

การศึกษาแนวทางพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ระดับ เรียนประยูร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชนบท
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2541

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์มาโดยตลอดจาก อาจารย์สมพงษ์ ธงไชย ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์สุชุม ภูทอง กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ธรรมธร ธรรมสโรช กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และพิเศษ เสนาวงษ์ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. นายแพทย์เทพนม เมืองแมน ที่ได้ให้ความกรุณาในการแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ที่ให้ทุนสนับสนุนทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับนักวิชาการ ทั้ง 30 ท่าน จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ท่านได้ให้ความร่วมมืออย่างดีในการแสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ กำนันและผู้ใหญ่บ้านเขตดลิ่งชัน ครูใหญ่โรงเรียนวัดดลิ่งชัน นักท่องเที่ยว ประชาชนบริเวณตลาดน้ำดลิ่งชัน และผู้ประกอบการ ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม ถึง 2 ครั้ง

ขอกราบขอบพระคุณหน่วยงานราชการภายนอกที่ท่านได้เอื้อเฟื้อข้อมูล และอุปกรณ์อันจำเป็นแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณเจ้าหน้าที่คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัย

และสุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณพ่อจินดา แม่ทองดี พี่ชาย น้อยชาย และหลานชาย อันเป็นกำลังใจตลอดเวลาและกำลังทรัพย์ด้วยดีเสมอมาเช่นกัน ขอกราบขอบพระคุณอย่างยิ่ง

และสุดท้ายนี้ขอบคุณกำลังใจที่ได้รับจากเพื่อน ๆ น้อง ๆ RD และเพื่อนต่างสาขาทุกท่านที่ได้ช่วยเก็บข้อมูลและให้ความหวังใจตลอด 3 ปี

ประดับ เรือนประยูร

3836306

ENRD/M : สาขาวิชา : เทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชนบท ; วท.ม.

(เทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชนบท)

ศัพท์สำคัญ : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/การยอมรับแผนปฏิบัติการ/การวางแผน/การพัฒนา
สิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

ระดับ เรียนประยูร : การศึกษาแนวทางพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริม
เศรษฐกิจชุมชน ตลาดน้ำดิ่งชัน กรุงเทพมหานคร (A Study on Environmental Development
Guidelines for Tourism and Local Economy Extension for Talingchun Floating Market in
Bangkok.) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : สมพงษ์ ธงไชย วท.ม., สุขุม ภูทอง วท.ม.,
ธรรมธร ธรรมสโรช สศ.ม., พิเศษ เสนาวงษ์ วท.ม., 292 หน้า. ISBN 974-589-697-7

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อเสนอแนวทางและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ดิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งเศรษฐกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมรายได้ของท้องถิ่นที่ได้รับการ
พิจารณาและเห็นชอบร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการวิจัยแบบสหวิทยาการ โดยทำการ
ศึกษาสภาพและสภาพปัญหาในปัจจุบันของตลาดน้ำดิ่งชันในด้านการท่องเที่ยว การสำรวจพื้นที่
การประเมินโดยใช้เกณฑ์สภาพ การสอบถามทัศนคติและการวิเคราะห์คุณภาพสิ่งแวดล้อม ผลการ
ประเมินสภาพและปัญหาได้นำมากำหนดร่างแผนปฏิบัติการในการพัฒนาพื้นที่ และทดสอบการยอมรับ
ของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาทั้ง 18 แผน โดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติด้วย One Way Analysis of
Variance และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับโดยวิธีวิเคราะห์ทางสถิติด้วย Multiple Regression Analysis
แบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว
หรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยการ
ใช้แบบสัมภาษณ์ และประเมินความเป็นไปได้พร้อมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ
สำหรับการนำไปปฏิบัติด้วยการวิจัยแบบเดลฟายเทคนิค (Delphi Technic)

ผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมตลาดน้ำส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมในด้านคุณภาพน้ำ
ได้แก่ ปริมาณของแข็งแขวนลอย โคลิฟอร์มแบคทีเรีย ฟอสเฟต และพบว่าตลาดน้ำดิ่งชันมีศักยภาพ
ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง ซึ่งแสดงออกถึงวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ ผลการศึกษาระดับความคิดเห็น
ของแผนปฏิบัติการ พบว่าทั้ง 4 กลุ่มมีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อแผน
พัฒนา และผลการศึกษายอมรับและความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการพบว่ามีปัจจัยหรือตัวแปรที่มี
อิทธิพลต่อการยอมรับและความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการได้แก่ ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้าน
นโยบายของรัฐ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการมี
ส่วนร่วมของชุมชน ทั้ง 5 ปัจจัยนี้มีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาที่ระดับนัย
สำคัญทางสถิติ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3836306 ENRD/M : MAJOR : TECHNOLOGY OF ENVIRONMENTAL PLANNING FOR
RURAL DEVELOPMENT; M.Sc. (TECHNOLOGY OF ENVIRONMENTAL
PLANNING FOR RURAL DEVELOPMENT)

KEY WORD : TOURISM OF CULTURAL/APPROVAL ACTION PLAN/PLANNING/
ENVIRONMENT DEVELOPMENT FOR TOURISM AND LOCAL ECONOMY
EXTENSION.

PRADUB RIANPRAYOON : A STUDY ON ENVIRONMENTAL DEVELOPMENT
GUIDELINES FOR TOURISM AND LOCAL ECONOMY EXTENSION FOR TALINGCHUN
FLOATING MARKET IN BANGKOK. THESIS ADVISOR : SOMPONG THONGCHAI, M.Sc.,
SUKHUM PHUTONG, M.Sc., DHARMADHORN DHARMASAROJA, M.A., PISASE
SENAWONGSE, M.Sc., 292 p. ISBN 974-589-697-7

The research is a study of both the development of tourism guidelines and the extension of a local community's economic base to increase income. The acceptable agreement of government agencies in the study area was necessary for the investigation. Integrated Survey Techniques were used for the thesis research. The standardized Thai Tourism guidelines checklist was used to gather information about present problems and potential at Talingchun Floating Market. The preliminary feasibility evaluation of tourism potential was made using the environmental Quality Examination Guideline. Questionnaires were used to collect data from four target groups; 1st tourist or guests, 2nd general people, 3rd small scale private enterprise and 4th relevant government agency officers. Statistical analysis by One way analysis of variance was used to examine statements about problems and potential and the acceptable 18 action plan for guideline development. factors acceptable to the four target groups were examined using Stepwise Multiple Regression analysis. Feasibility and sequence of importance of items in the action plans were determined by Delphi Technique.

The research shows that Floating Market activities introduce pollutants into the river such as Suspended Solids, Coliform bacteria and Phosphate. These are sources of environmental impact. The Floating Market shows a high potential to be part of the culture and lifestyle of the community in Bangkok. The acceptance of the action plans differed in each group. All four groups accepted 18 action plans and 5 factors, Budget, Policy, Cultural and Tourism, Environmental and Public of Participation, were found to be feasible and important at the significance level $p < 0.05$.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการพัฒนาแบบยั่งยืน	8
2.2 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อม	22
2.3 แนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย	28
2.4 หลักการและความสำคัญของการวางแผน	32
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
2.6 ตลาดน้ำตลิ่งชันและเขตตลิ่งชัน	44
3 วิธีการดำเนินการศึกษา	
3.1 วิธีการศึกษา	61
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	77
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	77
3.4 การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ	84
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	87
4 ผลการศึกษา	
4.1 สภาพทั่วไปของตลาดน้ำตลิ่งชัน	90
4.2 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน	94
4.3 ผลการศึกษาด้านสภาพเศรษฐกิจสังคม และทัศนคติต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	114
4.4 การประเมินสภาพปัญหาของการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	146
4.5 กรอบแนวคิดและประเด็นในการกำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน	159
4.6 ผลการดำเนินการเพื่อกำหนดแผนปฏิบัติการ	160
4.7 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนา	179
4.8 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	190
4.9 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	199
4.10 การจัดลำดับความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการ	218
5 อภิปรายผลการวิจัย	228
6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	247
เอกสารอ้างอิง	253
ประวัติผู้วิจัย	261

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2 - 1	แสดงจำนวนประชากรเขตตลิ่งชัน	52
2 - 2	แสดงจำนวนหมู่บ้านและจำนวนเจ้าหน้าที่ในเขตตลิ่งชัน ปี พ.ศ 2539 จำแนกเป็นรายแขวง	53
2 - 3	ตารางสรุปการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตตลิ่งชันในปัจจุบัน	57
2 - 4	แสดงรายงานการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตตลิ่งชัน ปี พ.ศ. 2535 - 2537	59
2 - 5	แสดงรายงานการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตตลิ่งชัน ปี พ.ศ. 2535- 2540	60
3 - 1	แสดงวิธีการศึกษา	65
3 - 2	แสดงเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อการท่องเที่ยว	79
3 - 3	แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์และประเมินศักยภาพ ของตลาดน้ำตลิ่งชัน	80
4 - 1	แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม	95
4 - 2	แสดงการประเมินศักยภาพด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว	97
4 - 3	แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์	98
4 - 4	แสดงการประเมินศักยภาพด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์สำหรับการพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว	100
4 - 5	แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	101
4 - 6	แสดงการประเมินศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ การพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว	105
4 - 7	แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านข้อจำกัดของพื้นที่	108
4 - 8	แสดงการวิเคราะห์ และประเมินคุณภาพน้ำบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน	111
4 - 9	แสดงมาตรฐานคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำผิวดินเปรียบเทียบกับคุณภาพน้ำบริเวณ ตลาดน้ำตลิ่งชัน	112
4 - 10	แสดงการประเมินศักยภาพด้านขีดจำกัดของพื้นที่ สำหรับการพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว	113

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4 - 11	ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	115
4 - 12	แสดงทัศนคติและภาพพจน์ที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	117
4 - 13	แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	120
4 - 14	แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของ นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	122
4 - 15	ข้อมูลพื้นฐานของประชาชน	136
4 - 16	แสดงทัศนคติและภาพพจน์ที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาชน	129
4 - 17	แสดงทัศนคติและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	130
4 - 18	แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาชน	132
4 - 19	ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ	136
4 - 20	แสดงทัศนคติและภาพพจน์ต่อตลาดน้ำตลิ่งชันของผู้ประกอบการ	139
4 - 21	ทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการต่อรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	141
4 - 22	แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของ ผู้ประกอบการ	144
4 - 23	สรุปศักยภาพของพื้นที่และแนวคิดของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ	158
4 - 24	แสดงระดับความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	180
4 - 25	แสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการ ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน	181
4 - 26	แสดงคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F และความแตกต่าง ระหว่างคู่ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชัน ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และตัว แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ	190
4 - 27	แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติ การในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเป็นตัวแปรตาม	200
4 - 28	แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติ การในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของ กลุ่มประชาชนเป็นตัวแปรตาม	202

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4 - 29	แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการเป็นตัวแปรตาม	203
4 - 30	แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการเป็นตัวแปรตาม	204
4 - 31	แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำท้องถิ่น	207
4 - 32	แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	219
4 - 33	แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำของกลุ่มประชาชน	221
4 - 34	แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำของกลุ่มผู้ประกอบการ	222
4 - 35	แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	224
4 - 36	แสดงลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	225

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1 - 1	แสดงจุดศึกษาของตลาดน้ำตลิ่งชัน	5
2 - 1	แสดงกรอบของ Ecotourism	18
2 - 2	แสดงการมีส่วนร่วมของประชาชน	24
2 - 3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนระดับต่าง ๆ	34
2 - 4	แสดง Land Use Planning Model	38
2 - 5	แสดง Macro and Micro - Level Land Use Planning Model	38
2 - 6	แสดงขอบเขตของเขตตลิ่งชัน	50
2 - 7	แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตตลิ่งชันตามพระราชบัญญัติการผังเมือง	58
3 - 1	แสดงกรอบแนวคิดในวิธีการดำเนินการศึกษา	62
4 - 1	แสดงลักษณะแพทของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน	91
4 - 2	แสดงทางขึ้น - ลงแพในปัจจุบัน	92
4 - 3	แสดงชุมชนของบนบกของตลาดน้ำตลิ่งชัน	93
4 - 4	กราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	109
4 - 5	แสดงการใช้พื้นที่โดยรวมของเขตตลิ่งชัน	150
4 - 6	แสดงขอบเขตและการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ศึกษาในปัจจุบัน ของตลาดน้ำตลิ่งชัน วัดตลิ่งชัน และโรงเรียนวัดตลิ่งชัน	151
4 - 7	แสดงการใช้พื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน ก่อนการปรับปรุง	152
4 - 8	แสดงการใช้พื้นที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน	153
4 - 9	แสดงการปรับปรุงการใช้พื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน	156
4 - 10	ผังบริเวณโรงเรียนวัดตลิ่งชัน และวัดตลิ่งชัน	157
4 - 11	แสดงการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคต	163
4 - 12	แสดงทางเดินเลียบบคลอง (Board Walk) ในอนาคตบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน	164
4 - 13	แสดงการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคต	169
4 - 14	แสดงสวนฉัตรมงคลในอนาคต	170
4 - 15	แสดงการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคตโดยรวม	173

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

จากการที่ธรรมชาติถูกทำลาย สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม การเติบโตของสังคมเมืองมากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของประชากร เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดความแออัดในเรื่องที่อยู่อาศัยมีการแก่งแย่งแข่งขันเพื่อประกอบอาชีพ ระบบการทำงานจึงต้องแข่งกับเวลา ช่วงเวลาการทำงานของคนจึงต้องเร่งรีบทุกขณะ ส่งผลให้เกิดความตึงเครียดและร่างกายอ่อนเพลีย เกิดความเหนื่อยหน่ายต่อการทำงานและความเป็นอยู่ของชีวิตประจำวัน จากสาเหตุพื้นฐานดังกล่าว จึงทำให้ต้องแสวงหาเวลาว่างเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือปฏิบัติกิจกรรมที่สามารถให้ความสุขและความพึงพอใจแก่ตนเอง เพื่อพร้อมที่จะกลับไปเผชิญกับการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโตขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของประชาชน ดังนั้นการการท่องเที่ยวเริ่มมีบทบาทมากขึ้น (1) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ นอกจากนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างประเทศ ก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรคให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็ต้องมีผู้ลงทุนหลาย ๆ ลักษณะ เป็นการสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่นเหล่านั้น จากสถิติการท่องเที่ยว (2) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากในปี พ.ศ. 2525 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 2,218,429 คน รายได้จากการท่องเที่ยว 23,879 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2529 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 2,818,092 คน รายได้จากการท่องเที่ยว 37,321 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2535 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 5,136,443 คน รายได้จากการท่องเที่ยว 123,135 ล้านบาท ในปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวทางน้ำกำลังได้รับความนิยม

ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ (3) ในแต่ละปีไม่น้อยกว่า 736,992 คน ในปี พ.ศ. 2531 ไม่น้อยกว่า 1,117,413 คน ในปี พ.ศ. 2533 และไม่น้อยกว่า 1,225,218 คน ในปี พ.ศ. 2534 เพราะการท่องเที่ยวทางน้ำได้พบเห็นวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำนี้จะมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีวัฒนธรรมที่เรียบง่าย กิจกรรมทางน้ำที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือ กิจกรรมตลาดน้ำ

ถ้ามองถึงตลาดน้ำ (Floating Market) ตลาดน้ำที่เป็นที่รู้จักของประเทศไทยก็มักจะมีขึ้นตั้งแต่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี (4) มีระยะทางจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 101 กิโลเมตรตามเส้นทางสายเพชรเกษม ในขณะที่ตลาดน้ำตลิ่งชันซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและมีความสำคัญคือเป็นตลาดน้ำตลาดแรกที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปชมเมื่อราวปี พ.ศ. 2500 (5) แต่กลับไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนักทั้งที่การเดินทางสะดวก สามารถลดระยะเวลาในการเดินทางไปชมตลาดน้ำแหล่งอื่น ๆ จึงมีความเหมาะสมที่จะอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไปและพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะเมื่อประมาณ พ.ศ. 2530 กรุงเทพมหานครได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีผลให้ตลาดน้ำตลิ่งชันเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว แต่การส่งเสริมดังกล่าวไม่ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำตลิ่งชันดังที่ตั้งไว้ ในอนาคตตลาดน้ำตลิ่งชันอาจสูญหายไปจากกรุงเทพฯ ดังเช่นที่ตลาดน้ำวัดไทรได้ประสบมาแล้ว เนื่องจากสภาพของสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามบริเวณเขตตลิ่งชันปัจจุบันยังคงมีสภาพการดำเนินชีวิตของชุมชนริมน้ำมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นซึ่งแตกต่างจากที่อื่น เนื่องจากบริเวณตลิ่งชันจะมีอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เช่น ปลูกผัก พืชสวน ผลไม้ ฯลฯ จนถึงปัจจุบัน สภาพความเป็นอยู่ ประเพณี วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมยังคงมี ปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น ประเพณีชักพระทางน้ำ การบิณฑบาตของพระสงฆ์ทางเรือ การซื้อขายสินค้าในตลาดน้ำ (5) กิจกรรมเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นความเป็นอยู่อย่างไทย ๆ ประกอบกับในอดีตกรุงเทพมหานครได้ขนานนามว่าเป็นเวนิสแห่งตะวันออก เพราะการค้าขายต่าง ๆ จะเกิดขึ้นตามแม่น้ำลำคลองเป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนสินค้า อันเป็นที่มาของประเพณีวัฒนธรรมที่คงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนริมน้ำที่ถ่ายทอดให้เห็นรูปแบบในการพึ่งพาธรรมชาติเพื่อดำรงชีวิตในการสัญจร จึงเป็นที่มาของตลาดน้ำหลายแห่งที่สำคัญ

ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นตลาดน้ำที่กระจายตัวของตามแม่น้ำและลำคลองต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำท่าเตียน ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำตลิ่งชัน และบริเวณตลาดน้ำ

คลองคูพระนครเดิม และตลาดน้ำวัดไทร (6) ในปัจจุบันเมื่อมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เส้นทางการสัญจรจึงได้เปลี่ยนแปลงไปจากการสัญจรทางน้ำมาเป็นการสัญจรทางบกแทน ลำคลองต่าง ๆ จึงได้ถูกเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ไปจากเดิมด้วย คือ กลายเป็นเพียงทางระบายน้ำเสีย และบางแห่งถูกถมเพื่อการขยายถนน ริมฝั่งคลองและแม่น้ำมีการเปลี่ยนแปลง สภาพชุมชน ตลาด ร้านค้า และบ้านเรือนก็ถูกเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตแบบใหม่ ๆ ยากที่จะพบเห็นได้ในปัจจุบัน โดยเฉพาะในเขตเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำตลิ่งชันจัดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากยังไม่มีการจัดการพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชันที่เหมาะสมสำหรับรองรับการท่องเที่ยว เช่น การรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนพบว่าไม่พอเพียง มีจำนวนพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน จำนวน 228 ตารางเมตร ซึ่งสามารถรองรับได้ประมาณ 228 คนเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนสูงสุดของวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำ จำนวน 408 คน ในช่วงเวลา 11.30 - 12.00 น. ทำให้การรองรับด้านพื้นที่มีความแออัดมาก ซึ่งเป็นปัญหาของพื้นที่ นอกจากนั้นยังมีปัญหาในเรื่องทางขึ้น-ลงแพไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีความปลอดภัย มีขนาดกว้าง 1.00 เมตร ยาว 5.00 เมตรไม่มีราวกัน ทางขึ้นลงที่ได้มาตรฐานควรมีขนาดกว้าง 1.50 เมตรเป็นต้นไป และมีราวกันเพื่อความปลอดภัย สถานที่จอดรถสามารถจอดรถได้จำนวน 41 คัน ซึ่งไม่พอเพียงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน และจากการสำรวจสภาพปัญหาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน พบว่ามีปัญหาในเรื่องความหนาแน่นและความไม่ปลอดภัยของแพร้อยละ 54 มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่พอเพียงร้อยละ 50 ปัญหาที่ทิ้งขยะร้อยละ 38 ปัญหาด้านโทรศัพท์ร้อยละ 24

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมสูง แต่ยังไม่มีการจัดการพื้นที่ด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ด้วยเหตุนี้จึงได้ทำการศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งตรงกับนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน และสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น โดยสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์และประเมินสภาพปัญหาในการรองรับการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม
- 1.2.3 เพื่อเสนอแนวทางและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งเศรษฐกิจชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ของท้องถิ่นที่ได้รับการพิจารณาและเห็นชอบร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
- 1.2.4 เพื่อศึกษาความแตกต่างทางความคิดเห็นและปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มประชาชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.3 สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มประชาชน นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มผู้ประกอบการ และตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำแตกต่างกันเนื่องจากมีปัจจัยในการยอมรับแผนที่แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาพื้นที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน ดังภาพที่ 1-1 เพื่อศึกษาหาแนวทางในการวางแผนพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันสำหรับการท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจากสภาพปัจจุบันและศักยภาพที่มีอยู่ โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาสภาพทางกายภาพปัจจุบัน โดยวิธีการสำรวจจัดทำข้อมูลพื้นที่ร่วมกับการใช้แบบสัมภาษณ์ทัศนคติ เพื่อประเมินสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
2. ศึกษาประวัติ และรูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน
3. นำเสนอผลการศึกษาทั้งแนวทางการพัฒนา แผนปฏิบัติการ และรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับศักยภาพ วัฒนธรรมและเศรษฐกิจของชุมชน

ภาพที่ 1-1 แสดงจุดศึกษาของตลาดน้ำตลิ่งชัน

1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

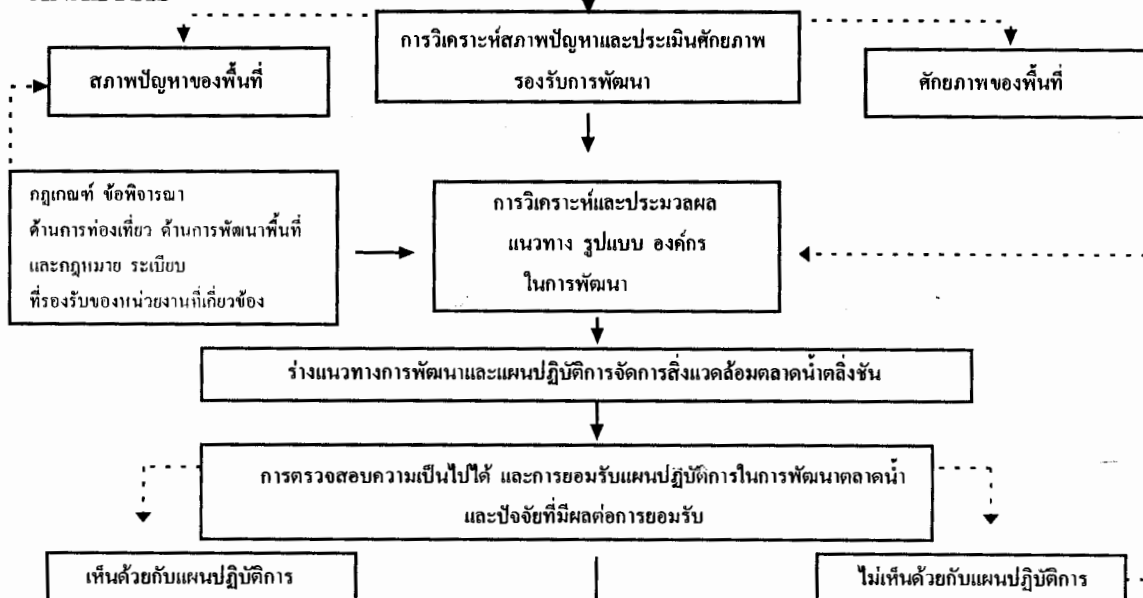
- 1.5.1 ทราบถึงสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และรูปแบบด้านการจัดการการท่องเที่ยวในอดีต และปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชัน
- 1.5.2 สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นแหล่งเศรษฐกิจชุมชน
- 1.5.3 สามารถประเมินสภาพปัจจุบันและแนวโน้มการขยายตัว เพื่อกำหนดและออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมการรองรับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ รวมถึงองค์กรที่รับผิดชอบทั้งจากแนวทางและแผนปฏิบัติการ
- 1.5.4 ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอื่น ๆ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

INPUT

สภาพทางกายภาพปัจจุบัน	สภาพเศรษฐกิจ สังคม	วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว	สภาพศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว
- ที่ตั้งและขอบเขตพื้นที่ศึกษา - สภาพภูมิประเทศ - การคมนาคม - กรรมสิทธิ์ที่ดิน - จำนวนประชากร - รูปแบบบ้านเรือน และชลศาสตร์ - ลักษณะแม่ - คุณภาพน้ำ - ความเป็นกรด - ด่าง (pH) - ปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid) - ปริมาณของแข็งทั้งหมด (Total Dissolved Solid) - อุณหภูมิ (Temperature) - ออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen) - ความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (Biological Oxygen Demand) - น้ำมันและไขมัน (Fat Oil & Great) - ปริมาณ โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria) - ฟอสเฟต (Phosphate)	- ลักษณะอาชีพ, ผลผลิต - รายได้ - จำนวนและลักษณะการถือครองที่ดิน - การรวมกลุ่มทางสังคม - การปกครองท้องถิ่น - ความปลอดภัยของชุมชน - การบริการของหน่วยงานเทศบาล (Community Service) - การกำจัดขยะและน้ำทิ้ง - น้ำดื่มและน้ำใช้ - การใช้ประโยชน์ที่ดิน	- ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำลี้ช้าง - แหล่งโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยว - ชนบทวัฒนธรรม ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม - การใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว - ความคิดเห็นและสภาพปัญหาของพื้นที่ในปัจจุบัน - แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำ - ทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาตลาดน้ำลี้ช้างในอนาคต	- คุณค่าทางวัฒนธรรม - คุณค่าทางภูมิทัศน์ - สิ่งอำนวยความสะดวก - ข้อจำกัด

ANALYSIS



OUTPUT

- แผนปฏิบัติการและแนวทางการพัฒนาและจัดการสิ่งแวดล้อมตลาดน้ำลี้ช้างเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชน
- ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำลี้ช้าง

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครนี้ เป็นการศึกษาโดยมีแนวคิด คือ ตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และพัฒนาเป็นแหล่งเศรษฐกิจชุมชนด้วยการจัดการทางด้านสภาพแวดล้อม การส่งเสริมและอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรม พร้อมกับการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจัดเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) และการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) ในการทบทวนวรรณกรรม บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางประกอบและอ้างอิงการศึกษานี้ ได้จัดแบ่งออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ดังนี้

- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- การมีส่วนร่วมของประชาชนกับการจัดการสภาพแวดล้อม
- แนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- หลักการและความสำคัญของการวางแผน
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ข้อมูลพื้นฐานตลาดน้ำตลิ่งชันและเขตตลิ่งชัน

2.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการพัฒนาแบบยั่งยืน

2.1.1 รูปแบบของการท่องเที่ยว

2.1.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

“ การท่องเที่ยว “ เป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่เป็นการเคลื่อนย้ายประชากรจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน

หม่อมหลวงคู้ย ชุมสาย (7) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวและการเดินทางในหนังสือปฐมบทการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว

ในพจนานุกรม Webster's third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism ว่าหมายถึงการท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อความสำราญใจและการบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (2)

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการดำเนินการในแบบธุรกิจอย่างกว้างขวาง วรรณ วงษ์วานิช (2) ได้สรุปว่าการกำหนดความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” จะขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว
2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. การเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใด ๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

รายได้

2.1.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และตลอดระยะเวลาที่ได้มีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้น เช่น การไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ที่สวยงาม ทัศนียภาพแปลก หรือ การจับจ่ายซื้อของ จากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบแตกต่างกัน

วรรณ วงษ์วานิช (2) ได้แบ่งการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึงสภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือความน่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร ชายทะเล เกาะแก่ง ภูมิทัศน์ และสภาพภูมิศาสตร์อื่นๆ นอกจากนี้ยังรวมบริเวณที่มนุษย์เราได้เข้าไปปรับปรุง ตกแต่ง เพิ่มเติมในบางส่วนให้ความงามของธรรมชาติเด่นชัดยิ่งขึ้น ได้แก่ อ่างเก็บน้ำ เขื่อน และสถานที่ตากอากาศต่างๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์เราได้สร้างสรรค์ขึ้น ตามวัตถุประสงค์และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งสิ้น เป็นมรดกของอดีตและได้สร้างเสริมขึ้นในสมัยปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดใจทางการ

ท่องเที่ยว ได้แก่ พระราชวัง ศาสนสถาน โบราณวัตถุ โบราณสถาน อนุสรณ์สถาน และ พิพิธภัณฑ์สถาน

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้นในสังคมและการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือและสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพชีวิตไทย ริมคลอง ตลาดน้ำ เรือนแพ หมู่บ้าน ชาวเขา หมู่บ้าน ชาวประมง งานเทศกาล ประเพณีและ วัฒนธรรม และสวนสนุก เป็นต้น

ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้ในคู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(8) ออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้าง และอาคารที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ ปราสาท ป้อมปราการ เป็นต้น
2. ประเภทศาสนสถาน ได้แก่ โบสถ์ เจดีย์ วัด ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น
3. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด ป่าไม้ แม่น้ำ ลำคลอง ภูเขา ถ้ำ น้ำตก น้ำพุ น้ำพุร้อน ทะเลสาบ หนอง บึง
4. ประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลป วัฒนธรรม ศูนย์วิจัยหรือย่านที่มีการผลิตสินค้าประจําถิ่น มีประเพณีประจําถิ่น
5. ประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงละครและการแสดง ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ร้านขายของในศูนย์การค้าต่าง ๆ
6. ประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม อาจเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ทำเครื่องเงิน จักสาน ทอผ้า ทำร่ม ปั่นหม้อ ปั่นโอ่ง เป็นต้น
7. ประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา สวนสนุก

2.1.1.3 เหตุูงใจในการท่องเที่ยว

จากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวประเภทใด จะขึ้นอยู่กับเหตุูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว การสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันของแต่ละคน เหตุูงใจในการท่องเที่ยวนี้ หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี (7) ได้ทำการศึกษาและแบ่งแยกลักษณะการูงใจที่ทำให้ผู้คนต้องการการท่องเที่ยวออกเป็น 8 กลุ่ม คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

นักท่องเที่ยวใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้ อยากเห็นเพื่อพบเห็นสิ่งต่าง ๆ และอุบัติการณ์ใหม่ ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็น ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกทีก็ครึกโครม ตึกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนได้แก่พวกที่ใช้วันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยทั้งทางกายและจิตที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาเริ่มต้นทำงานในคาบเวลาใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจได้ว่าสงบจริง ๆ

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมสิ่งศิลปนานาพรรณในหอศิลป์ ฯลฯ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

- การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬารั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาซีเกมส์ การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ ฯลฯ
- การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้น ๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมี หิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็ไปเล่นเทนนิส ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา ฯลฯ

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยวเพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรีและความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้นการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนจะจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือ

ถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวอีก 2 - 3 วัน

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ

ในสมัยปัจจุบันซึ่งมีองค์การ คณะกรรมการ สมาคม ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวขึ้นอย่างมากมาจนองค์การ International Union of Official Travel Organization เดิมเห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ไว้อีกพวกหนึ่ง จะเห็นได้ว่าทุกวันนี้การสร้างโรงแรมมิได้มีแผนเพียงจะสร้างแต่ห้องพัก ห้องกินข้าว และห้องนั่งเล่นเท่านั้น แต่หากจะต้องมีห้องโถงจัดไว้สำหรับการประชุม โดยเฉพาะ เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วก็มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุม

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

ทุกวันนี้มีการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งซึ่งอาจไม่อยู่ในประเภทหนึ่งประเภทใดโดยเฉพาะบุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำการวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน นักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาต่างประเทศทั้งหมดทั้งสิ้นเหล่านี้ นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมากหาศาลทีเดียวที่นำเงินตราต่างประเทศมาให้แก่ประเทศเจ้าบ้านมากกว่าประเภทอื่น เพราะนักท่องเที่ยวที่จะต้องเข้าไปอยู่ในประเทศเจ้าบ้านนานกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นใดทั้งสิ้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อเพศรส (Sex Tour)

แต่ไหนแต่ไรมาการท่องเที่ยวไปไหน ๆ เพื่อหาความเพลิดเพลินทางเพศรสอย่างโจ่งแจ้ง การท่องเที่ยวไปไหนต่อไหนของนักท่องเที่ยวชายโดยมีเจตนาารมณ์แฝงอยู่ในอันที่จะหาความเพลิดเพลินเชิงเพศรสมีมาช้านานแล้ว นักมานุษยวิทยาสันนิษฐานว่ากิจกรรมโสเภณีมีมาพร้อม ๆ กับอารยธรรมของคน และเกิดขึ้นในชุมชนที่มีคนเดินทางผ่าน สาเหตุที่มีโสเภณีหากินอยู่ตามเมืองที่คนเดินทางผ่านเพราะคนเดินทางไม่ได้เอกรรยามาและเกิดความอดอยากทางเพศรสขึ้น ก็เป็นช่องทางที่จะมีผู้คิดเอาหญิงสาวมาบำเรอเพื่อเป็นรายได้

ส่วนภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (8) กล่าวว่า การท่องเที่ยวขึ้น เป็นความต้องการอย่างหนึ่งของคนที่เกิดขึ้นเมื่อมีความพร้อม ทั้งทางด้านร่างกายและทางจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กันดังนี้

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างไป ด้านการเมือง ด้านสมาคมและบุคคล ด้านลักษณะพิเศษของธรรมชาติ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ การได้รับรู้เรื่องราวที่ต่างไปจากที่ตน

เคยรับรู้

2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภาระกิจประจำวัน ได้แก่ การเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริเวณที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ งานศิลป์และการดนตรีหรือความบันเทิงอย่างอื่น ๆ ซึ่งอาจรวมการท่องเที่ยวตามสวนสนุก สวนสัตว์ บาร์ ไนท์คลับ การจับจ่ายซื้อของไว้ด้วย เป็นต้น

3. ความสนใจทางด้านศาสนาและไสยศาสตร์ ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การนมัสการศาสนสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือศาสนา การประชุมรวมกลุ่ม รวมทั้งกิจกรรมทางศาสนา

4. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจค้นคว้า การประชุม สัมมนา การดูงาน การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

5. อื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่าง ๆ และเป็นการพบปะเพื่อรวมกลุ่มกัน หรือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (8)

2.1.2 บทบาทของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2537 มีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศไทยประมาณ 38 ล้านคน สามารถนำรายได้เข้าประเทศได้ถึง 126,127 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มคาดว่าจะเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 50 ล้านคนในปี พ.ศ.2540 (2) นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคม การเมือง ซึ่งมีส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและนำความเจริญมาสู่ชนบท

บทบาทของการท่องเที่ยวในด้านการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจนั้น นิคม จารุมณี (1) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น ราชย์จากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นเป็นอย่างมาก

3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดขึ้นเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปจำหน่ายตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มเป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลารว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเข้าทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นที่ระลึกได้ก็จะมีคนนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะเป็นรายได้เล็กๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทรายชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีนัยยะก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องลงทุนและใช้เทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจากองค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจังที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้สนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมจากอาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างประเทศ ก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็ต้องมีผู้ลงทุนหลาย ๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่นเหล่านั้น

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรฐานที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้กับพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังที่ใด จะต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัยและมั่นคงต่อชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

11. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรีจิตและความเข้าใจอันดี ด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้มาพบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

2.1.3 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism)

2.1.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

“ การท่องเที่ยว “ เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทางสังคมและวัฒนธรรม เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นก็ย่อมต้องมีการใช้สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาการเสื่อมโทรมของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว จึงเกิดแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์หรือ Ecotourism ขึ้น ซึ่งลักษณะของการจัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำก็จัดอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสภาพวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากหลักการท่งานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (9) ในเอกสารเที่ยวไทยใส่ใจสิ่งแวดล้อมว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวอย่าง

แท้จริง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ รวมทั้งท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย

ส่วนความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นได้กล่าวไว้ในเอกสารเดียวกันว่าหมายถึงการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศน์

ดร.ชนี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เขษมมาส (10) ได้รวบรวมความหมายและแนวคิดของการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์จากบุคคลต่าง ๆ ดังนี้

Hectorceballos - Lascurain ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

Elizabeth Boo ซึ่งเป็นผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน ลาตินอเมริกาและหมู่เกาะแคริบเบียน พร้อมกับเขียนรายงานเรื่อง “ Ecotourism : The Potentials and Pitfalls “ ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

The Ecotourism Society ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษาวางแผน และเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงแรกว่าเป็นการเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ธรรมชาติด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศน์ และในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น โดยสรุปแล้วการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีแนวคิดพื้นฐานหรือหลักการ คือ

1. เป็นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. มีการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ
4. มีการยอมรับและมีส่วนร่วมของชุมชนและมีการกระจายรายได้

ในบทความ The Spread of Ecotourism ของ J. Gordon Nelson (11) ได้กล่าวว่า Ecotourism เป็นโปรแกรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีพื้นฐานอยู่บนทรัพยากรธรรมชาติและโบราณคดีและมักจะรวมวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมท้องถิ่นในฐานะที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ

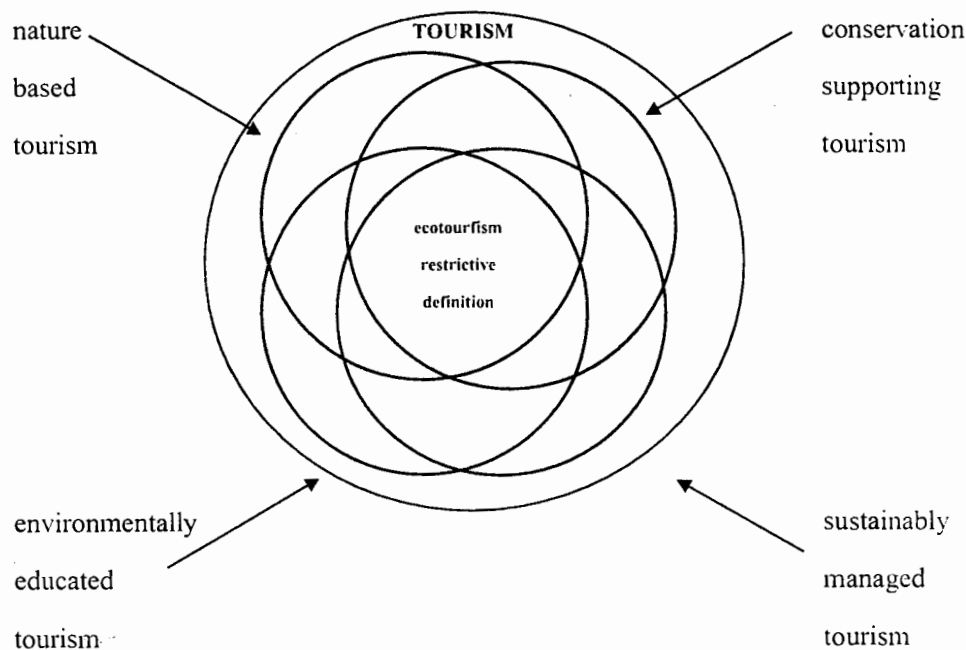
2.1.3.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Ecotourism ข้างต้นจะพบว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งที่จะแก้ปัญหาในเรื่องการเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวและยังมีแนวทางในการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจไปสู่ชนบท และส่งเสริมการอนุรักษ์เป็นการประนีประนอมระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากเอกสารเผยแพร่รายการท่องเที่ยวโดยเพื่อนธรรมชาติ (12) ว่า Ecotourism มีแนวทางในการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจไปสู่ชนบทและส่งเสริมการอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติและสมาคมท่องเที่ยวอนุรักษ์ธรรมชาติในสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายไปสู่แหล่งธรรมชาติต่าง ๆ เพื่อความเข้าใจในวัฒนธรรม และธรรมชาติของสถานที่นั้น ๆ โดยไม่รบกวนและเปลี่ยนแปลงสภาพทางชีววิทยาของพื้นที่ โดยให้ชาวบ้านโดยรอบมีรายได้จากการท่องเที่ยว

J. Gordon Nelson แห่งมหาวิทยาลัย Waterloo (11) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจว่า Ecotourism จะมุ่งเน้นการส่งเสริม การบำรุงรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ โดยผ่านทางกรท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็เป็นกลวิธีที่สำคัญในการก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ จะช่วยปกป้องการท่องเที่ยว และนอกจากนั้น Ecotourism เป็นกลยุทธ์ใหม่ของการท่องเที่ยวที่จะสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งถูกมองว่าเป็นแรงผลักดันใหม่ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งธรรมชาติและจุดหมายปลายทางของการพัฒนา

ภาพที่ 2-1 แสดงกรอบของ Ecotourism โดย Ralf Buckley แห่ง Griffith University (13) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ มีการจัดการแบบยั่งยืน สนับสนุนการอนุรักษ์และให้ความรู้ทางสิ่งแวดล้อม

ในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงรวมรวมถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ด้วย ที่หมายถึงการท่องเที่ยวที่มุ่งเข้าไปสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ มุ่งเน้นการศึกษาวัฒนธรรมและอารยธรรมของมนุษย์ ซึ่งรวมการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดีด้วย



ภาพที่ 2-1 แสดงกรอบแนวคิดของ Ecotourism

ที่มา : Ralf Buckley, 1994

2.1.3.3 สภาพปัญหาที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยไม่มีการอนุรักษ์

ในการประมวลสถานการณ์ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของไทย โดยมูลนิธิโลกสีเขียวในหนังสือสรุปสถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2537 (14) กล่าวถึงการสัมมนา แผนแม่บทการท่องเที่ยวไทย เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2536 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้กล่าวถึงภาพรวมของการท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวไทย ผลกระทบทางวัฒนธรรมและมาตรการในการจัดการ โดย ม.ร.ว. คร.อภิณรรพีพัฒน์ ระบุว่าปัญหาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมทั้งแง่บวกและแง่ลบ

เพราะเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและไม่ชัดเจน แต่ที่ถูกวิจารณ์กันมากก็คือ ผลกระทบต่อแบบแผนชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น รวมทั้ง “ บิดเบือน “ ความหมายของการละเล่นและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาตลอด และดร.มิ่งสรรพ ขาวสะอาด กล่าวถึงมาตรการในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรควบคู่ไปกับการฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยว และมองตลาดภายในด้วย อีกทั้งต้องประสานการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมไปในตัว

นายชยันต์ ผลโกล กรรมการผู้จัดการ Live Travel Service กล่าวว่าปัญหาการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างไม่เหมาะสมได้สะสมตัวมานานแล้ว การท่องเที่ยวต้องมีการตรวจสอบประเมินผล การโหมเข้าพึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไปจนไม่มีรากฐานนับเป็นอันตรายมาก การท่องเที่ยวมักจะใช้ต้นทุนจากธรรมชาติที่บริสุทธิ์ เพื่อสนองความต้องการที่จะสัมผัสธรรมชาติของมนุษย์อันมีอยู่หลากหลาย แม้แต่ในด้านวัฒนธรรมเองก็ถูกมองว่าเป็นสินค้าที่ไม่ต้องลงทุนเช่นกัน สินค้าทั้งสองส่วนนี้ได้ฟ้องตัวเองชัดเจนว่ามันสึกหรอและเสื่อมโทรมได้ไม่ต่างกับสินค้าทั่วไป และถ้าหากทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวยังยึดติดกับแนวทางเดิม คือ ขายสินค้าโดยไม่ลงทุนแล้ว จุดจบของการท่องเที่ยวไทยคงอยู่อีกไม่ไกล

ชูชาติ ทองคำ ประธานสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยว กล่าวว่า เรามีความพร้อมในด้านทรัพยากรอยู่แล้ว เหลือเพียงการสนับสนุนของรัฐที่จะปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นและในส่วนของแต่ละคนก็ต้องกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้สรุปพฤติกรรมที่ทำลายการท่องเที่ยวในบทความ Eco - Tourism ปฏิรูปใหม่การท่องเที่ยว (15) ว่า การทิ้งขยะไม่เลือกที่ การปล่อยน้ำเสีย และสิ่งปฏิกูลลงแม่น้ำ ลำคลอง ท้องทะเล การขีดเขียนวาดภาพลงบนผนังถ้ำ โขดหิน เพิงผา การเก็บดอกไม้ พันธุ์ไม้ป่า หรือไล่ล่าสัตว์ป่าและสัตว์น้ำหายาก การเหยียบย่ำ ปีนป่าย ลักลอบขุดค้นโบราณสถาน การส่งเสียงดังหรือทำกิจกรรมเพื่อรบกวนผู้อื่นในแหล่งท่องเที่ยว การบุกรุกสถานที่สาธารณะประโยชน์ การสร้างสิ่งปลูกสร้างในแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบขัดต่อสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ความมั่งก่ายไร้ระเบียบหรือจากความเห็นแก่ตัวก็ตาม ถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ต่อสังคม และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

2.1.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

2.1.4.1 ความหมายของการพัฒนาแบบยั่งยืน

ศ.นพ.เทพนม เมืองแมน (16) ได้กล่าวถึงการพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ก่อให้เกิดการสมดุลระหว่างเศรษฐกิจกับคุณภาพชีวิตของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

คำว่า sustainable development ถูกนำมาใช้ควบคู่กับ development มากที่สุด โดยทั่วไปจะมองกันว่า การพัฒนาแบบยั่งยืนคือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่นำเอาทรัพยากรทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ มนุษย์ การเงิน และกายภาพ มาจัดการเพื่อก่อให้เกิดความมั่นคง ความอยู่ดีกินดี และความสุขสมบูรณ์ที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาแบบยั่งยืนขึ้นอยู่กับจัดการทางสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องและเหมาะสม กล่าวโดยสรุปแล้ว การพัฒนาแบบยั่งยืน คือ การพัฒนาที่อยู่ภายใต้ขีดจำกัดทางนิเวศ

ในการวิเคราะห์การใช้คำ sustainable และ sustainability ซึ่งมีอยู่มากมาย หลายกรณีปริษา เปี่ยมพงศ์สานต์ (17) สรุปว่ามีคำนิยามอยู่ 3 แนวใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ

1. คำนิยามแนวสังคม เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสนองความต้องการพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมนุษย์ทุกคนต้องได้รับการบำบัด อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ในขณะเดียวกันก็หมายถึง การสนองความต้องการระดับสูงด้วย เช่น ความมั่นคง เสรีภาพ การศึกษา การมีงานทำ การพักผ่อน ความยั่งยืนทางสังคมอาจจะเน้นเรื่องการสนองความต้องการขั้นต่ำของมวลชนที่ยากไร้ หรืออาจจะเน้นเรื่องการส่งเสริมความสุขสมบูรณ์ของมวลชนส่วนใหญ่ เป้าหมายสำคัญที่สุดของแนวนี้ คือ การรักษาคุณภาพชีวิตให้มีระดับสูงอย่างยาวนาน

2. คำนิยามแนวนิเวศ ครอบคลุมอยู่ที่กระบวนการทางชีววิทยาของธรรมชาติ โดยเน้นเรื่องความยั่งยืนของการทำงานและประสิทธิภาพของระบบนิเวศ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนทางนิเวศในระยะยาว (Bio-Diversity) ในความหมายนี้การจัดการและการรักษาระบบนิเวศรวมทั้งการสนับสนุนให้ชีวิตทั้งหลายอยู่รอดคือเป้าหมายสำคัญที่สุด

3. คำนิยามแนวเศรษฐกิจ หมายถึงเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างยั่งยืนยาวนานในอัตราที่สูง (sustainable growth) นักเศรษฐศาสตร์สีเขียว (green economic) มีแนวคิดอีกแบบคือ เศรษฐกิจที่คำนึงถึงระบบนิเวศและโลกธรรมชาติ คุณค่าทางชีวิตจิตใจสำคัญกว่าความเจริญทางเศรษฐกิจ

กล่าวโดยสรุป มีหลายวิธีทางสำหรับการนิยามคำว่า ความยั่งยืน หรือ Sustainability มีปัจจัยที่สำคัญ ๆ หลายประการที่รวมกันแล้วทำให้เรามองเห็นภาพของความยั่งยืน คือ

- ความสามารถในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ในโลก
- การรักษาทรัพยากรชีวภาพให้ดำรงอยู่ในระยะยาว
- การรักษาระดับประสิทธิภาพการผลิตของระบบเกษตร
- การมีจำนวนประชากรที่คงที่
- การให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตแบบมีขีดจำกัด
- การสร้างระบบพึ่งตนเองและองค์กรขนาดเล็ก
- การรักษาคุณภาพอย่างต่อเนื่องในระบบเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

จากคำนิยามและความหมายของการพัฒนาแบบยั่งยืนดังกล่าว จะพบว่าการพัฒนาแบบยั่งยืนจะครอบคลุมหลักการสำคัญ 3 ประการ จากสรุปของปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (17) ดังนี้

1. การประเมินค่าสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาแบบยั่งยืนจะให้ความสำคัญค่อนข้างสูงมากแก่การประเมินค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ อันเนื่องมาจากเหตุผลว่าระบบนิเวศ คือ ระบบที่หล่อเลี้ยงชีวิตมนุษย์ การรักษามรดกคือการรักษาคุณภาพชีวิตของมนุษย์

2. การขยายมิติของกาลเวลา

การพัฒนาแบบยั่งยืนเกี่ยวข้องกับเรื่องพัฒนาการเศรษฐกิจสังคมในช่วงระยะสั้นที่ฝ่ายการเมืองสามารถวางนโยบายเพื่อปฏิบัติได้ (5 ปี หรือ 10 ปี) ในขณะที่เดียวกันเราต้องมองไปให้ไกลถึงอนาคตของชนรุ่นหลังเรา หรือไปไกลกว่านั้น

3. ความเสมอภาคและความยุติธรรม

การพัฒนาแบบยั่งยืนเน้นการสนองความต้องการของกลุ่มชนผู้ยากไร้ที่สุดในสังคม และการปฏิบัติอย่างยุติธรรมต่อชนรุ่นอนาคต คือ ไม่ทอดทิ้งพวกเขาให้ตกอยู่ในความทุกข์ยากมากขึ้น ถ้าเป็นไปได้ก็ให้พวกเขามีระดับความเป็นอยู่พอ ๆ กับพวกเราในยุคปัจจุบัน

2.1.4.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การพัฒนาแบบยั่งยืน เป็นแนวทางที่กำลังได้รับการยอมรับและขยายเข้าสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาแบบยั่งยืนมักมีข้อขัดแย้งกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากมีแนวคิดในการสนับสนุนการใช้อย่างชาญฉลาดและการอนุรักษ์ทรัพยากรเพื่อการรักษาไว้ให้สามารถใช้ได้ยาวนานที่สุด (18)

การท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องกับแง่ของกิจกรรมที่ขึ้นต่อคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งไม่สามารถแยกตัวออกจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ดังนั้นการเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยว จึงมีส่วนมากในการทำลายหรือลดคุณค่าของ ทรัพยากรลง

อนุชา เล็กสกุลคิลิก และไชยยุทธ กลิ่นสุคนธ์ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (18) กล่าวไว้ในบทความ Eco - Tourism กลยุทธ์ใหม่ในการ พัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) คือ การท่องเที่ยวรวมทั้งการจัดการสิ่งบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตโดย

1. ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

2.2 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อม

ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า นอกจากให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวแล้ว ตลาดน้ำยังสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งเศรษฐกิจชุมชนด้วย ซึ่งในการพัฒนา โดยทั่วไปควรจะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและสนองความต้องการของชุมชน เพื่อประสาน ความร่วมมือทั้งภาครัฐและประชาชนในท้องถิ่น

