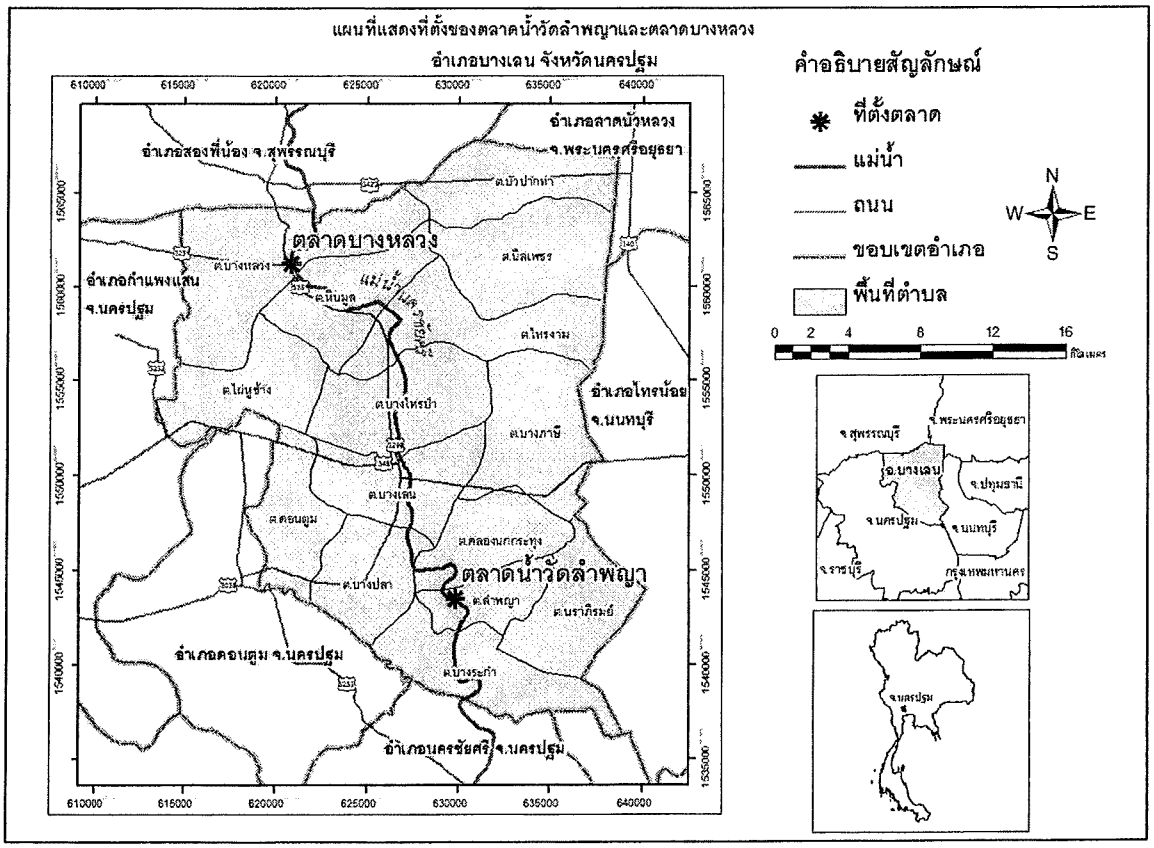
บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

1. พื้นที่ศึกษา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

อำเภอบางเลนเป็นอำเภอหนึ่งในจำนวน 7 อำเภอ ของจังหวัดนครปฐมอยู่ห่างจาก จังหวัดนครปฐม ประมาณ 48 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 67 กิโลเมตร อำเภอบางเลนมีเนื้อที่ประมาณ 588.836 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 368,022.5 ไร่ อำเภอบางเลนแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 15 ตำบล 180 หมู่บ้าน (แผนที่ที่ 1)



แผนที่ที่ 1 แสดงที่ตั้งของตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

1.1 ที่ตั้ง

1.1.1 อาณาเขตติดต่อกับพื้นที่โดยรอบ

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรีและอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอนครชัยศรี และอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี และอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอกำแพงแสน และอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม

1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่อำเภอบางเลน มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่มลักษณะดินเป็นดินเหนียวมีความอุดมสมบูรณ์ตาม ธรรมชาติเหมาะสำหรับการเกษตรกรรม มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านพื้นที่ 9 ตำบล คือ ตำบลบางหลวง ตำบลบางเลน ตำบลหินมูล ตำบลบางไทรป่า ตำบลลำพญา ตำบลบางระกำ ตำบลคลองนกกระทุง ตำบลบางปลา ตำบลไทรงาม

