

การเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการ และการอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดลำพญา  
และตลาดน้ำคลองลัดมะยม

Comparison of Administrative and Conservative Patterns of Wat Lumpaya Floating Market  
and Khong Lat Mayom Floating Market

พิทักษ์ ศิริวงศ์ เกษสุตา เงาะเคซุ\* จิราวดี เจียมจริยธรรม และ ณัชชา นภาอรุณชัย  
สาขาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
\*E-mail: kassuda\_dk@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบ 1. ประวัติความเป็นมาและการจัดตั้งตลาดน้ำ 2. ลักษณะรูปแบบ การจัดการ และการอนุรักษ์ตลาดน้ำ เพื่อทราบความแตกต่างของรูปแบบการจัดการและการอนุรักษ์ตลาดน้ำ แม้ว่าจะได้ชื่อว่าเป็นตลาดน้ำเหมือนกัน แต่มีจุดริเริ่มจัดตั้งตามวัตถุประสงค์ที่ต่างกันจึงศึกษาเปรียบเทียบเพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการ การส่งเสริมสนับสนุนตลาดน้ำแห่งอื่นต่อไป ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ระดับเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักตลาดน้ำวัดลำพญา ได้แก่ อดีตเจ้าอาวาสวัดลำพญา คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายร้านค้า ผู้จัดการตลาด ผู้ค้าและนักท่องเที่ยว ส่วนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ได้แก่ ประธานประชาคมและคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม ผู้ค้าและนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำวัดลำพญาจัดตั้งครั้งแรกเพื่อใช้เป็นสถานที่ต้อนรับและรองรับคณะทอดผ้าป่า โดยการบอกกล่าวให้คนในท้องถิ่นมาขายของ มีผู้มาซื้อขายมากทำให้ตลาดน้ำขยายพื้นที่ตลาดมาจนถึงปัจจุบัน ตลาดมีขนาดใหญ่ สินค้ามีความหลากหลาย ตั้งเรียงรายทั้งบนแพ และบนบก มีคณะกรรมการคอยดูแลการบริหารจัดการตลาดน้ำ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นเป็นหลัก ด้านการอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดลำพญาเน้นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรม งานฝีมือการจักสาน และอนุรักษ์แม่น้ำ ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเกิดจากการรวมตัวของชุมชนริมคลองลัดมะยม มีวัตถุประสงค์เริ่มแรก เพื่อรักษาแม่น้ำลำคลองที่กำลังเน่าเสีย และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้นำผลผลิตทางการเกษตรของตนมาขาย และเพื่อให้คนในชุมชนได้กลับมาทำงานร่วมกัน ตลาดมีขนาดเล็ก ร้านค้าไม่มาก สินค้าเน้นผลผลิตจากสวนและสินค้าสร้างสรรค์ การบริหารจัดการมีความต่างกัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีผู้นำเป็นแกนหลัก และมีอาสาสมัครมาช่วยดูแล ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

คำสำคัญ : การอนุรักษ์, ตลาดน้ำวัดลำพญา, ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

Abstract

The aim of this research was to comparison 1. History of floating market. 2. The administrative and conservative patterns of floating market to perceive the different patterns of the conductivity and the conservation of floating market. Even through they are both well-known a floating market, but their initiated objectives are different. This research aspired to compare the data to be a model for development and supporting other floating market. The data was obtained from qualitative analysis by in-depth interview. The main informants of Wat Lumpaya floating market were a former abbot from Lumpaya temple, committee of the public relation department, store department, marketing manager, trader and tourist. The main informants from Khong Lat Mayom Floating Market were chairman of community and committee of this market, trader and tourist amount 30 key informants. The result showed that Wat Lumpaya floating market was established to use for receiving place and supporting

group to make and off-season offering of robes and other needs to monks. The set up was gotten unexpectedly by notified the people in the region or this area to sell anything. A lot of customers and traders caused floating market has expanded until now. The market was big with the various goods which were both arranged in the raft and on roadside stand. The administration was managed by committee to tend floating market and emphasized the association of people in the local. For the conservation the Wat Lumpaya floating market was focused on the conservation of handicraft, broider basket work and river conservation. Khong Lat Mayom floating market was established by ally of Khong Lat Mayom Riverside community. The first objective was keeping the rotten river and canal. It was given the chance and opportunity for people in local could bring their agricultural product for selling. The people in the local could come back and work together. The market was small, the shop was not various. The goods were emphasized on product form farm and creative products. The management was different from Wat Lumpaya floating market because leader of Khong Lat Mayom floating market was principal and there were volunteers to look after and focused on the conservation of natural resource and environment.