2.2.1 หลักการในการมีส่วนร่วมของประชาชน

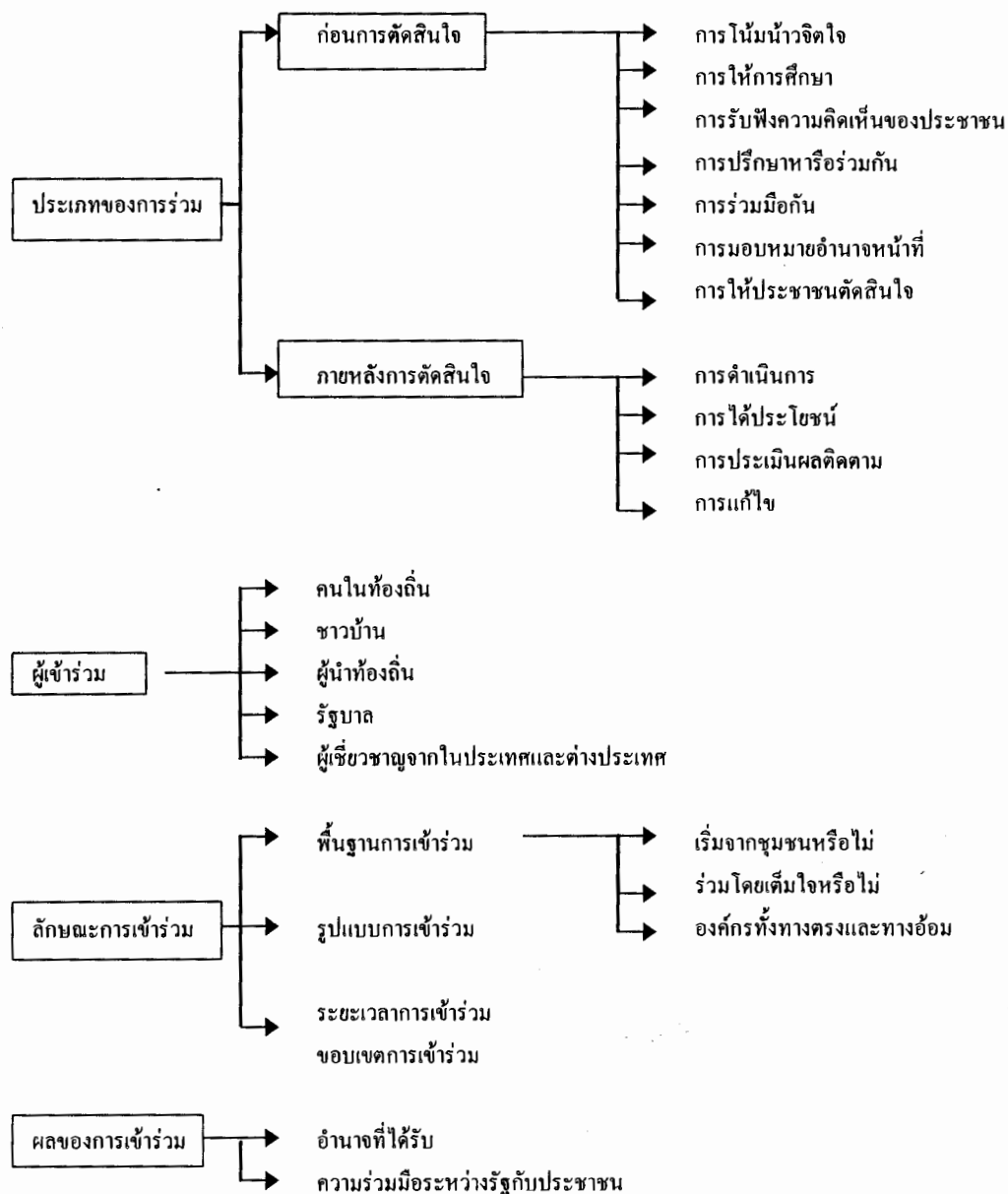
จากข้อกำหนดการศึกษาเกี่ยวกับ Eco - Tourism ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (19) กำหนดการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับความรู้ จากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ทั้งทางวัฒนธรรม และธรรมชาติ รวมทั้งท้องถิ่นควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย และในการกำหนดนโยบายการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ปี 2538 - 2539 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (9) ได้มีแนวทางส่วน

หนึ่งให้มีการวางแผนและปรับปรุง พัฒนากฎระเบียบองค์กร การจัดการด้านการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงานเกื้อหนุนซึ่งกันและกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนรับประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในช่วงแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ที่ผ่านมา ได้มีการกำหนดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อมในหัวข้อที่ 3.6.2 (6) ดังนี้ “ จัดตั้งองค์กรร่วม 3 ฝ่าย คือ ชุมชน สถานประกอบการและภาครัฐบาล เพื่อทำหน้าที่เฝ้าระวังและกำกับดูแลป้องกันรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้โดยเฉพาะในเขตเมือง เขตอุตสาหกรรม และแหล่งท่องเที่ยว “ (20)

กิตติเดช สุตรสุคนธ์ (21) กล่าวว่า ในปัจจุบันกฎหมายไทยยังขาดการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม มีสองลักษณะ คือ ลักษณะที่หนึ่ง คือ การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยรัฐอาจมอบหมายงานบางอย่างที่เอกชนทำได้ดีให้เอกชนรับไปทำ เช่น การกำกับและควบคุมมาตรฐานสินค้าเกษตร ส่วนรัฐบาลมีอำนาจตรวจสอบและยอมรับการรับรองที่ทำโดยเอกชนนั้น ลักษณะที่สอง มีความสำคัญอย่างยิ่งคือการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่มีประโยชน์ต่อรัฐ จะทำให้รัฐบาลได้รับข้อมูล ทราบทัศนคติ ได้รับความร่วมมือและการยอมรับ ยินยอมปฏิบัติตาม เป็นต้น

ศยามล ไกรยูรวงศ์ (22) เสนอหลักการในการมีส่วนร่วมของประชาชน มีผลดีต่อทุกฝ่ายทั้งฝ่ายผู้เสนอโครงการ ผู้ได้รับโครงการและประชาชนที่ได้รับผลกระทบ หากแต่ต้องพิจารณาองค์ประกอบของประเภทของการเข้าร่วม ผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มใด ลักษณะการเข้าร่วม และผลของการเข้าร่วม ซึ่งรูปแบบวิธีการมีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้มีอำนาจตัดสินใจต้องชั่งน้ำหนักอย่างรอบด้านมากกว่าการพิจารณาเฉพาะประโยชน์ที่จะได้รับกับความสูญเสียที่จะเกิดขึ้น รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนดังภาพที่ 2-2



ภาพที่ 2-2 แสดงการมีส่วนร่วมของประชาชน

ที่มา : ศยามล ไกรยูรวงศ์, 2537

การมีส่วนร่วมดังกล่าวเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องสนับสนุนและสร้างให้เกิดกระบวนการ โดยมีบทบาทในการให้ข่าวสาร ข้อมูล ของโครงการต่าง ๆ และกระตุ้นให้ประชาชนได้ใช้ วิจารณ์งานในการพิจารณาทางเลือกในการพัฒนาควรเป็นไปในทิศทางใด โครงการที่จะเกิดขึ้น

นั้นมีผลเสียเล็กน้อยเพียงใด มาตรการลดและแก้ไขปัญหาก็จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อดังแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2.2.2 แนวทางในการมีส่วนร่วมของประชาชน

จิรพล สิ้นฐานาวา (23) ได้กล่าวถึงแนวทางในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมว่า กิจกรรมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยรัฐทำหน้าที่เป็นผู้ที่มีบทบาทหลักและเป็นผู้ดำเนินการวางแผน กำหนดวิธีการแก้ไขปัญห และทำกิจกรรมในการแก้ไขปัญหและจัดการปัญหา ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะไม่มีโอกาสแก้ไขปัญหใด ๆ ได้อย่างแท้จริงได้เลย แนวทางที่ควรจะต้องริเริ่มให้มีการปรับเปลี่ยนก็คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชน ภาคเอกชนและองค์กรอื่น ๆ ได้มีส่วนร่วมนับตั้งแต่การวินิจฉัยปัญหาการวิเคราะห์หาทางออกและแก้ไขปัญห ที่เคยทำโดยหน่วยงานของรัฐโดยลำพัง

ความรู้สึกร่วมกันเป็นส่วนร่วมเป็นเจ้าของจะต้องเริ่มจากภาวะการยอมรับปัญหา การตรวจพบปัญหา และเห็นสอดคล้องกันว่าปัญหาที่ตรวจพบนั้นจะต้องได้รับการแก้ไขโดยผู้แทนหน่วยงานรัฐ จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในขั้นตอนต่าง ๆ เท่าที่จำเป็น และเป็นที่ต้องการเท่านั้น เพื่อให้เกิดกระบวนการอย่างต่อเนื่องของการรับรู้ และเป็นเจ้าของปัญหารวมทั้งผลจากปัญหาด้านต่าง ๆ ด้วยในกรณีของการพัฒนา เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพ หน่วยงานของรัฐอาจจะหนีไม่พ้นที่จะต้องมีส่วนในการริเริ่มและกำหนดโครงสร้าง ขอบเขตของการพัฒนา เพื่อให้การดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ตามกำหนดเวลาเพื่อเปิดโอกาสและส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเพื่อให้โครงการและแผนงานมีความเหมาะสมสมบูรณ์ในตัวเอง สามารถตอบสนองความต้องการ และความจำเป็นในการดำรงชีวิตได้อย่างแท้จริง โครงการและแผนงานต่าง ๆ จะต้องพร้อมที่จะเผยแพร่ด้วยความเข้าใจพื้นฐานว่าแผนและโครงการที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานรัฐยังไม่สมบูรณ์และยังไม่เหมาะสม ดังนั้นควรได้รับการพิจารณาและเพิ่มเติมแก้ไขให้แผนและโครงการดังกล่าวมีความสมบูรณ์เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายให้มากที่สุด ด้วยการเผยแพร่รายละเอียดในรูปแบบต่าง ๆ กันอย่างกว้างขวางรวมทั้งสื่อของรัฐและเอกชนอย่างทั่วถึง เพื่อเปิดให้มีการตรวจสอบและแก้ไขปัญหการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าว นอกจากจะต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานแล้ว ทางด้านการคิดจะต้องมีการปรับตัวเช่นเดียวกัน คือ แทนที่จะคิดว่าโครงการและแผนที่จัดทำขึ้นดีแล้ว และถูกต้องทั้งหมดโดยพร้อมที่จะนำไปใช้ได้ทันทีจะต้องเปลี่ยนแปลงการคิดให้เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ด้วยความรู้สึกร่วมกันให้แผนและโครงการมีความสมบูรณ์ ดังนั้นข้อเสนอแนะจากฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนจะทำให้โครงการและแผนนั้น ๆ มีความเหมาะสมถูกต้องได้ สามารถนำ

ไปใช้ได้จริง และมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติในการปรับเปลี่ยนด้วยความรู้และความเข้าใจที่ดีขึ้น จะเริ่มมองเห็นคุณค่าของข้อเสนอแนะและการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก็คือการให้การศึกษาแก่ประชาชนในด้านระบบนิเวศน์ ทรัพยากรและการใช้ประโยชน์และโครงการพัฒนาในภูมิภาคต่าง ๆ จะต้องเปิดเผยต่อสาธารณะให้ได้ทำความเข้าใจและแสดงความคิดเห็นต่อโครงการที่จัดทำขึ้น ดังนั้นถ้ารัฐจะถือปฏิบัติตาม มาตรการนี้จะต้องส่งเสริมสนับสนุนให้มีการดำเนินงานที่โปร่งใสในทุกขั้นตอน และสามารถตรวจสอบได้ ทางด้านการเผยแพร่ข่าวสารและการสร้างความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อม ยังคงมีความสำคัญที่จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ในขั้นตอนนี้อาจจะจัดให้มีเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนที่อาจจะได้รับผลกระทบ ผู้แทนหน่วยงานที่เป็นเจ้าของโครงการ ตัวแทนประชาชน และสื่อมวลชน เพื่อเปิดโอกาสให้มีการซักถามข้อข้องใจแสดงออกอย่างเสรี

การเตรียมผู้ปฏิบัติในหน่วยงานของรัฐและผู้ปฏิบัติในหน่วยงานเอกชนเพื่อให้มีความพร้อมที่จะดำเนินงานให้สอดคล้องกับกระแสการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการมีส่วนร่วมของประชาชน จะต้องทำงานมากขึ้น เพื่อให้มีรายละเอียดอย่างเพียงพอในเนื้อหาของโครงการ มีสื่อความหมายอย่างถูกต้องและที่สำคัญมีความต้องการอยากฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการและกิจกรรม รวมทั้งแผนการดังกล่าว นอกจากนี้จะต้องตระหนักในความไม่สมบูรณ์ของโครงการที่มีอยู่เสมอ ซึ่งจะต้องได้รับการตรวจสอบและเพิ่มเติมโดยฝ่ายต่าง ๆ ให้โครงการมีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ส่วนทางด้านการเตรียมประชาชนให้มีความพร้อมต่อการรับรู้การเปลี่ยนแปลงและ รายละเอียดการดำเนินงานตามกิจกรรมโครงการ และแผนนั้นจะต้องมีการสร้างความเข้าใจ มีการให้การศึกษาในบทบาทหน้าที่ของผู้บริโภคต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและต่อการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อได้มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและแผนการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสในหน่วยงานรัฐและเอกชน และได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว การมีส่วนร่วมที่สำคัญในขั้นตอนต่อไป ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับโครงการ และวิธีการในขั้นตอนต่าง ๆ ของโครงการนั้น ๆ การร่วมตัดสินใจด้วยการมีผู้แทนเข้าร่วมพิจารณาโครงการ การมีส่วนร่วมด้วยขบวนการประชาธิปไตยที่มีผู้แทนทำหน้าที่กลั่นกรองในขั้นตอนต่าง ๆ ตามวิถีประชาธิปไตย เพื่อตรวจสอบและตัดสินใจความเหมาะสมของโครงการ

การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจนี้เริ่มตั้งแต่การกำหนด การวินิจฉัยปัญหา การพิจารณาทางเลือกในการแก้ไขปัญหาคัดสินใจเลือกเวลา สถานที่ และปริมาณทรัพยากรที่จะต้องใช้หรือสูญเสียในการป้องกันและแก้ไขปัญหา แต่สำคัญคือ การที่ชุมชนผู้บริโภคร และประชาชนได้มีส่วนร่วมเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างเหมาะสม และไม่ตกอยู่ในภาวะที่ต้องตกใจ เมื่อได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนและตนเอง

ส่วนที่สำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนในอันดับต่อไป คือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนา กิจกรรมการเข้าใจปัญหาในโครงการหรือแผนงานที่เกี่ยวข้อง เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกระจายรายได้ กระจายโอกาสของการใช้ทรัพยากร กระจายการมีส่วนร่วมรับผิดชอบ กระจายการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ที่จะนำมาซึ่งความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมดังกล่าว นอกจากนี้ความรู้สึกของการเป็นเจ้าของจะเกิดขึ้นกับผู้ที่ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมนี้ด้วย และความผูกพันที่อยากจะติดตามดูแล ปรับปรุงแก้ไขจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่ผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ

2.2.3 การมีส่วนร่วมของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ

ในการร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยสภาร่างรัฐธรรมนูญ ซึ่งถือเป็นรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน ได้มีการเพิ่มหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจระดับต่าง ๆ ของรัฐให้เด่นชัด และย้ำไว้เป็นพิเศษในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม (24)

ในข้อบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 (25) ของประชาชนมีอยู่ในหลาย ๆ ส่วน เช่น ในหมวดที่ 3 ที่ว่าด้วยสิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย ได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม ในมาตราที่ 46 59 และ 60 ดังนี้

“ มาตรา 46 บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา 59 บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูล คำชี้แจงและเหตุผลจากหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น ก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินโครงการ

หรือกิจกรรมใดที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใดที่เกี่ยวกับตนหรือชุมชนท้องถิ่น และมีสิทธิแสดงความคิดเห็นของตนในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ ตามกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา 60 บุคคลย่อมมีสิทธิ มีส่วนร่วม ในกระบวนการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการปฏิบัติราชการทางปกครองอันมีผลหรืออาจมีผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของตน ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ “

ในหมวดที่ 4 ที่ว่าด้วยหน้าที่ของชนชาวไทย ได้กำหนดหน้าที่ของบุคคลในมาตรา 69 ให้มีหน้าที่ป้องกันประเทศ รับราชการทหาร เสียภาษีอากร ช่วยเหลือราชการ รับการศึกษาอบรม พักผ่อน และสืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ และได้กำหนดในหมวดที่ 5 เกี่ยวกับนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ ในมาตราที่ 79 ว่า รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสงวน บำรุงรักษา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพอย่างสมดุล รวมทั้งมีส่วนร่วมในการส่งเสริมบำรุงรักษา และคุ้มครองคุณภาพสิ่งแวดล้อม ตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดจนควบคุมและกำจัดภาวะมลพิษที่มีผลต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

2.3 แนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.3.1 แนวนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544)

โดยภาพรวมของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (20) มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน คือ

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสัญจรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างจิตสำนึก ความรู้ความเข้าใจ เกิดการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นรากเหง้าของวิถีชีวิต ภูมิปัญญาดั้งเดิมของตนเองและผู้อื่น รวมทั้งดูแล ป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมดังกล่าว

2. ส่งเสริมให้วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคนและประเทศให้สมดุล ยั่งยืน รวมทั้งเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของคนและชุมชนในการรักษาสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นเพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของประชาชน

3. ให้องค์กรในท้องถิ่นสร้างกลไกการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทาง การท่องเที่ยว ในระดับพื้นที่เพื่อการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมจาก ประชาชนและชุมชนในท้องถิ่น

4. กำหนดให้มีพื้นที่เพื่อการอนุรักษ์และพื้นที่สีเขียวเพื่อพัฒนาแหล่งอนุรักษ์ทาง ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม และพื้นที่สวนสาธารณะขนาดต่างๆ

5. ส่งเสริมองค์กรชุมชนและท้องถิ่นในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน และการจัดทำแผนงานและโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนแหล่ง เงินทุนหรืองบประมาณหรือกองทุนสำหรับใช้ในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ

6. นโยบายการพัฒนาพื้นที่ภาคมหานคร ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ชุมชนกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมี การกำหนดแนวทางการขยายตัวของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตลอดจนมีการประสาน การจัดการใช้ประโยชน์ที่ดินและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกัน เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพของฐานการผลิตหลักของประเทศและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในกรุงเทพ- มหานคร ดังนี้

- เสริมสร้างและพัฒนาให้กรุงเทพมหานครมีสภาพแวดล้อมโดยรวมดีขึ้น โดยจะ แก้ไขปัญหาจราจรตามแผนแม่บท ปรับปรุงระบบการบริหาร การจัดการและการตัดสินใจให้เป็น เอกภาพ

- สนับสนุนให้กรุงเทพมหานครและองค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตปริมณฑลมี ศักยภาพด้านการเงิน การคลัง โดยให้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้จากค่า ธรรมเนียมและรายได้อื่น ๆ

2.3.2 นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2540 - 2546

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยว 2540 - 2546 (26) ไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ พื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับ สิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นเข้ามา มีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้ สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วย โครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ เกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของ ภูมิภาคนี้

5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดีมีความรักความ ห่วงเห่นและช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมตลอดจนมีความโอปอ้อม อารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป

6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรี ด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่ม มากขึ้น

7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการ กวดขันให้มาตรฐานต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ต่อเนื่องตลอดไป

8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ประชาชนและส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมรวมของ ประเทศสืบไป

9. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไป ทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ ละแห่ง

10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอด เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

11. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุน ร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนรวมของชาติและองค์กร

2.3.3 กลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2540 - 2546

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยว ปี 2540 - 2546 (26) ไว้ดังนี้

1. ผลักดันให้มีการดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม โดยร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนพิจารณาและหาแนวทางร่วมกัน
2. รณรงค์และปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนโดยเฉพาะในท้องถิ่นเข้าใจและเห็นความสำคัญในเรื่องของการท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนให้อยู่ในสภาพที่ดี ตลอดจนสามารถให้ข้อมูล ข่าวสาร การบริการและความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนท้องถิ่นของตนได้
3. กำหนดบทลงโทษแก่ผู้ฝ่าฝืนกฎระเบียบ หรือสร้างความเสื่อมโทรมให้แก่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง
4. เน้นการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ให้มากขึ้น โดยให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ทุกคน
5. รณรงค์โครงการรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลักโดยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
6. ประสานงานประชุม ปรึกษาหารือ ตั้งคณะทำงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติกับหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมตามแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม
7. ศึกษาและพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและระบบติดตามสถานะแวดล้อม และมลภาวะในแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ
8. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดตั้งสถาบันหรือจัดฝึกอบรมเพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพบุคลากรในด้านการบริการ

2.4 หลักการและความสำคัญของการวางแผน

2.4.1 หลักของการวางแผน

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ใช้แนวคิดของการวางแผนทั้งในการจัดการและการวางแผนขององค์กร พื้นที่ ซึ่งการพัฒนาต่าง ๆ จะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องมีการวางแผน การวางแผนนั้นสามารถแยกออกได้หลายกรณี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหน่วยงานหรือขนาดของพื้นที่ที่เตรียมแผนเอาไว้ หน่วยใหญ่ที่สุดสามารถเตรียมแผนได้ก็คือ การวางแผนเพื่อพัฒนาประเทศทั้งหมด ซึ่งเรียกว่าแผนพัฒนาระดับชาติ (National Plan) รองลงมาคือ การวางแผนระดับภูมิภาค (Regional Plan) และการวางแผนระดับท้องถิ่น (Local Plan) การวางแผนเพื่อพัฒนาในระดับต่างๆ นั้นจะมีความสัมพันธ์กัน เพื่อวัตถุประสงค์ให้เกิดการพัฒนา ดังภาพที่ 2-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนระดับต่าง ๆ

ในการศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนี้ ได้นำหลักการของการวางแผนมาใช้ประกอบการวิจัย จากบุคคลต่าง ๆ ดังนี้

สาคินันท์ บุญชู (27) กล่าวว่า ความต้องการของคนเราอาจพูดได้ว่า คือสิ่งที่พยายามให้ได้มาตามจุดประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง เมื่อไปตลาดก็ไปเพื่อจุดประสงค์บางอย่าง เช่นว่าไปเพื่อซื้อหรือขายสินค้าหรือเพื่อดูสิ่งที่อยากดูหรือไปด้วยเหตุผลอย่างอื่น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องการจะทำ ถ้าสิ่งที่จะกระทำมีน้อย แต่เงินและเวลามาก ผลที่ตามมาคืองานจะง่ายขึ้นไม่จำเป็นจะต้องมีการวางแผนให้มากมาย แต่ถ้ามีความต้องการจะทำหลาย ๆ อย่าง แต่มีเงินและเวลาน้อยแล้ว ก็จะต้องมีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนเสียก่อน ในสิ่งที่จะกระทำก็คือ จะใช้ทรัพยากรเงินและเวลาที่มีอยู่จำกัดให้คุ้มค่าที่สุดเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ได้อย่างไร ถ้าหากมีเวลาหรือเงินไม่เพียงพอกับทุกอย่างที่ต้องการจะกระทำ จะต้องคิดว่าอะไรคือสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ต้องการจะกระทำ เมื่อกระทำเช่นนี้ก็เท่ากับว่าได้มีการจัดลำดับก่อนหลังของสิ่งที่จะกระทำไว้ตามลำดับความสำคัญ (Order of Priority) หรืออาจเรียกว่า (Prioritizing) นั่นคือ จะกระทำสิ่งที่สำคัญที่สุดก่อน และเรียงตามลำดับความสำคัญจนถึงสิ่งสุดท้าย ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สำคัญน้อยที่สุด การที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ (เป้าหมาย) ตามที่ได้จัดลำดับไว้ (ลำดับความสำคัญก่อนหลังให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องขึ้นอยู่กับจำนวนเงินและเวลา (ทรัพยากรที่จำกัด) ที่มีอยู่ด้วย ถึงตอนนี้ก็คือการได้กำหนดแผนเบื้องต้นไว้แล้ว แต่อาจจะปรับปรุงได้โดยการประสานงานกับสิ่งอื่น ๆ ที่ไปได้ด้วยกัน เช่น ในขณะที่กำลังซื้อข้าวสารอยู่นั้น อาจจะซื้อเกลือหรือน้ำตาลพร้อม ๆ กันไปด้วย ถึงแม้ว่าจะมีความ

สำคัญอยู่หลังสุดในการที่ได้จัดลำดับไว้ก็ตาม ทั้งนี้เพราะว่า สิ่งนี้สามารถซื้อในร้านเดียวกันหรือร้านถัดไป ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเวลาในการซื้อหา การกระทำเช่นนี้ก็เท่ากับว่าได้ประหยัดทรัพยากรที่มีจำกัด เรียกว่าประหยัด (Economising) เพื่อว่าจะได้ใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า เรียกว่ามองในทางที่ดี (Optimising) สิ่งเหล่านี้เป็นแนวคิดที่สำคัญในการวางแผน มีหลักสำคัญของการวางแผนที่ต้องพิจารณา เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ที่ต้องการ คือ

1. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource)
2. ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
3. ทรัพยากรทุน (Capital Resource)

บุญเทียน ทองประสาน (28) มีแนวคิดในการพัฒนาชุมชนด้านวัฒนธรรม จะประสบผลสำเร็จต้องเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ไขสภาพปัญหาที่มาจากความต้องการของชาวบ้านและสอดคล้องกับประวัติศาสตร์ชุมชน จึงจะเป็นขบวนการที่มีความเป็นจริงรองรับและเกิดผลในทางปฏิบัติ

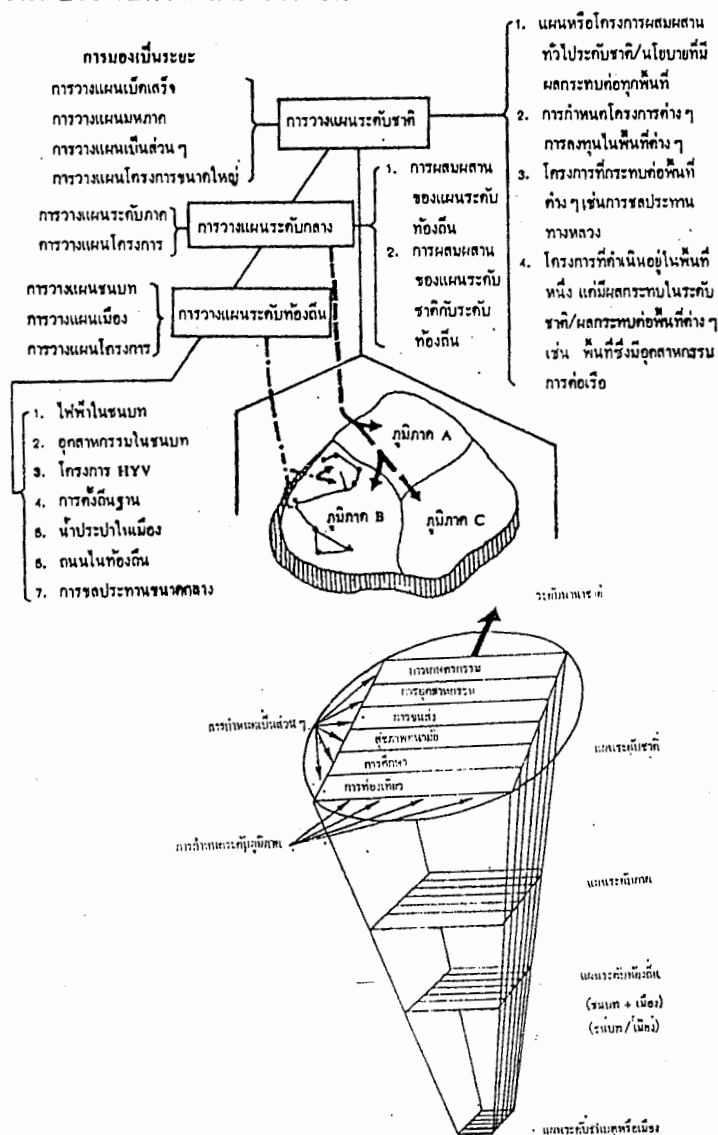
HIRAN D. DIAS and B.W.E WICKRAMANAYAKE (29) กล่าวว่า “ การพัฒนาใด ๆ ก็ตามจะไม่ประสบผลสำเร็จเลย ถ้าหากประชาชนไม่ได้รับการจูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงและยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดีขึ้น การวางแผนเพื่อประชาชน (planning for People) กับการวางแผนร่วมกับประชาชน (planning with People) จะต้องทำให้ประชาชนเชื่อถือ สนับสนุนและสร้างเสริมให้เกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในตนเอง และสนับสนุนให้ประชาชนเชื่อถือซึ่งกันและกันผลตามมาจะทำให้การวางแผนและการพัฒนาเป็นกระบวนการแห่งการมีส่วนร่วมของประชาชน (Participatory Process)

โฆนิต ปิ่นเปี่ยมรัชฎ์ (30) กล่าวว่า ประเด็นปัญหาสำคัญเกี่ยวกับหลักการวางแผนพัฒนาไม่ประสบผลสำเร็จ คือ

1. แนวนโยบายของรัฐไม่สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงในท้องถิ่นก็จะทำให้การพัฒนาไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย
2. ปัญหาเกี่ยวกับองค์กร ในการประสานงานระหว่างความต้องการของประชาชนกับแนวนโยบายส่วนรวมของรัฐ

พัฒน์ สุจันงค์ (31) กล่าวว่า การวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน ควรพิจารณาว่า ความต้องการใดที่มีความต้องการมากที่สุด ประชาชนต้องการมากที่สุดและจะมีการขัดแย้งน้อยที่สุด หากได้มีการลงมือทำตามความพอใจนั้น

การวางโครงการควรจะได้คำนึงถึงค่านิยม และทัศนคติ ซึ่งแสดงออกมาในรูปของ พฤติกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทยโครงการที่จะได้รับการสนใจมากและได้รับการสนับสนุน คือ โครงการกิจกรรมเกี่ยวกับการศาสนา วัฒนธรรม จึงควรให้วัดหรือพระมีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งจะ ทำให้โครงการนั้นประสบความสำเร็จง่ายขึ้น



ภาพที่ 2-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนระดับต่าง ๆ

ที่มา : สานิตย์ บุญชู, 2530.

2.4.2 ความหมายของแผนหรือโครงการ

การวางแผนหรือโครงการมีหลักการวิธีการอย่างไร ควรเข้าใจถึงความหมาย ความสำคัญและประโยชน์ของแผนหรือโครงการเสียก่อน

คำว่า “ แผน “ “ แผนการ “ “ แผนงาน “ (plan) คือ การคิดกำหนดหรือคาดการณ์ล่วงหน้า (จากประสบการณ์หลักฐานต่าง ๆ และข้อมูลที่มีอยู่) ถึงกิจการและแนวทางที่จะปฏิบัติ จัดทำให้งานสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า แผน คือ รากฐานสำคัญของการปฏิบัติงานนั่นเอง

แผนมีหลายชนิดหลายระดับ บางชนิดเป็นแผนง่าย ๆ เฉพาะของตนเองไม่เกี่ยวกับคนทั้งหลายหรือเกี่ยวข้องแต่จำนวนน้อย แผนเช่นนี้ไม่จำเป็นต้องเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้ เพียงแต่คิดไว้ในใจก็พอ

ส่วนแผนที่มีความยุ่งยากเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายคน หน่วยงานหลายหน่วยงานและเป็นแผนงานระยะยาว จึงต้องเขียนลงเป็นลายลักษณ์อักษรไว้เป็นหลักฐาน ซึ่งแผนประเภทนี้บางชนิดก็เขียนไว้อย่างกว้างพอเป็นนโยบาย แนะนำทางปฏิบัติงานเท่านั้น เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ บางชนิดก็เขียนไว้อย่างละเอียด เช่น โครงการทำงานเฉพาะกิจกรรมของหมู่บ้าน เป็นต้น

โครงการตามหลักวิชาการถือว่า แผนงานเป็นที่รวมของโครงการต่าง ๆ ในแผนงานมักจะมียานที่ต้องปฏิบัติจัดทำอยู่หลายชนิด งานดังกล่าวนี้มักจะเรียกว่าโครงการหรือแผนงานย่อย ๆ ออกไปจึงอาจกล่าวได้ว่า โครงการก็คือ แผนงานย่อยสุดท้ายที่เป็นแผนปฏิบัติงานที่จำเป็นต้องกำหนดรายละเอียดไว้เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง ๆ อย่างไรก็ดี ไม่ว่าจะเป็นแผนงานย่อย หรือโครงการอย่างหนึ่งอย่างใดก็ดี หลักและวิธีการวางแผนย่อมเหมือนกันทั้งนั้น จะแตกต่างกันก็เฉพาะเรื่องปลีกย่อยตามลักษณะของงานที่จะปฏิบัติ (31)

2.4.3 ความสำคัญของการวางแผนหรือโครงการ

บุคคลทุกคนย่อมเล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญของการมีโครงการสำหรับแนวทางในการปฏิบัติกิจการใดกิจการหนึ่ง ปัญหาจึงมีแต่เพียงว่า ทำอย่างไรจึงจะมีโครงการที่ดีสำหรับปฏิบัติงานได้ให้บรรลุวัตถุประสงค์

ความสำคัญของการวางโครงการเพื่อแก้ไขปัญหา (31) ตามกระบวนการพัฒนาผลที่ต้องการ คือ คุณภาพของคนและความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุและสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา

กระบวนการวางโครงการนั้นเริ่มต้นจากการรวบรวมข้อเท็จจริงและการพิจารณาสภาพชุมชนว่ามีความต้องการที่จำเป็นอะไรบ้าง ขั้นตอนของการวางโครงการ คือ การดำเนินการวางโครงการ การลงมือปฏิบัติการ การติดตามผลการปฏิบัติ ระหว่างกระบวนการเหล่านี้จะทำให้ผู้เกี่ยวข้องต้องคิดพิจารณา อภิปราย ค้นหาข้อดีข้อเสีย แล้วตัดสินใจวางแผนดำเนินการ และประเมินผลการดำเนินงาน อันเป็นการใช้ความคิดและปฏิบัติงานอย่างมีระเบียบแบบแผนอย่างมีระบบตามหลักวิทยาศาสตร์ การมีโครงการสำหรับปฏิบัติงานยังมีประโยชน์เพิ่มเติมดังนี้

1. โครงการเป็นสิ่งที่กำหนดให้ทราบว่า จะทำอะไร ทำอย่างไร ทำไมจึงต้องทำ ใครมีส่วนรับผิดชอบบ้าง มีความรับผิดชอบแค่ไหน จะทำเมื่อไร เป็นต้น จึงทำให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ
2. โครงการเป็นผลของการประชุมวางแผนอย่างรอบคอบของตัวแทนประชาชนหรือรัฐบาล ได้วางขั้นตอนลำดับก่อนหลังไว้เรียบร้อยแล้วสำหรับปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้
3. การมีโครงการเป็นเครื่องช่วยให้มีการประสานงานกันได้ง่ายขึ้น เพราะมีรายละเอียดไว้ให้พิจารณาเพื่อหาช่องทางร่วมมือกันได้สะดวกขึ้น
4. การมีโครงการเป็นเครื่องช่วยในการพัฒนา และเป็นหลักประกันว่าจะมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องกันไปแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงบุคคล
5. การมีโครงการเป็นการประกันที่จะไม่มีการปฏิบัติในสิ่งไม่เป็นประโยชน์ อันจะทำให้เสียเงิน วัตถุประสงคฺ์ และเวลาโดยเปล่าประโยชน์
6. การมีโครงการทำให้ทุกคนรู้สึกมีส่วนร่วม ถือเป็นโครงการของชุมชน ไม่ใช่ของผู้ใดหรือกลุ่มใดโดยเฉพาะ จึงมีแนวโน้มที่จะช่วยกันคนละไม้คนละมือ
7. การมีโครงการจะเป็นเครื่องประกันว่า จะมีการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์และความต้องการของชุมชน หากปฏิบัติผิดไปชุมชนอาจทักท้วงต่อต้านได้
8. การมีโครงการไว้แน่นอน จะสามารถทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เพราะมีแนวทางอยู่แล้ว ทุกคนได้ทราบส่วนที่ตนรับผิดชอบแล้ว เป็นต้น

2.4.4 ความสำเร็จในการวางแผน

คำแนะนำพื้นฐานบางประการหากนักพัฒนายึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ จะสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จในการวางแผนการหรือโครงการ (31) คือ

1. การวางแผนจะต้องมีความเข้าใจอย่างซาบซึ้งในกระบวนการ และจะต้องมีการตกลงเห็นพ้องกันในเรื่องวัตถุประสงค์ของการวางโครงการ

2. จะต้องมีแบบแผนแห่งรูปแบบทั่วไปของโครงสร้างแห่งคณะกรรมการตลอดจนการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ
3. จะต้องมิตัวแทนขององค์การที่ให้ความอุปถัมภ์ร่วมทำความเข้าใจและให้ฉันทานุมัติแผนการนั้น ๆ
4. จะต้องพยายามทำให้เกิดทัศนคติที่เห็นดีเห็นงามกับกิจกรรมที่คณะกรรมการได้ดำเนินการไป
5. จะต้องมีการชักชวนท้องถิ่นมาร่วมอย่างจริงจัง
6. จะต้องจัดให้มีการประชุมพิเศษเป็นพิเศษขึ้น เพื่อทำความเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนความรับผิดชอบอย่างลึกซึ้ง
7. จะต้องมีการชี้แจงเรื่องความต้องการและความสนใจของประชาชน แล้วนำเอาข้อมูลต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาพร้อมกับทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่
8. เมื่อวางแผนการเสร็จสิ้นแล้ว จะต้องเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อที่จะได้นำไปปฏิบัติต่อไป

2.4.5 องค์ประกอบของโครงการ

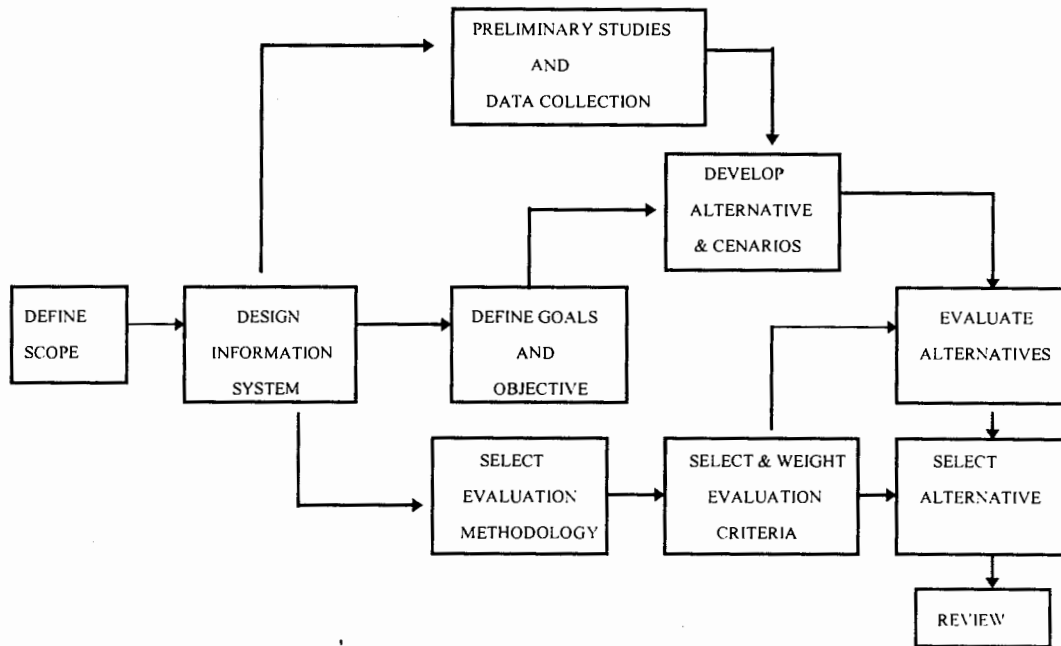
จากที่ได้กล่าวไว้แล้วในตอนต้นถึงความสำคัญของการจัดทำโครงการจะเห็นได้ว่าโครงการที่จะทำขึ้นนั้นจะเป็นสิ่งที่ใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและการบริหารงานโดยตรงทั้งในแง่ของการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร ดังนั้นโครงการที่ดีต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ คือ (28)

1. ความสำคัญและที่มาของโครงการ
2. วัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ
3. ขอบเขตของโครงการ
4. วิธีดำเนินงานตามโครงการ
5. ความสัมพันธ์กับโครงการอื่น
6. ขั้นตอนการดำเนินงาน
7. ทรัพยากรที่ต้องใช้ในโครงการ
8. งบประมาณของโครงการ

2.4.6 แนวทางในการวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดิน

Sweigard, R.J. and R.V. Ramani (32) ได้กล่าวถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดินและการวางแผน โดยจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนด

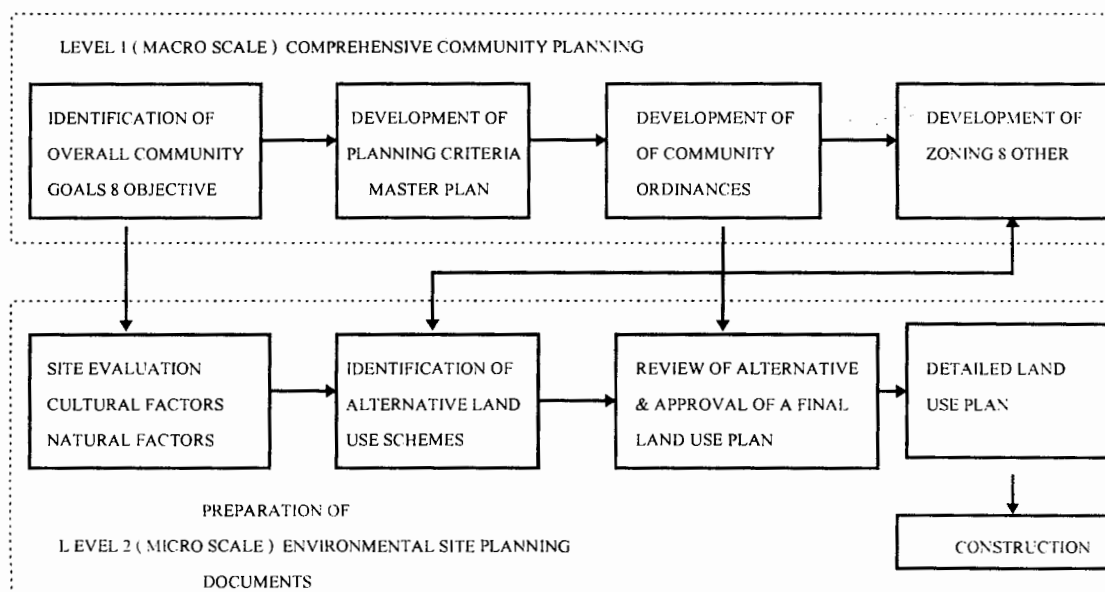
แนวทางเลือกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวางแผนผังแสดงดังแบบจำลองในภาพที่ 2-4
แสดง Land Use Planning Model



ภาพที่ 2 - 4 แสดง Land Use Planning model

ที่มา : Sweigard, R.J. and R.V. Ramani , 1983

นอกจากนี้ยังแบ่งการวางแผน ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันใน 2 ระดับ ดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2 - 5 แสดง Macro - and Micro - Level Land Use Planning

ที่มา : Sweigard, R.J. and R.V. Ramani , 1983

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ จอร์จ ฮิวส์ (33) ได้เสนอไว้ในผลงานวิจัยเรื่อง The cultural construction of sustainable tourism พบว่า การกำหนดโครงการและแผนปฏิบัติการอย่างเป็นระบบต้องเริ่มจากรัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการ มีการชี้แนะแนวทาง มีการจัดตั้งกลุ่มและกรรมการเฉพาะกิจ ระยะแรกจะดำเนินการเป็นโครงการนำร่อง เพื่อแสวงหาความเหมาะสมก่อนลงมือทำอย่างจริงจัง สิ่งที่ขาดไม่ได้ คือ รัฐบาลต้องมีงบประมาณสนับสนุน

มิคาเอล เค. เฮย์วูด (34) ได้ทำการศึกษาไว้ในเรื่อง Responsible and responsive tourism planning in community พบว่ากระบวนการที่กำหนดเป็นขั้นตอนต่าง ๆ นั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งอยู่ที่การคำนึงถึงความต่อเนื่องสม่ำเสมอของการกระทำกิจกรรมหรือโครงการใด ๆ จะประสบผลสำเร็จสมบูรณ์ได้ ต้องสร้างความผูกพันเพื่อป้องกันการต่อเนื่อง (continuity)

สมาคมนักวิชาชีพไทยญี่ปุ่น (35) ทำการวิจัยเรื่อง นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่เลือกมาท่องเที่ยวไทย เพราะ ระดับรายได้ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและโครงสร้างประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมในการใช้ชีวิต การปรับตัวสู่ความเป็นสากล นวัตกรรมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (36) ได้ทำการวิจัยพฤติกรรมกรท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงจะท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มรายได้ต่ำ และผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลท่องเที่ยวมากกว่าผู้อยู่นอกเขตเทศบาล เมื่อบุคคลมีฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้นเป็นเจ้าของยานพาหนะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถยนต์มากขึ้น ความต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจจะเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มความหลากหลายในลักษณะการท่องเที่ยวขึ้นด้วย เช่น ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การกีฬา ท่องเที่ยวทางน้ำ เป็นต้น และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของชาวไทยในปัจจุบันมีความหลากหลายและแตกต่างค่อนข้างมาก ขึ้นอยู่กับกลุ่มคนและเศรษฐกิจ กลุ่มคนที่อยู่ในเมืองมักมีความต้องการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ และพบว่าการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง เป็นเกณฑ์สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ

นุชนารถ ว่องวัชรชัย (37) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว พบว่า มีปัจจัย คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางการเมือง สื่อมวลชน เวลา สภาพแวดล้อมและสุขภาพของผู้อุปโภค ปัจจัยทางเทคโนโลยี

อำนาจ เทียมกิริกุล (38) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับหลักการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย พบว่าองค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยวไทยเติบโต เพราะองค์ประกอบหลายประการ ที่สำคัญ คือ การร่วมมือร่วมใจของภาครัฐและเอกชน การพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. ประเทศไทยมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งสิ่งที่เป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศไทย
3. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
4. ความพร้อมของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน
5. ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทยที่มีต่อนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 25 เดินทางมาโดยคำแนะนำของเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 20 เดินทางมาโดยอาศัยประสบการณ์ของตัวเอง นักท่องเที่ยวเอง ร้อยละ 15 เดินทางมาเนื่องจากเป็นจุดเดินทางผ่านจึงได้แวะเที่ยว ร้อยละ 12 เดินทางมาโดยข้อมูลของบริษัทนำเที่ยว หรือหน่วยงานการท่องเที่ยว ร้อยละ 10 เดินทางมาโดยได้อ่านบทความในสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 8 เดินทางมาโดยคู่มือโฆษณา

เทียนชัย ให้ศิริกุล (39) พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นนั้นมีบทบาทในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่น จากการศึกษาบทบาทของประชาชนท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์และส่งเสริมสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม ภูมิศึกษา ปราสาทหินพนมรุ้ง และปราสาทภูสวนแดง จังหวัดบุรีรัมย์

มารุต ปัสโชตะสิงห์ (40) จากการศึกษาผลการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติการปลูกป่าระหว่างหน่วยงานประเภทต่าง ๆ ภูมิศึกษา โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระ

พระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ ปีที่ 50 พบว่าผลการปฏิบัติการปลูกป่าระหว่างหน่วยงานทั้งสามกลุ่ม ได้แก่ องค์การรัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการฯ ได้แก่

1. ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน
2. ปัจจัยด้านงบประมาณ
3. ปัจจัยการสนับสนุนจากบุคคลภายนอกโครงการฯ

ธรรมนูญ พงษ์ศรีกูรและคณะ (41) ศึกษาเพื่อสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - 2539) พบว่า ต้องส่งเสริมให้ประชาชนและธุรกิจการท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์และมีส่วนร่วมในการพัฒนาจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ (42) พบว่า การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงานถ้าขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน มีแต่การดำเนินงานของบุคคลภายนอก ประชาชนก็จะไม่ทราบว่าได้ผลดีหรือรับประโยชน์อย่างไร ก็จะไม่สามารถมองเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำ

สุพรรณิ ไชยอำพร (43) ได้สรุปไว้ว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (genuine participation) ได้แก่การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ถ้าหากไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจไม่ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

กรรณิกา ชมดี (44) สรุปรูปแบบการมีส่วนร่วมคือ ลักษณะเกี่ยวข้องที่สามารถกระทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่ร่วมกันอย่างแท้จริงและไม่แท้จริง คือร่วมศึกษาสาเหตุของปัญหาและความต้องการของกลุ่ม ร่วมคิดและตัดสินใจสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม กำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรม การบริหารงาน ใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดอย่างคุ้มค่า ลงทุนหรือเสียสละ ปฏิบัติ ติดตามประเมินผลงานและรักษากิจกรรมให้คงอยู่ยาวนาน และร่วมรับผลประโยชน์

LORD Cultural Resource Planning Management Inc. (45) เสนอไว้ในเอกสาร The Cultural Tourism Handbook ว่า การทำให้การท่องเที่ยวกับวัฒนธรรมสามารถทำงานร่วมกันเพื่อ

สร้างสรรค์ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เป็นการวางแผนแก้ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวในสังคมที่มีความกังวลว่าการท่องเที่ยวจะสร้างผลกระทบเชิงลบแก่คุณภาพชีวิตหรือวัฒนธรรม

สุรินทร์ คล้ายจินดา (46) พบว่าปัญหาและอุปสรรคการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากการที่กระบวนการมีความแตกต่างกันหลายระดับ และมีความไม่แน่นอนของปัจจัย ประกอบกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบแท้จริงและรูปแบบไม่แท้จริง พบอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดจากการบริหารที่ขาดประสิทธิภาพขององค์กรรัฐ และการจัดการผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม

นวล สารสอน (47) จากการศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคมเศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก พบว่าสภาพแวดล้อม ภูมิศาสตร์ ที่ตั้งชุมชน เส้นทางคมนาคม และลักษณะของอาชีพ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดน้ำ

ภิรมย์ บุญรอดพาพิช (48) ศึกษาผลกระทบของปัญหาอาชญากรรมต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยด้วยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นหลักถึงร้อยละ 81.6 และสาเหตุที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวถือเอาความปลอดภัยเป็นเหตุผลหลักในการเลือกเข้ามาท่องเที่ยว ร้อยละ 44.8

จุมพล สวัสดิยากร (49) ได้เสนอไว้ในผลการวิจัยทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่าปัญหา อุปสรรค คือ การขาดความประสานงานร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานรัฐ และรัฐยังขาดองค์กรด้านการประสานงานเกี่ยวกับการแก้ปัญหา

ปฐิติ อาคมานนท์ มอนซอนและคณะ (50) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าต่อสภาวะแวดล้อมและประชาชนท้องถิ่น เสนอแนะว่า ควรให้ความเอาใจใส่ต่อการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

จิตติมา สุขพลิน (51) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะเกิดผลดีของความพยายามที่แก้ปัญหาที่เกิดกับปัจจัยวัฒนธรรมได้ โดยการดำเนินการต้องรอบคอบและใช้ควบคู่กับหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และแนวทางที่เหมาะสม สำหรับการทำเป็นงานการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์อยู่ในช่วงต้องขยายแนวคิดให้กับสังคมได้ทราบ เพราะในแง่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็น
 สารที่มีความซับซ้อนต้องอธิบายขยายความและยังต้องมีความถี่ในการนำเสนอสูง

จินดารักษ์ แสงกาญจน์วนิช (52) ได้ศึกษาขีดความสามารถทางสังคมของวัดพระศรี
 รัตนศาสดาราม กล่าวว่า ระดับความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันอยู่ในระดับ 24.30 ตาราง
 เมตรต่อคน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นระหว่าง 14 - 26
 ตารางเมตรต่อคน เฉลี่ย 18.361 ตารางเมตรต่อคน

สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (53) ได้ศึกษาแผนหลัก
 พัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดระยอง จันทบุรี ตราด โดยศึกษาขีดความสามารถของชายหาดเกาะ
 เสม็ดในการรองรับการท่องเที่ยว คำนวณจากพื้นที่หาดซึ่งประกอบกิจกรรมได้ต่ออัตราการใช้พื้นที่
 ชายหาดของนักท่องเที่ยว 1 คน พบว่า ชายหาดทรายแก้วมีอัตราตั้งแต่ 5-15 ตารางเมตรต่อคน
 รับนักท่องเที่ยวได้ 1,600-4,800 คน และชายหาดอ่าววงเดือนมีอัตราตั้งแต่ 10-30 ตารางเมตรต่อ
 คน รับนักท่องเที่ยว ได้ 330-1,000 คน

สิทธิรัตน์ ปาจิณบุรารักษ์ (54) ได้วิจัยเรื่องขีดความสามารถทางสังคมสำหรับการ
 ท่องเที่ยวชายหาดชะอำ พบว่า นักท่องเที่ยวพอใจระดับความหนาแน่นระหว่าง 6-23 ตารางเมตร
 ต่อคน โดยมีความพอใจต่อระดับความหนาแน่นเฉลี่ย 18.40 ตารางเมตรต่อคน

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (55) ทำการศึกษาเรื่องการ
 ศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย พบว่า
 ชายหาดเกาะสมุยสามารถรองรับนักท่องเที่ยวไม่เกิน 200 คนต่อไร่ หรือสูงสุดไม่เกิน 400 คนต่อ
 ไร่ช่วงเวลาหนึ่ง หรือ 268 คนต่อไร่ต่อวัน

นันทิวา เกิดชื่น (56) ได้วิจัยเกี่ยวกับ ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่ง
 ท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

ใหญ่มีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่น หรือมีขีดความสามารถทางสังคมบริเวณชายหาดเกาะเสม็ด ระหว่าง 11-25 ตารางเมตรต่อคน เฉลี่ย 18.50 ตารางเมตรต่อคน

World Tourism Organization (57) วิเคราะห์ขีดจำกัด โดยวัดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกิจกรรม เช่น กิจกรรมการพักผ่อนแบบชมป่า ลำสัตว์ ความหนาแน่นน้อยกว่า 5 คนต่อตารางเมตร กิจกรรมการพักผ่อนแบบปิกนิก ตั้งแคมป์ มีความหนาแน่นประมาณ 5-50 คนต่อตารางเมตร และกิจกรรมการซื้อของที่ระลึกหรือการชมสถานที่สำคัญตามแหล่งท่องเที่ยวในเมือง มีความหนาแน่นสูงถึง 5,000 คนต่อ 10,000 ตารางเมตร เฉลี่ย 1 คน ต่อ 2 ตารางเมตร

จากงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จะประสบผลสำเร็จได้ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการ และกิจกรรมหรือโครงการใด ๆ จะประสบผลสำเร็จสมบูรณ์ได้ต้องมีการยอมรับในการพัฒนาจากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง มีการประสานความร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งองค์กรภาครัฐและตัวแทนจากกลุ่มประชาชนในท้องถิ่น มีงบประมาณที่เหมาะสม ที่กล่าวมานี้จะนำไปประกอบการกำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนต่อไป

2.6 ตลาดน้ำตลิ่งชันและเขตตลิ่งชัน

2.6.1 ตลาดน้ำ

2.6.1.1 ความหมายของตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ เป็นกิจกรรมทางน้ำอันมีวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นที่น่าสนใจ แสดงออกถึงวิถีชีวิตของการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปท่องเที่ยว และศึกษาประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ของท้องถิ่น ทำให้สร้างรายได้กับชุมชนในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันและบริเวณใกล้เคียงในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นตลาดน้ำตลิ่งชันยังเป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมทางด้านตลาด

โดยทั่ว ๆ ตลาดเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้า แต่ตามหลักวิชาการตลาดยังมีความหมายอีกมากมายดังนี้ (6)

ตามความหมายของสามัญชนทั่วไป ตลาด หมายถึงสถานที่ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายใช้เป็นที่พักปะเพื่อทำการเจรจาตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กัน

ตามความหมายของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึงผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อ ที่ทำการซื้อขาย แลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์กัน

ตามความหมายของนักการตลาด โดยสุปัญญา ไชยชาญ (58) กล่าวว่า คือกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้มีศักยภาพที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เท่านั้น

นอกจากนั้น เชาวน์ โธณแสง (59) ได้ให้ความหมายของตลาดไว้ว่าเป็นสถานที่ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะกันเพื่อทำธุรกิจหรือที่ซึ่งมีสินค้าและบริการเสนอ และในทางเศรษฐศาสตร์ คือ ความเกี่ยวข้องของผู้ซื้อและผู้ขายทั้งสิ้น ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ในทางการตลาด คือ กลุ่มบุคคลและองค์การผู้มีอำนาจซื้อสินค้าหรือบริการที่มีความต้องการและมีอำนาจในการซื้อ จะเห็นได้ว่าตลาดมีความหมายหลายลักษณะ แต่ในกรณีนี้จะศึกษาตลาดที่มีความหมายเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะกันเพื่อทำการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน อาทิเช่น สถานที่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นต้น

ส่วนคำว่า ตลาดน้ำ เกียรติ จิระกุล (6) กล่าวว่า เป็นสถานที่สำหรับประกอบกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจคล้ายกับตลาดทั่วไป เพียงแต่ตลาดน้ำจะกระทำบนเรือที่ลอยอยู่เหนือน้ำตามลำคลองต่าง ๆ และกล่าวว่าในอดีตกรุงเทพมหานครได้ขนานนามว่าเป็นเวนิสแห่งตะวันออก เพราะการค้าขายต่าง ๆ จะเกิดขึ้นตามแม่น้ำลำคลอง ดังนั้นคลองจึงเป็นที่มาที่ทำให้เกิดเป็นตลาดน้ำขึ้น

นวล สารสอน (47) กล่าวว่า “ ตลาด “ ไม่ว่าจะเป็นตลาดน้ำหรือตลาดบกสามารถกล่าวได้ว่ามีบทบาทในฐานะเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะว่าจะเป็นที่ที่ประชาชนทุกเหล่าอาชีพไปแลกเปลี่ยนหรือเลือกซื้อสินค้าที่ตนไม่มี และผู้ที่นำสินค้าไปขายก็จะไปในที่ซึ่งง่ายต่อการติดต่อกับคนหมู่มากในชุมชนนั้น ๆ ฉะนั้น ขนาดของตลาด

จึงขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนด้วย นอกจากตลาดที่เป็นตลาดนัดกันในช่วงโอกาส ซึ่งมักจะจัดกันตามที่เป็นเส้นทางผ่านของหลายชุมชน ตลาดนัดทางน้ำในสมัยก่อนจะเป็นที่นัดหมายสำหรับคนที่มียาผลผลิตที่เกี่ยวกับการเกษตร การประมง และการหาของป่าซึ่งบุคคลในแต่ละถิ่นจะนำวัตถุสิ่งของที่ตนมีอยู่หรือหามาได้ไปแลกกับสิ่งที่ตนต้องการเพื่อการดำรงชีวิตเท่านั้น มิได้กระทำเพื่อผลกำไรทางการค้า เช่นในปัจจุบันนี้

2.6.1.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดน้ำ

ปัจจัยที่เห็นว่ามีผลต่อการค้าทางน้ำหรือตลาดน้ำนั้น นวล สารสอน (47) ได้กล่าวไว้มี 4 ปัจจัย คือ

1. สภาพแวดล้อม ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่ลุ่มมีแม่น้ำลำคลองทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และการขุดโดยแรงของมนุษย์ทำให้น้ำไหลเวียนตลอดทั้งปี ก็จะเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดรูปแบบการเป็นอยู่ของประชาชนที่ตั้งบ้านเรือนในบริเวณนั้นมาก
2. ที่ตั้งชุมชน มีชุมชนที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกันมากพอสมควรต่อการแลกเปลี่ยน สินค้ากัน หรือถ้าตั้งอยู่ในจุดผ่านของชุมชนอื่นๆ ก็จะมีส่วนต่อการขยายตัวของตลาดน้ำนั้นได้มากขึ้น ฉะนั้นจะเห็นว่าขนาดของตลาดน้ำจะมีความแตกต่างกันออกไปตามขนาดของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำนั้นๆ
3. เส้นทางคมนาคม ตลาดน้ำจะเกิดขึ้นได้ก็หมายความว่าที่นั้นมีการเดินทางไปมาของประชาชนโดยอาศัยทางน้ำเป็นหลัก หรือที่เป็นวิถีชีวิตแบบชาวน้ำที่กิจกรรมของสมาชิกในสังคมต้องพึ่งพาอาศัยตามแม่น้ำลำคลองต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทางด้านการเดินทางก็จะมีเรือชนิดต่างๆ เป็นพาหนะช่วยให้ได้รับความสะดวกสบายต่อการเป็นอยู่และการประกอบอาชีพ
4. ลักษณะของอาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง เนื่องจากถ้ามีการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชาวเกษตรกรที่มีการเพาะปลูกพืชที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อการเป็นอยู่จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากันขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือไม่สามารถผลิตได้ในท้องถิ่น

2.6.2 ความเป็นมาของตลาดน้ำตลิ่งชัน

เมื่อพูดถึงตลาดน้ำส่วนใหญ่จะนึกถึงแต่ตลาดน้ำวัดไทรและตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพราะว่าตลาดน้ำทั้งสองแห่งนี้เป็นที่รู้จักมักคุ้นของคนไทยเรากันเป็นอย่างดี ตลอดจนเป็นที่สนใจของบรรดานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแล้ว มักจะไม่ละโอกาสที่จะไปแวะชม และจับจ่ายหาซื้อพืชผัก และผลไม้สดหลากหลายชนิด ที่ตลาดน้ำทั้งสองแห่งนี้นั่น ซึ่งเป็นสถานที่หาชมกันได้ยากในประเทศของเขา ดังนั้นจึงนับได้ว่า ตลาดน้ำทั้งสองแห่งนี้

เป็นสิ่งที่เชิดชูหน้าตาของประเทศไทยเรามาจนนับหลายสิบปี

ในเอกสารเผยแพร่ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน (60) กล่าวถึงตลาดน้ำไว้ว่า ตลาดน้ำได้แพร่หลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วทั้งทวีป พ.ศ. 2500 โดยตลาดน้ำตลาดแรกที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมอยู่ในย่านอำเภอตลิ่งชันและอีกแห่งหนึ่งอยู่ในย่านคลองบางแกว ธนบุรี แต่เมื่อย่านตลิ่งชันและบางแกวได้รับการพัฒนา คือ มีการสร้างตลาดสดและอาคารพาณิชย์เกิดขึ้นแม่ค้าเร่เร่ในย่านนี้ก็พากันขึ้นมายาขายของบนบกกันหมด จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวได้แสวงหาตลาดน้ำใหม่ที่คลองสามแยกหน้าวัดไทร ธนบุรี ซึ่งมีความเหมาะสมเพราะมีระยะใกล้ สะดวกต่อการเดินทางและสองฝั่งคลองก็จะมีอาคารบ้านเรือนของชาวบ้านปลูกชิดติดกัน ทำขนาบระเบียงให้เดินติดต่อกันไปโดยตลอดเลียบบสองฝั่งคลอง แต่ปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรก็ดังเช่นย่านตลิ่งชันและบางแกวเมื่อมีการพัฒนาจัดสร้างเป็นตลาดสดตลอดจนถนนหนทางกลายเป็นการสัญจรสำคัญ ขวดยานสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นเหตุให้แม่ค้าเร่เร่ซึ่งขายของตามแม่น้ำลำคลองจึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเอง เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของสมัย จึงต่างก็ไปเช่าแผงลอยในตลาดสดที่ลานวัดไทรกันหมดประกอบกับได้มี โรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากจึงทำให้ตลาดน้ำวัดไทรสิ้นสภาพไปโดยปริยาย

ต่อมาเมื่อมีการกล่าวขวัญจากชาวกรุงเทพมหานครมากที่สุด เมื่อพลตรีจำลอง ศรีเมือง ท่านผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในขณะนั้นได้ไปดูงานที่ประเทศเยอรมนีและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้ลงข่าวทำนองดำเนินเกี่ยวกับตลาดน้ำวัดไทรว่าเป็นตลาดน้ำที่ไม่แท้จริงและตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งยังคงเป็นตลาดน้ำจริง ๆ ก็ไกลเกินไป ทำให้บรรดานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่างก็ผิดหวังไปตาม ๆ กัน

พลตรีจำลอง ศรีเมือง จึงมีโครงการที่จะพัฒนาตลาดน้ำแห่งใหม่ให้สมบูรณ์แบบที่มีบรรยากาศและลักษณะชนบทแบบไทย ๆ ขึ้นที่เขตตลิ่งชัน นอกจากจะเป็นการกู้หน้าในเรื่องตลาดน้ำดังกล่าวแล้ว ยังจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยปี 2530 ในอีกรูปแบบหนึ่งด้วย ให้สมกับที่เคยเรียกกรุงเทพมหานครว่า “ เวนิชตะวันออก “ วิวัฒนาการของตลาดน้ำดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ชัดว่าตลาดน้ำที่เกิดขึ้นวันหนึ่งจะต้องมีการเปลี่ยนสภาพไปไม่อาจคงสภาพเป็นตลาดน้ำถาวรอยู่ได้เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและบ้านเมืองไม่เหมือนเดิม โดยเฉพาะการคมนาคมที่สะดวกขึ้น ธุรกิจที่รีบเร่ง เวลาที่รัดตัวเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยให้ตลาดน้ำเปลี่ยนแปลง ด้วยเหตุต่าง ๆ นี้จึงเป็นเหตุให้สำนักงานเขตตลิ่งชันได้กำหนดแนวทางที่จะทำให้เกิดตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ โดยทำการ

ประยุกต์เข้ากับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งจะทำการพัฒนาจากตลาดบกให้เป็นตลาดน้ำ เพราะถนนเป็นสิ่งที่สำคัญในปัจจุบัน โดยจะปรับปรุงพื้นที่บริเวณถนนและสวนจิตรมงคลหน้าสำนักงานเขตเป็นศูนย์ตลาดนัด เพื่อการเกษตรและจัดให้มีการประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ พืชผักสวนครัว พร้อมทั้งจัดให้มีนิทรรศการและการบรรยายทางวิชาการด้านการเกษตร ตลอดจนสำนักงานเขตได้จัดให้มีการขายเครื่องอุปโภค บริโภคและสิ่งของที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันเพื่อประโยชน์สำหรับประชาชนในท้องที่เขตตลิ่งชันและใกล้เคียงได้มาหาซื้อเป็นประจำ นอกจากนี้ยังจัดให้มีการท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อชมสภาพชีวิตสองฝั่งคลองและชื่นชมสวนกล้วยไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับเพื่อเป็นการดึงดูดชาวกรุงเทพมหานครได้เข้ามาซื้อหาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและรู้จักท้องที่เขตตลิ่งชันเป็นอย่างดี ส่วนบริเวณริมคลองชักพระหน้าสำนักงานเขตจะจัดทำโป๊ะแพเลียบ คลองชักพระถึงทางรถไฟเพื่อเป็นสถานี่ลงเรือท่องเที่ยวทางน้ำและเป็นศูนย์อาหารทางน้ำโดยผู้ค้าต้องใช้เรือเป็นร้านค้า เมื่อตลาดนัดเพื่อการเกษตรและของใช้ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเป็นที่นิยมของผู้ซื้อและผู้ขายเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากสถานที่ของผู้ค้าบนบกมีขีดจำกัดก็จะได้กลับไปสู่สภาพเดิม คือ ลงไปค้าขายในเรือสภาพตลาดน้ำก็จะเกิดขึ้น

วัตถุประสงค์ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันที่สำนักงานเขตตลิ่งชันกำหนดไว้ในขณะนั้น คือ

1. เพื่อให้เกิดตลาดน้ำขึ้นในกรุงเทพมหานครดังที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เผยแพร่ไปตามประเทศต่าง ๆ
2. เพื่อเป็นการรื้อฟื้นการท่องเที่ยวไทยและเฉลิมฉลองเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ
3. เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาจำกัดสามารถได้ชื่นชมกับตลาดได้โดยไม่จำเป็นต้องเสียเวลาเดินทางไปตลาดน้ำดำเนินสะดวก
4. เพื่อให้ผู้ผลิตพบผู้บริโภคโดยตรง
5. เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกษตรกรในเขตตลิ่งชันได้ตื่นตัวในการนำผลผลิตออกมาจำหน่ายโดยตรงและเป็นการเพิ่มรายได้และอาชีพให้กับชาวตลิ่งชัน
6. เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและตลาดกลางแห่งใหม่ของเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อให้ชาวกรุงเทพมหานครได้สัมผัสและชื่นชมกับบรรยากาศตลาดน้ำอีกครั้งหนึ่ง

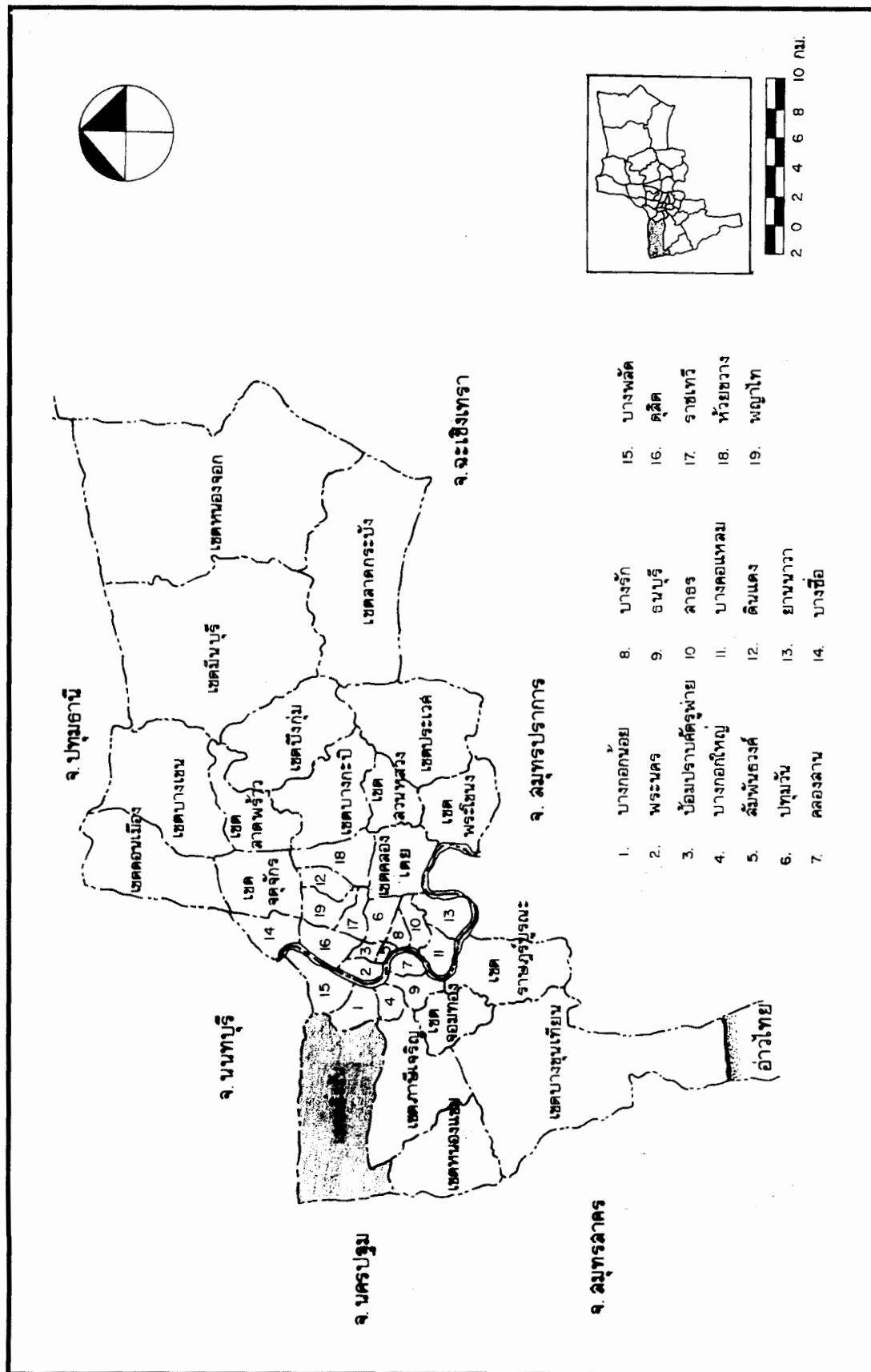
2.6.3 ข้อมูลพื้นฐานเขตคลังชั้น

2.6.3.1 ที่ตั้ง

เขตคลังชั้นจัดเป็นเขตชั้นนอก (ชานเมือง) ของกรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของกรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ประมาณ 79.685 ตาราง กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 5.08 ของพื้นที่กรุงเทพมหานครดังภาพที่ 2-6 แสดงขอบเขตของเขตคลังชั้น โดยมีขอบเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับเขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับเขตบางกอกน้อย
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับอำเภอสามพราน และกิ่งอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

แต่เดิมมาเขตคลังชั้นเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดธนบุรี ตั้งอยู่บริเวณเขตคลองบางกอกน้อย ตำบลบางบำหรุ ท้องที่อำเภอบางกอกน้อย ต่อมาได้ย้ายไปตั้งที่ปากคลองวัดไก่อเดียริมคลองบางกอกน้อย อำเภอคลังชั้น และในราวปี พ.ศ. 2457 ได้ย้ายที่ว่าการอำเภอดั้งอยู่ที่ริมทางรถไฟสายใต้ ตำบลคลองชักพระ เมื่อมีการปฏิรูปการปกครองในเขตนครหลวง โดยการรวมเอาจังหวัดพระนครกับจังหวัดธนบุรี ซึ่งเป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาคเป็น “ จังหวัดนครหลวงกรุงเทพธนบุรี ” และรวมเอาองค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดธนบุรีซึ่งเป็นราชการส่วนท้องถิ่น เป็น “ องค์การบริหารนครหลวงกรุงเทพธนบุรี ” ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 24 พ.ศ. 2514 นอกจากนั้นยังรวมเอาเทศบาลนครกรุงเทพกับเทศบาลนครธนบุรี ซึ่งเป็นราชการส่วนท้องถิ่นเป็นเทศบาลนครหลวง ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานครใหม่ กำหนดให้กรุงเทพมหานครเป็นทบวงการเมือง มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่นนครหลวงเพียงองค์การเดียว อำเภอคลังชั้นจึงเป็นอำเภอหนึ่งของกรุงเทพมหานคร และต่อมาได้มีการเปลี่ยนเป็นเขตจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 2-6 แสดงขอบเขตของเขตที่ตั้ง

2.6.3.2 สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของเขตดงชั้นเป็นเขตที่มีสภาพพื้นที่คล้ายเกาะ (61) คือล้อมรอบด้วยคลองทั้ง 4 ด้าน

ทิศเหนือ	คลองมหาสวัสดิ์
ทิศตะวันออก	คลองชักพระ และคลองบางกอกน้อย
ทิศตะวันตก	คลองทวีวัฒนา
ทิศใต้	คลองบางเชือกหนัง

นอกจากคลองใหญ่ทั้ง 4 ด้านที่เป็นคลองหลักแล้ว พื้นที่ภายในยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อยอีกถึง 48 คลอง ทั้งที่เป็นคูคลองโดยธรรมชาติ และคูคลองที่ขุดขึ้นมาเพื่อการชลประทาน การเกษตรกรรม และเพื่อการคมนาคม ซึ่งทำให้เป็นเขตที่มีโครงข่ายเส้นทางคมนาคมทางน้ำหนาแน่นมาตั้งแต่อดีต การคมนาคมส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นพาหนะ รวมทั้งบ้านเรือนของประชาชนและวัดต่างๆ ก็จะตั้งอยู่ริมคลอง ฉะนั้นริมคลองต่างๆ จึงเต็มไปด้วยสวนนานาชนิด ทั้งสวนไม้ยืนต้น สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก

เนื่องจากเขตดงชั้นมีคลองล้อมรอบ ประกอบกับเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม คลองต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยงถึงกัน ดังนั้นเมื่อฤดูน้ำจึงทำให้มักจะประสบปัญหาสภาวะน้ำท่วมเป็นประจำทุกปี

2.6.3.3 การคมนาคม

การเดินทางเข้าถึงเขตดงชั้นและตลาดน้ำดงชั้นสามารถเดินทางได้ถึง 3 ทาง คือ

- ทางรถยนต์ จากถนนจรัญสนิทวงศ์เข้าสู่แยกทางบางขุนนนท์. จากถนนบรมราชชนนี, จากถนนจรัญสนิทวงศ์เข้าทางวัดแก้ว, จากถนนเพชรเกษมเข้าทางถนนพุทธมณฑลสาย 2

- ทางเรือ จากท่าพระจันทร์ โดยเรือหางยาว
- ทางรถไฟจากสถานีรถไฟธนบุรีถึงสถานีรถไฟบางระมาด หน้าที่ว่าการเขตดงชั้น ประมาณ 3.50 กิโลเมตร

การคมนาคมส่วนใหญ่จะใช้เรือเป็นพาหนะ เนื่องจากการใช้ประโยชน์ของคลองมาตั้งแต่อดีต ประกอบกับบ้านเรือนของประชาชนและวัดต่าง ๆ ก็จะตั้งอยู่ริมน้ำ จึงทำให้การใช้เรือสะดวกแก่การเดินทางกว่าทางอื่น

2.6.3.4 การใช้ประโยชน์ที่ดิน

เขตดลิ่งชั้นเป็นเขตที่มีพื้นที่เกษตรกรรมอยู่อย่างหนาแน่นกว่าเขตอื่น ๆ ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตดลิ่งชั้นเป็นพื้นที่สีเขียวตามพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 (พ.ศ. 2535) กรมสถิติในพื้นที่ดินส่วนใหญ่เป็นของประชาชน เป็นของรัฐประมาณ 599.82 ไร่ ส่วนใหญ่ในเขตดลิ่งชั้นมีเอกสารสิทธิ์การถือครองที่ดินเป็นโฉนด

ที่ดินของรัฐประมาณ 1.2 % ได้แก่ สถาบันราชการ สาธารณูปโภค สวนสาธารณะ สนามกีฬา ที่พักผ่อนหย่อนใจ สถาบันการศึกษาและศาสนสถาน

ที่ดินของประชาชน 98.8 % ได้แก่พื้นที่ที่ใช้ในการประกอบอาชีพและที่อยู่อาศัยโดยส่วนมาก

2.6.3.5 ข้อมูลประชากร

เขตดลิ่งชั้นเป็นเขตหนึ่งใน 11 เขตชั้นนอก และยังไม่ถูกแบ่งเขตการปกครองออกไปจึงมีพื้นที่กว้างขวางถึง 79.685 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 8 แขวง คือ แขวงคลองชักพระ แขวงดลิ่งชั้น แขวงฉิมพลี แขวงบางระมาด แขวงบางพรหม แขวงบางเชือกหนัง แขวงทวีวัฒนาและแขวงศาลาธรรมสพน์ จากรายงานของสำนักงานเขตดลิ่งชั้น เมื่อเดือนสิงหาคม 2539 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 138,423 คน มีจำนวน 104 หมู่บ้าน และมีจำนวนครัวเรือน 47,083 ครัวเรือน ดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 แสดงจำนวนประชากรเขตดลิ่งชั้น

ลำดับที่	แขวง	พื้นที่ (ตร.กม.)	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนประชากร	จำนวนครอบครัว
1.	คลองชักพระ	1.251	-	11,233	4,524
2.	ดลิ่งชั้น	5.382	15	26,255	7,279
3.	ฉิมพลี	12.850	16	29,479	9,174
4.	บางพรหม	5.875	15	19,902	5,905
5.	บางระมาด	12.321	24	13,903	3,413
6.	บางเชือกหนัง	5.305	13	8,746	2,330
7.	ศาลาธรรมสพน์	18.065	13	17,605	10,197
8.	ทวีวัฒนา	18.636	8	11,300	4,261
	รวม	79.685	104	138,423	47,083

ที่มา : สำนักงานเขตดลิ่งชั้น เมื่อเดือนสิงหาคม 2539.

2.6.3.6 สภาพเศรษฐกิจ สังคม

เนื่องจากพื้นที่เขตดงชั้นยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพที่เก่าแก่ จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ประมาณ 80 % ประกอบอาชีพการเกษตร ได้แก่ ทำนา ทำสวน เช่น สวนผัก สวนผลไม้ สวนไม้ดอกต่าง ๆ เป็นอาชีพที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษดั้งเดิม ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของพื้นดินเป็นดินร่วนเหนียว และมีแม่น้ำลำคลองคอยหล่อเลี้ยงพืชผลให้เจริญเติบโต ได้ผลอุดมสมบูรณ์ สามารถขนส่งไป จำหน่ายได้ทั้งทางน้ำและทางบกไปยังปากคลองตลาดและตลาดนัดย่านพลโยธินได้ นอกจากนี้อาชีพเกษตรกรรมแล้วยังมีอาชีพรองลงมา ได้แก่ ค้าขาย รับจ้างทั่วไป รับราชการ และอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นชุมชนที่เข้ามาอยู่ใหม่

เขตดงชั้นแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 8 แขวง 104 หมู่บ้าน มีกำนัน 7 คน ผู้ใหญ่บ้าน 104 คน แพทย์ประจำตำบล 7 คน สารวัตรกำนัน 14 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน 208 คน รวมทั้งหมด 340 คน ดังตารางที่ 2-2 แสดงจำนวนหมู่บ้าน และจำนวนเจ้าหน้าที่ในเขตดงชั้น ปี พ.ศ. 2539 จำแนกเป็นรายแขวง

ตารางที่ 2-2 แสดงจำนวนหมู่บ้าน และจำนวนเจ้าหน้าที่ในเขตดงชั้น ปี พ.ศ. 2539
จำแนกเป็นรายแขวง

แขวง	จำนวนหมู่บ้าน	กำนัน	ผู้ใหญ่บ้าน	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	แพทย์ประจำตำบล	สารวัตรกำนัน
1. คลองชักพระ	เขตเทศบาล	-	-	-	-	-
2. ดงชั้น	15	1	15	30	1	2
3. จิมพลี	16	1	16	32	1	2
4. บางพรหม	15	1	15	30	1	2
5. บางระมาด	24	1	24	48	1	2
6. บางเชือกหนัง	13	1	13	26	1	2
7. ศาลาธรรมสพน์	13	1	13	26	1	2
8. ทวีวัฒนา	8	1	8	16	1	2
รวม	104	7	104	208	7	14

ที่มา : งานปกครอง สำนักงานเขตดงชั้น พ.ศ. 2539.

2.6.3.7 สาธารณูปโภค สาธารณูปการ

1. น้ำประปา มีอยู่ตามท้องที่ที่ติดถนนและบริเวณชุมชนหนาแน่น แต่ไม่ทั่วทุกหมู่บ้าน เนื่องจากเขตตลิ่งชันมีลำคลองสายต่าง ๆ ไหลผ่านเชื่อมโยงอยู่หลายสาย ประชาชนส่วนใหญ่จึงใช้น้ำจากลำคลองเพื่อการอุปโภคบริโภค

2. ไฟฟ้า ปัจจุบันมีใช้แล้วแต่ไม่ครบทุกหมู่บ้าน เนื่องจากบ้านเรือนตั้งอยู่ห่างกัน ลักษณะชุมชนอยู่กระจัดกระจายตามริมคลอง ซึ่งเป็นลักษณะชุมชนดั้งเดิม ไฟฟ้าตามถนนมีติดบ้างแล้ว แต่เป็นส่วนน้อย กระแสไฟฟ้าได้รับจากโรงไฟฟ้าของรัฐบาล

3. โทรศัพท์ มีใช้บ้างแล้วบริเวณที่อยู่ใกล้ชุมชนหรือใกล้เมือง ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การติดต่อสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ที่มีแล้ว คือ บริเวณแขวงคลองชักพระ

4. ไปรษณีย์ แต่เดิมการสื่อสารทางไปรษณีย์ จะใช้ทางน้ำเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันมีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขตลิ่งชันเป็นของตนเอง ตั้งอยู่ริมทางหลวงพิเศษหมายเลข 338 บางกอกน้อย - นครชัยศรี ตอนที่ 1 แขวงนิมพลี

2.6.3.8 บริการสาธารณะ

1. การรักษาความปลอดภัย เขตตลิ่งชัน มีสถานีดำรวจทั้งสิ้น 3 สถานี คือ

- สถานีตำรวจนครบาลตลิ่งชัน ปัจจุบันมีสถานีดำรวจนครบาลตลิ่งชันตั้งอยู่ริมทางหลวงพิเศษหมายเลข 338 บางกอกน้อย - นครชัยศรี ตอนที่ 1 แขวงนิมพลี รับผิดชอบแขวงตลิ่งชัน แขวงนิมพลี แขวงบางระมาด แขวงคลองชักพระ

- สถานีตำรวจนครบาลบางเสาธง รับผิดชอบแขวงบางพรหม แขวงบาง เชือกหนัง แขวงคลองชักพระ บางส่วน

- สถานีตำรวจนครบาลศาลาแดง รับผิดชอบแขวงทวีวัฒนา

ส่วนสถานีดับเพลิงของเขตตลิ่งชันยังไม่มี อาศัยสถานีดับเพลิงบางขุนนนท์ เขตบางกอกน้อย ซึ่งอยู่ใกล้เคียง สถิติเพลิงไหม้รายใหญ่ ๆ ไม่ค่อยมี

การรักษาความปลอดภัยของชุมชน มีทั้งทางบกและทางน้ำ ทางบกมีสายตรวจทั้งกลางวันและกลางคืน ส่วนทางน้ำมีสายตรวจในตอนกลางวันเป็นครั้งคราว กลางคืนมีสายตรวจประจำ อุบัติเหตุที่เกิดส่วนมากเป็นทางเรือ คดีที่เกิดส่วนใหญ่เป็นคดีธรรมดา เช่น ลักเล็ก ขโมยน้อย เป็นต้น

2. การบริการเก็บขยะมูลฝอย มีพื้นที่ประมาณ 61.08 ตารางกิโลเมตร มีรถเก็บขนมูลฝอย จำนวน 30 คัน ประกอบด้วย

- รถเก็บขนมูลฝอยชนิดอัด	จำนวน 15 คัน
- รถเก็บมูลฝอยชนิดเปิดข้าง	จำนวน 1 คัน
- รถเก็บมูลฝอยคอนเทนเนอร์	จำนวน 2 คัน
- รถเก็บมูลฝอยเปิดข้างเล็ก	จำนวน 10 คัน

มีปริมาณเก็บได้วันละ 100 - 200 ตันต่อวัน ซึ่งในการจัดระบบการทำงานได้เก็บขยะวันละ 2 - 3 เที่ยวต่อคัน

นอกจากนั้นยังมีการบริการเก็บมูลฝอยทางน้ำโดยเรือ มีจำนวนเรือเก็บมูลฝอยทั้งสิ้น 6 ลำ เรือเก็บขยะมีถังขยะ 12 - 14 ใบต่อเรือหนึ่งลำ มีพนักงานเก็บ 3 คนต่อเรือหนึ่งลำ เวลาที่เก็บโดยเรือเก็บวันละ 2 เที่ยวต่อวัน มีที่เก็บ 7 จุด คือ คลองชักพระ คลองคลังชัน คลองบางระมาด คลองบ้านไทร คลองบางน้อย คลองบางพรหม คลองบางเชือกหนัง ปริมาณขยะโดยประมาณ 2,000 - 3,800 ลิตร/ลำ/วัน จำนวนขยะทั้งหมดจะถูกนำไปกำจัดที่โรงกำจัดขยะหนองแขมอีกต่อหนึ่ง

3. สถานศึกษา เขตคลังชันมีโรงเรียนรวมทั้งสิ้น 37 โรงเรียน กระจายอยู่ตามแขวงต่าง ๆ ทุกแขวง ได้แก่โรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา 7 โรงเรียน โรงเรียนสังกัดสำนักงานประถมศึกษาแห่งชาติ 2 โรงเรียน โรงเรียนราษฎร์ 7 โรงเรียน และโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร 21 โรงเรียน

4. ศาสนสถาน ประชาชนในเขตคลังชันส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ วัดยังคงเป็นศูนย์รวมสำคัญเพื่อใช้ประกอบพิธีทำบุญทางศาสนา เช่น ทำบุญตักบาตรในวันเข้าพรรษา-ออกพรรษา การทอดผ้าป่า ทอดกฐิน เป็นต้น

ส่วนใหญ่แล้ววัดต่าง ๆ จะตั้งอยู่ริมน้ำ ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิม เพราะอาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก และเนื่องจากชาวคลังชันส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จึงนิยมที่จะสร้างวัดขึ้นตามศรัทธา เขตคลังชันจึงมีวัดอยู่จำนวนมากถึง 32 วัด มีโบสถ์คริสต์ศาสนา 1 แห่ง และศาลเจ้า 1 แห่ง วัดที่สำคัญในเขตคลังชันที่เป็นพระอารามหลวง มีอยู่ 3 วัด คือ

1. วัดชัยพฤกษ์มาลา
2. วัดกาญจนสิงหาสน์ (วัดทอง)
3. วัดรัชฎาธิษฐาน (วัดเงิน)

5. การสาธารณสุข ประชาชนส่วนใหญ่เมื่อเกิดการเจ็บป่วย จะไปโรงพยาบาล และซื้อยาตามร้านขายยารับประทานเอง หรือรับบริการตามศูนย์สาธารณสุข ไปคลินิกบ้าง รักษาโดยใช้ยากกลางบ้านบ้าง ปัจจุบันในเขตดลิ่งชันไม่มีโรงพยาบาล แต่ใช้บริการโรงพยาบาลที่อยู่ในเขตบางกอกน้อย ซึ่งอยู่ใกล้เคียงกัน ในเขตดลิ่งชันมีแต่ศูนย์บริการสาธารณสุข 11 แห่ง

6. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากเขตดลิ่งชันมีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนอยู่แล้ว บริเวณที่หนาแน่น ได้แก่ แขวงคลองชักพระ สวนสาธารณะจึงค่อนข้างไม่มีความจำเป็น แต่ทางสำนักงานเขตดลิ่งชันก็ได้จัดบริเวณหน้าสำนักงานเขตติดทางรถไฟให้เป็นสวนสาธารณะสำหรับประชาชนนั่งเล่นพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้มีสวนสิงหามหาราชินี (หมู่ 13 แขวงดลิ่งชัน) เป็นต้น

โรงพยาบาล โรงแรม และสถานบันเทิงอื่น ๆ ยังไม่มี เมื่อมีภาพยนตร์ ชกมวย บ่อนไก่ จะใช้วิกชั่วคราวแทน

2.6.4 ความสอดคล้องของการใช้ประโยชน์ที่ดินตามข้อกำหนดผังเมือง

ในปัจจุบันนี้เขตดลิ่งชันมีการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 116 (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 (62) โดยแบ่งการเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน คือ เป็นพื้นที่อยู่อาศัย พื้นที่พาณิชยกรรม พื้นที่ชนบทและเกษตรกรรม และพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ดังภาพที่ 2-7 ซึ่งมีการจำแนกการใช้ที่ดินของเขตดลิ่งชันเป็น

1. พื้นที่สีเหลือง เป็นพื้นที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ได้แก่ พื้นที่ในแขวงคลองชักพระ มีเนื้อที่ทั้งหมด 234,600 ตารางเมตร มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่แล้วรวม 33,018.56 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 14 ของพื้นที่

2. พื้นที่สีแดง เป็นพื้นที่พาณิชยกรรม ได้แก่ พื้นที่ในแขวงดลิ่งชันบางส่วน มีพื้นที่ทั้งหมด 29,000 ตารางเมตร มีการใช้ประโยชน์แล้ว 1,619.61 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 5.58 ของพื้นที่

3. พื้นที่สีเขียว เป็นพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรม ได้แก่ พื้นที่ในแขวงดลิ่งชัน แขวงศาลาธรรมสพน์ และแขวงทวีวัฒนา มีพื้นที่ทั้งหมด 1,861,000 ตารางเมตร มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่แล้ว 440,709.76 ตารางเมตร คิดเป็น 23.7 ของพื้นที่

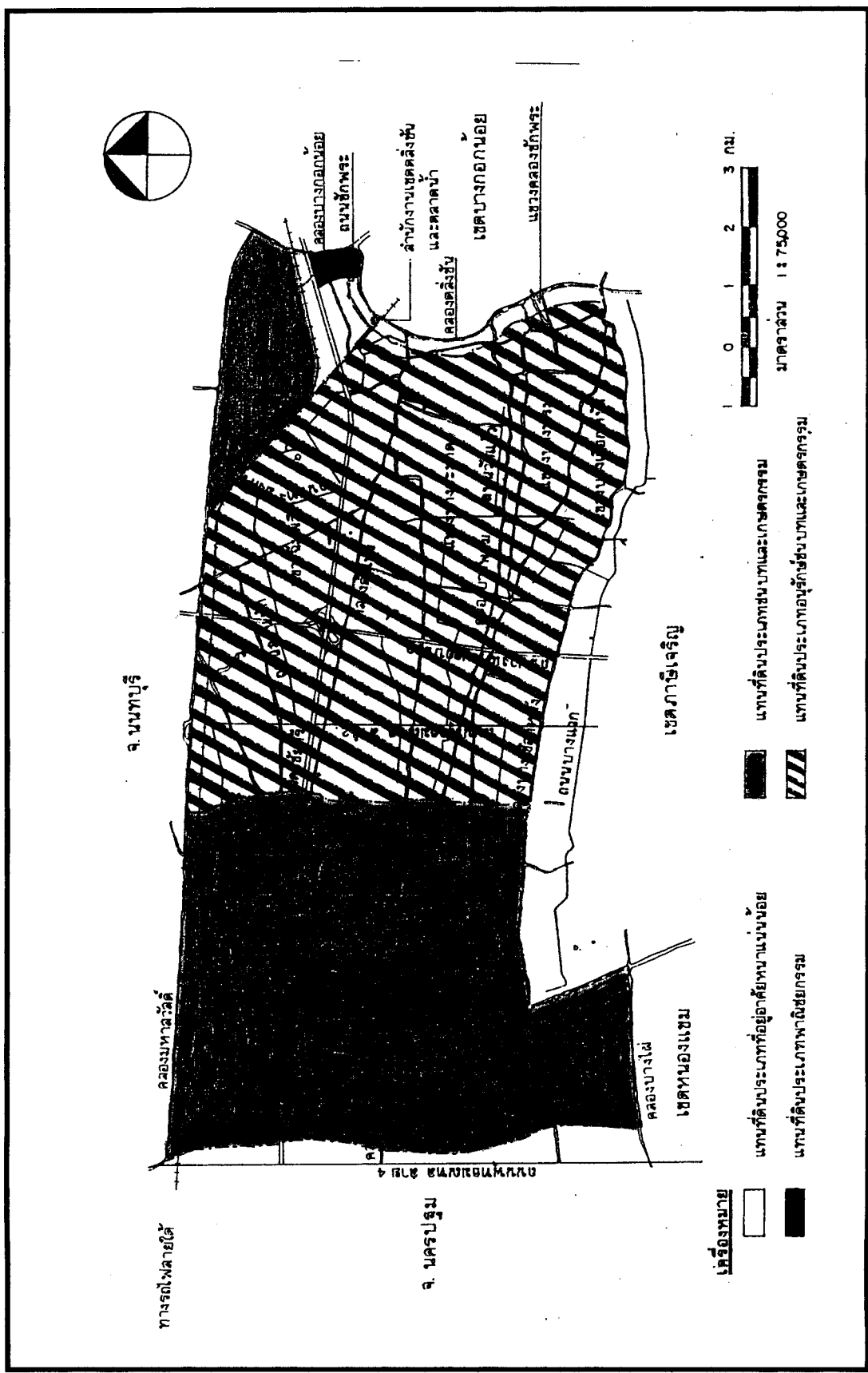
4. พื้นที่สีชาวมียกขอบ เป็นพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ได้แก่ พื้นที่แขวงฉิมพลี บางระมาด บางเข็กหนึ่ง และบางพรหม มีพื้นที่ทั้งหมด 3,918,500 ตารางเมตร มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่แล้ว 834,815.55 ตารางเมตร คิดเป็น 21.3 ของพื้นที่ รายละเอียดดังตารางที่

ตารางที่ 2-3 ตารางสรุปการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตคลังชั้นในปัจจุบัน

ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน	พื้นที่ทั้งหมดที่ประกอบกิจการตามพระราชบัญญัติผังเมือง (ตร.ม.)	พื้นที่ที่ได้ใช้ประโยชน์แล้วทั้งหมดในปัจจุบัน (ตร.ม.)	พื้นที่คงเหลือในปัจจุบัน (ตร.ม.)
ที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย	234,600.00	33,018.56	201,581.50
พาณิชยกรรม	29,000.00	1,619.61	27,380.39
ชนบทและเกษตรกรรม	1,861,000.00	440,709.76	1,420,290.24
อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม	3,918,500.00	834,815.55	3,083,684.45

ที่มา : กองควบคุมทางผังเมือง สำนักผังเมือง สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2540.

พระราชบัญญัติผังเมืองฉบับนี้เขตคลังชั้นเริ่มใช้ เมื่อ ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 116 (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2516 มีการกำหนดใช้เมื่อปี พ.ศ. 2535 ในปัจจุบันปี พ.ศ. 2540 ได้มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อประกอบอาชีพต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ดังตารางที่ 2-4 แสดงรายงานการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตคลังชั้น ปี พ.ศ. 2535 - 2537 และ ตารางที่ 2-5 แสดงรายงานการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตคลังชั้น ปี พ.ศ. 2537 - 2540



ภาพที่ 2 - 7 แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตลัดชั้นตามพระราชบัญญัติการผังเมือง

ตารางที่ 2-4 แสดงรายงานการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตคลังสินค้า ปี พ.ศ. 2535 - ปี พ.ศ. 2537

รหัส	ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน	บริเวณ หมายเลข	พื้นที่ บริเวณ (ตร.กม.)	พื้นที่เพื่อกิจการอื่น		พื้นที่เพื่อกิจการอื่นที่ เหลือจากครั้งที่แล้ว		พื้นที่เพื่อกิจการอื่น ตามรายงาน		พื้นที่เพื่อกิจการอื่น ที่คงเหลืออยู่	
				ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)	ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)	ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)	ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)
1	ที่อยู่อาศัยหนาแน่น น้อย	1.28 1.31	1.206 1.140	- -	120,600.000 114,000.000	- -	115,183.070 109,947.230	- -	4,440.849 197.660	- -	110,742.221 109,749.570
4	พาณิชยกรรม	4.15	0.290	-	29,000.000	-	28,147.520	-	102.850	-	28,044.670
8	ชนบทและ เกษตรกรรม	8.7 8.8 8.11	17.757 4.066 15.397	887,850.000 203,300.000 769,850.000	- - -	818,267.230 174,243.320 711,209.785	- - -	1,637.110 2,176.000 6,556.610	- - -	816,630.120 172,067.320 704,653.175	- - -
11	อนุรักษ์ชนบทและ เกษตรกรรม	11.7 11.8	20.132 19.053	- -	2,013,200.000 1,905,300.000	- -	1,845,106.690 1,573,288.135	- -	- 36,923.652	- -	1,845,106.690 1,536,364.483

ที่มา : สำนักงานเขตคลังสินค้า กองควบคุมอาคาร สำนักงานการโยธา. 2540.

ตารางที่ 2-5 แสดงรายงานการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณเขตคลังชั้น ปี พ.ศ. 2537 - ปี พ.ศ. 2540

รหัส	ประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน	บริเวณ หมายเลข	พื้นที่ทั้ง บริเวณ (ตร.กม.)	พื้นที่เพื่อกิจการอื่น		พื้นที่เพื่อกิจการอื่นที่ เหลือจากครั้งที่แล้ว		พื้นที่เพื่อกิจการอื่น ตามรายงาน		พื้นที่เพื่อกิจการอื่น ที่คงหลงเหลืออยู่	
				ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)	ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)	ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)	ร้อยละ 5 (ตร.ม.)	ร้อยละ 10 (ตร.ม.)
1	ที่อยู่อาศัยหนาแน่น น้อย	1.28 1.31	1.206 1.140	- -	120,600,000 114,000,000	- -	110,742,221 109,749,570	- -	18,712,631 197,660	- -	92,029,590 109,551,910
4	พาณิชยกรรม	4.15	0.290	-	29,000,000	-	28,044,670	-	664,280	-	27,380,390
8	ชนบทและ เกษตรกรรม	8.7 8.8 8.11	17.757 4.066 15.397	887,850,000 203,300,000 769,850,000	- - -	816,630,120 172,067,320 704,653,175	- - -	111,492,350 38,406,590 123,161,435	- - -	705,137,770 133,660,730 581,491,740	- - -
11	อนุรักษ์ชนบทและ เกษตรกรรม	11.7 11.8	20.132 19.053	- -	2,013,200,000 1,905,300,000	- -	1,845,106,690 1,536,364,483	- -	119,454,570 178,332,153	- -	1,725,652,120 1,358,032,330

ที่มา : สำนักงานเขตคลังชั้น กองควบคุมอาคาร สำนักงานโยธา. 2540.

