



บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

1. สรุปผลศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรี ในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

จากการนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยวิธี Content Analysis สรุปผลปัจจัยร่วมที่มีอิทธิพลต่อการเกิดตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวงได้ดังนี้

1.1 ด้านกายภาพ

ในเรื่องของที่ตั้ง ปรากฏว่าทั้งสองพื้นที่จะเริ่มก่อตั้งตลาดบริเวณริมฝั่งแม่น้ำก่อน หลังจากนั้นจึงค่อย ๆ ขยายตัวจากริมน้ำขึ้นมาบนบก ในกรณีของตลาดน้ำวัดลำพญา ต้องการขยายพื้นที่ของตลาดให้กว้างขึ้น ส่วนกรณีของตลาดบางหลวงนั้น เนื่องจากมีถนนตัดผ่านจึงเกิดการขยายของชุมชนจากริมน้ำไปยังถนนเพื่อความสะดวกในการคมนาคม ในส่วนของภูมิประเทศ ทั้งสองพื้นที่นี้มีลักษณะภูมิประเทศที่เหมือนกันคือ มีแม่น้ำไหลผ่าน (แม่น้ำนครชัยศรี) และเป็นที่ราบริมฝั่งแม่น้ำที่มีขอบตลิ่งต่ำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการค้าขาย รวมถึงการขนส่งสินค้าจากท่าเรือริมแม่น้ำสู่พื้นที่บนบก

1.2 ด้านเศรษฐกิจ

ประเภทของสินค้าและร้านค้า ปรากฏว่าทั้งสองพื้นที่มีลักษณะของอาหารคาวและอาหารหวานคล้ายคลึงกัน อาหารคาวได้แก่อาหารตามสั่งทั่วไป ก๋วยเตี๋ยว ลูกชิ้นทอด ผัดไท เป็นต้น อาหารหวานได้แก่ ขนมไทย เช่น ขนมชั้น ขนมทองหยิบทองหยอด ขนมหวานต่าง ๆ เป็นต้น โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในกรณีของตลาดน้ำวัดลำพญาจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย ในส่วนของผู้ขายนั้น ทั้งสองพื้นที่เน้นให้คนในท้องถิ่นเป็นผู้ขายโดยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะตลาดบางหลวงที่มีผู้ขายเป็นคนในท้องถิ่นทั้งหมด ส่วนตลาดน้ำวัดลำพญา มีผู้ขายมาจากต่างพื้นที่บ้างเป็นส่วนน้อย ทั้งนี้ เพื่อต้องการให้สินค้าที่นำมาขายยังตลาดน้ำวัดลำพญา มีความหลากหลายแตกต่างจากคนในท้องถิ่น

1.3 ด้านสังคม

วัฒนธรรมที่ปรากฏในสองพื้นที่มีทั้งความเหมือนและแตกต่างกัน โดยทั้งสองพื้นที่มีวัฒนธรรมไทยและประเพณีที่คนไทยปฏิบัติสืบทอดกันมา ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทก เป็นต้น แต่ที่บางหลวงจะมีวัฒนธรรมของชาวจีนรวมอยู่ด้วย เนื่องจากชุมชนแห่งนี้มีชาวจีนมาตั้งถิ่นฐานอยู่มาก จึงปรากฏประเพณีของชาวจีนที่สำคัญได้แก่ ตรุษจีน เทศกาลกินเจ เป็นต้น ในส่วนของเอกลักษณ์ของทั้งสองพื้นที่นี้ จะมีความโดดเด่นในเรื่องของอาหาร โดยที่ตลาดน้ำวัดลำพญา มี

อาหารที่มีชื่อเสียงอยู่มากมาย โดยอาหารที่ขึ้นชื่อ คือ ไก่ทอดลำพญา ส่วนที่ตลาดบางหลวงมีขนม
ซวนเปี้ยะที่จะมีขายเฉพาะที่ตลาดบางหลวงเท่านั้น และที่เป็นเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในทั้งสองพื้นที่คือ การล่องเรือชมธรรมชาติริมฝั่งแม่น้ำเพื่อเที่ยวชมวัด คู่วิถีชีวิต
วัฒนธรรมของผู้คนรวมถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นริมสองฝั่งแม่น้ำนครชัยศรี

2.สรุปผลการประเมินศักยภาพตลาดริมน้ำ เพื่อพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากแบบประเมินร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์ค่าคะแนน ร่วมกับ
การวิเคราะห์โดยวิธี SWOT Analysis (ตารางแสดงในบทที่ 4)

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลของตลาดน้ำวัดลำพญา

จากการประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวงใน 5 ด้านคือ ด้าน
ความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการตอบรับของคนใน
ท้องถิ่น และด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอก โดยข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจใน
บริเวณพื้นที่ตลาดน้ำวัดลำพญาและสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่ ของผู้ทำการวิจัย 3 คน แล้วนำคะแนน
ที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงลำดับคะแนนดังนี้

มีศักยภาพมากที่สุด	ได้คะแนนประเมินมากกว่าร้อยละ 80
มีศักยภาพมาก	ได้คะแนนประเมินร้อยละ 66 – 80
มีศักยภาพปานกลาง	ได้คะแนนประเมินร้อยละ 50 – 65
มีศักยภาพน้อย	ได้คะแนนประเมินน้อยกว่าร้อยละ 50

ตารางที่ 18 สรุปผลการประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดลำพญาโดยภาพรวม

ประเมิน	คะแนนที่ได้(%)	ระดับศักยภาพ
1.ความสะดวกในการเข้าถึง	80.35	มากที่สุด
2.สิ่งอำนวยความสะดวก	80.54	มากที่สุด
3.สิ่งแวดล้อม	83.33	มากที่สุด
4.การตอบรับของคนในท้องถิ่น	92.55	มากที่สุด
5.การพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอก	92.55	มากที่สุด
สรุปโดยภาพรวม	83.96	มากที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญา มีศักยภาพโดยภาพรวมของทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด คะแนนที่ได้คือ 83.96% ซึ่งทุกด้านจะมีระดับศักยภาพมากที่สุด โดยด้านที่ได้รับคะแนนสูงสุดเท่ากัน 2 ด้านคือด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น และด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอก คะแนนที่ได้คือ 92.55% ทั้งนี้ นอกจากความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน ผู้นำชุมชนและในส่วนของวัดลำพญาแล้ว ยังได้รับความสนใจจากภาครัฐฯ และเอกชนบางกลุ่ม ในส่วนของงบประมาณสนับสนุน เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำลำพญา

ส่วนด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือด้านความสะดวกในการเข้าถึง คะแนนที่ได้คือ 80.35% เนื่องด้วยเส้นทางที่ค่อนข้างซับซ้อน เพราะตัวตลาดตั้งอยู่ในบริเวณวัดในตัวชุมชน โดยที่วัดจะอยู่ติดกับถนนสายรองในชุมชน ไม่ใช่ถนนสายหลัก รวมถึงจำนวนป้ายบอกทางที่นับว่ายังมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับระยะทางจากตัวอำเภอ หรือจังหวัดใกล้เคียง (กรุงเทพฯและนครปฐม) มายังตลาดน้ำลำพญา

คะแนนที่ได้สูงที่สุดกับคะแนนที่ได้ต่ำสุดนี้ ไม่ต่างกันมากนัก ทำให้ตลาดน้ำวัดลำพญา มีความเหมาะสมอย่างมากที่จะพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลของตลาดบางหลวง

จากการประเมินศักยภาพของตลาดบางหลวงใน 5 ด้านคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น และด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอก โดยข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจในบริเวณพื้นที่ตลาดบางหลวงและสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่ จำนวน 3 คน แล้วนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงลำดับคะแนนดังนี้

มีศักยภาพมากที่สุด	ได้คะแนนประเมินมากกว่าร้อยละ 80
มีศักยภาพมาก	ได้คะแนนประเมินร้อยละ 66 – 80
มีศักยภาพปานกลาง	ได้คะแนนประเมินร้อยละ 50 – 65
มีศักยภาพน้อย	ได้คะแนนประเมินน้อยกว่าร้อยละ 50

ตารางที่ 19 สรุปผลการประเมินศักยภาพของตลาดบางหลวงโดยภาพรวม

ตัวแปรที่ใช้ประเมิน	คะแนนที่ได้ %	ระดับศักยภาพ
1.ความสะดวกในการเข้าถึง	78.41	มาก
2.สิ่งอำนวยความสะดวก	66.66	มาก
3.สิ่งแวดล้อม	51.83	ปานกลาง
4.การตอบรับของคนในท้องถิ่น	55.55	ปานกลาง
5.การพัฒนาและการจัดการของคนภายนอก	55.55	ปานกลาง
สรุปโดยภาพรวม	63.19	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า ตลาดบางหลวงมีศักยภาพโดยภาพรวมของทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนที่ได้คือ 63.19% ซึ่งในด้านความสะดวกในการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เนื่องจากตัวตลาดเป็นแหล่งชุมชนที่มีสาธารณูปโภคพร้อม และอยู่ติดกับถนนใหญ่สายหลัก ทำให้การคมนาคมและเข้าถึงตลาดทำได้สะดวก ในขณะที่ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น และด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอกมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เนื่องจากตลาดบางหลวงมีลักษณะของชุมชนเก่าแก่ โดยผู้ที่อาศัยเป็นคนในท้องถิ่นแต่เดิมทั้งหมด ภูมิทัศน์ที่ปรากฏจึงเป็นบ้านไม้เก่าแก่ ไม่ได้มีการปรับปรุงหรือตกแต่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ตลาดมีความสงบเงียบตามแบบชุมชน ผู้ที่มาท่องเที่ยวจึงเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ที่สนใจในความเรียบง่ายของวิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดบางหลวง

ส่วนด้านที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือด้านความสะดวกในการเข้าถึง คะแนนที่ได้คือ 78.41% และด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือด้านสิ่งแวดล้อม คะแนนที่ได้คือ 51.83% ซึ่งคะแนนที่ได้สูงที่สุดกับคะแนนที่ได้ต่ำสุดต่างกันค่อนข้างมาก ดังนั้นถ้าต้องการพัฒนาตลาดบางหลวงให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องพัฒนาในทุกด้านเพื่อเพิ่มระดับศักยภาพโดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่น และด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอก

ข้อจำกัดทางการศึกษา

1. ข้อมูลสถิติภูมิที่เกี่ยวข้องกับตลาดริมน้ำมีน้อย
2. การเก็บข้อมูลภาคสนามใช้เวลานาน เนื่องจากเงื่อนไขด้านเวลาทำการของตลาดทั้งสอง ทำให้ต้องเดินทางหลายครั้ง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการประเมินศักยภาพของตลาดริมน้ำทั้งสองแห่งเพื่อพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ
2. ควรมีการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในอำเภอบางเลน เพื่อจัดทำเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำทางอ้อม
3. ศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในตลาดริมน้ำทั้งสองแห่ง เพื่อหาแนวทางป้องกันแก้ไขและพัฒนาต่อไป