**Keywords:** conservation, Wat Lumpaya floating market, Khong Lat Mayom floating market

## บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม องค์การท่องเที่ยวโลก ได้ประมาณการว่าในปี พ.ศ. 2563 น่าจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นจำนวนถึง 1,600 ล้านคน จากการประมาณการอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในต่างประเทศกำลังพัฒนา คาดว่ามีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 ต่อปี ส่วนประเทศอุตสาหกรรมมีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 25 ต่อปี ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวระยะไกลในสัดส่วนเพิ่มขึ้นคือ ประมาณร้อยละ 24 ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม ชุมชน รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น (เท็ดชาย ช่วยบำรุง 2552)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (Community-based Tourism หรือ อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Host Management) ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเป็นเครือข่ายมากขึ้นทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง การท่องเที่ยวโดยชุมชน ในขณะเดียวกันก็เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจชุมชน ของคนในท้องถิ่นอีกด้านหนึ่งด้วย นอกจากนี้หากมองในด้านการตลาดแล้ว ปรากฏว่าตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นเฉพาะกลุ่ม และบ่อยครั้งคำว่า "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" หรือ "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" (Ecotourism) หรือ "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" (Conservation tourism) และการเรียกชื่ออื่นในลักษณะคล้ายกันได้ถูกนำมาใช้เป็นเพียงสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ของการท่องเที่ยว แต่ตรงกันข้ามได้ส่งผลกระทบต่อฐานทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น (สินธุ์ สโรบล 2546)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นกรอบความหมายที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม

และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สถาบันงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สถาบันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 2549)

ตลาดน้ำวัดลำพญา เกิดขึ้นจากวัดลำพญาได้รับการติดต่อจากวัดคูหาสวรรค์ว่าจะมาทอดผ้าป่า 9 วัด ที่วัดลำพญา อดีตเจ้าอาวาสสมศักดิ์ เอี่ยมพลับใหญ่ได้พูดคุยกับกำนันถึงเรื่องการจัดสถานที่ต้อนรับคณะผ้าป่าจากวัดคูหาสวรรค์น้ำ จึงเป็นที่มาของแนวคิดการทำตลาดน้ำ โดยการเชื่อเชิญผู้ค้าที่เป็นคนในท้องถิ่นมาขายของ เพื่อต้อนรับคณะผ้าป่า ทำให้ตลาดน้ำวัดลำพญาได้ขยายพื้นที่ตลาด เต็มโตขึ้นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันเต็มโตขึ้นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือได้ว่าการเกิดขึ้นของตลาดน้ำเกิดจากความบังเอิญ ไม่ได้มีการวางแผนการจัดตั้งมาแต่แรก และนับว่าเป็นตลาดน้ำในแม่น้ำแห่งเดียวในประเทศไทย

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นตลาดที่เกิดจากการรวมตัวของชุมชนริมคลองลัดมะยม แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ โดยมีผู้นำคือ คุณชวน ชูจันทร์ มีวัตถุประสงค์เริ่มแรกคือ เพื่อการรักษาแม่น้ำลำคลองที่กำลังจะเน่าเสีย สืบเนื่องจากปัจจุบันการคมนาคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากแต่ก่อนที่เดิมเคยใช้เรือมาเป็นรถยนต์ แม่น้ำลำคลองถูกลดความสำคัญลงแม่น้ำลำคลองหลายสายเกิดการเน่าเสีย รวมไปถึงการรักษาสภาพแวดล้อมของสวนให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้คนในชุมชนได้มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ผลิตในชุมชน โดยเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนสามารถนำผลผลิตทางการเกษตรของตนมาขาย และเพื่อให้คนในชุมชนได้หวนกลับมาทำงานร่วมกันอีกครั้ง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการ และการอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดน้ำคลองลัดมะยม ผู้วิจัยให้ความสนใจในคุณค่า และความสำคัญในการริเริ่มก่อตั้งตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง รวมถึงลักษณะและรูปแบบการบริหารจัดการของตลาด เพราะถึงแม้จะได้ชื่อว่าเป็นตลาดน้ำเหมือนกัน แต่มีจุดริเริ่มจัดตั้งตามวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน กล่าวคือ ตลาดน้ำวัดลำพญาถือได้ว่าเกิดขึ้นด้วยความบังเอิญ เนื่องจากอดีตเจ้าอาวาสได้ปรึกษากับกำนันซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จึงมีแนวคิดการทำตลาดน้ำเพื่อใช้เป็นสถานที่ต้อนรับผู้มาทอดผ้าป่า 9 วัด ที่วัดลำพญา ส่วนตลาดน้ำคลองลัดมะยมเกิดขึ้นเนื่องจากแนวคิดที่ยากอนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง กระตุ้นให้เห็นคุณค่าของทรัพยากรที่เคียงดงามและมีค่า ให้สะอาดสวยงามอยู่เสมอ จึงริเริ่มแนวคิดการทำตลาดน้ำ จนเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่ออนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง และพลิกฟื้นวิถีชีวิตของชาวชุมชนริมคลองลัดมะยม