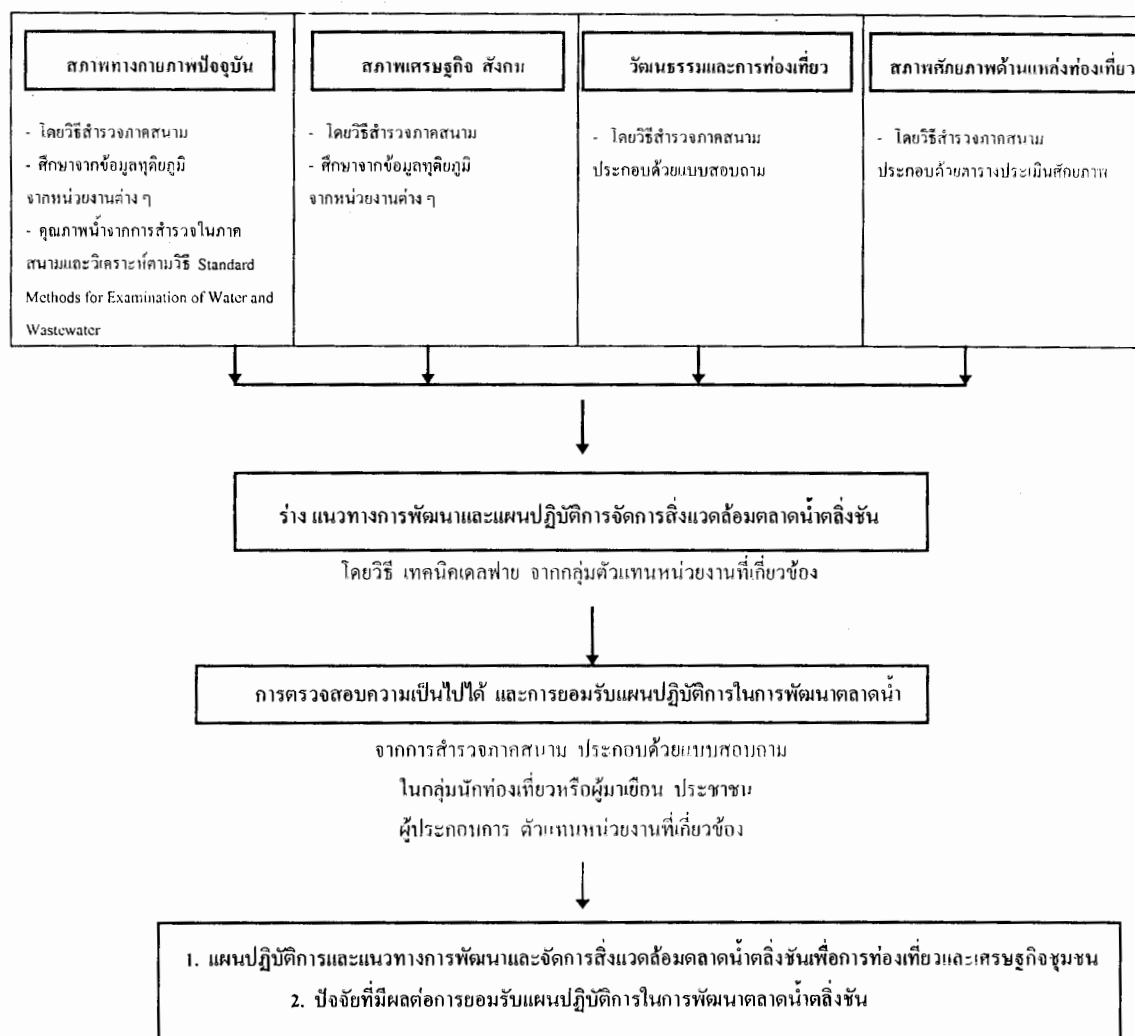
บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้นเป็นการศึกษาที่ต้องอาศัยวิธีวิจัยหลายรูปแบบมาประกอบการศึกษา (Integrated Survey) โดยทำการศึกษาศักยภาพและสภาพปัญหาในปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านการท่องเที่ยวจากการสำรวจพื้นที่ การประเมินโดยใช้เกณฑ์ศักยภาพ การสอบถามทัศนคติและการวิเคราะห์คุณภาพสิ่งแวดล้อมภายหลังการประเมินศักยภาพและปัญหาจะสามารถกำหนดวางแผนปฏิบัติการในการพัฒนาพื้นที่เพื่อทดสอบการยอมรับของแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติ และประเมินความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการด้วยการวิจัยแบบเดลฟายเทคนิค รวมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการนำไปปฏิบัติ เพื่อให้ครอบคลุมกับเนื้อหาที่ผู้ศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ จึงได้กำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ของวิธีการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดดังนี้

3.1 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อวางแผนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษา ดังภาพที่ 3 - 1



ภาพที่ 3 - 1 แสดงกรอบแนวคิดในวิธีการดำเนินการศึกษา

การดำเนินการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการศึกษาหาสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชัน ส่วนที่สองเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และส่วนที่สามเป็นการทดสอบแผนปฏิบัติการเป็นการตรวจสอบการยอมรับและความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการโดยมีวัตถุประสงค์พัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยแบ่งการดำเนินการศึกษาออกเป็น 6 ขั้นตอน คือ

3.1.1 ขั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

โดยจะทำการศึกษาในการสำรวจหาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในด้านสภาพทางกายภาพปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์และ

ประเมินสภาพปัญหาในการรองรับการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม สำหรับข้อมูลสภาพทางกายภาพปัจจุบันในเรื่องของคุณภาพน้ำ เป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพน้ำทั้งด้านเคมี ชีวภาพ ว่ากิจกรรมตลาดน้ำนั้นมีผลกระทบต่อคุณภาพของน้ำ และการใช้น้ำของประชาชนหรือไม่ ในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำและในวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ โดยนำตัวอย่างน้ำจากบริเวณตลาดน้ำดลิ่งชัน มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับค่ามาตรฐานจากประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพในแหล่งน้ำผิวดิน และใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey) โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เพื่อหาสภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของการพัฒนาโดยมีกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการ แบบสอบถาม จะประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน คือ

- ข้อมูลทั่วไป
- ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการท่องเที่ยว
- ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยว
- องค์ประกอบนักท่องเที่ยว

และใช้วิธีการสังเกต (Observation) โดยใช้เครื่องมือแบบตรวจสอบรายการ (check list) ที่ผู้วิจัยประยุกต์มาใช้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำดลิ่งชัน โดยประเมินเป็นเกณฑ์ คือ สูง กลาง ต่ำ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาสภาพปัญหาทางกายภาพ โดยมีหัวข้อการพิจารณา 4 หมวด คือ

หมวด 1 ประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม ในประเด็นดังต่อไปนี้

- เอกถัถยณ์ หรือความเด่นชัด
- คุณค่าในการดึงดูดความสนใจ
- คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน

หมวด 2 ภูมิทัศน์รองรับ ได้แก่

- ธรรมชาติ (ภูมิประเทศ, พืชพันธุ์)
- สิ่งทึ่มนุษย์สร้างขึ้น (อาคาร, ที่ว่าง, กิจกรรม)
- ความชัดเจนขององค์ประกอบ
- ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม (ความมีเอกภาพ)

หมวด 3 ประเมินค่าและพิจารณาจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่

- ลักษณะแพ และความปลอดภัย
- ท่าเรือ
- เรือ
- สถานที่จอดรถ
- การคมนาคมและการเข้าถึง
- ความปลอดภัย
- ลำน้ำ (กระแสน้ำ/สิ่งกีดขวาง/ความแคบ)
- บริการทางเรือ
- ถึงขยะ
- โครงสร้างรองรับพื้นฐาน
- การรองรับการจัดการมลภาวะ

หมวด 4 ประเมินค่าและพิจารณาจากข้อจำกัด ได้แก่

- ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว
- ความอ่อนไหวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว

เพื่อตรวจสอบว่าศักยภาพของพื้นที่นั้นมีความเป็นไปได้ในการจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับ สูง กลาง หรือต่ำ โดยมีรายละเอียดของวิธีการศึกษาข้อมูลของชั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ของข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม คือ ข้อมูลด้านสภาพทางกายภาพปัจจุบัน ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม ข้อมูลด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ข้อมูลด้านสภาพศักยภาพของตลาดน้ำ ตลิ่งชันด้านการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 3 - 1 แสดงวิธีการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 3 - 1 แสดงวิธีการศึกษา

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
1. ข้อมูลด้านสภาพทางกายภาพปัจจุบัน เป็นการศึกษาเพื่อนำข้อมูลในด้านต่าง ๆ มาวิเคราะห์หาสภาพปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพื่อสามารถดำเนินการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาและสามารถรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในอนาคต โดยมีประเด็นที่ศึกษา - ที่ตั้งและขอบเขตพื้นที่ศึกษา เป็นการศึกษาที่ตั้งของตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ติดต่อกับเขตใกล้เคียงอยู่ในย่านชุมชนหรือชนบท เพื่อวิเคราะห์สภาพพื้นที่และการเข้าถึง ระยะทางและเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน - สภาพภูมิประเทศ ศึกษาทั้งของพื้นที่โดยรวมคือลักษณะพื้นที่ว่าเป็นพื้นที่ลาดชัน ความสูงต่ำของพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์หาสภาพปัญหาของพื้นที่ - การคมนาคม ศึกษาการใช้เส้นทางการคมนาคมของทั้งกลุ่มประชาชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ทั้งด้านความต้องการ และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว ดูสภาพปัญหา ความพอเพียงของเส้นทาง และความสะดวกในการคมนาคม	วิธีการศึกษาได้แบ่งการศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน เป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยแบ่งตามประเด็นที่ศึกษา ดังนี้ ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - แผนที่ตัวเมืองกรุงเทพมหานคร - จากกรมแผนที่ทหาร มาตรฐาน 1 : 50,000 - ภาพถ่ายทางอากาศ มาตรฐาน 1 : 6,000 ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - แผนที่ภูมิประเทศ มาตรฐาน 1 : 50,000 - ภาพถ่ายทางอากาศ - เอกสารจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - แผนที่ภูมิประเทศ - และภาพถ่ายทางอากาศ ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - การสำรวจภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
- การคมนาคม ศึกษาการใช้เส้นทางคมนาคมของทั้งกลุ่มประชาชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวทั้งด้านความต้องการ และการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพปัญหา ความพอเพียงของเส้นทาง และความสะดวกในการคมนาคม	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - แผนที่แสดงเขตการปกครอง - เอกสารข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน สำนักงานที่ดิน
- กรรมสิทธิ์ที่ดิน ในส่วนของกรรมสิทธิ์ที่ดินและการถือครองศึกษาทั้งโดยรวมของพื้นที่ และบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อดูการขยายตัวของตลาดน้ำด้านพื้นที่ และศึกษาราคาที่ดินเพื่อประกอบการวางแผนปฏิบัติการ เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - แผนที่เขตตลิ่งชัน - เอกสารข้อมูลพื้นฐานของสำนักงานเขตตลิ่งชัน
- จำนวนประชากร ศึกษาความหนาแน่นของประชากรที่อยู่ในเขตตลิ่งชัน และตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อวิเคราะห์หาความเหมาะสม และสภาพปัญหาของการใช้ทรัพยากร เช่น ระบบสิ่งแวดล้อม ความสะดวก การปล่อยของเสีย และผลกระทบจากกิจกรรมของประชาชนที่มีต่อสภาพแวดล้อมและตลาดน้ำตลิ่งชัน และกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำที่ส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายของประชาชนหรือไม่เมื่อมีการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - การสำรวจภาคสนาม โดยแบบสอบถาม
- รูปแบบลำน้ำ และชลศาสตร์ ทำการวัดความเร็วของกระแสน้ำ เพื่อดูความปลอดภัย	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - การสำรวจภาคสนาม โดยเครื่องวัดความเร็วของกระแสน้ำ - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
- ลักษณะแพ ศึกษาความคงทนถาวรของแพ และความปลอดภัย ประกอบการวิเคราะห์ความปลอดภัยด้านพื้นที่ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว - คุณภาพน้ำ คุณภาพน้ำนั้นมีผลต่อการท่องเที่ยวด้านทัศนียภาพ และกิจกรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยวตลาคน้ำมีผลกระทบต่อคุณภาพน้ำอย่างไร และมีผลต่อการใช้น้ำของประชาชนหรือไม่ โดยเปรียบเทียบกับค่ามาตรฐานจากประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ และเปรียบเทียบขณะมีกิจกรรมตลาคน้ำ และช่วงที่ไม่มีกิจกรรมตลาคน้ำ เพื่อวิเคราะห์หาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไข คุณภาพน้ำได้กำหนดจุดเก็บตัวอย่างไว้ 3 จุด คือ ต้นน้ำก่อนถึงตลาคน้ำตลิ่งชัน บริเวณตลาคน้ำตลิ่งชัน ปลายตลาคน้ำตลิ่งชัน จะทำการตรวจวัดในช่วงที่มีกิจกรรมตลาคน้ำ และไม่มีกิจกรรมตลาคน้ำ โดยมีวิธีการเก็บตัวอย่างน้ำใช้ Sampler ในการชักตัวอย่างน้ำ โดยเก็บตัวอย่าง ณ จุดกึ่งกลางของความกว้างและความลึกจากระดับผิวน้ำ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ คุณภาพต่าง ๆ ตามพารามิเตอร์ที่กำหนดไว้ ดังรายละเอียดคือ - ความเป็นกรด - ด่าง (pH) - ปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid)	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - การสำรวจในภาคสนาม โดยแบบสอบถาม - ตารางประเมินศักยภาพของตลาคน้ำตลิ่งชันด้านการท่องเที่ยว ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - การสำรวจภาคสนาม แล้วนำตัวอย่างน้ำมาวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ ดังมีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้ เครื่องวัดความเป็นกรดและด่าง (pH meter)ตามวิธีหาค่าแบบ Electrometic กรองด้วยกระดาษกรองใยแก้ว (Glass Fiber Filter disc)

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการ ได้มาซึ่งข้อมูล
- ปริมาณของแข็งทั้งหมด (Total Dissolved Solid) - อุณหภูมิ (Temperature) - ออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen) - ความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (Biological Oxygen Demand) - น้ำมันและไขมัน (Fat Oil & Great) - ปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria) - ฟอสเฟต (Phosphate)	กรองด้วยกระดาษกรองใยแก้ว (Glass Fiber Filter disc) เครื่องวัดอุณหภูมิ (Thermometer) Azide Modification Azide Modification สกัดด้วยตัวทำละลายแล้วแยกหาน้ำหนักของน้ำมัน และไขมัน Multiple Tube Fermentation Technique Ascorbic Acid
2. สภาพเศรษฐกิจและสังคม เป็นการศึกษาหาสภาพปัญหาที่อาจเกิดจากการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ว่ามีผลกระทบต่อได้ อาชีพ การใช้ที่ดินของประชาชนท้องถิ่นหรือไม่ ความปลอดภัยของชุมชน การกำจัดขยะและน้ำเสีย ทั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ประชาชน และนักท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์หาสภาพปัญหาในปัจจุบัน และแนวทางในการแก้ไขเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน ในประเด็นดังต่อไปนี้ - ลักษณะอาชีพ, ผลผลิต ศึกษาว่าปัจจุบันประชาชนประกอบอาชีพใดเป็นหลัก และถ้ามีตลาดน้ำตลิ่งชันจะมาประกอบอาชีพนี้หรือไม่ และถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็น	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน รายงานข้อมูลพื้นฐานของเขตตลิ่งชัน - ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยว ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารจากสำนักงานเขตตลิ่งชัน รายงานข้อมูลพื้นฐานของเขตตลิ่งชัน - ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการ ได้มาซึ่งข้อมูล
สถานที่ ที่องเทียจะมีผลกระทบต่อ การประกอบอาชีพหรือไม่ ในกลุ่มผู้ประกอบการ ศึกษาว่าอาชีพที่ประกอบอยู่ ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันมีปัญหาในการประกอบอาชีพหรือไม่ ผลผลิตที่นำมาจำหน่ายยังตลาดน้ำเป็นผลผลิตที่ผลิตด้วยตนเองหรือไม่ ถ้าไม่มีตลาดน้ำตลิ่งชันจะประกอบอาชีพนี้หรือไม่ และประกอบที่ใด และการประกอบอาชีพนี้จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ถ้าเปลี่ยนจะประกอบอาชีพอะไร และถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จะยังคงมาประกอบอาชีพ ณ ตลาดน้ำอีกหรือไม่ - รายได้ ตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนหรือไม่ และถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้นท่านจะมีรายได้เพิ่มขึ้นหรือไม่ - การรวมกลุ่มทางสังคม มีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมหรือไม่ มีกลุ่มกิจกรรมใดบ้าง เพื่อนำมา วิเคราะห์ความร่วมมือในการพัฒนาตลาดน้ำ และแผนปฏิบัติการ - การปกครองท้องถิ่น มีการปกครองโดยหน่วยงานราชการหรือไม่ เพื่อนำมา ศึกษาความร่วมมือในการพัฒนาต่อไป	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารข้อมูลพื้นฐาน จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
- ความปลอดภัยของชุมชน ศึกษาว่าปัจจุบันประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินหรือไม่ และเมื่อมีการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันจะทำให้ความปลอดภัยของชุมชนเพิ่มขึ้นหรือไม่ และเพื่อนำมาวิเคราะห์วางแผนแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัย เพื่อรองรับการท่องเที่ยว - การบริการของหน่วยงานเทศบาล (Community Service) มีการบริการที่พอเพียงกับความต้องการหรือไม่ เช่นการจัดเก็บขยะ การบริการด้านโครงสร้างพื้นฐาน การบริการด้านการกำจัดน้ำเสีย - การกำจัดขยะและน้ำทิ้ง ประชาชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากมีการกำจัดขยะและน้ำทิ้งอย่างไร เพื่อวิเคราะห์หา สภาพปัญหาด้านทรัพยากรและผล กระทบที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ และวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด - น้ำดื่มและน้ำใช้ ศึกษาการใช้น้ำของประชาชนเพื่อการอุปโภคและบริโภคอย่างไร มีปัญหาในการใช้น้ำหรือไม่ และถ้ามีกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำจะส่งผลกระทบต่อการใช้หรือไม่	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารข้อมูลพื้นฐาน จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน (Primary data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
- การใช้ประโยชน์ที่ดิน ปัจจุบันการใช้ที่ดินเพื่อประกอบอาชีพอย่างไร เพราะการใช้ที่ดินมีผลต่อทัศนียภาพทางการท่องเที่ยว และเมื่อมีการท่องเที่ยวตลาดน้ำจะทำให้การใช้ที่ดินเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารข้อมูลพื้นฐาน จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน - ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม
3. วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ ประกอบการศึกษาเป็นส่วนใหญ่ และทำการสำรวจในภาคสนาม โดยมีประเด็นดังต่อไปนี้	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารข้อมูลพื้นฐาน จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน - ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม
- ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อศึกษาความสำคัญของตลาดน้ำที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิต นำมาวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ เพื่อใช้ในการอนุรักษ์และเผยแพร่ต่อไปเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำต่อไป	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารข้อมูลพื้นฐาน จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน - ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม
- แหล่งโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยว เป็นการศึกษาว่าบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีกหรือไม่ เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ - เอกสารข้อมูลพื้นฐาน จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน - ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม - การสำรวจในภาคสนาม

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
- ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม เป็นการศึกษาว่ามีวัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญของพื้นที่หรือไม่และมีการจัดกิจกรรมอย่างไร อยู่ในช่วงเวลาใด เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่และเป็นการส่งเสริมเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณี เป็นส่วนดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว - การใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ศึกษาในส่วนที่ประชาชนมีการใช้ประโยชน์จากตลาดน้ำถึงขั้นอย่างไร และคิดว่าในปัจจุบันนี้มีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมหรือไม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาสภาพปัญหาปัจจุบันเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคตที่ตรงกับความต้องการของประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ - ความคิดเห็น ศึกษาว่าถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน เห็นด้วยหรือไม่ และควรมีการพัฒนาในทิศทางใด	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม - การสำรวจในภาคสนาม ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถาม ประกอบกับการสังเกตการณ์ ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - แบบสอบถาม จากการออกภาคสนาม
4. สภาพศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นการศึกษาโดยใช้ตารางเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปรับปรุงมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อสำรวจศักยภาพในปัจจุบันของตลาดน้ำถึงขั้นอยู่ในระดับสูง กลาง หรือต่ำ และถ้าจะมีการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวต้องปรับปรุงและพัฒนาอย่างไรบ้างโดยมีประเด็นดังต่อไปนี้	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำถึงขั้นเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล
หมวด 1 ประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความงดงามและมีคุณลักษณะที่ดึงดูดใจผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมให้เกิดความซาบซึ้ง สรรพภาพ หลงใหล ตื่นเต้นเมื่อได้สัมผัสและเที่ยวชมทรัพยากรการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในประเด็นดังต่อไปนี้ - เอกลักษณ์ หรือความเด่นชัดของทรัพยากรการท่องเที่ยว - คุณค่าในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว - คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน และสืบทอดวัฒนธรรม	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยว
หมวด 2 ภูมิทัศน์รองรับ ได้แก่ ทัศนียภาพที่งดงามและมีคุณค่าของบริเวณใกล้เคียงที่ส่งเสริมให้สถานที่นั้นมีคุณค่ายิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยไม่ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสูญเสียคุณค่าดั้งเดิมที่มีอยู่ไป คือ - ธรรมชาติ ลักษณะของธรรมชาติบริเวณสองฝั่งคลองที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ - สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความเหมาะสม และสัมพันธ์กันกับตลาดน้ำ - ความชัดเจนขององค์ประกอบ - ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยว
หมวด 3 ประเมินค่าและพิจารณาจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ องค์ประกอบพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้บรรลุเป้าหมายและการบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) / รายละเอียด	วิธีการ ได้มาซึ่งข้อมูล
- แพ ลักษณะของแพทั้งโครงสร้าง ลักษณะความเป็นระเบียบ ความปลอดภัย - ท่าเรือ ความพอเพียงกับความต้องการ - เรือ - สถานที่จอดครด - การคมนาคมและการเข้าถึง - ความปลอดภัย ได้แก่ ความไม่มีอุปสรรคและไม่มีภัยอันตรายที่เกิดจากธรรมชาติ และมนุษย์ต่อทรัพย์สินและชีวิตของประชาชนที่มาเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ใกล้เคียงตลอดเส้นทางคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว - ลำน้ำ (กระแสน้ำ/สิ่งกีดขวาง/ความคดเคี้ยว) - บริการทางเรือ - ถึงขยะ - โครงสร้างรองรับพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำสำหรับใช้บริโภค และอุปโภค - การรองรับการจัดการมลภาวะ หมวด 4 ประเมินค่าและพิจารณาจากข้อจำกัด ได้แก่ สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ล้อมรอบทรัพยากรการท่องเที่ยวอันสามารถส่งผลกระทบให้เกิดมลภาวะทางน้ำ มลภาวะทางอากาศ มลภาวะทางเสียง มลภาวะทางดิน รวมถึงผลกระทบจากการใช้สอยพื้นที่ในแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือผิดพลาดต่อคุณค่าของการท่องเที่ยว - ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ด้านขนาดบริเวณในการขยายพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว - ความไวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมทางทรัพยากรน้ำ	ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ - ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำดิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยว ...

เมื่อได้ข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Data) ดังกล่าวครบแล้ว จะทำการวิเคราะห์เพื่อหาสภาพปัญหาในการรองรับการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ในข้อ 2 ต่อไป

3.1.2 ขั้นการวิเคราะห์สภาพปัญหา และศักยภาพในการรองรับตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

เป็นการนำข้อมูลพื้นฐาน มาวิเคราะห์ปัญหาพร้อมทั้งร่างแนวทางแก้ไข โดยมีวิธีการวิเคราะห์ คือ ข้อมูลด้านสภาพสภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันที่ใช้ตารางประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันผลของข้อมูลจากตารางเกณฑ์การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันจะทำให้ทราบศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันพร้อมทั้งปัญหาที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ และแนวทางในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว แล้วนำมาเปรียบเทียบปัญหาที่ได้จาก กลุ่มประชาชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว เพื่อพิจารณาว่าทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันในเรื่องใดบ้าง ข้อมูลด้านสภาพทางกายภาพปัจจุบันจะทำการวิเคราะห์ร่วมกับ ศักยภาพของพื้นที่สำหรับข้อมูลคุณภาพน้ำนั้นจะใช้วิธีการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการสำรวจกับเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพจากประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2537) ออกตามความใน พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำผิวดิน ส่วนข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม จะนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของความคิดเห็นว่าแตกต่างกันหรือไม่ในด้านสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชัน แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของทั้ง 3 กลุ่ม ว่าความคิดเห็นและความต้องการสอดคล้องกันหรือไม่โดยใช้ค่าทางสถิติในการวิเคราะห์ จากนั้นจะนำไปสู่การหาแนวทางแก้ไขและพัฒนาต่อไป

3.1.3 ขั้นประมวลผลและวางแผนปฏิบัติการ

เมื่อทำการวิเคราะห์ปัญหา และความคิดเห็นต่อสภาพปัญหา จากกลุ่มประชากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และประชาชน จากนั้นร่างแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาและปรับปรุงตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

3.1.4 ขั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ

เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางที่ตรงกับความเป็นจริงอย่างเหมาะสม จึงใช้นักวิชาการหรือตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตที่ตอบสนองจุดมุ่งหมายและความเชื่อพื้นฐานมีวิธีการ คือ

3.1.4.1 คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการ

3.1.4.2 นำเครื่องมือสำหรับการวิจัยในรูปของแบบสอบถาม ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญดูความเหมาะสมในรายละเอียดของแผนปฏิบัติการ พร้อมทั้งให้ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting Score) ในประเด็นที่ต้องการทราบ คือ

1. ความสามารถในการส่งเสริมด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมหรือความสามารถในการแก้ไขสภาพปัญหาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
2. ความเหมาะสมกับวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
3. ความเหมาะสมในเรื่องงบประมาณ
4. ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ
5. ปฏิภานของชุมชนในทางเห็นด้วย

3.1.4.3 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัย จากนั้นนำค่าความสำคัญของปัจจัยที่ได้จากการหาค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting Score) มาคำนวณร่วมกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในแต่ละแผน ค่าความสำคัญของแผนปฏิบัติการได้จาก

$$S = W_1R_1 + W_2R_2 + W_3R_3 + W_4R_4 + W_5R_5$$

S = ระดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

W = ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัย

R = คะแนนความคิดเห็น

3.1.5 ขั้นตอนทดสอบแผนปฏิบัติการ

โดยนำแผนปฏิบัติการที่ได้มาตรวจสอบความคิดเห็น และการยอมรับในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จากกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มประชาชน โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

3.1.6 ขั้นสรุปผล และข้อเสนอแนะ

สรุปแนวทางการพัฒนาและการจัดการสิ่งแวดล้อมตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ที่ประชาชน นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการยอมรับ และมีความเป็นไปได้และเหมาะสมกับพื้นที่จากความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายได้จัดแบ่งการเก็บข้อมูลตามวิธีการศึกษา คือ

3.2.1 ขั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน เป็นข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีกลุ่มประชากรเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการ

3.2.1.1 นักท่องเที่ยวในบริเวณเขตดงชั้น จะทำการเก็บในอาทิตย์ที่สอง ของเดือนที่คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากที่สุด

จำนวน 100 ตัวอย่าง

3.2.1.2 ประชาชนในบริเวณเขตดงชั้น เฉพาะประชาชนที่อยู่ริมน้ำ บริเวณตลาดน้ำดงชั้น จำนวน 100 ตัวอย่าง

3.2.1.3 ผู้ค้าขาย ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย ณ ตลาดน้ำดงชั้น จำนวน 31 ตัวอย่าง

3.2.2 ขั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ ใช้กลุ่มนักวิชาการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่ได้จากแผนปฏิบัติการ จำนวน 30 ตัวอย่าง

3.2.3 ขั้นทดสอบแผนปฏิบัติการ เป็นการตรวจสอบการยอมรับและความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการ พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติ มีกลุ่มประชากรเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ

3.2.3.1 นักท่องเที่ยวในบริเวณเขตดงชั้น จำนวน 100 ตัวอย่าง

3.2.3.2 ประชาชนในบริเวณเขตดงชั้น เฉพาะประชาชนที่อยู่ริมน้ำ บริเวณตลาดน้ำดงชั้น จำนวน 100 ตัวอย่าง

3.2.3.3 ผู้ค้าขาย ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย ณ ตลาดน้ำดงชั้น จำนวน 31 ตัวอย่าง

3.2.3.4 นักวิชาการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน มีเครื่องมือที่ใช้ประกอบวิธีการศึกษา แยกตามวิธีการศึกษาดังรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ขั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ประกอบด้วย

- แผนที่ภูมิประเทศ แผนที่ระดับจังหวัดกรุงเทพมหานคร
มาตราส่วน 1 : 50,000 ของกรมแผนที่ทหาร
- ภาพถ่ายทางอากาศ บริเวณเขตตลิ่งชัน มาตราส่วน 1 : 6,000
- การตรวจสอบคุณภาพน้ำ และมลพิษทางน้ำ จะทำการตรวจสอบ

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม แห่งชาติ พ.ศ. 2535 เรื่อง กำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำในแหล่งผิวดิน การวิเคราะห์คุณภาพน้ำ วิเคราะห์ตามพารามิเตอร์ที่กำหนดไว้ โดยเทียบกับค่ามาตรฐานจากประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำผิวดิน

- แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชน ในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม
วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ
ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบนักท่องเที่ยว
- ตารางเกณฑ์ในการวิเคราะห์สภาพและศักยภาพของตลาดน้ำ

ผู้วิจัยได้พัฒนาและประยุกต์ใช้จากเกณฑ์การท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 - 2 ตารางแสดงเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน และเกณฑ์ในการพิจารณา ดังตารางที่ 3 - 3 ตารางแสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน คือ

ตารางที่ 3 - 2 แสดงเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน
เพื่อการท่องเที่ยว

หัวข้อการพิจารณา	สูง	กลาง	ต่ำ
หมวด 1 คุณค่าทางวัฒนธรรม 1. เอกลักษณ์ หรือความเด่นชัด 2. คุณค่าในการดึงดูดความสนใจ 3. คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน หมวด 2 คุณภาพทางภูมิทัศน์ 4. ธรรมชาติ (ภูมิประเทศ, พืชพันธุ์) 5. มนุษย์สร้างขึ้น (อาคาร, ที่ว่าง, กิจกรรม) 6. ความชัดเจนขององค์ประกอบ (ในแง่การรับรู้ เส้นทางแนวขอบ/ ย่าน-ที่รวม/ที่หมายตา) 7. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม (ความมีเอกภาพ) หมวด 3 บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก 8. ลักษณะแพ และความปลอดภัย 9. ท่าเรือ 10. เรือ 11. สถานที่จอดรถ 12. การคมนาคมและการเข้าถึง 13. ความปลอดภัย 14. ถ้ำน้ำ (สิ่งกีดขวาง/ความคดเคี้ยว) 15. บริการทางเรือ (อุปกรณ์) 16. ถึงขยะ 17. โครงสร้างรองรับพื้นฐาน 18. การรองรับการจัดการมลภาวะ หมวด 4 ข้อจำกัด 19. ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว (ขนาดบริเวณพื้นที่) 20. ความอ่อนไหวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว			

หมายเหตุ : ปรับปรุงใช้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, โครงการศึกษาและจัดระบบติดตามสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว. กองวางแผนโครงการ ฝ่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2539.

ตารางที่ 3-3 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน

หัวข้อการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
หมวด 1 คุณค่าทางวัฒนธรรม 1. เอกลักษณ์ หรือความเด่นชัด* 2. คุณค่าในการดึงดูดความสนใจ 3. คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน*	- มีกิจกรรมทางประเพณี วัฒนธรรม เทศกาล ที่แตกต่างจากบริเวณข้างเคียง โดยจัดเป็นประจำทุกปี - ดูจากนักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสนใจ เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หรือภายในกรุงเทพ หรือต่างจังหวัด - เป็นส่วนหนึ่งของการค้าเนืองนิจปัจจุบัน เช่น มีการใช้การคมนาคมทางน้ำ มีการใช้เรือพาย		
หมวด 2 คุณภาพทางภูมิทัศน์ 4. ธรรมชาติ (ภูมิประเทศ, พืชพันธุ์)** 5. มนุษย์สร้างขึ้น (อาคาร, ที่ว่าง, กิจกรรม)** 6. ความชัดเจนขององค์ประกอบ** (ในแง่ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้า)	- ภูมิประเทศและพืชพันธุ์ยังคงมีอยู่ให้เห็นโดยเด่นชัด ประมาณ 90 % ยังคงเป็นพื้นที่สีเขียว - การก่อสร้างใด ๆ เช่นอาคารพาณิชย์ โรงงาน บ้านเรือน บดบังธรรมชาติให้หมดความงามตามธรรมชาติ น้อยกว่า 10 % - มีการตั้งร้านค้าขายของอย่างเป็นระเบียบ มีการแยกประเภทร้านค้าที่ชัดเจน มีระบบการจัดการในการควบคุมดูแล มีการควบคุมลักษณะ	- ภูมิประเทศและพืชพันธุ์ยังคงมีอยู่ให้เห็นโดยประมาณ 90 - 70 % - ถูกบดบังบางส่วนประมาณ 10 - 29% - มีการตั้งร้านค้าขายของอย่างเป็นระเบียบ มีการแยกประเภทร้านค้าที่ชัดเจน มีระบบการจัดการในการควบคุมดูแล ไม่มีการควบคุมลักษณะ	- ภูมิประเทศและพืชพันธุ์ยังคงมีอยู่ให้เห็นโดยประมาณน้อยกว่า 70 % - ถูกบดบังมากกว่า 30% - มีการตั้งร้านค้าขายของอย่างกระจัดกระจาย เป็นระเบียบภายในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีการแยกประเภทร้านค้าทำให้เป็นส่วนที่ชัดเจน ไม่มี การควบคุมที่เป็นระบบจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 3 - 3 (ต่อ) แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดนัดถึงขั้น

หัวข้อการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
7. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม* (ความมีเอกภาพ)	- รูปร่างและสีของอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มีลักษณะกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมข้างเคียง ไม่โดดเด่นจนเกินไป และอยู่ในสภาพที่ดี สมบูรณ์	- รูปร่างและสีของอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มีลักษณะกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมข้างเคียง ไม่โดดเด่นจนเกินไป อยู่ในสภาพที่ใช้งาน มีการปรับปรุง	- รูปร่างและสีของอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มีลักษณะโดดเด่น และขัดกับสภาพแวดล้อม สภาพทรุดโทรม
หมวด 3 : บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก 8. ลักษณะแพะและสิ่งอำนวยความสะดวก	- ลักษณะแพะมีความคงทน มีการปลอดภัย มีทุนคอยพยุงการทรงตัวและการเคลื่อนไหวใช้วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มั่นคง แน่นหนา รูปร่างและลักษณะไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม	- ลักษณะแพะมีความคงทน พัฒนาไปตามกระแสและคลื่นลม รูปร่างและลักษณะไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม	- ลักษณะแพะไม่มีความคงทนการ ใช้วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่ไม่มั่นคง ไม่มีความปลอดภัย
9. ท่าเรือ*	- มีท่าจอดเรือที่คงทนถาวร สำหรับในน้ำห้องเทียบขึ้นลง สะดวก และปลอดภัย	- มีท่าจอดเรือสำหรับในน้ำห้องเทียบขึ้นลง ไม่สะดวก และสภาพการจอดเรือขวางลำน้ำ	- ไม่มีท่าจอดเรือสำหรับในน้ำห้องเทียบขึ้นลง และสภาพการจอดเรือต้องให้เทียบกับแพ และขัดขวางการคมนาคมทางน้ำของผู้อื่น
10. เรือ*	- มีเรือโดยสารสาธารณะบริการนักท่องเที่ยวเป็นประจำ	- มีเรือโดยสารสาธารณะบริการนักท่องเที่ยวบางเวลา ไม่แน่นอน	- ไม่มีเรือโดยสารสาธารณะบริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องเช่าหรือเหมาเรือเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว
11. สถานที่จอดรถ**	- สถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มีสถานที่จอดรถทั้งรถยนต์ และจักรยานยนต์ ขนาดรถยนต์ กว้าง 3 ม. ยาว 6 ม. ต่อดัน จักรยานยนต์ กว้าง 1.10 ม. ยาว 1.75 - 2.35 ม. ต่อดัน	- สถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่จอดรถรวม หรือจอดซ้อนคัน	- สถานที่จอดรถไม่พอเพียงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องไปหาสถานที่จอดรถนอกสถานที่

ตารางที่ 3 - 3 (ต่อ) แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำท้องถิ่น

หัวข้อการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
12. การคมนาคมและการเข้าถึง*	- การคมนาคมและการเข้าถึงมีถนนลาดยาง ไม่มีหมูลุม มีป้ายบอกทางตลอด มีบริการรถ/เรือสาธารณะประจำโดยมีเวลาที่แน่นอน สามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล	- ถนนมีหลุมแต่ได้ทุกลูก มีป้ายบอกทางเป็นบางช่วง มีบริการรถ/เรือสาธารณะบางเวลาเท่านั้น	- ถนนมีหลุม ใช้ได้บางฤดู ไม่มีป้ายบอกทาง ไม่มีทางเดินที่ชัดเจน ไม่มีบริการรถ/เรือสาธารณะ
13. ความปลอดภัย*	- มีมาตรการที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อป้องกันอันตรายอันจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว มีป้ายเตือน มีหน่วยกู้ภัย หรือมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจตราความปลอดภัยเสมอ	- มีป้ายเตือน มีหน่วยกู้ภัย	- ไม่มีมาตรการที่แหล่งท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อป้องกันอันตรายอันจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ไม่มีป้ายเตือน ไม่มีหน่วยกู้ภัย หรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเลย
14. ลาน้ำ (สิ่งกีดขวาง/ความแคบ)* *	- ไม่มีสิ่งกีดขวาง/น้ำ การเดินทางมาง่าย แหล่งท่องเที่ยวสะดวก	- มีสิ่งกีดขวาง/น้ำบางช่วงสายจากของประชาชน และมักขัดขวางที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ยังคงสามารถเดินทางมาง่ายแหล่งท่องเที่ยว	- กระแสน้ำรุนแรง และสิ่งกีดขวาง/น้ำตลอดสายจากของประชาชน และมักขัดขวางที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ยากแก่การเดินทางมาง่ายแหล่งท่องเที่ยว
15. บริการทางเรือ (อุปกรณ์) *	- มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย มีผู้ช่วยตรวจดูความปลอดภัยบนเรือคอยช่วยเหลือ	- มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย	- ไม่มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย ไม่มีผู้ช่วยตรวจดูความปลอดภัยบนเรือคอยช่วยเหลือ
16. ถึงขยะ*	- มีถังขยะตั้งตามจุดต่าง ๆ มากเพียงพอ ขยะไม่ล้นนอกจนถึง มีถังขยะแยกประเภท และมีการเก็บอย่างสม่ำเสมอ	- มีถังขยะตั้งตามจุดต่าง ๆ เพียงพอ ขยะไม่ล้นนอกจนถึง การเก็บขยะไม่สม่ำเสมอ	- มีถังขยะเพียงบางแห่ง มีขยะล้นนอกจนถึง หรือมีขยะเกือบนการจะเต็มพื้นที่

ตารางที่ 3-3 (ต่อ) แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำท้องถิ่น

: หัวข้อการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
17. โครงสร้างรองรับพื้นฐาน*	- มีบริการตู้โทรศัพท์สาธารณะอย่างเพียงพอ และใช้งานได้ดีตลอดไม่ชำรุด มีห้องสุขาสาธารณะที่เพียงพอเพียงกับความต้องการ มีน้ำใช้ในห้องสุขาตลอดเวลา - หน่วยงานราชการมีมาตรการในการจัดการมลภาวะที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยว มีบ่อบำบัดน้ำปฏิน้ำ มีมาตรการห้ามทิ้งน้ำจากกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบ	- มีบริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ มีห้องสุขาสาธารณะ ห้องสุขามีน้ำใช้ตลอดเวลา น้ำที่ทิ้งใช้ ต้องมีการดักมาเติมให้เต็ม - หน่วยงานราชการมีมาตรการในการจัดการมลภาวะที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยว มีบ่อบำบัดน้ำ มีมาตรการห้ามทิ้งน้ำจากกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	- ไม่มีบริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ ไม่มีห้องสุขาสาธารณะ - ไม่มีหน่วยงานราชการเกี่ยวข้องในการจัดการด้านมลภาวะ ไม่มีที่บำบัดน้ำจากกิจกรรมตลาดน้ำ
18. การรองรับการจัดการมลภาวะ*			
หมวด 4 ข้อจำกัด			
19. ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว *** (ขนาดบริเวณพื้นที่)	- นักท่องเที่ยวไม่แออัด พื้นที่เฉลี่ยต่อคน มากกว่า 1 ตารางเมตร - คุณภาพน้ำสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	- นักท่องเที่ยวไม่แออัด พื้นที่เฉลี่ยต่อคน ประมาณ 1 ตารางเมตร - คุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	- นักท่องเที่ยวแออัด พื้นที่เฉลี่ยต่อคน กว่า 1 ตารางเมตร - คุณภาพน้ำต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
20. ความอ่อนไหวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว*			

ที่มา : * การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองวางแผนโครงการ ฝ่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, โครงการศึกษาและจัดทำระบบติดตามสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว, 2539.

** ภาควิชาภูมิสถาปัตย์กรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว, 2531.

*** องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, โครงการศึกษาแนวทางกาจัดตั้งและออกแบบราย ชะเคียดอ การและศูนย์บริการการท่องเที่ยว, 2540.

3.3.2 ขั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ เพื่อหาความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการ เครื่องมือที่ใช้ โดยใช้เทคนิคเคลฟาย ประกอบด้วย แบบสอบถาม (Questionnaire) ในประเด็นความสามารถในการส่งเสริมด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมหรือความสามารถในการแก้ไขสภาพปัญหาในการพัฒนาตลาคน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ด้านความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม ความเหมาะสมในเรื่องงบประมาณ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ปฏิกริยาของชุมชน เพื่อดูความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ

3.3.3 ขั้นทดสอบแผนปฏิบัติการ เป็นการตรวจสอบความคิดเห็นและการยอมรับต่อแผนปฏิบัติการ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการ ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ประชาชนผู้ประกอบการ และกลุ่มนักวิชาการ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในประเด็นด้านความคิดเห็นและการยอมรับแผนปฏิบัติการ และปัจจัยที่มีผลต่อแผน ซึ่งประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไป

ตอนที่ 2 สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลให้แผนประสบผลสำเร็จ

3.4 การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

วิธีสร้างเครื่องมือ ใช้วิธีพิจารณาวิเคราะห์จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการสำรวจภาคสนามเบื้องต้น ในส่วนของการหาคุณภาพของเครื่องมือ ให้คณะกรรมการ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจน ความครอบคลุม และทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ที่ได้ทำการตรวจแก้ไขและทำการปรับปรุงแล้วนั้น นำไป Pre - Test เพื่อวิเคราะห์คุณภาพและปรับปรุงเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนได้เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการดังนี้

3.5.1 ขั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

- ในส่วนของคุณภาพน้ำใช้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตาม Standard Methods for Examination of Water and Wastewater ซึ่ง American Public Health Association, American Water Work และ water Pollution Control Federation ของสหรัฐอเมริกา ร่วมกันกำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 เรื่อง กำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำผิวดิน

- ตารางเกณฑ์วิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันจะใช้วิธีวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อวิเคราะห์หาศักยภาพ และสภาพปัญหาว่าอยู่ในเกณฑ์ สูง กลาง หรือต่ำ โดยการใช้แบบตรวจสอบรายการที่เป็นเชิงคุณภาพ

- แบบสอบถาม แยกวิเคราะห์ตามกลุ่มเป้าหมาย สำหรับกลุ่มประชาชนจะแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ประชาชนที่อยู่ต้นน้ำ และประชาชนที่อยู่ท้ายน้ำ เพื่อวิเคราะห์หาสภาพปัญหาในปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชันที่มีผลกระทบต่อกลุ่มประชากรทั้งสามกลุ่มพร้อมทั้งแนวทางในการพัฒนาและแก้ปัญหาดตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

3.5.2 ขั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ

เป็นการศึกษาเพื่อหาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ ซึ่งขั้นการศึกษานี้ จะประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นหาความสำคัญของปัจจัยองค์ประกอบแผน และขั้นจัดลำดับความสำคัญขอบแผนปฏิบัติการ ซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ขั้นหาความสำคัญของปัจจัยองค์ประกอบแผน ใช้เทคนิคเดลฟายในการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยองค์ประกอบของแผน จากกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาค่าถ่วงน้ำหนักของคะแนน โดยมีวิธีการวิเคราะห์ คือ

จากการให้กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ทรงคุณวุฒิมา Weight ค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัยแต่ละปัจจัยในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน พิจารณาจากปัจจัยองค์ประกอบ 5 ปัจจัย คือ

1. สิ่งแวดล้อม
2. วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
3. งานประมาณ
4. นโยบายของรัฐบาล
5. ปฏิกริยาของชุมชนในทางเห็นด้วย

ในการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อแผนการพัฒนายจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระดับ 3 หมายถึง มีความสำคัญมาก

คะแนนระดับ 2 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง

คะแนนระดับ 1 หมายถึง มีความสำคัญน้อย

จากนั้นจะนำค่า Weight จากตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยจากค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย	ค่าของคะแนนในช่วงที่ต่ำกว่าค่าคะแนนเฉลี่ย - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (70.800 - 8.468)
ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง	ค่าของคะแนนในช่วงที่ต่ำกว่าค่าคะแนนเฉลี่ย - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (70.800 - 8.468) จนถึงค่าคะแนนเฉลี่ย + ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (70.800 + 8.468)
ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก	ค่าของคะแนนในช่วงที่ต่ำกว่าค่าคะแนนเฉลี่ย + ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (70.800 + 8.468)

คะแนนตั้งแต่	1 - 62.332	ระดับความสำคัญของปัจจัยน้อย
คะแนนตั้งแต่	62.333 - 79.267	ระดับความสำคัญของปัจจัยปานกลาง
คะแนนตั้งแต่	79.268 - 90.000	ระดับความสำคัญของปัจจัยมาก

ทำให้ได้ค่าถ่วงน้ำหนักคะแนน (Weighting Score) ของปัจจัยต่าง ๆ คือ

สิ่งแวดล้อมมีคะแนนจากการ Weight 74 คะแนน	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	2
วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีคะแนนจากการ Weight 62 คะแนน	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	1
งบประมาณ มีคะแนนจากการ Weight 81 คะแนน	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	3
นโยบายของรัฐบาล มีคะแนนจากการ Weight 75 คะแนน	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	2
ปฏิกิริยาของชุมชน มีคะแนนจากการ Weight 62 คะแนน	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	1

จากนั้นจะนำค่าที่ได้จากการ Weighting นี้ ไปคำนวณร่วมกับคะแนนความคิดเห็นของทั้ง 4 กลุ่ม ต่อไป ดังขั้นที่ 2

2. จัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการทั้ง 18 แผน ของกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่แสดงความคิดเห็นในแต่ละแผนปฏิบัติการ นำมาหาค่าความสำคัญของแผนปฏิบัติการที่ละแผนได้จาก $S = W_1R_1 + W_2R_2 + W_3R_3 + W_4R_4 + W_5R_5$

S = ความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

W = ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัย

R = คะแนนความคิดเห็น

3.5.3 ขั้นตอนทดสอบแผนปฏิบัติการ

เป็นการตรวจสอบการยอมรับและความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการนี้มีเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มประชากรทั้งสี่กลุ่มที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้ One Way Analysis of Variance ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multiple regression) ปัจจัยที่มีผลต่อแผนการยอมรับแผนปฏิบัติการ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการศึกษาแนวทางในการวางแผนพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชน

(1) สถิติที่ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปทางประชากร สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามความเหมาะสม

(2) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นและการยอมรับแผนปฏิบัติการ ได้แก่ One Way Analysis of Variance เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ที่มีต่อการยอมรับแผนทั้ง 18 แผนปฏิบัติการ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวที่กระทำต่อตัวแปรตาม

โดยมีตัวแปรที่ศึกษา คือ ตัวแปรตาม (Y) ได้แก่ ระดับการยอมรับแผนปฏิบัติการ ตัวแปรอิสระ (X) คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการ รายละเอียดดังนี้

- Y₁ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำถึงชั้น
- Y₂ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำถึงชั้น
- Y₃ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร
- Y₄ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำถึงชั้น
- Y₅ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ
- Y₆ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงสวนสัตว์มงคลและส่วนประกอบ
- Y₇ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว
- Y₈ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ
- Y₉ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ
- Y₁₀ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว
- Y₁₁ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ
- Y₁₂ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย
- Y₁₃ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- Y₁₄ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ
- Y₁₅ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว
- Y₁₆ = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการจัดการมูลฝอย

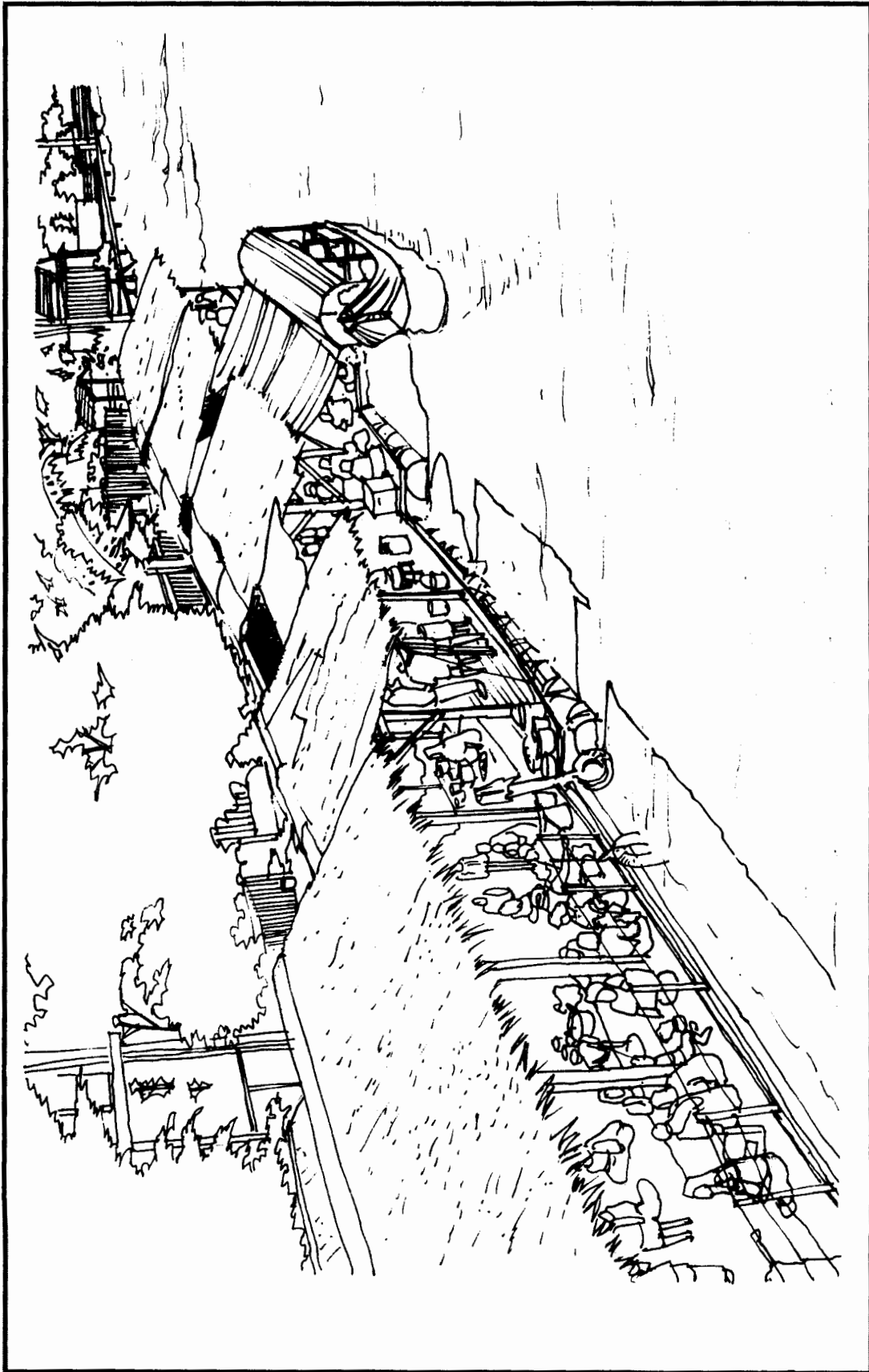
- Y_{17} = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือน
และกิจกรรมตลาดน้ำ
- Y_{18} = ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง
- X_1 = ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
- X_2 = ปัจจัยด้านวัฒนธรรม
- X_3 = ปัจจัยด้านงบประมาณ
- X_4 = ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐ
- X_5 = ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

