

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กว่าทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักทางหนึ่งของประเทศ ที่นำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จากรายงานประจำปี 2550 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2550 มีการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และรายได้จากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าการท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ พอสมควร ไม่ว่าจะเป็นการก่อการร้าย โรคระบาด เช่น โรคซาร์สและไข้หวัดนก ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ก็ตาม หรือในปี พ.ศ. 2550 เอง ประเทศไทยก็ประสบกับภาวะที่ไม่อำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลายประการ เช่น เศรษฐกิจถดถอย ราคาน้ำมันพุ่งสูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาทางการเมืองและความไม่สงบในประเทศที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ๆ แต่ก็พบว่า ในปี 2550 นั้น ยังคงมีนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคทั่วโลก เดินทางมาเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมากคือ 14.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.65 โดยนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวน 547,782 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.57 จากปีที่ผ่านมา ทั้งยังกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวน 83.23 ล้านคนครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.14 ซึ่งสามารถกระจายรายได้ไปยังส่วนต่าง ๆ เป็นจำนวน 380,417 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.15 จากปีที่ผ่านมา

จากที่กล่าวมาข้างต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นกลยุทธ์ประการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สามารถทำรายได้ นำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้เป็นอันดับหนึ่ง อีกทั้งการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากจะทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจแล้ว ก็ยังก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ (กฤษฎา สุริยวงศ์, 2549, น. 1) ตลอดจนสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ในอีกแง่มุมหนึ่ง พบว่า บ่อยครั้งการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นั้น ภาครัฐกลับมีนโยบายที่เน้นเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลาง คือมุ่งที่การพัฒนาด้านวัตถุและสาธารณูปโภคมาก

เกินไป อันเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้เสื่อมโทรมลงอย่างมาก

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา หลายประเทศได้รับผลกระทบจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาข้างต้นเช่นกัน ประเทศต่าง ๆ จึงเริ่มให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศด้วย เป็นผลให้เกิดแนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) ขึ้น และแนวคิดดังกล่าวก็ได้รับการยอมรับเป็นไปในทางเดียวกันในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก นำไปสู่การประชุมครั้งสำคัญขึ้น ได้แก่ การประชุม Globe '90 Conference ซึ่งเป็นการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาแบบยั่งยืน ณ เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 1990 (พ.ศ. 2533) ในการประชุมดังกล่าวได้มีการให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า คือ “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง จึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้ด้วย” โดยคำจำกัดความข้างต้นเป็นแนวคิดสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการวางหลักการพื้นฐานและสร้างกรอบนโยบายตลอดจนแนวทางปฏิบัติสำหรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยเองก็ได้ปรับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวคิดข้างต้นด้วย โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้รับงบประมาณด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยว จึงได้มีการศึกษาวิจัยเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไปพร้อมกันด้วย ประกอบกับการประกาศแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ในส่วนที่เกี่ยวกับ Travel and Tourism Industry ภายหลังการประชุม Earth Summit ที่ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2535 ก็มีผลสำคัญในการผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งระบบและกระบวนการเพื่อการประสานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ระดับการตัดสินใจและการระบุแนวทางการปฏิบัติที่จำเป็น (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

จะเห็นได้ว่า แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากนานาประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ เพราะเป็นแนวคิดที่มุ่งให้เกิดการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืนยาว เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่าง

ยั่งยืน โดยมุ่งให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการดูแลรักษา บริหารจัดการและเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เอง เพราะคนในท้องถิ่นจะเป็นผู้รู้และเข้าใจถึงความต้องการของชุมชนได้ดีที่สุด

ปัจจุบัน ในประเทศไทยเราก็มีชุมชนหลายแห่งที่มีศักยภาพในการที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้และชุมชนเหล่านั้นก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นอย่างดี ทั้งที่เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม แม้ในกรุงเทพมหานครเองซึ่งเป็นเมืองหลวง อันเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเทคโนโลยีและความทันสมัยต่าง ๆ แต่ก็ยังเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยความหลากหลายทั้งในแง่ของวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ฯลฯ กรุงเทพมหานคร จึงเป็นเมืองที่ผสมผสานอยู่ระหว่างวัฒนธรรมความเป็นชุมชนและความเป็นเมืองไปโดยปริยาย ในขณะที่ชุมชนดั้งเดิมบางส่วนก็ยังคงพยายามอนุรักษ์วิถีชีวิตของตนเอาไว้ แม้จะถูกความเป็นเมืองรุกรานมากขึ้นทุกทีก็ตาม

