลาดและ ล่าคลอง บริษัทนำเที่ยวพยายามเน้นการขายสินค้าที่ระลึก แต่เนื่องจากสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าทั่วไปที่จัด หามาจากกรุงเทพฯ และแหล่งอื่นๆ ไม่ใช่สินค้าท้องถิ่น (แม้แต่ผัก ผลไม้ที่ขายส่วนใหญ่ยังซื้อมาจากนอก ชุมชน) จึงไม่มีส่วนในการสร้างงานหัตถกรรมหรือสนับสนุนสินค้าของท้องถิ่น มีบางแห่ง (เช่น ร้านเตาตาล ที่สาธิตการทำน้ำตาลมะพร้าวและขายหัตถกรรม) ที่พยายามนำสินค้าของราชบุรี เช่น เครื่องปั้นดินเผา มา ขายในร้าน แต่เป็นเพียงส่วนน้อย ร้านค้าเกือบทั้งหมดถือเอาความสะดวกในการจัดหาสินค้าและผลกำไร เป็นที่ตั้ง ไม่มีใครคิดถึงส่งเสริมอาชีพในชุมชนมากนัก การจ้างงานทางอ้อมที่มีอยู่ในปัจจุบันได้แก่การ จ้างช่างซ่อมดูแลเครื่องยนต์เรือและการจ้างต่อเรือพายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจ กรรม home stay และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีกลุ่มเอกชนจัดขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการแก่นัก ท่องเที่ยวอิสระต่างชาติที่สนใจและมีเวลาให้ โดยให้ไปพักอยู่กับชาวสวนในเขตอำเภอดำเนินสะดวกที่ร่วม โครงการ กิจกรรมนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักและมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มาก

เช่นเดียวกับที่ดำเนินสะดวก การท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชันมีผลโดยตรงในการสร้างรายได้ให้ แก่ประชากรในชุมชน รวมทั้งสร้างรายได้แก่เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขต (ส่วนใหญ่จะเป็นคนในละแวกใกล้ เคียงอยู่แล้ว) ที่มาร่วมทำการค้าหรือกิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากเป็นนโยบายของสำนักงานเขตและประชาคม ตลาดน้ำตลิ่งชันที่จำกัดจำนวนผู้ประกอบการจากภายนอก ให้โอกาสแก่คนในชุมชนก่อนทำให้เกิดการ กระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ชุมชน การสร้างงานโดยตรงได้แก่ อาชีพขายของ ซึ่งมีทั้งแม่ค้าอาชีพที่ ขายของอยู่ในชุมชนหรือตามตลาดอื่นๆ ในวันธรรมดาอยู่แล้ว และแม่ค้าสมัครเล่นที่ขายเฉพาะวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ เป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ นอกจากนี้ยังสร้างงานในลักษณะอื่น เช่น คนขับเรือหางยาวพา นักท่องเที่ยวชมสวนและชีวิตความเป็นอยู่ริมคลอง มักคุเทศก์นำชมในโปรแกรมของตลิ่งชันทัวร์ซึ่งเป็น อาชีพใหม่ที่ประชาคมร่วมกับสำนักงานเขตจัดอบรมให้มักคุเทศก์ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น ชาวสวนในเขตตลิ่ง ชันสามารถนำผลผลิตการเกษตร และพันธุ์ไม้มาขายผู้บริโภครโดยตรงได้รายได้ดีกว่าที่ขายผ่านพ่อค้าคน กลาง

การสร้างงานทางอ้อมได้แก่ การสร้างงานให้ผู้ที่ต้องเข้ามาดูแลพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เช่น พนักงานเก็บขยะ คนทำสวนและดูแลสวนสาธารณะ ดูแลลานจอดรถ รวมทั้งเจ้าของสวนและสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ในเส้นทางนำเที่ยวของตลิ่งชันทัวร์ที่มีรายได้จากการขายของให้นักท่องเที่ยว

- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน

การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อรูปแบบของพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนดำเนินสะดวก โดยเปลี่ยนรูปแบบของการค้าขายในตลาดน้ำเป็นการค้าขายกับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ แทนที่จะเป็นการ ค้าขายเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน รูปแบบสินค้าก็เปลี่ยนจากสินค้าเกษตรเป็นของที่ ระลึกของนักท่องเที่ยวแทน

การประกอบอาชีพหลักในชุมชนรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวก ได้แก่ การทำสวนผักหรือผลไม้ การ รับราชการ พนักงานในบริษัทห้างร้านในตัวเมืองหรือกรุงเทพฯ และอาชีพค้าขายในตลาดน้ำ อาชีพใหม่ที่เกิด ขึ้นจากการท่องเที่ยว ได้แก่ อาชีพพ่อค้านักธุรกิจซึ่งมีทั้งที่ประกอบธุรกิจของตนเองและที่เป็นลูกจ้าง ทำงานประเภทต่างๆ ตามทำเรือ เช่น พนักงานขายของ ขายอาหาร ทำความสะอาด ยามเฝ้าร้านค้า เฝ้าที่ จอดรถ คนพายเรือพาเที่ยว ฯลฯ การท่องเที่ยวตลาดน้ำมีผลกระทบโดยตรงในการเปิดทางเลือกใหม่ด้าน การประกอบอาชีพให้แก่คนในชุมชน ทำให้เกิดกลุ่มคนที่ประกอบอาชีพค้าขายและเป็นลูกจ้างในกิจการ

การท่องเที่ยวมากขึ้น ประมาณว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานคนในชุมชนประมาณ 500-600 คน (ข้อมูลโดยการประเมินอย่างคร่าวๆ ของบรรดาผู้ประกอบการรายใหญ่) การจ้างงานเหล่านี้ช่วยให้คนชุมชนโดยเฉพาะกลุ่มคนที่ไม่มีที่ดินของตนเองเพื่อประกอบอาชีพเกษตรกรรม และผู้ที่มีระดับการศึกษาไม่สูงนักไม่ต้องเดินทางออกจากชุมชนไปหางานทำที่อื่น อาชีพใหม่เหล่านี้เป็นงานที่มีรายได้ดีพอสมควรเมื่อเทียบกับงานประเภทอื่นที่คนกลุ่มนี้จะทำได้ เช่น รับจ้างทำงานในสวนซึ่งเป็นงานหนักและใช้เวลามากกว่า ลูกจ้างในตลาดน้ำยังมีเวลาช่วงบ่ายไปทำงานอย่างอื่นได้อีก ตลาดน้ำยังมีส่วนในการสร้างอาชีพเสริมและเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้หญิงชาวสวนที่สามารถนำผลผลิตในสวนของตนใส่เรือมาขายเอง การประกอบอาชีพเสริมเป็นแม่ค้าของหญิงชาวสวนในดำเนินสะดวกเป็นพฤติกรรมทางเศรษฐกิจที่ทำกันมานานแล้ว โดยแต่เดิมจะเอาผลผลิตส่วนเกินไปขายตามตลาดน้ำต่างๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยพายเรือมาขายเป็นบางวัน วันละไม่กี่ชั่วโมงเมื่อของหมดก็กลับไปทำงานบ้านหรืองานในสวนต่อไป หญิงชาวสวนเหล่านี้เป็นแม่ค้าท้องถิ่นเป็นตัวแทนของแม่ค้าแบบดั้งเดิมที่ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นที่รู้จักดีมาแต่อดีต แม่ค้าประเภทนี้มักพายเรือขายผัก ผลไม้หรืออาหารอย่างอื่นขึ้นล่องอยู่ในตลาดน้ำและล้าคลองในชุมชนโดยไม่เช่าที่ประจำของท่าเรือใดท่าเรือหนึ่ง อย่างไรก็ตามแม่ค้าเหล่านี้ในวันแต่จะลดจำนวนลงไปเรื่อยๆ เพราะชาวสวนรุ่นใหม่มีทางเลือกที่จะเอาผลผลิตไปขายทางรถยนต์แทน และการแข่งขันกันขายของในตลาดน้ำมีสูง แม่ค้าที่เป็นชาวสวนจึงมักเลิกพายเรือขายของไป ไม่มีรุ่นใหม่มารับมาทดแทน จะมีก็แต่แม่ค้าอาชีพประเภทที่พายขายของที่ระลึกหรือที่ไปซื้อผัก ผลไม้จากตลาดมาใส่เรือขายนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเข้ามาแทนที่

ในขณะที่ของตลิ่งชัน มีความแตกต่างออกไปตามที่กล่าวแล้วในบทที่ 2 ว่าการก่อตั้งตลาดน้ำตลิ่งชันในปี พ.ศ. 2530 มีส่วนในการชักนำผู้มีรายได้น้อยกว่าชุมชนอื่นหรือจากต่างจังหวัดเข้ามาขายของในตลาดน้ำและส่วนหนึ่งได้เข้ามาเห็นที่รกร้างของทางราชการ จึงเข้ามาบุกเบิกตั้งที่อยู่เป็นชุมชนแออัดขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนทางอ้อมที่ทำให้เกิดสมาชิกชุมชนกลุ่มใหม่ในชุมชนที่ไม่ได้ประกอบอาชีพทำสวน จึงต้องทำอาชีพรับจ้างและค้าขายเล็กๆ น้อยๆ ไป มาขายของที่ตลาดนัดเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ แต่คนกลุ่มนี้ก็ไม่มีมากนัก ประชากรส่วนใหญ่จะมีอาชีพทำสวน รับราชการและทำงานบริษัทเอกชน การท่องเที่ยวไม่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเศรษฐกิจในชุมชนเพราะผู้ค้าในตลาดน้ำส่วนใหญ่ก็มีอาชีพนี้อยู่แล้ว (ค้าขาย ทำสวน) เพียงแต่เพิ่มโอกาสในการประกอบกิจกรรมเศรษฐกิจหลักขึ้น สำหรับผู้มีช่องทางหารายได้เพิ่มจากลักษณะงานใหม่ (มัคคุเทศก์ ทำสินค้าหัตถกรรมมาขาย) ก็เป็นอาชีพที่ทำในลักษณะของงานสมัครเล่นช่วงวันหยุด ไม่ได้นำไปสู่การเปลี่ยนอาชีพใหม่

- การลงทุนในพื้นที่

จากข้อมูลส่วนใหญ่ ทำให้เราทราบว่า ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินสะดวก รายได้จากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตกอยู่กับบริษัทนำเที่ยวและเจ้าของท่าเรือรายใหญ่ ส่วนแบ่งของรายได้ที่คนในท้องถิ่นได้รับจากการขายของและเป็นลูกจ้างจัดว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ และยังไม่มีมีการนำรายได้กลับมาลงทุนในพื้นที่ในด้านสิ่งก่อสร้างหรือธุรกิจใหม่ๆ เนื่องจากไม่สามารถขยายตัวได้มากกว่านี้ การลงทุนที่มีมักเป็นการลงทุนในรูปของการซื้อที่ดิน การท่องเที่ยวทำให้ที่ดินโดยรอบตลาดน้ำและตามถนนทางเข้าสู่ชุมชนมีราคาสูงขึ้นเพราะเป็นที่ที่เจริญ สามารถประกอบธุรกิจได้

ในขณะที่ของตลิ่งชันไม่มีปัญหาเรื่องของนายทุนที่เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากตลาดน้ำ เพราะประชาคมไม่เปิดโอกาสให้คนนอกเข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของตลาดน้ำ แต่ตลิ่งชันเองก็มีข้อจำกัดในเรื่องการลงทุนในพื้นที่เช่นเดียวกัน เนื่องจากพื้นที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่

ที่มีขนาดเล็กกับนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ได้ และข้อจำกัดด้านเวลาในการจัดกิจกรรมที่ทำได้เพียง สัปดาห์ละสองวัน และวันสำคัญเป็นครั้งคราวเท่านั้น ไม่มีธุรกิจนำเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์เข้ามา ทำให้มีจำนวน นักท่องเที่ยวและรายได้โดยรวมไม่มากนัก การลงทุนในพื้นที่เพื่อจัดทำธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงแรม สถาน บันเทิงจึงเป็นไปได้ยาก การลงทุนในพื้นที่ที่ผ่านมาจึงเป็นการลงทุนจากงบประมาณของหน่วยงานราชการ ในระยะแรก และมีเงินจากกองทุนประชาคมตลาดน้ำตั้งชั้นสมทบบ้างบางส่วนในระยะหลัง เป็นการลงทุน เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

ผลกระทบด้านลบ

- รายได้ตกอยู่กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่

ผลกระทบทางเศรษฐกิจในด้านลบในลักษณะนี้พบมากที่สุดในตลาดน้ำดำเนินสะดวก เนื่องจาก การจัดการท่องเที่ยวในตลาดแห่งนี้เป็นการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีการติดต่อด้านการ ตลาดกับบริษัทนำเที่ยวข้ามชาติ มีการซื้อขายกลุ่มนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยมีเจ้าของท่าเรือรายใหญ่ที่ ดำเนินสะดวกเป็นผู้ติดต่อบริษัททัวร์เพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก เจ้าของท่าเรือจึงมีรายได้ จากค่าหัวนักท่องเที่ยว จากการขายสินค้าของที่ระลึกโดยมีการใช้เทคนิคทางการค้าและข้อจำกัดในเรื่อง เงื่อนไขของเวลาอยู่ในตลาดของนักท่องเที่ยว มากัดกันไม่ให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาสินค้าจากท่าเรือ ต่างๆ ได้โดยอิสระ และไม่มีเวลาเข้าท่องเที่ยวในชุมชนได้เลย การสร้างงานที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำดำเนิน สะดวกจึงเป็นงานรายได้ต่ำจำพวกรับจ้าง ค่าขายเล็กน้อย เท่านั้น

สำหรับตลาดน้ำตั้งชั้นไม่ได้รับผลกระทบในด้านนี้ เนื่องจากยังไม่มีธุรกิจทัวร์เข้าไปดำเนินการ เนื่องจากเป็นตลาดน้ำขนาดเล็ก และมีการดำเนินการในรูปของชุมชน จึงไม่มีการผูกขาดโดยผู้ประกอบการ รายใหญ่ (ดูรายละเอียด บทที่ 2)

ค. ผลกระทบทางสังคม

ผลกระทบด้านบวก

ผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้นกับชุมชนตลาดน้ำทั้ง 2 แห่งในทางบวก ก็คือ ความสัมพันธ์ในระดับ ของคนท้องถิ่นด้วยตนเอง กล่าวคือ ที่ดำเนินสะดวก การท่องเที่ยวมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคนในท้องถิ่น ด้วยกันเองก็แต่เฉพาะกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตลาดน้ำ ในด้านการแข่งขันผล ประโยชน์กันจนทำให้มีผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมด้านอื่นนอกเวลาทำงานด้วย ความร่วมมืออาจลด น้อยลง แต่ก็ไม่ใช่ว่าผู้ค้าเหล่านี้จะต้องทะเลาะกันไปทั้งหมด ยังมีที่เอื้อเพื่อช่วยเหลือกันอยู่ทั้งในด้านการ ค้าขายและการทำกิจกรรมด้านอื่นๆ ในอีกด้านหนึ่งการท่องเที่ยวก็อาจมีส่วนช่วยกระชับความสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มญาติและเพื่อนบ้านได้ ดังจะเห็นได้ในกรณีของท่าเรือขนาดเล็กนอกตลาดน้ำที่มักเป็นผู้มีที่ดิน อยู่บนเส้นทางเดินรถของนักท่องเที่ยว หรือเช่าที่ดินเพื่อทำกิจการ มีหลายท่าที่ดำเนินธุรกิจโดยลงทุน และบริหารงานร่วมกับเครือญาติและเพื่อนบ้าน เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของการช่วยกันทำมาหากิน อย่างไรก็ดีกลุ่มคนท้องถิ่นที่ทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นคนกลุ่มน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มชาวสวน ข้าราชการและลูกจ้างประเภทอื่นในชุมชน การท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคมของคน เหล่านี้ ซึ่งยังมีการคบหาติดต่อกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์แบบเครือญาติและเพื่อนบ้านในสังคม ชนบทของไทย

ในขณะที่โดยภาพรวมแล้วผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นผลกระทบในด้านบวก เนื่องจากเป็นตลาดน้ำที่ดำเนินการโดยคนในชุมชนเอง มีขนาดเล็ก ผลประโยชน์ทางธุรกิจไม่มากนัก ยังไม่มีความขัดแย้งกันมากนักระหว่างกลุ่มคนต่างๆ ในชุมชน โดยหากจะแบ่งผลกระทบตามรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมก็จะเห็นได้ชัดว่า ส่วนใหญ่ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ยังเป็นในทิศทางที่ดี ได้แก่

- ความสัมพันธ์ระหว่างคนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว

เนื่องจากนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่เป็นคนไทยไม่ใช่ชาวต่างชาติเช่นในตลาดน้ำดำเนินสะดวก ไม่มีความแตกต่างในเรื่องของภูมิหลังทางวัฒนธรรมและสังคม หรือภาษา การติดต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นจึงเป็นการติดต่อกันโดยตรงไม่ต้องผ่านทางล่ามหรือมัคคุเทศก์ ดังนั้นความสัมพันธ์จึงเป็นไปในลักษณะค่อนข้างใกล้ชิด ตรงไปตรงมา และเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนักเกินไป ผู้ประกอบการจึงมีเวลาตอบคำถามและพูดคุยกับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งไม่ได้ประกอบกิจการเป็นอาชีพมาค้าขายเฉพาะวันหยุดเพื่อหารายได้เพิ่มเติม จึงไม่ได้หวังผลทางการค้ากับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ประชาคมตลิ่งชันยังมีนโยบายให้ผู้ค้าตราสินค้าให้ชัดเจนเพื่อป้องกันการเอาเปรียบ นักท่องเที่ยวจึงค่อนข้างผ่อนคลาย ไม่กังวลกับการติดต่อกับผู้ประกอบการมากนัก

ความสัมพันธ์ในลักษณะของการมองการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจการค้าที่มุ่งหาประโยชน์จากนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดเหมือนที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังไม่เกิดขึ้นมากนัก เพราะขนาดของธุรกิจและประเภทของนักท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน

- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง

เนื่องจากประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันมีข้อบังคับไว้ว่าผู้ค้าหรือผู้ประกอบการในตลาดแห่งนี้จะต้องเป็นสมาชิกของประชาคมจึงจะค้าขายได้ ทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ค้าไม่สูงมากนัก เพราะประชาคมมีการจำกัดสัดส่วนผู้ค้าที่เป็นคนในและนอกชุมชน โดยให้มีคนกลุ่มแรกมากกว่า และยังจำกัดจำนวนผู้ค้าในสินค้าแต่ละประเภทไม่ให้มากเกินไป หากมีผู้ค้าต้องการเข้ามาเป็นสมาชิกก็ต้องรอให้มีผู้ค้าเดิมในสินค้าประเภทที่ต้องการขายเลิกขายไปก่อน ด้วยวิธีการเช่นนี้จึงทำให้การค้าขายในตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นระเบียบเรียบร้อย สามารถกำหนดราคาที่ยุติธรรมได้ การที่ผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนเดียวกันหรือใกล้เคียงกันทำให้รู้จักกันอยู่บ้างแล้ว จึงร่วมมือร่วมใจกันในการประกอบการค้าและเอื้อเฟื้อเฟื่องพาทันได้พอสมควร นอกจากนี้การที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยเหมือนกัน การลงทุนไม่มาก การแข่งขันทางการค้าจึงไม่สูง ผิดกับที่ดำเนินสะดวกซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการมีความขัดแย้งและค่อนข้างรุนแรง ต่างคนต่างอยู่ มากกว่าที่จะช่วยเหลือกัน

ผลกระทบด้านลบ

ในส่วนนี้จะเน้นศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ทั้งความสัมพันธ์ระหว่างคนในท้องถิ่นที่อาศัยในชุมชนโดยรอบด้วยกันเอง ระหว่างคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นคนในท้องถิ่นเองและคนภายนอก

งานการศึกษาของนักวิชาการต่างชาติที่ศึกษาผลกระทบทางสังคมของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวมักมีผลทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มบุคคลต่างๆ ในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก (John Lea, 1991: 63-73) จากการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ทางสังคมของ

คนในชุมชนโดยรอบตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นไปในทางลบมากกว่าของตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มผลประโยชน์ที่เข้าไปในพื้นที่ ตัวผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งชาวบ้านทั่วไป รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมจึงมีหลายระดับ ขณะเดียวกันแต่ละระดับความสัมพันธ์ก็พบว่ามี ความแตกต่างใน 2 พื้นที่ทั้งในประเด็นความร่วมมือและความขัดแย้ง กล่าวคือ

- ความสัมพันธ์ระหว่างคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

เนื่องจากการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นกิจกรรมที่มีมานานกว่า 30 ปี คนในชุมชนมีความเคยชินกับการปรากฏตัวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างดี รูปแบบความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามขั้นตอนความสัมพันธ์ ในช่วงแรกที่นักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาเที่ยวตลาดน้ำที่คลองลัดพลีนั้นจะเข้ามาเป็นกลุ่มเล็กๆ มีมัคคุเทศก์อิสระนำเข้ามา หรือเป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่เข้ามาเอง ความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นเป็นไปในลักษณะที่เป็นธรรมชาติต่างฝ่ายต่างอยากเรียนรู้ซึ่งกันและกัน นักท่องเที่ยวเข้ามาดูวิถีชีวิตที่ชาวบ้านทำอยู่เป็นปกติ ชาวบ้านก็รู้สึกตื่นเต้นที่ได้เห็นชาวต่างชาติและยินดีที่พวกเขาชื่นชมกับกิจกรรมของตน ยินดีจะพูดคุยและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเท่าที่จะทำได้ นักท่องเที่ยวเองก็ได้มีโอกาสพูดคุยกับชาวบ้านธรรมดาโดยตรง ได้เดินดูตลาดและบางครั้งก็เลยเข้าไปในชุมชน ดูบ้านเรือน วัดและเรือสวนไปด้วย ต่อมาเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเพิ่มขึ้นชาวบ้านเริ่มเคยชิน แม้จะยังให้การรับรองด้วยดี บางกลุ่มเริ่มมีความรู้สึกรำคาญว่านักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นอุปสรรคในการค้าขายสินค้าของตน ทำให้ตลาดเกิดความแออัด ในขณะที่บางกลุ่มมองเห็นช่องทางในการหารายได้จากการขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว ความสัมพันธ์จึงเริ่มเปลี่ยนแปลงไปเป็นจากการทำความรู้จักกันเป็นความสัมพันธ์เชิงธุรกิจ มีการจัดกิจกรรมและสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ต่อมาเมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำกลายเป็นธุรกิจมีการจัดแพ็คเกจทัวร์ให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาเที่ยวตลาดน้ำความสัมพันธ์ระหว่างคนทั้งสองกลุ่มเริ่มเปลี่ยนแปลง การติดต่อทางการค้าเป็นเวลานานทำให้คนขายของเริ่มเกิดความเคยชิน ขาดความจริงใจ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวโดยหวังผลทางการค้าโดยตรงและละเลยค่านิยมเดิมของไทยในการรับรองผู้มาเยือน ในปัจจุบันความสัมพันธ์แบบเดิมเปลี่ยนไปเกือบจะสิ้นเชิง ความสัมพันธ์ระหว่างคนทั้งสองกลุ่มมีจำกัดมากเพราะถูกกำหนดโดยรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่กำหนดบริเวณ ให้นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมทัวร์มากับบริษัท หรือมาเอง (ดูรายละเอียดประเภทของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในบทที่ 2) ให้ทำกิจกรรมอยู่ในที่เฉพาะ โดยการกำหนดท่าขึ้น-ลงรถหรือเรือให้ และกำหนดช่วงเวลาสั้นๆ ให้นักท่องเที่ยวอยู่ในตลาดน้ำ คนท้องถิ่นที่พวกเขาได้มีโอกาสสัมผัสจึงมักจะเป็นคนขายของตามร้านค้า หรือเจ้าของสวนที่มีการจัดกิจกรรมให้เท่านั้น และได้เห็นแต่สวนสองข้างฝั่งคลองและร้านค้าเท่านั้น แทบไม่มีโอกาสได้ติดต่อกับชาวบ้านธรรมดา และได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นเลย ได้รู้แต่ประเภทสินค้าและราคาที่พักแม่ค้าพยายามเสนอขายการจัดการท่องเที่ยวแบบเน้นจำนวนนักท่องเที่ยว (Mass tourism) และแพ็คเกจทัวร์ ทำให้ความสัมพันธ์กลายเป็นความสัมพันธ์ที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า มีลักษณะเป็นทางการ มีกำหนดการที่แน่นอนว่าจะทำอะไรบ้าง ท่องเที่ยวแบบแข่งกับเวลา เป้าหมายการติดต่อระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นมักเป็นเพียงเพื่อการค้า ชื่อของ ทำกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายเน้นความสัมพันธ์แบบผิวเผินในเชิงการค้า นักท่องเที่ยวเองก็รู้สึกได้ถึงความจริงใจและระแวงการถูกแสวงหาผลประโยชน์ หลายคนตั้งข้อสังเกตระหว่างการทำแบบสอบถามว่าตลาดน้ำไม่ใช่ตลาดจริงๆ ของคนในท้องถิ่นเพราะผู้คนที่อยู่ในตลาดเป็นนักท่องเที่ยวกับคนขายของเท่านั้น เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี ระดับความพอใจต่ำ

อย่างไรก็ดีชาวบ้านที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในตลาดน้ำยังมีความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยวอยู่ เนื่องจากรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวแยกนักท่องเที่ยวออกจากชุมชนทำให้พวกเขาไม่ค่อยได้ติดต่อกับนักท่องเที่ยวโดยตรง และเนื่องจากไม่รู้สึกรู้ว่าการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนมากนัก พวกเขาจึงยังมีความยินดีและจริงใจที่จะติดต่อและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอิสระจำนวนน้อยที่มีเวลาและโอกาสเที่ยวไปจนถึงชุมชนนอกเขตตลาดน้ำ

มีการแบ่งแยกนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติ โดยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่าเพราะคิดว่าจะหาผลประโยชน์ได้มากกว่าโดยการเรียกราคาสินค้าและบริการได้สูงกว่า อย่างไรก็ตามหากมีโอกาสพ่อค้าแม่ค้าก็จะเอาเปรียบนักท่องเที่ยวได้ทุกชาติโดยไม่คำนึงว่าเป็นคนไทยด้วยกันหรือไม่ มีการร้องเรียนพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า ทะเลาะกับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ

- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง

ข้อมูลในบทที่ 1 ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของธุรกิจทั้งรายใหญ่และรายย่อยในตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นความสัมพันธ์ในเชิงปฏิกิริยามากกว่าการร่วมมือกันเพราะถือว่าเป็นคู่แข่งทางการค้า เจ้าของท่าเรือเกือบทุกท่าต่างคนต่างอยู่เพราะส่วนใหญ่จะมีประวัติมีความขัดแย้งกันในเรื่องของการแย่งลูกค้า การตัดราคา การแย่งชิงบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การกีดกันกิจการของกันและกัน ยิ่งทำกิจการมานานความบาดหมางยิ่งมีมากและฝังลึก ดังจะเห็นได้จากการปิดกั้นเส้นทางเดินระหว่างท่าเรือไม่ให้ลูกค้าเดินผ่านได้ตลอด การตัดสะพานข้ามคลองทิ้งเพื่อไม่ให้ลูกค้าข้ามฝั่งไปซื้อสินค้าของท่าเรือฝั่งตรงกันข้ามได้ มีการนิรโทษให้ร้ายกัน แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจะพยายามระมัดระวัง หลีกเลี่ยงไม่แสดงออกถึงความขัดแย้งที่มีอยู่อย่างซึ่งหน้าเพราะจะทำให้เสียภาพพจน์และมีผลกระทบต่อธุรกิจ ความสัมพันธ์จะเป็นไปในลักษณะที่ต่างคนต่างอยู่ ไม่มีการติดต่อร่วมมือกันทั้งทางสังคมและทางการค้า แม้หน่วยงานราชการจะพยายามนัดประชุมเพื่อขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้ประกอบการก็ไม่ได้ความร่วมมือมากนัก ไม่สามารถเรียกประชุมรวมกันทั้งหมดได้ ต้องใช้วิธีติดต่อด้วยเป็นรายๆ ไป คณะผู้วิจัยเองก็ประสบกับปัญหานี้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการแบบ Focus group ซึ่งแม้แต่เทศบาลตำบลก็เชิญประชุมให้ไม่ได้เพราะผู้ประกอบการไม่ต้องการมาประชุมร่วมกัน จึงต้องใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแยกเป็นรายๆ ไป หากทางสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับบริษัทนำเที่ยวจากภายนอกเพื่อหาลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวของตนเอง บางครั้งก็มีการตัดราคากันเองเพื่อแย่งชิงลูกค้าจากบริษัทนำเที่ยว การที่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่อื่นมาเป็นคู่แข่งทางการค้ายิ่งทำให้ผู้ประกอบการไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องรวมตัวกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมทางการค้า ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้มีผลทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกขาดเอกภาพในการดำเนินการและไม่มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