บทที่ 4

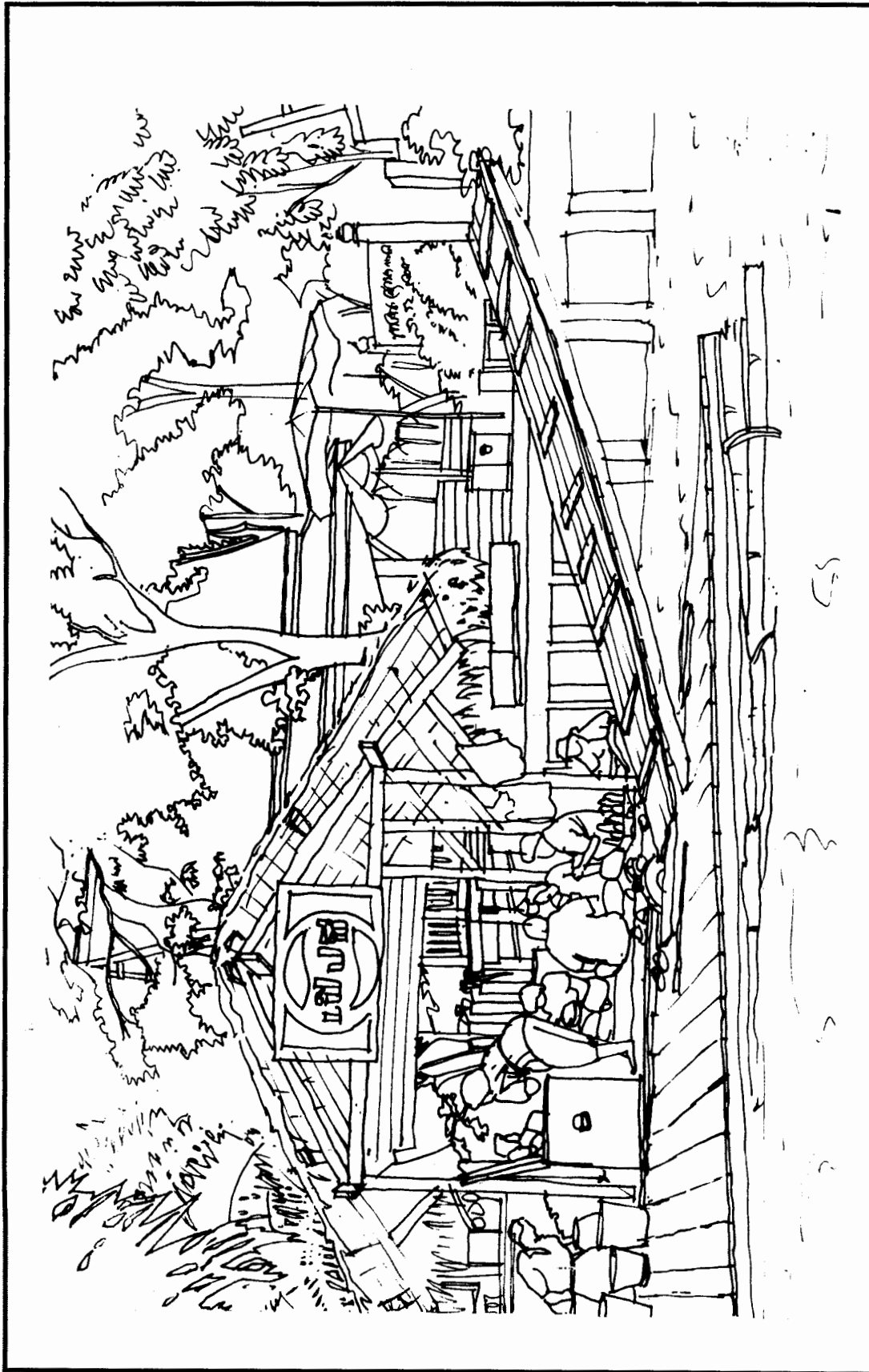
ผลการศึกษา

4.1 สภาพทั่วไปของตลาดน้ำตลิ่งชัน

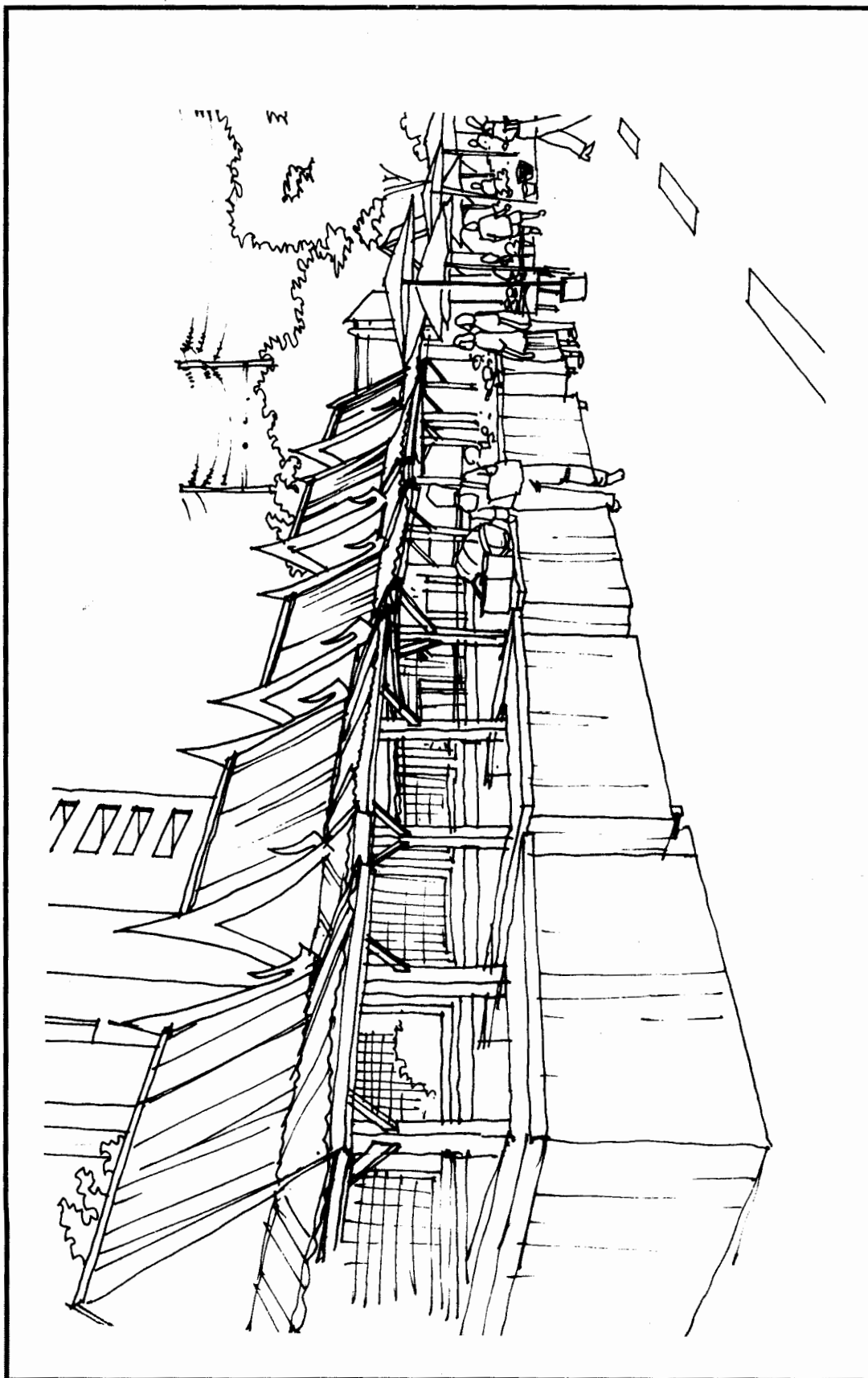
ตลาดน้ำตลิ่งชัน ในปัจจุบันอยู่หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน ซึ่งอยู่ในคลองชักพระ ติดกับสวนจตุรมงคลและศาลาวันจักรี บริเวณใกล้เคียงมีทางรถไฟและสะพานพาดผ่านคลอง ตลาดน้ำนี้มีกิจกรรมในวันเสาร์ และอาทิตย์เป็นหลัก สภาพโดยทั่วไปของบริเวณเขตตลิ่งชันคือ อยู่ในพื้นที่ชนบทและอนุรักษ์เกษตรกรรม ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร จึงทำให้มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ได้จากการการเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ได้แก่ ผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ กัญชง ไม้ ขนมหอย อาหาร เครื่องอุปโภคและบริโภค โดยทางเขตตลิ่งชันได้ก่อสร้างแพจำนวน 6 แพ โดยใช้ทุนถึงน้ำมัน 200 ลิตร เพื่อเป็นพื้นที่ค้าขาย ดังภาพประกอบพื้นที่ศึกษาบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันภาพที่ 4-1 ภาพที่ 4-2 และภาพที่ 4-3



ภาพที่ 4-1 แสดงลักษณะเพนงตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน



ภาพที่ 4-2 แสดงทางขึ้น - ลงรถไฟในปัจจุบัน



ภาพที่ 4-3 แสดงผู้มาขายของบนบกของตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.2 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน

การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นการประเมินจากสภาพด้านกายภาพ ด้านชีวภาพและด้านคุณค่าต่อการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน และพื้นที่ใกล้เคียงโดยรอบในปัจจุบัน เพื่อประเมินศักยภาพหรือความสามารถในการรองรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้ตารางเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นเครื่องมือและต้นแบบในการประเมิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 หมวด คือ คุณค่าทางวัฒนธรรม คุณค่าทางภูมิทัศน์ บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และข้อจำกัดดังตารางที่ 4-1 ตารางแสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้การเปรียบเทียบโดยสภาพปัจจุบันของพื้นที่จะใช้วิธีการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ การสำรวจสภาพพื้นที่ การวิเคราะห์จากแผนที่ และภาพถ่ายทางอากาศ และการเก็บตัวอย่างเพิ่มเติม ผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 การประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความงดงามและมีคุณค่า คุณลักษณะที่ดึงดูดใจผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมให้เกิดความซาบซึ้ง ศรัทธา หลงใหล ตื่นเต้น เมื่อได้สัมผัสและเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ใน 3 ประเด็น คือ

1. ความเด่นชัดของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. คุณค่าในการดึงดูดความสนใจ
3. คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน

ประเด็นเกณฑ์ในการพิจารณาคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพ
แหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

ประเด็นการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
1. เอกลักษณ์ หรือ ความเด่นชัด	- มีกิจกรรมทางประเพณี วัฒนธรรม เทศกาล ที่แตกต่าง จากบริเวณข้างเคียง โดย จัดเป็นประจำทุกปี	-	-
2. คุณค่าในการดึงดูดความ สนใจ	- ดูจากนักท่องเที่ยวว่าส่วน มากให้ความสนใจเป็นนักท่องเที่ยว ต่างชาติหรือคนไทยในกรุงเทพ หรือต่าง จังหวัด	-	-
3. คุณค่าในการสะท้อนวิถี ชีวิตชาวบ้าน	- เป็นส่วนหนึ่งของการ ดำเนินชีวิตปัจจุบัน เช่น มี การใช้การคมนาคมทางน้ำ มี การใช้เรือพาย	-	-

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองวางแผนโครงการ ฝ่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว,
โครงการศึกษาและจัดทำระบบติดตามสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว 2539.

สภาพพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ในประเด็นการพิจารณาคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ได้จากการ
ศึกษาดังนี้

1. เอกลักษณ์หรือความเด่นชัด บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันและพื้นที่ใกล้เคียงมีประเพณี
รื่นเริงที่สำคัญๆ ตามเทศกาลของไทย เช่น งานสงกรานต์ งานขึ้นปีใหม่ งานลอยกระทง ซึ่งทาง
เขตตลิ่งชันได้ร่วมจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี กิจกรรมทางศาสนาที่สำคัญในวันอาสาฬหบูชา
วิสาขบูชา เข้าพรรษา และออกพรรษา ตามวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะวัดที่อยู่ใกล้เคียงตลาดน้ำตลิ่งชัน
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคตสามารถเดินทางเที่ยวชมและร่วมงาน เช่น
วัดตลิ่งชัน ห่างจากตลาดน้ำตลิ่งชันประมาณ 200 เมตร วัดสุวรรณคีรี ห่างจากตลาดน้ำตลิ่งชัน
ประมาณ 200 เมตร เป็นต้น นอกจากประเพณีซึ่งเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ทุก
เทศกาลดังกล่าวแล้ว เขตตลิ่งชันยังมีประเพณีที่ปัจจุบันหาได้ยากในกรุงเทพมหานคร ได้แก่
ประเพณีชักพระ ซึ่งใช้เส้นทางคลองชักพระผ่านที่ตั้งตลาดน้ำตลิ่งชัน และประเพณีก่อเจดีย์ทราย

ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่วัดดลิ่งชัน ยังมีการละเล่นท้องถิ่นที่น่าสนใจ เช่น การเล่นกลองยาว สิงห์โต ตีไก่ และกัศปลา เป็นต้น

2. คุณค่าในการดึงดูดความสนใจ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำดลิ่งชันจะเป็นคนไทย มากกว่าร้อยละ 98 โดยเฉพาะส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์หลักคือ มารับประทานอาหารและซื้อผลผลิตการเกษตร ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวนน้อยเนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม หากมีการพัฒนาเป็นตลาดน้ำที่สมบูรณ์ จะเป็นแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสนใจในตลาดน้ำค่อนข้างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ

3. คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน

ตลาดน้ำดลิ่งชันเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งเป็นของคนในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ พื้นที่เขตดลิ่งชันโดยเฉพาะคลองชักพระมีการทำเกษตรกรรมถึงร้อยละ 80 ของการใช้ประโยชน์ที่ดินทั้งหมด ผลผลิตทางการเกษตรจะมีหมุนเวียนขายตลอดปี เช่น ผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ กัญชง กล้วยไม้ รวมทั้งอาหารไทย ขนมไทย และเครื่องอุปโภคบริโภค นอกจากนี้ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของประชาชน โดยเฉพาะในแนวคลองดลิ่งชันยังคงสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำของไทย เช่น ลักษณะบ้านเรือน การประกอบอาชีพ การคมนาคมโดยเรือ เป็นต้น

จากการเปรียบเทียบตารางเกณฑ์พิจารณา และสภาพปัจจุบันของพื้นที่ดังกล่าวข้างต้น สรุปศักยภาพของตลาดน้ำดลิ่งชันในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม ได้ดังตารางที่ 4-2 ซึ่งจัดว่ามีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสูง

ตารางที่ 4-2 แสดงการประเมินศักยภาพด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนา
ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นการพิจารณา	สภาพของพื้นที่ศึกษา	ระดับของศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
1. เอกลักษณ์ หรือความเด่นชัด	- มีกิจกรรมทางประเพณี วัฒนธรรม หรือเทศกาล ได้แก่ออกพรรษา, เข้าพรรษา, สงกรานต์, สรงน้ำพระ, ก่อเจดีย์ทราย, ลอยกระทง, ประเพณีชักพระ	สูง
2. คุณค่าในการดึงดูดความสนใจ	- นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนใหญ่เป็นคนไทยโดยเฉลี่ย 98% และเป็นคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครโดยส่วนมาก	สูง
3. คุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน	- ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดน้ำที่ชาวบ้านใช้เป็นที่พบปะแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้าทั้งที่ได้จากการเกษตรกรรม มีการใช้เรือพาย เรือยนต์ ในการสัญจรทางน้ำ แสดงออกให้เห็นถึงการพึ่งพาทรัพยากรทางน้ำในการดำเนินชีวิต บ้านเรือนตั้งอยู่ริมน้ำเป็นวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชุมชนริมน้ำ	สูง

4.2.2 การประเมินคุณค่าทางภูมิทัศน์

คุณค่าทางภูมิทัศน์ พิจารณาจากทัศนียภาพทั้งงดงามและมีคุณค่าแสดงถึงเอกลักษณ์ลักษณะเฉพาะของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมของแหล่งทรัพยากรที่มีจิตความสามารถพอจะรองรับการท่องเที่ยวโดยไม่สูญเสียคุณค่าดั้งเดิมที่มีอยู่ไป หลักเกณฑ์การประเมินดังตารางที่ 4-3 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางด้านภูมิทัศน์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ

1. สภาพทางธรรมชาติ
2. สภาพของสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น
3. ความชัดเจนขององค์ประกอบในแง่ของความเป็นระเบียบเรียบร้อย
4. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม (ความเป็นเอกภาพ)

ตารางที่ 4-3 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพ
แหล่งท่องเที่ยวด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์

ประเด็นการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
1. ธรรมชาติ (ภูมิประเทศ, พืชพันธุ์)	- ภูมิประเทศและพืชพันธุ์ยังคงมีอยู่ให้เห็นโดยเด่นชัด ประมาณ 90 % ยังคงเป็นพื้นที่สีเขียว	- ภูมิประเทศและพืชพันธุ์ยังคงมีอยู่ให้เห็นโดยประมาณ 90 - 70 %	- ภูมิประเทศและพืชพันธุ์ยังคงมีอยู่ให้เห็นโดยประมาณ น้อยกว่า 70 %
2. มนุษย์สร้างขึ้น (อาคาร, ที่ว่าง, กิจกรรม)	- การก่อสร้างใด ๆ เช่น อาคารพาณิชย์ โรงงาน บ้านเรือน บดบังธรรมชาติให้หมดความงามตามธรรมชาติ น้อยกว่า 10 %	- ถูกบดบังบางส่วนประมาณ 10 - 29%	- ถูกบดบังมากกว่า 30%
3. ความชัดเจนขององค์ประกอบ (ในแง่ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้า)	- มีการตั้งร้านค้าขายของอย่างเป็นระเบียบ มีการแยกประเภทร้านค้าที่ชัดเจน มีระบบการจัดการในการควบคุมดูแล มีการควบคุมลักษณะ	- มีการตั้งร้านค้าขายของอย่างเป็นระเบียบ มีการแยกประเภทร้านค้าที่ชัดเจน มีระบบการจัดการในการควบคุมดูแล ไม่มีการควบคุมลักษณะ	- มีการตั้งร้านค้าขายของอย่างระเกะระกะ ไม่เป็นระเบียบ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีการแยกประเภทของร้านค้า ให้เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน ไม่มีการควบคุมที่เป็นระบบจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
4. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม (ความมีเอกภาพ)	- รูปร่างและสีของอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มีลักษณะกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมข้างเคียง ไม่โดดเด่นจนเกินไป และอยู่ในสภาพที่ดีสมบูรณ์	- รูปร่างและสีของอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มีลักษณะกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมข้างเคียง ไม่โดดเด่นจนเกินไป อยู่ในสภาพที่ใช้งาน มีการปรับปรุง	- รูปร่างและสีของอาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มีลักษณะโดดเด่น และขัดกับสภาพแวดล้อม สภาพทรุดโทรม

ที่มา : ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว, 2531.

การประเมินสภาพด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์ของตลาดน้ำตลิ่งชันและบริเวณโดยรอบ ในประเด็นพิจารณาต่าง ๆ ดังนี้

1. สภาพทางธรรมชาติ (ภูมิประเทศ, พืชพันธุ์)

บริเวณเขตตลิ่งชัน ประกอบด้วยคลองใหญ่ทั้ง 4 ด้านล้อมรอบ นอกจากนั้นยังมีคลองเล็กคลองน้อยอีกถึง 48 คลอง ทั้งที่เป็นคูคลองธรรมชาติ และคลองที่ขุดขึ้นมาเพื่อการ

ชลประทาน การเกษตรกรรม และเพื่อการคมนาคม ซึ่งทำให้เป็นเขตที่มีโครงข่ายเส้นทางคมนาคมทางน้ำหนาแน่นมาตั้งแต่อดีต การคมนาคมส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นพาหนะ รวมทั้งบ้านเรือนของประชาชนและวัดต่าง ๆ ก็จะต้องอยู่ริมคลอง ฉะนั้นริมคลองต่าง ๆ จึงเต็มไปด้วยสวนนาชนิด ทั้งสวนไม้ยืนต้น สวนกล้วยไม้ สวนพืชผัก จึงทำให้เป็นพื้นที่สีเขียวที่ยังคงความเป็นธรรมชาติมาจนถึงปัจจุบันนี้ ดังนั้นในปัจจุบันสภาพธรรมชาติของตลาดน้ำตลิ่งชันและบริเวณโดยรอบอยู่ในเกณฑ์สูง เนื่องจากพบว่าโดยส่วนมากยังคงเป็นพื้นที่สีเขียวเพื่อการเกษตรอยู่ จำนวน 1,861,000 ตารางเมตร คิดเป็น 23.7 ของพื้นที่ และเป็นพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม จำนวน 3,918,500 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 21.3 ของพื้นที่

2. สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น (อาคาร, ที่ว่าง, กิจกรรม)

จากการที่พื้นที่การใช้ประโยชน์ได้ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่สีเขียวเพื่อการเกษตรกรรม จึงทำให้กิจกรรมบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันและบริเวณโดยรอบเต็มไปด้วย สวนผลไม้ต่าง ๆ ฯลฯ แต่ก็มีกิจกรรมอื่น เช่น พื้นที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 5.58 ของพื้นที่ จะพบว่ามีจำนวนน้อยกว่าพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรม จึงทำให้สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ อาคารต่าง ๆ ที่อาจบดบังทัศนียภาพทางธรรมชาติบริเวณนี้ให้หมดไปอยู่ในระดับเหมาะสม คืออยู่ในเกณฑ์กลาง สามารถมองเห็นธรรมชาติได้ตามสองฝั่งคลองในบางพื้นที่ และบางพื้นที่ก็จะเป็นบ้านพักอาศัยที่เรียบง่ายของชุมชนริมน้ำ

3. ความชัดเจนขององค์ประกอบ

ในแง่ของความเป็นระเบียบของร้านค้าที่อยู่บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในเกณฑ์ต่ำ คือมีการตั้งร้านค้าขายของไม่เป็นระเบียบไม่มีการแยกประเภทของร้านค้า และศาลาขายของบนบกไม่พอเพียงกับความต้องการของผู้ประกอบการ จึงมีการจัดตั้งร้านบนทางเดินเท้า แลดูไม่ สวยงาม

4. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม (ความมีเอกภาพ)

เนื่องจากมีโรงแรมเป็นอาคารที่สูงปิดบังธรรมชาติ และสูงเด่นกว่าสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ รวมทั้งแพ ไม่มีการปรับปรุงหรือซ่อมแซม หลังคาชำรุด พื้นก็ผุพัง ดังนั้นน่าจะอยู่ในเกณฑ์กลาง

จากการเปรียบเทียบตารางเกณฑ์พิจารณาและสภาพปัจจุบันข้างต้นจะสรุปศักยภาพในด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์ได้ดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 แสดงการประเมินศักยภาพด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์สำหรับการพัฒนา
ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นการพิจารณา	สภาพของพื้นที่ศึกษา	ระดับของศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
1. ธรรมชาติ (ภูมิประเทศ, พืชพันธุ์)	- บริเวณตลิ่งชันโดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียว มีประมาณ 5,779,500 ไร่. ที่ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรม และพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ทำให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่เพื่อการเกษตร ประชาชนบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันยังประกอบอาชีพเกษตรกรรมถึง 35% เป็นอาชีพที่ประชาชนบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันประกอบมากเป็นอันดับหนึ่งของพื้นที่	สูง
2. มนุษย์สร้างขึ้น (อาคาร, ที่ว่าง, กิจกรรม)	- บริเวณตลิ่งชันมีอาคารสำนักงานเขตตลิ่งชันสร้างขึ้นติดกับตลาดน้ำตลิ่งชัน และอาคารที่สูงบดบังภูมิประเทศบริเวณตลาดน้ำนั้นไม่มี ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเรือนที่ประชาชนสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย ไม่มีโรงงาน ไม่มีอาคารสูงบดบังธรรมชาติ บริเวณสองฝั่งคลองยังคงมองเห็นธรรมชาติได้ดี	ปานกลาง
3. ความชัดเจนขององค์ประกอบ (ในแง่ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้า)	การตั้งร้านค้าของผู้ประกอบการบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนมากจะขายบนเรือประมาณ 28 ลำ และขายบนแพมี 12 ร้าน และร้านค้าขายบนบกมี 9 ร้าน การตั้งร้านค้าจะตั้งตามความพึงพอใจและความสะดวกของผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ มีผู้ขายของบนบก 5 หลัง ไม่มีการแยกประเภทของร้านค้า	ต่ำ
4. ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบโดยรวม (ความมีเอกภาพ)	- อาคารและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันมีลักษณะเป็นอาคารที่สร้างขึ้นถาวร เช่น อาคารของสำนักงานเขตตลิ่งชันเพียงแห่งเดียว ส่วนบริเวณใกล้เคียงเป็นบ้านเรือนที่สร้างขึ้นเพื่ออยู่อาศัยไม่มีอาคารสูงเกินจากพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร รูปร่างและรูปทรงของอาคารบ้านเรือนก็จะเป็นแบบเรียบง่ายใช้วัสดุที่เป็นธรรมชาติโดยส่วนใหญ่ สีสรรเป็นสีที่เรียบไม่ฉูดฉาดหรือเด่นชัดกับธรรมชาติและบริเวณใกล้เคียง แต่มีโรงแรมที่มีอาคารสูงเด่นกว่าสถานที่ใกล้เคียง 1 อาคาร ส่วนแพและร้านค้ามีสภาพชำรุด หลังคามีช่องโหว่ ร้านค้ามีเสวยวัสดุหักขาดการซ่อมแซม	ปานกลาง

จากตารางจะเห็นได้ว่าจะต้องมีการปรับปรุงควบคุมในด้านทัศนียภาพของสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ให้คงสภาพดั้งเดิมและธรรมชาติไว้ ขณะนี้ต้องมีการจัดระเบียบการค้าขาย รูปแบบของร้านค้า ให้มีความสวยงาม กลมกลืนกับสภาพท้องถิ่น และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

4.2.3 การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาพื้นที่ให้บรรลุเป้าหมาย รายละเอียดดังตารางที่ 4-5 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน ในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสภาพปัจจุบัน

ตารางที่ 4-5 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพ

แหล่งท่องเที่ยวในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
1. ลักษณะแพ และความปลอดภัย	- ลักษณะแพมีความคงทนถาวร มีความปลอดภัย มีหุ้้นคอยพุงการทรงตัวและการเคลื่อนไหว ใช้วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่มั่นคง แน่นหนา รูปร่างและลักษณะไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม	- ลักษณะแพมีความคงทนพิศพาไปตามกระแสน้ำและคลื่นลม รูปร่างและลักษณะไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม	- ลักษณะแพไม่มีความคงทนถาวร ใช้วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างที่ไม่มั่นคง ไม่มีความปลอดภัย
2. ท่าเรือ	- มีท่าจอดเรือที่คงทนถาวรสำหรับให้นักท่องเที่ยวขึ้น-ลง สะดวก และปลอดภัย	- มีท่าจอดเรือสำหรับให้นักท่องเที่ยวขึ้น-ลง ไม่สะดวก และสภาพการจอดเรือขวางลำน้ำ	- ไม่มีท่าจอดเรือสำหรับให้นักท่องเที่ยวขึ้น-ลง และสภาพการจอดเรือต้องใช้เทียบกับแพ และขัดขวางการคมนาคมทางน้ำของผู้อื่น

ตารางที่ 4-5 (ต่อ) แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพ
แหล่งท่องเที่ยวในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
3. เรือ	- มีเรือโดยสารสาธารณะ บริการนักท่องเที่ยวเป็นประจำ	- มีเรือโดยสารสาธารณะ บริการนักท่องเที่ยวบางเวลา ไม่แน่นอน	- ไม่มีเรือโดยสารสาธารณะ บริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ต้องเช่าหรือเหมาเรือเข้า ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเอง
4. สถานที่จอดรถ**	- สถานที่จอดรถเพียงกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยว มีสถานที่จอดรถทั้งรถยนต์ และจักรยานยนต์ ขนาดรถ ยนต์ กว้าง 3.00 ม. ยาว 8.00 ม. คอคัน จักรยานยนต์ กว้าง 1.10 ม. ยาว 1.75 - 2.35 ม. คอคัน	- สถานที่จอดรถเพียงกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่จอดรถรวม หรือ จอดซ้อนคัน	- สถานที่จอดรถไม่พอเพียง กับความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องไป หาสถานที่จอดรถเองนอก สถานที่
5. การคมนาคมและการเข้าถึง	- การคมนาคมและการเข้าถึง มีถนนลาดยาง ไม่มีหลุม มี ป้ายบอกทางตลอด มีบริการ รถ/เรือสาธารณะประจำโดยมี เวลาที่แน่นอน สามารถใช้ได้ ทุกฤดูกาล	- ถนนมีหลุมแต่ใช้ได้ทุกฤดู กาล มีป้ายบอกทางเป็นบาง ช่วง มีบริการรถ/เรือสาธารณะ บางเวลาเท่านั้น	- ถนนมีหลุม ใช้ได้บางฤดู ไม่มีป้ายบอกทางไม่มีทางเดิน ที่ชัดเจน ไม่มีบริการรถ/เรือ สาธารณะ
6. ความปลอดภัย	- มีมาตรการที่แหล่งท่องเที่ยว จัดทำขึ้นเพื่อป้องกันอันตราย อันจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว มีป้ายเตือน มีหน่วยกู้ภัย หรือ มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจตราความ ปลอดภัยเสมอ	- มีป้ายเตือนภัย มีหน่วยกู้ภัย	- ไม่มีมาตรการที่แหล่งท่องเที่ยว จัดทำขึ้นเพื่อป้องกัน อันตรายอันจะเกิดขึ้นกับนัก ท่องเที่ยว ไม่มีป้ายเตือน ไม่มี หน่วยกู้ภัย หรือเจ้าหน้าที่ที่ เกี่ยวข้องเลย
7. ลำน้ำ (สิ่งกีดขวาง/ความคดเคี้ยว)	- ไม่มีสิ่งกีดขวางลำน้ำ การ เดินทางทางน้ำยังแหล่งท่องเที่ยว สะดวก	- มีสิ่งกีดขวางลำน้ำบางช่วง จากของประชาชน และผัก คดขาวที่ เกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติ ยังคงสามารถเดิน ทางทางน้ำยังแหล่งท่องเที่ยว	- กระแสน้ำรุนแรง และสิ่งกีด ขวางลำน้ำตลอดสายจากของ ประชาชน และผักคดขาวที่ เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ยาก แก่การเดินทางทางน้ำยัง แหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-5 (ต่อ) แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพ

แหล่งท่องเที่ยวในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
8. บริการทางเรือ (อุปกรณ์)	- มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย มีผู้ช่วยตรวจสอบความปลอดภัยบนเรือคอยช่วยเหลือ	- มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย	- ไม่มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย ไม่มีผู้ช่วยตรวจสอบความปลอดภัยบนเรือคอยช่วยเหลือ
9. ถังขยะ	- มีถังขยะตั้งตามจุดต่าง ๆ มากเพียงพอ ขยะไม่ล้นออกนอกถัง มีถังขยะแยกประเภท และมีการเก็บอย่างสม่ำเสมอ	- มีถังขยะตั้งตามจุดต่าง ๆ เพียงพอ ขยะไม่ล้นออกนอกถัง การเก็บขยะไม่สม่ำเสมอ	- มีถังขยะเพียงบางแห่ง มีขยะล้นออกนอกถัง หรือมีขยะเกลื่อนกระจายเต็มพื้น
10. โครงสร้างรองรับพื้นฐาน	- มี บริการตู้ โทรศัพท์ สาธารณะอย่างเพียงพอ และใช้งานได้ตลอดไม่ชำรุด มีห้องสุขาสาธารณะที่พอเพียง กับการต้องการ มีน้ำใช้ในห้องสุขาตลอดเวลา	- มี บริการตู้ โทรศัพท์ สาธารณะ มี ห้องสุขา สาธารณะ ห้องสุขามีน้ำใช้ บางเวลา น้ำที่ต้องใช้ต้องมีการเติมน้ำให้เต็ม	- ไม่มีบริการตู้โทรศัพท์ สาธารณะ ไม่มีห้องสุขา สาธารณะ
11. การรองรับการจัดการมลภาวะ	- หน่วยงานราชการมีมาตรการในการจัดการมลภาวะที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยว มีบ่อน้ำบ่อน้ำ มีมาตรการห้ามทิ้งน้ำจากกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบ	- หน่วยงานราชการมี มาตรการในการจัดการมล ภาวะที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยว มีบ่อน้ำบ่อน้ำ มี มาตรการห้ามทิ้งน้ำจาก กิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ ประกอบการและนักท่องเที่ยว	- ไม่มีหน่วยงานราชการเกี่ยวข้องในการจัดการด้านมล ภาวะ ไม่มีที่บำบัดน้ำจาก กิจกรรมคลาสน้ำ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองวางแผนโครงการ ฝ่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, โครงการศึกษาและจัดทำระบบติดตามสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว 2539.

** ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว, 2531.

จากประเมินผลที่ได้จากการสำรวจด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ของพื้นที่
ตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันพบว่า

1. ลักษณะแพ และความปลอดภัย

ลักษณะแพ และความปลอดภัย จากการสำรวจจากพื้นที่พบว่าไม่มีความปลอดภัย ทั้งทางเดิน ทางขึ้นลง ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีทางกันและท่อน ดังรูปที่ 4-1 สภาพแพในปัจจุบันสำหรับในเรื่องสภาพปัญหาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในเรื่องแพและความปลอดภัยคิดว่ายังไม่เหมาะสมร้อยละ 17.5 กลุ่มประชาชนร้อยละ 41.3 และกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 20.4

2. ท่าเรือ เนื่องจากไม่มีท่าจอดเรือ ต้องให้เรื่อนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนขึ้น - ลง ริมแพ ทำให้ไม่สะดวกต่อการท่องเที่ยว และการจอดเรือก็ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้สัญจรลำอื่นเนื่องจากต้องขวางลำน้ำ ทำให้เรื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่จอดที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน

3. เรือ ไม่มีบริการเรือสาธารณะที่แน่นอน นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนต้องเหมาหรือว่าจ้างเป็นการส่วนตัว

4. สถานที่จอดรถ ในปัจจุบันมีสถานที่สำหรับจอดรถ แต่ไม่พอเพียงกับความต้องการและการเข้า - ออก ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่สะดวก การจราจรไม่เป็นระเบียบ จากการสำรวจสภาพปัญหาในกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสถานที่จอดรถเพิ่มร้อยละ 51.00 ในกลุ่มประชาชนร้อยละ 28.00 และในกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 58.00 และบริเวณสำนักงานเขตตลิ่งชันสามารถจอดรถได้ 61 คัน ซึ่งไม่พอเพียงกับความต้องการ

5. การคมนาคมและการเข้าถึง การเข้าถึงตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถมาได้ทั้งทางบกและทางน้ำ มีป้ายบอกทางตั้งแต่ทางเข้า แต่เส้นทางการเข้าถึงมีปัญหาโดยเฉพาะทางเข้าตลาดน้ำตลิ่งชันมีช่องการจราจรเพียงช่องเดียว แคบมากเนื่องจากมีรถจอดบนไหล่ทาง และใช้เป็นทางเข้าและออกร่วมกัน ระยะทางจากถนนบรมราชชนนี ถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน ประมาณ 1.5 กิโลเมตร และจากแยกบางขุนนนท์ ถึงตลาดน้ำประมาณ 1 กิโลเมตร และจากสถานีรถไฟธนบุรีถึงสถานีบางระมาดหน้าทำการเขตตลิ่งชันประมาณ 3.5 กิโลเมตร

6. ความปลอดภัย ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจหรือมีป้ายบอกอัตราคนขึ้น - ลงบนแพ ไม่มีอุปกรณ์กู้ภัย

7. ลำน้ำ (สิ่งกีดขวาง/ความคดเคี้ยว) แยกขวางลำน้ำ อยู่ห่างจากฝั่ง ประมาณ 8.10 เมตร มีทางน้ำเหลือประมาณ 21.10 เมตร โดยแพอาจขัดขวางการคมนาคมทางน้ำได้ กระแสน้ำไม่เป็นอันตรายต่อการคมนาคมแต่อย่างใด

8. บริการทางเรือ (อุปกรณ์) ไม่มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย หรือชูชีพให้ และไม่มีผู้ช่วยตรวจความปลอดภัยบนเรือ มีเพียงคนขับเพียงคนเดียว

9. ถังขยะ มีเพียง 4 ถัง ตั้งอยู่บนบก และมีขยะล้นนอกถัง ซึ่งไม่พอเพียง และการตั้งก็ไม่เป็นจุดที่แน่นอน ทำให้ไม่สะดวกแก่ผู้ใช้

10. โครงสร้างรองรับพื้นฐาน การบริการสาธารณะมีโทรศัพท์ และห้องน้ำ แต่โทรศัพท์ขัดข้องบ่อย ห้องน้ำต้องใช้ห้องน้ำของสำนักงานเขตตลิ่งชัน มีจำนวน 2 ห้อง ซึ่งไกลจากตลาดน้ำและไม่มีป้ายบอกทางทำให้ผู้ใช้บริการไม่ทราบว่าอยู่ที่ไหนและมีหรือไม่

11. การรองรับการจัดการมลภาวะ การรองรับและการจัดการมลภาวะในปัจจุบันไม่มีการบำบัดน้ำก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ เป็นการปล่อยลงสู่แหล่งน้ำโดยตรง ทำให้อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำในอนาคตได้

การประเมินศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 แสดงการประเมินศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก
สำหรับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นการพิจารณา	สภาพของพื้นที่ศึกษา	ระดับของศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
1. ลักษณะแพ และความปลอดภัย	- ลักษณะแพใช้วัสดุก่อสร้าง ได้แก่ หลังคาใช้จากมุงบริเวณโครงสร้างใช้ไม้ไม่มีการทาสี สำหรับท่อน้ำใช้น้ำมัน 200 ลิตรข้างละ 10 ใบ ประกอบเป็นท่อน แพมีทั้งหมด 6 แพ เป็นแพเล็ก 2 แพ แพขนาดใหญ่ 4 แพ โดยแพเล็กมีขนาดกว้าง 3 เมตร ยาว 6 เมตร แพใหญ่มีขนาดกว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร ความสูงของแพโดยเฉลี่ยสูงจากพื้นประมาณ 1.80 เมตรมีพื้นที่ในการรองรับ 1 คน คือ 0.5 ตารางเมตร นับว่าแออัดมากกว่าเกณฑ์มาตรฐาน	ต่ำ
2. ท่าเรือ	- การจอดเรือของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนต่าง ๆ ใช้วิธีการจอดเทียบกับแพ และให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนขึ้นลงแพขึ้นลงมาบนแพเอง	ต่ำ
3. เรือ	- เรือโดยสารส่วนมากจะเป็นเรือที่เหมาหรือว่าจ้างเป็นส่วนตัวไม่มีบริการเรือสาธารณะที่แน่นอน	ต่ำ

ตารางที่ 4-6 (ต่อ) แสดงการประเมินศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

สำหรับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นการพิจารณา	สภาพของพื้นที่ศึกษา	ระดับของศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
4. สถานที่จอดรถ	- สถานที่จอดรถโดยส่วนมากในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำในวันเสาร์และอาทิตย์จะมีที่จอดรถสาธารณะของสำนักงานเขตตลิ่งชันบางส่วนและตามไหล่ทางสองข้างบริเวณทางเข้าตลาดน้ำตลิ่งชัน ไม่มีการแยกประเภทของรถ สำนักงานเขตตลิ่งชันพื้นที่จอดรถ 1,104 ตารางเมตร ซึ่งสามารถจอดรถได้ 61 คัน แต่ทางสำนักงานเขตใช้จอดรถเก็บขยะไป จำนวน 20 คัน ดังนั้นจึงสามารถจอดรถได้เพียง 41 คัน ซึ่งไม่พอเพียงกับความต้องการ	ปานกลาง
5. การคมนาคมและการเข้าถึง	- บริเวณทางเข้าตลาดน้ำตลิ่งชันมีป้ายบอกทางสำหรับช่องทางการจราจรพอถึงตลาดน้ำตลิ่งชันมีทางเข้า 1 ช่องทาง ต้องสับเปลี่ยนกันเข้าออกตามความต้องการ มีบริการรถสาธารณะเป็นรถโดยสารขนาดเล็ก ทุก ๆ 10 นาทีต่อ 1 คัน ถนนเป็นถนนลาดยางตลอดสาย การเข้าถึงตลาดน้ำมี 3 ทางคือ ทางน้ำโดยเรือทางบกโดยรถยนต์ และรถไฟ	ปานกลาง
6. ความปลอดภัย	- ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่มีป้ายบอกเตือนเวลาลงแพ หรือป้ายจำกัดจำนวนคนที่แน่นอนเวลาลงแพ ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือ ไม่มีอุปกรณ์หรือทุนสำรองบริเวณข้าง ๆ แพ	ต่ำ
7. ลำน้ำ (สิ่งกีดขวาง/ความคดเคี้ยว)	- ตามลำน้ำบริเวณคลองชักพระที่จะเดินทางมายังตลาดน้ำตลิ่งชันโดยทางน้ำนั้นไม่มีฝักคดขวาง หรือสิ่งกีดขวางที่เป็นอุปสรรคต่อการไหลเวียนของน้ำ แพขึ้นลงน้ำไปประมาณ 5 เมตร จากบริเวณฝั่งยาวประมาณ 50 เมตร ความเร็วของกระแสน้ำบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน 0.0445 เมตร/วินาที	ปานกลาง
8. บริการทางเรือ (อุปกรณ์)	- บริการบนเรือโดยสารส่วนมากเรือมีที่นั่งประมาณ 40 ที่นั่ง อุปกรณ์บนเรือไม่มี และไม่มีเสื้อชูชีพให้ ไม่มีผู้บริการหรือคอยให้ความช่วยเหลือ จะมีแต่คนขับเรือเพียง 1 คน	ต่ำ

ตารางที่ 4-6 (ต่อ) แสดงการประเมินศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก
สำหรับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นการพิจารณา	สภาพของพื้นที่ศึกษา	ระดับของศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
9. ดึงขยะ	- ดึงขยะดั่งบนบก 1 จุด บางครั้งก็จะนำไปดั่งบนแพ ไม่มีที่ดั่งขยะที่แน่นอน จำนวนก็ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ในวันที่มีกิจกรรมดึงขยะจะมีเศษขยะล้นเต็มดั่ง มีดึงขยะ 2 ประเภท คือ ดึงขยะเปียก และดึงขยะแห้ง	ต่ำ
10. โครงสร้างรองรับพื้นฐาน	- โทรศัพท์สาธารณะมี 2 ตู้ แต่สามารถใช้ได้ 1 ตู้ ในบางโอกาส ห้องน้ำใช้ห้องน้ำของสำนักงานเขตตลิ่งชัน มีห้องน้ำชาย 2 ห้อง ห้องน้ำหญิง 2 ห้อง ห่างจากตลาดน้ำประมาณ 30 เมตร ไม่มีป้ายบอกทางไปห้องน้ำ	ต่ำ
11. การรองรับการจัดการมลภาวะ	- ตัวร้านค้าไม่มีการบำบัดน้ำก่อนทิ้ง ส่วนมากจะปล่อยลงสู่แม่น้ำลำคลอง 16.1% ปล่อยลงรางสาธารณะ 19 % ใส่อุ้งแล้วนำไปทิ้งลงดั่งขยะบนบก 16.1% สำหรับขยะทิ้งลงแม่น้ำ 61.3% ทิ้งลงดั่งขยะที่เทศบาลจัดให้ 16.1%	ต่ำ

ในภาพรวมศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับต่ำ ถึง 8 ประเด็น และระดับปานกลาง 3 ประเด็น ไม่มีประเด็นใดมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงถือว่าการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับบริการสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างมาก ในทุก ๆ ด้านที่สำคัญคือ จะต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยในการใช้ประโยชน์ทั้งจากแพ ท่าเรือ เรือ และการจัดการด้านมลภาวะทั้งขยะมูลฝอย และน้ำเสีย ซึ่งในปัจจุบันจัดว่าอยู่ในระดับต่ำ

4.2.2 ขีดจำกัด

การประเมินข้อจำกัดเป็นการประเมินสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ล้อมรอบทรัพยากรการท่องเที่ยวอันสามารถส่งผลกระทบให้เกิดมลภาวะทางน้ำ มลภาวะทางอากาศ มลภาวะทางเสียง มลภาวะทางดิน รวมถึงผลกระทบจากการใช้สอยพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวอันว่ามีความเหมาะสมหรือผิดพลาดต่อคุณค่าของการท่องเที่ยว ในการศึกษากำหนดเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันด้านขีดจำกัด ใน 2 ประเด็นดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 แสดงเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพ

แหล่งท่องเที่ยวด้านข้อจำกัดของพื้นที่

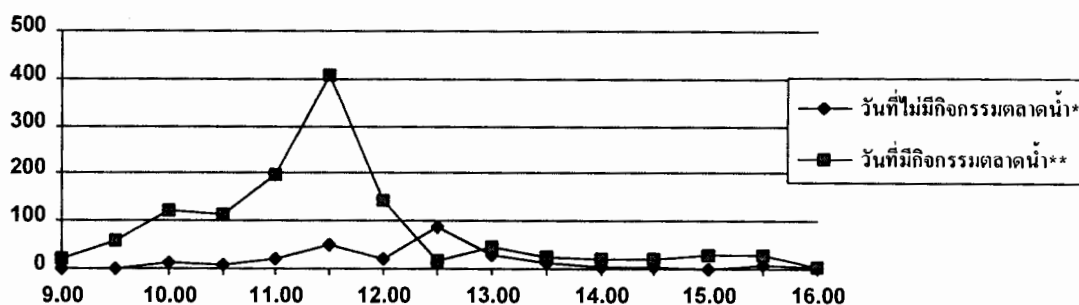
ประเด็นการพิจารณา	เกณฑ์ในการพิจารณา		
	สูง	กลาง	ต่ำ
1. ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว (ขนาดบริเวณพื้นที่)**	- นักท่องเที่ยวไม่แออัด พื้นที่เฉลี่ยต่อคนมากกว่า 1 ตารางเมตร	- นักท่องเที่ยวไม่แออัด พื้นที่เฉลี่ยต่อคนประมาณ 1 ตารางเมตร	- นักท่องเที่ยวแออัด พื้นที่เฉลี่ยต่อคนน้อยกว่า 1 ตารางเมตร
2. ความอ่อนไหวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว	- คุณภาพน้ำสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	- คุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	- คุณภาพน้ำอยู่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองวางแผนโครงการ ฝ่ายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, โครงการศึกษาและจัดทำระบบติดตามสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว 2539.

** องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, โครงการศึกษาแนวทางการจัดตั้งและออกแบบรายละเอียดอาคารและศูนย์บริการการท่องเที่ยว, 2540.

การประเมินศักยภาพของขีดจำกัดในพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเปรียบเทียบกับ 2 ประเด็นดังนี้

1. ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว สภาพปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมานั่งรับประทานอาหารบนแพ ซึ่งมีพื้นที่อยู่เพียง 228 ตารางเมตร ทำให้บางครั้งพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการนั่งรับประทานอาหาร เนื่องจากมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยมีจำนวนสูงสุดประมาณ 408 คน เวลา 11.30 - 12.00 ณ วันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำ (รายละเอียดดังภาพที่ 4-4 กราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน) ประกอบกับมีการตั้งร้านค้าของผู้ประกอบการบนแพ ทำให้พื้นที่ใช้สอยลดลง และทำให้ไม่มีความปลอดภัยในการใช้งาน



ภาพที่ 4-4 กราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

หมายเหตุ * ณ วันที่ 12 มีนาคม 2541

** ณ วันที่ 14 มีนาคม 2541

2. ความอ่อนไหวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว

สภาพความอ่อนไหวต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาตลาคน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นกับคุณภาพน้ำผิวดินในคลองชักพระ บริเวณตลาคน้ำตลิ่งชันเป็นประเด็นหลักเนื่องจากมีความสัมพันธ์โดยตรงกับกิจกรรมของตลาคน้ำ ในการศึกษาได้ทำการเก็บตัวอย่างคุณภาพน้ำผิวดินในคลองชักพระ 3 จุด คือ บริเวณวัดช่างเหล็ก เป็นจุดต้นน้ำห่างจากตลาคน้ำตลิ่งชันประมาณ 200 เมตร บริเวณตลาคน้ำตลิ่งชันและบริเวณวัดสุวรรณ เป็นจุดท้ายน้ำ ห่างจากตลาคน้ำตลิ่งชันประมาณ 200 เมตร เพื่อทำการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐาน โดยทำการเก็บตัวอย่าง 2 ครั้ง คือวันเสาร์ที่ 10 พฤษภาคม 2540 เป็นตัวแทนของวันที่มีกิจกรรมการใช้บริการตลาคน้ำสูง และวันที่ 14 พฤษภาคม 2540 เป็นตัวแทนของวันที่ไม่ค่อยมีผู้มาใช้บริการมากนัก ผลการศึกษาดังตารางที่ 4-8 ด้วยวิธีการวิเคราะห์มาตรฐาน และมาตรฐานคุณภาพแหล่งน้ำผิวดินที่มีใช้น้ำทะเลตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2537

ผลการวิเคราะห์ตัวอย่างในตารางที่ 4-8 จะพบว่ามีบางพารามิเตอร์ที่ส่งผลให้คุณภาพน้ำในวันที่มีกิจกรรมและวันที่ไม่มีกิจกรรมมีความแตกต่างกัน ของทั้ง 3 จุดที่เก็บตัวอย่าง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

คุณภาพแหล่งน้ำเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานแหล่งน้ำผิวดินที่มีใช้น้ำทะเลตามประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พบว่าทั้ง 3 จุดเก็บตัวอย่างมีคุณภาพน้ำจัดอยู่ในประเภทแหล่งน้ำผิวดินประเภทที่ 4 ซึ่งเป็นแหล่งน้ำที่เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์เพื่อการ

อุปโภคและบริโภคโดยต้องผ่านการฆ่าเชื้อโรคตามปกติและผ่านการปรับปรุงคุณภาพน้ำเป็นการพิเศษก่อน และการอุตสาหกรรมพารามิเตอร์บ่งชี้ที่สำคัญ คือ ความเป็นกรดและด่าง (pH) จากการสำรวจของทั้งสามจุดพบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 7.43-8.3 ซึ่งเมื่อเทียบกับมาตรฐานคุณภาพน้ำพบว่าอยู่ในประเภทที่ 2 คือมีค่าอยู่ระหว่าง 5.0-9.0 อุณหภูมิ (Temperature) จากการสำรวจของตัวอย่างคุณภาพน้ำทั้งสามจุดพบว่ามีค่า 29-30 เมื่อเทียบกับมาตรฐานคุณภาพน้ำพบว่าอยู่ในประเภทที่ 2 คือไม่สูงกว่าอุณหภูมิธรรมชาติเกิน 3 องศาเซลเซียส ออกซิเจนละลายน้ำ (DO) ปริมาณออกซิเจนละลายน้ำทั้ง 3 จุดนี้มีค่าอยู่ระหว่าง 3.00-3.50 mg/l ซึ่งอยู่ในมาตรฐานคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำผิวดินที่ไม่ใช่ทะเล ประเภทที่ 4 มีค่ามาตรฐาน คือ ไม่น้อยกว่า 4.0 มิลลิกรัมต่อลิตร สำหรับค่าความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (BOD) มีค่าอยู่ระหว่าง 2.135-2.190 มิลลิกรัมต่อลิตร จัดอยู่ในมาตรฐานแหล่งน้ำประเภทที่ 4 มีค่ามาตรฐาน คือ ไม่เกินกว่า 4.0 มิลลิกรัมต่อลิตร และแบคทีเรียกลุ่มโคลิฟอร์มทั้งหมดมีค่าสูงกว่า 20.000 MPN/100 มิลลิกรัมต่อลิตรของทั้ง 3 จุด ส่วนพารามิเตอร์อื่น ๆ ได้แก่ ส่วนน้ำมันและไขมันที่ไม่ได้กำหนดไว้ในมาตรฐานคุณภาพแหล่งน้ำผิวดิน แต่การวิเคราะห์ผลปรากฏว่าอยู่ระหว่าง 0.0367-0.2748 มิลลิกรัม/ลิตร ถือว่าอยู่ในเกณฑ์น้อย เช่นเดียวกับปริมาณของแข็งแขวนลอยและสารละลายที่ได้ทั้งหมด เมื่อเทียบกับมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งของอาคาร รายละเอียดดังตารางที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์ และประเมินคุณภาพน้ำบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน และจากการวิเคราะห์ผลกระทบจากกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชันว่ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่โดยดูเปรียบเทียบทั้ง 3 จุด ทั้งในช่วงที่มีกิจกรรมตลาดน้ำและไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ พบว่า กิจกรรมตลาดน้ำมีผลกระทบต่อคุณภาพน้ำคลองชักพระ คือ ปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid) คือในวันที่มีกิจกรรมมีค่า 0.3084 mg/l ส่วนในวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำมีค่า 0.2786 mg/l และฟอสเฟต (Phosphate) ในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำมีค่า 0.034 ppm/ml และในวันที่ไม่มีกิจกรรมมีค่า 0.025 ppm/ml ซึ่งในวันที่มีกิจกรรมมีค่าสูงกว่าวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ เนื่องจากน้ำมีการปนเปื้อนของการชักฟอก หรือล้างขาม หรืออาจเกิดจากจากปุ๋ยซึ่งใช้ในการเกษตร และการปล่อยน้ำเสียจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีทั้งสารอินทรีย์และอนินทรีย์จะส่งผลต่อการเน่าเสียของน้ำในคลองชักพระได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนควรมีแผนงานในการแก้ไขและรองรับกิจกรรมจากตลาดน้ำตลิ่งชัน ของพารามิเตอร์ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ ได้แก่ ฟอสเฟต (Phosphate) และปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid) โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria) ที่เกิดจากกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชัน รายละเอียดดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4 - 8 ผลการวิเคราะห์ และประเมินคุณภาพน้ำบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

พารามิเตอร์ (Parameter)	หน่วย	จุดที่ 1 บริเวณต้นน้ำ		จุดที่ 2 บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน		จุดที่ 3 บริเวณท้ายน้ำ	
		มีกิจกรรม 10 พ.ค. 2540	ไม่มีกิจกรรม 14 พ.ค. 2540	มีกิจกรรม 10 พ.ค. 2540	ไม่มีกิจกรรม 14 พ.ค. 2540	มีกิจกรรม 10 พ.ค. 2540	ไม่มีกิจกรรม 14 พ.ค. 2540
- ความเป็นกรด - ด่าง (pH)	-	8.3	7.43		7.43	8.5	7.86
- ปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid)	mg/l	0.1985	0.1905		0.2786	0.2920	0.2720
- ปริมาณสารละลายทั้งหมด (Total Dissolved Solid)	mg/l	0.07278	0.07695		0.09280	0.7278	0.8216
- อุณหภูมิ (Temperature)	°C	A = 32 W = 29	A = 30 W = 29	A = 31 W = 29.5	A = 30.5 W = 29	A = 32 W = 30	A = 31 W = 29.2
- ออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen)	mg/l	3.1	3.5	3.0	3.05	2.98	3.00
- ความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (Biological Oxygen Demand)	mg/l	2.185	2.139	2.150	2.135	2.190	2.135
- น้ำมันและไขมัน (Fat Oil & Grease)	mg/l	0.0607	0.0367	0.0895	0.0813	0.2748	0.0372
- ปริมาณ โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria)	MPN/100 ml						
E.coli		E.coli = 2,600	E.coli = 2,000	E.coli = 1,700	E.coli = 1,700	E.coli = 2,500	E.coli = 2,800
Total		Total = 22,000	Total = 24,000	Total = 28,000	Total = 27,000	Total = 35,000	Total = 35,000
- ฟอสเฟต (Phosphate)	ppm/ml	0.034	0.036	0.034	0.025	0.036	0.023
- ความเร็วพอลิเมอร์	m/sec	0.0450	0.0225	0.0445	0.0390	0.0950	0.0650

หมายเหตุ ** ปริมาณ โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria) เก็บตัวอย่างคุณภาพน้ำในวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำคือวันที่ 12 มีนาคม 2541 และวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำคือวันที่ 14 มีนาคม 2541.