นอกจากนี้ บางส่วนของกรุงเทพฯ ซึ่งในสมัยอดีตเรียกว่า “บางกอก” โดยเฉพาะชุมชนที่อาศัยอยู่ติดแม่น้ำลำคลองก็เคยเป็นชุมชนเกษตรมาแต่ดั้งเดิมด้วย แต่เนื่องจากสภาพความเป็นเมืองนั้นรุกคืบเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนเมืองแทบจะไม่ได้สัมผัสกับพื้นที่สีเขียวและธรรมชาติเท่าไรนัก ในขณะที่ความจริงแล้วยังมีหลายพื้นที่ของกรุงเทพฯ ที่ยังคงทำการเกษตร ทำสวน ทำนากันอยู่ เช่น เขตตลิ่งชัน เขตหนองจอก เป็นต้น นอกจากนั้น ก็ยังมีชุมชนชาวคลองที่ปัจจุบันวิถีชีวิตเดิม ๆ ค่อย ๆ เลือนหายไปทุกที เนื่องจากพื้นที่ใกล้เคียงถูกซื้อไปทำเป็นหมู่บ้านจัดสรรเสียมาก ปัจจุบันจึงเกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่พยายามจะอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวคลองไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น โดยการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจให้แก่คนเมืองและเป็นแหล่งสร้างรายได้พอเลี้ยงชุมชนไปในขณะเดียวกัน ตามแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ถือเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการปรับเปลี่ยนและพัฒนาชุมชนของตนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเมืองหลวง ตลาดน้ำแห่งนี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนในการที่จะอนุรักษ์วิถีชุมชนเอาไว้ และสร้างรายได้ให้ชุมชนสามารถเลี้ยงชีพได้ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง คือพออยู่พอกิน ไม่ได้เน้นในเชิงธุรกิจเพื่อค้ากำไร รวมทั้งทำให้คนในชุมชนสามารถดำรงชีวิตตามวิถีดั้งเดิมของบรรพบุรุษของตนได้ต่อไป

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตั้งขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2547 บนถนนตลิ่งชัน-บางระมาด (ซอยสุขาภิบาล-บางระมาด) บริเวณถนนกาญจนาภิเษก ใกล้พุทธมณฑลสาย 1 อยู่ในพื้นที่ย่านสวนรอบนอกของเขตตลิ่งชันซึ่งตั้งอยู่บริเวณทางด้านตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า

(ปัจจุบันคือ คลองบางกอกน้อยต่อคลองชักพระ และคลองบางกอกใหญ่) มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม ประกอบด้วยพื้นที่สวนผลไม้และสวนผัก มีคูคลองจำนวนมากสานกันคล้ายร่างแห คลองหลัก ๆ ในเขตตลิ่งชันจะไหลขนานในแนวตะวันตก-ตะวันออก ได้แก่ คลองมหาสวัสดิ์ คลองบางระมาด คลองบางพรหม คลองบางน้อย และคลองบางเชือกหนัง

ในสมัยอยุธยา ย่านตลิ่งชันเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของ “สวนในบางกอก” เนื่องจากพื้นที่ของเขตตลิ่งชันเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำลำคลองสาขามากมายและอยู่ไม่ไกลจากทะเล ทำให้ดินมีลักษณะลึกลับดักเค็ม เหมาะกับการปลูกผลไม้และผลไม้ที่ปลูกในย่านนี้ก็มียุทธชาติดีด้วย ดังนั้น ย่านนี้จึงเป็นย่านปลูกผลไม้ที่มีชื่อเสียงและเก่าแก่แห่งหนึ่งมากกว่า 500 ปี ดังที่เคอ ลา ลูแบร์ ราชทูตชาวฝรั่งเศสที่เดินทางเข้ามาเจริญสัมพันธไมตรีในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช พ.ศ. 2199 - 2231) ได้บันทึกและวาดภาพพืชพันธุ์ผลไม้ย่านบางกอกไว้ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2548, ใน สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์, 2551, น. 20-22)