นอกจากนี้ยังมีความขัดแย้งในเรื่องการแย่งชิงลูกค้าระหว่างเจ้าของแผงขายสินค้าที่มาเช่าที่ในท่าเรือ หรือระหว่างลูกจ้างขายของ ระหว่างคนพายเรือนำเที่ยวของแต่ละท่าหรือบางครั้งก็เป็นคนพายเรือในท่าเดียวกัน ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจเป็นตลาดน้ำเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง ผลประโยชน์ที่ได้จากนักท่องเที่ยวมีมาก การแข่งขันทางการค้าสูงจึงทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวถึ้นยอมละทิ้งค่านิยมการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งพากันกันระหว่างผู้ค้าที่เคยมีมาในอดีต ประกอบกับการที่มีผู้ประกอบการที่เป็นคนภายนอกเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์โดยอาศัยความชำนาญและเครือข่ายธุรกิจด้านการท่องเที่ยว สามารถจัดรูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ส่วนแบ่งรายได้ไปอย่างงามโดย

ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องตั้งฟังจากผู้ประกอบการอื่นๆ ในท้องถิ่น ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการไม่สามารถร่วมมือกันได้

ในกรณีของตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งมีขนาดเล็กกว่า และมีการแข่งขันน้อยกว่าที่ดำเนินฯ จึงไม่พบว่ามี ความขัดแย้งรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ แต่ก็ไม่ถึงกับไม่มีปัญหาเลย ความขัดแย้งที่มีเค้าว่าอาจจะเกิดขึ้น เพิ่มเติมจะก่อตัวหลังจากมีการริเริ่มจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในนามของ “ตลิ่งชันทัวร์” ซึ่งได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวมาก แต่รายได้ส่วนใหญ่จะตกอยู่กับกลุ่มผู้จัดทัวร์ ซึ่งได้แก่ คนขับเรือหางยาว มัคคุเทศก์ และเจ้าของสวน นักท่องเที่ยวที่ไปกับทัวร์ใช้เวลาที่ตลาดน้ำน้อยลง ผู้ค้าในแพและบนบกขาดรายได้ไปจึงเกิดความไม่พอใจผู้จัดซึ่งได้แก่กลุ่มคณะกรรมการประชาคม มีการกล่าวหาว่ากรรมการฯ ให้ความสำคัญกับการจัดทัวร์มากกว่าจะมาประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ค้าประเภทอื่น ข้อขัดแย้งนี้ยังไม่ปรากฏออกมาในลักษณะที่เป็นรูปธรรมมีเพียงเสียงบ่นในหมู่ผู้ประกอบการบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งเป็นเรื่องที่กลุ่มผู้ประกอบการและคณะกรรมการต้องทำความเข้าใจกันต่อไป

- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับคนในท้องถิ่น

เนื่องจากตลาดน้ำมีพฤติกรรมทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างแยกจากชุมชน ความสัมพันธ์โดยทั่วไปจะเป็นในลักษณะต่างคนต่างอยู่โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เข้ามาลงทุนในดำเนินสะดวกซึ่งเป็นคนจากภายนอก ไม่ได้มาดูแลกิจการตลอดเวลาเพราะ มีธุรกิจที่อื่นด้วย มีบ้านอยู่นอกชุมชนและมีคนคอยดูแลกิจการให้ ความสัมพันธ์จะเป็นไปในลักษณะของคนรู้จักกันอย่างผิวเผิน หากผู้ประกอบการเป็นคนในท้องถิ่นเองก็มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดรู้จักกันดีมากขึ้นในฐานะของเพื่อนบ้านหรืออยู่ในเครือข่ายเครือญาติเดียวกัน มีการเอื้อเฟื้อพึ่งพากันบ้างในรูปของการให้งานทำ ให้โอกาสทางธุรกิจโดยอนุญาตให้ขายของในท่าเรือได้โดยไม่คิดค่าเช่าหรือคิดค่าเช่าในราคาถูก ในกรณีที่คนในท้องถิ่นเป็นลูกจ้างหรือทำงานที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวก็อาจมีความสัมพันธ์กับนายจ้าง-ลูกจ้าง ผู้ประกอบการที่เป็นคนในชุมชนมักเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา งานประเพณีต่างๆ ของชุมชนตามปกติ

ความสัมพันธ์ด้านลบระหว่างผู้ประกอบการกับคนในท้องถิ่นมักเกิดในกรณีที่ทั้งสองฝ่ายต่างมีผลประโยชน์ในธุรกิจที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเหมือนกัน และเกิดขัดผลประโยชน์กันเช่น อยู่คนละท่าเรือ มีการกระทบกระทั่งแย่งลูกค้ากันมาก่อน ความขัดแย้งที่พบเสมอคือความขัดแย้งระหว่างแม่ค้าเรือพายในท้องถิ่นที่มีอาชีพขายของทางเรือโดยเร่ขายในคลองต่างๆ ของชุมชน และแวะมาขายของให้นักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำในช่วงเช้า แม่ค้าเหล่านี้เป็นสีสนของตลาดน้ำที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีเพราะเป็นแม่ค้าตัวจริงที่ขายสินค้าพวกอาหาร ผัก ผลไม้ให้แก่ชาวบ้านจริงๆ แต่จะเป็นแม่ค้าอิสระ คือไม่เสียค่าเช่าทำให้แก่ใคร เพราะถือว่าเป็นคลองสาธารณะที่ใครก็ผ่านไปมาได้ แม่ค้าเหล่านี้มักมีความขัดแย้งกับเจ้าของท่าและแม่ค้าที่เช่าที่ประจำจอดเรือขายของที่ท่าเรือเพราะจะจอดขายของนานไม่ได้ ทำให้เจ้าของท่าและแม่ค้าประจำเสียผลประโยชน์ ในอดีตเคยมีความขัดแย้งกันรุนแรงถึงขนาดที่ต้องบักเสาะขายของอยู่กลางคลองแล้วใช้ไม้ยื่นส่งถุงสินค้าให้คนซื้อบนท่าเพราะเจ้าของท่าไม่ยอมให้จอดเทียบเรือ ต่อมาเมื่อสภาพการณ์ดังกล่าวทำให้เสียภาพพจน์ของตลาดน้ำจึงมีการยอมยอมให้เทียบท่าได้บ้างแต่ไม่นานนัก แม่ค้าอิสระจำนวนหนึ่งถึงกับตัดปัญหาโดยเลี้ยวเส้นทางตลาดน้ำไปเสียเลย

ปัญหาความขัดแย้งในลักษณะนี้ไม่ได้เกิดขึ้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นด้วยกัน การท่องเที่ยวจึงไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์นี้ สำหรับคนท้องถิ่นที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ อาจมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวทำให้การจราจรติดขัดและเกิดมลภาวะในชุมชนบ้าง แต่ก็

เป็นผลกระทบในระยะสั้น ประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนาพื้นที่ให้น่าอยู่และชื่อเสียงของชุมชนทำให้ไม่เกิดปัญหาเกี่ยวกับคนในท้องถิ่น

ง. ผลกระทบทางวัฒนธรรม

ผลกระทบด้านบวก

- การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายต่อวัฒนธรรมชาวบ้าน ทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงรูปแบบที่หลากหลายของการค้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า การท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญและมีผลต่อเนื่องในการรักษาวัฒนธรรมบางอย่างที่อาจจะสูญหายไปแล้วหากไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน ซึ่งเกิดขึ้นทั้งกับกรณีของดำเนินสะดวกและกรณีของตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

ผลกระทบทางวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกโดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านวัตถุ ได้แก่การอนุรักษ์วัฒนธรรมการใช้เรือและลำคลองเป็นเส้นทางคมนาคม แม้จะเป็นการคมนาคมในเส้นทางสำหรับการท่องเที่ยวเพียงไม่กี่เส้นทางก็ตาม แต่การท่องเที่ยวช่วยสืบต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นในการต่อเรือไว้ระดับหนึ่ง เดิมชาวดำเนินสะดวกเดินทางติดต่อกันเองในชุมชนด้วยเส้นทางทางน้ำเป็นส่วนใหญ่ เพราะการเดินทางสะดวกมีคลองใหญ่ย่อยถึง 200 กว่าคลอง เมื่อการคมนาคมทางบกสะดวกขึ้นการใช้เรือก็ลดน้อยลงไป จะมีเรือพายเร่ขายของตามลำคลองอยู่บ้างก็ไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นแม่ค้าที่มีอายุ หากแม่ค้าเรือพายรุ่นใหม่ได้ยาก บ้านเรือนในชุมชนยังมีเรือเก็บไว้โดยไม่ใช้งานอยู่อีกมาก เมื่อการพายเรือนำนักท่องเที่ยวชมตลาดน้ำและลำคลองใกล้เคียงเป็นที่นิยม ทำให้มีการนำเรือเหล่านี้กลับมาซ่อมแซมเพื่อไปรับจ้างนักท่องเที่ยว หรือมีการต่อเรือใหม่บ้างบางส่วนเพื่อใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยดำรงการต่อเรือไว้ได้ระดับหนึ่ง และช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมการใช้เรือไว้ให้คนรุ่นหลังและนักท่องเที่ยวได้เห็น เพราะหากไม่มีธุรกิจนี้การต่อเรือและการใช้เรือภายในชุมชนคงจะสูญหายไปมากกว่านี้

ผลกระทบทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งได้แก่การอนุรักษ์วัฒนธรรมการทำน้ำตาลมะพร้าวในชุมชนไว้ แม้จะเป็นการอนุรักษ์เพื่อจุดประสงค์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวก็ตาม เดิมมีบ้านที่เคี้ยวน้ำตาลมะพร้าวขายในชุมชนอยู่แห่งหนึ่ง ซึ่งมีการพานักท่องเที่ยวไปชมเป็นกิจกรรมเสริม ต่อมาเมื่อเจ้าของบ้านเลิกกิจการไป ก็มีชาวบ้านคนอื่นในชุมชนที่มองเห็นช่องทางธุรกิจ ตั้งเตาเคี้ยวตาลขึ้นในสวนของตนพร้อมกับตั้งร้านค้าขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยวขึ้นมาด้วย โดยใช้เตาตาลเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาที่ร้านค้า การท่องเที่ยวจึงมีผลทางอ้อมในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านนี้ไว้ หากไม่แล้ว ความรู้ดั้งเดิมอันนี้ก็คงจะสูญหายไปจากชุมชน

ที่ตลิ่งชันก็เช่นเดียวกัน ผลกระทบทางวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชันที่เห็นได้ชัดเจนได้แก่การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมเดิม ดังจะเห็นได้จากการรณรงค์ให้ผู้ค้าแต่งกายที่แสดงเอกลักษณ์ไทย เช่น สวมเสื้อหม้อฮ่อมหรือเสื้อที่ผลิตจากผ้าไทย การแสดงดนตรีไทยโดยขอความร่วมมือจากโรงเรียนต่างๆ ในเขตตลิ่งชันให้จัดนักเรียนหมูนเวียนกันมาแสดงทุกสัปดาห์ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ โดยเน้นการอนุรักษ์ประเพณีไทย เช่น ประเพณีลอยกระทงและสงกรานต์ กิจกรรมเหล่านี้หากมองในเชิงธุรกิจแล้วอาจจะเห็นว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งในการดึงดูดความสนใจ

ของลูกค้า แต่ผลกระทบในด้านบวกได้แก่การกระตุ้นความสนใจของคนในชุมชนให้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมไทย การแสดงดนตรีของนักเรียนนอกจากจะเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงความสามารถและเกิดการแข่งขันกันระหว่างโรงเรียนแล้ว ยังมีส่วนช่วยดึงคนกลุ่มอื่นในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนด้วย

การอบรมมัคคุเทศก์เพื่อนำชมกิจกรรมของตลิ่งชันทั่วรั้ว นอกจากจะสร้างรายได้แล้วยังให้ความรู้และทำให้มัคคุเทศก์ซึ่งส่วนใหญ่มาจากคนในชุมชนได้มีความรู้และตระหนักถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย

ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมของคนในชุมชนตลิ่งชันในด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจในตลาดน้ำและการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและศีลธรรมของคนในชุมชนมีไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากการท่องเที่ยวเข้ามาสู่ชุมชนได้ไม่นานนักและเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็ก นักท่องเที่ยวไม่มาก รูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวที่ทำอยู่ก็เป็นรูปแบบที่ได้จากการไปศึกษาดูงานจากตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งอื่นแล้วนำมาประยุกต์เข้ากับชุมชนของตน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและศีลธรรมอันเนื่องมาจากการติดต่อกับนักท่องเที่ยวที่เห็นได้ เนื่องจากการติดต่อมิระยะสั้น และนักท่องเที่ยวก็เป็นคนไทยด้วยกันเอง ค่านิยมในเรื่องของการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยวก็มีอยู่บ้างแม้จะมีระเบียบข้อบังคับห้ามไว้ จะเห็นได้จากการร้องเรียนว่าผู้ค้าขายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เอากำไรเกินควร หรือการที่ผู้ค้าบางคนฝ่าฝืนไม่ติดราคาสินค้าให้ชัดเจนก็แสดงให้เห็นว่าผู้ค้ามีแนวโน้มจะหาประโยชน์จากนักท่องเที่ยวเพราะเห็นว่าเป็นกลุ่มคนที่มีเงินพอสมควร จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวพอใจกับราคาอาหารและสินค้าว่าไม่แพงเกินไปในขณะที่คนในท้องถิ่นกลัวว่าราคาแพงกว่าปกติคนในชุมชนจึงไม่ค่อยมาซื้อของที่ตลาดน้ำ อย่างไรก็ตามก็ไม่สามารถระบุได้ว่าค่านิยมนี้เป็นผลมาจากการท่องเที่ยวโดยตรงเพราะเป็นค่านิยมที่ผู้ค้าในแหล่งอื่นๆ ก็ทำเมื่อมีโอกาส การหาผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ในกรณีของดำเนินสะดวก จะเห็นได้ชัดว่าอิทธิพลจากการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมชุมชนอย่างรุนแรงในหลายประเด็น ส่วนใหญ่จะจำกัดอยู่ในกลุ่มคนที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งมีผลต่อวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุและที่เป็นวิถีคิด ค่านิยมของคนในชุมชน การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมวัตถุ ได้แก่ การปรับรูปแบบของการจัดการธุรกิจ รูปแบบร้านค้า สินค้าและบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านของวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ค่านิยมและวิถีคิดของคนในชุมชนเกี่ยวกับจริยธรรมทางการค้า และค่านิยมเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อแขกผู้มาเยือนในด้านการต้อนรับด้วยความจริงใจ เอื้อเฟื้อต่อกันเปลี่ยนไปเป็นการติดต่อกันในเชิงธุรกิจ ผลกระทบทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น ล้วนก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งต่อตัวคนและกิจกรรมในตลาดน้ำ ดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจในตลาดน้ำ

การเข้ามาของนักท่องเที่ยวนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทั้งทางวัตถุและไม่ใช่วัตถุ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจกับนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงในด้านที่เป็นวัตถุ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนรูปแบบของร้านค้าและสินค้า ในระยะแรกที่นักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีรายได้จากการขายพืชผลและอาหารแก่นักท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมจากการค้าขายปกติกับคนในชุมชน ต่อมาพ่อค้าบางกลุ่ม

มองเห็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจจึงหาสินค้าที่ระลึกและจัดหาบริการด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ เกิดเป็นกลุ่มอาชีพใหม่ขึ้นในชุมชน เมื่อย้ายตลาดน้ำมาอยู่ในที่ตั้งปัจจุบันคือในคลองต้นเข็มรูปแบบธุรกิจในตลาดน้ำเดิมหายไป กลายเป็นการจัดการธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเต็มตัว รูปแบบของร้านค้าเปลี่ยนไปเป็นการจัดร้านเพื่อรับกับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ร้านค้าบางแห่งมีการเรียนรู้ธรรมเนียมและวัฒนธรรมของชาวต่างชาติแล้วนำมาปรับปรุงร้านค้าเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว เช่น พยายามสร้างบรรยากาศร้านค้าให้เป็นบ้านทรงไทย (ในขณะที่ร้านค้าในตลาดเดิมจะเป็นลักษณะของห้องแถวแบบจีนมากกว่า) จัดสถานที่เป็นมุมกาแฟให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อชมทิวทัศน์และกิจกรรมในตลาด มีความคิดริเริ่มใหม่ๆ ในการนำเรือพายมาประยุกต์สำหรับวางขายสินค้าที่ระลึก หรือนำไปจอดริมตลิ่งเพื่อขายสินค้าที่ระลึกในน้ำ นักธุรกิจท้องถิ่นที่ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันที่ตลาดน้ำได้โดยตรงเพราะไม่มีที่สร้างท่าเรือก็คิดริเริ่มสร้างธุรกิจใหม่โดยการสร้างท่าเรือตักนักท่องเที่ยวริมถนนเพื่อจัดบริการนำนักท่องเที่ยวนั่งเรือเข้ามายังท่าน้ำอีกต่อหนึ่ง เพิ่มบริการให้เช่าเรือนำชมชีวิตริมคลองและชมสวน มีการสร้างร้านค้านอกตลาดน้ำ เช่น ร้านขายน้ำตาลมะพร้าวเพื่อเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมสวน ชมเตาเคี้ยวน้ำตาล และหวังผลให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึกที่ทางร้านจัดขาย

- การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและศีลธรรมของคนในชุมชน

การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ค่านิยมและจริยธรรมทางการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนไป เดิมเมื่อตลาดน้ำเป็นตลาดของชุมชน (ตลาดคลองลัดพลี) คนที่มาซื้อขายมีทั้งคนในชุมชนเองและคนที่มาจากชุมชนอื่นๆ เป็นกลุ่มเพื่อนบ้าน ญาติพี่น้องหรือคนรู้จักที่ติดต่อซื้อขายกันค่อนข้างสม่ำเสมอตั้งนั้นการทำธุรกิจจึงเป็นไปในลักษณะถ้อยทีถ้อยอาศัย ไม่มุ่งหวังผลกำไรจนเกินควรเพราะยังต้องรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันเอาไว้ การทำธุรกิจกับนักท่องเที่ยวในระยะแรกยังไม่มีการเอาเปรียบหรือค้ำกำไรต่างจากลูกค้าท้องถิ่นมากนัก ยังมีค่านิยมที่เอื้ออาทรต่อคนแปลกหน้าและต้องการรักษาชื่อเสียงของชุมชนไว้ ไม่ได้คิดว่าเอาเปรียบคนต่างถิ่น อย่างไรก็ตามเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนอย่างต่อเนื่องและเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและพ่อค้าท้องถิ่นเป็นความสัมพันธ์แบบผิวเผินพบปะกันเพียงครั้งเดียว ค่านิยมต่อการท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนไป จากเดิมที่มองนักท่องเที่ยวเป็นผู้เข้ามาเรียนรู้วัฒนธรรม คนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจที่จะนำเสนอวัฒนธรรมของตนให้นักท่องเที่ยวรู้จักกลายเป็นมองการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการหาประโยชน์ทางการค้าที่ไม่ต้องลงทุนมากแต่มีรายได้ดี พ่อค้าละเลยค่านิยมเดิมมุ่งแต่การค้าเป็นสำคัญ หากผลประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรมและชื่อเสียงของชุมชน การติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์และผู้ประกอบการจากภายนอกทำให้คนท้องถิ่นรับวัฒนธรรมจากบุคคลภายนอก ที่มองกิจการการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของธุรกิจและผลประโยชน์ เปลี่ยนวิธีติดต่อกับนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้า เป็นคนที่มีเงินมากพอที่จะจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการได้ โดยมักมองว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีกำลังซื้อมากกว่าชาวไทย วิธีปฏิบัติต่อลูกค้าก็จะต่างกันไปโดยจะเอาใจและคิดราคาสินค้านักท่องเที่ยวต่างชาติแพงกว่าชาวไทย โดยให้เหตุผลว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีกำลังซื้อมากกว่าและเป็นราคาที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับในราคาประเทศของเขา ทั้งที่โดยความเป็นจริงแล้วน่าจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไม่รู้ราคาสินค้าที่แท้จริง ในขณะที่ไม่สามารถขึ้นราคากับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มากนักเพราะรู้ราคากันอยู่แล้วแต่โดยทั่วไปแล้วจะขายสินค้าเกินราคากับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเห็นเป็นเรื่องธรรมดาที่จะตั้งราคาสินค้าและบริการไว้สูง เพราะเห็นเป็นเรื่องปกติของแหล่งท่องเที่ยว เป็นโอกาสที่จะทำได้เพราะนักท่องเที่ยวไม่รู้ราคาและไม่มีทาง

เลือกมากนักเพราะร้านค้าต่างๆ พร้อมใจปฏิบัติเหมือนๆ กันจนกลายเป็นความเคยชิน การเอากำไรจากการขายสินค้าเกินราคาเป็นแรงจูงใจให้เข้ามาประกอบธุรกิจตั้งแต่ต้นแล้ว ในตลาดน้ำดำเนินสะดวกจะไม่มี การติดราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนต่างๆ ที่ฝ่ายราชการพยายามเข้าไปจัดการ แต่ไม่ได้รับความร่วมมือมากนัก บรรดาพ่อค้าแม่ค้านำเอาวัฒนธรรมการซื้อขายแบบต่อรอง (Bargaining) แบบไทยๆ มาปรับใช้เพื่อ แสวงหาผลประโยชน์ โดยกล่าวว่านักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการมาสัมผัสกับวัฒนธรรมการต่อรองที่ไม่มีใน สังคมของพวกเขา ดังนั้นพ่อค้าแม่ค้าจึงสนองตอบความต้องการ โดยตั้งราคาสินค้าไว้สูงกว่าราคาจริง มากๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวต่อรองราคา และเนื่องจากรู้ว่ามักคุเทศก์จะแนะนำให้นักท่องเที่ยวต่อรองราคาลงมา ประมาณ 50% พ่อค้าแม่ค้าจึงบวกราคาสินค้าขึ้นไปตามความพอใจ บางรายเพิ่มขึ้นไปเป็น 100-200% โดยคาดเดาจากลักษณะหรือเชื้อชาติของลูกค้าว่ามีกำลังซื้อหรือความพอใจในสินค้ามากน้อยเพียงใด หาก ลูกค้าไม่ต่อรองราคาหรือต่อรองราคาน้อยก็ได้กำไรมาก ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าไม่ถือเป็นเรื่องผิดแต่มองว่าเป็นเรื่องของ โชคลาภของแต่ละคน มีการพูดคุยเล่าสู่กันฟังและแข่งกันว่าใครจะมีโชคหรือทำรายได้ได้มากกว่ากัน เช่น พ่อค้าคนหนึ่งเล่าว่า“บางทีโชคดีขายของชิ้นเดียวพอกินไป 2-3 อาทิตย์เลย เพราะตั้งราคาไปอย่างนั้น ฝรั่ง มันไม่ต่อเลย” ดังนั้นคนขายของจึงมักเสี่ยงบอกราคาสูงๆ ไว้ก่อนแล้วค่อยลดราคาลงมาเรื่อยๆ แต่อย่างไร เสียก็จะขายในราคาที่แพงกว่าราคาจริงของสินค้าเกือบเท่าตัวทั้งนั้น ถ้าเป็นอาหาร เครื่องดื่มหรือผัก ผลไม้ ก็จะตั้งราคาสูงกว่าปกติเพราะถือว่านักท่องเที่ยวไม่มีทางเลือก บางครั้งก็มีการหลอกลวงขายผลผลิตที่ไม่ ได้คุณภาพให้นักท่องเที่ยว มักคุเทศก์ส่วนใหญ่ก็ไม่ให้ข้อมูลที่แท้จริงกับนักท่องเที่ยวในเรื่องของราคาสินค้าและวัฒนธรรมการต่อรองราคาสินค้าคนไทย เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวถูกเอาเปรียบเพราะมักคุเทศก์เองก็ ได้รับผลประโยชน์จากการนำนักท่องเที่ยวไปตามจุดต่างๆ ที่ตกลงกันไว้ นอกจากการขายสินค้าเกินราคา แล้ว ยังมีการคิดราคาค่าบริการต่างๆ เช่น การเหมาเช่าเรือพาเที่ยวในราคาสูง คิดรายหัวรายละเอียดหลายร้อย บาท รวมทั้งการให้ข้อมูลเท็จกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเดินทางและบริการต่างๆ ที่มีให้ เช่น หลอกลวง ว่าไม่มีทางรถเข้าถึงตลาดน้ำ ต้องลงเรือจากท่าเรือข้างนอกเข้ามาที่ตลาด ทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม เป็นต้น ทั้งหมดนี้กลายเป็นแนวปฏิบัติหรือวัฒนธรรมที่ยอมรับกันในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว ที่ผู้เกี่ยวข้องแต่ละ ฝ่ายร่วมมือกันแสวงหาผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด จากการเก็บข้อมูลพบว่าบรรดาผู้ ประกอบการจำนวนมากก็ตระหนักว่าการกระทำของตนขัดกับจริยธรรมทางการค้าอยู่ เป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ ในการให้ข้อมูลจึงมักยั่วว่าพฤติกรรมเหล่านี้เป็นเรื่องที่ร้านอื่นทำ แต่ร้านของตนเองจะให้ความจริงใจกับลูกค้าและไม่ค้ากำไรเกินควร

อย่างไรก็ดีค่านิยมทางการค้านี้ไม่ได้แพร่เข้าไปในการติดต่อกับคนในชุมชน ร้านค้าที่อยู่โดยรอบ ตลาดน้ำที่ค้าขายกับคนในชุมชนและร้านค้าอื่นๆ ในชุมชนยังขายของในราคาปกติ เพราะคนในชุมชนไม่ซื้อสินค้าที่ขายแก่นักท่องเที่ยวอยู่แล้ว และหากซื้ออาหารหรือ ผัก ผลไม้คนในชุมชนก็จะซื้อจากแม่ค้าเรือพายที่พายเรือขายของอยู่ตามคลองต่างๆ ในชุมชนเป็นปกติอยู่แล้ว แม่ค้าก็จะขายให้ในราคาคนท้องถิ่นไม่ใช้ราคานักท่องเที่ยว คนในชุมชนส่วนมากรับทราบพฤติกรรมของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำอยู่บ้าง แต่เนื่องจากคนขายของก็เป็นคนในท้องถิ่นเอง จึงไม่มีปฏิกิริยาต่อต้านมากนัก โดยมองว่าเป็นเรื่องของรูปแบบในการทำธุรกิจทำให้คนในชุมชนมีรายได้และไม่มีความกระทบต่อตนเองมากนัก จะมีที่ไม่พอใจบ้างก็เมื่อเกิดมี เรื่องราวนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมร้องเรียนไปยังหน่วยงานราชการหรือลงข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะเห็นว่าทำให้ชุมชนเสียชื่อเสียง ก็จะมีการวิพากษ์วิจารณ์เป็นคราวๆ ไป แต่ไม่มีการดำเนิน มาตรการควบคุมใดๆ ที่เป็นรูปธรรมจากสมาชิกชุมชน จะมีก็แต่เรื่องของการควบคุมราคาเช่าเรือพายไม่