ดังนั้นการศึกษาเปรียบเทียบนี้ จะทำให้ทราบถึงรูปแบบของตลาดน้ำ การบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของตลาดน้ำตามยุคสมัย และการอนุรักษ์ตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการตลาดน้ำอื่น ๆ ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการ และการอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดลำพญา และตลาดน้ำคลองลัดมะยม ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาและการจัดตั้งตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง
2. ลักษณะรูปแบบ การจัดการ และการอนุรักษ์ ตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต และการสัมภาษณ์ระดับเชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำลำพญาและตลาดน้ำคลองลัดมะยม คือ ตลาดน้ำวัดลำพญา ได้แก่ อดีตเจ้าอาวาสวัดลำพญา ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งตลาดน้ำวัดลำพญา 1 คน คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ 2 คน ฝ่ายร้านค้า 1 คน ผู้จัดการตลาด 1 คน ส่วนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ได้แก่ ประธานประชาคม 1 คน คณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยม 3 คน รวมทั้งผู้ค้าและนักท่องเที่ยวของตลาดน้ำทั้ง 2 แห่งจำนวน 21 คน

รวมจำนวนทั้งหมด 30 คน และการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community - Based Tourism) หรือ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (Ecotourism) หรือ “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” (Conservation tourism) และหลักการจัดการท่องเที่ยว

## ผลการศึกษา

### 1. ประวัติความเป็นมาและการจัดตั้ง

#### 1.1 ตลาดน้ำวัดลำพญา

ตลาดน้ำวัดลำพญา ตั้งอยู่ที่ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เปิดครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2542 สาเหตุเนื่องจากวัดลำพญาได้รับการติดต่อจากวัดคูหาสวรรค์ว่าจะมาทอดผ้าป่า 9 วัด ที่วัดลำพญา โดยมีคนจำนวนประมาณ 400-500 คน อดีตเจ้าอาวาสสมศักดิ์ เอี่ยมพลับใหญ่ วัดลำพญาจึงได้พูดคุยกับกำนัน ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา ถึงเรื่องการจัดสถานที่ต้อนรับคณะผ้าป่าจากวัดคูหาสวรรค์ ซึ่งในขณะนั้นทางวัดลำพญามีแพอยู่ 1 แพ และเรือที่ชาวบ้านบริจาคมาให้กับทางวัด ประกอบกับสภาพภูมิศาสตร์ของวัดลำพญาที่มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่าน เอื้อประโยชน์ต่อการทำตลาดน้ำ จึงเป็นที่มาของแนวคิดการทำตลาดน้ำ โดยการเชื้อเชิญผู้ค้าที่เป็นคนในท้องถิ่นมาขายของ เพื่อต้อนรับคณะผ้าป่า ในตอนแรกมีผู้ค้าประมาณ 30 ราย โดยจอดเรือข้างเขื่อนประมาณ 6-7 ลำ และตั้งร้านค้าบนแพ ผลตอบรับจากการเปิดตลาดออกมาดี ประสบความสำเร็จส่งผลให้มีการเปิดตลาดเรื่อยมา ในช่วง 3 เดือนแรกตลาดเปิดเฉพาะวันอาทิตย์ เป็นตลาดเช้าเปิดเวลา 6 โมงเช้าถึงประมาณบ่ายโมง แต่ถัดมาได้ขยายเวลาเปิดเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ทำให้ตลาดน้ำวัดลำพญาได้ขยายพื้นที่ตลาด เติบโตขึ้นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือได้ว่าการเกิดขึ้นของตลาดน้ำเกิดจากความบังเอิญ ไม่ได้มีการวางแผนการจัดตั้งมาแต่แรก