นอกจากนี้ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจนถึงสมัยต้นรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ยังพบว่า ย่านตลิ่งชันนี้ยังมีพื้นที่ที่เป็นท้องนาอันจากปากคลองบางระมาด บางพรหม บางน้อยและบางเชือกหนังเข้าไปอีกด้วย เห็นได้จากหลักฐานแผนที่ย่านตลิ่งชันสมัยรัชกาลที่ 6 รวมถึงร่องรอยศาลแม่โพสพเก่าริมคลองบางพรหมและโรงสีร้าง 2-3 โรงบริเวณคลองบางเชือกหนังใกล้วัดพิบูล

ภาพที่ 1.1

ศาลแม่โพสพเก่าริมคลองบางพรหม



ที่มา: ชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนตลิ่งชัน (น. 27), โดย สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์, 2551, กรุงเทพฯ: โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชัน.

ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเกิดจากการที่นายชวน ชูจันทร์ ผู้นำชุมชนและประธานคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมคนปัจจุบันเป็นผู้เริ่มก่อตั้ง โดยเริ่มแรกนายชวนเป็นคนในท้องถิ่น ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งทำนาเป็นอาชีพหลักแถวแขวงบางระมาดนี้มาตั้งแต่เด็ก แต่เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2520 ชาวบ้านเลิกทำนา เนื่องจากมีการสร้างเขื่อนทางภาคเหนือกันมากขึ้น กันไม่ให้น้ำเหนือไหลบ่ามามากจนเกินไป เมื่อน้ำที่ไหลมาอยู่ในระดับที่พอเหมาะ ไม่ค่อยท่วมมาก พื้นที่แถบนี้จึงสามารถปรับมาทำสวนได้ หลายบ้านเริ่มหันมาयर่องทำสวนกัน เพราะเมื่อทำสวนจะสามารถปลูกพืชผลได้หลากหลายชนิด ไม่ต้องทำนาเพียงอย่างเดียว

จนกระทั่งราวปี พ.ศ. 2538 สภาพชุมชนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป วิถีชีวิตริมคลองเริ่มถูกรุกไล่จากการเกิดของหมู่บ้านจัดสรรที่ขยายเข้ามาในพื้นที่ของชุมชนเดิมมากขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ ถนนสายใหม่ต่าง ๆ ที่ตัดผ่านบริเวณนี้ก็ได้นำความเจริญเข้ามาพร้อมกับความเสื่อมโทรมของแม่น้ำลำคลองและสิ่งแวดล้อม คลองที่เคยสะอาดใสก็เต็มไปด้วยขยะ หลายบ้านเลิกทำการเกษตรแล้วขายที่ดินของตนให้กับบริษัทหมู่บ้านจัดสรร นายชวนจึงตัดสินใจเริ่มรณรงค์ให้ชุมชนช่วยกันรักษาความสะอาดคลอง โดยทำเป็นแบบอย่างก่อนและชวนเด็ก ๆ ในชุมชนมาช่วยกันพายเรือเก็บขยะในคลอง จนกระทั่งชาวบ้านเห็นความเปลี่ยนแปลงของชุมชนไปในทางที่ดีขึ้นและยอมรับในตัวเขา

หลังจากนั้น นายชวนก็เกิดความคิดริเริ่มที่จะหาแนวทางในการอนุรักษ์คลอง รักษาพื้นที่และวิถีชีวิตชาวชุมชนบริเวณคลองลัดมะยมแห่งนี้ไว้อย่างยั่งยืน โดยการร่วมมือกันของคนในชุมชนเอง ในช่วงเวลานั้น ชุมชนคลองลัดมะยมได้รับความสนับสนุนจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ร่วมกับชมรม “พลังแผ่นดิน ท้องถิ่นท้องที่ สามัคคีเขตตลิ่งชัน” ซึ่งเป็นชมรมที่ตั้งขึ้นตามนโยบายกระทรวงมหาดไทยที่กำหนดให้จัดตั้งชมรมดังกล่าวตามท้องที่ต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้เกิดการระดมคนมาช่วยกันพัฒนาเขต มีการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่อส่วนรวมคือทำความสะอาดคลองลัดมะยม เพื่อสร้างจิตสำนึกรักคลองแก่คนในชุมชน โดยทางสำนักงานเขตก็เห็นด้วย เพราะคลองลัดมะยมเป็นคลองที่ไม่ยาวหรือกว้างจนเกินไปนัก เป็นกิจกรรมที่ทำได้ไม่ยาก การรณรงค์ใช้เวลาหนึ่งวัน คือวันที่ 7 สิงหาคม 2547 ภายใต้ชื่อโครงการ “คลองสะอาด เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวโรกาสเจริญพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ในวันที่ 12 สิงหาคม 2547” ในการทำกิจกรรมนี้ ทางสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์เครื่องมือและเจ้าหน้าที่มาช่วยกันกับชาวบ้านเก็บขยะในคลอง ปลูกต้นไม้ ถางหญ้า ฯลฯ