ให้สูงเกินไปนักและให้มีการบอกราคาให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน เพราะเป็นเรื่องที่มีการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวอย่างมากและได้รับการร้องเรียนมามากจนเทศบาลตำบลต้องเข้าไปควบคุมราคา

กล่าวโดยสรุป เนื่องจากความมีชื่อเสียงของตัวพื้นที่ และการเข้ามาดำเนินกิจการหลากหลายรูปแบบของบริษัททัวร์ ไปจนถึงความร่วมมือระหว่างนายทุนนอกชุมชน ทำให้การท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ทั้งระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเอง และระหว่างคนในชุมชนกับคนนอก (ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ) ผลประโยชน์ทางธุรกิจที่มีอยู่มากทำให้มีความขัดแย้งและการแข่งขันสูง แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน ทำให้คนอยู่ติดที่ไม่ต้องโยกย้ายไปหางานทำต่างถิ่น และถือว่าเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และสามารถนำรายได้ให้ประเทศไทยได้ในระดับสูง หากแต่คงต้องมีการทบทวนวิธีการ การดำเนินงาน และรูปแบบของการประกอบธุรกิจในตลาดน้ำ เพื่อให้พื้นที่แห่งนี้รองรับนักท่องเที่ยวได้นาน ๆ โดยไม่ต้องทำลายวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหามีอยู่ อีกทั้งผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรของท้องถิ่นอย่างจริงจัง

สำหรับมีผลกระทบของการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ทางสังคม ต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนยังไม่เห็นชัดเจนมากนัก เพราะขนาดของนักท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวไม่ใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่มีภูมิลำเนาหลังทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างเดียวกันจึงไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและศีลธรรม มีผลกระทบด้านลบบ้างในด้านมลภาวะและขยะที่มาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งบนบกและในน้ำ ผลกระทบด้านบวกได้แก่การพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น เพราะได้รับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วมที่เป็นที่พึงพอใจ การคมนาคมสะดวก ความปลอดภัยในทรัพย์สินที่ดีขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังช่วยสร้างรายได้เพิ่มเติมให้คนในชุมชน และเป็นรายได้ที่ตกอยู่ในชุมชนเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากไม่มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ผูกขาดธุรกิจการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวยังมีผลกระทบในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้ค้า ชุมชนและหน่วยงานราชการในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมีผลให้สามารถวางแผน กำหนดทิศทาง จัดระเบียบกิจกรรมการท่องเที่ยวและกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางสรุปผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชนตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง

ผลกระทบด้านบวก	ผลกระทบด้านลบ
1. สภาพแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ	
<p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการสร้างสิ่งสาธารณประโยชน์ เช่น สวนสาธารณะ ไฟฟ้า ทำให้เกิดความปลอดภัยต่อชาวบ้าน และเป็นที่พักผ่อนให้คนในชุมชน <p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการตัดถนนเข้าสู่ชุมชน การคมนาคมสะดวกขึ้น 	<p>ดำเนินสะดวก / ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มลภาวะทางขยะ น้ำเสีย <p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เรือหางยาวเสียงดังรบกวน และบางครั้งปล่อยคราบน้ำมันลงในลำคลอง - ปริมาณรถเข้ามามาก เกิดมลพิษทางอากาศ <p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความแออัดของเรือ - สถาปัตยกรรมอูจาด ไม่มีการวางผังรวมของตลาด สิ่งก่อสร้างที่ไม่อิงรูปแบบท้องถิ่นต่างคนต่างสร้างเพื่อใช้ขายสินค้า เมื่อเกิดความขัดแย้งก็ปล่อยทิ้งไว้โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ รัฐบาลควบคุมไม่ได้ เพราะเป็นพื้นที่ของเอกชน
2. ระบบเศรษฐกิจ	
<p>ตลิ่งชัน / ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เกิดการจ้างงานกับคนในพื้นที่ ไม่ต้องย้ายถิ่นไปทำงานนอกชุมชน - เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ - เกิดการลงทุนในพื้นที่ 	<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้ตกอยู่กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่
3. ความสัมพันธ์ทางสังคม	
<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - พี่น้อง ญาติมิตรรวมตัวกันทำมาหากินมากขึ้น เพื่อแข่งขันกับนายทุนใหญ่ <p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ค้ำมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวเพราะอยากให้กลับมาอีก - ประชาคมให้ความสำคัญกับชุมชน ไม่ปล่อยให้นายทุนจากข้างนอกมาเปิดกิจการแข่งกับคนในชุมชน - ผู้ค้าช่วยเหลือกันมากกว่าแข่งขัน เพราะเป็นคนร่วมชุมชนเดียวกัน 	<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - คนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากมีน้ำใจไปเป็นหาผลกำไร - ผู้ประกอบการขัดแย้ง แย่งลูกค้ากัน กีดกันผู้ค้ารายย่อย - ผู้ประกอบการขัดแย้งกับชาวบ้านเพราะไม่คืนผลประโยชน์ให้ชุมชน <p>ตลิ่งชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประชาคมเริ่มโดนตั้งคำถามว่าแสวงหาผลประโยชน์ให้พวกตัวเองจากตลิ่งชันทัวร์มากกว่าผู้ค้าคนอื่น
4. ผลกระทบทางวัฒนธรรม	
<p>ตลิ่งชัน / ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามตั้งแต่อดีต เช่น เตาตาล การแต่งตัวแบบไทย ดนตรีไทย เรือพาย วัฒนธรรมประเพณีวันสำคัญทางศาสนา พิธีผูกท้องถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้าน 	<p>ดำเนินสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบธุรกิจเปลี่ยนมาเป็นที่ขายนักท่องเที่ยว จริยธรรมน้อยลง เพราะต้องการกำไร - ไม่สนใจลูกค้าชาวไทยเพราะคิดที่ไม่ซื้อของ เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ตั้งราคาสูง

บทที่ 4

ทัศนคติและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ในบทนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากเข้ามาเที่ยวในตลาดน้ำแล้ว

ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้ง 2 ส่วน จะประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น กล่าวคือ

- ก. ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
- ข. ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยว และการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ
- ค. ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในส่วนต่าง ๆ และปัญหาของตลาดน้ำ

นักท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ก. ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศของผู้ให้สัมภาษณ์

นักท่องเที่ยวชาวไทย	เพศชาย	จำนวน 9 คน	คิดเป็นร้อยละ 36
	เพศหญิง	จำนวน 16 คน	คิดเป็นร้อยละ 64
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	เพศชาย	จำนวน 42 คน	คิดเป็นร้อยละ 42
	เพศหญิง	จำนวน 58 คน	คิดเป็นร้อยละ 58

2. ภูมิลำเนาของผู้ให้สัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมาจากทุกภาคของประเทศ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ตลิ่งชัน โดยเฉพาะ กรุงเทพมหานครและภาคกลาง ได้แก่ นครปฐม สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ราชบุรี อย่างไรก็ตามพบว่าในขณะที่ตลิ่งชันมีนักท่องเที่ยวจากเขตปริมณฑลแทบทุกจังหวัด แต่ที่ดำเนินฯ มีเพียงนักท่องเที่ยวจากนนทบุรีเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ ซึ่งมาจากสุโขทัย น่าน และเชียงใหม่ด้วย ซึ่งไม่พบนักท่องเที่ยวจากภาคเหนือที่ตลิ่งชันเลย ส่วนนักท่องเที่ยวจากภาคใต้พบว่ามีมาจากจังหวัดพัทลุงเท่านั้น และที่เหมือนกันระหว่างตลาดน้ำดำเนินฯ และตลิ่งชัน คือ พบนักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกเพียงจังหวัดเดียว คือชลบุรี

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวมาจากหลากหลายทวีป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มากับกลุ่มทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 76 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองมีเพียงร้อยละ 24 เท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งนี้น่าจะเป็นเพราะตลาดน้ำดำเนินสะดวกมักถูกจัดเข้าเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมทัวร์ของบริษัททัวร์เกือบทุกแห่ง ซึ่งให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาแวะชม และนั่งเรือ ใช้เวลาเพียงไม่นานก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นซึ่งทางบริษัทจัดไว้ให้ ผิดกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ และไม่พบว่ามีการจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในโปรแกรมทัวร์ ดังนั้นจึงพบว่าที่ตลิ่งชันจะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเองเป็นส่วนใหญ่

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่ามาจากหลากหลายประเทศเช่นเดียวกับที่ดลิ่งชัน แต่มักเป็นชาวยุโรปมากกว่า ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากไอร์แลนด์ เบลเยียม เยอรมัน สเปน ฝรั่งเศส ออสเตรีย นอร์เวย์ ฟินแลนด์ และเนเธอร์แลนด์ นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวชาวอิสราเอล คูเวต อินเดีย บราซิล ออสเตรเลีย และแคนาดา แต่ไม่พบนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาที่ตลาดน้ำแห่งนี้

ในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในกลุ่มที่สุ่มตัวอย่างนี้พบว่า กว่าครึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาเมืองไทยแล้ว คิดเป็นร้อยละ 67 ในขณะที่กลุ่มที่มาเมืองไทยเป็นครั้งแรกมีเพียงร้อยละ 33 ซึ่งสลับกับที่ตลาดน้ำดลิ่งชัน เพราะที่ดลิ่งชันมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเมืองไทยครั้งแรกน้อยกว่ากลุ่มที่เคยมาแล้ว อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมากับกลุ่มทัวร์ แต่นักท่องเที่ยวแต่ละคนก็มีแผนที่จะใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยแตกต่างกันไปอย่างหลากหลายเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่พบที่ตลาดน้ำดลิ่งชัน กล่าวคือมีตั้งแต่ 4 วัน ถึง 1 เดือน (10, 30, 14, 15, 4, 21, 17, 13 วัน) ในจำนวนนี้มีตัวเลขที่เหมือนกันระหว่างดำเนินฯ และดลิ่งชันคือ 14 วัน 21 วัน และ 1 เดือน

3. อายุ / ระดับการศึกษา / สถานภาพ ของผู้ให้สัมภาษณ์

รายละเอียด	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	5	20	2	2
20 – 30 ปี	11	44	38	38
31 – 40 ปี	6	24	16	16
41 – 50 ปี	2	8	17	17
สูงกว่า 50 ปี	1	4	27	27
รวม	25	100	100	100
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	36	25	25
ปริญญาตรี	11	44	40	40
สูงกว่าปริญญาตรี	5	20	26	26
อื่น ๆ	0	-	9	9
รวม	25	100	100	100
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	17	68	45	45
สมรส	8	32	47	47
หย่าร้าง	0	-	2	2
อื่น ๆ	0	-	6	6
รวม	25	100	100	100

จากตารางพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น - ตอนปลาย คือ 20 – 30 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คือของไทยร้อยละ 44 ซึ่งใกล้เคียงกับจำนวนที่มาที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในวัยดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 38 ในกลุ่มรองลงมาพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพอ ๆ กับกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี คือ ร้อยละ 24 และ ร้อยละ 20 ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มากเป็นอันดับ 2 กลับเป็นกลุ่มอายุสูงกว่า 50 ปี คือร้อยละ 27 ซึ่งแตกต่างกับตลิ่งชัน ที่ไม่พบนักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 50 ปีเลย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากับบริษัททัวร์นั้น มีบางคนที่เป็นคนวัยทำงานหรือใกล้เกษียณ ซึ่งค่อนข้างมีอายุมาก จึงเลือกที่จะมาพักผ่อนโดยใช้บริการของบริษัททัวร์เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางและที่พัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเอง มักอยู่ในวัยทำงาน และวันหนุ่มสาวกว่าจึงค่อนข้างแข็งแรง ทำให้สะดวกที่จะเดินทางเอง เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และไม่ต้องการความสะดวกสบายเรื่องที่พักหรือการเดินทางมากนัก

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษา ผลการสำรวจพบว่ามีผลคล้ายคลึงกันระหว่างนักท่องเที่ยวที่ดำเนินสะดวกและตลิ่งชัน คือทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวมักมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยที่ดำเนินนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 44 ซึ่งใกล้เคียงกับชาวต่างชาติ (ร้อยละ 40) จุดที่คล้ายกับตลิ่งชันอีกประการหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรีมีอัตราใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 26 และร้อยละ 25 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอื่น ๆ อีกร้อยละ 9 คือจบการศึกษาระดับประกาศนียบัตร (diploma)

ในส่วนของสถานภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยังโสดมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินฯ มากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว ครั้งต่อครั้ง คือร้อยละ 68 และร้อยละ 32 ตามลำดับ และไม่พบคนที่มีสถานภาพหย่าร้างหรืออื่น ๆ ในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มาเที่ยวมากกว่าคนโสดไม่มากนัก คือคิดเป็นร้อยละ 47 ในขณะที่คนโสดคิดเป็นร้อยละ 45 ซึ่งไม่ต่างกันมากนัก นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีสถานภาพอื่น ๆ คืออยู่ด้วยกันโดยไม่ได้แต่งงาน อีกถึงร้อยละ 6

4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์ (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

อาชีพ	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	3	12
นักธุรกิจ	1	4
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างโรงงาน	3	12
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	8
ประกอบกิจการส่วนตัว / ค้าขาย	3	12
แม่บ้าน	0	-
อื่น ๆ (นักเรียน นักศึกษา)	13	52
รวม	25	100

นักท่องเที่ยวไทยที่มาตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากที่สุดเป็นกลุ่มเดียวกับที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน คือ เป็นนักเรียน นักศึกษามากกว่าครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รับราชการ เป็นลูกจ้างหรือทำงานรับจ้าง และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัวหรือค้าขาย ซึ่งมีอัตราเท่า ๆ กัน คือร้อยละ 12 กลุ่มที่มาน้อยที่สุดคือนักธุรกิจที่มีเพียงร้อยละ 4

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่ามีหลากหลายอาชีพเช่นเดียวกับที่ตลิ่งชัน ได้แก่ ครู ผู้จัดการ ศูนย์สาธารณสุข เลขา ลูกจ้าง พนักงานบัญชี เจ้าของธุรกิจ ช่างเย็บผ้า พ่อครัว พนักงานธนาคาร เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชน เสมียน พนักงานสินเชื่อ หมอฟัน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สายการบิน ข้าราชการ ผู้ช่วยพยาบาล ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวและนักเรียน

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้สัมภาษณ์ (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		
รายได้	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	24
5,000 – 10,000 บาท	9	36
10,001 – 20,000 บาท	3	12
20,000 – 30,000 บาท	4	16
30,001 – 40,000 บาท	1	4
สูงกว่า 40,000 บาท	2	8
รวม	25	100

การเก็บข้อมูลในเรื่องรายได้นั้น สัมภาษณ์เฉพาะชาวไทย พบว่าข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำ

ดำเนินสะดวกสอดคล้องกับที่ดลิ่งชัน กล่าวคือส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 แต่อันดับสองมีความแตกต่างกันคือ ที่ดำเนินฯ กลุ่มที่มาเที่ยวเป็นอันดับสอง เป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24

ข. ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ

6. จำนวนครั้งที่มาตลาดน้ำ

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		
มาตลาดน้ำแห่งนี้ครั้งที่เท่าไร	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	11	44
ครั้งที่ 2	5	20
ครั้งที่ 3	1	4
มาเกินกว่า 3 ครั้งแล้ว	8	32
รวม	25	100

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาตลาดน้ำดำเนินสะดวกเกือบครึ่งหนึ่งมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 44 ซึ่งตรงกันข้ามกับที่ดลิ่งชันที่มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเกินกว่า 3 ครั้งแล้ว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความสะดวกสบายในการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว และดลิ่งชันก็อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากกว่า ทำให้คนที่อยู่ใกล้มาเที่ยวได้บ่อยครั้งกว่า ส่วนกลุ่มที่มาดำเนินฯ รองลงมาคือกลุ่มที่มาเกินกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32

เช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไปเที่ยวตลาดน้ำดลิ่งชัน นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาดำเนินสะดวก เป็นครั้งแรกมีมากถึงร้อยละ 81 ในขณะที่กลุ่มที่เคยมาแล้วมีเพียงร้อยละ 19 เท่านั้น โดยในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแผนที่จะไปเที่ยวต่อในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อ เช่น พัทยา และหัวหินด้วย

ข้อมูลประการหนึ่งที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็คือ ในกลุ่มของชาวต่างชาตินั้น ร้อยละ 76 มากับกลุ่มทัวร์ อีกร้อยละ 24 เดินทางมาตลาดน้ำด้วยตัวเอง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดมาตลาดน้ำด้วยตนเอง เช่นเดียวกับที่ดลิ่งชัน ทั้งนี้เป็นเพราะความคุ้นเคยในภูมิประเทศ การเดินทางที่สะดวกสบาย จึงไม่จำเป็นที่คนไทยจะต้องใช้บริการทัวร์เพื่อไปเที่ยวยังตลาดน้ำแทบทุกแห่ง ตลาดน้ำจึงไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ท่องเที่ยว แต่บางครั้งก็ยังเป็นพื้นที่สำหรับการเปลี่ยนบรรยากาศในการทานอาหาร หรือพักผ่อนวันหยุดสำหรับครอบครัวด้วย ซึ่งผิดกับชาวต่างชาติที่อาจเดินทางมาตลาดน้ำตามโปรแกรมของบริษัททัวร์จัดไว้ให้มากกว่าที่จะตั้งใจมาเที่ยงที่แห่งนั้นด้วยตนเอง

7. ความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้ (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		
ความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	-	-
เดือนละครั้ง	-	-
2 เดือนครั้ง	1	4
3 เดือนครั้ง	2	8
6 เดือนครั้ง	4	16
ปีละครั้ง	7	28
ไม่ตอบ	11	44
รวม	25	100

ข้อมูลเรื่องความถี่ในการมาเที่ยวชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ก็เป็นลักษณะเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาตลิ่งชัน คือส่วนใหญ่จะเลือกที่จะไม่ตอบคำถามข้อนี้ คิดเป็นอัตราสูงสุดคือร้อยละ 44 เนื่องจากไม่แน่ใจว่าตนเองจะได้กลับมาอีกหรือไม่ และหากได้กลับมาจะมากี่ครั้งในรอบปี สัดส่วนที่เป็นอันดับสอง คือตอบว่า มาปีละครั้งคิดเป็นร้อยละ 28 ซึ่งแตกต่างกับตลิ่งชันที่อันดับ 2 คือ สัปดาห์ละครั้ง ทั้งอาจเป็นเพราะการเดินทางไปตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นใกล้เมืองและสะดวกกว่าตลาดน้ำดำเนินฯ ทำให้คำตอบอันดับที่ 2 ในข้อนี้ของตลาดน้ำทั้ง 2 แห่งมีความแตกต่างกัน

8. การได้รับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ท่านรู้จักตลาดน้ำจากสื่อชนิดใด	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คำชักชวนจากเพื่อน	13	20	36	25.5
เอกสารเผยแพร่	10	15.4	11	7.7
บทความในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร	6	9.2	6	4.3
วิทยุ , โทรทัศน์	15	23.1	8	5.7
รายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	11	16.9	53	37.6
โฆษณา / guide book	8	12.3	27	19.2
อื่น ๆ	2	3.1	0	-
รวม	65	100	141	100

สำหรับข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับก่อนมาตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้น มีความแตกต่างจากของนักท่องเที่ยวที่ไปตลิ่งชัน กล่าวคือ ในขณะที่ชาวต่างชาติจะได้รับข้อมูลจากรายการนำเที่ยวของบริษัทสูงสุดเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 37.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้รับข้อมูลจากวิทยุและโทรทัศน์เป็นอันดับแรกคือร้อยละ 23.1 ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาตลาดน้ำแห่งนี้กับบริษัททัวร์ ซึ่งได้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินฯ ไว้เป็นส่วนหนึ่งของรายการแล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลจากตัวเลือกนี้เป็นอันดับแรก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะได้รับข้อมูลผ่านการดูโทรทัศน์มากกว่า อย่างไรก็ตามสื่อในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำเป็นอันดับสองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่าเป็นสื่อเดียวกัน นั่นก็คือคำชักชวนจากเพื่อน โดยคนไทยคิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 25.5 นอกจากนี้คนไทยบางคนยังเลือกคำตอบ อื่น ๆ โดยให้ข้อมูลว่า เคยได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองมาเที่ยวดู ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3.1 แต่ไม่พบว่าชาวต่างชาติจะเลือกคำตอบ อื่น ๆ

9. ท่านเดินทางมาตลาดน้ำกับใคร

ท่านเดินทางมากับใคร	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	-	-	10	10
ครอบครัว	8	32	33	33
เพื่อน	15	60	42	42
อื่น ๆ	2	8	15	15
รวม	25	100	100	100

ในประเด็นของคนที่ร่วมเดินทางมาด้วยกันพบว่า ทั้งที่ดำเนินสะดวกและที่ตลิ่งชันได้ข้อมูลในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือนิยมมากับเพื่อนมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมากับเพื่อนร้อยละ 60 ส่วนชาวต่างชาติมากับเพื่อนร้อยละ 42 ส่วนอันดับที่สองคือนิยมเดินทางมากับครอบครัว โดยคนไทยคิดเป็นร้อยละ 32 ซึ่งใกล้เคียงกับชาวต่างชาติ (ร้อยละ 33) ซึ่งผิดกับที่ตลิ่งชันเพราะในกลุ่มตัวอย่างไม่พบชาวต่างชาติที่เดินทางมาตลาดน้ำตลิ่งชันกับครอบครัว แต่อย่างไรก็ตาม มีความแตกต่างในเรื่องของการเดินทางตามลำพังเนื่องจากพบว่า ไม่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตลาดน้ำดำเนินฯ เพียงคนเดียวเลย แต่ที่ตลิ่งชันพบว่าการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำตามลำพังคนเดียวอยู่บ้าง (ร้อยละ 3.3)

10. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดน้ำดำเนินสะดวกในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความคล้ายคลึงกัน โดยเน้นไปที่มาเพื่อทานอาหารและพักผ่อนเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมาเพื่อท่องเที่ยวชมตลาดน้ำ ชมบรรยากาศ ชมทัศนียภาพ และซื้อของ

ส่วนเหตุผลที่แตกต่างกัน คือ คนไทยบางส่วนมาเพื่อทัศนศึกษา นั่งเรือเที่ยว และถ่ายภาพยนตร์ ส่วนชาวต่างชาติให้เหตุผลว่า เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว เพื่อมาตลาดน้ำแบบไทย มาดูคนขายของบนเรือ และมีบางคนบอกว่าน่าสนใจและเห็นว่าเป็นสถานที่สำคัญในประเทศไทย มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว และมาดูผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

11. ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่ได้ทำเมื่อมาตลาดน้ำดำเนินสะดวก

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยได้ทำ เมื่อมาที่ตลาดน้ำดำเนินฯ มีความคล้ายคลึงกันได้แก่ ชมบรรยากาศ สังเกตวิถีชีวิตผู้คนที่อยู่ริมน้ำ ดูพฤติกรรมการค้าขายของคนท้องถิ่น นั่งเรือเที่ยว และรับประทานอาหาร ขณะที่คนไทยยังได้เดินเที่ยว ชื้อผัก ผลไม้ และสินค้าอื่น ๆ รวมทั้งถ่ายภาพด้วย

เมื่อถามถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบทำมากที่สุดพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศชอบ กิจกรรมเกี่ยวกับเรือมากที่สุดทั้งการนั่งเรือชมบรรยากาศตลาดน้ำ ดูการค้าทางน้ำ และการจับจ่ายซื้อของสินค้า โดยนักท่องเที่ยวไทยเน้นที่การซื้อผลไม้ในขณะที่ชาวต่างชาติกล่าวรวม ๆ ว่าชอบซื้อของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบว่าชอบทำมากที่สุดที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ยังรวมถึงการทานอาหารด้วย ในขณะที่ไม่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคนใด ตอบว่าชอบทานอาหารเลย อาจเนื่องมาจากโปรแกรมทัวร์จัดให้นักท่องเที่ยวลงเรือชมบรรยากาศมากกว่าที่จะให้จอดแวะรับประทานอาหาร อย่างไรก็ตามมีนักท่องเที่ยวบางส่วนชอบที่ได้เดินในถนนเล็ก ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน และมีบางคนชอบการซื้อของโดยได้ต่อรองราคา แต่ไม่มีนักท่องเที่ยวไทยคนใดระบุว่าชอบกิจกรรมดังกล่าว

12. สินค้าที่มีขายในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

สินค้าที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมซื้อกันเป็นส่วนใหญ่คือผลไม้และอาหาร แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังระบุว่าชอบซื้อกล้วยเป็นพิเศษ นอกจากนี้ยังซื้อเครื่องเทศกลับไปด้วย แต่ไม่มีนักท่องเที่ยวไทยคนใดตอบว่าซื้อเครื่องเทศแต่มีคนตอบว่าซื้อน้ำตาลปึก นอกจากนี้ยังพบว่าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศยังนิยมซื้อของที่ระลึก โดยสิ่งที่ตอบเหมือนกันคือ หมวก และโปสการ์ด และยังมีสิ่งที่ให้รายละเอียดแตกต่างกันคือ คนไทยจะนิยมซื้อของที่ระลึกประเภทเสื้อ และงานไม้ แต่ชาวต่างชาติจะซื้อพัด ระฆังทองเหลือง และเครื่องประดับด้วย

13. เปรียบเทียบข้อมูลตลาดน้ำดำเนินสะดวกกับตลาดน้ำแห่งอื่น

เมื่อให้เปรียบเทียบตลาดน้ำดำเนินสะดวกกับตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ นักท่องเที่ยวไทยให้เหตุผลต่างกันไป โดยมองว่าสินค้าที่ตลาดน้ำดำเนินฯ มีให้เลือกมากกว่าตลาดน้ำแห่งอื่น แต่ราคาจะแพงกว่า และบางร้านก็คับแคบทำให้ซื้อของไม่สะดวก อีกกลุ่มหนึ่งบอกว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากเกินไป นอกจากนี้หลายคนยังเห็นว่าเป็นสถานที่ที่อนุรักษ์ความเป็นไทยได้ดี ดูเป็นธรรมชาติ และสามารถนั่งเรือชมสวนได้บรรยากาศกว่าที่อื่น ส่วนชาวต่างชาติมีความเห็นแตกต่างหลากหลายกันไป บางคนชอบและบอกว่าตลาดน้ำดำเนินดีและสนองความต้องการได้มาก มีสินค้าหลากหลาย (very good / more variety required / more product) ขณะที่

บางคนก็บอกว่ามีลักษณะเป็นการค้ามากเกินไป มีร้านค้าและร้านขายโปสการ์ดมากเกินไป รวมทั้งมีการซื้อขายของมากเกินไปด้วย