2. แนวคิดแนวความคิดด้านการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

"การท่องเที่ยว" เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่ได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศ และเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ซึ่ง "การท่องเที่ยว" จะมีความหมายอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการคือ เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยจุดหมายใดๆก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (วรรณา วงษ์วานิช, 2539:7)

2.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว

ส่วนความหมายของ "นักท่องเที่ยว" หรือผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว ว่ามีความหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภทคือ (นิคม จารุมณี, 2544:2)

2.2.1 นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักฟื้น ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2.2.2 นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิกนักท่องเที่ยวและลักษณะของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นต้น (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550:17)

การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบย่อย คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548:12-13)

2.3.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงการจัดการผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2.3.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบคือ

2.3.2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนหารเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

2.3.2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ซึ่งอาจแบ่งตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว พิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การ

ท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ หรือแบ่งประเภทตามประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ โดยอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งไม่ว่าการท่องเที่ยวจะถูกแบ่งตามลักษณะใดก็ตาม ประเภทของการท่องเที่ยวจะหมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยมีจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งใจไว้ตามความต้องการของตนเอง และพยายามทำให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้น สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และหากพิจารณาในตามการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะอยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เน้นการคำนึงถึงผลกระทบทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550:22)

2.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาให้คะแนน

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งอาจมีปัจจัยหลายประการในที่นี้ผู้วิจัยได้เลือกปัจจัยสำคัญในการประเมินศักยภาพมา 6 ประการ ดังนี้ (วิวัฒน์ชัย บุณยภักดิ์, 2531:43-45)

2.4.1 คุณค่าในตัวเองของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สาระที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเปรียบเสมือนทุนเดิมของสถานที่แห่งนั้นที่สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางเข้าไปเยือนได้ บางครั้งอาจจะมีอิทธิพลมากกว่าตัวแปรตัวอื่นๆ มาก แต่ไม่สามารถเปรียบเทียบหรืออธิบายเป็นถ้อยคำให้เห็นอย่างชัดเจนได้ เพราะมีลักษณะค่อนข้างเป็นนามธรรมและมีประเด็นปลีกย่อยหลายด้าน จึงไม่อาจแยกเป็นตัวแปรย่อยๆได้ ดังนั้น จึงจำเป็นจะต้องใช้หลักการพิจารณาจากประสบการณ์ ความรอบรู้ และความรอบคอบมาก ลักษณะคุณค่าเหล่านี้ ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติความเป็นมา ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตโดยรอบ เป็นต้น

2.4.2 สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น ทั้งนี้เราสามารถพิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด เช่น สามารถเข้าถึงได้ทุกฤดูกาลหรือไม่ ถ้าเป็นถนนมีขนาดกว้าง / แคบเพียงใด มีสภาพเป็นคอนกรีต ราดยาง ลูกรัง หรือ ถนน ถ้าเป็นแม่น้ำ ลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินใกล้ / ไกล เหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าจ้างถูกหรือแพง เป็นต้น ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดมีความพร้อมในทุกด้าน ไม่ว่าการเข้าถึงได้ในทุกฤดู ตั้งอยู่ไม่ไกล สามารถ

หาพาหนะได้ง่ายและราคาพอควร ก็ย่อมได้คะแนนสูงสุด แต่หากมีข้อเสียหรือข้อด้อยในประการใดประการหนึ่งก็จะได้คะแนนลดหลั่นลงไปจนถึงต่ำสุด

2.4.3 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในบริเวณพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่นๆ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไป และหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว ก็ควรพิจารณาว่านักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด

2.4.4 สภาพแวดล้อม หมายถึง สิ่งรอบตัวของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรวมตั้งแต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ เช่น ลักษณะทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน สภาพน้ำตามแหล่งน้ำ และความสะดวกอื่นๆ สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ทั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง หากสภาพแวดล้อมเกิดปัญหาจนเป็นมลภาวะ ก็ย่อมจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม ลดคุณค่าและความประทับใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวลง

ดังนั้นสภาพแวดล้อมจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยว การให้คะแนนตัวแปรนี้จะให้ค่ามาก ก็ต่อเมื่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นปราศจากปัญหามลภาวะและสภาพแวดล้อม แต่หากพบปัญหามลภาวะ ค่าคะแนนก็จะลดลงตามความรุนแรงของปัญหา

2.4.5 ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว หมายถึง อุปสรรคหรือข้อขัดข้องในการใช้สถานที่แห่งนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก ถ้ามีนักท่องเที่ยวมากไป ที่พัก น้ำประปา ไฟฟ้า จะบริการได้ไม่เพียงพอ ปัญหาความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ปัญหาชายแดน ปัญหาผู้ก่อการร้าย ข้อจำกัดในด้านการเป็นเขตหวงห้ามของราชการหรือเอกชน ซึ่งยากแก่การอนุญาตเข้าชม และอื่นๆ เป็นต้น ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีข้อจำกัดมากก็จะได้คะแนนน้อย แต่ถ้ามีข้อจำกัดน้อยก็จะได้คะแนนสูงขึ้นตามลำดับ

2.4.6 ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน หมายถึง ความเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งวัดได้จากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งด้วย ทั้งนี้ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นตัวชี้วัดความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว หากจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี จะต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวใดที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายแล้ว จะได้คะแนนสูง และคะแนนจะลดลงตามลำดับ หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จัก หรือเพิ่งพัฒนา ปรับปรุง และเปิดขึ้นใหม่

3.การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัฒนธรรมถือเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมมนุษย์ เป็นพฤติกรรมที่คนในสังคมนั้นสร้างขึ้น ถ่ายทอด เรียนรู้ แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน วัฒนธรรมสามารถแสดงออกได้หลายรูปแบบทั้งจากดนตรี จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ จึงอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรม คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการดำรงชีวิตร่วมกันในสังคม วัฒนธรรมจึงมีความหมายครอบคลุมแบบแผนการดำเนินชีวิตทุกแง่มุม พิจารณาจากทรรศนะการยังชีพแล้ว อาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมเป็นดั่งอุปกรณ์ที่มนุษย์ใช้เพื่อการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด วัฒนธรรมจึงเป็นภูมิปัญญาที่คนรุ่นลูกหลานได้สืบทอดต่อมาจากบรรพบุรุษ ในปัจจุบันได้มีการนำสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยว จึงกลายเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2545:253)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่เน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกประเพณีที่สืบทอดต่อๆกันมา และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ โดยสิ่งที่ดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วยวิถีชีวิต พิพิธภัณฑ์ การแสดง แหล่งโบราณคดี การแสดงดนตรีสากล และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงานฝีมือต่างๆ และการกระทำที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เป็นต้น (Marianna Sigala and David Leslie, 2005: 5-6)

4.บทความที่เกี่ยวข้อง

4.1 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของตลาดที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต

จากการค้นคว้า พบบทความที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดและศักยภาพของตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรี เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่องานวิจัย ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของตลาดที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต กิตติพร ใจบุญ (อ้างจาก ราตรี โตเพ่งพัฒน์ 2543 : 1) กล่าวว่า ตลาดน้ำเป็นปรากฏการณ์ของสังคมไทยภาคกลาง ซึ่งตั้งแต่เดิมผู้คนนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ เพราะลำน้ำคือ เส้นทางสัญจรที่สำคัญ ตลาดน้ำเป็นตัวอย่างที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทยที่ส่วนใหญ่แล้วดำเนินชีวิตและหาเลี้ยงชีพด้วยการเป็นเกษตรกรเมื่อเกษตรกรได้ผลผลิตออกมาแล้ว ก็จะนำผลผลิตนั้นมาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวกเหมาะสมแก่การติดต่อเดินทางซึ่งก็คือในท้องน้ำนั่นเอง ดังนั้นสินค้าที่วางขายในตลาดน้ำจึงเป็นผลผลิตทางการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีอาหารสด เช่น เนื้อสด ปลา ผัก ผลไม้ ฯลฯ อาหารแห้ง เช่น พริก หอม กระเทียม เครื่องเทศ น้ำปลา เกลือ น้ำตาล ขนมแห้ง ยาสูบ ตลอดจนเครื่องจักรสาน โดยใช้เรือแพเป็นพาหนะนำสินค้าไปส่งยังแหล่ง