ถือได้ว่าการทำความสะอาดคลองครั้งนั้น เป็นสื่อกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ช่วยดึงให้คนในชุมชนเริ่มมาตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมกันดูแลรักษาคลอง อย่างไรก็ตาม กิจกรรมขอแรงอย่างเช่นการทำความสะอาดไม่สามารถทำได้บ่อย อาจสร้างกระแสได้สักพักหนึ่ง แต่ถ้าไม่มีกิจกรรมต่อเนื่อง ก็จะไม่สามารถสร้างความตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์คลองได้ในระยะยาว ผู้นำชุมชนจึงเกิดความคิดริเริ่มในการสร้างตลาดน้ำขึ้น เพราะตลาดน้ำเป็นกิจกรรมที่สามารถทำต่อเนื่องได้ และอาจเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างกิจกรรมที่เชื่อมคนกับคลอง ให้คนยังเห็นความสำคัญของคลองและใช้คลองอยู่ คนที่อยู่ใกล้คลองก็จะได้ใช้คลองมากขึ้น ส่วนคนที่อยู่ไกลก็จะได้เห็นว่ คลองเป็นเส้นทางสำคัญให้เรือสัญจรพานักท่องเที่ยวมาเยือนชุมชน เรียกได้ว่า ทำให้คลองยังไม่ตาย

การเริ่มต้นสร้างตลาดน้ำของชุมชนถือเป็นเรื่องใหม่ จึงมีทั้งผู้ที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับแนวคิดของนายชวน อีกทั้งการจะขอความสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐต่าง ๆ ก็จำเป็นต้องมีสิ่งที่แสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมก่อนว่า โครงการนั้น ๆ สามารถทำได้จริง คุ่มทุนและเกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ในระยะแรก ชุมชนจึงต้องเริ่มต้นดำเนินการเองโดยอาศัยทุนทรัพย์ส่วนตัวของผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน ประกอบกับความร่วมแรงร่วมใจของคนในชุมชนที่มาช่วยกันลงแรงสร้างตลาดน้ำ ในที่สุด ชุมชนก็สามารถเปิดตลาดน้ำขายสินค้าในวันหยุดสุดสัปดาห์ครั้งแรกได้สำเร็จในวันเสาร์ที่ 20 พฤศจิกายน 2547 โดยมีวัตถุประสงค์อันเป็นที่ทราบร่วมกันคือ

- 1) เพื่ออนุรักษ์แม่น้ำคูคลองให้ฟื้นคืนชีพขึ้นมาอีกครั้ง
- 2) เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าของชาวสวนริมคลองลัดมะยม แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน และบริเวณใกล้เคียง
- 3) เพื่อให้ชุมชนได้หวนกลับมาทำกิจกรรมร่วมกันอีกครั้ง

ในช่วงเริ่มแรก พื้นที่ของตลาดอยู่ทางฝั่งใต้ของถนนบางระมาดเพียงฝั่งเดียวซึ่งเป็นบริเวณที่ตั้งร้านอาหารลุงชวน แต่ต่อมา เมื่อเริ่มมีคนรู้จักตลาดมากขึ้น พื้นที่ทางฝั่งร้านนายชวนไม่เพียงพอจะรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้ นายชวนจึงมาชักชวนคุณไฉน ชาวเจริญ ซึ่งเป็นญาติห่าง ๆ ให้มาหุ้นกันโดยขยายตลาดไปทางพื้นที่ฝั่งเหนือของถนนบางระมาด ซึ่งนายบุญช่วย ปานพรม หรือคุณพ่อของคุณไฉนเป็นเจ้าของที่อยู่เดิม จากจุดนี้ จึงเริ่มมีการขยายขยายตลาดน้ำคลองลัดมะยมอย่างค่อยเป็นค่อยไป และได้มีการเปิดตลาดใหม่ในส่วนที่ขยายเพิ่มเติมออกไปติดริมคลอง ในวันที่ 1 และ 2 กันยายน 2550 เป็นต้นมา