#### 1.2 ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นตลาดที่เกิดจากการรวมตัวของชุมชนริมคลองลัดมะยม แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ โดยมีผู้นำคือ คุณชวน ชูจันทร์ เป็นผู้นำแนวคิดการทำตลาดน้ำเชิงอนุรักษ์ โดยทุนในการริเริ่มตั้งตลาดน้ำส่วนใหญ่เป็นของผู้นำ และเดิมชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร ทำนา ทำสวน ทำให้มีความขยัน อดทน ฉะนั้นจึงเรียกได้ว่าเป็นทุนอย่างหนึ่งของชุมชนริมคลองลัดมะยม รวมถึงทุนอื่น ๆ มีอยู่ในชุมชน โดยมีทั้งทุนที่มองเห็น อาทิเช่น ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สภาพภูมิศาสตร์ของชุมชนมีคู คลอง วัดวาอาราม ส่วนทุนที่มองไม่เห็น อาทิเช่น ความร่วมมือร่วมใจ ความซื่อสัตย์ ความสามัคคี ความเชื่อของคนในชุมชน จิตสำนึกรักท้องถิ่นและอื่น ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดตลาดน้ำคลองลัดมะยม มาจนถึงปัจจุบัน

ตลาดคลองลัดมะยมเปิดเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกคือ เพื่อการรักษาแม่น้ำลำคลองที่กำลังเน่าเสีย สืบเนื่องจากปัจจุบันการคมนาคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเคยใช้เรือ เปลี่ยนมาเป็นรถยนต์ แม่น้ำลำคลองถูกลดความสำคัญลงจนแม่น้ำลำคลองหลายสายเกิดการเน่าเสีย รวมไปถึงการรักษาสภาพแวดล้อมของสวนให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้คนในชุมชนได้มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ผลิตในชุมชน โดยเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนสามารถนำผลผลิตทางการเกษตรของตนมาขาย และเพื่อให้คนในชุมชนได้หวนกลับมาทำงานร่วมกันอีกครั้ง มาอยู่ร่วมกันอย่างอบอุ่นภายในชุมชน สืบเนื่องมาจากสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้คนต่างต้องแยกย้ายกันไปทำมาหากินจนทำให้เกิดการเหินห่างออกไปเรื่อย ๆ ผู้นำเกิดแนวคิดอยากอนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง จึงเกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ริเริ่มแนวคิดการทำตลาดน้ำ จนเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่ออนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง พลิกฟื้น และรักษาวิถีชีวิตของชาวชุมชนริมคลองลัดมะยมให้คงอยู่สืบไป

### 2. ลักษณะรูปแบบ การดำเนินงาน และการอนุรักษ์

#### 2.1 ตลาดน้ำวัดลำพญา

##### 2.1.1 ลักษณะทั่วไป

ตลาดน้ำวัดลำพญา เป็นตลาดที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนหน้าวัดลำพญา เปิดขายสินค้าบนแพในแม่น้ำที่ทอดยาวเป็นระยะทางประมาณ 200 เมตร มีร้านค้าตั้งเรียงรายตามริมชายฝั่งแม่น้ำ ขนานไปกับแพ รวมไปถึงร้านค้าบนบกที่จัดทำเป็นซุ้ม เปิดบริการวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลาประมาณ 08.00 - 17.00 น.

#### 2.1.2 ลักษณะสินค้าและบริการ

ตลาดวัดลำพญามีร้านค้าประมาณ 300 ร้านแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ 1. สินค้าประเภทหัตถกรรมตั้งอยู่บนบกร้านค้าจัดทำเป็นซุ้ม 2. สินค้าประเภทผลผลิตทางการเกษตรตั้งขายอยู่ตามริมชายฝั่งแม่น้ำ 3. สินค้าประเภทอาหารทั้งคาวและหวานเป็นสินค้าประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด โดยวางขายอยู่ในแพและบนเรือ ในส่วนของสินค้าประเภทอื่นที่มีปะปนอยู่บ้าง อาทิเช่น เสื้อผ้า, ของเล่น และเครื่องประดับ เป็นต้น

#### 2.1.3 ลักษณะผู้ค้าและนักท่องเที่ยว

ในตลาดน้ำวัดลำพญาผู้ค้าส่วนใหญ่ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ เป็นคนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นและเป็นผู้ค้าจากภายนอกประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ ด้านนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวประจำ มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาบ้างแล้ว เมื่อตลาดเป็นเริ่มที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

#### 2.1.4 รูปแบบกิจกรรม

ภายในตลาดน้ำวัดลำพญามีการนวดแผนไทยและถือได้ว่าเป็นจุดเด่น หรือจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดลำพญาคือ การล่องเรือ, ล่องแพ ทุกชั่วโมง มีรายละเอียดดังนี้