รับซื้อหรือจุดนัดพบ ซึ่งมักจะเกิดขึ้นตามบริเวณปากคลองหรือบริเวณจุดตัดของคลองซอยต่าง ๆ แต่ในระหว่างทางอาจหยุดและขายตามรายทางไปด้วย ตลาดน้ำมักเกิดในเวลาเช้ามืดและใช้ประโยชน์จากน้ำขึ้น-น้ำลง ตลาดบางแห่งจึงเป็นตลาดนัดในวันข้างขึ้น-ข้างแรม เช่นตลาดน้ำท่าคา เดิมเรียกว่า "ท่าน้ำคา" เพราะจะมีตลาดน้ำในทุกวันขึ้นและแรม 2 ค่ำ เป็นต้น

นอกจากนี้ เรือนแพที่อยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนของเรือ ก็จะเกิดเป็นตลาดแบบประจำขึ้น โดยมักเกิดจากการรับฝากขายสินค้าของเรือ นานเข้าเรือนแพเหล่านี้ก็จะจัดหาสินค้าจำพวกเครื่องอุปโภคบริโภคต่าง ๆ มาวางขาย ที่สำคัญคือ เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น มีด พร้า หม้อ ไห เตา เทียนไข ขี้ไต้ ยาตั้ง ยาฝอย หมาก พลู ปูน แป้งกระแจะ ดินสอพอง น้ำอบไทย และของแห้ง เช่น กะปิ น้ำปลา เกลือ เครื่องแกง ฟืน ข้าวสาร ถ่าน พริกไทย น้ำตาลปึก น้ำตาลปีบ ของชำต่าง ๆ เครื่องจักรสาน เสื่อ เสื้อผ้า ฯลฯ โดยผู้ขายไปรับมาจากแหล่งผลิตตามย่านต่าง ๆ นอกจากนี้บางแห่งยังอาจจะรับอาหารสดมาจำหน่ายด้วย ดังนั้น เรือนแพจึงเป็นศูนย์กลางที่มีสินค้ามากชนิด และกลายเป็นลักษณะของพ่อค้ารายย่อยที่สำคัญ

ตลาดน้ำลดความสำคัญลงไปมากนับตั้งแต่มีการตัดถนน ซึ่งเป็นการพัฒนาเส้นทางคมนาคมในเมือง นับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา ทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชนไปตามเส้นทางถนนที่สร้างขึ้นใหม่ การกระจายตัวของตลาดจึงเป็นไปในรูปตลาดบกบนเส้นทางถนนมากกว่าในรูปแบบของตลาดน้ำดังที่เคยเป็นมา และรูปแบบของตลาดได้มีการพัฒนามาโดยตลอดให้ทันสมัยมากขึ้นตามมาตรฐานตะวันตก จนกระทั่งในปัจจุบัน รูปแบบของการซื้อขายไม่ได้ยึดติดกับตลาดเพียงอย่างเดียว แต่มีร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อจำนวนมาก ตลาดน้ำค่อย ๆ หายไปตามกาลเวลา ตลาดน้ำที่ยังเหลืออยู่จำต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ปัจจุบัน จากที่เคยเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรระหว่างครัวเรือน หรือของกินของใช้เล็ก ๆ น้อย ๆ มาเป็นการค้าเชิงพาณิชย์มากขึ้น มีการปรับปรุงรูปแบบของตลาดให้มีสินค้าหลากหลายมากขึ้น เพื่อเอาใจนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางมาซื้อสินค้าจากนอกชุมชนนอกจากนี้ ช่วงเวลาในการขายสินค้าหรือเส้นทางการเข้าถึงตลาดน้ำก็มีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

การเกิดและการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำในช่วงระยะ 20 – 30 ปีหลังมานี้ จึงเป็นไปเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง การศึกษาการเกิดขึ้นของตลาดน้ำตลิ่งชันของประดับ เรียนประยูร พบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชัน เกิดขึ้นในปี พ.ศ.2530 โดยพลตรีจำลอง ศรีเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในขณะนั้น มีโครงการจะพัฒนาตลาดน้ำแห่งใหม่ให้สมบูรณ์แบบ มีบรรยากาศและลักษณะชนบทแบบไทย ๆ เพื่อที่จะลบภาพและข่าวที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศตำหนิตลาดน้ำวัดไทรว่าเป็นตลาดน้ำที่ไม่แท้จริง และเพื่อเป็นการส่งเสริมปีการท่องเที่ยวไทยในขณะนั้นด้วย โดยประยุกต์ให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง คือ พัฒนาจากตลาดบกให้เป็นตลาดน้ำ เพราะถนนเป็น