สำหรับความคาดหวังของชาวต่างชาติที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าเมื่อมาแล้วจะพบลักษณะการค้าที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นของท้องถิ่นอย่างแท้จริง ไม่ใช่การจัดไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (more authentic style / it would be genuine / authentic Thai / local market / not plain touristic show) คาดว่าจะมีของให้เลือกซื้อมากมายหลายหลากจากในเรือและมีราคาถูก โดยเฉพาะผักผลไม้ (a lot of shopping / more thing available to buy from boats rather than shopping off the shop/ it would be cheaper and more fruits and vegetables) หลายคนยังหวังว่าจะได้นั่งเรือโดยไม่ต้องจ่ายเพิ่มด้วย อย่างไรก็ตามอย่างไรก็ตามเมื่อมาเห็นของจริงแล้วพบว่า ชาวต่างชาติมีความเห็นแบ่งเป็น 2 ฝ่าย โดยฝ่ายที่ชอบจะบอกเพียงว่าพอใจเท่านั้น ส่วนฝ่ายที่ไม่ชอบจะให้เหตุผลต่างกัน เช่น สกปรก ไม่ดี ผิดหวัง มีร้านของที่ระลึกมากเกินไป เป็นที่สำหรับนักท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวมากเกินไป

14. การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก

นอกจากตลาดน้ำแห่งนี้ท่านเคยไป ตลาดน้ำที่อื่นหรือไม่	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	10	40	10	10
ไม่เคย	15	60	90	90
รวม	25	100	100	100
ท่านคิดว่าจะกลับมาตลาดน้ำแห่งนี้ อีกหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาอีก	21	84	43	43
ไม่มาอีก	4	16	57	57
รวม	25	100	100	100
จะแนะนำให้คนอื่นมาเที่ยวตลาดน้ำ แห่งนี้หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	22	88	85	85
ไม่แนะนำ	3	12	15	15
รวม	25	100	100	100

ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่า ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศไม่เคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นในอัตราที่มากกว่าผู้ที่เคยไป โดยคนไทยไม่เคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นคิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราไม่เคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นถึงร้อยละ 90 ในกรณีที่เคยไป นักท่องเที่ยวชาวไทยระบุว่าเคยไปที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำดอนหวาย และตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม จ.นนทบุรี

สำหรับคำถามว่าจะกลับมาที่ตลาดน้ำดำเนินฯ อีกหรือไม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบว่ามาอีกในอัตรา ร้อยละ 84 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มที่ตอบว่าไม่มาถึง 4 เท่า โดยให้เหตุผลว่า สนุกกับกิจกรรมต่าง ๆ บรรยากาศและ สภาพแวดล้อมดี เป็นธรรมชาติ เป็นสถานที่สำหรับครอบครัว คึกคัก เหมาะแก่การพักผ่อน สินค้าน่าสนใจและมีคุณภาพ ชนมอร้อย และยังมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทยให้เห็น ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตอบว่าจะกลับมาคิดเป็นร้อยละ 43 ซึ่งอยู่ในอัตราต่างจากคนไทยเกือบเท่าตัว โดยให้เหตุผลในการที่จะกลับมาอีกเพราะเห็นว่าน่าสนใจ สนุก และตื่นตาตื่นใจ ชอบการนั่งเรือเพราะไม่เคยทำกิจกรรมแบบนี้มาก่อนทั้งการซื้อ ของโดยนั่งอยู่ในเรือ และนั่งเรือดูวิถีชีวิตผู้คนที่อยู่ริมคลอง

สำหรับผู้ที่ตอบว่าจะไม่กลับมาอีกนั้น คนไทยคิดเป็นร้อยละ 16 โดยให้เหตุผลว่าสินค้าซ้ำ ๆ ราคาแพง และไม่ทำอะไรทำ ในขณะที่ชาวต่างชาติให้คำตอบว่าจะไม่กลับมาอีกมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 57 (ซึ่งมากกว่าพวกที่ตอบว่าจะกลับมา) โดยชาวต่างชาติให้เหตุผลว่า เป็นเพราะสินค้าน่าสนใจกว่าที่อื่นหลายเท่าตัว เป็นสินค้าที่ เหมือนกับที่มีในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (expensive / same thing available outside floating market for 1/10 rate / paid too much) ไม่น่าสนใจ และไม่ทำอะไรทำ (not interesting / nothing to do) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังให้เหตุผลว่า เป็นกิจกรรมและธุรกิจเพื่อนักท่องเที่ยวมากเกินไป จำนวนคนมากเกินไป มีเรือลำใหญ่มีเสียงดังมาก (too touristic / too many people / too big noisy boats) บางคนบอกว่าแค่ต้องการมาเห็นสัก ครั้ง ไม่มีเหตุผลที่ต้องมาอีก และบางคนก็มีแผนที่จะไปเที่ยวที่อื่น

เมื่อถามว่าจะแนะนำคนอื่นให้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินฯ อีกหรือไม่ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาว ต่างประเทศต่างก็ให้คำตอบไปในแนวทางเดียวกันคือส่วนใหญ่คิดว่าจะแนะนำคนอื่นให้มาเที่ยว โดยคนไทยคิด เป็นร้อยละ 88 ส่วนชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 85 ซึ่งอยู่ในอัตราใกล้เคียงกัน โดยชาวต่างชาติให้เหตุผลว่า เป็นประสบการณ์ที่ดี มีเอกลักษณ์ (a unique thing / it lives an idea of rural life) และควรได้มาเห็นสักครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวไทยให้เหตุผลว่า เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวไทย เป็นสถานที่ที่เที่ยวน่าสนใจ และสามารถเดินทางมาได้ง่าย

สำหรับผู้ที่บอกว่าจะไม่แนะนำนั้น มีอัตราส่วนใกล้เคียงกันคือนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 12 ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 15 โดยนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ระบุว่าไม่แนะนำเพราะสินค้าน่าสนใจ นักท่องเที่ยวต่างชาติคิดว่า เป็นสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น

ค. ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาของตลาดน้ำ

15. สิ่งที่น่าประทับใจในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างมีความประทับใจในพื้นที่และบรรยากาศของตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ทั้งความร่มรื่นและความเป็นไทย ชาวต่างชาติหลายคนยังประทับใจภาพที่เห็นในเรื่องของการขายของ ทางน้ำ และการประกอบอาหารในเรือของแม่ค้า และมีสินค้าหลากหลายพอสมควร คนไทยบางส่วนบอกว่า ประทับใจที่ได้เห็นวิถีชีวิตที่ไม่คุ้นเคย การค้าขายที่เป็นเหมือนสมัยเก่า ประเพณีวัฒนธรรมไทยดั้งเดิม ขณะที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติระบุว่าประทับใจความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวไทยเองก็ประทับใจที่พบว่า ตลาดน้ำแห่งนี้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาก เห็นแล้วภูมิใจ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มยังเห็นว่าตลาดน้ำ

ดำเนินสะดวก มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวไทยบางส่วนยังเพิ่มเติมว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความหลากหลายของสินค้าและบริการ อาหาร ของฝาก รวมทั้งในเรื่องของรสชาติอาหาร และมีบางคนบอกว่าประทับใจความสะดวกในการเดินทางด้วย

16. สิ่งที่ไม่ประทับใจและคิดว่าเป็นปัญหาของตลาดน้ำดำเนินสะดวก

นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความเห็นคล้ายคลึงกันในเรื่องของปัญหาและสิ่งที่ไม่ประทับใจในตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ เรื่องของราคาสินค้าและการเก็บเงินที่ไม่เป็นธรรม โดยคนไทยกล่าวว่า สถานที่จอดรถเก็บเงินเอาเปรียบผู้บริโภคโดยเฉพาะชาวต่างชาติสินค้าแพง ค่าเรือแพง เรือน่าเที่ยวเน้นเชิงธุรกิจมากเกินไป ส่วนชาวต่างชาติตอบว่า ต้องการให้ราคาถูกลง นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องทัศนียภาพ โดยคนไทยเห็นว่า เรือหางยาวทำให้ทัศนียภาพเสีย ความคับแคบของทางเดินซื้อสินค้า ความหนาแน่นของเรือนักท่องเที่ยวในคลองมีมากไป สถานที่คับแคบ และบางส่วนก็เป็นการสร้างภาพเพื่อขายนักท่องเที่ยว ในขณะที่ชาวต่างชาติก็ให้ความเห็นในประเด็นนี้ด้วยเช่นกัน ต้องการเห็นสภาพตลาดที่สวยงามเป็นธรรมชาติมากกว่าการจัดฉาก น้ำคลองควรสะอาดมากกว่านี้ มีร้านค้าน้อยกว่านี้ มีเรือขายสินค้าท้องถิ่นและพืชผักมากกว่านี้ (better landscape / cleaner water / more different stalls / more traditional and authentic atmosphere / no shops / more small boats with local stuff / colorful plant life) ในส่วนของพฤติกรรมของผู้ค้าก็เช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวไทยกล่าวว่า แม่ค้าพูดจาไม่ดี แอ้งลูกค้านั่นจนสับสน ขณะที่ชาวต่างชาติกล่าวว่า พ่อค้าแม่ค้าตื้อขายของมากเกินไป นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มยังเห็นตรงกันว่า มีห้องน้ำน้อยเกินไป และควรให้สะอาดกว่านี้ด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวไทยยังระบุเพิ่มเติมว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกไม่มีการประชาสัมพันธ์ จึงทำให้มีคนไทยมาเที่ยวน้อย

17. สิ่งที่ต้องปรับปรุงในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

สำหรับสิ่งที่ควรปรับปรุง นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มได้ให้ความเห็นไว้มากมาย ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบในเรื่องปัญหาและสิ่งที่ไม่ประทับใจ โดยคนไทยแนะนำว่าควรปรับปรุงเรื่องการประชาสัมพันธ์ และควรให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น ทั้งนี้เป็นอยู่เห็นว่า เน้นเชิงธุรกิจมากเกินไป และข้อมูลประชาสัมพันธ์น้อยไป ควรจะมีกิจกรรมเพิ่มขึ้น เช่น ควรมีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น มีแผนพับสำหรับคนไทย และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวไทยมามากกว่านี้ สำหรับประเด็นเรื่องการประชาสัมพันธ์นี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีข้อเสนอเช่นกัน กล่าวคือ ควรมีจุดนัดพบมากขึ้น มีจุดแลกเงินสำหรับชาวต่างชาติ และมีแผนพับเกี่ยวกับผู้คนและประวัติศาสตร์ด้วย

ในเรื่องของราคาสินค้า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างก็เห็นตรงกันว่า ควรควบคุมราคาไม่ให้สูง และน่าจะมีสินค้าหลากหลาย เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีสถานที่ให้นั่งพักผ่อนอย่างสงบและมีอาหารว่างขายมากกว่านี้ นอกจากนี้ชาวต่างชาติยังเห็นว่าควรมีการปรับปรุงพฤติกรรมของผู้ค้าด้วย ไม่ควรตามเข้าซื้อให้ซื้อของ แสดงกริยาและพูดจาสุภาพ มีความอดทนกับลูกค้ามากกว่านี้ รวมทั้งอยากให้แม่ค้าพ่อค้าในเรื่องแะขายของตามท่ามากกว่านี้

สำหรับส่วนของสถานที่ ทั้งทางเรือและทางน้ำ มีข้อเสนอจากนักท่องเที่ยวให้ควรปรับปรุงทั้งทัศนียภาพ และความสะอาดของแม่น้ำ โดยนักท่องเที่ยวไทยกล่าวว่า ปัจจุบันมีความทันสมัยเกินไป เครื่องยนต์เรือมี

เสียงดัง สภาพการเดินทางเรือ่นววย จอแจ ไม่มีระเบียบ ควรมีการจัดระเบียบการจราจรทางเรือ และขยายทางเดิน 2 ข้างทาง และสถานที่จอดรถไม่ควรเก็บเงิน ในขณะที่ชาวต่างชาติเห็นตลาดไม่เป็นระเบียบเดินไปมาลำบากมาก อย่างไรก็ตาม ยังมีนักท่องเที่ยวบางคนบอกว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวก มีลักษณะเป็นสถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวมากเกินไป

18. ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ชาวต่างชาติ)

ความพึงพอใจต่อส่วนประกอบของตลาดน้ำ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ความสะดวกในการเดินทาง	4.29	0.97	มาก
ที่จอดรถ	4.16	0.79	มาก
ทัศนียภาพ	3.96	0.71	มาก
ความสะอาดของสถานที่	3.41	0.63	ปานกลาง
อธยาศัยของพ่อค้าแม่ค้า	3.68	0.77	มาก
อธยาศัยของชาวบ้านทั่วไป	4.02	0.8	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	3.79	0.76	มาก
ราคาสินค้า	2.94	0.41	ปานกลาง
กิจกรรมที่มีให้ทำ	3.34	0.55	ปานกลาง
การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	3.31	0.45	ปานกลาง
ศิลปวัฒนธรรม	3.26	0.48	ปานกลาง

(ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง และที่จอดรถอยู่ในอัตราใกล้เคียงกัน คือมีค่าเฉลี่ย 4.29 และ 4.16 ตามลำดับ รองลงมาเป็นเรื่องของอธยาศัยของชาวบ้าน (4.02) ซึ่งชาวต่างชาติค่อนข้างพอใจมากกว่าอธยาศัยของพ่อค้าแม่ค้าที่มีค่าเฉลี่ยเพียง 3.60 เท่านั้น ซึ่งจากแบบสอบถามส่วนอื่นนักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่า พ่อค้าแม่ค้ามักบงการให้ซื้อสินค้ามากเกินไป

ส่วนสิ่งที่ชาวต่างชาติมีความพอใจน้อยที่สุด คือ ราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.94 ซึ่งนับว่าค่อนข้างไม่ค่อยพอใจ โดยมากนักท่องเที่ยวคิดว่าสินค้าส่วนใหญ่มีราคาแพงเกินไป

19. ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ชาวไทย)

ความพึงพอใจต่อส่วนประกอบของตลาดน้ำ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ความสะดวกในการเดินทาง	4.12	0.76	มาก
ที่จอดรถ	4.04	0.88	มาก
ทัศนียภาพ	3.60	0.97	มาก
ความสะอาดของสถานที่	3.28	0.62	ปานกลาง
อัตราค่าบริการแม่ค้า	3.80	0.71	มาก
อัตราค่าบริการชาวบ้านทั่วไป	3.92	0.33	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	3.72	0.73	มาก
ราคาสินค้า	3.28	0.47	ปานกลาง
กิจกรรมที่มีให้ทำ	3.28	0.76	ปานกลาง
การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	2.84	0.43	มาก
ศิลปวัฒนธรรม	3.36	0.62	ปานกลาง

(ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง, 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด)

สำหรับกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อยู่ในระดับต่ำกว่าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่นักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจในตลาดน้ำแห่งนี้ ก็เป็นสิ่งเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั่นก็คือ ความสะดวกในการเดินทางและที่จอดรถ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.12 และ 4.04 ตามลำดับ ส่วนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพอใจเป็นอันดับ 3 คืออัตราค่าบริการชาวบ้านทั่วไป เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.92) นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสนใจว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตัวเลขค่าเฉลี่ยความพอใจที่มีต่อพ่อค้าแม่ค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความเห็นของนักท่องเที่ยวไทยจะอยู่ในอัตราไม่ห่างกันมากเหมือนของชาวต่างชาติ คือห่างกันเพียง 0.12 เท่านั้น ในขณะที่ของชาวต่างชาติมีความแตกต่างถึง 0.34

นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชัน

ก. ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศของผู้ให้สัมภาษณ์

นักท่องเที่ยวชาวไทย	เพศชาย	จำนวน 49 คน	คิดเป็นร้อยละ 54.4
	เพศหญิง	จำนวน 41 คน	คิดเป็นร้อยละ 45.6
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	เพศชาย	จำนวน 7 คน	คิดเป็นร้อยละ 70
	เพศหญิง	จำนวน 3 คน	คิดเป็นร้อยละ 30

2. ภูมิสำเนาของผู้ให้สัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมาจากหลากหลายพื้นที่ทั่วประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นชาวกรุงเทพมหานครเป็นหลัก นอกจากนี้ยังเป็นนักท่องเที่ยวในเขตปริมณฑล ประกอบด้วย นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสงคราม สมุทรปราการ สมุทรสาคร รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากภาคกลางและภาคตะวันตก ได้แก่ เพชรบูรณ์ พิจิตร นครปฐม สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ลพบุรี นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมาจากจังหวัดอุดรธานี นครราชสีมา ขอนแก่น สุรินทร์ ส่วนภาคใต้พบว่านักท่องเที่ยวมาจากจังหวัด สุราษฎร์ธานี พังงา สงขลา นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกซึ่งพบว่ามาจากจังหวัดชลบุรี

อย่างไรก็ตามจากการสุ่มตัวอย่าง ไม่พบนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคเหนือ

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวมาจากหลายทวีป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง โดยมาจากประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ได้แก่ ใต้หวัน มาเลเซีย และเกาหลี รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากอังกฤษ เยอรมัน และเนเธอร์แลนด์ นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและ ออสเตรเลียอีกด้วย

ในจำนวนนักท่องเที่ยวที่สุ่มตัวอย่างนี้พบว่า มี 4 คนที่มาเมืองไทยเป็นครั้งแรก ส่วนอีก 6 คนเคยมาแล้ว ซึ่งแต่ละคนมีแผนที่จะใช้เวลาท่องเที่ยวในเมืองไทยแตกต่างกันไปอย่างหลากหลายตั้งแต่ 6 วัน ถึง เดือนครึ่ง (10, 30, 14, 45, 6, 21 ,7 วัน)

3. อายุ / ระดับการศึกษา / สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์

รายละเอียด	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	7	7.8	0	-
20 – 30 ปี	39	43.3	5	50
31 – 40 ปี	26	28.9	4	40
41 – 50 ปี	13	14.4	1	10
สูงกว่า 50 ปี	5	5.6	0	-
รวม	90	100	10	100
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	32.2	1	10
ปริญญาตรี	55	61.1	8	80
สูงกว่าปริญญาตรี	6	6.7	1	10
รวม	90	100	10	100

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	54	60.0	6	60
สมรส	32	35.6	3	30
หย่าร้าง	3	3.3	1	10
อื่น ๆ	1	1.1	0	-
รวม	90	100	10	100

จากตารางพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันนั้น ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น - ตอนปลาย คือ 20 – 30 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คือของไทยร้อยละ 43.3 และชาวต่างชาติร้อยละ 50 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 31 - 40 ปี และ 41 – 50 ปี เป็นอันดับสาม และขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทั้งกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 7.8) และสูงกว่า 50 ปี (ร้อยละ 5.6) แต่ในกลุ่มตัวอย่างไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงอายุดังกล่าว ทั้งนี้เป็นเพราะความคุ้นเคยในสภาพพื้นที่และความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้คนไทยซึ่งมีความคุ้นเคยและสามารถเดินทางมาตลาดน้ำได้โดยง่ายกว่าชาวต่างชาติ

เช่นเดียวกับข้อมูลในเรื่องของระดับการศึกษา ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 61.1 ขณะที่ชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 80 นอกจากนี้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่ามีผู้ที่มีการศึกษาดำเนินปริญญาตรีมาเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีในอัตราค่อนข้างสูง (ร้อยละ 32.2 และร้อยละ 6.7 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มการศึกษาสูงและต่ำกว่าปริญญาตรีมีอัตราส่วนเท่ากันคือร้อยละ 10

ในส่วนของสถานภาพ แนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่ยังโสดจะมาเที่ยวตลาดน้ำในอัตราสูงสุดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยอยู่ในอัตราเท่ากันคือร้อยละ 60 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้างตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพอยู่ด้วยกันโดยไม่ได้แต่งงาน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.1 แต่ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสถานภาพดังกล่าว

4. อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์ (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

อาชีพ	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย	
	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	15	16.7
นักธุรกิจ	6	6.7
รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างโรงงาน	20	22.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	17.7
ประกอบกิจการส่วนตัว / ค้าขาย	6	6.7
แม่บ้าน	5	5.6
อื่น ๆ (นักเรียน นักศึกษา)	22	24.4
รวม	90	100

ในเรื่องของอาชีพนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มากเป็นนักเรียนนักศึกษา จากหลายสถาบัน มาดูงานบ้าง มาวาดภาพบ้าง หรือมาทัศนศึกษาบ้าง ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่มากที่สุดคือร้อยละ 24.4 รองลงมาเป็นผู้ประกอบอาชีพรับจ้างและลูกจ้างร้อยละ 22.2 ส่วนอาชีพที่มาน้อยที่สุดคือ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 5.6 เท่านั้น

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในส่วนของคำถามเรื่องอาชีพจะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อสะดวกในการกรอกข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มา มีอาชีพที่หลากหลาย ประกอบด้วยครู เซลล์แมน ทหารเรือ พ่อค้า นางพยาบาล ช่างเทคนิค ศิลปิน และนักศึกษา

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้สัมภาษณ์ (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		
รายได้	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	13.3
5,000 – 10,000 บาท	29	32.2
10,001 – 20,000 บาท	24	26.7
20,000 – 30,000 บาท	9	10.0
30,001 – 40,000 บาท	7	7.8
สูงกว่า 40,000 บาท	9	10.0
รวม	90	100

การเก็บข้อมูลในเรื่องรายได้นั้น สัมภาษณ์เฉพาะชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำตลิ่งชัน ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาคือผู้มีรายได้ในช่วง

10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 ส่วนผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท พบว่ามีอัตราส่วนเท่ากับผู้มีรายได้ 20,0001 – 30,000 บาท คือร้อยละ 10

ข. ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ

จำนวนครั้งที่มาตลาดน้ำแห่งนี้

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		
มาตลาดน้ำแห่งนี้กี่ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	29	32.3
ครั้งที่ 2	13	14.4
ครั้งที่ 3	3	3.3
มาเกินกว่า 3 ครั้งแล้ว	45	50.0
รวม	90	100

นักท่องเที่ยวไทยที่มาตลาดน้ำตลิ่งชันครั้งหนึ่งมาเกินกว่า 3 ครั้งแล้ว คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือกลุ่มที่มาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 32.3 ในขณะที่ฝรั่งร้อยละ 90 (9 คน) มาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นครั้งแรก และอีกร้อยละ 10 (1 คน) มาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันทุกเดือน เดือนละครั้ง เนื่องจากเป็นชาวต่างชาติที่อาศัยและทำงานเป็นครูสอนภาษาอังกฤษอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มานั้นมีแผนที่จะไปเที่ยวต่อหลากหลายพื้นที่ทั้งทางภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศ รวมทั้งมีบางส่วนที่ตั้งใจจะมาเที่ยวในกรุงเทพฯ เป็นหลัก แต่จุดที่เหมือนกันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ คือ นักท่องเที่ยวทั้งหมด (ชาวไทย 90 คน และชาวต่างชาติ 10 คน) มาโดยตัวเอง ไม่ได้มากับทัวร์

6. ความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้ (เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย)

ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		
ความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	19	21.1
เดือนละครั้ง	17	18.9
2 เดือนครั้ง	5	5.6
3 เดือนครั้ง	13	4.4
6 เดือนครั้ง	5	5.6
ปีละครั้ง	13	14.4
ไม่ตอบ	18	20
รวม	90	100

คำตอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยเมื่อถามถึงความถี่ในการมาเที่ยวชมตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า อัตราส่วนของคนที่มาสัปดาห์ละครั้งมีความใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม คือร้อยละ 21.1 กับร้อยละ 20 ตามลำดับ ในกรณีของผู้ไม่ตอบนั้นให้เหตุผลว่า เนื่องจากไม่แน่ใจว่าจะได้มาอีกหรือไม่ บางคนก็บอกว่าระบุไม่ได้ เพราะเพิ่งมาครั้งนี้เป็นครั้งแรก และอาจจะมาอีก หรือไม่มาก็ได้ ดังนั้นคำตอบที่ได้มากที่สุดคือ ไม่ตอบ เพราะไม่แน่ใจ รองลงมาเป็นสัปดาห์ละครั้ง และเดือนละครั้ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.9

7. การได้รับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน

ทำนรู้จักตลาดน้ำจากสื่อชนิดใด	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คำชักชวนจากเพื่อน	61	44.2	8	47
เอกสารเผยแพร่	12	8.7	1	5.9
บทความในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร	14	10.2	3	17.6
วิทยุ , โทรทัศน์	19	13.8	2	11.8
รายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	4	2.9	1	5.9
โฆษณา / guide book	6	4.3	1	5.9
อื่น ๆ	22	15.9	1	5.9
รวม	138	100	17	100

เนื่องจากคำถามข้อนี้ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก เพราะเห็นว่าอาจจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากหลายทาง ทำให้ได้จำนวนคำตอบมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามจากการสำรวจพบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากมีเพื่อนชักชวนเป็นคำตอบสูงสุดคือ ของชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 44.2 ขณะที่ของชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 47 นอกจากนี้ยังพบว่าชาวต่างชาติยังได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำจากหลาย ๆ สื่อในอัตราที่เท่า ๆ กัน ได้แก่ เอกสารเผยแพร่ รายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว และ guide book คิดเป็นร้อยละ 5.9 ในขณะที่ชาวไทยได้รับข้อมูลท่องเที่ยวจากรายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวน้อยที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 2.9

8. ท่านเดินทางมาตลาดน้ำกับใคร

ท่านเดินทางมากับใคร	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	3	3.3	3	30
ครอบครัว	35	38.9	0	-
เพื่อน	48	53.4	7	70
อื่น ๆ	4	4.4	0	-
รวม	90	100	10	100

ในประเด็นของคนที่ร่วมเดินทางมาด้วยกันพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือนิยมมากับเพื่อนมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมากับเพื่อนร้อยละ 53.4 ส่วนชาวต่างชาติมากับเพื่อนมากถึงร้อยละ 70 แต่อย่างไรก็ตาม มีความแตกต่างในเรื่องของคนที่ยังเดินทางมาด้วยกัน เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมาตลาดน้ำกับครอบครัวเป็นอันดับสอง (ร้อยละ 38.9) ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มที่สุ่มตัวอย่างไม่มีใครมากับครอบครัวเลย ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวคนเดียว มีอัตราร้อยละ 3.3 ซึ่งใกล้เคียงกับการมากับแฟนหรือคนรัก (คำตอบอื่น ๆ) คิดเป็นร้อยละ 4.4 ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีใครเลือกคำตอบอื่น ๆ

9. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดน้ำตลิ่งชันในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาที่ตลาดน้ำตลิ่งชันมีความคล้ายคลึงกัน โดยเน้นไปที่มาเพื่อทานอาหารและพักผ่อนเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมาเพื่อท่องเที่ยวชมตลาดน้ำ ชมบรรยากาศ ดูทัศนียภาพและซื้อของ

ส่วนเหตุผลที่แตกต่างกัน คือ คนไทยหลายคนให้เหตุผลว่า เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการรับประทานอาหาร นั่งเรือเที่ยว และชมบรรยากาศ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเพื่อพบปะและสังเกตุพฤติกรรมของผู้คนหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ถ่ายรูป เห็นว่าเป็นสถานที่ที่น่าสนใจ และมีชื่อเสียง

10. ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่ได้ทำเมื่อมาตลาดน้ำตลิ่งชัน

นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมอย่างหลากหลายทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศซึ่งมีคำตอบคล้าย ๆ กัน กล่าวคือ เมื่อมาถึงตลาดน้ำก็มักจะนั่งเรือ นั่งเล่น เดินเล่น ชมบรรยากาศ และรับประทานอาหาร ไปเที่ยวสวนงู นักท่องเที่ยวไทยหลายคนยังตอบว่าไปชมส่วนอื่น ๆ ด้วย เช่น สวนกล้วยไม้ บ้านไม้ไทย นอกจากนี้คนไทยยังดูต้นไม้ ซื้อมักผลไม้ และสินค้าอื่น ๆ ในขณะที่ชาวต่างชาติจะเลือกซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกมากกว่าผักผลไม้ สำหรับกิจกรรมด้านความบันเทิง นักท่องเที่ยวไทยทั้งฟังเพลงและร้องเพลง ในขณะที่ชาวต่างชาติตอบว่าได้ดูการรำไทย และมีกิจกรรมที่ชาวต่างชาติตอบว่าได้ทำแต่ไม่มีนักท่องเที่ยวไทยตอบเลยนั่นคือการนั่งสมาธิ