เมื่อการพัฒนาตลาดเริ่มเห็นผลเป็นรูปธรรม ภายหลังจึงมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ให้ความสนใจและเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่าง

ต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น สำนักงานเขตตลิ่งชันที่สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาสาธารณูปโภค กรมส่งเสริมการเกษตรที่สนับสนุนเรื่องการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตร กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครร่วมกับคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งได้เข้ามาศึกษาวิจัยในพื้นที่ ให้ความรู้และคำปรึกษาในการจัดการชุมชนท่องเที่ยว หรือบางกอกฟอรัม (Bangkok Forum) หน่วยงานที่ไม่ใช่รัฐ (NGO) ที่ร่วมกับชุมชนในการค้นหา พัฒนาและจัดการองค์ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชนให้เป็นระบบ เป็นต้น การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกเหล่านี้ ทำให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีทิศทางที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง กลายเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม พร้อมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนที่ค่อย ๆ มีความสมบูรณ์มากขึ้นเรื่อย ๆ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมากขึ้นตามลำดับ

ในช่วงระยะ 3-4 ปีแรกของการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งถือเป็นระยะเริ่มต้นนั้น ถือได้ว่าเป็นก้าวแรกที่สำคัญในการที่ชุมชนจะวางทิศทางของการดำเนินการจัดการตลาดน้ำให้สามารถสนับสนุนให้เกิดทั้งการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนได้อย่างยั่งยืน ในประเด็นนี้ ชาวชุมชนคลองลัดมะยมก็ต่างมีเป้าหมายร่วมกันในการดำเนินกิจการตลาดเพื่อ “ความสุขของชุมชน” เป็นที่ตั้งอันดับแรก ส่วนเป้าหมายเรื่องการท่องเที่ยวหรือรายได้นั้นเป็นเรื่องรอง ๆ ลงไป เนื่องจากจุดเริ่มต้นการท่องเที่ยวในชุมชนที่ยั่งยืนต้องมาจากการรักษาความเป็นชุมชนไว้ให้ได้เสียก่อน ต้องให้ชาวชุมชนมีวิถีชีวิตที่อยู่ดีมีสุข มีการจัดการชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่ดี เพราะนักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวในชุมชน ก็มักมุ่งหวังที่จะมาดูวิถีชีวิตชาวบ้านและธรรมชาติเหล่านี้เป็นหลัก

หากจะพูดถึงความสำเร็จของตลาดน้ำคลองลัดมะยมในวันนี้ ถือได้ว่าเป็นความสำเร็จแบบค่อยเป็นค่อยไปตามที่ชุมชนตั้งเป้าหมายไว้ไปที่ละขั้น สิ่งสำคัญคือ ผลที่ได้รับกลับมานั้นมากกว่าแค่เพียงรายได้ เพราะการมีตลาดน้ำยังตอบสนองเป้าหมายในการสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง ทำให้ชาวชุมชนเกิดจิตสำนึกว่าคลองเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องร่วมกันดูแล การเก็บขยะในคลองเป็นเรื่องที่ชาวบ้านต้องช่วยกัน ส่วนการมีตลาดจำหน่ายสินค้าทุกสัปดาห์ก็ทำให้คนในชุมชนได้มีกิจกรรมร่วมกัน ได้มาพบปะพูดคุย ปรึกษาหารือทุกสัปดาห์และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน นำไปสู่การทำให้คนในชุมชนสามารถดำรงชีวิตร่วมกันได้อย่างพอมีพอกินและมีความสุขแบบยั่งยืน

อีกสิ่งหนึ่งที่พอจะยืนยันความสำเร็จของการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้ได้คือ การที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้รับรางวัล “ชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยว” ในเขตภาคกลาง ในโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี 2550 เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2550

ซึ่งรางวัลดังกล่าวจัดขึ้นเป็นพิเศษเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 โดยมีหลักเกณฑ์ในการตัดสิน 4 ประการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) คือ

- 1) ชุมชนดำเนินงานตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
- 2) ชุมชนมีความเข้มแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 3) ชุมชนมีศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- 4) ชุมชนมีปัจจัยพื้นฐานในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างสมดุล