เส้นทางสัญจรสำคัญในปัจจุบันจึงมีการปรับปรุงพื้นที่บริเวณถนนและสวนฉัตรมงคลหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ให้เป็นศูนย์กลางตลาดนัดเพื่อการเกษตร จัดให้มีการประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัว พร้อมทั้งจัดให้มีนิทรรศการและการบรรยายทางวิชาการด้านการเกษตร ตลอดจนสำนักงานเขตฯ ได้จัดให้มีการขายเครื่องอุปโภคบริโภคและสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องที่เขตตลิ่งชันและเขตใกล้เคียงที่จะได้มาหาซื้อเป็นประจำ นอกจากนี้ยังจัดให้มีการท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อชมวิถีชีวิตสองฝั่งคลอง และขึ้นชมสวนกล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนบริเวณริมคลองชักพระหน้าสำนักงานเขตฯ จะจัดทำโป๊ะแพเลียบคลองชักพระไปจนถึงทางรถไฟ เพื่อเป็นสถานีลงเรือท่องเที่ยวทางน้ำ และเป็นศูนย์อาหารทางน้ำโดยผู้ค้าต้องใช้เรือเป็นร้านค้า

การศึกษาดังกล่าว จึงยืนยันถึงการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันตลาดน้ำที่ยังเหลืออยู่ล้วนเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทั้งสิ้น เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร และตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม เป็นต้น

4.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการค้าทางน้ำหรือตลาดน้ำ มี 4 ปัจจัย

นวลน้อย สารสอน (2533) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการค้าทางน้ำหรือตลาดน้ำ มี 4 ปัจจัย ได้แก่

4.2.1 สภาพแวดล้อม ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นลุ่ม มีแม่น้ำลำคลอง ทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและการขุดโดยแรงของมนุษย์ เป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบการเป็นอยู่ของประชาชนที่ตั้งบ้านเรือนในบริเวณนั้นมาก

4.2.2 ที่ตั้งชุมชน มีชุมชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงมากพอสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือถ้าตั้งอยู่ในจุดผ่านของชุมชนอื่น ๆ ก็จะมีส่วนต่อของการขยายตัวของตลาดน้ำนั้นได้มากขึ้น

4.2.3 เส้นทางคมนาคม ตลาดน้ำจะเกิดขึ้นได้ก็หมายความว่าสถานที่นั้นต้องมีการเดินทางไปมาของประชาชน โดยอาศัยทางน้ำเป็นหลัก หรือสมาชิกในสังคมนั้นมีวิถีชีวิตแบบที่ต้องพึ่งพาแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน การเดินทางก็จะมีเรือชนิดต่าง ๆ เป็นพาหนะ ช่วยให้ได้รับความสะดวกสบาย ต่อการเป็นอยู่และการประกอบอาชีพ

4.2.4 ลักษณะของอาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ถ้ามีการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันโดยเฉพาะในกรณีที่มีการเพาะปลูกพืชที่เป็นอาหารหลักหรือที่จำเป็นต่อชีวิต ก็จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ไม่สามารถผลิตได้เองในท้องถิ่น

ตลาดน้ำมีความเปลี่ยนแปลงอย่างมากตลอดระยะเวลาในรอบหนึ่งศตวรรษมานี้ สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำ มีอยู่ด้วยกัน 2 สาเหตุใหญ่ ๆ คือ

1.การตัดถนน เป็นการพัฒนาเส้นทางคมนาคมในเมือง ซึ่งมีผลให้แม่น้ำลำคลองลดความสำคัญลง ตลาดที่เคยอยู่ในน้ำก็ยกขึ้นบก กลายเป็นตลาดสดริมถนนแทน ตลาดน้ำดั้งเดิมจำนวนมากจึงค่อย ๆ หายไป อาทิ ตลาดน้ำหัวรอในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำปากคลองบางคอแหลมในกรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำปากคลองบางแก้วในจังหวัดนครปฐม ตลาดน้ำบ้านกระแชงในจังหวัดปทุมธานี และตลาดน้ำบางขุนเทียน หรือตลาดน้ำวัดจอมทอง เป็นต้น