เนื่องจากการเก็บเป็นครั้งแรกประสบปัญหาในการวิเคราะห์ จึงทำให้ต้องเก็บในวันที่ 12 และ 14 มีนาคม จึงทำให้ช่วงเวลาในการเก็บแตกต่างจากพารามิเตอร์อื่น

ตารางที่ 4-9 มาตรฐานคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำผิวดินเปรียบเทียบกับคุณภาพน้ำบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

พารามิเตอร์ (Parameter)	หน่วย	การแบ่งประเภทคุณภาพน้ำตามการใช้ประโยชน์แหล่งน้ำ					ผลการศึกษาคุณภาพน้ำทั้ง 3 จุด	ผลการเปรียบเทียบประเภทแหล่งน้ำ
		ประเภท 1	ประเภท 2	ประเภท 3	ประเภท 4	ประเภท 5		
- ความเป็นกรด - ด่าง (pH)	-	๓	5-9	5-9	5-9	-	7.43-8.50	ประเภทที่ 2
- ปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid)	mg/l						0.1985-0.0384	
- ปริมาณสารละลายทั้งหมด (Total Dissolved Solid)	mg/l						0.0727-0.0962	
- อุณหภูมิ (Temperature)	°C	๓	๓	๓	๓	-	29-30	ประเภทที่ 2
- ออกซิเจนละลายน้ำ (Dissolved Oxygen)	mg/l	๓	>6	>4	>2	-	3.0-3.1	ประเภทที่ 4
- ความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (Biological Oxygen Demand)	mg/l	๓	<1.5	<2.0	<4.0	-	2.135-2.190	ประเภทที่ 4
- น้ำมันและไขมัน (Fat Oil & Great)	mg/l						0.0367-0.0895	
- ปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria)	MPN/100 ml	๓	<5,000	<20,000	-	-	22,000-35,000	ประเภทที่ 5
- ฟอสเฟต (Phosphate)	ppm/ml						0.023-0.036	
- ความเร็วของกระแสน้ำ	m/sec						0.0225-0.0450	

ที่มา : พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 หน้า 137-138.

จากการตรวจสอบดังกล่าว จะเห็นว่าคุณภาพน้ำในวันที่มีกิจกรรมและไม่มีกิจกรรมไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้การดำเนินกิจกรรมอยู่ในภาวะที่แหล่งน้ำสามารถรองรับได้ การประเมินศักยภาพในด้านขีดจำกัดของพื้นที่แสดงดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 แสดงการประเมินศักยภาพด้านขีดจำกัดของพื้นที่
สำหรับการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นการพิจารณา	สภาพของพื้นที่ศึกษา	ระดับของศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
1. ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว	- นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะมานั่งรับประทานอาหารบนแพ บางครั้งพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการนั่งรับประทานอาหาร เนื่องจากจำนวนคนมากขึ้นในช่วงเวลาเพราะแพมีพื้นที่โดยรวมประมาณ 228 ตารางเมตร แต่เนื่องจากเว้นช่องทางเดินและสำหรับร้านค้าของผู้ประกอบการที่ขายบนแพจึงทำให้พื้นที่ลดลง จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจะมาสูงสุดในช่วงเวลา 11.30 - 12.00 มีจำนวน 408 คน ทำให้มีการใช้พื้นที่ 1 คนต่อ 0.5 ตารางเมตร ซึ่งมีความแออัดมากกว่าเกณฑ์มาตรฐาน	ต่ำ
2. ความไวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว	- คุณภาพน้ำในคลองชักพระอยู่ในมาตรฐานแหล่งน้ำผิวดินประเภทที่ 4 ที่เหมาะต่อการใช้อุปโภค บริโภค โดยต้องผ่านการปรับปรุงคุณภาพน้ำเป็นพิเศษ และเพื่อการอุตสาหกรรม กิจกรรมจากตลาดน้ำจากการตรวจวัดในวันที่มีกิจกรรมและไม่มีกิจกรรม พบว่าคุณภาพน้ำไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ	ต่ำ

จากการพิจารณา วิเคราะห์และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันโดยภาพรวมปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์กลาง คือ ถ้ามีการพัฒนาหรือปรับปรุงก็สามารถจะพัฒนาเป็นสถานที่เพื่อการท่องเที่ยว และแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้ในอนาคต ถ้ามีการวางแผนและจัดการที่เหมาะสม เนื่องจากมีคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง แสดงออกถึงควมมีคุณค่าในตัวเองของตลาดน้ำตลิ่งชัน แต่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกและข้อจำกัดต่ำ ถ้ามีการปรับปรุงและพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนมายังตลาดน้ำตลิ่งชัน

มากขึ้น ส่วนข้อจำกัดนั้น ต้องมีการวางแผนการรองรับมลภาวะสามารถรองรับมลภาวะที่เกิดขึ้น โดยมีการจัดการที่ถูกต้องก็จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

4.3 ผลการศึกษาด้านสภาพเศรษฐกิจสังคม และทัศนคติต่อการพัฒนา ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

การศึกษาสภาพสังคม และเศรษฐกิจ ประกอบด้วยลักษณะอาชีพ ผลผลิต รายได้ การรวมกลุ่มทางสังคม การใช้ประโยชน์ต่าง ๆ จากตลาดน้ำตลิ่งชัน ฯลฯ เพื่อดูความพร้อมของชุมชน ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเมื่อมีการพัฒนา จึงเป็นการศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหา และหาแนวทางการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต เพื่อให้เกิดการวางแผนอย่างถูกต้องและตรงตามสภาพความเป็นจริง จึงได้ทำการศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคมและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้แบบสอบถาม

จากการสำรวจภาคสนามในวันเสาร์และอาทิตย์ที่ 5 และ 6 กรกฎาคม 2540 มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชน กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน และกลุ่มผู้ประกอบการ มีผลการศึกษาที่ได้จากการออกภาคสนามในครั้งนี้ คือ

4.3.1 ทัศนคติกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนผลจากการออกภาคสนามในวันเสาร์และอาทิตย์ที่ 5 - 6 กรกฎาคม 2540 จำนวน 98 ตัวอย่าง ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 4 - 11 ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ในด้านข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนโดยส่วนใหญ่ คือ อายุ 16 - 30 ปี (ตาราง 4-11 ข้อ 2) และจะประกอบอาชีพในภาคธุรกิจ ค้าขาย บริการ เป็นส่วนใหญ่ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 55.1 (ตาราง 4-11 ข้อ 4) นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเพิ่งเคยมาตลาดน้ำตลิ่งชันร้อยละ 15.3 และมาเป็นครั้งแรกร้อยละ 22.4 (ตาราง 4-11 ข้อ 1) จึงน่าจะทำการประชาสัมพันธ์หรือชักจูงให้เกิดการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตในกลุ่มนี้ เพราะจะมีผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน สำหรับการเข้าถึงนี้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนโดยส่วนใหญ่จะเดินทาง (ตาราง 4-13 ข้อ 3) โดยรถประจำทางร้อยละ 25.5 นับว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มาก จึงจำเป็นในการบริการรถสายรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และต้องมีการพัฒนาสถานที่จอดรถเพิ่มเติมเนื่องจากการเดินทางโดยรถส่วนตัวถึงร้อยละ 67.3

ตารางที่ 4 - 11 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. เพศของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
หญิง	63	64.3	64.3
ชาย	35	35.7	35.7
			100.00
2. อายุของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
ต่ำกว่า 15 ปี	-	-	-
16 - 30 ปี	66	67.3	67.3
31 - 45 ปี	26	26.5	26.5
46 - 60 ปี	6	6.2	6.2
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	-	-	-
			100.00
3. คู่มือคำแนะนำสถานที่เกิดของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
กรุงเทพมหานคร	54	55.1	55.1
ต่างจังหวัด	44	44.9	44.9
			100.00
4. ที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
กรุงเทพมหานคร	60	61.2	61.2
ปริมณฑล	38	38.8	38.8
			100.00
5. การประกอบอาชีพ ของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
เกษตรกร	1	1.0	1.0
ประมง /เลี้ยงสัตว์	1	1.0	1.0
รับราชการ	10	10.2	10.2
รัฐวิสาหกิจ	5	5.2	5.2
รับจ้าง/บริการ	38	38.8	38.8
ค้าขาย	13	13.2	13.2
แม่บ้าน	7	7.1	7.1
นักเรียนนักศึกษา	23	23.5	23.5
			100.00
6. ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	4	4.1	4.1
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	26	26.5	26.5
อนุปริญญา	16	16.3	16.3
ปริญญาตรี	42	42.8	42.8
สูงกว่าปริญญาตรี	10	10.3	10.3
			100.00
7. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่มีต่อเส้นทางคมนาคมที่เดินทางมายังตลาดน้ำคลองชัน			
ไม่ต้อง อย่างเก๋าคิดแล้ว	41	41.9	41.9
ปรับปรุงพื้นถนน	32	32.6	32.6
เพิ่มการจราจรทางน้ำหรือเรือโดยสารให้มากกว่านี้	25	25.5	25.5
			100.00

ตารางที่ 4 - 11 (ต่อ) ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
8. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่มีต่อการใช้ประโยชน์ของตลาดน้ำในปัจจุบัน			
1. ในด้านสังคม วัฒนธรรม			
เหมาะสม	82	83.7	83.7
ไม่เหมาะสม	16	16.3	16.3
			100.00
2. ในด้านเศรษฐกิจ			
เหมาะสม	84	85.7	85.7
ไม่เหมาะสม	14	14.3	14.3
			100.00
3. ในด้านการท่องเที่ยว			
เหมาะสม	63	64.3	64.3
ไม่เหมาะสม	35	35.7	35.7
			100.00
4. ในด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม			
เหมาะสม	71	72.4	72.4
ไม่เหมาะสม	27	27.6	27.6
			100.00

สำหรับสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนตัดสินใจมายังตลาดน้ำตลิ่งชัน ดังรายละเอียดประกอบตารางที่ 4-12 เนื่องจากมีความคิดเห็นว่า (ข้อ 1) อยู่ใกล้ภูมิลำเนา ร้อยละ 34.6 สบายกว่าที่อื่นและน่าสนใจ ร้อยละ 24.3 ตรงจุดนี้คือจุดเด่นของสถานที่ จึงต้องมีการเพิ่มเติม การประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของตลาดน้ำตลิ่งชัน เพราะนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจ โดยส่วนใหญ่มีความตั้งใจแวะมาเที่ยว ทานอาหาร และพักผ่อน ร้อยละ 93.2 (ข้อ 2 เพื่อพักผ่อน 24.6 เพื่อซื้อของ 4.2 เพื่อทานอาหาร 2.8 ทั้งสามข้อ 23.7 เพื่อพักผ่อนและทานอาหาร 12.7) เพราะ (ข้อ 5) อาหารอร่อย ร้อยละ 37.7 โดยมีความสะดวกในการเข้าถึงเป็นปัจจัยพื้นฐาน ร้อยละ 24.4 และความมีคุณค่าทางวัฒนธรรมร้อยละ 15.3 สำหรับโอกาสในการกลับมา (ข้อ ข้อ 4) มีความต้องการมาอีกมีถึงร้อยละ 90.8 ถือว่ามาก โดยมีความรู้สึกต่อตลาดน้ำ คือ (ข้อ 3) ชอบมากและดีใจที่มีโอกาสมาเที่ยวร้อยละ 73.5 และสิ่งที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนให้เกิดความประทับใจ คือ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางน้ำและธรรมชาติร้อยละ 73.0 (ข้อ 6 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางน้ำ 34.1 ธรรมชาติ 38.9)

ดังนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนควรคงสภาพด้านธรรมชาติและเอกลักษณ์ท้องถิ่นมากกว่าในด้านการพัฒนาในส่วนค้าขาย เพื่อให้กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติกับบริเวณใกล้เคียง

ตารางที่ 4 - 12 แสดงทัศนคติและภาพพจน์ที่มีต่อตลาดน้ำถึงขั้นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. สาเหตุที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาเที่ยวตลาดน้ำถึงขั้น			
อยู่ใกล้ผู้มีอำนาจ	34	34.6	30.6
สวยกว่าที่อื่น หรือน่าสนใจกว่า	27	27.5	24.3
การคมนาคมสะดวก และระยะทางใกล้	20	20.4	18.1
มาทำธุรกิจเลขแวงมาเที่ยว	12	12.2	10.8
เป็นทางผ่านไปวังแหล่งท่องเที่ยวอื่น	2	2.0	1.8
บรรยากาศดี ชอบธรรมชาติ	2	2.0	1.8
ทัศนศึกษา	9	9.1	8.1
เพื่อนชวนมา	3	3.06	2.7
อาหารอร่อย	2	2.04	1.8
			100.00
2. จุดประสงค์หลักที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเดินทางมาตลาดน้ำถึงขั้น			
เพื่อพักผ่อน	29	29.5	24.6
เพื่อช้อปปิ้ง	5	5.1	4.2
ทานอาหาร	33	33.6	28
ทั้งสามข้อ	28	28.5	23.7
เพื่อพักผ่อนและทานอาหาร	15	15.3	12.7
สังเกตการณ์และศึกษาพื้นที่	5	5.1	4.3
มาดูว่าเป็นอย่างไร เคยได้ยินข่าวของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว	2	2.0	1.7
มาแบบผ่าน ๆ เลยกองจอตลอดเข้ามาดูเห็นมีคนเยอะ	1	1.0	0.8
			100.00
3. ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเมื่อมาตลาดน้ำถึงขั้น			
ผิดหวัง เพราะไม่เป็นอย่างที่คิด	13	13.3	13.3
ชอบมาก ดีใจที่มีโอกาสได้มาเที่ยว	72	73.5	73.5
เฉย ๆ	9	9.2	9.2
พอใจธรรมชาติ	2	2.0	2.0
ทุกอย่างพอใจ คือ ธรรมชาติอาหาร การบริการ สถานที่	2	2.0	2.0
			100.00
4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนในการกลับมายังตลาดน้ำ			
มาอีก	89	90.8	90.8
ไม่มา	9	9.2	9.2
			100.00

ตารางที่ 4 - 12 (ต่อ) แสดงทัศนคติและภาพพจน์ที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
5. สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาตลาดน้ำตลิ่งชัน			
สะดวกกว่าที่อื่น ๆ เพราะอยู่ในกรุงเทพฯ	24	24.4	20.6
ประหยัดค่าใช้จ่าย	12	12.2	10.3
อาหารอร่อย	37	37.7	31.9
มาเพื่อซื้อสินค้าด้านการเกษตร ผลไม้ต่าง ๆ	3	3.0	2.6
ความมีคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม	15	15.3	13.0
คำว่าการตลาดน้ำ	1	1.0	0.9
บรรยากาศริมคลอง ธรรมชาติ สถานที่	18	18.3	15.5
ลักษณะของตลาดน้ำ	1	1.0	0.9
สวนหย่อมข้าง ๆ	1	1.0	0.9
อื่น ๆ (ทุกข้อที่กล่าวมา)	2	2.0	1.7
			100.00
6. สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนนึกถึงเป็นสิ่งที่แรกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของตลาดน้ำตลิ่งชัน			
วิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางน้ำ	43	43.8	34.1
ธรรมชาติ	49	50.0	38.9
นกไม่ออก	6	6.1	4.8
สินค้าที่ขาย	22	22.2	17.6
อื่น ๆ ได้แก่ ทางรถไฟ แท้ การพบปะแลกเปลี่ยนสินค้า กว๊านเขียวเรือ ผลไม้ เรือที่สัญจรไปมา กับเรือขายสินค้า	7	7.1	5.6
			100.00

การสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4-13 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนโดยส่วนใหญ่มาตลาดน้ำตลิ่งชัน (ข้อ 1) โดยประมาณเดือนละ 1 ครั้ง หรือมาทุกเดือน ร้อยละ 24.5 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครั้งแรกมีถึงร้อยละ 22.4 นับว่ามากเป็นลำดับที่สามจึงน่าจะมีการเน้นเป้าหมายของกลุ่มที่เพิ่งเคยมาจะเป็นการชักจูงเพื่อให้มีการกลับมายังตลาดน้ำตลิ่งชันอีก ประกอบกับลักษณะการมาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (ข้อ 2) มาเป็นกลุ่มกับเพื่อนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือร้อยละ 67.3 แสดงว่าการชักจูงหรือการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอาจไม่มีผลมากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการประชาสัมพันธ์ โดยบุคคลคือผู้ที่เคยมาแล้วไปทำการบอกต่อกับบุคคลอื่นแบบปากต่อปาก ดังนั้นจะพบว่าจากการศึกษาในเรื่องการรับทราบข้อมูลของการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันจากกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจะรับทราบ (ข้อ 5) มาจากหมู่เพื่อนถึงร้อยละ 65.3 แสดงว่าบุคคลที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

ตลาดน้ำตลิ่งชันคือการประชาสัมพันธ์ด้วยบุคคล ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่ามาโดยรถส่วนตัว (ข้อ 3) ร้อยละ 67.3 มากเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญมากต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่จอดรถต้องพอเพียงกับความต้องการเพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันได้อย่างเหมาะสม ถ้าตลาดน้ำตลิ่งชันสูญหายไปจากปัจจุบัน (ข้อ 6) กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีความรู้สึกว่เสียดาย ร้อยละ 87.6 จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีจิตสำนึกในเรื่องการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม แสดงว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีทัศนคติที่ดีกับภาพลักษณ์ของตลาดน้ำในปัจจุบันและไม่อยากให้สูญหายไปซึ่งตรงกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจะให้ความร่วมมือในการพัฒนาตามแนวทางดังกล่าว

ตารางที่ 4 - 13 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. ความถี่ในการมาตลาดนัดลิ่งชัน			
เพิ่งเคยมา หรือมาเป็นครั้งแรก	22	22.4	22.4
ทุกเสาร์และอาทิตย์	14	14.3	14.3
มาทุก ๆ เดือน	24	24.5	24.5
แล้วแต่โอกาส	21	21.4	21.4
ปีละ 1 ครั้ง	3	3.1	3.1
ปีละ 2-4 ครั้ง	13	13.3	13.3
ปีละมากกว่า 5 ครั้ง	1	1.0	1.0
			100.00
2. ลักษณะของการมาตลาดนัดลิ่งชัน			
มาเป็นกลุ่มกับเพื่อนมากกว่า 5 คน	66	67.3	67.3
มาเองคนเดียว	3	3.1	3.1
มากับครอบครัวครั้งละ 2-5 คน	29	29.6	29.6
			100.00
3. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาตลาดนัดลิ่งชัน			
รถไฟ	1	1.0	1.0
รถประจำทาง	25	25.5	25.5
ทางเรือ	4	4.2	4.2
รถส่วนตัว	66	67.3	67.3
รถจักรยานยนต์	2	2.0	2.0
			100.00
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปในแหล่งท่องเที่ยวต่อวัน/ครั้ง			
ค่าอาหาร			
ต่ำกว่า 100	22	22.4	22.4
101-200	31	31.6	31.6
201-300	21	21.5	21.5
301-500	9	9.2	9.2
มากกว่า 500	15	15.3	15.3
ค่ารถ			
ต่ำกว่า 20	8	8.1	57.1
21-50	3	3.0	21.4
51-100	2	2.0	14.3
101-200	1	1.0	7.2
			100.00
ค่าเรือ			
ต่ำกว่า 50	2	2.0	50.0
200	1	1.0	25.0
300	1	1.0	25.0
			100.00

ตารางที่ 4 - 13 (ต่อ) แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
5. การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงตลาดน้ำตลิ่งชัน			
จากหมู่บ้าน	64	65.3	65.3
การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตและการท่องเที่ยว	6	6.1	6.1
จากบุคคลในครอบครัว	14	14.3	14.3
ทราบด้วยตนเอง	14	14.3	14.3
			100.00
6. ความรู้ของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนตลาดน้ำตลิ่งชันสูญหายไปจากปัจจุบัน			
เสียเลย	86	87.8	87.8
เฉยๆ	8	8.2	8.2
ไม่สนใจ	2	2.0	2.0
ไม่แน่ใจ	2	2.0	2.0
			100.00

ด้านการพัฒนาในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน รายละเอียดดังตารางที่ 4-14 มีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน (ข้อ 2) จะเกิดผลดีมากกว่าผลเสีย ร้อยละ 64.2 มากเป็นอันดับหนึ่ง และมีผลดี (ข้อ 1) ด้านวัฒนธรรมถึงร้อยละ 58.1 ผลดีในด้านเศรษฐกิจ (เพิ่มอาชีพและรายได้ 19.3 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับความนิยม 26.5) ร้อยละ 45.8 นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังมีความห่วงใยในสภาพแวดล้อมถ้ามีการพัฒนาแล้วอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้คือ เกิดขยะและน้ำเสียเพิ่มขึ้นร้อยละ 67.3 และผลเสียในด้านค่าครองชีพสูงขึ้น ในแง่เศรษฐกิจร้อยละ 11.2 สำหรับแนวทางในการพัฒนานั้นสามารถสรุปได้ เป็นประเด็นดังนี้

1. ด้านนโยบาย ได้แก่

- การเพิ่มการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของตลาดน้ำให้เด่นชัดขึ้น ทั้งจำนวนเรือ และการแต่งกายของผู้ประกอบการให้คงความเป็นเอกลักษณ์แบบไทยดั้งเดิมไว้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

- พัฒนาปรับปรุงแพ และความปลอดภัยของแพ รวมทั้งทางขึ้นลงแพ ให้มีความคงทนและได้มาตรฐาน มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทั้งวัสดุและรูปแบบ

- มาตรฐานราคาของสินค้า ให้มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

- การจัดการสภาพแวดล้อม มีการวางแผนการรองรับการจัดการมลภาวะที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

2. ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ได้แก่

- โครงการทำสถานที่จอดรถ
- โครงการจัดทำสถานที่จอดรถเพิ่มเติม
- การบริการห้องน้ำสาธารณะ
- การบริการจัดเก็บมูลฝอย และจัดตั้งถังขยะรองรับมูลฝอย

3. ด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยว

- โครงการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน
- โครงการรักษาความปลอดภัย
- โครงการจัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว
- โครงการจัดตั้งป้ายสื่อความหมาย

ตารางที่ 4 - 14 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนในเรื่องของผลที่ได้รับจากการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม			
ผลดีในด้าน			
เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค	14	14.2	11.0
พัฒนาการให้บริการของรัฐ	5	5.1	4.0
เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร	3	3.0	2.3
เพิ่มอาชีพและรายได้	19	19.3	14.9
เกิดโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	57	58.1	44.8
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับความนิยมได้ในอนาคต	26	26.5	20.5
ทุกข้อที่กล่าวมา	1	1.0	0.7
ไม่มี	2	2.0	1.5
			100.00
ผลเสียในด้าน			
เกิดน้ำเสีย/ขยะเพิ่มขึ้น	66	67.3	65.3
ค่าครองชีพสูงขึ้น	11	11.2	10.9
เสียโอกาสจากการเคยใช้ประโยชน์จากพื้นที่ด้านประมงและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	-	-	-
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินน้อยลง	3	3.0	3.0
สูญเสียแหล่งที่อยู่ของสัตว์น้ำ	-	-	-
สูญเสียด้านวัฒนธรรม	3	3.0	3.0
ไม่มี	16	16.3	15.8
ไม่ทราบ	2	2.0	2.0
			100.00

ตารางที่ 4 - 14 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
2. ความคิดเห็นเปรียบเทียบระหว่างผลดีและผลเสียต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน			
ผลดีมากว่าผลเสีย	63	64.2	64.2
เสียมากกว่าดี	5	5.1	5.1
ดีเท่ากับเสีย	11	11.3	11.3
ไม่แน่ใจ	6	6.2	6.2
ไม่มีความคิดเห็น	12	12.2	12.2
ไม่มีผลเสีย	1	1.0	1.0
			100.00
3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนในการที่จะพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน			
เห็นด้วย	83	84.7	84.7
ไม่เห็นด้วย	5	5.1	5.1
ไม่แน่ใจ	4	4.1	4.1
ไม่มีความคิดเห็น	6	6.1	6.1
			100.00
4. การได้รับประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนด้านการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว			
เป็นแหล่งซื้ออาหารและบริการอื่น ๆ	57	58.1	38.4
เป็นแหล่งพักผ่อน	73	74.4	49.3
เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้	11	11.2	7.3
ด้านท่องเที่ยว	1	1.0	0.5
ไม่มาใช้ประโยชน์	6	6.1	4.0
อื่น ๆ ได้แก่ ในแง่จิตใจทำให้รู้สึกถึงการดำเนินชีวิตของคนสมัยก่อน	1	1.0	0.5
			100.00
5. ความคิดเห็นที่ข้อสภาพปัญหาบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน			
ถนนต้องปรับปรุง			
แหล่งน้ำล้นคลองสกปรก และดินแข็ง	32	32.6	9.8
แพหนาแน่น และไม่ปลอดภัย	17	17.3	5.2
ที่จอดรถไม่ปลอดภัย	54	55.1	16.6
สถานที่จอดรถไม่พอเพียง	34	34.6	10.4
น้ำดื่มไม่พอเพียง	50	51.0	15.3
โทรศัพท์ไม่พอเพียง	10	10.2	3.0
ด้านขยะสกปรก	24	24.4	7.4
เอกลักษณ์ของตลาดน้ำยังไม่เด่นชัด	38	38.7	11.8
ทัศนียภาพ/ธรรมชาติถูกบดบัง	25	25.5	7.7
ด้านบริหารจัดการเก็บมูลฝอยไม่พอเพียง	23	23.4	7.0
	19	19.3	5.8
			100.00

ตารางที่ 4 - 14 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
6. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่มีต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงตลาดน้ำตลิ่งชัน			
ดีแล้ว	16	16.3	5.3
การคมนาคม	15	15.3	5.0
เอกลักษณ์ของตลาดน้ำ	22	22.4	7.3
แพ	53	54.0	17.5
ท่าจอดเรือ	20	20.4	6.6
สถานที่จอดรถ	25	25.5	8.3
ถึงขยะ	22	22.4	7.3
ห้องน้ำ	34	34.6	11.3
การประชาสัมพันธ์	29	29.5	9.6
ความปลอดภัย	21	21.4	6.9
จุดบริการนักท่องเที่ยว	13	13.2	4.3
ป้ายสื่อความหมายต่างๆ	17	17.3	5.6
อื่นๆ	15	15.3	5.0
			100.00
7. ความคิดเห็นของการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชัน			
1. ในด้านสังคม วัฒนธรรม			
เหมาะสม	83	83.0	83.0
ไม่เหมาะสม	17	17.0	17.0
			100.00
2. ในด้านเศรษฐกิจ			
เหมาะสม	82	82.0	82.0
ไม่เหมาะสม	18	18.0	18.0
			100.00
3. ในด้านการท่องเที่ยว			
เหมาะสม	90	90.0	90.0
ไม่เหมาะสม	10	10.0	10.0
			100.00
4. ในด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม			
เหมาะสม	62	62.0	62.0
ไม่เหมาะสม	48	48.0	48.0
			100.00

4.3.2 ทศนคติกลุ่มตัวอย่างประชาชนต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

กลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน เก็บตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 100 ตัวอย่าง รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4-15 สรุปได้ดังนี้

ประชาชนโดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครร้อยละ 86 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 2) อยู่ในแขวงคลองชักพระร้อยละ 32 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 3) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอันดับหนึ่งร้อยละ 35 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 5) จึงทำให้เป็นเขตพื้นที่สีเขียว และมีความคิดเห็นว่าจะยังคงประกอบอาชีพนี้อยู่ร้อยละ 92 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 9) นับว่าเป็นอาชีพที่มีผลต่อทัศนียภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างมาก สร้างทัศนียภาพที่ดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวได้ มีการปล่อยน้ำเสียจากการประกอบอาชีพโดยปล่อยลงสู่แหล่งน้ำลำคลองร้อยละ 22 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 7) ไม่มีการบำบัดก่อนปล่อย อาจทำให้เกิดปัญหามลภาวะทางน้ำได้ จึงควรมีแผนการจัดการรองรับทั้งในการแก้ไขปัญหาพิพาททางน้ำ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งน้ำในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน สำหรับความปลอดภัยในชุมชนนับได้ว่าไม่ค่อยมีความปลอดภัย เนื่องจากมีปัญหาจี้ ลักทรัพย์ และทำร้ายร่างกาย ความคิดเห็นในเรื่องสภาพปัญหาของชุมชน ได้แก่ ปัญหาอาชญากรรมร้อยละ 30 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 14) โดยปัญหานี้จะมีผลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย ดังนั้นต้องมีแผนการจัดการที่เหมาะสมต่อไป เมื่อมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดการในเรื่องความปลอดภัยมากขึ้น การรวมกลุ่มของชุมชนยังไม่มี ควรจัดตั้งองค์กรหรือการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคม จะทำให้นำไปสู่ความสามัคคีและก่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย

สำหรับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ก่อเจดีย์ทราย ลอยกระทง ประเพณีชักพระ ประเพณีเหล่านี้จะอนุรักษ์ไว้ เนื่องจากเป็นประเพณีที่สืบทอดมาของคนไทย ซึ่งอยู่ในกรุงเทพมหานครท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ และสังคม ทำให้หาได้ยากในปัจจุบัน เพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ประกอบกับการเดินทางสะดวกและใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อยควรมีการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีทุกช่วงเทศกาล เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไว้ให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 4 - 15 ข้อมูลพื้นฐานของประชาชน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. เพศของประชาชน			
หญิง	65	65.0	65.0
ชาย	35	35.0	35.0
			100.00
2. อายุของประชาชน			
ต่ำกว่า 15 ปี	-	-	-
15 - 30 ปี	3	3.0	3.0
31 - 45 ปี	75	75.0	75.0
46 - 60 ปี	19	16.0	16.0
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	3	3.0	3.0
			100.00
3. ภูมิลำเนาเดิมหรือสถานที่เกิดของประชาชน			
กรุงเทพมหานคร	86	86.0	86.0
ต่างจังหวัด	14	14.0	14.0
			100.00
4. ที่อยู่ในปัจจุบันของประชาชน			
อยู่ในบริเวณแขวงคลองซั๊กพระ	32	32.0	32.0
แขวงอื่น ๆ หรือเขตอื่น	68	68.0	68.0
			100.00
5. การประกอบอาชีพหลักของประชาชน			
เกษตรกรรวม	35	35.0	35.0
ประมง /เลี้ยงสัตว์	-	-	-
รับราชการ	12	12.0	12.0
รัฐวิสาหกิจ	5	5.0	5.0
รับจ้าง/บริการ	14	14.0	14.0
ค้าขาย	29	29.0	29.0
แม่บ้าน	-	-	-
ธุรกิจส่วนตัว	4	4.0	4.0
ไม่มีงานทำ	1	1.0	1.0
			100.00
6. การเดินทางไปประกอบอาชีพของประชาชน			
เดินไป	25	25.0	25.0
เรือพาย	1	1.0	1.0
รถประจำทาง	30	30.0	30.0
มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	-	-	-
เรือหางยาวรับจ้าง	17	17.0	17.0
รถแท็กซี่	-	-	-
รถส่วนตัว	27	27.0	27.0
			100.00

ตารางที่ 4 - 15 (ต่อ) ข้อมูลพื้นฐานของประชาชน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
7. การปล่อยน้ำเสียจากการประกอบอาชีพ			
ปล่อยลงสู่แหล่งน้ำโดยตรง	22	22.0	22.0
มีการกักเก็บไว้ก่อนแล้วปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ	5	5.0	5.0
ปล่อยไว้เฉย ๆ โดยไม่มีการระบายทิ้ง	17	17.0	17.0
ไม่มีน้ำเสีย	36	36.0	36.0
			100.00
8. อาชีพเสริมหรืออาชีพรองของประชาชน			
มี	42	42.0	42.0
ไม่มี	58	58.0	58.0
			100.00
9. แนวโน้มการเปลี่ยนอาชีพในปัจจุบัน			
ไม่มี	92	92.0	92.0
มี	8	8.0	8.0
			100.00
10. การศึกษาของประชาชนบริเวณตลาดน้ำคิ่งชัน			
ประถมศึกษาปีที่ 1 หรือต่ำกว่า	40	40.0	40.0
ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	20	20.0	20.0
อนุปริญญา	21	21.0	21.0
ปริญญาตรี	16	16.0	16.0
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.0	3.0
			100.00
11. ความปลอดภัยของชุมชนในรอบปีที่ผ่านมาของประชาชน			
ปล้น	-	-	-
จี้	6	6.1	54.7
ลักทรัพย์	4	4.0	36.3
ทำร้ายร่างกาย	1	1.0	9.0
			100.00
12. การจัดตั้งหรือรวมกลุ่มของประชาชนในหมู่บ้าน			
ไม่มี	100	100.0	100.00
13. การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของหมู่บ้านหรือชุมชน			
ไม่มี	100	100.0	100.00
14. ความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาในชุมชนของประชาชน			
แหล่งน้ำดำคล่องสกปรก	27	27.0	19.2
การบริการจัดเก็บมูลฝอยไม่พอเพียง	20	20.0	14.2
ขาดการบริการทางสาธารณสุข	15	15.0	10.6
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	30	30.0	21.3
ความสะดวกของการคมนาคมทางบก	4	4.0	2.8
การคมนาคมทางน้ำที่ไม่พอเพียง	21	21.0	14.9
ประปาไหลไม่สม่ำเสมอ	15	15.0	10.6
ไฟฟ้า	-	-	-
โทรศัพท์สาธารณะไม่พอเพียง	9	9.0	6.4
			100.00

สภาพปัญหาของบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันพบว่า (ตารางที่ 4-18 ข้อ 5) มีปัญหาแพในเรือความปลอดภัยและสภาพแพไม่เหมาะสมร้อยละ 56.0 สถานที่จอดรถร้อยละ 28.0 เรื่องขยะสกปรกและการจัดเก็บไม่พอเพียงร้อยละ 32.0 (ขยะสกปรก 14.0 การบริการและการจัดเก็บไม่เพียงพอ 18.0) ดังนั้นแผนพัฒนาต่างๆ ที่ประชาชนคิดว่าน่าจะพัฒนาหรือปรับปรุงเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวและเป็นแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน คือ ด้านสาธัญปโภคและสาธัญปการ ได้แก่ ถนน แหล่งน้ำ แพ สถานที่จอดรถ มีทั้งหมดร้อยละ 96.00 (ตารางที่ 4-18 ข้อ 6)

ประชาชนบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันโดยส่วนใหญ่ไม่มีการกำจัดขยะที่ถูกต้อง (ตารางที่ 4-16 ข้อ 1) จะทิ้งลงสู่แหล่งน้ำลำคลอง ร้อยละ 40 มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ แพ ร้อยละ 23.00 และทิ้งในที่รองรับที่เทศบาลมาจัดเก็บร้อยละ 23.00 จะพบว่าการกำจัดโดยวิธีดังกล่าวไม่ถูกต้องโดยเฉพาะการทิ้งลงสู่แหล่งน้ำลำคลองอาจทำให้เกิดปัญหามลภาวะทางน้ำได้ และจะส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพของตลาดน้ำให้หมดคุณค่าลงไปขัดต่อการพัฒนา และการระบายน้ำทิ้งในครัวเรือน (ตารางที่ 4-16 ข้อ 2) ของประชาชนทิ้งลงสู่แม่น้ำลำคลองร้อยละ 41 เททิ้งลงสู่พื้นดินร้อยละ 22 จะพบว่าไม่มีการบำบัดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำจะส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำเช่นเดียวกัน สำหรับการใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ (ตารางที่ 4-16 ข้อ 3) ประชาชนใช้น้ำจากคลองชักพระเพื่อใช้ในครัวเรือนร้อยละ 38.7 เพื่อการคมนาคมร้อยละ 29.8 และเพื่อการเพาะปลูก ร้อยละ 10.8 และประชาชนมาใช้ประโยชน์จากตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน (ตารางที่ 4-16 ข้อ 4) ก็เพื่อพักผ่อน มากเป็นอันดับหนึ่ง มาเพื่อซื้อของเป็นอันดับที่สอง และมาใช้ประโยชน์เพื่อการค้าขายร้อยละ 16.4 จะพบว่าตรงกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาตลาดน้ำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และกลุ่มประชาชนมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจะไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตแต่อย่างไร ร้อยละ 52 (ตารางที่ 4-16 ข้อ 5) และมีผลต่อการดำเนินชีวิตในด้านดีร้อยละ 48 รายละเอียดดังตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4 - 16 แสดงทัศนคติและภาพพจน์ที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาชน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. การกำจัดขยะจากครัวเรือนของประชาชน			
จุดหลุมฝัง	14	14.0	14.0
ทำปุ๋ยหมัก	-	-	-
เผา	23	23.0	23.0
กองไว้กลางแจ้ง	-	-	-
ทิ้งลงคูแหล่งน้ำลำคลอง	40	40.0	40.0
มีหน่วยงานเทศบาลมาเก็บ	23	23.0	23.0
			100.00
2. การระบายน้ำทั้งในครัวเรือนของประชาชน			
ทิ้งลงแม่น้ำลำคลอง	41	41.0	41.0
ปล่อยลงรางระบายน้ำสาธารณะ	26	26.0	26.0
ระบายลงสวน	10	10.0	10.0
เททิ้งบนพื้นดินแล้วปล่อยให้แห้งไปเอง	22	22.0	22.0
นำไปรดต้นไม้	1	1.0	1.0
ไม่มี	-	-	-
			100.00
3. การใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำลำคลองของประชาชน			
ดื่ม	-	-	-
ใช้ในครัวเรือน	65	65.0	38.7
เพาะปลูก	18	18.0	10.8
คมนาคม	50	50.0	29.8
ประมง	-	-	-
ไม่ได้ใช้	35	35.0	20.7
			100.00
4. การใช้ประโยชน์จากตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันของประชาชน			
ค้าขาย	45	45.0	16.4
ให้เช่ายานพาหนะ (เช่าเรือ)	4	4.0	1.5
มัลติเพล็กซ์	-	-	-
พักผ่อน	57	82.0	29.9
มาทานอาหาร	82	57.0	20.9
มาซื้อของ	74	74.0	27.0
ไม่ได้ใช้ประโยชน์สัมพันธ์กับตลาดน้ำ	12	12.0	4.3
			100.00
5. ผลกระทบต่อการประกอบอาชีพหรือการดำเนินชีวิตของประชาชนถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน			
มี	48	48.0	48.0
ไม่มี	52	52.0	52.0
			100.00

ระดับจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ณ ตลาดน้ำตลิ่งชัน สำหรับประชาชนมีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับมาก และมีความพอใจกับระดับนี้ ส่วนมากนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ วันที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาตลาดน้ำตลิ่งชันคือวันเสาร์และอาทิตย์ นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อรับประทานอาหารมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือซื้อของ และมาดูวัฒนธรรม ประเพณี ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเมื่อมายังตลาดน้ำตลิ่งชันในความคิดเห็นของกลุ่มประชาชน (ตารางที่ 4-17 ข้อ 7) พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ร้อยละ 68 และคาดว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีโอกาสกลับมาตลาดน้ำตลิ่งชันอีก สำหรับปัญหาความเดือดร้อนรำคาญจากนักท่องเที่ยวที่ประชาชนได้รับนั้นไม่มีถึงร้อยละ 100.00 (ตารางที่ 4-17 ข้อ 8) รายละเอียดดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4 - 17 แสดงทัศนคติและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. จำนวนของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันตามความคิดเห็นของประชาชน	61	61.0	61.0
มาก	18	18.0	18.0
ปานกลาง	21	21.0	21.0
น้อย			100.00
2. ความรู้สึกของประชาชนต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับปัจจุบัน			
พอใจ	98	98.0	98.0
ไม่พอใจ	2	2.0	2.0
			100.00
3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ประชาชนพบเห็นเป็นส่วนใหญ่มากที่สุดที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
เป็นคนไทยที่อยู่ในกรุงเทพฯ	100	100.0	100.0
เป็นคนไทยที่มาจากต่างจังหวัด	-	-	-
เป็นชาวต่างประเทศ	-	-	-
4. วันที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
วันธรรมดาหรือวันราชการ (จันทร์ - ศุกร์)	-	-	-
เสาร์ - อาทิตย์ สุดสัปดาห์	88	88.0	88.0
วันเทศกาล	12	12.0	12.0
			100.00
5. ความคิดเห็นของประชาชนในเรื่องความสนใจที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยว ณ ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
การซื้อของ	35	35.0	27.5
วัฒนธรรม ประเพณี	29	29.0	22.9
รับประทานอาหาร	57	57.0	44.9
นั่งเล่นหรือพักผ่อน	6	6.0	4.7
			100.00

ตารางที่ 4 - 17 (ต่อ) แสดงทัศนคติและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
6. ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว			
ชาวไทย			
มาเอง	44	44.0	44.0
ครอบครัว	53	53.0	53.0
มาเพื่อการศึกษา	2	2.0	2.0
มากับกลุ่มทัวร์	1	1.0	1.0
			100.00
ชาวต่างประเทศ			
มาเอง	16	16.0	16.0
ครอบครัว	-	-	-
มาเพื่อการศึกษา	58	58.0	58.0
มากับกลุ่มทัวร์	26	26.0	26.0
			100.00
7. ความคิดเห็นของประชาชนที่คิดว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำ			
พอใจมาก	68	68.0	68.0
ปานกลาง	24	24.0	24.0
น้อย	3	3.0	3.0
ไม่แน่ใจ	2	5.0	5.0
ไม่พอใจ	-	-	-
			100.00
8. ปัญหาความเดือดร้อนรำคาญจากนักท่องเที่ยวที่ประชาชนได้รับ			
มี	-	-	-
ไม่มี	100	100.0	100.0

ความคิดเห็นในเรื่องของการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้น ประชาชนคิดว่าจะส่งผลดีในเรื่องเศรษฐกิจร้อยละ 54.0 (ตารางที่ 4-18 ข้อ 1) ผลเสียไม่มีร้อยละ 48.0 และถ้ามีการพัฒนาแล้วไม่มีผลกระทบต่อการค้าเดินชีวิตร้อยละ 52.0 โดยคิดว่าจะก่อให้เกิดผลดีมากกว่าผลเสียร้อยละ 86.0 (ตารางที่ 4-15 ข้อ 2) โดยสรุปแล้วจะเห็นด้วยต่อการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนร้อยละ 90.0 (ตารางที่ 4-18 ข้อ 3) จึงทำให้โอกาสที่จะพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันนั้นประสบผลสำเร็จสูง เพราะประชาชนยอมรับ เนื่องจากการพัฒนาใด ๆ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมตรงตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 8 ซึ่งตรงกับการศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนี้ด้วย เนื่องจากชุมชนได้รับประโยชน์จะเห็นว่าในปัจจุบันนี้ประชาชนได้รับประโยชน์จากตลาดน้ำตลิ่งชัน

(ตารางที่ 4-15 ข้อ 4) คือ เป็นสถานที่พักผ่อนและทานอาหารร้อยละ 50.8 มากเป็นอันดับหนึ่ง (เพื่อพักผ่อน 29.9 ทานอาหาร 20.9) และเป็นสถานที่มาเพื่อซื้อของร้อยละ 27.0 ในปัจจุบันนี้ ประชาชนเห็นว่ามีการใช้ประโยชน์จากตลาดน้ำตลิ่งชัน (ตารางที่ 4-18 ข้อ 7) ในด้านสังคมและวัฒนธรรมเหมาะสมร้อยละ 86 ในด้านเศรษฐกิจเหมาะสมร้อยละ 98 ในด้านการท่องเที่ยวเหมาะสมร้อยละ 87 ในด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมเหมาะสมร้อยละ 90 ดังนั้นประชาชนจะให้ความร่วมมือในเรื่องเศรษฐกิจชุมชนสูงเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมตรงตามจุดประสงค์หลักของการศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

ตารางที่ 4 - 18 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของประชาชน

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. ความคิดเห็นของประชาชนในเรื่องของผลที่ได้รับจากการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนที่มีต่อชุมชนและสภาพแวดล้อม			
ผลดีในด้าน			
เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค	12	12.0	11.3
พัฒนาการให้บริการของรัฐ	5	5.0	4.7
เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร	17	17.0	16.0
เพิ่มอาชีพและรายได้	54	54.0	51.0
เกิดโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	8	8.0	7.5
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับความนิยม	10	10.0	9.5
			100.00
ผลเสียในด้าน			
เกิดน้ำเสีย/ขยะเพิ่มขึ้น	33	33.0	33.0
ค่าครองชีพสูงขึ้น	1	1.0	1.0
เสียโอกาสจากการเคยใช้ประโยชน์จากพื้นที่ด้านประมงและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	-	-	-
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินน้อยลง	8	8.0	8.0
สูญเสียแหล่งที่อยู่ของสัตว์น้ำ	-	-	-
คนมากขึ้นแออัด	1	1.0	1.0
ไม่มี	48	48.0	48.0
ไม่แน่ใจ	9	9.0	9.0
			100.00
2. ความคิดเห็นเปรียบเทียบระหว่างผลดีและผลเสียต่อการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของประชาชน			
ผลดีมากกว่าผลเสีย	86	86.0	86.0
เสียมากกว่าดี	4	4.0	4.0
ดีเท่ากับเสีย	1	1.0	1.0
ไม่แน่ใจ	-	-	-
ไม่มีความคิดเห็น	9	9.0	9.0
			100.00

**ตารางที่ 4 - 18 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของประชาชน**

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
3. ความคิดเห็นของประชาชนในการที่จะพัฒนาเป็นตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน			
เห็นด้วย	90	90.0	90.0
ไม่เห็นด้วย	-	-	-
ไม่แน่ใจ	-	-	-
ไม่มีความคิดเห็น	10	10.0	10.0
			100.00
4. การได้รับประโยชน์ของประชาชนถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว			
ขายอาหารและบริการอื่น ๆ	49	49.0	49.0
มรดุเทศก์	-	-	-
ขายของที่ระลึก	-	-	-
ให้เช่ายานพาหนะ	1	1.0	1.0
ขายดอกไม้และสินค้าเกษตร	34	34.0	34.0
ใช้เป็นที่พักผ่อน	16	16.0	16.0
			100.00
5. ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพปัญหาบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน			
ถนนต้องปรับปรุง	18	18.0	9.3
แหล่งน้ำล้นคลองสกปรก และคั่งเงิน	32	32.0	16.5
แพหนาแน่น และไม่ปลอดภัย	56	56.0	28.9
ท้องเรือไม่เหมาะสม และไม่ปลอดภัย	12	12.0	6.2
สถานที่จอดรถไม่พอเพียง	28	28.0	14.4
น้ำประปาไม่พอเพียง	1	1.0	0.5
น้ำดื่มไม่พอเพียง	-	-	-
โทรศัพท์ไม่พอเพียง	12	12.0	6.2
ไฟฟ้าไม่เพียงพอ	-	-	-
ด้านขยะสกปรก	14	14.0	7.2
ด้านบริการจัดเก็บขยะมูลฝอยไม่พอเพียง	18	18.0	9.3
ห้องน้ำไม่พอเพียง	3	3.0	1.5
			100.00
6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาด้านตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในอนาคต			
ดีแล้วไม่ต้องพัฒนา	4	4.0	2.7
ทำจอเรือ	9	9.0	6.0
ถนน	18	18.0	12.0
แหล่งน้ำ	26	26.0	17.3
แหล่งบริการนักท่องเที่ยว	1	1.0	0.7
แพ	62	62.0	41.3
สถานที่จอดรถ	30	30.0	20.0
ความปลอดภัยในการประกอบอาชีพ	-	-	-
			100.00

**ตารางที่ 4 - 18 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของประชาชน**

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
7. ความคิดเห็นของการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชัน			
1. ในด้านสังคม วัฒนธรรม	86	86.0	86.0
เหมาะสม	14	14.0	14.0
ไม่เหมาะสม			100.00
2. ในด้านเศรษฐกิจ			
เหมาะสม	98	98.0	98.0
ไม่เหมาะสม	2	2.0	2.0
			100.00
3. ในด้านการท่องเที่ยว			
เหมาะสม	87	87.0	87.0
ไม่เหมาะสม	13	13.0	13.0
			100.00
4. ในด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม			
เหมาะสม	90	90.0	90.0
ไม่เหมาะสม	10	10.0	10.0
			100.00

4.3.3 ทศนคติกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

การสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการค้าขายและบริการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ได้ทำการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 31 ตัวอย่าง รายละเอียดดังตารางที่ 4-19 ดังนี้

ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 46 - 60 ปี (ตารางที่ 4-19 ข้อ 2) ระดับการศึกษา (ตารางที่ 4-19 ข้อ 8) อยู่ในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า โดยอาศัยอยู่ในเขตตลิ่งชันทั้งหมด (ตารางที่ 4-19 ข้อ 4) ซึ่งอยู่ในบริเวณแขวงชักพระร้อยละ 32.2 อยู่ในแขวงใกล้เคียงร้อยละ 67.38 การประกอบอาชีพหลัก (ตารางที่ 4-19 ข้อ 5) คือ ค้าขายร้อยละ 48.4 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเสริมร้อยละ 67.8 (ตารางที่ 4-19 ข้อ 6) แนวโน้มที่จะเปลี่ยนอาชีพที่ตลาดน้ำมีร้อยละ 19.4 (ตารางที่ 4-19 ข้อ 7) เนื่องจากในปัจจุบันรายได้ที่ขายที่ตลาดน้ำลดลงส่วนใหญ่จะค้าขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ตลาดน้ำตลิ่งชันตารางที่ 4-20 แสดงทัศนคติและภาพจินตต่อตลาดน้ำตลิ่งชันสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการมาประกอบอาชีพที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน (ตารางที่ 4-20 ข้อ 1) เนื่องจากมีที่อยู่อาศัยใกล้ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นอันดับหนึ่งร้อยละ 48.4 และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี

ร้อยละ 13.0 จะเห็นว่าผู้ประกอบการมีจิตสำนึกที่ดีต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมจึงน่าจะมีการสนับสนุนและในอนาคตถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ผู้ประกอบการจะยังคงประกอบอาชีพค้าขายอยู่อีกร้อยละ 93.5 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 7) โดยตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่เพิ่มรายได้ให้กับชุมชนถึงร้อยละ 38.7 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 8) สำหรับความสะดวกในการประกอบอาชีพนั้นควรปรับปรุงร้อยละ 16.1 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 9) การกำจัดขยะของผู้ประกอบการทิ้งลงในแม่น้ำลำคลองร้อยละ 61.3 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 11) ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมาได้จึงน่าจะมีแผนพัฒนาปรับปรุงในเรื่องการจัดการรองรับด้านสภาพแวดล้อม เนื่องจากไม่เพียงพอต่อความต้องการ คือ มีการทิ้งลงถึงขยะที่เทศบาลจัดให้เพียง ร้อยละ 16.1 สำหรับการกำจัดน้ำทิ้งนั้นไม่มีการบำบัดก่อนทิ้งปล่อยลงแม่น้ำลำคลองร้อยละ 16.1 และปล่อยลงรางระบายสาธารณะร้อยละ 22.7 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 12) น่าจะมีการบำบัดก่อนปล่อย เพราะน้ำที่เหลือใช้อาจก่อให้เกิดมลพิษทางน้ำได้ในอนาคต จึงต้องมีการจัดการรองรับไว้ล่วงหน้า

ตารางที่ 4-19 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. เพศของผู้ประกอบการ			
หญิง	25	90.3	25.0
ชาย	6	19.3	6.0
			100.00
2. อายุของผู้ประกอบการ			
ต่ำกว่า 15 ปี	1	3.2	3.2
16 - 30 ปี	4	13.0	13.0
31 - 45 ปี	11	35.5	35.5
46 - 60 ปี	13	41.9	41.9
มากกว่า 60 ปี	2	6.4	6.4
			100.00
3. ภูมิลำเนาเดิมหรือสถานที่เกิดของผู้ประกอบการ			
กรุงเทพมหานคร	24	77.4	77.4
ต่างจังหวัดจังหวัด	7	22.6	22.6
			100.00
4. ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ประกอบการขณะที่ประกอบอาชีพ ณ ตลาดนัดลิ้งชั้น			
อยู่ในบริเวณแขวงคลองชักพระ	10	32.2	32.2
แขวงอื่นๆ ที่อยู่ในเขตลิ้งชั้น	21	67.8	67.8
เขตอื่นๆ	-	-	-
			100.00
5. การประกอบอาชีพหลักในครัวเรือนของผู้ประกอบการ			
เกษตรกรรม	6	19.3	19.3
ประมง/เลี้ยงสัตว์	-	-	-
รับราชการ	1	3.2	3.2
รัฐวิสาหกิจ	2	6.5	6.5
รับจ้าง/บริการ	5	16.2	16.2
ค้าขาย	15	48.4	48.4
แม่บ้าน	1	3.2	3.2
อื่นๆ	1	3.2	3.2
			100.00

ตารางที่ 4-19 (ต่อ) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
6. อาชีพเสริมหรืออาชีพรองของผู้ประกอบการ			
มี	21	67.8	67.8
ไม่มี	10	32.2	32.2
			100.00
7. แนวโน้มที่จะเปลี่ยนอาชีพของผู้ประกอบการที่กำลังทำอยู่ ณ คลาดน้ำคั้งชั้น			
ไม่มี	25	80.6	80.6
มี	6	19.4	19.4
			100.00
8. ระดับการศึกษา			
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	15	48.4	48.4
ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	11	35.5	35.5
อนุปริญญา	3	9.7	9.7
ปริญญาตรี	2	6.4	6.4
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-
			100.00
9. ลักษณะการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ ณ บริเวณตลาดน้ำคั้งชั้น			
ค้าขาย	30	96.8	96.8
ขับเรือ	1	3.2	3.2
			100.00
10. สิ่งที่ค้าขายของผู้ประกอบการ ณ คลาดน้ำคั้งชั้น			
สินค้าอุปโภค/บริโภค (อาหาร/เครื่องดื่ม)	24	77.4	77.4
ของที่ระลึก	-	-	-
สินค้าเกษตร	6	19.3	19.3
อื่นๆ ได้แก่ ขายเสื้อผ้า	1	3.2	3.2
			100.00
11. การได้มาของสินค้าที่ค้าขาย			
ปลูกเอง	8	25.7	25.7
ผลิตเอง	12	38.8	38.8
ไม่ได้ผลิตเอง (สินค้าสำเร็จรูป)	11	35.5	35.5
			100.00
12. การเดินทางมาประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ			
เรือยนต์	10	32.2	32.2
เรือพาย	7	22.6	22.6
รถยนต์	9	29.0	29.0
รถไฟ	-	-	-
เดินมา	5	16.2	16.2
			100.00

เหตุผลที่ผู้ประกอบการมาประกอบอาชีพที่ตลาดน้ำตลิ่งชันเพราะ (ตารางที่ 4-20 ข้อ 1) ที่อยู่อาศัยใกล้ตลาดน้ำตลิ่งชันมากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 48.4 อันดับสองคือเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ร้อยละ 13.0 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีจิตสำนึกที่ดีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน และมีความคิดเห็นว่าตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในแง่เศรษฐกิจได้ ซึ่งตรงกับการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ระยะเวลาที่ผู้ประกอบการประกอบอาชีพ ณ ตลาดน้ำตลิ่งชันส่วนมากประกอบอาชีพนี้มาเป็นระยะเวลา 0-5 ปี ร้อยละ 40.2 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 3) โดยจะมาในวันเสาร์และอาทิตย์ ร้อยละ 72.0 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 4) และถ้าไม่มีตลาดน้ำตลิ่งชันผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพ ณ ตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบันมีความคิดเห็นว่ายังกองประกอบอาชีพนี้อีกในสถานที่ใกล้เคียง ร้อยละ 51.7 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 2) และเหตุผลที่ผู้ประกอบการยังคงประกอบอาชีพนี้อยู่เพราะ (ตารางที่ 4-20 ข้อ 6) มีผู้ซื้อ ร้อยละ 45.2 และเป็นอาชีพที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ร้อยละ 16.1 ถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในอนาคตผู้ประกอบการยังคงประกอบอาชีพนี้อยู่ ณ ตลาดน้ำตลิ่งชันเช่นเดิม (ตารางที่ 4-20 ข้อ 7) ร้อยละ 93.5 เพราะรายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 38.7 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 8) สำหรับเรื่องความสะดวกในการประกอบอาชีพ (ตารางที่ 4-20 ข้อ 9) ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับที่ดีแล้วมากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 38.7 ในเรื่องการจัดหาน้ำเสียและกากของเสียหรือสิ่งที่เหลือใช้จากการประกอบอาชีพนั้น (ตารางที่ 4-20 ข้อ 2) ผู้ประกอบการกำจัดโดยทิ้งลงแม่น้ำลำคลองมากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 61.3 และน้ำทิ้งนั้นส่วนมากปล่อยลงรางระบายสาธารณะ ร้อยละ 22.7 (ตารางที่ 4-20 ข้อ 11) รายละเอียดดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4 - 20 แสดงทัศนคติและภาพพจน์ต่อตลาดน้ำตลิ่งชันของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. เหตุผลที่ผู้ประกอบการมาประกอบอาชีพที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี	4	13.0	13.0
การเดินทางสะดวก	3	9.6	9.6
ที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้ตลาดน้ำตลิ่งชัน	15	48.4	48.4
ทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษ	2	6.4	6.4
รายได้ดี	4	13.0	13.0
เป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้	1	3.2	3.2
ไม่ทราบจะไปทำอะไรที่ไหน	1	3.2	3.2
ชอบบรรยากาศ	1	3.2	3.2
			100.00
2. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการประกอบอาชีพนี้ถ้าไม่มีตลาดน้ำตลิ่งชัน			
ประกอบ	16	51.7	51.7
ไม่ประกอบ	14	45.1	45.1
ไม่แน่ใจ	1	3.2	3.2
			100.00
3. ระยะเวลาที่ผู้ประกอบการมาประกอบอาชีพที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
0 - 5 ปี	14	45.2	45.2
6 - 10 ปี	7	22.6	22.6
11 - 15 ปี	4	12.9	12.9
16 - 20 ปี	4	12.9	12.9
			100.00
4. เวลาที่มาประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ			
มาทุกวัน	5	16.1	16.1
มาเฉพาะเสาร์อาทิตย์	22	72.0	72.0
แล้วแต่โอกาส	4	12.9	12.9
			100.00
5. การประกอบอาชีพของผู้ประกอบการในสถานที่อื่นนอกเหนือจากที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
มี	18	58.1	58.1
ไม่มี	13	41.9	41.9
			100.00
6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ			
ราคา, ผู้ซื้อ	14	45.2	45.2
สืบทอดจากบรรพบุรุษ	5	16.1	16.1
เพื่อนแนะนำ	1	3.2	3.2
ไม่มีที่ไป	1	3.2	3.2
ถือว่ามาหักผ่อนไปในตัว	1	3.2	3.2
ใกล้บ้าน	1	3.2	3.2
หาอาชีพเสริมเลี้ยงชีพ	1	3.2	3.2
อื่น ๆ ได้แก่เจ้าหน้าที่แนะนำส่งเสริม	1	3.2	3.2
			100.00

ตารางที่ 4 - 20 (ต่อ) แสดงทัศนคติและภาพจน์ต่อตลาดน้ำถึงขั้นของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
7. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการประกอบอาชีพเดิม ณ ตลาดน้ำถึงขั้น ถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้นเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคต			
ทำ	29	93.5	93.5
ไม่ทำ	2	6.5	6.5
			100.00
8. ลักษณะของรายได้ของผู้ประกอบการในการมาประกอบอาชีพบริเวณตลาดน้ำถึงขั้น			
เพิ่มขึ้น	12	38.7	38.7
เท่าเดิม	12	38.7	38.7
ลดลง	7	22.6	22.6
			100.00
9. ความสะดวกในการประกอบอาชีพที่ตลาดน้ำถึงขั้นของผู้ประกอบการ			
ดี	12	38.7	38.7
ปานกลาง	4	12.9	12.9
ต้องปรับปรุง	5	16.1	16.1
อื่นๆ ได้แก่ คิมาก	10	32.3	32.3
10. น้ำเสียและกากของเสียหรือสิ่งที่เหลือใช้ จากการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ			
น้ำเสีย			
มี	10	32.3	32.3
ไม่มี	21	67.7	67.7
			100.00
ขยะ			
มี	20	64.5	64.5
ไม่มี	11	35.5	35.5
			100.00
11. การกำจัดขยะจากการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการ			
ขุดหลุมฝัง	-	-	-
ทำปุ๋ยหมัก	-	-	-
เผา	1	3.2	3.2
กองไว้กลางแจ้ง	-	-	-
ทิ้งลงในแม่น้ำ	19	61.3	61.3
ทิ้งลงถังขยะที่เทศบาลจัดไว้	5	16.1	16.1
ไม่มี	6	19.4	19.4
			100.00
12. การกำจัดน้ำทิ้งจากการประกอบอาชีพ			
ทิ้งลงแม่น้ำลำคลอง	5	16.1	16.1
ปล่อยลงระบายน้ำสาธารณะ	7	22.7	22.7
ใส่ถุงแล้วนำไปทิ้งลงถังขยะบนบก	5	16.1	16.1
เททิ้งบนพื้นดินแล้วปล่อยให้แห้งไปเอง	2	6.4	6.4
นำไปรดต้นไม้	-	-	-
เลี้ยงสัตว์ที่บ้าน (เลี้ยงปลา)	1	3.2	3.2
ไม่มี	11	35.5	35.5
			100.00

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการมีความคิดเห็นวาระดับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนในปัจจุบัน (ตารางที่ 4-21 ข้อ 1) อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 51.7 มากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งยังไม่เป็นที่พอใจของผู้ประกอบการ (ตารางที่ 4-21 ข้อ 2) ร้อยละ 83.9 นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนโดยส่วนใหญ่เป็นคนไทย (ตารางที่ 4-21 ข้อ 3) ที่อยู่ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 80.6 ส่วนมากนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจะมาในวันเสาร์และอาทิตย์ (ตารางที่ 4-21 ข้อ 4) ร้อยละ 96.8 เหตุผลที่มา (ตารางที่ 4-21 ข้อ 5) คือ ร้อยละ 52.5 มาเพื่อรับประทานอาหาร และผู้ประกอบการคิดว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาเพื่อวัฒนธรรมประเพณี ร้อยละ 25 มากเป็นอันดับที่สอง ในด้านความรู้สึกรักของผู้ประกอบการ (ตารางที่ 4-21 ข้อ 6) คาดว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเมื่อมาเที่ยวยังตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 42 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 45.2 และนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีโอกาสกลับมายังตลาดน้ำตลิ่งชันอีก ร้อยละ 48.4 (ตารางที่ 4-21 ข้อ 7) และผู้ประกอบการไม่ได้รับความเดือดร้อนรำคาญจากนักท่องเที่ยว ร้อยละ 90.3 (ตารางที่ 4-21 ข้อ 8) จากการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการต่อรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รายละเอียดดังตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4 - 21 ทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการต่อรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. จำนวนของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ			
มาก	6	19.3	19.3
ปานกลาง	9	29.0	29.0
น้อย	16	51.7	51.7
			100.00
2. ความรู้สึกของผู้ประกอบการต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับปัจจุบัน			
พอใจ	5	16.1	16.1
ไม่พอใจ	26	83.9	83.9
			100.00
3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการพบเห็นเป็นส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน			
เป็นคนไทยที่อยู่ในกรุงเทพฯ	25	80.6	80.6
เป็นคนไทยที่มาจากต่างจังหวัด	-	-	-
เป็นชาวต่างประเทศ	6	19.4	19.4
			100.00
4. วันที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน			
วันธรรมดาหรือวันราชการ (จันทร์ - ศุกร์)	-	-	-
เสาร์ - อาทิตย์ สุดสัปดาห์	30	96.8	96.8
วันหยุดเทศกาล	1	3.2	3.2
			100.00

ตารางที่ 4 - 21 (ต่อ) ทักษะคิของกลุ่มผู้ประกอบการต่อรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
5. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในเรื่องความสนใจที่นักท่องเที่ยว ๗ ตลาดน้ำคลึงชั้น			
การซื้อของ	8	20.0	20.0
วัฒนธรรม ประเพณี	10	25.0	25.0
รับประทานอาหาร	21	52.5	52.5
นั่งเล่น	1	2.5	2.5
			100.00
6. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว			
ชาวไทย			
มาเอง	9	26.5	26.5
ครอบครัว	24	70.5	70.5
มาเพื่อการศึกษา	-	-	-
มากับกลุ่มทัวร์	1	3.0	3.0
			100.00
ชาวต่างประเทศ			
มาเอง	2	6.2	6.2
ครอบครัว	-	-	-
มาเพื่อการศึกษา	3	9.7	9.7
มากับกลุ่มทัวร์	26	83.9	83.9
			100.00
6. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่คาดว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำ			
พอใจมาก	13	42.0	42.0
ปานกลาง	14	45.2	45.2
น้อย	1	3.2	3.2
ไม่แน่ใจ	2	6.4	6.4
ไม่พอใจ	1	3.2	3.2
			100.00
7. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในเรื่องโอกาสการกลับมาเที่ยวตลาดน้ำคลึงชั้นของนักท่องเที่ยว			
อยากมา	15	48.4	48.4
แล้วแต่โอกาส	10	32.2	32.2
ไม่มา	-	-	-
ไม่แน่ใจ	6	19.4	19.4
			100.00
8. ปัญหาความเดือดร้อนรำคาญจากนักท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการได้รับ			
ไม่มี	28	90.3	90.3
มี	3	9.7	9.7
			100.00

ในการพัฒนาผู้ประกอบการเห็นว่ามีผลดี (ตารางที่ 4-22 ข้อ 1) ในด้านเศรษฐกิจ ร้อยละ 45.2 และอาจเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับความนิยมในอนาคตร้อยละ 35.5 ในปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีการใช้ประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรมเหมาะสม ร้อยละ 83.9 (ตารางที่ 4-22 ข้อ 7) ด้านเศรษฐกิจมีความเหมาะสมร้อยละ 58.0 ด้านการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมร้อยละ 58.0 ด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสมร้อยละ 80.6 ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ส่วนผลเสีย (ตารางที่ 4-22 ข้อ 1) คือ อาจเกิดน้ำเสียและขยะเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.8 ถ้ามีการเตรียมการรองรับปัญหาผลกระทบที่ดีเหมาะสมกับพื้นที่การพัฒนาก็จะไม่ก่อให้เกิดผลเสีย โดยผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าจะถึงอย่างไรผลดีก็ย่อมมากกว่าผลเสียถึงร้อยละ 90.4 (ตารางที่ 4-22 ข้อ 2) เพราะเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพิ่มรายได้และอาชีพ และทำให้มีสถานที่พักผ่อน

ในกลุ่มผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในแผนของการพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนโดยสรุป ได้แก่

- การสร้างแพจอดเรือ
- ปรับปรุงทางขึ้น - ลงแพให้มีความปลอดภัย
- ปรับปรุงซุ้มขายของบนบก และปรับปรุงแพให้เหมาะสมกว่าในปัจจุบัน
- เพิ่มถังขยะในการรองรับขยะจากการประกอบอาชีพ

ตารางที่ 4 - 22 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
1. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในเรื่องของผลที่ได้รับจากการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนที่มีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม			
ผลดีในด้าน			
เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค	3	9.7	9.7
พัฒนาการให้บริการของรัฐ	1	3.2	3.2
เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร	-	-	-
เพิ่มอาชีพและรายได้	14	45.2	45.2
เกิดโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	1	3.2	3.2
เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับความนิยม	11	35.5	35.5
อื่น ๆ ได้แก่มีที่พักผ่อน	1	3.2	3.2
			100.00
ผลเสียในด้าน			
เกิดน้ำเสีย/ขยะเพิ่มขึ้น	12	38.8	38.8
ค่าครองชีพสูงขึ้น	2	6.4	6.4
เสียโอกาสจากการเคยใช้ประโยชน์จากพื้นที่ด้านประมงและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	-	-	-
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินน้อยลง	-	-	-
สูญเสียแหล่งที่อยู่ของสัตว์น้ำ	-	-	-
คนมากขึ้นแออัด	1	3.2	3.2
ไม่มี	16	51.6	51.6
			100.00
2. ความคิดเห็นเปรียบเทียบระหว่างผลดีและผลเสียด้านการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของผู้ประกอบการ			
ผลดีมากว่าผลเสีย	28	90.4	90.4
เสียมากกว่าดี	1	3.2	3.2
ดีเท่ากับเสีย	2	6.4	6.4
			100.00
3. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการที่จะพัฒนาเป็นตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน			
เห็นด้วย	31	100.0	100.0
ไม่เห็นด้วย	-	-	-
ไม่แน่ใจ	-	-	-
ไม่มีความคิดเห็น	-	-	-
			100.00
4. การได้รับประโยชน์ของผู้ประกอบการด้านการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว			
ขายอาหารและบริการอื่น ๆ	24	77.4	77.4
มีลูกค้าเพิ่ม	-	-	-
ขายของที่ระลึก	-	-	-
ให้เช่ายานพาหนะ	-	-	-
ขายดอกไม้และสินค้าเกษตร	7	22.6	22.6
			100.00

ตารางที่ 4 - 22 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
5. ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพปัญหาบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน			
ถนนต้องปรับปรุง	5	16.1	6.9
แหล่งน้ำลำคลองสกปรก และคั่งน้ำ	3	9.6	4.2
พาหนะแน่น และไม่ปลอดภัย	7	12.5	9.7
ที่จอดรถไม่เหมาะสม และไม่ปลอดภัย	12	38.7	16.7
สถานที่จอดรถไม่พอเพียง	18	58.0	25.0
น้ำประปาไม่พอเพียง	7	22.5	9.7
น้ำดื่มไม่พอเพียง	1	3.2	1.4
โทรศัพท์ไม่พอเพียง	2	6.4	2.8
ไฟฟ้าเพียงพอ	2	6.4	2.8
ด้านขยะสกปรก	8	25.8	11.1
ด้านบริการจัดเก็บขยะมูลฝอยไม่พอเพียง	4	12.9	5.5
ห้องน้ำไม่พอเพียง	1	3.2	1.4
อื่น ๆ เช่นการจัดตั้งถังขยะ	2	6.4	2.8
			100.00
6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว			
และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในอนาคด			
ดีแล้วไม่ต้องพัฒนา	1	3.2	2.3
ทำจอดเรือ	8	25.8	18.1
ถนน	1	3.2	2.3
แหล่งน้ำ	-	-	-
แหล่งบริการนักท่องเที่ยว	2	6.4	4.5
แพ	9	29.0	20.4
สถานที่จอดรถ	18	58.0	41.0
ความปลอดภัยในการประกอบอาชีพ	-	-	-
น้ำประปา	3	9.6	6.8
อื่น ๆ ได้แก่ ทางขึ้นลง ขุมขยของบนบก	1	3.2	2.3
ไม่ทราบ	1	3.2	2.3
			100.00
7. ความคิดเห็นของการใช้ประโยชน์ในปัจจุบันของตลาดน้ำตลิ่งชัน			
1. ในด้านสังคม วัฒนธรรม			
เหมาะสม	26	83.9	83.9
ไม่เหมาะสม	5	16.1	16.1
			100.00
2. ในด้านเศรษฐกิจ			
เหมาะสม	18	58.0	58.0
ไม่เหมาะสม	13	42.0	42.0
			100.00

ตารางที่ 4 - 22 (ต่อ) แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
ของผู้ประกอบการ

รายละเอียด	ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง		
	จำนวน	ร้อยละ	รวมร้อยละ
3. ในด้านการท่องเที่ยว			
เหมาะสม	18	58.0	58.0
ไม่เหมาะสม	13	42.0	42.0
			100.00
4. ในด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม			
เหมาะสม	25	80.6	80.6
ไม่เหมาะสม	6	19.4	19.4
			100.00

4.4 การประเมินสภาพปัญหาของการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

จากการสำรวจขั้นพื้นฐานโดยตารางประเมินศักยภาพ พบว่าบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง คือมีกิจกรรมทางประเพณี วัฒนธรรม อันเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต มีการใช้การคมนาคมทางน้ำ มีการใช้เรือพาย และประเพณีต่าง ๆ ที่คงเหลือให้เห็นในปัจจุบันในบริเวณใกล้เคียง จึงเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และในการสำรวจนั้นพบว่ามีสภาพปัญหาที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

1. ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอกับความต้องการ และจากการสำรวจโดยตารางประเมินศักยภาพพบว่า ลักษณะแพและความปลอดภัยต้องมีการปรับปรุงเนื่องจากไม่มีความปลอดภัย ทางเดินและทางขึ้นลง ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีทางกันและท่อน ไม่มีท่าจอดเรือ ต้องให้เรือนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนขึ้น - ลง ริมน้ำ ทำให้ไม่สะดวกต่อการท่องเที่ยว และการจอดเรือก็ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้สัญจรลำอื่น ๆ เนื่องจากต้องขวางลำน้ำ ทำให้เรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่จอดที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เรือ ไม่มีบริการเรือสาธารณะที่แน่นอน นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนต้องเหมาหรือว่าจ้างเป็นการส่วนตัว สถานที่จอดเรือ ไม่พอเพียงกับความต้องการ และการเข้า - ออก ตลาดน้ำตลิ่งชันไม่สะดวก การจราจรไม่เป็นระเบียบ การคมนาคมและการเข้าถึงตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถมาได้ทั้งทางบกและทางน้ำ มีป้ายบอกทางตั้งแต่

ทางเข้า แต่เส้นทางการเข้าถึงมีปัญหาโดยเฉพาะทางเข้าตลาดน้ำตลิ่งชันมีช่องการจราจรเพียงช่องเดียว แคบมากเนื่องจากมีรถจอดบนไหล่ทาง และใช้เป็นทางเข้าและออกร่วมกัน ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจหรือมีป้ายบอกอัตราคนขึ้น - ลงบนแพ ในเรื่องความปลอดภัยจึงยังไม่เหมาะสม แพยื่นขวางลำน้ำโดยอาจขัดขวางการคมนาคมทางน้ำได้ บริการทางเรือไม่มีอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัย หรือชูชีพให้ และไม่มีผู้ช่วยตรวจความปลอดภัยบนเรือ มีเพียงคนขับเพียงคนเดียวถึงขยะ ไม่พอเพียง และการตั้งก็ไม่เป็นจุดที่แน่นอน ทำให้ไม่สะดวกแก่ผู้ใช้ ห้องน้ำไกลจากตลาดน้ำและไม่มีป้ายบอกทางทำให้ผู้ใช้บริการไม่ทราบว่าอยู่ที่ไหน

2. ด้านขีดจำกัด ได้แก่ ความไวต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยว จากการตรวจสอบคุณภาพน้ำทำให้ทราบว่ากิจกรรมตลาดน้ำนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม

สำหรับจากการสำรวจทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ ประชาชน และนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน พบว่าด้านการพัฒนาในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน มีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จะเกิดผลดีมากกว่าผลเสีย และมีผลดีด้านวัฒนธรรมด้านเศรษฐกิจ

ในด้านการพัฒนาผู้ประกอบการเห็นว่าผลดีในด้านเศรษฐกิจมากเป็นอันดับหนึ่ง และอาจเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับความนิยมในอนาคตเป็นอันดับที่สอง ในปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการใช้ประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรมในปัจจุบันนี้ของตลาดน้ำตลิ่งชันเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน เพราะเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพิ่มรายได้และอาชีพ และทำให้มีสถานที่พักผ่อน

ในกลุ่มประชาชนมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้นจะส่งผลดีในเรื่องเศรษฐกิจมาก ผลเสียไม่มี และถ้ามีการพัฒนาแล้วไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต จะเห็นด้วยต่อการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

ความคิดเห็นของทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีโอกาสเป็นแหล่งเศรษฐกิจชุมชนริมน้ำ แต่ควรมีการพัฒนาในด้านสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ และการดูแลสภาพแวดล้อม

ดังนั้นสามารถสรุปแนวคิดของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 4-5 ภาพที่ 4-6 และภาพที่ 4-7 แสดงการใช้พื้นที่ของเขตตลิ่งชัน ในปัจจุบันพบว่า

ศักยภาพและการใช้พื้นที่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. พื้นที่แพ มีทั้งหมด 6 แพ ซึ่งประกอบด้วยแพขนาดเล็ก กว้าง 3 เมตร ยาว 6 เมตร จำนวน 2 แพ แพขนาดใหญ่ กว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร จำนวน 4 แพ ทำให้มีพื้นที่ทั้งหมด 228 ตารางเมตร หลังคาใช้จากมุง โครงสร้างใช้ไม้เป็นส่วนประกอบ สำหรับทุนใช้ถังน้ำมัน 200 ลิตร ข้างละ 10 ใบ ประกอบเป็นทุน ความสูงของแพโดยเฉลี่ยสูงจากพื้นประมาณ 1.80 เมตร
2. ทางขึ้น - ลง แพ ไม่มีราวกัน ใช้ไม้เป็นพื้นรองรับ โดยมีขนาดกว้าง 1.00 เมตร ยาว 5 เมตร
3. สวนสาธารณะ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,054 ตารางเมตร โดยมีขนาดกว้าง 17 เมตร ยาว 12 เมตร มีสระน้ำกว้าง เมตร ยาว เมตร ริมถนนรถไฟเป็นพื้นที่ว่างซึ่งเป็นของสาธารณะ โดยมีขอบเขตจากรางรถไฟไปข้างละ 30 เมตร
4. ที่จอดรถ ในปัจจุบันสำนักงานเขตตลิ่งชันมีพื้นที่จอดรถ จำนวน 1,104 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ จำนวน 61 คัน ดังภาพที่ 4-8 แสดงการใช้พื้นที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน
5. คลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน กว้าง 29.20 เมตร มีแพยื่นขวางลำน้ำ โดยแพอยู่ห่างจากฝั่งประมาณ 8.10 เมตร ทำให้มีทางน้ำเหลือประมาณ 21.10 เมตร

สภาพปัญหา ในด้านการใช้พื้นที่ พบว่า

1. พื้นที่แพ ไม่ปลอดภัย เพราะไม่มีราวกัน ประกอบกับ จำนวนพื้นที่รองรับแออัดมาก จากจำนวนนักท่องเที่ยวในวันที่มีกิจกรรมมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในช่วงเวลา 11.30 - 12.00 มีจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนสูงสุด จำนวน 408 คน โดยมาตรฐานการใช้พื้นที่ 1 ตารางเมตร ต่อ 1 คน (องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, โครงการศึกษาแนวทางการจัดตั้งและออกแบบรายละเอียดอาคารและศูนย์บริการการท่องเที่ยว, 2540.) ดังนั้นการใช้พื้นที่ของแพสามารถรองรับได้เพียง 228 คนเท่านั้น ซึ่งทำให้พื้นที่รองรับบนแพนั้นไม่พอเพียง และ

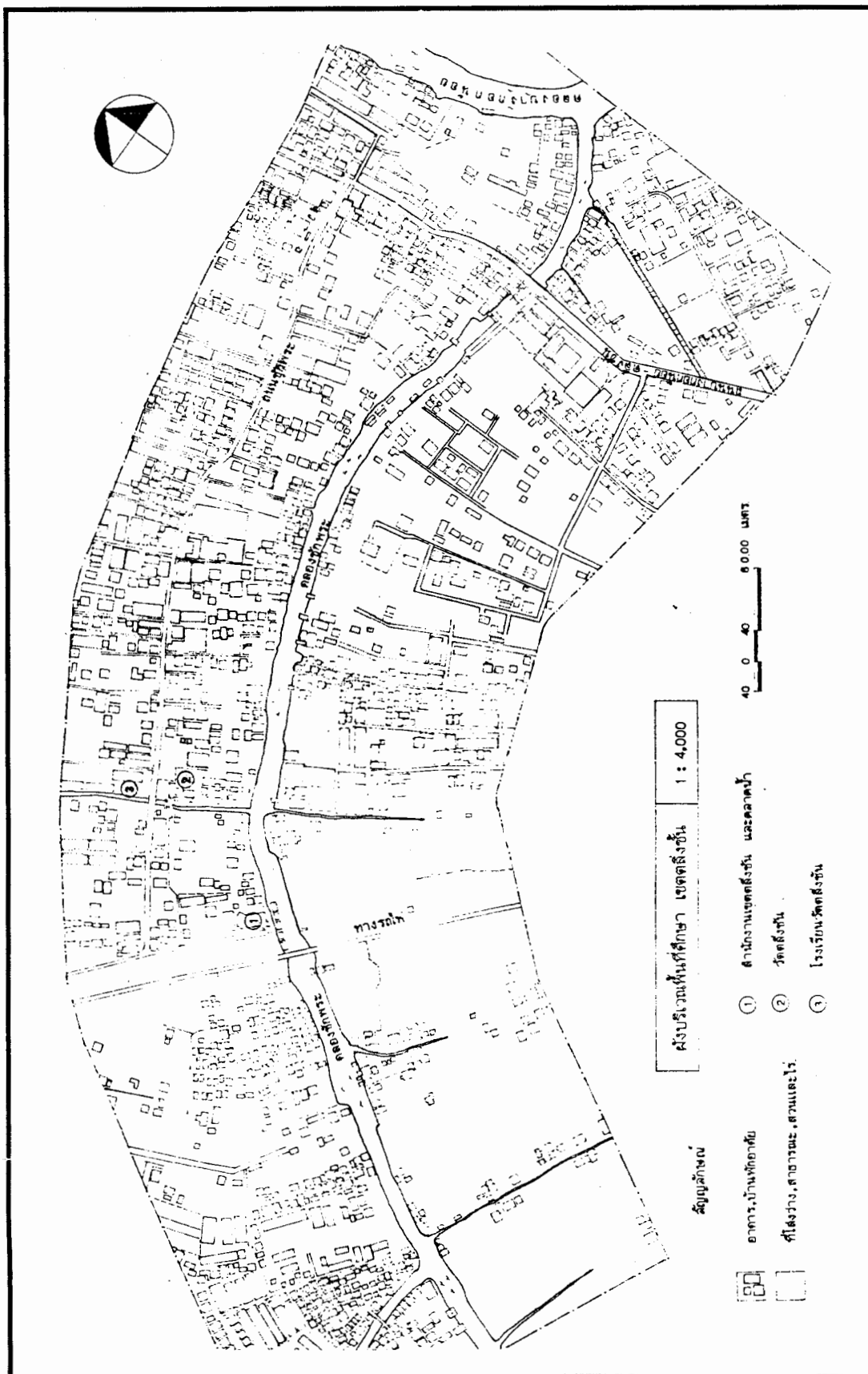
เนื่องจากมีร้านค้าผู้ประกอบการขายบนแพด้วย จึงทำให้พื้นที่ใช้สอยลดน้อยลง ทำให้มีความแออัดมากขึ้น

2. ทางขึ้น - ลง แพ ไม่ปลอดภัย ไม่มีราวกัน และไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถเดินสวนกันได้ ควรมีขนาดมาตรฐาน คือ กว้าง 1.20 เมตรเป็นต้นไป (ภาควิชาภูมิสถาปัตย์- กรมคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว, 2531.)

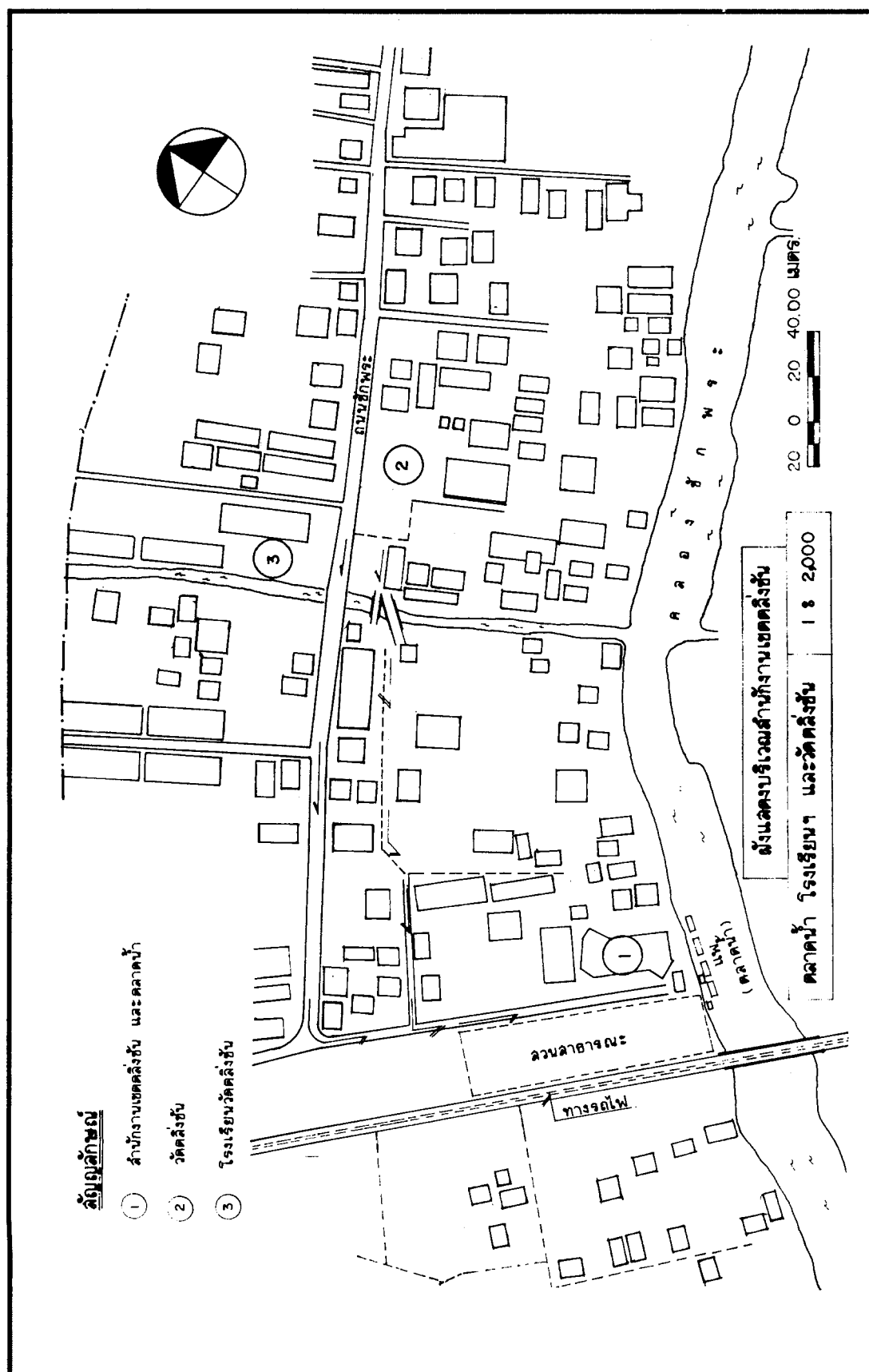
3. สวนสาธารณะ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,054 ตารางเมตร โดยมาตรฐานการใช้พื้นที่สวนสาธารณะของกรมผัง กำหนดไว้ว่าควรมีพื้นที่การใช้ประโยชน์จากสวนสาธารณะ 2.00 ตารางเมตร ต่อ 1 คน (กรมผังเมือง, วิสัยทัศน์สำหรับกทม. 2538 -2540.) ดังนั้นรองรับได้ 527 คน แต่ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมายังตลาดน้ำ จำนวน 1,234 คน ต่อ วัน (ณ วันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำเสาร์ที่ 14 มีนาคม 2541 ตั้งแต่เวลา 9.00 - 16.00 น.)

4. ที่จอดรถ ในปัจจุบันสำนักงานเขตคลองสานมีพื้นที่จอดรถ จำนวน 1,104 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ จำนวน 61 คัน จากมาตรฐานการจัดพื้นที่จอดรถ 1 คัน ต่อ 18 ตารางเมตร คือ กว้าง 3 เมตร ยาว 6 เมตร (ภาควิชาภูมิสถาปัตย์กรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว, 2531.) และเป็นที่จอดรถเก็บขยะ จำนวน 20 คัน ทำให้จอดรถได้น้อยลง ซึ่งไม่พอเพียงแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน โดยจากการสำรวจสภาพปัญหา พบว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเดินทางมาโดยรถส่วนตัวมากเป็นอันดับหนึ่งถึงร้อยละ 65

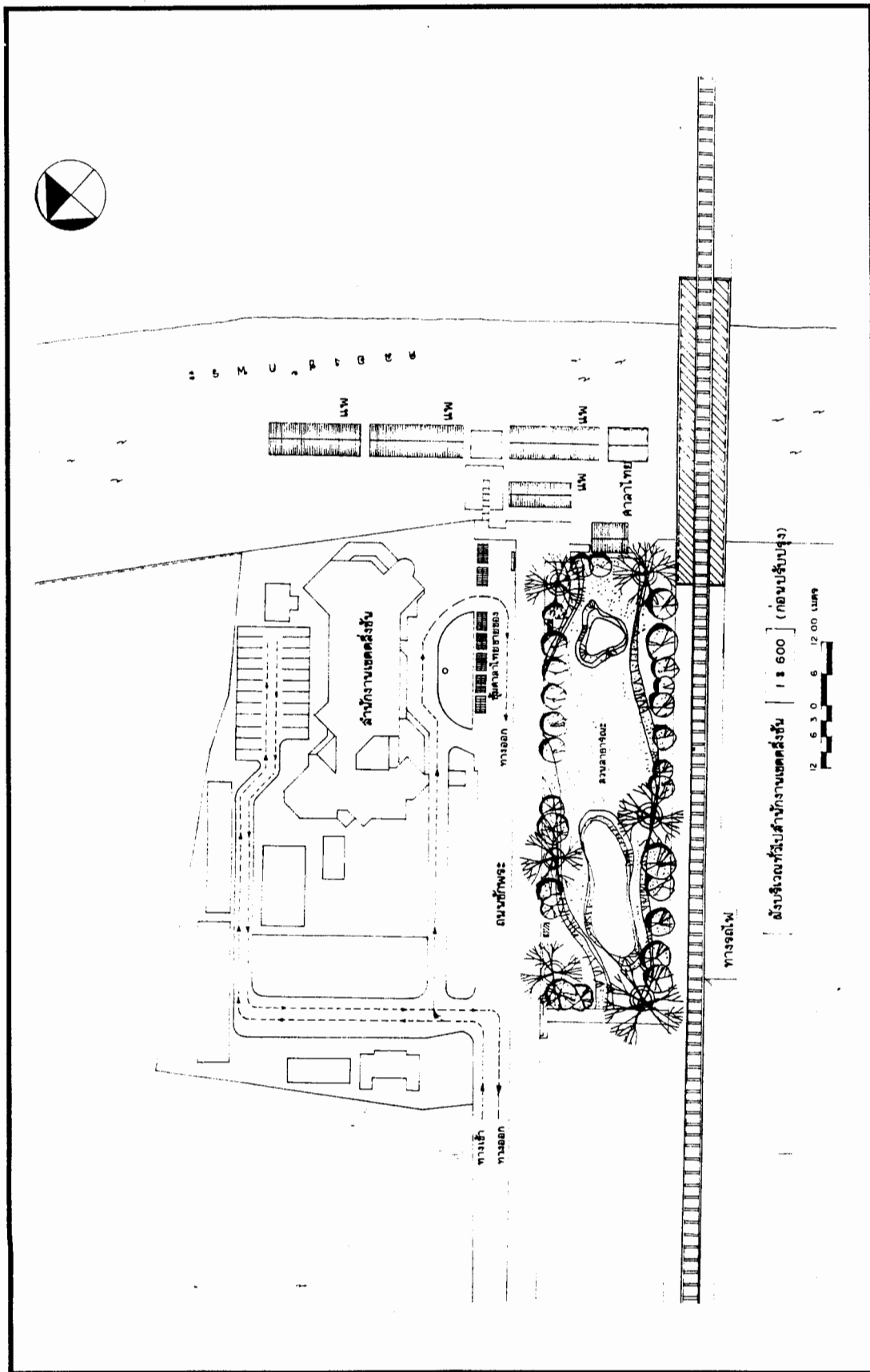
5. จากการสำรวจคุณภาพน้ำ พบว่า กิจกรรมตลาดน้ำมีผลกระทบต่อคุณภาพน้ำคลองชักพระ คือ ได้แก่ ฟอสเฟต (Phosphate) และปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid) โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria) ที่เกิดจากกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำให้ถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำต้องมีการวางแผนจัดการในด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการท่องเที่ยวตามมา และความเร็วของกระแสน้ำ ในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำ 0.0445 เมตรต่อวินาที และในวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ 0.0390 เมตรต่อวินาที เนื่องจากในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำจะมีเรือวิ่งเข้ามาและไม่มีการชลความเร็วจะส่งผลกระทบต่อกิจกรรมตลาดน้ำด้วยเช่นกัน



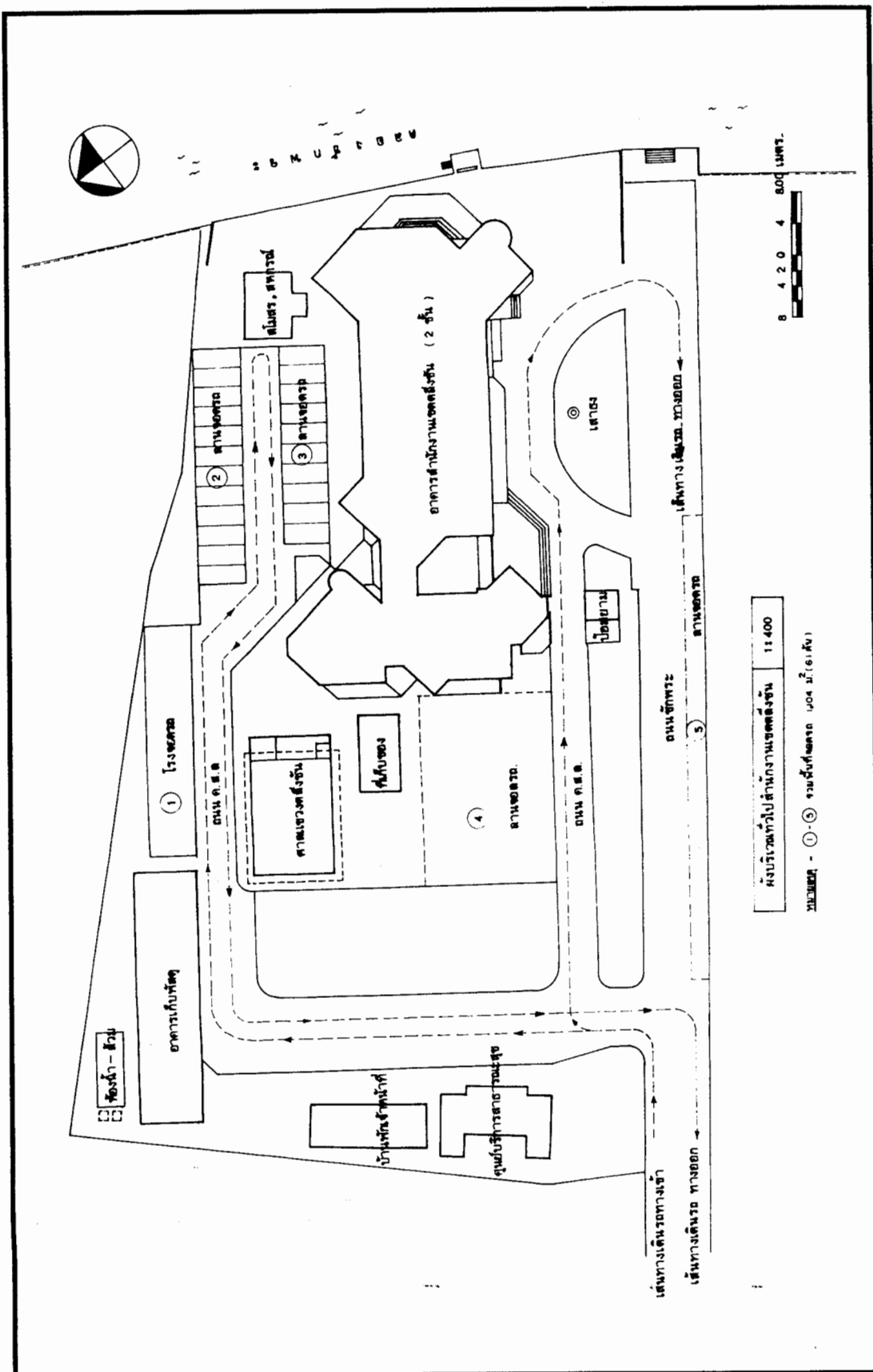
ภาพที่ 4-5 แสดงการใช้พื้นที่โดยรวมของเขตตลิ่งชัน



ภาพที่ 4-6 แสดงขอบเขตและการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ศึกษาในปัจจุบันของตลาดน้ำคลังขึ้น วัดคลังขึ้น และโรงเรียนวัดคลังขึ้น



ภาพที่ 4-7 แสดงการใช้พื้นที่บริเวณตลิ่งน้ำตลิ่งชันในปัจจุบัน ก่อนการปรับปรุง



ภาพที่ 4-8 แสดงการใช้พื้นที่ของสำนักงานเขตตลิ่งชัน

สภาพปัญหาจากการสำรวจความคิดเห็น ในกลุ่มประชาชน นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน และผู้ประกอบการ พบว่า มีปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

1. แพหนาแน่นและไม่ปลอดภัย ร้อยละ 55.1
2. สถานที่จอดรถไม่พอเพียง ร้อยละ 51.0
3. ขยะสกปรก และที่รองรับไม่พอเพียง ร้อยละ 38.7

- กลุ่มประชาชน

1. แพหนาแน่นและไม่ปลอดภัย ร้อยละ 56.0
2. แหล่งน้ำลำคลองสกปรก ร้อยละ 32.0
3. สถานที่จอดรถไม่พอเพียง ร้อยละ 28.0

- กลุ่มผู้ประกอบการ

1. สถานที่จอดรถไม่พอเพียง ร้อยละ 58.0
2. ที่จอดเรือไม่เหมาะสมและไม่ปลอดภัย ร้อยละ 38.7
3. แพหนาแน่นและไม่ปลอดภัย ร้อยละ 22.5

โดยสรุปสภาพปัญหาจากทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนประชาชน ผู้ประกอบการ คือ

1. ปัญหาด้านแพ คือ หนาแน่น และไม่ปลอดภัย กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 55.1 กลุ่ม ประชาชน ร้อยละ 56.0 ผู้ประกอบการ ร้อยละ 22.5
2. ปัญหาสถานที่จอดรถไม่พอเพียง กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 51.0 กลุ่มประชาชน ร้อยละ 28.0 ผู้ประกอบการ ร้อยละ 58.0
3. ปัญหาด้านคุณภาพน้ำ พบว่าผู้ประกอบการกำจัดขยะโดยทิ้งลงในแม่น้ำ มากเป็นอันดับหนึ่ง ถึงร้อยละ 61.3 และกำจัดน้ำทิ้งโดยการทิ้งลงคลองด้วยเช่นกัน ร้อยละ 16.1 ประชาชนบริเวณตลาดน้ำกำจัดขยะโดยทิ้งลงในแม่น้ำ มากเป็นอันดับหนึ่ง ถึงร้อยละ 40.0 และกำจัดน้ำทิ้งโดยการทิ้งลงคลองด้วยเช่นกัน ร้อยละ 41.0 ทำให้มีผลต่อคุณภาพน้ำโดยตรง จึงต้องมีแนวทางในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตามมา

แนวทางแก้ไข เพื่อพัฒนาตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยว คือ

1. มีการปรับปรุงแพ และทำ Board Walk เพื่อขยายพื้นที่รองรับ และให้ผู้ประกอบการขายของในเรือ เพื่อให้ที่นั่งบนแพมีพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และปรับปรุงรูปแบบแพให้เข้ากับสภาพ

แวดล้อมและมีความปลอดภัยมากขึ้น ดังภาพที่ 4-9 แสดงการปรับปรุงพื้นที่บริเวณตลาดน้ำวัดคลัง