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย แม้ว่าการริเริ่ม ผู้นำชุมชน จะเป็นผู้ที่มีบทบาทอย่างมากในฐานะที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion leader) และสื่อบุคคลที่สำคัญในการสร้างความตระหนักในหมู่ชาวชุมชนโดยรวม และเป็นศูนย์กลางประสานส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ แต่ที่สำคัญที่สุดคือต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจของคนในชุมชนเอง เพราะแม้ผู้นำชุมชนจะมีความรู้ความสามารถเพียงใด แต่งานชุมชนเป็นงานส่วนรวมที่ไม่สามารถทำให้สำเร็จได้โดยคนเพียงคนเดียว ต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือการสื่อสารในระดับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและเป็นเจ้าของความสำเร็จของชุมชนร่วมกัน การสร้างเอกลักษณ์และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวให้กับชุมชน การสื่อสารประสานงานและขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ตลอดจนการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน เพื่อให้บุคคลภายนอกได้รับทราบเรื่องราวเกี่ยวกับตลาด เป็นต้น เหล่านี้ นอกจากจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ยกกระดับเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชาวชุมชนแล้ว ยังมีส่วนเผยแพร่แนวคิดการพัฒนาชุมชนแบบยั่งยืนด้วย ทั้งนี้ การที่ชุมชนจะพัฒนาไปสู่ความเป็นชุมชนยั่งยืนได้ ชุมชนเองก็ต้องมีจุดยืนที่จะต่อรองกับองค์การภายนอก ตอกย้ำให้เห็นเอกลักษณ์ความเป็นชุมชนอย่างชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนไปพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์วิถีชีวิตเดิมให้คงอยู่ให้ได้มากที่สุด รวมทั้งต้องมีการปรับประสานกันระหว่างส่วนต่าง ๆ เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นตัวตนของชุมชนเองด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมในงานวิจัยครั้งนี้จะสมบูรณ์ไม่ได้ หากขาดการพิจารณาถึงประสิทธิภาพของ

การสื่อสารผ่านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนด้วย ว่ามีความพึงพอใจและเห็นศักยภาพของชุมชนและความร่วมแรงร่วมใจในการสร้างชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้ขึ้นมาได้เพียงใด อันจะเป็นประโยชน์ในการมองภาพชุมชนจากทั้งมุมมองของคนในและมุมมองของคนนอก เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องและพัฒนางานต่อยอดยิ่ง ๆ ขึ้นไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของชุมชนท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมว่า ตลาดน้ำแห่งนี้ มีการดำเนินการอย่างไร มีการใช้การสื่อสารอย่างไรในการพัฒนาตลาดน้ำของชุมชน อันเป็นผลให้ตลาดแห่งนี้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความเป็นชุมชนชาวคลองของตนไว้ได้ ตลอดจนประสิทธิผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้น ความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินการต่าง ๆ ด้วย อันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงานของตลาดน้ำคลองลัดมะยมและเป็นแบบอย่างไปสู่การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไปได้ไม่มากนัก

ปัญหานำวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม” นี้ ผู้วิจัยได้ตั้งปัญหานำวิจัยดังนี้

1. การสื่อสารของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีรูปแบบและบทบาทอย่างไร
2. การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีรูปแบบและบทบาทอย่างไร
3. ประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมในมุมมองของคนวงในและคนวงนอกเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและบทบาทของการสื่อสารของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม
2. เพื่อศึกษารูปแบบและบทบาทของการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ภายใต้บริบทของการสื่อสาร โดยเน้นศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและบทบาทของการสื่อสารของชุมชน เช่น การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันและร่วมแรงร่วมใจกันอนุรักษ์ชุมชนชาวคลองไ้ว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) และการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว โดยมีการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้เป็นผลสำเร็จ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมุ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลจากการสื่อสารทั้งการสื่อสารของชุมชนและองค์กรภายนอกชุมชนดังกล่าวโดยผ่านมุมมองของทั้งคนในชุมชน ได้แก่ ชาวชุมชนผู้ค้า และคนนอกชุมชนที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนและสื่อต่าง ๆ ด้วย โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่จะศึกษาอยู่ในตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งตั้งอยู่บนถนนตลิ่งชัน-บางระมาด (ซอยสุขาภิบาล-บางระมาด) บริเวณถนนกาญจนาภิเษก