2.กระแสของการท่องเที่ยว กระแสหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจของสังคมไทยในช่วง 20 – 30 ปีมานี้ คือการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ตลาดน้ำมีความเปลี่ยนแปลง หากมองว่าการตัดถนนเป็นปัจจัยด้านลบที่ทำให้ตลาดน้ำรูปแบบดั้งเดิมหายไป กระแสของการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นปัจจัยด้านบวกที่ทำให้เกิดตลาดน้ำใหม่ ๆ หรือตลาดน้ำที่ปรับรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวกในจังหวัดราชบุรี ตลาดน้ำตลิ่งชันในกรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำวัดลำพญาในจังหวัดนครปฐม และตลาดน้ำท่าคาในจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการค้นคว้า พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรี เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่องานวิจัย ดังนี้

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2545). ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมริมกว๊านพะเยา กรณีศึกษา ชุมชนบ้านร่องไฮ ตำบลแม่ใส อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนอยู่ในระดับมาก มีความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกด้าน คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย และด้านการบริหารจัดการ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ การร่วมวางแผน การร่วมดำเนินกิจกรรม การร่วมลงทุน และร่วมติดตามประเมินผล ส่วนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการมากในด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย และด้านการบริหารจัดการภายในชุมชนที่ทำให้เกิดความสะดวก แต่มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลางด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2549). ได้ศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเยาวราช กรณีศึกษา เทศกาลกินเจ โดยพบว่าผู้ที่มาเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจ

ด้านประเพณีมากที่สุด รองลงมาคืออาหารปรุงสำเร็จ สินค้าอุปโภคบริโภค สถานที่และกิจกรรมบันเทิงตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มาเที่ยวมีความคิดเห็นว่างานนี้มีความน่าสนใจและคาดว่าจะกลับมาเที่ยวอีก โดยความภูมิใจในท้องถิ่นนั้นผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดรู้สึกถึงความภูมิใจและมีความสนใจที่อยากจะเรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมประเพณีมากขึ้น

นิวัฒน์ อมาตยกุล (2549). ศึกษาปัจจัยทางสังคม ผลกระทบและการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยโดยสรุป พบว่า

1. ปัจจัยทางสังคมที่มีส่วนช่วยในการรักษาวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด คือเครือข่ายองค์กรทางสังคม กิจกรรมสำคัญทางศาสนา ความสามัคคี และความร่วมมือกันในชุมชน

2. ผลกระทบ และความเปลี่ยนแปลงจากการที่ชุมชนเกาะเกร็ดถูกพัฒนาขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม คือ

2.1 ด้านเศรษฐกิจ พบว่าการพัฒนาดังกล่าว สร้างงาน สร้างรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับคนในชุมชน

2.2 ด้านสังคม พบว่ามีการฟื้นฟูขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีชีวิต ของชาวมอญในอดีตให้กลับคืนมา คนในชุมชนเกาะเกร็ดเกิดความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของตนเอง

2.3 ด้านวัฒนธรรม พบว่าเกาะเกร็ดมีการรับวัฒนธรรมจากแหล่งอื่น เหตุผลประการสำคัญคือ ชุมชนเกาะเกร็ดอยู่ใกล้กรุงเทพฯ จึงมีการคมนาคมติดต่อได้อย่างสะดวก

2.4 ด้านสภาพแวดล้อม พบว่าสิ่งสาธารณูปโภค เช่น ถนน ประปา ไฟฟ้าโทรศัพท์ ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ และช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมให้ดีอยู่เสมอ

3. ในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมของชาวชุมชนเกาะเกร็ด พบว่า ยังมีการสืบทอด เช่นภาษา การแต่งกาย อาหาร การประกอบพิธีกรรมยังคงทำในรูปแบบดั้งเดิม การผลิตเครื่องปั้นดินเผา วิธีการ แบบดั้งเดิมได้มีการอนุรักษ์ไว้ให้คนทั่วไปได้เห็น อย่างไรก็ตามได้มีการประยุกต์วัฒนธรรมประเพณีบางด้านให้เข้ากับรูปแบบใหม่ ๆ

ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ ควรปรับบทบาทในการสร้างความยอมรับจากคนในพื้นที่ด้วยการพัฒนาชุมชนอย่างเต็มที่ และมีการรณรงค์ ให้คนในชุมชนรักษาขนมธรรมเนียมวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ดอย่างต่อเนื่อง

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่ - 6 มิ.ย. 2553
เลขทะเบียน 229462
เลขเรียกหนังสือ