เมื่อถามถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ทำมานั้น นักท่องเที่ยวชอบทำกิจกรรมใดมากที่สุดเมื่อมาตลาดน้ำ พบว่าชาวไทยและชาวต่างประเทศให้คำตอบที่คล้ายกัน คือเน้นที่เรื่องการกินอาหาร (โดยเฉพาะบนแพ) ซื่อของผักผ่อน เดินเล่น ถ่ายรูป ชมบรรยากาศธรรมชาติ วิถีชีวิตริมคลอง ฟังเพลง และการนั่งเรือทัวร์

11. สินค้าที่มีขายในตลาดน้ำตลิ่งชัน

สินค้าที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมซื้อกันเป็นส่วนใหญ่คือผลไม้และอาหาร ทั้งขนมและก๋วยเตี๋ยว โดยคนไทยให้เหตุผลว่าสะอาดน่าทาน รสชาติอร่อย และราคาไม่แพงโดยเฉพาะผลไม้ซึ่งมาจากในสวน ส่วนเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมซื้อน้ำเปล่าในขณะที่คนไทยบางคนตอบว่ากาแฟ คนไทยบางส่วนยังตอบว่ามาซื้อผัก ผลไม้ที่ตลาดน้ำแห่งนี้ด้วย สำหรับสินค้าที่ชาวต่างชาติซื้อแต่คนไทยไม่ซื้อ ได้แก่ของที่ระลึก เสื้อยืด เครื่องประดับ

12. เปรียบเทียบข้อมูลตลาดน้ำตลิ่งชันกับตลาดน้ำแห่งอื่น

เมื่อให้เปรียบเทียบลักษณะของตลาดน้ำตลิ่งชัน กับตลาดน้ำแห่งอื่น พบว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่มีใครแสดงความคิดเห็นเลย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ทั้งหมดไม่เคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นเลย และมาที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นครั้งแรกถึงร้อยละ 90 จึงไม่มีใครแสดงความคิดเห็นในกรณีเปรียบเทียบได้ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นมาด้วยถึงร้อยละ 54.4 ได้แสดงความคิดเห็นหลากหลายทั้งในส่วนที่ไม่ดี เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชันเน้นขายอาหารมากเกินไป มีกิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย ไม่เป็นธรรมชาติ เล็ก คนไม่ค่อยรู้จัก เป็นต้น และในส่วนที่ดี เช่น มีอาหารกินริมน้ำ เป็นอาหารทะเล ไปมาสะดวก สินค้าราคาถูก มีระบบการจัดการที่ดี ปลอดภัย และมีการแสดงความคิดเห็นแบบเป็นกลาง เช่น กล่าวว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีลักษณะเป็นคนกรุง

นอกจากนี้ยังได้ถามคำถามเฉพาะชาวต่างประเทศ ในส่วนของความคาดหวังในสถานที่และกิจกรรม และผลที่ได้รับเมื่อเดินทางมาถึงพบว่า ชาวต่างชาติคาดหวังว่าที่ตลาดน้ำตลิ่งชันจะมีอาหารที่อร่อย บรรยากาศดี เงียบ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายเหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต และหวังที่จะเห็นวิถีชีวิตแบบไทย ซึ่งเมื่อมาแล้วก็พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจในระดับปานกลาง

13. การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำตลิ่งชัน

นอกจากตลาดน้ำแห่งนี้ท่านเคยไป ตลาดน้ำที่อื่นหรือไม่	ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย		ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่าง ชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	49	54.4	0	-
ไม่เคย	41	45.6	10	100
รวม	90	100	10	100
ท่านคิดว่าจะกลับมาตลาดน้ำแห่งนี้ อีกหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาอีก	83	92.2	6	60
ไม่มาอีก	7	7.8	4	40
รวม	90	100	10	100
จะแนะนำให้คนอื่นมาเที่ยวตลาดน้ำ แห่งนี้หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	80	88.9	8	80
ไม่แนะนำ	10	11.1	2	20
รวม	90	100	10	100

หากเปรียบเทียบกันแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นกว่าครึ่ง คือร้อยละ 54.4 ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดไทย และตลาดน้ำวัดกลางคูเมือง ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่สุ่มสัมภาษณ์ทั้งหมดพบว่าไม่มีใครเคยไปตลาดน้ำแห่งอื่นเลย

สำหรับคำถามว่าจะกลับมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันอีกหรือไม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยถึงร้อยละ 92.2 บอกว่าจะกลับมาอีก โดยให้เหตุผลว่า ที่นี่อากาศดี สนุกกับกิจกรรมต่าง ๆ เป็นตลาดน้ำที่อยู่ใกล้บ้าน ไปมาสะดวก บรรยากาศดี สภาพแวดล้อมดีเป็นธรรมชาติ และสินค้ามีคุณภาพ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 7.8 บอกว่าจะไม่กลับมาอีก เนื่องจากเห็นว่า ไม่มีจุดเด่นที่น่าสนใจ ส่วนชาวต่างชาติที่จะกลับมาอีกคิดเป็นร้อยละ 60 ให้เหตุผลว่าจะพาครอบครัวกลับมาเยี่ยม เพื่อหาประสบการณ์ เป็นสถานที่ที่ดี สวย บรรยากาศดี ผู้คนเป็นมิตร และสนุกกับวิถีชีวิตแบบไทย สำหรับอีกร้อยละ 40 ที่บอกว่าจะไม่กลับมาอีก ไม่ได้ให้เหตุผลว่าทำไม

เมื่อถามว่าจะแนะนำคนอื่นให้มาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชันหรือไม่ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่กล่าวว่าแนะนำ โดยชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 88.9 ให้เหตุผลที่จะแนะนำคนอื่นมาเที่ยวว่า ต้องการอนุรักษ์สถานที่ให้คงอยู่ เห็นว่ามีคุณค่าก็สามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ดี ตัวสถานที่มีความร่มรื่นเย็นสบาย ค่าใช้จ่ายไม่แพง ใกล้บ้าน สามารถเห็นความเป็นอยู่แบบไทยและวิถีชีวิตริมน้ำ นอกจากนี้ยังถือว่าตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีในประเทศ และกรุงเทพฯ ก็ไม่ค่อยมีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกมากนัก ใน

ขณะที่ชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 80 จะแนะนำให้คนอื่นมาเที่ยวเพราะเห็นว่า น่าสนใจ มีความพิเศษ มีหลายกิจกรรมให้ทำและชม และสามารถขับรถมาได้จากกรุงเทพฯ

ส่วนกลุ่มที่บอกว่าจะไม่แนะนำคนอื่นให้มาที่นั่น นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 11.1 บอกว่าสินค้าราคาแพง สถานที่ไม่มีอะไรเด่น และไม่น่าสนใจ ซึ่งเป็นเรื่องของรสนิยมส่วนตัว ในขณะที่ร้อยละ 20 ของชาวต่างชาติที่เลือกคำตอบว่าจะไม่แนะนำคนอื่นนั้น ให้เหตุผลว่า มีแผนที่จะไปเที่ยวที่อื่น

ค. ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาของตลาดน้ำ

14. สิ่งที่น่าประทับใจในตลาดน้ำตลิ่งชัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความประทับใจในตลาดน้ำตลิ่งชันคล้ายคลึงกัน โดยเน้นที่บรรยากาศและอาหารเป็นอันดับแรก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้เหตุผลที่ประทับใจตลาดน้ำแห่งนี้หลากหลายกว่าชาวต่างชาติ กล่าวคือ ในขณะที่ชาวต่างชาติประทับใจในบริการ การปรุงอาหารบนแพ หลายคนยังรู้สึกว่าเป็นสถานที่ที่สวยงามด้วย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้ความเห็นว่าชอบตลาดน้ำตลิ่งชันเพราะบรรยากาศร่มรื่น เงียบ มีความเป็นธรรมชาติท่ามกลางเมืองกรุง มีความสะดวกในการเดินทาง มีของฝาก มีสินค้า ผลไม้ และอาหารมากมายซึ่งราคาถูกและสะอาดรวมทั้งมีอาหารโบราณ เช่น ขนมไทย ให้เลือกรับประทานด้วย ไกด์และชาวบ้านมีอัธยาศัยดี มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวให้เลือกทำ เช่น ทัวร์เรือท่องเที่ยวต่าง ๆ และการขึ้นสวนผลไม้ นอกจากนี้ยังมีบางคนที่ประทับใจในเสียงเพลงด้วย

15. สิ่งที่ไม่ประทับใจและคิดว่าเป็นปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชัน

สำหรับปัญหา และความไม่ประทับใจที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ก็มีทิศทางคล้ายคลึงกับสิ่งที่ประทับใจ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการระบุปัญหาได้มากมายและหลากหลายกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรณีของส่วนที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มคิดตรงกันว่าเป็นปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันและไม่ประทับใจ คือ ความสกปรก แม้ว่านักท่องเที่ยวจะใช้คำว่า *a bit dirty* รวมทั้งเรื่องห้องน้ำหายาก และแม่ค้าบริการไม่ดีกริยาไม่สุภาพ บางส่วนยังเห็นตรงกันว่าราคาแพงเกินไป โดยคนไทยระบุว่าค่าเรือแพง แต่ชาวต่างชาติไม่ได้ระบุ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และป้ายบอกทางไม่ชัดเจนด้วย ซึ่งชาวต่างชาติยังระบุว่าควรมีแผนที่เพิ่มเติมด้วย โดยต้องการให้มีการให้ข้อมูลเป็นภาษาต่างๆ หลายภาษาด้วย

ในส่วนของความเห็นที่นักท่องเที่ยวไทยระบุว่าปัญหา แต่ไม่ปัญหาสำหรับชาวต่างชาติ คือ เรื่องของร้านค้าน้อยเกินไป สินค้าไม่หลากหลาย ที่จอดรถคับแคบ บรรยากาศไม่เหมือนตลาดน้ำ ไม่มีจุดขาย / เอกลักษณ์ ขาดความหลากหลายของกิจกรรม จัดสถานที่ไม่ดี ในน้ำมีขยะมาก อาหารไม่สด และปริมาณคนมากเกินไป อย่างไรก็ตามมีนักท่องเที่ยวไทยบางคนบอกว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีนักท่องเที่ยวน้อยเกินไป ไม่คึกคัก เล็ก และคับแคบด้วย จึงเป็นความคิดเห็นที่ตรงข้ามกัน ซึ่งอาจจะมาจากรสนิยมที่ไม่ตรงกัน นักท่องเที่ยวบางคนชอบให้มีคนมาก คึกคัก ขณะที่บางคนต้องการความเงียบสงบ ทำให้เกิดความคิดเห็นที่แตกต่างกันดังกล่าว

16. สิ่งที่ต้องปรับปรุงในตลาดน้ำตลิ่งชัน

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอของนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทยที่คิดว่าตลาดน้ำตลิ่งชันควรดำเนินการปรับปรุงมากที่สุดคือเรื่องของห้องน้ำ ทั้งในแง่ความสะอาด และป้ายที่เห็นชัดเจน โดยคนไทยมองว่าไม่ควรเก็บเงิน ในเรื่องของอาหาร คนไทยเห็นว่าก๋วยเตี๋ยวมียามากเกินไป และทัศนียภาพถูกบดบังด้วยแฟรมน้ำ ขณะที่ชาวต่างชาติเสนอว่าควรมีเมนูอาหารภาษาอังกฤษ และกำหนดราคาให้มีมาตรฐาน ไม่ให้ราคาสูงเกินไป นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีความเห็นตรงกันว่าควรมีสินค้าผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือหัตถกรรมไทย มาจำหน่ายเพิ่มขึ้น ชาวต่างชาติบางคนยังต้องการให้ทำทางสำหรับจักรยาน และมีการประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม เพิ่มเติมด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวไทยก็เห็นว่า การประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป และไม่เห็นในสื่อต่าง ๆ จึงควรมีสถานที่ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว มีการแจกใบปลิวแนะนำสถานที่และบุคลากรให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยยังเห็นตรงกันว่าควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดของแม่น้ำ และการคมนาคม

ในกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนยังให้ความเห็นว่า ควรสร้างเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการตกแต่งสถานที่ให้มีความรู้สึกย้อนยุค เป็นไทยมากกว่านี้ และจัดที่นั่งที่ไม่ได้อยู่บนโป๊ะเรือให้มากขึ้น รวมถึงดูแลด้านความปลอดภัย ซ่อมแซมโป๊ะแพ และป้องกันนักท่องเที่ยว เช่น มีเสื้อชูชีพให้ใส่เวลาลงเรือด้วย นอกจากนี้ยังควรมีกิจกรรมเพิ่มเติมด้วยการขยายตลาด มีเรือพายมากขึ้น และควรจัดสถานที่จอดรถให้มากขึ้นด้วย

17. ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำตลิ่งชัน (ชาวต่างชาติ)

ความพึงพอใจต่อส่วนประกอบของตลาดน้ำ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ความสะอาดในการเดินทาง	4.4	0.2	มาก
ที่จอดรถ	3.4	0.47	ปานกลาง
ทัศนียภาพ	4.5	0.84	มากที่สุด
ความสะอาดของสถานที่	3.4	0.54	ปานกลาง
อรรถาธิบายของพ่อค้าแม่ค้า	4.4	0.9	มาก
อรรถาธิบายของชาวบ้านทั่วไป	4.4	0.9	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.1	0.78	มาก
ราคาสินค้า	3.8	0.6	มาก
กิจกรรมที่มีให้ทำ	4.0	0.77	มาก
การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	3.5	0.5	มาก
ศิลปวัฒนธรรม	3.9	0.7	มาก

(ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด)

จากแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ในตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวค่อนข้างพอใจ โดยเฉพาะในเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง ทัศนียภาพของพ่อค้าแม่ค้า และชาวบ้าน ซึ่งอยู่ในอัตราเท่ากับคือ 4.4 แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพอใจมากที่สุดคือเรื่องของทัศนียภาพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ 4.5

สำหรับสิ่งที่ชาวต่างชาติให้คะแนนความพอใจเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ที่จอดรถและความสะอาดของสถานที่ อยู่ในอัตราเฉลี่ยที่เท่ากับคือ 3.4 กรณีของที่จอดรถอาจเป็นไปได้ว่าเพราะชาวต่างชาติมักเดินทางมาเองโดยรถเมล์ หรือไม่ก็รถของบริษัททัวร์จึงไม่จำเป็นต้องใช้ที่จอดรถ ทำให้ผลคะแนนความพอใจออกมาเป็น 3.4 แต่เรื่องของความสะอาดของสถานที่ก็เป็นสิ่งที่สอดคล้องกับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวให้ในแบบสอบถามส่วนของความ คิดเห็น ว่าควรมีการปรับปรุงมากที่สุด

18. ตารางความพึงพอใจต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำตลิ่งชัน (ชาวไทย)

ความพึงพอใจต่อส่วนประกอบของตลาดน้ำ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ความสะดวกในการเดินทาง	4.2	0.95	มาก
ที่จอดรถ	3.76	0.68	มาก
ทัศนียภาพ	4.07	0.88	มาก
ความสะอาดของสถานที่	3.76	0.77	มาก
ทัศนียภาพของพ่อค้าแม่ค้า	3.90	0.79	มาก
ทัศนียภาพของชาวบ้านทั่วไป	3.87	0.75	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	3.58	0.56	มาก
ราคาสินค้า	3.34	0.6	ปานกลาง
กิจกรรมที่มีให้ทำ	3.36	0.69	ปานกลาง
การให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	3.42	0.52	ปานกลาง
ศิลปวัฒนธรรม	3.50	0.64	มาก

(ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.50-4.49 หมายถึง มาก, 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง น้อย, 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด)

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประกอบต่าง ๆ ของตลาดน้ำตลิ่งชันค่อนข้างดีภาพรวมมีอัตราน้อยกว่าชาวต่างชาติ สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพอใจมากที่สุดคือความ สะดวกในการเดินทาง ซึ่งค่าเฉลี่ยได้ 4.2 ทั้งนี้ก็เป็นไปในทางเดียวกับแบบสอบถามส่วนอื่น นั่นคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาที่ตลิ่งชันมักมาเพราะเห็นว่าใกล้บ้าน ไปมาสะดวก และมาเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ การเดินทางจึงสะดวกสำหรับพวกเขา

ส่วนที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดในความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยก็คือราคาสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ยเพียง 3.34 ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ยังเห็นว่าสินค้าที่นี่มีราคาแพงกว่าที่อื่น ๆ นอก

จากนี้กิจกรรมที่ให้ทำก็ยังมีไม่มาก ได้รับความพอใจน้อยเป็นอันดับสอง คือ 3.36 อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่มาดลิ่งชั้นเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในการทานข้าว จึงเห็นว่าที่นี่มีกิจกรรมให้ทำไม่มากนัก

กล่าวโดยภาพรวม จากข้อมูลในแบบสอบถามทั้งหมด นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยค่อนข้างพอใจกับการใช้เวลาพักผ่อนในตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง โดยมีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ รวมทั้งสิ่งที่คิดว่าเป็นปัญหาแตกต่างกันไป แต่อย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มต่างพอใจที่จะใช้เวลาว่างที่ตลาดน้ำไปกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะการนั่งเรือและการรับประทานอาหาร ส่วนเรื่องที่เป็นปัญหาซึ่งทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นค่อนข้างตรงกันคือเรื่องราคาสินค้าที่ค่อนข้างแพง และเรื่องความสะดวกของตลาดและห้องน้ำ ซึ่งน่าจะเป็นข้อสังเกตที่ชุมชนน่าจะนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงต่อไป

บทที่ 5

ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำตลิ่งชันและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำทั้งสองแห่งไว้ในบทที่ 1 และ 2 และนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำในบทที่ 3 ในบทนี้จะเป็นการอภิปรายผลการศึกษาและการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในชุมชนทั้งสองแห่ง เพื่อนำเสนอความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัย รวมทั้งวิเคราะห์ปัญหาที่เป็นอยู่ของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาวิถีและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสมต่อไป

อภิปรายผลการศึกษา

1) ผลกระทบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อวิถีชีวิตชุมชน

จากการศึกษาชุมชนตลาดน้ำทั้งสองแห่งพบว่าการท่องเที่ยวมีผลทำให้รูปแบบของตลาดน้ำเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ในระยะแรกการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำเดิม (ตลาดคลองลัดพลี) ทำให้พ่อค้าแม่ค้าบางกลุ่มเริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านค้าและสินค้า เพื่อมุ่งขายนักท่องเที่ยว เมื่อตลาดนัดย้ายมาเป็นตลาดของเอกชนที่ตลาดคลองตันเข้มในปัจจุบัน รูปแบบการค้าขายและกิจกรรมที่ปรากฏอยู่ล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสิ้น มีการดำเนินธุรกิจแบบผูกขาดกลายเป็นตลาดปิดไม่ใช่ตลาดของชุมชนอีกต่อไป จากการศึกษาค้นคว้าพัฒนาการของตลาดน้ำดำเนินสะดวกพบว่าตลาดน้ำดั้งเดิมค่อยๆ หดไปเองตามธรรมชาติ เพราะการคมนาคมเจริญขึ้นและการค้าขายทางบกเข้ามาแทนที่ การท่องเที่ยวไม่มีผลทำให้ตลาดน้ำของชุมชนหดไปโดยตรง แต่กลับเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ยังคงมีตลาดน้ำแห่งนี้อยู่ แต่คงอยู่ในรูปแบบที่ต่างไปจากเดิม (ดูรายละเอียด บทที่ 1 และบทที่ 3) สำหรับตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ รูปแบบและกิจกรรมมุ่งเน้นเพื่อขายสินค้าท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยจากนอกชุมชน ผลที่ตามมาคือ ตลาดน้ำทำให้เกิดอาชีพใหม่ด้านการค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะขึ้นมาในชุมชนทั้งสองแห่ง

แม้ว่างานการศึกษาหลายเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยจะพบว่าการท่องเที่ยวมีผลกระทบด้านลบมากกว่าด้านบวกต่อสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (กิตติพงษ์ ประชุมแดง, 2533; อรัญญา สุวรรณดี, 2538; สุรีย์ บุญญานุกพงษ์, 2539; อาคม พัตถิยะและคณะ, 2533) โดยเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการแต่งกาย ประเพณี การใช้เวลาว่าง การใช้จ่าย ความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติและเพื่อนบ้าน และนำไปสู่ปัญหาการพนัน อาชญากรรมหรือโสเภณีได้ แต่การศึกษาครั้งนี้พบว่าการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำมีผลกระทบโดยตรงต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนไม่มากนัก ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมและค่านิยมของคนเฉพาะกลุ่ม ซึ่งได้แก่ผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น

ผลกระทบด้านลบที่พบเหมือนกันทั้งสองชุมชนคือ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหายขยะ น้ำเสีย มลพิษทางอากาศและเสียง การทำลายทัศนียภาพของชุมชนในบริเวณตลาดน้ำ ทัศนคติและพฤติ

กรรมของคนในชุมชนที่มีต่อนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เอาเปรียบหลอกลงนักท่องเที่ยวโดยมองแค่เป็นแหล่งผลประโยชน์ ลักษณะเช่นนี้เกิดในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากกว่าในตลาดน้ำลิ่งชัน เพราะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากต่างวัฒนธรรมจึงเอาเปรียบได้ง่ายกว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากและมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมานานจนผู้ประกอบการรู้สึกเคยชิน ติดต่อกับนักท่องเที่ยวในเชิงการค้าเพียงด้านเดียว ไม่สนใจเรื่องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมหรือการเป็นเจ้าบ้านที่ดี นอกจากนี้ธุรกิจการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีผลประโยชน์สูง ความสัมพันธ์เชิงลบจึงมีอยู่มาก มีแข่งขันและความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง และระหว่างผู้ประกอบการจากนอกชุมชนกับกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าท้องถิ่นที่รู้สึกว่าคุณเสียประโยชน์จากระบบธุรกิจผูกขาดที่เป็นอยู่ และถูกกีดกันออกจากตลาดที่คนกลุ่มนี้คิดว่าควรเป็นตลาดของชุมชน ในตลาดน้ำลิ่งชันผลกระทบด้านการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวและความขัดแย้งระหว่างผู้เกี่ยวข้องกับคนในชุมชนมีน้อยกว่ามาก เพราะนักท่องเที่ยวเป็นคนไทยและมีจำนวนไม่มากนักเกินไป จึงยังมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอยู่

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผลกระทบด้านลบต่อวิถีชีวิตชุมชนของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำมีจำกัด มาจากลักษณะเฉพาะตัวของนักท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ ข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่และกิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวกับชุมชนมีปฏิสัมพันธ์กันน้อย ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มทัวร์ขนาดใหญ่ที่มีการกำหนดเวลาทำกิจกรรมไว้ล่วงหน้าแล้ว ในอดีตนักท่องเที่ยวจะเดินเที่ยวชมตลาดน้ำแล้วเลยเข้าไปในชุมชน ได้พบปะกับคนท้องถิ่นบ้าง แต่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะมีเวลาเพียง 1-2 ชั่วโมงอยู่ที่ท่าเรือเพื่อนั่งเรือพายในตลาดหรือเดินดูของตามร้านค้า จึงได้พบแต่พ่อค้าแม่ค้าที่พยายามจะขายของเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังไม่มิจิจกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ที่ดึงให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในชุมชนนานพอที่จะนำไปสู่การเลียนแบบวัฒนธรรมหรือการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวได้ ไม่เหมือนกับการท่องเที่ยวแบบ home stay หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต้องใช้เวลาเป็นวันๆ อยู่ในชุมชน สำหรับตลาดน้ำลิ่งชันความสัมพันธ์มีระยะเวลาจำกัดเช่นกัน นอกจากนี้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเป็นคนไทยด้วยกันผลกระทบทางวัฒนธรรมจึงมีน้อยมาก กิจกรรมการท่องเที่ยวจะถูกจำกัดอยู่เฉพาะในตลาดน้ำ การนั่งเรือชมคลองก็เป็นการเที่ยวชมธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่มีโอกาสดูติดต่อกับคนในชุมชนน้อยมาก ส่วนใหญ่มีคฤหาสน์จะเป็นผู้ให้ข้อมูลทางวัฒนธรรมแทนคนในชุมชน

ในสังคมไทยชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลความเจริญจะได้รับผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าชุมชนที่เจริญแล้วใกล้ตัวเมือง เพราะกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจกลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดในชุมชน มีผลให้คนท้องถิ่นเต็มใจรับพฤติกรรมและวิถีชีวิตให้เข้ากับการท่องเที่ยว (Cohen, 1996:24) ชุมชนอาจยังตามไม่ทันธุรกิจการท่องเที่ยว ขาดการศึกษาจึงไม่สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ดีเท่าที่ควร สำหรับชุมชนตลาดน้ำทั้งสองแห่งการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตชุมชนมากนัก เพราะทั้งสองแห่งจัดว่าเป็นชุมชนที่ค่อนข้างเจริญแล้ว มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคง มีอาชีพหลักทางการเกษตรอยู่แล้ว และคนในชุมชนมีความคุ้นเคยกับธุรกิจการท่องเที่ยวพอสมควร

ผลกระทบด้านลบที่สำคัญมากประการหนึ่งที่คนในชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกส่วนใหญ่จะไม่ตระหนักถึง ได้แก่การเสียโอกาสของชุมชนที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง ต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรมในด้านชื่อเสียงของตลาดน้ำดำเนินสะดวกถูกนักธุรกิจที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวและมีทุนมากกว่าเข้ามาฉวยไปบริหารจัดการเพื่อประโยชน์เฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยช่วงเวลาในอดีตที่ชุมชนยังไม่เข้มแข็ง ยังไม่รู้ไม่เท่าทันกระแสการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในตลาดเป็นผู้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว

เที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมาแวะที่ตลาดน้ำเพียงช่วงสั้นๆ ตามโปรแกรมทัวร์ที่จัดไว้แล้ว ทำให้ไม่มีเวลาอยู่ในชุมชน ผลก็คือชุมชนขาดโอกาสที่จะพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จะดึงนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาในชุมชนมากขึ้น ทั้งๆ ที่ชุมชนมีศักยภาพและมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปะอยู่แล้ว นอกจากนี้การที่ผู้ประกอบการเน้นแต่ผลประโยชน์จากการขายสินค้าของตน ไม่สนับสนุนสินค้าท้องถิ่นทำให้ชุมชนขาดโอกาสทางเศรษฐกิจในการสร้างงานและสร้างรายได้ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนที่ไม่อาจประเมินได้

โดยภาพรวมแล้วการท่องเที่ยวตลาดน้ำมีผลกระทบต่อชุมชนในด้านบวกมากกว่าลบ ในกรณีของตลาดน้ำดำเนินสะดวกการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวช่วยสร้างงานให้คนในชุมชน มีส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตเนื่องจากการปรับปรุงพื้นที่ ปรับปรุงการคมนาคมและสาธารณูปโภคให้ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ช่วยกระตุ้นให้คนในชุมชนสนใจประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น คนในชุมชนทั้งสองแห่งเห็นตรงกันว่า การท่องเที่ยวตลาดน้ำช่วยสร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชน

2) ความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

ประชาชนในชุมชนทั้งสองแห่งมีความเห็นและความต้องการที่คล้ายคลึงกัน เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในประเด็นต่อไปนี้

- มีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว ต้องการให้มีตลาดน้ำอยู่ต่อไป เพื่อให้คนในชุมชนมีงานทำ มีรายได้ ตระหนักถึงศักยภาพของตนเองและเห็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น แต่ในขณะเดียวกันยังไม่พอใจกับรูปแบบตลาดน้ำที่เป็นอยู่ต้องการปรับปรุงรูปแบบและสถานที่ให้เหมาะสมเพื่อเอื้อผลประโยชน์ให้คนในชุมชนมากที่สุด