1. เรือพญาท่าจีน ถึง วัดบางพระ ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 70 บาท เด็ก 30 บาท
2. เรือกระแซง ถึง วัดบางปลา ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 70 บาท เด็ก 30 บาท
3. แพลากจุง ถึง วัดสุขวัฒนาราม ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 60 บาท เด็ก 20 บาท
4. แพลากจุง ถึง วัดบางภาษี ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 60 บาท เด็ก 20 บาท
5. เรือแจวโบราณ ค่าบริการท่านละ 25 บาท
6. มีเรือกระแซงสำหรับเหมาลำบริการด้วย

#### 2.1.5 ลักษณะการบริหารดำเนินงาน

การบริหารงานในช่วงแรกทางวัดลำพญาเป็นผู้บริหารจัดการ ดูแลตลาด ต่อมามีการตั้งประธานและคณะกรรมการ แบ่งออกเป็นแต่ละฝ่ายเข้ามาบริหารจัดการโดยคณะกรรมการในการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นเข้ามาจัดการ การดำเนินงานหรือกิจกรรมต้องมีการเข้าที่ประชุมทุกครั้งเพื่อขอความคิดเห็นจากคณะกรรมการทุกท่าน แพขายสินค้าเป็นแพของชาวบ้านโดยนำเงินมาลงทุนในการสร้างแพและเป็นเจ้าของแพร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมกัน มีการแบ่งพื้นที่ในการขายสินค้าแต่ละประเภทเป็นสัดส่วน อัตราในการคิดค่าเช่าร้านค้าต่อเดือนคือ ร้านค้าบนบกจัดเป็นซุ้ม เดือนละ 600-700 บาท ร้านค้าริมชายฝั่งแม่น้ำ เดือนละ 500-600 บาท และค่าเช่าเรือเดือนละ 100-200 บาท การดูแลทางคณะกรรมการร่วมกันทำข้อตกลงข้อปฏิบัติกับผู้ค้าและปฏิบัติตามข้อตกลงดังกล่าว โดยมีผู้ค้าคอยช่วยดูแลตรวจตราตนเองเป็นกลไกในการควบคุมดูแล มีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาให้การส่งเสริม สนับสนุนการขยายตลาด ดูแลจัดการด้านต่าง ๆ ด้วย

#### 2.1.6 ลักษณะด้านการอนุรักษ์

ตลาดน้ำวัดลำพญาเน้นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรม งานฝีมือการจักสาน การนวดแผนโบราณ ซึ่งล้วนแต่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่คงคุณค่าแก่การอนุรักษ์สืบสานต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น และรวมไปถึงอนุรักษ์วิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน ทางด้านศาสนาและความเชื่อ คนที่มาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้นอกจากได้บรรยากาศการซื้อขายสินค้าบนแพริมแม่น้ำแล้ว ยังได้สัมผัสการหลวงพ่อมงคล มาสานิมิต พระคู่บ้านคู่เมืองอีกด้วย

## 2.2 ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

### 2.2.1 ลักษณะทั่วไป

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตั้งอยู่ริมคลองลัดมะยมด้านติดถนนบางระมาต เขตตลิ่งชัน พื้นที่ประมาณ 10 ไร่ มีที่จอดรถประมาณ 1 งาน ตลาดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของตลาดริมน้ำ ตลาดบก และตลาดในสวน (ชื่อว่าสวนเจียมตน) เปิดบริการทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลาประมาณ 08:00 - 17:00 น.

### 2.2.2 ลักษณะสินค้าและบริการ

ตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีร้านค้าประมาณ 60 - 70 ร้าน สินค้ามีความหลากหลายและมีอยู่ในจำนวนมาก่อนข้างพอดีกัน ทั้งอาหารคาวหวาน สินค้าทำมือ สินค้าขายความคิดสร้างสรรค์ของผู้ทำสินค้าของที่ระลึก และอื่น ๆ

### 2.2.3 ลักษณะของผู้ค้าและนักท่องเที่ยว

ผู้ค้าส่วนใหญ่ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ เป็นคนท้องถิ่นและเป็นผู้ค้าจากภายนอกประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ในส่วนของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวขาประจำที่ชื่นชอบบรรยากาศความสงบร่มรื่นหายได้ยากในเขตกรุงเทพฯ มักแวะเวียนมาจนเริ่มคุ้นเคยกับแม่ค้าในตลาดน้ำแห่งนี้ ส่วนลูกค้าขาจรใหม่ ๆ เข้ามาเมื่อตลาดเริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