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งนี้ เจ้าของท้องถิ่นเอง ควรมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดเอกลักษณ์ทางระบบนิเวศและวัฒนธรรมในชุมชนของตนเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากการท่องเที่ยว นำไปสู่คุณภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คนในชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวนั้นเอง ทั้งนี้ ในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวนั้นจะต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้อยู่ในสภาพที่ดี พร้อมกับการสร้างรายได้จากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้นด้วย อันถือเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน หมายถึง การสื่อสารในรูปแบบและระดับต่าง ๆ ของผู้นำชุมชน ชาวชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ในที่นี้คือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม รวมถึงการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและสร้างการมีส่วนร่วมในหมู่ชาวชุมชน อันก่อให้เกิดจิตสำนึกความเป็นชุมชน แล้วร่วมกันอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรักษาวิถีชีวิตชุมชนไปพร้อม ๆ กับการยกระดับเศรษฐกิจความเป็นอยู่ในชุมชนให้ดีขึ้นในระดับที่พอเพียง

การสื่อสารของชุมชน หมายถึง การสื่อสารระหว่างคนในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม และการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนซึ่งมีส่วนในการสนับสนุนการดำเนินการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวของชุมชนแบบยั่งยืน

การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน หมายถึง การสื่อสารขององค์กรภายนอกที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมและการท่องเที่ยวของชุมชนแบบยั่งยืน ประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ ได้แก่ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร หน่วยงานที่ไม่ใช่รัฐ (NGO) ได้แก่ บางกอกฟอรั่ม และสื่อมวลชนต่าง ๆ

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง รูปแบบต่าง ๆ ของการสื่อสารของชุมชน และการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ซึ่งในที่นี้ จะพิจารณาแบ่งประเภทรูปแบบการสื่อสารโดยใช้เกณฑ์ประเภทสื่อที่ใช้ในชุมชน เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรมและสื่อมวลชน เป็นต้น เพื่อให้เห็นช่องทางของการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ ที่ชัดเจน

บทบาทของการสื่อสาร หมายถึง หน้าที่ของการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ๆ และมีส่วนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืนด้วย

ประสิทธิผลของการสื่อสาร หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการสื่อสารของชุมชน และการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน โดยพิจารณาจากผลของการสื่อสารอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในเชิงกายภาพ เช่น การขยายพื้นที่ตลาดน้ำ การเพิ่มปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยว และการรักษาพื้นที่ชุมชนจากการรุกรานของหมู่บ้านจัดสรร ตลอดจนผลของการสื่อสารอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสารในบริบทของการสื่อสารนั้น ๆ ว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารในระดับใดด้วย

ผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในที่นี้คือ นายชวน ชูจันทร์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในฐานะที่เป็นสื่อบุคคลเชื่อมประสานส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การ

ดำเนินการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมสำเร็จราบรื่นตามวัตถุประสงค์

แกนนำชุมชน หมายถึง ผู้นำชุมชนและกลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมกับผู้นำชุมชนในการคิดริเริ่มก่อตั้งและพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม รวมทั้งเป็นสมาชิกคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่มีบทบาทหลัก บุคคลเหล่านี้มักมีบทบาทสำคัญในระดับนโยบาย การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงเกี่ยวข้องในการประสานงานกับองค์กรภายนอกที่เข้ามาสนับสนุนชุมชนด้วย

คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม หมายถึง ผู้นำชุมชนและกลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมกับผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับกิจการตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในระดับปฏิบัติการเพื่อสอดคล้องกับนโยบายของแกนนำชุมชน เช่น การจัดเก็บรายได้และบัญชี การดูแลและอำนวยความสะดวกเรื่องต่าง ๆ เป็นต้น และได้รับเลือกให้เป็นสมาชิกในคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยส่วนมากเป็นคนในชุมชนและละแวกใกล้เคียง ซึ่งเป็นญาติห่าง ๆ หรือเป็นเพื่อนร่วมอุดมการณ์กับผู้นำชุมชน

ชาวชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม หมายถึง ประชาชนทั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณตลาดน้ำคลองลัดมะยมและประชาชนที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตลาดน้ำคลองลัดมะยม ประกอบด้วยผู้ค้าในตลาดและประชาชนในพื้นที่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นกรณีศึกษาที่จะช่วยประกอบการพิจารณาเลือกรูปแบบการสื่อสารในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรคและปรับปรุงการดำเนินงานของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม
3. เพื่อเป็นแบบอย่างความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนให้ชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้เรียนรู้และนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนต่อไป