- ต้องการเข้าไปบริหารจัดการกิจกรรมของตลาดน้ำเองในรูปของการรวมกลุ่มในชุมชนหรือการตั้งเป็นสหกรณ์ มีความเข้าใจตรงกันว่ารูปแบบการจัดการตลาดน้ำที่ยั่งยืนต้องเป็นรูปแบบที่ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผน การบริหารจัดการและการจัดกิจกรรมที่มีพื้นฐานมาจากลักษณะเด่นของชุมชน คือ อาชีพและวิถีชีวิตแบบสังคมเกษตรกรรมที่อยู่ใกล้น้ำ

- ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐในด้านการบริหารจัดการที่อยู่นอกเหนืออำนาจการจัดการและความสามารถของชุมชน เป็นต้นว่า ต้องการให้หน่วยงานของรัฐบาลเข้ามาส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ การบังคับใช้กฎหมายเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยในตลาด การควบคุมราคา การเอาเปรียบหลอกหลวงนักท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มองค์กรชุมชนระดับท้องถิ่นยังไม่มีอำนาจทางกฎหมายโดยเฉพาะในกรณีที่เป็นกิจการของเอกชนที่มีผู้ประกอบการจากภายนอกเป็นเจ้าของ ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐในกิจกรรมที่ต้องใช้งบประมาณมาก เช่น การจัดบริการด้านสาธารณูปโภค หรือเส้นทางคมนาคมในชุมชน

- ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานนอกชุมชนด้านวิชาการ ซึ่งรวมถึงการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การพัฒนาสินค้าที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น หรือแม้แต่ความรู้เกี่ยวกับการเขียนโครงการเพื่อของบประมาณจากหน่วยงานต่างๆ ความรู้เกี่ยวกับการรวมกลุ่มเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง แม้ว่าชุมชนจะมีองค์ความรู้เหล่านี้อยู่บ้างแล้ว แต่ต้องการเรียนรู้การจัดการและบริหารงานอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ดีเนื่องจากตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลิ่งชันมีพัฒนาการและรูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่ต่างกันอยู่บ้าง ความต้องการของประชาชนในชุมชนจึงมีข้อแตกต่างกันในรายละเอียดที่จะอภิปรายแยกเป็นแต่ละชุมชน ดังต่อไปนี้

ความเห็นและความต้องการของประชาชนในชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีประสบการณ์ทั้งด้านบวกและลบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำมานานกว่า 30 ปี ประชาชนที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในตลาดน้ำมักไม่ค่อยให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในตลาดน้ำมากนักเว้นแต่เมื่อมีข่าวที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสีย แต่มีประชาชนบางกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มผู้นำชุมชน นักธุรกิจท้องถิ่น ผู้ที่เคยค้าขายในตลาดน้ำมาก่อนและผู้ประกอบการรายย่อยที่ยังค้าขายอยู่ในปัจจุบัน ที่ให้ความสนใจและต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบของตลาดน้ำเสียใหม่ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิถีและรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในการศึกษาคั้งนี้มากที่สุด

ความต้องการของประชาชนกลุ่มหลังนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ต้องการให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม สามารถเข้าไป “จัดระเบียบ” ตลาดน้ำปัจจุบัน แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาชื่อเสียงของชุมชน และเพื่อให้ตลาดน้ำแห่งนี้ดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนต่อไป ในส่วนนี้ประชาชนกลุ่มนี้ต้องการให้มีมาตรการดังต่อไปนี้

(1) การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาค้างคาวที่ขยี้ทำให้หน้าน้ำเสีย โดยความร่วมมือจากผู้ประกอบการและหน่วยงานรักษาความสะอาด หากแก้ปัญหานี้ได้จะทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกล้าซื้ออาหารและผัก ผลไม้มากขึ้นซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้แก่ผู้ค้า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต่างชาติระวังเรื่องความสะอาด มีแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวเอเชียบางส่วนเท่านั้นที่กล้าซื้ออาหารท้องถิ่นรับประทาน

(2) การควบคุมราคาสินค้าและบริการ มีการกำหนดราคาสินค้าที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบลูกค้า มีการติดป้ายราคาให้ชัดเจน

(3) การควบคุมระเบียบการเดินทางเรือ ไม่ใช่เรือยนต์ในคลองเล็ก ไม่พายเรือเบียดแข่งกัน

(4) การส่งเสริมให้นำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของท้องถิ่นมาขายให้นักท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนคนท้องถิ่นให้มีรายได้ และช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของชาวดำเนินสะดวกและราชบุรี

(5) การส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเข้าไปนำเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน คนท้องถิ่นย่อมรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตในท้องถิ่นได้ลึกซึ้งกว่ามัคคุเทศก์จากภายนอก

อย่างไรก็ดีประชาชนกลุ่มนี้ตระหนักดีว่าความต้องการเหล่านี้เป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจากมีความพยายามของหน่วยงานราชการทั้งระดับเทศบาล อำเภอและจังหวัดที่จะดำเนินการตามมาตรการที่ 1-3 แต่ไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร สามารถควบคุมได้เฉพาะในส่วนที่เป็นลำคลองสาธารณะ แต่ไม่สามารถควบคุมในเขตพื้นที่ของที่เอกชนที่อยู่บนบกได้ ดังนั้นจึงได้เกิดความคิดที่จะรวมกลุ่มกันจัดตั้งตลาดน้ำแห่งใหม่ขึ้น

ความต้องการส่วนที่สอง ได้แก่ ต้องการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ให้เป็นตลาดน้ำที่คนในท้องถิ่นสามารถเข้ามาค้าขายได้โดยอิสระ ประชาชนกลุ่มนี้ได้เสนอโครงการเพื่อขอขออนุญาตสนับสนุนจากราชการในการจัดตั้งตลาดน้ำแห่งใหม่ขึ้นในรูปแบบของโครงการของชุมชน โดยขณะนี้ดำริที่จะตั้งขึ้นในที่ดินสาธารณะบริเวณริมคลองหน้าวัดโชติทายการาม โดยมีรูปแบบดังนี้

(1) จัดเป็นกิจกรรมร่วมของชุมชนในรูปแบบของสหกรณ์ตลาดน้ำ โดยชาวบ้านสามารถ

เข้าร่วมเป็นสมาชิกโดยมีองค์กรเทศบาลตำบลดำเนินสะดวกเป็นผู้ดูแล เป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน การจัดตั้งในที่สาธารณะจะทำให้ควบคุมให้ผู้ประกอบการทำตามระเบียบได้ง่ายขึ้น (ดังเช่นที่เป็นอยู่ใน ตลาดน้ำตลิ่งชัน)

(2) ตลาดน้ำแห่งนี้ไม่ได้สร้างขึ้นมาแข่งขันกับตลาดเดิม แต่จะเป็น “ทางเลือก” ให้นักท่องเที่ยวที่มาจากตลาดน้ำคลองต้นเข้มีสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น จัดให้มีกิจกรรมที่ส่งเสริมและเกี่ยวเนื่องกับตลาดน้ำเดิม เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ชมวัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตในชุมชน

(3) จัดให้เป็นตลาดของชุมชนซึ่งมีการค้าขายทั้งทางน้ำและทางบก เน้นขายสินค้าทางการเกษตรให้คนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงเป็นหลัก เพื่อให้มีที่สำหรับคนท้องถิ่นมาชุมนุมขายของกัน เช่นในอดีต ส่วนนักท่องเที่ยวที่สนใจก็สามารถมาเที่ยวชมได้ โดยจะไม่เน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก เหมือนตลาดน้ำปัจจุบัน

(4) จัดให้เป็นแหล่งรวมสินค้าพื้นเมือง ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

(5) เมื่อมีการจัดตั้งตลาดน้ำได้แล้ว จะส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องจากการค้าในตลาดน้ำ เช่น การนั่งเรือเที่ยวคลอง การเที่ยวสวน ตลอดจนการจัด home stay อบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

(6) ต้องการการสนับสนุนด้านวิชาการและการบริหารจัดการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยในด้านข้อมูลทางศิลปะ วัฒนธรรม และการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวซึ่งคนในชุมชนยังไม่มีความรู้พอเพียง

(7) ต้องการการสนับสนุนด้านงบประมาณในขั้นต้นเพื่อการจัดหาสาธารณูปโภคและสิ่งก่อสร้างบางส่วนในตลาดน้ำ

จะเห็นได้ว่าความต้องการที่จะสร้างตลาดน้ำแห่งใหม่ของประชาชนในชุมชน ส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการต่อสู้อันยาวนานของคนในท้องถิ่นที่จะเข้าไปมีส่วนแบ่งในผลประโยชน์จากธุรกิจการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยการเข้าไปขายสินค้าในคลอง แต่ได้รับการกีดกันจากเจ้าของท่าเรือไม่ให้เรือเทียบท่า หากต้องการขายก็ต้องเสียเงินค่าเช่าท่า ชาวบ้านได้เคยรวมตัวกันประท้วงต่อรองภคินักธุรกิจเจ้าของท่า จนมีความรู้สึกที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งนี้ได้เนื่องจากเจ้าของท่าเรือรายใหญ่ไม่เห็นความจำเป็นในการให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดน้ำ การสร้างตลาดของชุมชนขึ้นใหม่จึงดูจะเป็นทางออกที่ดีในความคิดของชุมชน แม้จะยังไม่ค่อยมั่นใจในเรื่องของการบริหารจัดการและการตลาดอยู่บ้าง ความต้องการอีกส่วนหนึ่งมาจากความเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ เช่น แหล่งแม่น้ำลำคลอง วิถีชีวิตแบบชาวสวนและชาวคลอง เรือกสวนที่มีอยู่ในท้องที่ เรือแบบต่างๆ ที่ใช้กันมาแต่อดีตและยังมีเก็บอยู่ตามบ้านเรือนจำนวนมาก ซึ่งชุมชนดำเนินสะดวกมีทรัพยากรเหล่านี้อยู่พร้อมจากการที่ผู้นำชุมชนได้ไปศึกษารูปแบบของตลาดน้ำแห่งอื่นๆ ทำให้เล็งเห็นความเป็นไปได้ของโครงการ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะได้รับงบประมาณสนับสนุนหรือไม่ หากไม่ได้รับงบประมาณ ชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะระดมทุนและความร่วมมือจากคนในชุมชนมาจัดตั้งตลาดน้ำเองได้หรือไม่ จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างทางสังคมของชาวชุมชนดำเนินสะดวกยังมีลักษณะเป็นชุมชนเกษตรกรรมในชนบทที่มีพื้นฐานอยู่บนการพึ่งพากันในระบบเครือญาติและเครือขายเพื่อนบ้านอยู่มาก ยังมีความรู้สึกสนิทสนมกันมากพอที่จะนำไปสู่ความร่วมมือและการพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งขึ้นไปได้ โครงการจัดตั้งตลาดน้ำแห่งใหม่จึงมีความเป็นไปได้สูง ชาวชุมชนกลุ่มนี้เชื่อว่าการจัดการที่ถูกต้องเหมาะสมให้พัฒนาขึ้นเป็นกิจกรรมของชุมชน

ชน การท่องเที่ยวตลาดน้ำในรูปแบบนี้จะได้รับความร่วมมือในการค้าขายทางเรือและการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันจากคนกลุ่มอื่นๆ ในชุมชน จะทำให้ตลาดน้ำมีลักษณะที่เป็นธรรมชาติและจะพัฒนาเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ วัตถุประสงค์แฝงของความต้องการของคนกลุ่มนี้ก็เพื่อให้มีการแข่งขันกับตลาดน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวเสียใหม่ จะเป็นผลดีทั้งแก่นักท่องเที่ยวและชุมชนในระยะยาว ตลอดจนต้องการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนมากขึ้น

ความเห็นและความต้องการของประชาชนในชุมชนตลาดน้ำตลิ่งชัน

ที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของประชาชนในชุมชนตลาดน้ำมีลักษณะคล้ายคลึงกับข้อมูลของชุมชนดำเนินสะดวก กล่าวคือเป็นข้อมูลที่ได้จากคนกลุ่มน้อยในชุมชน คือ จากกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งเป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วมในการเป็นผู้บริหาร รวมทั้งบางคนเป็นผู้ค้าและตัวแทนผู้ค้าเองด้วย ชาวชุมชนใกล้ตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่ที่ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมของตลาดน้ำ มักให้ความเห็นกลางๆ ว่าตลาดน้ำช่วยสร้างรายได้ให้คนในชุมชน รวมทั้งช่วยพัฒนาชุมชนให้ปลอดภัยน่าอยู่มากขึ้น ความต้องการที่กลุ่มนี้เสนออีกมักเป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น การเพิ่มที่จอดรถเพื่อลดความแออัดในวันที่มีตลาดน้ำ

ความต้องการของกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันได้แก่

(1) ต้องการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม วางแผนที่จะพัฒนาอย่างช้าๆ ค่อยเป็นค่อยไปให้พึ่งตัวเองได้ ไม่ต้องการบริหารตลาดน้ำโดยมุ่งหวังผลประโยชน์เชิงธุรกิจเป็นใหญ่ เช่น ไม่ต้องการทำสัญญากับบริษัททัวร์ ต้องสร้างเอกลักษณ์ เน้นด้านการบริการ ความสะอาด ราคาที่เป็นธรรม การดูแลสภาพแวดล้อมให้เป็นธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวประทับใจ

(2) ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ ในด้านการดูแลความสะอาด สนับสนุนจัดหางบประมาณด้านสิ่งก่อสร้างหรือคิดค่าบริการสาธารณูปโภคเป็นพิเศษ การประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ต้องการให้มีการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องมีแผนดำเนินการที่แน่ชัด เพื่อการวางแผนระยะยาวของประชาคม

(3) ต้องการขยายพื้นที่ดำเนินการ ต้องการปรับปรุงพื้นที่เพื่อความเป็นระเบียบ ขยายแนวพื้นที่ขายสินค้าให้มากขึ้น จัดแบ่งเขตตามประเภทสินค้าให้ชัดเจน เปิดตลาดน้ำให้เป็นพื้นที่สีเขียวเพื่ออย่าเอกลักษณ์การเป็นชุมชนชาวสวน ต้องการที่จอดรถเพิ่มเพื่อแก้ปัญหาการจราจรคับคั่ง

(4) ต้องการให้คนกลุ่มอื่นในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการมากขึ้น เพื่อจะได้กระจายความรับผิดชอบ ช่วยกันดูแลและให้ความคิดเห็นในการบริหารและพัฒนาตลาดน้ำ

จะเห็นได้ว่าความต้องการของกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน มีความคาดหวังต่อหน่วยงานของรัฐค่อนข้างสูง ที่เป็นเช่นนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะตลาดน้ำแห่งนี้ตั้งอยู่ในที่ดินของรัฐ เกิดขึ้นได้โดยงบประมาณและความสนับสนุนของสำนักงานเขตตลิ่งชันมาแต่แรก จึงยังเกิดความเคยชินต้องการให้หน่วยงานของรัฐให้ความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องเพราะเห็นว่าหน่วยงานรัฐมีอำนาจในการตัดสินใจสั่งการ และบังคับกฎระเบียบต่างๆ ได้ดีกว่าให้ประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันดำเนินการเอง ความต้องการนี้สวนทางกับสำนักงานเขตตลิ่งชันที่ต้องการให้ชุมชนเข้ามารับผิดชอบการบริหารงานมากขึ้น ให้ชุมชนดูแลตัวเองได้โดยใช้งบประมาณที่ได้จากกองทุนของประชาคมและการจัดกิจกรรมหารายได้ต่างๆ เช่น กิจกรรมตลิ่งชันทัวร์ แต่ประชาคมเห็นว่ายังมีเงินส่วนกลางน้อยไม่สามารถทำอะไรได้มากนัก หากได้หน่วยงานของรัฐมาช่วยจะทำให้ดำเนินงานได้คล่องตัว นี่เป็นปัญหาหนึ่งพบอยู่เสมอในกรณีที่หน่วยงานของรัฐทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงใน

ระยะแรกให้แก่องค์กรชุมชน อีกส่วนหนึ่งเป็นเพราะชุมชนดั่งชั้นมีโครงสร้างทางสังคมที่มีลักษณะเป็นชุมชนกึ่งเมือง สมาชิกมีความหลากหลายด้านอาชีพและเป็นคนจากนอกชุมชนจำนวนหนึ่ง มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ ขาดความคุ้นเคยและการพึ่งพากันจึงทำให้การระดมความร่วมมือในชุมชนไม่ได้ผลเท่าที่ควร ด้วยเงื่อนไขด้านสิทธิในการจัดการพื้นที่และเงื่อนไขทางสังคมที่เป็นอยู่ ประชาคมตลาดน้ำดั่งชั้นจึงเห็นว่าการบริหารงานแบบกึ่งราชการ ใช้หน่วยงานของรัฐเป็นเครื่องมือในการควบคุมดูแลกฎระเบียบในตลาดน้ำจะทำให้สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งเป็นที่ดินของเอกชนซึ่งบริหารงานในระบบผูกขาดแล้ว จะเห็นได้ว่าตลาดน้ำดั่งชั้นประสบความสำเร็จมากกว่าในการบริหารจัดการตลาดน้ำและการกระจายผลประโยชน์ให้คนในชุมชนเพราะใช้หน่วยงานของรัฐเข้ามาควบคุม อย่างไรก็ตามเมื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและมีแหล่งรายได้มากขึ้น ก็จะมีข้อครหาตามมาในเรื่องการจัดการผลประโยชน์ ซึ่งประชาคมตลาดน้ำจะต้องบริหารงานให้โปร่งใสและหาวิธีการชี้แจงทำความเข้าใจกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันความเข้าใจผิดอันจะก่อให้เกิดความขัดแย้งซึ่งจะมีผลกระทบต่อความร่วมมือของชุมชนต่อไปในอนาคต

3) ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

จากการศึกษาพบว่าปัญหาหลักที่ควรได้รับการแก้ไขในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้แก่

(1) **ปัญหาในการบริหารและการจัดการ** การท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะพิเศษที่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากบุคคลหลายฝ่ายจึงจะประสบความสำเร็จ ในอดีตการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกไม่ต้องทำอะไรมาตั้งแต่เสนอสภาพชุมชนและชีวิตวัฒนธรรมที่มีอยู่จริงต่อนักท่องเที่ยว แต่ต่อมาเมื่อการคมนาคมเจริญการค้าขายทางน้ำในชุมชนในระดับตลาดขนาดใหญ่หมดไป ปัญหาจึงอยู่ที่ว่าทำอย่างไรจึงจะสามารถดำรงสภาพของตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องการเห็นไว้ต่อไปได้ ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกนักธุรกิจเอกชนได้เข้ามาทำหน้าที่นี้ โดยการจัดรูปแบบตลาดและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ในรูปของธุรกิจแบบผูกขาด ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นผู้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบใหม่ขึ้น ซึ่งมีการปรับรูปแบบไปหลายประการ เช่น เปลี่ยนการใช้พื้นที่ตลาดจากเดิมที่ค้าขายกันในน้ำมาเป็นการใช้พื้นที่บนบกมากขึ้น เมื่อพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าการเกษตรทางเรือลดน้อยลง ก็เพิ่มสินค้าจำพวกของที่ระลึกและอาหารมากขึ้น เพิ่มจำนวนเรือในท้องน้ำโดยจัดเรือพายพานักท่องเที่ยวลงไปในลำคลอง

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยนักธุรกิจเอกชนอาจจะประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง คือ ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกดำรงอยู่ต่อไปในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่ปัญหาที่ตามมาคือความขัดแย้งในกลุ่มผู้ค้า การกระจายรายได้อย่างไม่เป็นธรรมตักกับกลุ่มผู้ประกอบการและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจากนอกชุมชนเพียงไม่กี่รายที่เข้ามาหาผลประโยชน์จากชื่อเสียงเดิมของชุมชน โดยไม่คืนประโยชน์ให้เท่าที่ควร ชุมชนไม่สามารถเข้าไปควบคุมการจัดการเพื่อรักษาชื่อเสียงของชุมชนได้เต็มที่ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องของการกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละคนต่างบริหารงานเป็นอิสระ ไม่มีการร่วมมือกันวางแผนใดๆ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบและมีการแข่งขันสูง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการมั่นใจกับเครือข่ายทางธุรกิจที่แบ่งผลประโยชน์กับบริษัทนำเที่ยวและมีอคติเทศก์

ทางเลือกอีกทางหนึ่งในการจัดการการท่องเที่ยวคือการให้ชุมชนมีส่วนร่วมตั้งที่ดำเนินการอยู่ที่ตลาดน้ำดั่งชั้น ซึ่งประสบความสำเร็จพอสมควรในด้านการกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอย่างค่อนข้าง

เป็นธรรมชาติ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นก็ได้แก่การที่ชุมชนต้องพึ่งพาหน่วยงานของรัฐ (สำนักงานเขตตลิ่งชัน) อย่างมากในด้านงบประมาณและบุคลากรที่ใช้ในการบำรุงรักษาตลาดน้ำ การควบคุมให้สมาชิกปฏิบัติตามระเบียบ หากไม่มีหน่วยงานราชการเป็นที่พึ่งก็อาจไม่แน่ว่าการบริหารงานโดยชุมชนจะประสบความสำเร็จมากนักยิ่งใด เพราะการจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากหลายฝ่าย ทั้งผู้ค้า ชาวสวนและคนกลุ่มอื่นในชุมชน ตัวแทนจากชุมชนที่จะเข้ามาดูแลในด้านนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวพอสมควร ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว การดูแลนักท่องเที่ยว ในระยะหลังมีการเปิดตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นอีกหลายแห่งการแข่งขันจึงสูงขึ้น ตลาดน้ำแต่ละแห่งต้องมีการศึกษาข้อมูล วางแผนและหาเอกลักษณ์ที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงไม่เชื่อว่าทุกชุมชนจะมีศักยภาพพร้อมที่จะบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำได้ การบริหารจัดการโดยเอกชนของตลาดน้ำแบบดำเนินสะดวกอาจจะยังคงดำเนินต่อไปได้เพราะมีเครือข่ายที่ดีกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ในระยะยาวเมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น อาจจะเสื่อมลงเพราะได้กลายสภาพเป็นการแสดงเพื่อมุ่งขายสินค้าให้นักท่องเที่ยวมากกว่า ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่พบในตลาดน้ำทั้งสองแห่ง ได้แก่ปัญหาไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลอย่างต่อเนื่อง ขาดงบประมาณในการปรับปรุงดูแลโครงสร้างพื้นฐานของตลาด ชุมชนยังไม่พร้อมจะบริหารงานเองเนื่องจากขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยว คอยหวังความช่วยเหลือจากราชการ

(2) ปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์และรูปแบบของตลาดน้ำ มีคำกล่าวกันในหมู่นักวิชาการและนักอุตสาหกรรมบางกลุ่มว่าตลาดน้ำได้ตายไปแล้ว ตลาดน้ำเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของสังคมไทยในอดีตที่ใช้ตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำลำคลอง และใช้เส้นทางคมนาคมทางน้ำเป็นหลักเป็นจุดนัดพบที่คนในชุมชนหรือต่างชุมชนนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนกัน ตลาดแห่งไหนตั้งอยู่ในบริเวณที่เดินทางได้สะดวกก็จะขยายตัวกลายเป็นตลาดใหญ่ ในอดีตจะพบตลาดน้ำอยู่ในทุกชุมชน ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญขึ้นตลาดน้ำก็หมดหน้าที่เกิดเป็นตลาดบกขึ้นมาแทน ในปัจจุบันตลาดน้ำที่ยังคงมีการค้าขายกันของคนในชุมชนที่อยู่ใกล้ลำน้ำอยู่น้อยแห่งและเป็นการค้าขายขนาดเล็กในลักษณะของตลาดนัด มีคนมาไม่มากและติดตลาดเพียงบางวันเท่านั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าตลาดน้ำในสังคมไทยปัจจุบันสูญหายไปหมดแล้วตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของชุมชนและระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งจากความเจริญของการคมนาคมทางบก ตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันจึงเป็นตลาดน้ำที่จัดตั้งขึ้นหรือยังมีอยู่เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ไม่ใช่ตลาดสำหรับการค้าขายของคนในชุมชนอีกต่อไป

ดังนั้นจึงมีการตั้งคำถามขึ้นว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกในหมู่นักท่องเที่ยวว่าเป็นตลาดน้ำแห่งเดียวในประเทศที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนไทย มีความ "ถูกต้อง" หรือ "แท้จริง" (authenticity) ยิ่งใด หรือเป็นเพียง "ผลิตภัณฑ์" ที่จัดสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ทางการค้าเท่านั้น เป็นการให้ข้อมูลที่ไม่ตรงต่อความเป็นจริง (misrepresentation) เพื่อ "หลอกลวง" ในกรณีของตลาดน้ำดำเนินสะดวกขั้นตอนพัฒนาการของตลาดน้ำที่ผ่านมาในช่วง 20 ปีหลังทำให้ตลาดน้ำค่อยพัฒนาจากตลาดน้ำตามธรรมชาติของชุมชนที่เป็นอยู่จริงกลายเป็นตลาดน้ำเพื่อนักท่องเที่ยวอย่างค่อยเป็นค่อยไป จนทำให้เกิดความเข้าใจว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกในปัจจุบันก็คือตลาดน้ำดั้งเดิมเมื่อ 30 ปีที่แล้ว ทั้งที่คนในชุมชนผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวและนักอุตสาหกรรมก็รู้ว่าไม่ใช่ตลาดน้ำแบบเดิม แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวยังคงพยายามรักษาภาพลักษณ์เดิมไว้เพื่อผลประโยชน์เชิงธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจึงต้องนำรูปแบบการค้าแบบใหม่เข้ามาเสริมเพื่อคงภาพลักษณ์ดั้งเดิมของตลาดน้ำไว้ เมื่อไม่มีสินค้าจากสวน

มาขายก็ต้องไปหาซื้อมาจากตลาดมาใส่เรือขาย นำสินค้าของที่ระลึกเข้ามาเสริมสินค้าเกษตรกรรมและเพิ่มเนื้อที่ตลาดบกขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้ ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้มีการสร้างภาพเสมือนจริง (staged authenticity) ของตลาดน้ำขึ้นเพราะต้องการนำเสนอประสบการณ์ทางวัฒนธรรม (cultural experience) ที่สวยงาม แปลก แตกต่างและน่าประทับใจตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้จากข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับจากสื่อโฆษณาและบริษัทท่องเที่ยวต่างๆว่าจะได้มาเห็นตลาดน้ำที่มีคนท้องถิ่นนำผลผลิตใส่เรือมาขายกันเต็มท้องน้ำ แต่ความเป็นจริงกลับไม่เป็นเช่นนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นเริ่มแตกต่างกันจนนักท่องเที่ยวเริ่มรู้สึกได้ว่าเป็นเพียงการแสดงอย่างหนึ่ง เมื่อนักท่องเที่ยวกลับก็ปิดฉาก ปิดตลาดกลับบ้านไปขาดความหมายตามรากเหง้าทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์กับชุมชนโดยสิ้นเชิง ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว จะทำอย่างไรกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ หากไม่มีตลาดน้ำที่แท้จริงอยู่แล้ว จะเลิกลุ่มตลาดน้ำไปเลย หรือจะมองหาดตลาดน้ำรูปแบบใหม่มาทดแทน หรือจะยังคง “หลอกฝรั่ง” อยู่ต่อไป