### 2.2.4 รูปแบบกิจกรรม

กิจกรรมภายในตลาดน้ำคลองลัดมะยม เช่น สวนเจียมตน เป็นสวนไม้ยืนต้นและมีไม้จำพวกสมุนไพรภายในสวนมีห้องสมุดไว้อ่านหนังสือ และมีพื้นที่นั่งพักผ่อนใต้ร่มเงาร่มรื่นของต้นไม้ บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑสถานเรือจำลอง มีการจัดแสดงเรือรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งอุปกรณ์วิถีชาวริมคลอง เครื่องมือเกษตร นึ่งเทียนเทียนควาย เรือพายชมสวนและนาบัว ค่าบริการคนละ 10 บาท มีบริการเรือยนต์ชมสวนกล้วยไม้ ชมสวน ชมบ้านเรือนริมคลอง ค่าบริการคนละ 30 บาทและมีบริการแบบเหมาลำประมาณ 300-400 บาท เช่น เส้นทางตลาดน้ำ-บางระมาต-บ้านไทร เส้นทางตลาดน้ำ-บ้านพิพิธภัณฑสถานเส้นทางสวนแก้วมังกร ชมบ่อนไซ ไหว้พระ 9 วัด และอื่น ๆ

### 2.2.5 การบริหารดำเนินงาน

การบริหารจัดการของตลาดน้ำคลองลัดมะยมอยู่พื้นฐานแนวคิดที่ว่า ทำอย่างไรตลาดถึงอยู่ได้ กล่าวคือ การจัดการให้เกิดความพอดี เพราะธรรมชาติมีจุดหนึ่งที่ยึดตัว ฉะนั้น การจัดการต้องไม่มีการกระตุ้นที่มากเกินไป โดยเฉพาะจำนวนผู้ค้าเมื่อเริ่มมีจำนวนมากเกินความพอดี เกิดความวุ่นวาย เมื่อผู้ค้ามากรายขึ้นส่งผลให้ธรรมชาติของตลาดน้ำนั้นสูญไปจนกลายเป็นการทำธุรกิจจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นมา และเป็นเรื่องยากในการจัดการ เพราะพื้นที่ตลาดมีไซของผู้นำเพียงคนเดียว แต่เป็นของคนในชุมชนด้วย ความสุขของคนในชุมชนคือ จุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คนในชุมชนจึงต้องมีความรัก สามัคคีกัน

พื้นที่ในการทำตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีเจ้าของพื้นที่ 3 คน ซึ่งแยกส่วนกันบริหารจัดการ เช่น การดูแลรักษาความสะอาดในพื้นที่ของตน การจัดเก็บค่าเช่าจากผู้ค้าเจ้าของแต่ละคนจะจัดเก็บเองตามราคาที่ตั้งกลงกันไว้ ฯลฯ รายได้กระจายสู่คนในชุมชนด้วย ส่วนผู้นำยังคงควบคุมดูแลและคอยดูทิศทาง ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำให้ไปในเชิงอนุรักษ์ มีหลักการจัดการคล้ายกับหลักการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน (unity of direction) กิจกรรมของกลุ่มที่มีเป้าหมายอันเดียวกันควรต้องดำเนินไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกัน เป็นไปตามแผนงานเพียงอันเดียวร่วมกัน การบริหารตลาดน้ำมีการเก็บค่าเช่าจากผู้ค้าเป็นรายวัน ตั้งแต่ 20 บาท 30 บาท 50 บาท และสูงสุด 100 บาท ผู้ค้ายังไม่ได้มีส่วนร่วมในการเข้ามาบริหารดำเนินงานของตลาดน้ำโดยตรงมากนัก แต่ช่วยกันดูแลรักษาความสะอาดของตลาดร่วมกัน เช่น การช่วยกันเก็บขยะในคู คลอง ทำความสะอาดตลาด เป็นต้น โครงสร้างของการบริหารดำเนินงานยังไม่มีกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนเท่าที่ควร เนื่องจากอาศัยผู้มีจิตอาสาทั้งชาวบ้าน และนักท่องเที่ยวเองเข้ามาดูแลบางส่วนให้แก่ผู้นำหลัก เช่น คอยเป็นหูเป็นตาหากผู้ค้ารายใดไม่สุภาพกับลูกค้า ก็จะมารายงานผู้นำ และช่วยดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยของตลาดด้วย มีการคัดเลือก

สินค้า โดยเริ่มแรกเป็นการบริหารจัดการกันเองต่อมาพอตลาดอยู่ตัวก็เริ่มมีองค์กรภาครัฐเริ่มเข้าช่วยเหลือและให้การสนับสนุน เช่น ให้งบประมาณมาจัดทำที่จอดรถเพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น

### 2.2.6 ลักษณะด้านการอนุรักษ์

ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเน้นการอนุรักษ์ทางด้านของวิถีชีวิตการรักษาแม่น้ำริมคลองของชาวบ้าน มีการใช้เรือเป็นยานพาหนะ วิถีการใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายของชาวมคลองโดยนำสินค้าพายเรือมาขายของแก่นักท่องเที่ยว และยังมีพิพิธภัณฑ์เรือจำลองถือได้ว่าเป็นแหล่งอนุรักษ์เรือเก่าแก่โบราณที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน รวมไปถึงการอนุรักษ์บรรยากาศของตลาดน้ำให้คงอยู่สืบต่อไปด้วย

### อภิปรายผลการศึกษา

การเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการ และการอนุรักษ์ตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดน้ำคลองลัดมะยม เพื่อทราบความแตกต่างของรูปแบบการจัดการและการอนุรักษ์ตลาดน้ำ เนื่องจากแม้ว่าจะได้ชื่อว่าเป็นตลาดน้ำเหมือนกัน แต่มีจุดริเริ่มจัดตั้งตามวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน จากการศึกษาพบว่าในความต่างกันของการเกิดตลาดน้ำทั้ง 2 แห่ง ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการคือ ตลาดน้ำวัดลำพญา มีวัตถุประสงค์การจัดตั้งครั้งแรกคือ เพื่อใช้เป็นสถานต้อนรับและรองรับคณะทอดผ้าป่า ผลตอบรับจากการเปิดตลาดออกมาดี ประสบความสำเร็จจึงส่งผลให้มีการเปิดตลาดเรื่อยมา การบริหารจัดการของตลาดน้ำแห่งนี้ ในช่วงแรกทางวัดลำพญาเป็นผู้บริหารจัดการ ต่อมา มีการตั้งประธานและคณะกรรมการ เข้ามาบริหารจัดการโดยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ก่อนการดำเนินงานทุกครั้งต้องมีการเข้าที่ประชุม เพื่อขอความคิดเห็นจากคณะกรรมการทุกท่าน ซึ่งรูปแบบการจัดการนี้ก็สอดคล้องกับ รัตนกร จุฑามณี และคณะ (2546) ที่ได้ศึกษาการจัดการตลาดน้ำวัดลำพญาไว้ว่า ในทางการจัดการนั้นควรเน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกคนทั้งคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และผู้ค้า ต้องมีจิตสำนึกร่วมกันในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เพื่อผลสำเร็จของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ณ ปัจจุบันนี้ ลักษณะของตลาดเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ มีร้านค้ากว่า 300 ร้านตั้งอยู่บนบกและบนแพขนาดใหญ่ สินค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารทั้งคาวและหวาน ผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นคนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น ด้านนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวประจำ กิจกรรมมีการนวดแผนไทย และมีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดลำพญาคือ การล่องเรือ, ล่องแพ เป็นต้น