ปัญหานี้เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการนำเสนอและให้ข้อมูลที่ถูกต่องแก่นักท่องเที่ยว เป็นการตั้งคำถามกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยว่ามีความจริงใจเพียงใดในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เป็นที่รับรู้กันในสหัสวรรษที่ 2000 แนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-tourists) มากขึ้น ต้องการสินค้าและบริการที่มีส่วนประกอบของสาระความรู้ และบริการที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับความต้องการรายบุคคล (personalized service) มากขึ้น รวมทั้งลักษณะของนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเปลี่ยนไป จากการแสวงหาความบันเทิงอย่างเดียวมาเป็นการแสวงหาความรู้และสาระบันเทิง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2544: 2) ข้อแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวกับสิ่งที่เป็นอย่างจริงนับวันแต่จะเห็นได้ชัดเจนขึ้นทุกที นักท่องเที่ยวประเภท mass tourists อาจไม่สนใจหรือไม่มีความเลือกมากนักที่จะต้องไปตามโปรแกรมที่กลุ่มทัวร์จัดไว้ แต่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ใส่ใจกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมจริงเริ่มจะหลีกเลี่ยงแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวและหันไปหาแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีนักท่องเที่ยวมากนักแทน ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัวรับกับความต้องการเหล่านี้อย่างเหมาะสม ต้องให้ความรู้ที่ตรงต่อความเป็นจริงแก่นักท่องเที่ยว ไม่ให้เกิดความรู้สึกว่าถูกหลอก ต้องอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำไปตามสภาพเศรษฐกิจและการคมนาคมของชุมชน นำเสนอสิ่งที่มีอยู่จริงซึ่งได้แก่วิถีชีวิตชาวไทยที่อยู่ริมน้ำ

ในสายตาของผู้ประกอบการส่วนหนึ่งซึ่งได้แก่ มัคคุเทศก์ เจ้าของท่าเรือและคนขายของในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีความเห็นว่า ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นตลาดน้ำแห่งเดียวที่เป็นตลาดน้ำที่แท้จริง มีบรรยากาศของเรือพายขายในลำคลองและนักท่องเที่ยวได้ลงไปสัมผัสโดยการนั่งเรือไปมาในบริเวณตลาดน้ำได้ คนเหล่านี้ยังคงเชื่อว่าเป็นเอกลักษณ์ที่ตลาดน้ำแห่งอื่นไม่สามารถเลียนแบบและแข่งขันได้ ได้โดยลักษณะที่ตั้งของการเป็นลำคลอง และบรรยากาศการขายของทางเรือ ในขณะที่ผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งมีความเห็นว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่ใช่ตลาดน้ำที่แท้จริงเป็นเพียงกิจกรรมการเลียนแบบตลาดน้ำที่เอกชนทำขึ้นเพื่อหวังผลในด้านการท่องเที่ยว รูปแบบตลาดน้ำโดยธรรมชาติเป็นการค้าขายที่เป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านอย่างแท้จริงที่เคยเป็นมาเมื่อสมัยอยู่ที่คลองลัดพลีหมดไปแล้วและไม่สามารถจะเรียกร้องกลับคืนมาได้ แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวมักหลีกเลี่ยงที่จะพูดถึงความจริงในเรื่องนี้ ยังคงส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่าเป็นตลาดน้ำที่ “แท้จริง” ต่อไปเพราะยังเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อยู่ คนท้องถิ่นเองก็ตระหนักว่าตลาดน้ำแห่งนี้เป็นตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวไม่ใช่ตลาดน้ำธรรมชาติ ดังจะเห็นว่าในการสัมภาษณ์คนท้องถิ่นส่วนใหญ่มักจะเน้นว่าตลาดน้ำแห่งนี้ไม่

เหมือนกับตลาดน้ำเดิม ที่มีเรือค้าขายสินค้าเกษตรมากกว่า ผู้คนคับคั่งมากกว่า “น้ำดู” หรือ “เป็นธรรมชาติ” มากกว่า คนท้องถิ่นจะยอมรับรูปแบบที่เป็นอยู่เพราะถือว่าเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างงานและสร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชน กลุ่มประชาชนที่ต้องการสร้างตลาดน้ำแห่งใหม่ขึ้นก็เห็นว่าพยายามสร้างตลาดน้ำที่เป็นตลาดของชุมชนจริงๆ ขึ้นมาโดยจะส่งเสริมให้คนในชุมชนมาซื้อขายกันเอง ไม่ใช่ให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ซื้อ เช่นในปัจจุบัน

สำหรับตลาดน้ำที่สร้างขึ้นใหม่เช่นตลาดน้ำดลิ่งชัน มักไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นตลาดน้ำที่แท้จริง เพราะติดอยู่กับนิยามเดิมของตลาดน้ำ มีปัญหาในการประชาสัมพันธ์จูงใจนักท่องเที่ยว วิธีหนึ่งที่จะแก้ปัญหานี้ได้แก่การทบทวนข้อมูลและความหมายของตลาดน้ำในสังคมและวัฒนธรรมไทยเสียใหม่ ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าตลาดบกจำนวนมากพัฒนาขึ้นมาจากตลาดน้ำ โดยเริ่มต้นเดินทางมาค้าขายทางน้ำก่อน ต่อมาเมื่อมีทางเกวียนหรือถนนเข้ามาที่ตลาดก็จะขยายพื้นที่การค้าขึ้นมาบนบกด้วย ในที่สุดเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญมากขึ้นและคนใช้เรือน้อยลงก็จะกลายเป็นตลาดบกที่อยู่ติดริมน้ำแทน ตัวอย่างของพัฒนาการตลาดน้ำเป็นตลาดบกเช่นนี้ที่เรารู้จักกันดีในกรุงเทพมหานครได้แก่ ปากคลองตลาด (ซึ่งปัจจุบันก็ยังมีเรือขนส่งสินค้าทางน้ำอยู่) ตลาดพลู ตลาดบางแค ฯลฯ จะเห็นได้ว่าตลาดใหญ่ๆ ของชุมชนทั้งในเขตเมืองและต่างจังหวัดมักเคยเป็นตลาดที่มีการค้าขายทางน้ำมาก่อน หากเรายอมรับว่าตลาดน้ำสามารถจะมีรูปแบบที่หลากหลายได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นตลาดน้ำที่ต้องลงเรือพายไปมาเพื่อขายของในภาพลักษณ์ที่คุ้นเคยกันดีของตลาดน้ำดำเนินสะดวกก็ได้ ตลาดน้ำที่สร้างขึ้นใหม่ก็ไม่ใช่ว่าจะลอกลวง แต่เป็นตลาดน้ำอีกรูปแบบหนึ่งเท่านั้น

หากพิจารณาในแง่มุมมองนี้เราก็สามารถจำลองตลาดน้ำในสภาพต่างๆ กัน ตามความเหมาะสมของท้องถิ่นเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้ และสามารถจะให้ความสำคัญกับหน้าที่และบทบาทของตลาดน้ำที่มีต่อชุมชนในด้านอื่นนอกจากการค้าได้ ดังจะเห็นได้จากประวัติพัฒนาการของตลาดน้ำดำเนินสะดวกว่าเดิมตลาดน้ำมีบทบาทเป็นศูนย์กลางกิจกรรมทางสังคมของชุมชนด้วย เช่น เป็นที่พบปะของคนในชุมชนเพื่อสังสรรค์ แลกเปลี่ยนข่าวสาร เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวกเคยมี “โรงวิก” สำหรับแสดงมหรสพให้คนดู ดังนั้นตลาดน้ำดลิ่งชันก็อาจเป็นตลาดน้ำที่ถูกต้อง (authentic) ได้ เป็นตลาดที่คนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงไปใช้บริการจริง แต่บทบาทของตลาดเปลี่ยนไปเป็นตลาดน้ำเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชนเมือง ดังนั้นจึงมีรูปแบบและกิจกรรมที่สนองความต้องการของคนเมืองที่ต้องการกลับไปใกล้ชิดธรรมชาติ ไปเรียนรู้วิถีชีวิตตามลำคลองและแม่น้ำ

(3) ปัญหาการลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาที่พบบ่อยคือการขายสินค้าเกินราคาขายสินค้าไม่ได้คุณภาพ มีการแบ่งแยกระหว่างนักท่องเที่ยวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการให้บริการและการตั้งราคาสินค้า ทั้งนี้จะพบในตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากที่สุด เพราะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นพื้นที่ของเอกชนหน่วยงานรัฐเข้าไปควบคุมได้ไม่เต็มที่ ผู้ประกอบการไม่ให้ความร่วมมือ ปัญหานี้เป็นผลพวงมาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมที่มีต่อการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว มุ่งหาประโยชน์ให้ได้มากที่สุด โดยไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของตลาดน้ำและชุมชน

(4) ปัญหาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างไม่เป็นธรรม ปัญหานี้เป็นปัญหาใหญ่ในชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือของคนบางกลุ่มที่เข้าผูกขาดผลประโยชน์ผ่านทาง การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การเข้าจับจองพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวได้ก่อน แต่คนในชุมชนมีความเห็นว่าผลประโยชน์เหล่านี้มาจากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วในชุมชน และคนในชุมชนก็มีส่วนในการสร้างรายได้นั้นทางอ้อม เนื่องจากนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อชมวิถีชีวิตของคน

ในชุมชน แต่พวกเขากลับไม่ได้รับผลตอบแทนเท่าที่ควร การจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแบบ ตลาดน้ำหรือแบบอื่นๆ จึงต้องคำนึงถึงมาตรการที่เหมาะสมในการกระจายรายได้คืนให้แก่ชุมชนในสัดส่วน ที่คนในชุมชนรู้สึกว่าเป็นธรรมด้วย

(5) ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว เช่น ความสะอาดของสถานที่ ห้องน้ำสกรอกและไม้พ้อเพียง ข้อมูลและแผ่นพับประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างๆ ไม่พ้อเพียง เป็นปัญหา พื้นฐานที่นักท่องเที่ยวร้องเรียนกันจนเป็นปกติมาทุกยุคทุกสมัย ยังแต่ไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาโลกและรูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม

(1) ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย

การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำมีศักยภาพสูงในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ดี เพราะมีเอกลักษณ์ในด้านความใกล้ชิดกับธรรมชาติและบรรยากาศชีวิตริมน้ำ คลองที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่อยู่ในกระแสความนิยมการร่วมงานหรือกิจกรรมย้อนยุคที่เน้นการแสวงหาภูมิปัญญาไทยหรือการกลับไปสัมผัสบรรยากาศในอดีตที่ปรากฏในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็น “ภาวะการโหยหาอดีต” (nostalgia) ของคนไทยในสังคมสมัยใหม่ที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากภาวะของการเร่งรีบแข่งขันของความเป็นเมือง กลับสู่ธรรมชาติชั่วคราวหรือต้องการหาความหมายให้แก่ตัวตนจากบรรยากาศของอดีต (ซินดา ชิตบัณฑิตย์, 2543: 72-103) สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติการมาเที่ยวตลาดน้ำเป็นการโหยหาวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ใกล้ธรรมชาติและแตกต่างจากที่ประสบอยู่ในประเทศของตน จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในชุมชนที่มีความเหมาะสม

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำเป็นเรื่องที่ต้องมีการวางแผนและทำความเข้าใจเงื่อนไขต่างๆ อย่างดี ตั้งแต่เรื่องของรูปแบบกิจกรรม การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ การตลาด ธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประสานงานและการได้รับความร่วมมือจากชุมชน คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ ดังนี้

(1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน เพราะทุกคนมีส่วนในการสร้างวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจขึ้นมา ดังนั้นคนในชุมชนย่อมมีความรู้ความเข้าใจมิติทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนได้ลึกซึ้งกว่าเจ้าหน้าที่รัฐหรือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่มาจากภายนอกสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเป็นไปได้และสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนได้ดีกว่า สามารถประสานงานและดึงกลุ่มคนที่เหมาะสมเข้ามาทำงานได้ดีกว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวจะช่วยแก้ปัญหาการผูกขาดทางธุรกิจของผู้ประกอบการจากนอกชุมชนที่เข้าไปหาผลประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ชุมชนจึงควรมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดทิศทาง รูปแบบและกิจกรรมในตลาดน้ำ ไม่ใช่ปล่อยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดรูปแบบเพื่อประโยชน์ของตนเพียงฝ่ายเดียว ทำให้รูปแบบตลาดน้ำขาดความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตที่เป็นอยู่จริง ทำลายวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม ภายในชุมชนดังเช่นกรณีตลาดน้ำดำเนินสะดวก

อย่างไรก็ดี การมีส่วนร่วมของชุมชนไม่ได้หมายความว่าทุกชุมชนจะมีความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวได้เองทั้งหมด ชุมชนที่มีความเข้มแข็ง มีกลุ่มหรือองค์กรท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพ มีผู้นำที่มีความรู้ และชุมชนเคยมีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมาก่อนอาจจะจัดการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง

สำหรับชุมชนที่ไม่มีประสบการณ์อาจต้องให้หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรเอกชนเข้าไปเป็นที่เลี้ยงในระยะแรก โดยให้ความช่วยเหลือด้านงบประมาณเพื่อจัดหาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ถนน สาธารณูปโภคต่างๆ การประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ควรมีหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมและดูงานเพื่อให้ความรู้แก่ชุมชนเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการ ให้รู้เท่าทันกลไกธุรกิจการท่องเที่ยวจากภายนอก สามารถนำความรู้มาใช้ประยุกต์ให้เข้ากับชุมชนของตนเองอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ด้วยตัวเองได้ในที่สุด

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายนอกกับชุมชนควรเป็นความร่วมมือแบบเสมอภาค ไม่ใช่รับฟังคำสั่งหรือหวังพึ่งพาหน่วยงานภายนอกตลอดไป เมื่อชุมชนเข้มแข็งขึ้นและมีประสบการณ์มากพอ ก็ต้องพึ่งตนเองในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่อไป

(2) ส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน รัฐบาลควรสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวให้ชัดเจนในเรื่องของปรัชญาที่แท้จริงของการท่องเที่ยว ว่าเป็นกิจกรรมที่มุ่งประโยชน์ระยะยาวในด้านการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ แต่เน้นการให้คนท้องถิ่นมีงานทำ มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ แบ่งผลประโยชน์กันอย่างเป็นธรรม โปร่งใส ไม่ถูกผูกขาดโดยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างงานและกิจกรรมที่ต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวด้วย เช่น ส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์พื้นเมืองมาขายในตลาดน้ำเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอีกวิธีหนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องอยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมที่มีอยู่ของชุมชน ต้องทำความเข้าใจกับคนในชุมชนว่าหากชุมชนช่วยกันสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวทั้งในด้าน สินค้าและบริการ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวก็ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนยั่งยืนต่อไป รัฐบาลไม่ควรให้ความสำคัญกับผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ของการท่องเที่ยวโดยดูที่ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวมากเกินไป มิเช่นนั้นจะทำให้เกิดความโลภและความขัดแย้งตามมา ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรัฐบาลควรเน้นประโยชน์ระยะยาว และมาตรการที่จะทำให้อุปแบบการท่องเที่ยวของชุมชนยั่งยืนต่อไป

(3) รูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม ส่งเสริมให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ใช่เลียนแบบเหมือนกันไปหมด หากเอกลักษณ์ของตลาดน้ำแต่ละแห่งที่มีความสมจริง สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ในชุมชน ทั้งนี้จะต้องมีการศึกษาข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนมาก่อนเป็นอย่างดี ต้องตระหนักถึงความสำคัญของมิติทางวัฒนธรรมในการจัดการการท่องเที่ยวด้วย ต้องศึกษาความต้องการ จุดแข็ง จุดอ่อนและศักยภาพของคนในชุมชนที่จะจัดทำกิจกรรมนั้นๆ เน้นการระดมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ให้ความรู้นักท่องเที่ยวมากกว่าการขายสินค้าอย่างเดียว ควรรักษาเอกลักษณ์ของความเรียบง่าย สงบ ใกล้เคียงธรรมชาติและการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติประทับใจเอาไว้ รูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม ต้องสร้างให้เป็นตลาดของชุมชนหรือตลาดของคนไทยไม่ใช่ตลาดชาวต่างชาติ จึงจะเป็นตลาดน้ำที่ยั่งยืนได้เพราะตลาดจะต้องมีทั้งคนซื้อและคนขาย คนไทยจะเป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตร ในขณะที่ชาวต่างชาติมักมาดูเพียงอย่างเดียวแต่ไม่ซื้อ ดังนั้นถ้าจะจูงใจให้พ่อค้าแม่ค้าท้องถิ่นมาขายสินค้าเกษตรของท้องถิ่นก็ต้องมีลูกค้าคนไทยมาอุดหนุนด้วย มิฉะนั้นก็จะกลายเป็นตลาดขายของที่ระลึกเช่นตลาดน้ำดำเนินสะดวก ที่ตั้งของตลาดไม่จำเป็นต้องลงไปค้าขายกันในน้ำเพียงอย่างเดียวตามนิยามเดิมของ “ตลาดน้ำ” แต่อาจเป็นตลาดกึ่งบกกึ่งน้ำเพื่อรองรับคนที่มาโดยรถยนต์ด้วย ควรพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในชุมชนให้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ตลาดดอนหวายอาจเป็นตลาดอาหาร ตลาดดลิ่งชันเป็นสวนกล้วยไม้ สวนผลไม้ สวนผัก ตลาดดำเนิน

สะดวกเพิ่มกิจกรรมการนั่งเรือพายเที่ยวคลอง สวนผลไม้ สวนผัก (ชนิดที่มีในชุมชน) ส่งเสริมให้กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม ไม่ใช่กิจกรรมหลักสำหรับคนในชุมชน เพื่อหลีกเลี่ยงรูปแบบที่เป็นธุรกิจมาจกเงินเกินไป ไม่เป็นธรรมชาติ

(4) การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน หากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไปจะสร้างมลภาวะให้สภาพแวดล้อม ทำลายบรรยากาศความสงบ ร่มรื่นของตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ในการจัดการการท่องเที่ยวทุกรูปแบบควรมีการศึกษาถึงขีดความสามารถของชุมชนในการรับนักท่องเที่ยวของกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ควรมุ่งเน้นส่งเสริมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากๆ เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าไปสัมผัสกับวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อด้านลบมากกว่าด้านบวก (ดูบทที่ 3) สำหรับการศึกษาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในครั้งนี้อย่างไม่ได้ศึกษาในประเด็นนี้ แต่มีข้อมูลที่ดีให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากมีส่วนในการทำลายบรรยากาศความเป็นธรรมชาติของตลาดน้ำ เพราะมองไปทางไหนก็เห็นแต่นักท่องเที่ยว วิธีควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยววิธีหนึ่งได้แก่การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อเนื่องหลายๆ รูปแบบ เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวออกไปยังจุดอื่นในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียง ไม่ให้มารวมตัวกันอยู่ในจุดเดียว นอกจากนี้การส่งเสริมให้มีรูปแบบตลาดน้ำที่หลากหลายในแหล่งต่างๆ ตามข้อเสนอแนะข้อ 3 บริษัททัวร์และนักท่องเที่ยวก็จะมีทางเลือกมากขึ้น ไม่ไปรวมตัวกันในแหล่งใดแหล่งเดียวดังเช่นที่เป็นอยู่ในตลาดน้ำดำเนินสะดวก สำหรับตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีพื้นที่จำกัด หากส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมากันมากๆ จะมีปัญหาในเรื่องที่จอดรถ ความแออัดซึ่งจะทำลายทัศนียภาพและบรรยากาศความสงบที่นักท่องเที่ยวประทับใจและอาจมีผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders)

ชุมชน

- การจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่จะยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้ จะต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วมโดยหาตัวบุคคลท้องถิ่นที่มีศักยภาพ โรงเรียน สถานศึกษา ท้องถิ่นตลอดจนตัวแทนจากกลุ่มต่างๆ ในชุมชนมาร่วมในการระดมความคิด เพื่อการวางแผนและดำเนินการ ควรหามาตรการที่จะกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้ออกสู่ชุมชนมากที่สุด เช่น อาจมีการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งจัดเป็นกองทุนส่วนกลางเพื่อพัฒนาชุมชน แม้ผู้ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมตลาดน้ำโดยตรงก็ได้ประโยชน์ด้วย กระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือมากขึ้น
- การบริหารงานตลาดน้ำของชุมชนต้องโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่เป็นที่ยอมรับและรับรู้กันทั่ว มีการตรวจสอบ มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเป็นระยะเพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดอำนาจ มีการประชาสัมพันธ์ผลงาน หาตัวแทนจากคนหลายกลุ่มเพื่อลดความเข้าใจผิดและความขัดแย้ง เมื่อมีผลประโยชน์มากขึ้น
- การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับมิติทางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ชุมชนควรมีเจ้าหน้าที่ที่ทำงานด้านนี้โดยตรงเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรม และกิจกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ของตลาดน้ำในชุมชน
- ควรมีการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างชุมชนที่มีการท่องเที่ยวรูปแบบตลาดน้ำ

เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้คำแนะนำและความร่วมมือในการแก้ปัญหา เยี่ยมชมกิจกรรมซึ่งกันและกัน ตลอดจนการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกันเพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ

- ควรหาความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อเรียนรู้ความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้รู้เท่าทันผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่เข้ามาติดต่อกับชุมชน
- แต่ละชุมชนควรพัฒนารูปแบบเฉพาะตัวที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งในด้านรูปแบบสิ่งก่อสร้างในตลาดน้ำ สินค้าและบริการเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ควรจัดกิจกรรมเหมือนๆ กันเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเบื่อหน่าย

กลุ่มผู้ประกอบการ: ได้แก่เจ้าของธุรกิจทั้งรายใหญ่และรายย่อย มัคคุเทศก์และบริษัทท่องเที่ยว

- ควรตระหนักว่าการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนจึงจะมีความยั่งยืน และมีรูปแบบวิถีชีวิตของตลาดน้ำที่เป็นธรรมชาติให้เห็น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเข้าใจว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่าเป็นเรื่องละเอียดอ่อน มีผลกระทบต่อคนและชุมชน จึงต้องให้ความสำคัญและคืนผลประโยชน์ที่เหมาะสมให้กับชุมชน ในรูปของการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้สิทธิเข้ามาค้าขายในตลาดน้ำมากกว่าคนภายนอก สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนแก่นักท่องเที่ยวและส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ทั้งหมดนี้เพื่อให้คนในชุมชนได้มีอาชีพ มีส่วนแบ่งด้านรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวทั่วถึงกัน
- นักธุรกิจไม่ควรเอาเปรียบหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและบริการเพื่อหวังผลเฉพาะหน้า ควรให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เน้นการสร้างประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใหม่ หรือประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นมาอีก
- มัคคุเทศก์และบริษัทนำเที่ยวควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับความเป็นมาของตลาดน้ำในสังคมไทย รูปแบบของตลาดน้ำที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย เช่น ควรบอกให้นักท่องเที่ยวรู้ว่าตลาดน้ำแบบดั้งเดิมไม่มีอีกแล้ว และไปเห็นประเด็นของการท่องเที่ยวเพื่อดูวิถีชีวิตริมน้ำหรือล่าคลองมากกว่าการขายของในตลาด รวมทั้งให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อขาย ราคาสินค้าและการต่อรอง เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอาเปรียบและเข้าใจสังคมไทยผิดๆ

หน่วยงานของรัฐ

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรประชาสัมพันธ์หน้าที่รับผิดชอบและวิธีการดำเนินงานของตนให้ชัดเจนมากกว่านี้ จากการศึกษาพบว่าประชาชน ชุมชนและองค์กรส่วนท้องถิ่นยังมีความเข้าใจสับสนเกี่ยวกับหน้าที่ของหน่วยงานต่าง และไม่รู้ว่าจะติดต่อกับหน่วยงานไหนเมื่อต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดแบ่งส่วนราชการใหม่เช่นในปัจจุบัน จะมีความสับสนมาก
- ควรมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สื่อสารและประสานงานกับผู้รับผิดชอบการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ประชาชนในชุมชนตลาดน้ำทั้งสองแห่งมีความเห็นว่าหน่วยงานของรัฐทุกระดับไม่มีนโยบายที่ชัดเจน ทำงานไม่มีความต่อเนื่อง ไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวระยะยาวในระดับชุมชน ปล่อยให้เป็นที่ของชุมชนจัดการกันเอง จึงทำให้แต่ละชุมชนต่างคนต่างจัดการการท่องเที่ยวของตน

เองโดยไม่มีทิศทาง ทั้งที่ในความเป็นจริงรัฐบาลมีแผนระดับชาติอยู่แล้วแต่ไม่ได้สื่อสารให้ชุมชนรับทราบ หน่วยงานของรัฐต้องปรับวิธีคิดในการดำเนินงานใหม่ ให้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานจึงต้องเข้าหาชุมชนมากขึ้น การประสานงานจะกลายเป็นหลายลักษณะอักษรเป็นทางการอย่างเดียวไม่ได้ ต้องเข้าใจวัฒนธรรมชุมชนว่าให้ความสำคัญกับการติดต่อระดับตัวต่อตัวมาก

- การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีการติดต่อตรวจสอบข้อมูลกับชุมชนโดยตรง ในด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำควรมีการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มคนไทยให้มากกว่านี้ ควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับรูปแบบตลาดน้ำที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน หันมาเน้นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีชีวิตริมน้ำที่มีตลาดน้ำเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น เพราะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากกว่าการซื้อของในตลาดน้ำ สามารถนำมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องบิดเบือนความจริง นอกจากนี้ยังควรเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และความสำคัญของมิติทางสังคมและวัฒนธรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

- ต้องเข้าไปมีบทบาทมากขึ้นในการควบคุมการดำเนินการของผู้ประกอบการให้เป็นไปตามกฎหมาย หากมีการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต้องจัดการให้เด็ดขาด รวมทั้งต้องจัดการกับมัคคุเทศก์เถื่อนอย่างเข้มงวด เพราะเป็นกลุ่มที่ทำลายการท่องเที่ยวโดยการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ให้ข้อมูลผิดๆ ทำให้ชุมชนเสียชื่อเสียง

- ส่งเสริมให้ชุมชนชุมชนมีความเข้มแข็งในการจัดการการท่องเที่ยว จนสามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้โดยการทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงผู้ประสานงานในระยะแรกจนกระทั่งชุมชนเรียนรู้และสามารถทำงานกันเองได้หน่วยงานของรัฐจึงถอนตัวออกมา

- ควรให้งบประมาณสนับสนุนเรื่องการเก็บข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำที่เหมาะสมในชุมชนที่ต้องการจัดตั้งตลาดน้ำ งบประมาณอาจมาจากทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- ควรมีหน่วยงานของรัฐให้ความรู้โดยเฉพาะเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวระดับชุมชน เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนมากขึ้น องค์กรส่วนท้องถิ่นต้องรับหน้าที่ในการบริหารจัดการชุมชนในด้านต่างๆ มากขึ้นโดยไม่มีความรู้โดยตรงในงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ สิ่งที่ชุมชนต้องการมากคือ ความรู้ในการเขียนแผนงานและโครงการด้านการท่องเที่ยวเพื่อของบประมาณสนับสนุน ภาพรวมของระบบธุรกิจการท่องเที่ยวการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ข้อมูลทางด้านวิชาการ การจัดระบบข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การนำเสนอข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่น่าสนใจ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติพงษ์ ประชุมแดง. ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม จากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชาวบ้าน
คูเต๋อ ตำบลแจระแม อำเภอมือเือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต วิชาเอกไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2533.
- เกษม จันทร์แก้ว และคณะ . การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวต่อเกาะเสม็ด
จังหวัดระยอง. กรุงเทพฯ : โครงการบัณฑิตศึกษา สาขาวิทยาศาสตร์ - สิ่งแวดล้อม ภาควิชา
อนุรักษ์วิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2531.
- ข้อมูลเมืองโบราณ , ศูนย์. ตลาดน้ำ : ย่านชุมชนริมน้ำในสังคมเมืองสยาม. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ ,
2537.
- ทองคำ พันนัทธี. “ตลาดน้ำบางกระแซง”. วัฒนธรรมไทย ปีที่ 31 ฉบับที่ 9(มิถุนายน 2537) : 37-79.
- ทองหยด สวนทอง. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหิดล , 2539.
- ธิดา สารระยา. “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก กับการเปลี่ยนแปลง”. เมืองโบราณ ปีที่ 15 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม –
ธันวาคม 2532) : 123-132.
- นวล สารสอน. ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคม-เศรษฐกิจ ที่ตลาดน้ำ
ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2533.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับผลกระทบต่อวัฒนธรรม” ใน ผ้าขาวม้า, ผ้าซิ่น, กางเกงใน
และ ฯลฯ : ว่าด้วยประเพณี ความเปลี่ยนแปลงและเรื่องสรรพสาระ, มติชน: กรุงเทพฯ , 2538.
- นิลนนท์. “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี”. บ้านและสวน ปีที่ 10 ฉบับที่ 110 (ตุลาคม 2528) : 175-
177.
- ประดับ เรียงประยูร. การศึกษาแนวทางพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจ
ชุมชน ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาเทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล , 2541.