ส่วนตลาดน้ำคลองลัดมะยม เกิดจากการรวมตัวของชุมชนริมคลองลัดมะยม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการรักษาแม่น้ำลำคลองและสภาพแวดล้อมของสวนให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้คนในชุมชนได้มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ผลิตในชุมชน และเพื่อให้คนในชุมชนได้หวนกลับมาทำงานร่วมกันอีกครั้ง เริ่มแรกชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีผู้นำซึ่งใช้ทุนของตนเองในการริเริ่มตั้งตลาดน้ำส่วนใหญ่และอาศัยทุนอื่น ๆ ในชุมชน ต่อมาเมื่อตลาดเป็นที่รู้จักหน่วยงานต่าง ๆ จึงเริ่มเข้ามาให้การสนับสนุนบ้าง เช่น ให้งบประมาณเพื่อจัดจัดทำที่จอดรถให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ฯลฯ ตลาดน้ำแห่งนี้พยายามรักษารูปแบบของตลาดน้ำในเชิงอนุรักษ์มากกว่าการจัดตั้งไปเชิงธุรกิจ ลักษณะตลาด เป็นตลาดขนาดค่อนข้างเล็กมีร้านประมาณ 60 – 70 ร้าน สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าทำมือ ขยายความคิดสร้างสรรค์ ผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นชาวสวนในชุมชน นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวประจำขึ้นชอบบรรยากาศความสงบร่มรื่นหายได้ยากในเขตกรุงเทพฯ กิจกรรม อาทิเช่น สวนเจียมตน มีห้องสมุด มีพื้นที่นั่งพักผ่อน, บ้านหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์เรือจำลอง, นั่งเกวียนเทียมควาย, เรือพายชมสวนและนาบัว และมีบริการเรือยนต์ชมสวนกล้วยไม้ ชมบ้านเรือนริมคลอง ด้านการจัดการ พื้นที่ตั้งของตลาดมีเจ้าของพื้นที่ 3 คนแยกส่วนกัน บริหารจัดการ เช่น การดูแลรักษาความสะอาดในพื้นที่ตลาดของตน การจัดเก็บค่าเช่าจากผู้ค้า ฯลฯ ผู้มีจิตอาสา ทั้งชาวบ้าน และนักท่องเที่ยวเองเข้ามาดูแลบางส่วนให้แก่ผู้นำหลัก เช่น คอยเป็นหูเป็นตาหากผู้ค้ารายใดไม่สุภาพกับลูกค้า ก็จะมารายงานผู้นำ และช่วยดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยของตลาดด้วย โดยผู้นำยังคงควบคุมดูแลและกำหนดทิศทาง ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำให้ไปในเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดความพอดีตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าแนวโน้มของตลาดน้ำวัดลำพญาในอนาคตตลาดแห่งนี้มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนในที่สุดจะกลายเป็นการทำธุรกิจตลาดน้ำ สังเกตได้จากจำนวนร้านค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้วิถีชีวิต หรือแนวคิดตลาดน้ำสูญหายไปได้ในอนาคต และแนวโน้มในอนาคตของตลาดน้ำคลองลัดมะยม จากการศึกษพบว่าตลาดน้ำแห่งนี้มีผู้นำเป็นแกนหลักสำคัญในการดูแลตลาด แต่ผู้ที่จะมาสืบต่อแนวคิดของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจริงๆ ยังไม่มี ดังนั้นในอนาคตตลาดน้ำแห่งนี้อาจยังคงอยู่ แต่อาจเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจมากกว่าที่จะอนุรักษ์ หรือตลาดน้ำแห่งนี้อาจปิดไปเพราะขาดผู้นำที่เข้มแข็ง หรือไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เพราะทุนในการริเริ่มตลาดน้ำส่วนใหญ่เป็นของผู้นำ ถ้าขาดผู้นำที่เข้มแข็งไปการรวมตัวของชาวบ้านอาจสูญหายตามไปด้วย ดังนั้นข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้มี 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลของการศึกษาไปใช้ในการวางแผน และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อการวางแผน

- จากการศึกษพบว่าอัตราการเติบโตของตลาดน้ำโดยเฉพาะตลาดน้ำวัดลำพญามีมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้นำหรือผู้บริหารตลาดน้ำต้องมีการควบคุมการเจริญเติบโตที่เข้ามาไม่ให้ออกไปทางธุรกิจมากเกินไป ควรรักษาให้ไปในแนวทางการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

- ด้านกระบวนการในการดำเนินงานร่วมกับคนในชุมชน ผู้นำหรือผู้บริหารตลาดน้ำทั้งสองแห่งต้องมีการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีบทบาททำหน้าที่ หรือแสดงออกทางด้านความคิดในการบริหารจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และอาศัยการสนับสนุนทางด้านงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดน้ำต่อไปในอนาคตจากหน่วยภาครัฐและเอกชน

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำเพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริงในแต่ละตลาดน้ำ

- ควรศึกษาถึงกระบวนการการควบคุมการเจริญเติบโตของตลาดน้ำ ซึ่งในปัจจุบันอัตราการเติบโตของตลาดน้ำมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้บรรยากาศแท้จริงของตลาดน้ำสูญหายไป

## เอกสารอ้างอิง

- เทิดชาย ช่วยบำรุง. บทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรมการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สнг.ภาค), 2552.
- รัตนกร จุฑามณี และคณะ. การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. รายงานการวิจัย. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2546.
- สินธุ์ สโรบล. การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดและประสบการณ์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรมการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สำนักงานภาค), 2546.
- สถาบันงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สถาบันเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. การท่องเที่ยวไทย นานาชาติ. (พิมพ์ครั้งที่ 1), 2549.