มหิตล , มหาวิทยาลัย. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. **โครงการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนในท้องถิ่น.** นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิตล , 2535.

มหิตล , มหาวิทยาลัย. ภาควิชาสังคมศาสตร์. **ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่.** นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิตล , 2529.

ยุวดี นรินทร์ตระกูล. “การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” ใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 36 ปีทท., โรงพิมพ์ดอกเบี๋ย: กรุงเทพฯ, 2539.

รमितรา สะวิคามิน. **ความสัมพันธ์ทางสังคมในตลาดดอนหวาย จ.นครปฐม.** สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร , 2543.

วຈິນී แสงสว่าง. **พฤติกรรมของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการรักษาความสะอาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี.** วิทยานิพนธ์ มหบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิตล , 2535.

วรารภรณ์ มนต์ไทรเวศย์. **วิถีชีวิตชาวสวนกับการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (มานุษยวิทยา) คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2543.

สมพงษ์ พลายงาม. **ชีวิตชาวตลาดน้ำดำเนินสะดวก.** รายงานวิชาการระบบสังคมไทยในการเปลี่ยนแปลงสาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏนครปฐม , 2544.

สกุณี ญัฐพูลวัฒน์. **ตลาดน้ำ วิถีชีวิตพ่อค้า – แม่ขายไทย.** กรุงเทพฯ : เอส . ที. พี. เวิร์ล มีเดีย , 2541.

สายัณห์ วิจิตโชติ. **ดำเนินเจ้า.** รายงานวิชา social foundation of education สาขาหลักสูตรและการนิเทศ ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร , 2543.

สุจิตต์ วงษ์เทศ. **แม่น้ำลำคลองสายประวัติศาสตร์.** กรุงเทพฯ : มติชน , 2539.

สุรีย์ บุญญาอนุพงษ์. **ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน.** เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.

อรัญญา สุวรรณดี. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวแก่งคุนคู๋ บ้านน้อย ตำบล
เชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม , 2538.

อาคม พัตถิยะ และคณะ. รายงานการวิจัยเรื่องผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม
ภาคใต้. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ , 2533.

ศิริพร ศรีพลากิจ. พฤติกรรมการรักษาความสะอาดของนักท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก
อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี วิทยานิพนธ์, 2540.

สุมณฑา หลบภัย. สำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้าบริเวณ
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี วิทยานิพนธ์, 2543.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาเพื่อจัดทำ
แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , กันยายน
2544.

ภาษาอังกฤษ

Bruner, Edward M. "Tourism in Ghana" in American Anthropologist, Vol. 98, No.2, 1996.pp.209-
305.Cohen, Erik. Thai Tourism. Hill Tribes, Islands and Open-ended Prostitution. White
Lotus: Bangkok,1996.

Monzon, Putsatee A. et al. Summary "Impact of Trekking Tourism on the Environment and Local
People", presented to The Tourism Authority of Thailand. Faculty of Social Sciences and
Humanities, Mahidol University,1992.

T. Knowles, D. Diamantis and J.B. El-Mourhabi, The Globalization of Tourism and Hospitality: A
Strategic Perspective. Continuum: London & New York, 2001.)

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมตลาดน้ำ.....

จุดประสงค์

1. แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก ใคร่ขอความร่วมมือจากท่านผู้ให้บริการกรุณากรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน
2. แบบสอบถามประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2** ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำ
 - ตอนที่ 3** ปัญหาและข้อเสนอแนะในการมาเที่ยวชมตลาดน้ำของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้เกี่ยวกับตัวท่านตามความเป็นจริง

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 สูงกว่า 50 ปี
3. ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัด.....
4. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

5. สถานภาพครอบครัว

- โสด สมรส
 หย่าร้าง อื่น ๆ (ระบุ)

6. อาชีพ

- รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 นักธุรกิจ ประกอบกิจการส่วนตัว / ค้าขาย
 รับจ้างทั่วไป / ลูกจ้างโรงงาน แม่บ้าน
 อื่น ๆ (ระบุ)

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000 – 10,000 บาท
 10,001 – 20,000 บาท 20,000 – 30,001 บาท
 30,001 – 40,000 บาท สูงกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

8. การเดินทางมาตลาดน้ำแห่งนี้ของท่านเป็นครั้งที่เท่าไร

- ครั้งแรก ครั้งที่ 2
 ครั้งที่ 3 มากเกินกว่า 3 ครั้งแล้ว

9. ท่านรู้จักตลาดน้ำจากสื่อชนิดใด ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- คำชักชวนจากเพื่อน เอกสารเผยแพร่
 บทความในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร วิทยุ , โทรทัศน์
 รายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว โฆษณา
 อื่น ๆ (ระบุ)

10. อะไรเป็นสิ่งที่จูงใจให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในครั้งนี้

.....

11. ความถี่ของการมาเที่ยวชมตลาดน้ำแห่งนี้ (สำหรับผู้ที่มามากกว่า 1 ครั้ง)

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละครั้ง | <input type="checkbox"/> เดือนละครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 2 เดือนครั้ง | <input type="checkbox"/> 3 เดือนครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 6 เดือนครั้ง | <input type="checkbox"/> ปีละ 1 ครั้ง |

12. ท่านเดินทางมากับ

- | | |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> ครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ..... |

13. ในการเดินทางครั้งนี้ ท่านไปด้วยตัวเองหรือใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ด้วยตนเอง | <input type="checkbox"/> ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว |
|------------------------------------|---|

14. นอกจากตลาดน้ำแห่งนี้ ท่านเคยไปเที่ยวตลาดน้ำที่อื่นอีกหรือไม่

- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคย | <input type="checkbox"/> ไม่เคย |
|------------------------------|---------------------------------|

15. หากท่านเคยไปตลาดน้ำแห่งอื่น ตลาดน้ำแห่งใดที่ท่านเคยไป โปรดระบุ.....

.....

16. หากเปรียบเทียบตลาดน้ำแห่งอื่นกับตลาดน้ำแห่งนี้แล้ว ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร.....

.....

.....

17. ท่านคิดว่าจะมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้อีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

18. ท่านคิดจะแนะนำให้คนอื่น (ญาติ,คนรู้จัก,เพื่อนต่างชาติ) มาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้หรือไม่

- ไม่ เพราะเหตุใด
- แนะนำ เพราะเหตุใด

18. เมื่อท่านมาตลาดน้ำแห่งนี้ท่านได้ทำกิจกรรมใดบ้าง.....

.....

19. กิจกรรมใดที่ท่านประทับใจมากที่สุดในตลาดน้ำแห่งนี้ (3 อย่าง ตามลำดับ)

1.
2.
3.

20. สินค้าที่ท่านนิยมซื้อที่ตลาดน้ำแห่งนี้คืออะไร เพราะเหตุใด

1. เพราะ
2. เพราะ
3. เพราะ

ตอนที่ 3 สิ่งที่น่าสนใจในการมาเที่ยวชมตลาดน้ำตลิ่งชันของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ ต่อส่วนประกอบ ของตลาดน้ำแห่งนี้	พอใจมาก 1	พอใจ 2	เฉย ๆ / ไม่แน่ใจ 3	ไม่พอใจ 4	ไม่พอใจมาก 5
1. ราคาสินค้า					
2. ความหลากหลายของสินค้า					
3. ทัศนียภาพ					
4. ความสะอาดของสถานที่					
5. อธิษาศัยของพ่อค้า – แม่ค้า					
6. อธิษาศัยของชาวบ้านทั่วไป					
7. ที่จอดรถ					
8. กิจกรรมที่มีให้ทำ					
9. การเดินทาง					
10. ศิลปวัฒนธรรม					
11. อื่น ๆ ระบุ.....					

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการมาเที่ยวชมตลาดน้ำตลิ่งชันของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านในการปรับปรุงตลาดน้ำ ว่าควรจะปรับปรุงอย่างไร เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ท่านมากที่สุด

สิ่งที่เป็นปัญหามากที่สุดในตลาดน้ำ (เรียงตามลำดับ)

- 1)
- 2)
- 3)

ควรปรับปรุงอย่างไร.....

โดยสรุปท่านประทับใจตลาดน้ำแห่งนี้หรือไม่.....

ท่านประทับใจอะไรที่สุดในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

**ขอขอบคุณทุกท่าน
 ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม**

Date..... Time Interviewer.....
Note

Questionnaire

Tourist's satisfaction and comments for the improvement of Floating Market

We are a research team from Silpakorn University conducting a survey on foreign tourists' activities and satisfaction level on the services and facilities available at this floating market. Your valuable opinions and suggestions *will directly contribute to the improvement of this floating market.* Thank you for your time and cooperation in filling out this questionnaire.

Section 1 Tourist's background

1. Sex
 Male Female
2. Age
 Under 20 yrs. 20-30 yrs.
 31-40 yrs. 41-50 yrs.
 Over 50 yrs.
3. Nationality.....
4. Highest level of education
 HSC or lower
 Bachelor degree
 Master degree or higher
 Other
5. Occupation
6. Marital status
 Single Married
 Divorced Other
7. Is this your first visit to Thailand? Yes No. This is my visit.
8. Are you travelling on your own or with a tour group?
9. How long do you plan to stay in Thailand for this trip?
10. What are your other destinations for this trip?
.....

Section 2 Activities while at the floating market

11. Is this your first visit to this floating market?

Yes No. This is my visit.

12. How did you learn about this floating market? (You can give more than one answer.)

<input type="checkbox"/> From friend	<input type="checkbox"/> Promotional pamphlets
<input type="checkbox"/> Articles in newspapers / magazines	<input type="checkbox"/> Radio / television programs
<input type="checkbox"/> Travel agency's promotion	<input type="checkbox"/> Travel guide book
<input type="checkbox"/> Others (please specify)	

13. How did you travel to the floating market?

On my own. How?
 With a tour group.

14. Reason(s) for visiting this floating market

15. You are travelling....

<input type="checkbox"/> Alone	<input type="checkbox"/> With family
<input type="checkbox"/> With friends	<input type="checkbox"/> Other

16. What activities did you do (or plan to do) while you are at the market?

17. Which activity do you like most at this floating market? Why? (You can give more than one answer.)

18. Did you buy anything from the market? Please give reason(s) for buying it.

1.
2.
3.

19. Have you been to any other floating market in Thailand?

Yes. Please specify.....
 No

20. If you have been to other floating market, how do you compare it to this one?

General comment.....

Services and merchandise?

.....

Available activities for tourists

.....

21. Do you think you will visit this floating market again in the future? Yes No

Why?.....

.....

22. Will you recommend your family or friends to visit this floating market in the future?

Yes No

Why?

.....

Section 3 Tourist's satisfaction

How satisfied are you with the following services at the floating market?	Highly satisfactory 5	Satisfactory 4	Unsure 3	Not satisfactory 2	Highly unsatisfactory 1
1. Transportation					
2. Parking space					
3. Landscape					
4. Cleanliness of the place					
5. Vendors' manner					
6. Local hospitality					
7. Variety of merchandise					
8. Price of merchandise					
9. Available activities for tourist					
10. Tourist information					
11. Cultural activities					

23. What was your expectation about this floating market before your visit?

.....

.....

24. How does it live up to your expectation?

.....

25. What impressed you most about this floating market?

- 1)
- 2)
- 3)

26. What improvement would you like to see at this market?

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

Section 4 Comments and recommendations for the improvement of the floating market

27. What kind of improvement would you recommend at this tourist site to better serve the needs of foreign tourists?

General comment.....
.....
.....

Vendors and merchandise
.....
.....

Services
.....
.....

Landscape and cleanliness
.....
.....

Available activities for tourists
.....
.....

Tourist information
.....
.....

Other recommendations
.....
.....

บทความเพื่อการเผยแพร่

โครงการ พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำ

การท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นรูปแบบแรกๆ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเป็นอย่างมากในช่วงต้นของการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อ 30 กว่าปีที่แล้ว ส่งผลให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นที่รู้จักกันไปทั่วโลก ในระยะแรกเสน่ห์ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำเกิดจากความประทับใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่แท้จริงของชุมชนชาวสวน ได้เห็นการค้าขายผลผลิตทางการเกษตรทางน้ำของชาวบ้านที่หาไม่ได้ในประเทศของตน

พัฒนาการของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งทำความเข้าใจถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชนหลังจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในพื้นที่ โดยเลือกตลาดน้ำในศึกษาสองแห่ง คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ราชบุรี และตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำทั้งสองแห่งจากประวัติชุมชนและกระบวนการปรับตัวเข้าสู่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกพัฒนามาจากตลาดขายของทางน้ำของชาวบ้านในชุมชนและจังหวัดใกล้เคียง ไปสู่การเป็นตลาดเพื่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เริ่มจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปพบเห็นแล้วบอกกันต่อๆ ไป จนมีบริษัทนำเที่ยวนำท่องเที่ยวเข้ามาชมอย่างเป็นระบบ ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเจริญขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้เปลี่ยนแปลงไปอีกเนื่องจากการค้าขายทางน้ำในตลาดของชุมชนลดน้อยลงจนเกือบจะหมดไป นายทุนจากภายนอกจึงเข้ามาพัฒนารูปแบบตลาดเสียใหม่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ มีข้อตกลงกับบริษัททัวร์ให้รับนักท่องเที่ยวมาแวะที่ตลาดน้ำเพียงช่วงสั้นๆ ก่อนจะเดินทางต่อไปที่อื่น โดยเน้นกิจกรรมการลงเรือชมคลองและการขายของที่ระลึก ตลาดน้ำดำเนินสะดวกกลายเป็นตลาดน้ำของเอกชนที่มีรูปแบบสินค้าและกิจกรรมแปลกแยกออกจากชุมชนมากขึ้นทุกที

ส่วนตลาดน้ำตลิ่งชันไม่ใช่ตลาดดั้งเดิมของชาวบ้าน เริ่มต้นจากการสร้างตลาดใหม่ขึ้นริมน้ำในที่ดินของราชการ เพื่อเป็นแหล่งขายสินค้าทางการเกษตรสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนเมื่อปี พ.ศ. 2530 มีการตั้งคณะทำงานที่มาจากชาวบ้านในพื้นที่ขึ้นมาทำหน้าที่บริหารงานในตลาดน้ำโดยเฉพาะ ใช้ชื่อว่าประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ในระยะหลังได้พัฒนามาเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจซานเมืองสำหรับชาวกรุงเทพฯ มีเรือและแพขายอาหารในน้ำ บนบกมีการขายอาหาร ผัก ผลไม้และพันธุ์ไม้จากสวน ตลอดจนจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ดนตรีและรำไทย ช่วงหลังมีการเพิ่มกิจกรรมจัดเรือเที่ยวชมคลอง การนวดฝ่าเท้าและการร้องเพลงคาราโอเกะเข้ามาด้วย

ผลกระทบของการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำต่อชุมชน

การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองแห่งทั้งในด้านบวกและลบ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาการแออัดของการคมนาคม ปัญหาน้ำเสีย มลพิษทางเสียงและอากาศ แต่มีส่วนทำ

ให้มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนให้ดีขึ้น ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ไม่ต้องไปหางานนอกชุมชน มีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มขึ้น ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชน แต่ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่จากนอกชุมชน ซึ่งเห็นผลประโยชน์ทางการค้าและได้ใช้จุดขายของตลาดน้ำดั้งเดิมหาผลกำไรให้ตัวเอง เนื่องจากตลาดน้ำดำเนินสะดวกตั้งอยู่ในที่ดินของเอกชน ทำให้มีการแข่งขันทำการค้า ปรับปรุงสถานที่โดยไม่มีการวางแผนร่วมกัน เกิดความไม่เป็นระเบียบขึ้นโดยชุมชนไม่สามารถเข้าไปควบคุมหรือแข่งขันได้ ทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งและการแบ่งผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม ขณะที่ตลิ่งชันไม่เกิดปัญหานี้เพราะมีกลุ่มประชาคมทำงานเป็นแกนกลางโดยพยายามเน้นผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก คนนอกเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ไม่ได้ ในด้านผลกระทบทางสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งในชุมชน โดยเฉพาะในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีนักท่องเที่ยวมากและผลประโยชน์สูง มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า มีการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและให้บริการ ผลกระทบทางวัฒนธรรมเป็นไปในทางบวกเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกภูมิใจในท้องถิ่นของตน เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยในด้านการแต่งตัวแบบพื้นเมือง การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเช่น ดนตรีและรำไทยโดยได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนและคนกลุ่มต่างๆ ในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง

ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น

แม้การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำจะมีปัญหาอยู่บ้าง แต่ประชาชนส่วนใหญ่ในทั้งสองชุมชนยังต้องการให้มีการท่องเที่ยวแบบนี้ต่อไป โดยต้องการปรับปรุงรูปแบบให้เอื้อประโยชน์ต่อคนในชุมชนให้มากที่สุด ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนบางส่วนในชุมชนดำเนินสะดวกต้องการสร้างตลาดน้ำแห่งใหม่ที่เป็นตลาดของชุมชนเองขึ้นมา โดยให้มีการบริหารงานในรูปแบบของสหกรณ์หรือคณะกรรมการของชุมชนและกระจายรายได้สู่ชุมชน นอกจากนี้ยังต้องการความช่วยเหลือจากรัฐในด้านงบประมาณและการจัดการสาธารณูปโภคพื้นฐาน การบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อความเป็นระเบียบในตลาดน้ำ และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว สิ่งที่ชุมชนต้องการมากอีกอย่างหนึ่งคือความช่วยเหลือทางวิชาการในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ข้อมูลมิติทางวัฒนธรรมและสังคมเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ และนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ต้องการให้จัดอบรมเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบธุรกิจการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เพื่อนำมาใช้ในการบริหารงานและการติดต่อกับหน่วยงานรัฐและเอกชน บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยส่วนใหญ่ประทับใจกับตลาดน้ำในด้านการนั่งเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตริมนคลอง สิ่งที่ไม่ประทับใจคือ สภาพน้ำเสียและขยะ ที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวกนักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าพ่อค้าแม่ค้ามักกรบเร้าให้ซื้อของจนรำคาญ มีสินค้าให้เลือกมากแต่ราคาแพง คนไทยเห็นว่าประชาสัมพันธ์ให้คนไทยน้อยเกินไป เน้นขายนักท่องเที่ยวต่างชาติมากเกินไป ส่วนที่ตลิ่งชันคนไทยเห็นว่าการจัดการที่ดี แต่เน้นขายอาหารมากเกินไป ที่จอดรถไม่เพียงพอ ทั้งนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าปัญหาหลักที่ตลิ่งชันคือ ห้องน้ำหายาก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันคือ คนไทยจะซื้ออาหารและผลไม้ แต่ซื้อเสื่อยัดและเครื่องประดับ หมวกและของที่ระลึก

ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ

ปัญหาหลักๆ ที่พบในตลาดน้ำทั้งสองแห่งได้แก่

ปัญหาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีปัญหาเรื่องการขาดการวางแผนในระดับชุมชนชาตผู้รับผิดชอบดูแลอย่างต่อเนื่อง ตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นการบริหารงานแบบผูกขาดโดยเอกชน ไม่มีการกระจายรายได้ให้ชุมชนเท่าที่ควร ทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากชุมชน ที่ตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งชุมชนมีส่วนในการบริหารงาน ชุมชนขาดความพร้อมในด้านงบประมาณ เวลาและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้ต้องหวังพึ่งและรอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ ในขณะที่เดียวกันชุมชนก็มีความสับสนในด้านอำนาจหน้าที่และการแบ่งงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

ปัญหาภาพลักษณ์และรูปแบบของตลาดน้ำ ตลาดน้ำแบบเดิมหมดไปแล้ว แต่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังพยายามคงภาพลักษณ์เดิมไว้เพื่อประโยชน์ทางการค้า ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสงสัย บางคนมองว่าเป็นการหลอกลวง โดยเฉพาะที่ดำเนินสะดวกกลายเป็นตลาดสำหรับให้นักท่องเที่ยวมาซื้อของไปแล้ว ต้องการภาพลักษณ์ใหม่ที่ตรงกับความจริงและนำมาเป็นจุดขายนักท่องเที่ยวได้

ปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีการตั้งราคาสินค้าและบริการเกินจริง เพื่อมุ่งผลกำไร โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปัญหาการกระจายรายได้อย่างไม่เป็นธรรม พบในตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่เป็นธุรกิจแบบผูกขาด ชุมชนไม่มีส่วนร่วมจึงเสียโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่จะนำรายได้สู่ชุมชน

ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไม่พอเพียง ได้แก่ การรักษาความสะอาด ห้องน้ำ ข้อมูลและแผนผังประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างๆ

ข้อเสนอแนะระดับนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

1) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการวางแผน บริหาร และจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมของตนดีกว่าคนนอก จะทำให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวได้มากกว่าเจ้าหน้าที่รัฐหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เข้ามาจากภายนอก และยังช่วยลดปัญหาการเอาเปรียบคนในชุมชน และการผูกขาดกิจกรรมด้านการค้าและการท่องเที่ยวไว้ในมือเอกชนเพียงบางราย ในกรณีของชุมชนที่ยังไม่เข้มแข็งพอ หรือไม่มีประสบการณ์ ควรให้ภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านโครงสร้างพื้นฐานและงบประมาณ ส่วนเอกชน และนักวิชาการอาจช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับท้องถิ่นของตนอย่างเหมาะสมต่อไป

(2) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจในเรื่องปรัชญาที่แท้จริงของการท่องเที่ยว ซึ่งต้องมุ่งประโยชน์ระยะยาว เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็ง และดูแลตัวเองได้โดยชุมชน ไม่ต้องพึ่งพาทายนอก ด้วยการสร้างงานให้คนท้องถิ่น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง หรือจัดกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่คนในชุมชนดูแลได้ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงเกษตร หรือกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ คนในชุมชนยังต้องมีส่วนร่วมด้านการเป็นเจ้าของกิจการ และแบ่งผลประโยชน์อย่างโปร่งใส เป็นธรรม

(3) สร้างรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสมและมีเอกลักษณ์ของชุมชน สำหรับชุมชนที่ต้องการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ ควรมีการศึกษาข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็งและศักยภาพของชุมชน เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งอื่น สร้างเอกลักษณ์ของชุมชนขึ้นมา ควรประชาสัมพันธ์ให้คนไทยรู้และสนใจก่อนเพราะจะเกิดสภาพตลาดที่เป็นธรรมชาติ ไม่ใช่ขายนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเดียว เมื่อตลาดน้ำแบบเดิมหมดไปแล้ว ควรสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำอย่างเดียว แต่มีกิจกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตริมน้ำที่ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน

(4) มาตรการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับขนาดและศักยภาพของชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งไม่ดูเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวมากเกินไป แต่เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน

ศักยภาพของตลาดน้ำในฐานะแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันยังมีอยู่มาก เพราะเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่เหมือนที่อื่น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ แต่การจะพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ ต้องให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและดำเนินการ โดยการสนับสนุนด้านงบประมาณ ข้อมูลทางวิชาการและความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในด้านการประชาสัมพันธ์ทุกฝ่ายควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับตลาดน้ำแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติว่าภาพสะท้อนของเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละยุคแต่ละสมัย ตลาดน้ำในอดีตหมดไปแล้ว เพราะสังคมเปลี่ยนไป ตลาดน้ำในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและความต้องการของคนในสังคมปัจจุบันที่ผูกพันกับการคมนาคมทางบกแต่ยังโหยหาวิถีชีวิตริมน้ำแบบสมัยก่อนอยู่ จึงควรจะพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในปัจจุบันให้เป็นการนำเสนอมิติทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตริมคลองมากกว่าจะเน้นด้านการขายของอย่างเดียว แต่ละชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำควรหารูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตในชุมชนของตนมากกว่าจะเลียนแบบกิจกรรมให้เหมือนกันไปหมด ควรมีการตั้งเครือข่ายชุมชนที่มีการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำเพื่อแลกเปลี่ยน ข่าวสาร ข้อคิดเห็น ตลอดจนเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหา รูปแบบการจัดการและกิจกรรมที่ได้ผลซึ่งกันและกัน อันจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ชุมชนต่อไป

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์กับกิจกรรม

วัตถุประสงค์	กิจกรรมตามแผน	กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
1. เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของตลาดน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในตลาดน้ำตลิ่งชัน และตลาดน้ำดำเนินสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาข้อมูลเอกสาร สำรวจตลาดน้ำในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง เก็บข้อมูลภาคสนามเบื้องต้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชันและตลาดน้ำดำเนินสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> ตามแผนที่กำหนดไว้ สร้างความคุ้นเคยกับชุมชน หาข้อมูลเกี่ยวกับ key informant ในกลุ่มต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รูปแบบ และพัฒนาการของกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ ปัญหาและอุปสรรค ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเตรียมประเด็นคำถามสำหรับการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ทางสังคมของท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำแต่ละแห่ง	<ul style="list-style-type: none"> สัมภาษณ์เจาะลึกชาวบ้านในชุมชน ผู้นำชุมชน มัคคุเทศก์ กลุ่มนักรูทกิจ พ่อค้าแม่ค้าในชุมชนตลิ่งชันและดำเนินสะดวก เกี่ยวกับความคิดเห็น ความพอใจและความเข้าใจผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ตามแผนที่กำหนดไว้ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชน ความร่วมมือ ปัญหาและความขัดแย้งเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจชุมชนและ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน
3. เพื่อศึกษาความเห็นและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หลังจากมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> จัด Focus Group กับกลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้นำชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกและมััคคุเทศก์ 	<ul style="list-style-type: none"> ตามแผนที่กำหนดไว้ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการและปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำ ทั้งของตลิ่งชันและดำเนินสะดวก
4. เพื่อศึกษาปัญหาและหาแนวทางในการพัฒนาวิถีและรูปแบบการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่เหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> แบบสอบถามเกี่ยวกับความเห็น ความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชน วิเคราะห์และเขียนรายงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ตามแผนที่กำหนดไว้ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงใจและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องการ ข้อเสนอเชิงนโยบาย ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์

คำชี้แจง

การทำงานในช่วง 4 เดือนแรก เป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ในช่วง 4 เดือนต่อมา กิจกรรมที่ 2-4 (สัมภาษณ์เจาะลึก) เป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 , 3 และ 4

กิจกรรมที่ 5 (ทำแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว) เป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อ 4

ในช่วง 4 เดือนสุดท้าย กิจกรรมที่ 1 (จัด focus group) เป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3 และ 4