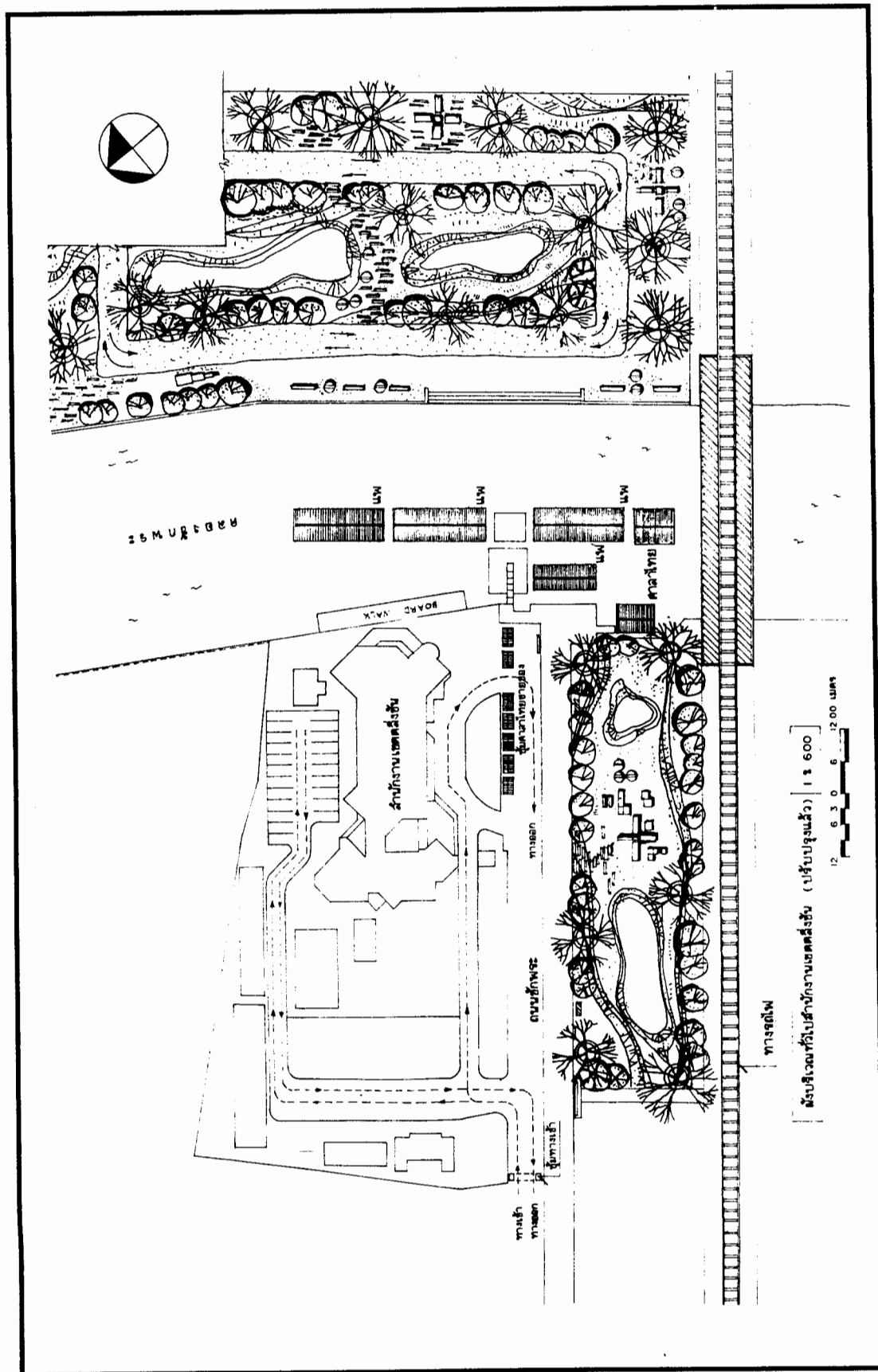
2. ปรับปรุงทางขึ้นลงให้ได้มาตรฐาน โดยมีขนาด กว้าง 1.50 เมตร และปลอดภัยสามารถเดินสวนกันได้

3. จัดหาสถานที่จอดรถเพิ่มขึ้น โดยใช้สถานที่จอดรถของโรงเรียนวัดคลัง และวัดคลัง ซึ่งอยู่ห่างจากตลาดน้ำเพียง 200 เมตร และมีทางเดินเลียบบคลองตลอดจากวัดคลังมายังตลาดน้ำ โดยวัดคลังมีพื้นที่จอดรถ 1,200 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ 67 คัน และโรงเรียนวัดคลังมีพื้นที่จอดรถ 675 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ 38 คัน ดังภาพที่ 4-10 แสดงผังบริเวณโรงเรียนวัดคลัง และวัดคลัง

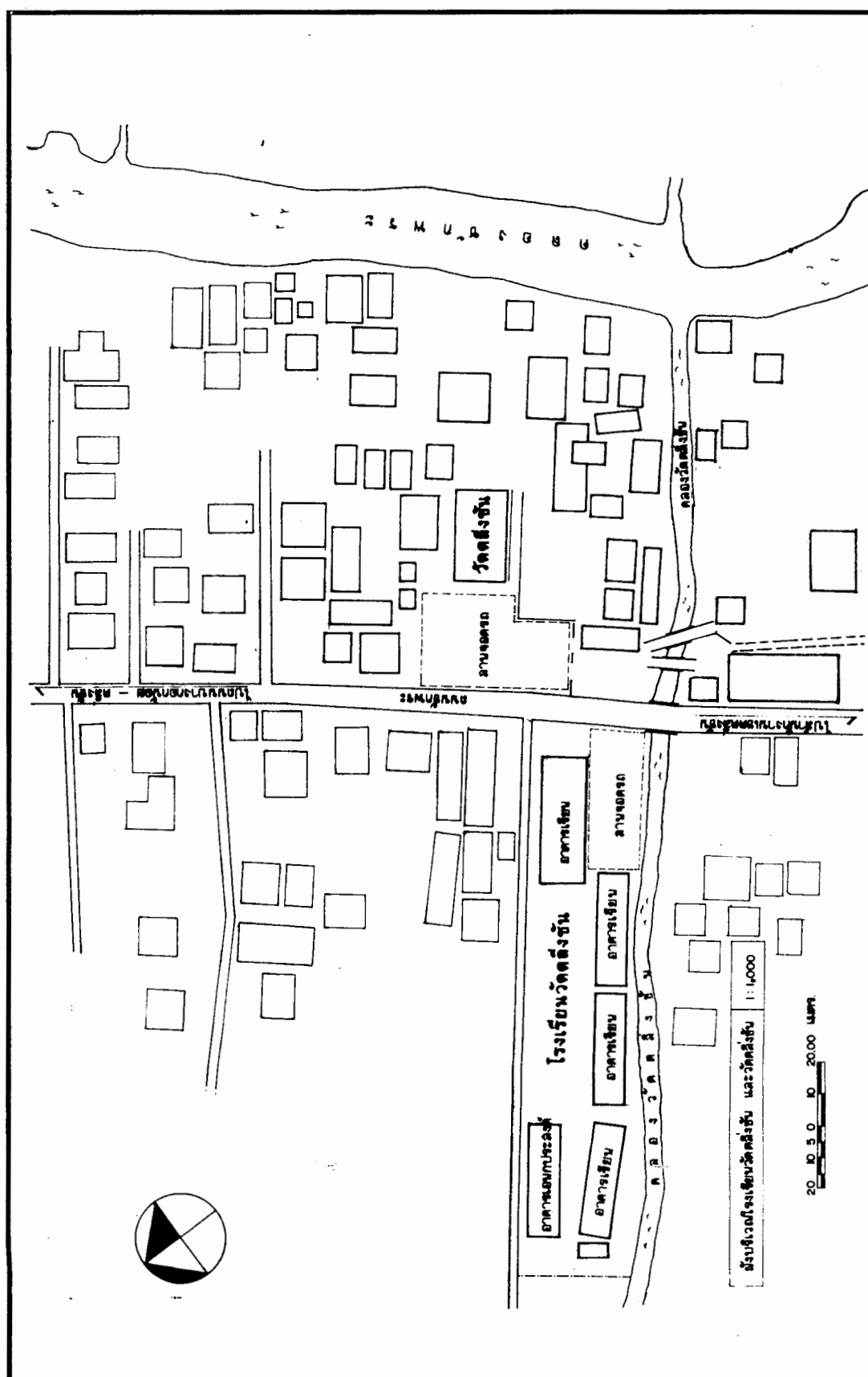
4. เพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพมากขึ้น โดยใช้พื้นที่ว่างจากริมถนนรถไฟเป็นระยะห่าง 30 เมตร และพื้นที่ฝั่งตรงข้ามตลาดน้ำในปัจจุบันที่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์ ซึ่งมีพื้นที่ กว้าง 60 เมตร ยาว 120 เมตร ซึ่งเป็นของประชาชนในเขตพื้นที่บางกอกน้อย รวมพื้นที่ทั้งหมด 7,200 ตารางเมตร

5. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ขยะมูลฝอย น้ำทิ้งจากกิจกรรมตลาดน้ำและครัวเรือน

6. การจัดการด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยมีรายละเอียดของแนวคิดพอสรุปได้ ดังตารางที่ 4-23 สรุปศักยภาพของพื้นที่และแนวคิดของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ



ภาพที่ 4-9 แสดงการปรับปรุงการใช้พื้นที่บริเวณตลาดน้ำคลอง



ภาพที่ 4-10 ผู้บริหารโรงเรียนวัดลิ้งชัน และวัดลิ้งชัน

ตารางที่ 4 - 23 สรุปศักยภาพของพื้นที่และแนวคิดของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

ศักยภาพและการใช้พื้นที่ในปัจจุบัน	สภาพปัญหา	แนวทางแก้ไข
1. แอ มีทั้งหมด 6 แอ ซึ่งประกอบด้วย - แพนนาเล็ก กว้าง 3 เมตร ยาว 6 เมตร จำนวน 2 แอ - แพนนาใหญ่ กว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร จำนวน 4 แอ มีพื้นที่ทั้งหมด 228 ตารางเมตร หลังคาใช้ปูน โครงสร้างใช้ไม้เป็นส่วนประกอบ สำหรับพื้นที่ใช้สอย 200 ตารางเมตร 10 ไร่ ประกอบด้วยพื้นที่ ความสูงของเพดานโดยเฉลี่ยสูงจากพื้นประมาณ 1.80 เมตร 2. ทางขึ้น - ลง แอ ไม่มีราวบันได ใช้ไม้ป่นพื้นรองรับ โดยมีขนาดกว้าง 1.00 เมตร ยาว 5 เมตร 3. สวนสาธารณะ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,054 ตารางเมตร โดยมีขนาดกว้าง 17 เมตร ยาว 12 เมตร ริมถนนรถไฟเป็นพื้นที่ว่างซึ่งเป็นของสาธารณะ โดยมีขอบเขตการรกรงไฟไปข้างละ 30 เมตร 4. ที่จอดรถ ในปัจจุบันสำนักงานเขตคลังรังมีพื้นที่จอดรถ จำนวน 1,104 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ จำนวน 61 คัน (กว้าง 3 ม. ยาว 6 ม.) 5. คลองชักพระ หน้าสำนักงานเขตคลังรัง กว้าง 29.20 เมตร มีเพดานขวางลำน้ำ โดยอยู่ห่างจากฝั่งประมาณ 8.10 เมตร ทำให้มีทางน้ำเหลือประมาณ 21.10 เมตร	ด้านการใช้พื้นที่ พบว่า 1. แอ ไม่ปลอดภัย ไม่มีราวบันได พื้นรองรับแออัดมาก จากจำนวนนักท่องเที่ยวในวันที่มีกิจกรรมมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในช่วงเวลา 11.00 - 13.00 มีจำนวนนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนสูงสุด จำนวน 408 คน แอสามารถรองรับได้เพียง 228 คนเท่านั้น 2. รั้วกั้นผู้ประกอบการขายกาแฟ จึงทำให้พื้นที่ใช้สอยแคบลง ทำให้มีความแออัดมากขึ้น 3. ทางขึ้น - ลง แอ ไม่ปลอดภัย ไม่มีราวบันได และไม่มีมาตรฐาน ไม่สามารถเดินสวนกันได้ ความไม่ปลอดภัย คือ กว้าง 1.50 เมตรเป็นส่วนใหญ่ 3. สวนสาธารณะ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,054 ตารางเมตร รองรับได้ 527 คน ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาเยี่ยมชมจำนวน 1,234 คนต่อวัน 4. ที่จอดรถ ในปัจจุบันสำนักงานเขตคลังรังมีพื้นที่จอดรถ จำนวน 1,104 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ จำนวน 61 คัน และเป็นที่ยอดรถเก็บขยะ จำนวน 20 คัน ทำให้จอดรถได้น้อยลง ซึ่งไม่พอเพียงแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนร้อยละ 65 5. คุณภาพน้ำ พบว่า คุณภาพน้ำที่เกิดกรรมผลิตน้ำมีผลต่อคุณภาพน้ำ ได้แก่ ฟอสเฟต ปริมาณของแข็งแขวนลอย และโลหะฟอสเฟตได้ สภาพปัญหาจากการสำรวจความผิดปกติ ในกลุ่ม ประชาชน นักท่องเที่ยวหรือนักเรียน และผู้ประกอบการ พบว่า มีปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1. แอ แอแน่น และไม่ปลอดภัย กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 55.1 กลุ่ม ประชาชน ร้อยละ 56.0 ผู้ประกอบการ ร้อยละ 22.5 2. ที่จอดรถไม่พอเพียง กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 51.0 กลุ่ม ประชาชน ร้อยละ 28.0 ผู้ประกอบการ ร้อยละ 58.0 3. การกำจัดขยะและน้ำทิ้งจากครัวเรือนและการประกอบอาชีพ ผู้ประกอบการกำจัดขยะโดยทิ้งลงในแม่น้ำ ร้อยละ 61.3 และกำจัดน้ำทิ้งโดยการทิ้งลงคลอง ร้อยละ 16.1 ประชาชนบริเวณผลิตน้ำกำจัดขยะโดยทิ้งลงในแม่น้ำ ร้อยละ 40.0 และกำจัดน้ำทิ้งโดยการทิ้งลงคลอง ร้อยละ 41.0	แนวทางแก้ไข 1. มีการปรับปรุง แอ และทำ BOARD WALK เพื่อขยายพื้นที่รองรับและให้ผู้ประกอบการขายกาแฟในแอ เพื่อให้ที่นั่งบนแพมีพื้นที่ที่มากขึ้น และปรับปรุงรูปแบบแพให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยมากขึ้น 2. ปรับปรุงทางขึ้นลงให้ได้มาตรฐาน โดยมีขนาดกว้าง 1.50 เมตร และปลอดภัย สามารถเดินสวนกันได้ 3. จัดหาสถานที่จอดรถเพิ่มขึ้น โดยให้สถานที่จอดรถของโรงเรียนวัดคลังรัง และวัดคลังรัง ซึ่งอยู่ห่างจากตลาดน้ำเพียง 200 เมตร และมีทางเดินเลียบคลองคลองวัดคลังรังมาข้างตลาดน้ำ โดยวัดคลังรังมีพื้นที่จอดรถ 1,200 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ 67 คัน และโรงเรียนวัดคลังรังมีพื้นที่จอดรถ 675 ตารางเมตร สามารถจอดรถได้ 38 คัน (มาตรฐานสถานที่จอดรถ กว้าง 3 เมตร ยาว 8 เมตร) 4. เพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพมากขึ้น โดยใช้พื้นที่ว่างจากบริเวณรถไฟเป็นระยะทาง 30 เมตร และพื้นที่ฝั่งตรงข้ามตลาดน้ำในปัจจุบันที่ยังไม่มีการใช้ประโยชน์ ซึ่งมีพื้นที่ กว้าง 60 เมตร ยาว 120 เมตร ซึ่งเป็นของประชาชนในเขตพื้นที่บางกอกน้อย รวมพื้นที่ทั้งหมด 7,200 ตารางเมตร (จากมาตรฐานการใช้พื้นที่ส่วนสาธารณะ 1 คนต่อ 2 ตารางเมตร จากกรมผังเมือง หนังสือ คผเมืองกรุงเทพมหานคร วิธีกั้นที่สำหรับกรกฏหมายกร 2538 - 2548 หน้า 130) 5. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ขยะมูลฝอย น้ำทิ้งจากกิจกรรม ตลาดน้ำและครัวเรือน 6. การจัดการด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

4.5 กรอบแนวคิดและประเด็นในการกำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการประมวลผลการศึกษาทางด้านกายภาพ คุณค่าทางการท่องเที่ยวและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ จึงได้กำหนดกรอบการพัฒนา ทิศทางการท่องเที่ยวควรเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาที่ประสานความเจริญทางเศรษฐกิจกับการสงวนและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ใช้ประโยชน์ตามความเหมาะสม และรักษาประเพณี วัฒนธรรม ของวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำและตลาดน้ำสืบไป โดยมีแนวทางดังนี้

1. ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และส่วนประกอบให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่กลมกลืนกับท้องถิ่น
2. มีการจัดการสภาพแวดล้อมที่ดี การป้องกันมลภาวะต่อสภาพแวดล้อมจากการพัฒนา
3. มีการบริการ การจัดการ ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและได้มาตรฐาน
4. กำหนดแนวทางการกระตุ้นให้เกษตรกรในเขตตลิ่งชันทั้งคลองชักพระและใกล้เคียงในการนำผลผลิตมาจำหน่ายในรูปตลาดน้ำ ตลาดนัด ซึ่งเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
5. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มองค์กร และการประสานงานความร่วมมือของหน่วยงานรัฐ ประชาชน และการสนับสนุนขององค์กรเอกชนต่างๆ
6. เมื่อมีการพัฒนาแล้ว ส่งเสริมแนวทางในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จัก และสำรวจศึกษาเพื่อพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำต่อไป

จากสภาพปัญหาและการกำหนดกรอบแนวคิดข้างต้นได้กำหนดแนวทางในการพิจารณาออกเป็นประเด็นต่าง ๆ 5 ประเด็น และกำหนดเป็นข้อพิจารณาแผนปฏิบัติการทั้งสิ้น 18 แผน เพื่อทำการประมวลผลเป็นแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยวิธีการเดลฟายเทคนิค ซึ่งเป็นการประมวลแผนปฏิบัติการจากความคิดเห็นและประสบการณ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

4.6 ผลการดำเนินการเพื่อกำหนดแผนปฏิบัติการ

แผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน นี้ ประกอบด้วยกลุ่มแผนงานหลัก 5 กลุ่ม ได้แก่ แผนงานส่งเสริมและพัฒนาองค์กร แผนงานการปรับปรุงและพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว แผนงานการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ แผนงานการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ และแผนงานด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม โดยมีแนวคิดโดยสรุปดังนี้

4.6.1 แผนงานส่งเสริมจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

เนื่องจากการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันจากสภาพปัจจุบันเพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดทิศทาง นโยบาย และแนวทางในการพัฒนาและเพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปได้ในแนวทางปฏิบัติ โดยประสานงานและสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ นโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงควรมีการกำหนดคณะกรรมการและคณะที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้มีองค์กรที่จะเป็นผู้กำหนดนโยบายและแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน รวมทั้งเป็นองค์กรที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการดำเนินการตามแผนงาน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาตามเป้าหมาย คณะที่ปรึกษาและคณะกรรมการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ประกอบด้วย

- | | |
|--|---------------------|
| 1. ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร | ประธาน |
| 2. ผู้อำนวยการสำนักงานเขตตลิ่งชัน | รองประธาน |
| 3. ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | กรรมการ |
| 4. ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ | กรรมการ |
| 5. ผู้แทนจากสถาบันการศึกษา | กรรมการ |
| 6. ผู้แทนจากกรมเจ้าท่า | กรรมการ |
| 7. ผู้ทรงคุณวุฒิ | กรรมการ |
| 8. ผู้แทนจากกรมประชาสัมพันธ์ | กรรมการ |
| 9. ผู้แทนจากสำนักผังเมือง | กรรมการ |
| 10. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตตลิ่งชัน | กรรมการและเลขานุการ |

4.6.2 แผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีองค์กรที่ประสานงานทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้แผนงานพัฒนาต่างๆ

ประสบความสำเร็จ โดยต้องได้รับความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นตามแนวทางในการปฏิบัติที่ต้องตามหลักวิชาการ และเป็นไปตามความต้องการและศักยภาพของท้องถิ่น โดยสอดคล้องกับแผนงานของหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งการประสานงานดังกล่าวจะทำให้เกิดการร่วมมือร่วมใจกันพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำถึงขั้นระหว่างหน่วยงานราชการและท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้มีการประสานความร่วมมือกันในพื้นที่ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้นตามศักยภาพของท้องถิ่น เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการร่วมกันพัฒนาและรักษาสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพื่อให้มีองค์กรที่เป็นตัวแทนของหน่วยงานทั้งหมด ของภาครัฐและเอกชนในการกำกับดูแล และดำเนินการประสานงานเพื่อการพัฒนาตามแนวทางและแผนการพัฒนาที่กำหนด

4.6.3 แผนงานส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรในชุมชนท้องถิ่น

พื้นที่โดยรอบเขตท้องถิ่นและตลอดแนวริมคลองชักพระมีการทำการเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 35 มีผลผลิตหมุนเวียนขายตลอดปี เช่น ผลผลิตทางการเกษตร ผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ กล้วยไม้ การทำขนมไทย อาหาร เครื่องอุปโภคบริโภค มีการนำมาขายทั้งที่ตลาดน้ำถึงขั้นและตามแนวคลองชักพระ เพื่อเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากประชาชนในบริเวณริมคลองชักพระไม่มีอาชีพเสริมถึงร้อยละ 58 การที่จะส่งเสริมตลาดน้ำถึงขั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวควรมียุทธศาสตร์ที่จะช่วยสนับสนุนการผลิต เช่น การจัดหาแหล่งเงิน การจัดหาปัจจัยการผลิต การส่งเสริมความรู้ เทคโนโลยี และการหาตลาด เพื่อให้มีการผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง หลากหลาย ประกอบกับประชาชนไม่มีแนวโน้มในการเปลี่ยนอาชีพจากการเกษตรกรรมถึงร้อยละ 92 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรและผู้ค้าขายในชุมชนท้องถิ่นจะทำให้การพัฒนาตลาดน้ำเป็นแนวทางที่ยั่งยืนได้ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มในการผลิต การจัดหาปัจจัยการผลิต และการขายผลผลิตที่ได้จากการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น และเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการขนส่งผลผลิตไปขายยังตลาดอื่น

4.6.4 แผนงานปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำถึงขั้น

ตลาดน้ำถึงขั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนต้องการมาสัมผัสกับวิถีชีวิตดั้งเดิมแบบไทย ๆ ดังนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้นให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ของตลาดน้ำถึงขั้น เพื่อให้เกิดความเด่นชัด และความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และสอดคล้องกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนริมน้ำ เป็นรูปแบบหลัก โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำถึงขั้น เพื่อเป็นแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยว รายละเอียดดังนี้

1. ปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำ ได้แก่ ปรับปรุงแพ ซึ่งมีสภาพทรุดโทรม โดยใช้วัสดุที่สอดคล้องกับท้องถิ่นและวัฒนธรรมของชุมชนริมน้ำ คือ ใช้ใบจากเป็นส่วนประกอบในการมุงหลังคา ใช้ไม้กั้นบริเวณโดยรอบแพ เพื่อความปลอดภัย โดยฉลุเป็นลวดลายแบบไทย ปรับปรุงสภาพพื้นให้มีความคงทนและแข็งแรง สวยงาม แบบเรือนไทย จำนวนแพที่ต้องปรับปรุงมีทั้งหมด 6 แพ ขนาดเล็กกว้าง 3 เมตร ยาว 6 เมตร จำนวน 2 แพ แพขนาดใหญ่กว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร

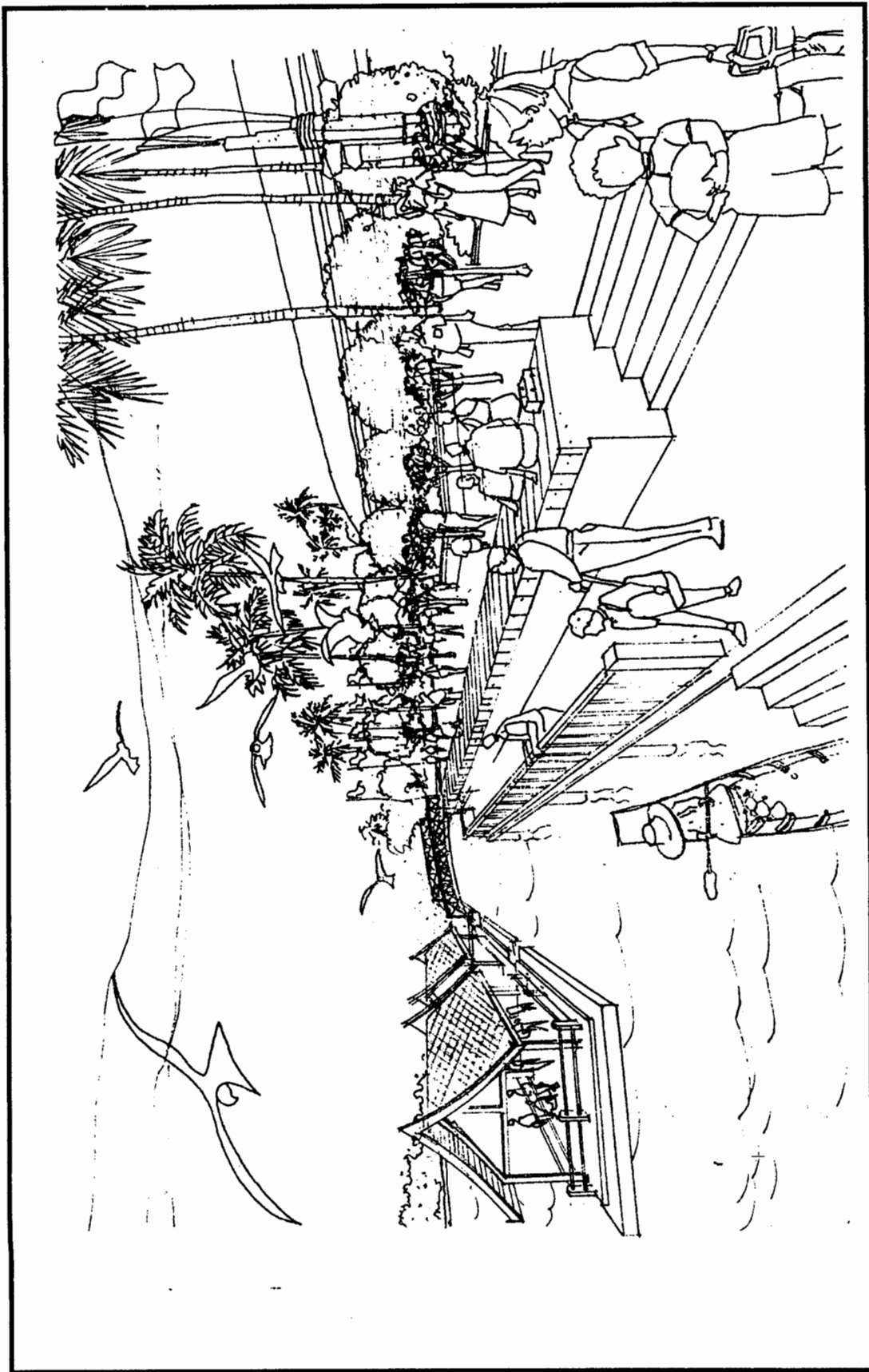
2. ปรับปรุงทางขึ้น-ลง เนื่องจากในปัจจุบันนี้เป็นสะพานไม้ไม่มีราวจับ ไม่แข็งแรง มีร้านค้าในแพ ทำให้มีความหนาแน่นและแออัด เรือขายสินค้าจะเทียบด้านหน้าแพเท่านั้น เรือนักท่องเที่ยวจะเทียบที่แพและให้ป็นขึ้นเช่นกัน จึงควรมีการสร้างสะพานขึ้น-ลงเชื่อมอยู่ตอนกลางของกลุ่มแพเป็นสะพานโค้งให้เรือพายลอดได้ เรือขายสินค้าสามารถพายเรือวนขายโดยรอบแพได้มากขึ้น สะพานที่จัดสร้างจึงควรเป็นสะพานที่มีโครงเหล็กซึ่งมีความคงทน และทำการตกแต่งให้เข้ากับสภาพแวดล้อมโดยการฉลุลายไทยเพื่อปกปิดโครงสร้างเหล็ก มีขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 5 เมตร

3. จัดทำทางเดินเลียบบคลอง (Board Walk) เพื่อเพิ่มพื้นที่กิจกรรมการค้าขายที่เรือพายสามารถเข้ามาขายสินค้าด้านในระหว่างแพกับทางเดินเลียบบคลองนี้ได้ด้วย อาจออกแบบเป็น คสล. กว้าง 1.5 เมตร ยาวตลอดแนวที่ทำการจรดทางรถไฟ ระยะทาง 50 เมตร มีราวเหล็กกั้น มีทางบันไดลงน้ำเป็นช่วงๆ ที่มีการใช้อยู่ทั่วไปตอนปลายของสะพานเชื่อมออกแบบเป็นโป๊ะสำหรับเทียบเรือโดยสารได้ ตกแต่งโดยใช้วัสดุปูพื้นที่มีความสวยงามละเอียดอ่อนอาจจะเป็นลวดลาย มีขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 50 เมตร

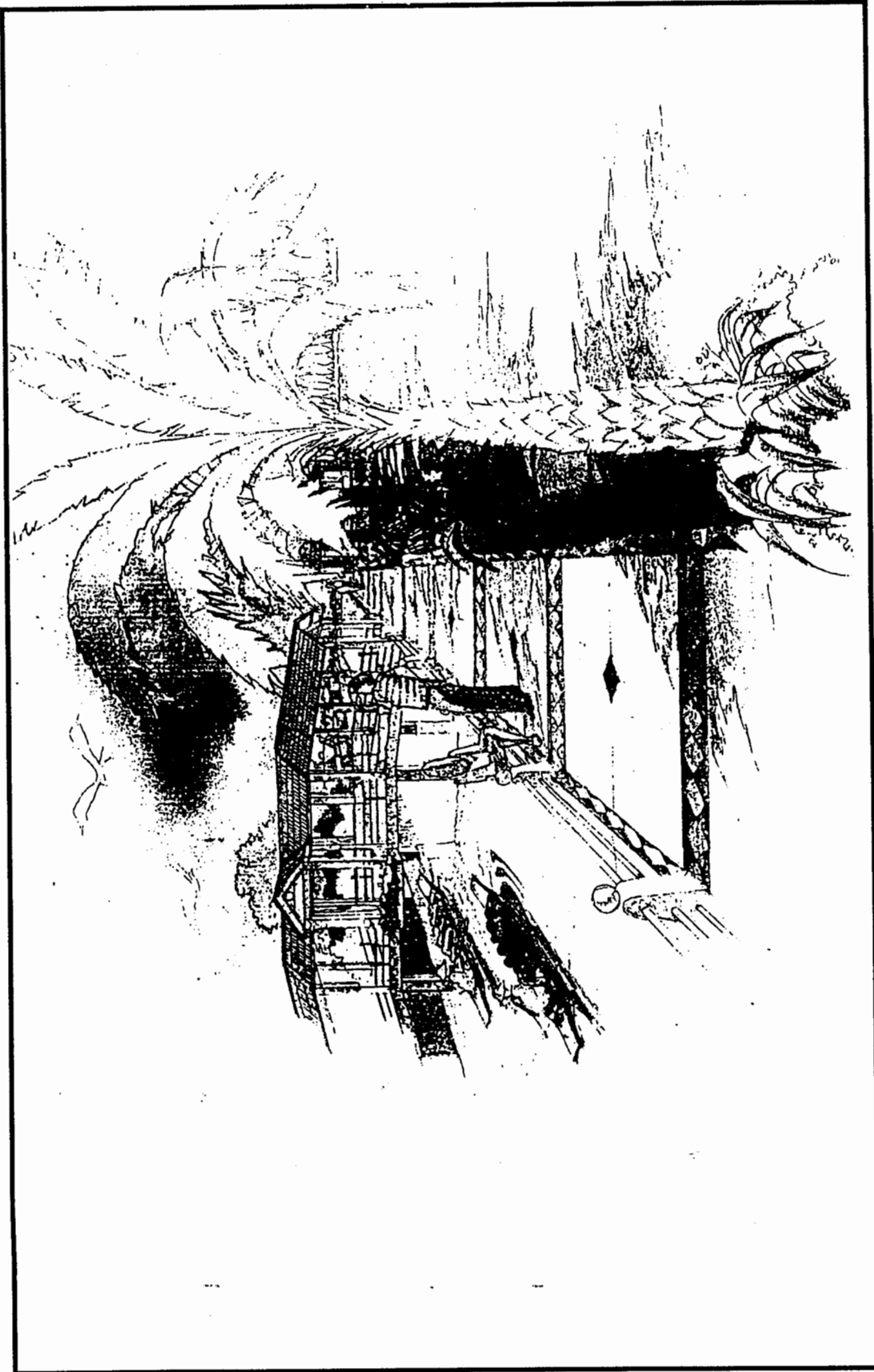
4. จัดให้มีทางเดินในแพ มีราวกันรอบแพพร้อมอุปกรณ์กู้ภัยที่จำเป็น

5. ตกแต่งต้นไม้ ไม้พุ่มในแนวทางเดินเลียบบคลอง (Board Walk)

6. ปรับปรุงสภาพการจัดการร้านค้าบนแพ โดยให้มีการขายของเฉพาะในเรือเท่านั้น และมีการจอดขายตามเส้นทางที่จัดให้ ดังภาพการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดชั้นในอนาคตรายละเอียดดังภาพที่ 4-11 แสดงการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำถึงชั้นในอนาคตรายละเอียดดังภาพที่ 4-12 แสดงทางเดินเลียบบคลอง (Board Walk) ในอนาคตรอบริเวณตลาดน้ำถึงชั้น



ภาพที่ 4-11 แสดงการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคต



ภาพที่ 4-12 แสดงทางเดินเดียนคลอง (Board Walk) ในอนาคตบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.6.5 แผนงานการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ

เขตคลองขันธ์มีสภาพพื้นที่คล้ายเกาะ คือ ล้อมรอบด้วยลำคลองทั้ง 4 ด้าน คือ ทิศเหนือ ติดคลอง มหาสวัสดิ์ ทิศตะวันออกติดคลองชักพระและคลองบางกอกน้อย ทิศตะวันตกติดคลองทวีวัฒนา ทิศใต้ติดคลองบางเชือกหนัง นอกจากคลองใหญ่ทั้ง 4 ด้านที่เป็นคลองหลักแล้ว พื้นที่ภายในยังประกอบด้วยคลองเล็กคลองน้อยอีกถึง 20 คลอง และบ้านเรือนส่วนใหญ่จะปลูกอยู่ริมคลอง ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ส่วนใหญ่มาใช้ประโยชน์จากตลาดน้ำ คลองขันธ์เพื่อการพักผ่อนและทานอาหารร้อยละ 50.8 จำขายร้อยละ 16.4 และถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำคลองขันธ์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเห็นด้วยถึงร้อยละ 90 เพราะจะทำให้เป็นการเพิ่มรายได้และอาชีพร้อยละ 51 ซึ่งคิดว่าจะมีผลดีมากกว่าผลเสียร้อยละ 86 สำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อทานอาหารถึงร้อยละ 78.4 และคิดว่าเมื่อมีการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจะก่อให้เกิดผลดีมากกว่าผลเสียถึงร้อยละ 64.2 และเห็นด้วยกับการพัฒนาร้อยละ 84.7 และในกลุ่มผู้ประกอบการมาใช้ประโยชน์ด้านค้าขายร้อยละ 96.8 และเห็นด้วยกับการพัฒนาร้อยละ 100 เพราะเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพิ่มรายได้และอาชีพ เป็นสถานที่พักผ่อน จึงควรพัฒนาทำให้มีการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมตลาดน้ำคลองขันธ์ให้เป็นศูนย์กลางอาหารทางน้ำ และตลาดนัดผลิตผลการเกษตรทั้งบนบกและในน้ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำคลองขันธ์ให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ มีรายละเอียดดังนี้

1. โดยเมื่อมีการปรับปรุงแพ โป๊ะ ก่อสร้างทางเดินเลียบคลองแล้วจะทำให้พื้นที่ประกอบกิจกรรมเพิ่มขึ้นโดยเรือพายจะสามารถขายสินค้าด้านในระหว่างฝั่งกับแพได้ด้วย ผู้ซื้อจึงไม่ต้องลงไปหาแพ ประกอบกับด้านบนมีศาลาทรงไทย และสวนจัดทรงกลมที่สามารถใช้พื้นที่ได้

2. การปรับปรุงพื้นที่ไม่ควรให้มีการขายบนแพ บนแพนั้นจะเป็นที่นั่งของนักท่องเที่ยวและผู้ซื้อ เน้นเป็นการบริการอาหารเครื่องดื่ม บนฝั่งด้านหน้าที่ทำการเขตควรจัดแบ่งพื้นที่สำหรับค้าขายเป็นแผง อาจออกแบบเป็นซุ้มแบบทรงไทย เป็นต้น โดยกำหนดค่าเช่าแผงที่แตกต่างกัน

3. ตอนกลางของแนวแพที่เชื่อมต่อกับทางขึ้นลงทำเป็นโป๊ะกว้างพอสมควร เพื่อเป็นจุดขนถ่ายผู้โดยสารเรือ และนักท่องเที่ยว แต่ไม่ควรให้มีการจอดเรือรอที่ท่า

4. มีการจัดระบบการค้าขายของผู้ประกอบการบนแพ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เรือพายในการขายของ โดยบนแพจะเป็นที่นั่งของนักท่องเที่ยวและผู้ซื้อมีการกำหนดภาชนะและ

อุปกรณ์การแต่งกายแบบไทย ๆ เช่น ใช้เสื้อสำหรับปูนั่งตลอดแพ เป็นการ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนนำสินค้า ทั้งสินค้าจากการเกษตร สินค้าอุปโภค บริโภค มาจำหน่ายมากขึ้น

6. เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ มาประกอบกิจกรรมค้าขายที่ตลาดน้ำ

7. จัดงานตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จักตามเทศกาล หรือ ประเพณีที่สำคัญ ๆ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

4.6.6 แผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบ

ปัจจุบันหน้าที่ทำการเขตตลิ่งชันมีสวนฉัตรมงคลติดกับทางรถไฟ มีพื้นที่กว้าง 17 เมตร ยาว 62 เมตร มีการปลูกต้นไม้พุ่ม ไม้ยืนต้นต่าง ๆ เพื่อทำเป็นสวนสาธารณะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเพียงอย่างเดียว ไม่มีสถานที่ให้ประชาชนสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้ ไม่มีม้านั่งเพื่อพักผ่อน ประกอบกับปัจจุบันเมื่อมีการเพิ่มมากขึ้นของประชากร พื้นที่ควรถูกใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า และเหมาะสมมากที่สุด โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร สวนสาธารณะที่นับได้ว่าเป็นปอดของชุมชนมีความสำคัญอย่างหนึ่ง เพื่อให้มีการประสานการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สวนสาธารณะอย่างเหมาะสมกับภาวะการณ์ในปัจจุบัน ควรมีการปรับปรุงเพื่อรองรับรูปแบบการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำ และเป็นแหล่ง พักผ่อนของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อควบคุมการใช้พื้นที่ให้สอดคล้องกันทั้งด้านพักผ่อนและเศรษฐกิจอย่างเกิดประโยชน์มากที่สุด เพื่อปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบให้เป็นสวนสาธารณะของชุมชน เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการรองรับตลาดน้ำตลิ่งชันและเสริมความงามตามธรรมชาติ และเพื่อให้ประชาชนและผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมีรายละเอียด คือ

1. ปลูกไม้พุ่มทรงสูง ริมทางรถไฟ และสวนฉัตรมงคล เพื่อเป็นการฟื้นฟูสภาพธรรมชาติ และริมทางเดินเรียบคลอง (Board walk) เพื่อให้ร่มเงา และสามารถป้องกันเสียงจากทางรถไฟ เช่น

- ต้นจี้เหล็ก (*Cassia siamea*) เป็นไม้ยืนต้น ดอกสีเหลืองสด ออกดอกตลอดปี โดยเฉพาะหน้าฝนให้ร่มเงาและป้องกันลม

- อโศกสปีน ไม้พุ่ม เหมาะกับดินทุกชนิด ทนความแห้งแล้งได้ดี สามารถช่วยลดระดับเสียงได้

- จำปี (*Michelia alba*) เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลางถึงใหญ่ ดอกสีขาวนวล กลิ่นหอมแรง ไม่เลือกชนิดดิน ออกดอกตลอดปี และเป็นดอกไม้แบบไทย ๆ

2. ติดตั้งไฟให้แสงสว่างในบริเวณสวนนัตรมงคล เพื่อให้ประชาชนมาใช้ออกกำลังกายในเวลาช่วงเย็น โดยให้แสงสว่างอย่างพอเพียง

3. จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เช่น

- แผนที่แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำใกล้เคียง
- ประวัติตลาดน้ำตลิ่งชัน
- ประวัติเขตตลิ่งชัน

4. จัดหาที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนเพิ่มขึ้นในสวนนัตรมงคล

5. จัดพื้นที่สวนสุขภาพ มีอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์ในการออกกำลังกายร่วมกับการพักผ่อน เป็นการใช้อย่างสอดคล้องกับพื้นที่ ดังภาพที่ 4-13 แสดงการปรับปรุงสวนนัตรมงคลและส่วนประกอบบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคต และภาพที่ 4-14 แสดงสวนนัตรมงคลในอนาคต

4.6.7 การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันนี้บริเวณเขตตลิ่งชันมีพื้นที่สวนสาธารณะพื้นที่กว้าง 17 เมตร ยาว 62 เมตร และไม่สามารถขยายพื้นที่ได้เพราะติดกับทางรถไฟ และสำนักงานเขตตลิ่งชันได้ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่สีเขียว ประกอบกับพื้นที่ด้านหน้าตรงข้ามกับตลาดน้ำตลิ่งชันอยู่ในเขตบางกอกน้อย ยังคงเป็นพื้นที่ว่างยังไม่มีกิจกรรมใด ๆ และเพื่อให้มีทัศนียภาพเป็นที่สวยงามดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนเมื่อมาชมตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสอดคล้องกับภูมิทัศน์และแผนการใช้ประโยชน์ที่ดินของกรมผังเมืองสอดคล้องกับภูมิทัศน์ และการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันจึงควรมีแผนการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะปลูกไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยเป็นการอนุรักษ์พันธุ์ไม้ของไทย และเป็นแหล่งพักผ่อนของชุมชนในบริเวณใกล้เคียง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพในบริเวณโดยรอบ เพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน และเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจของชุมชนในเขตกรุงเทพมหานครให้มีพื้นที่สีเขียวเพิ่มมากขึ้น และสามารถใช้อย่างประโยชน์ร่วมกับการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และเพื่อปลูกไม้ของไทยที่หายากและมีคุณค่าที่นิยมปลูกในอดีต เพื่ออนุรักษ์ให้กับคนรุ่นหลังได้ศึกษา โดยมีรายละเอียด คือ

1. ปรับปรุงพื้นที่บริเวณตรงข้ามกับตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งเป็นที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ มีขนาดกว้าง 120 เมตร ยาว 60 เมตร

2. ปลูกไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย สามารถใช้ประโยชน์ได้สอดคล้องกับฤดูกาลท่องเที่ยว เช่น ให้ความสวยงามของดอกและใบ ให้ผลผลิต มีกลิ่นหอม ให้ร่มเงา ฯลฯ ได้แก่

- ต้นกาหลง (*Bauhinia acuminata*) เป็นไม้ยืนต้นขนาดย่อม ขึ้นได้ในดินทุกชนิด ดอกสีเหลือง ขาว แดง และเป็นไม้ผลัดใบระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม

- กันเกรา, มันทา (*Fagraea fragrans*) เป็นไม้ยืนต้น ขึ้นในบริเวณใกล้น้ำ ดอกสีขาว
แล้วจะเปลี่ยนเป็นสีเหลือง ชอบแดดจัด รูปทรงสวยงาม

- ต้นจี้เหล็ก (*Cassia siamea*) เป็นไม้ยืนต้น ดอกสีเหลืองสด ออกดอกตลอดปี โดย
เฉพาะหน้าฝนให้ร่มเงาและป้องกันลม

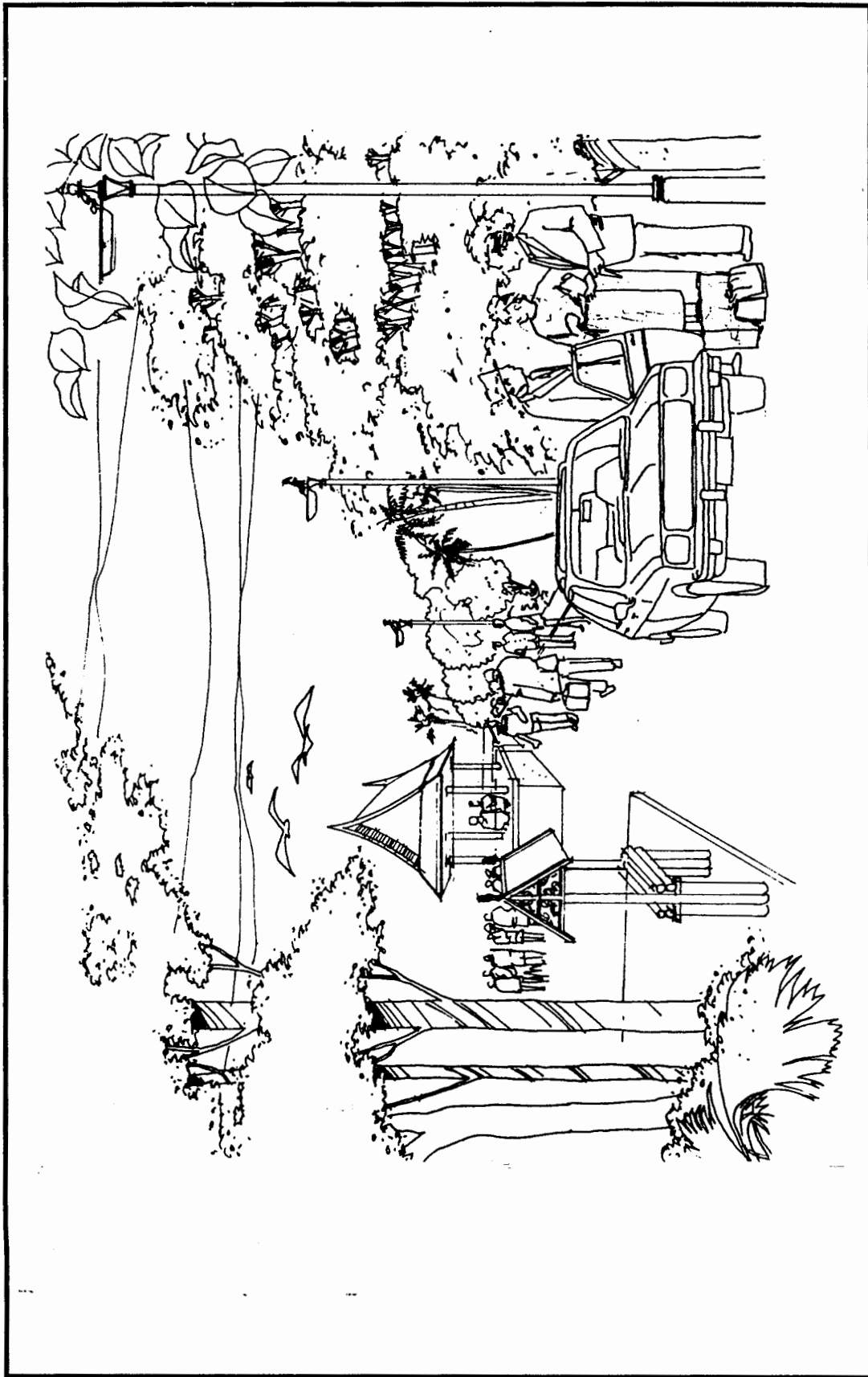
- จำปี (*Michelia alba*) เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลางถึงใหญ่ ดอกสีขาวนวล กลิ่นหอม
แรง ไม้เลื้อยชนิดดิน ออกดอกตลอดปี และเป็นดอกไม้แบบไทย ๆ

- ทองกวาว (*Butea monosperma*) ไม้ยืนต้นขนาดกลาง ดอกสีส้มอมแดง ใบใหญ่
ขึ้นได้ในดินทุกชนิด ออกดอกเดือนมกราคม เดือนเมษายนผลัดใบ

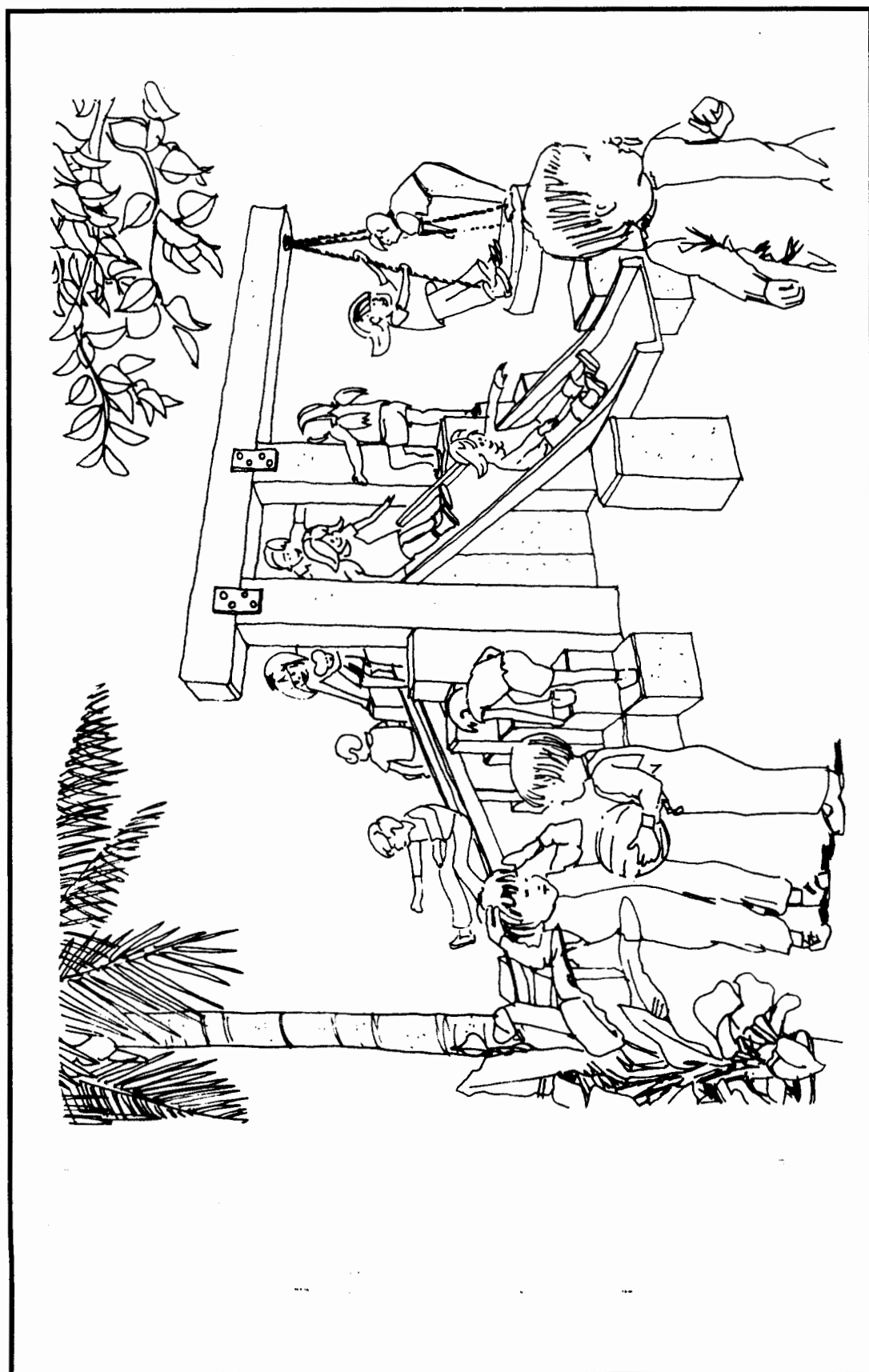
- ลั่นทม (*Plumeria spp.*) ไม้ยืนต้นขนาดเล็ก เป็นไม้กลางแจ้ง ขึ้นได้ในดินทุกชนิด
ออกดอกตลอดปี

3. จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้ในรายละเอียดของต้นไม้ต่าง ๆ

4. จัดหาที่นั่งพักสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนเพิ่มขึ้นในสวนสาธารณะ



ภาพที่ 4-13 แสดงการปรับปรุงสวนจัดทรงกลมและส่วนประกอบบริเวณตลาดน้ำถึงช้างในอนาคต



ภาพที่ 4 - 14 แสดงสวนสัตว์มงคลในอนาคต

4.6.8 การปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ

ตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิม มีรูปแบบการดำเนินชีวิตของชุมชนริมน้ำให้ได้พบเห็นอยู่ในปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจและผู้คนให้มาสัมผัสกับตลาดน้ำตลิ่งชัน แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังนอกเหนือจากวิถีชีวิตที่ได้มาสัมผัสนี้แล้ว คือ ภูมิทัศน์ในพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวโดยต้องมีลักษณะมีเอกลักษณ์ บรรยากาศโดยรอบมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม และมีความร่มรื่นของสิ่งแวดล้อม จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเมื่อได้มาสัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจึงต้องมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ของส่วนประกอบบริเวณรอบ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ซึ่งการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาจะก่อให้เกิดการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอันเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ด้วย โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบตลาดน้ำตลิ่งชันให้เหมาะสมกับสภาพ ธรรมชาติเดิม และสอดคล้องกับการท่องเที่ยว มีรายละเอียดแผนการดำเนินการ คือ

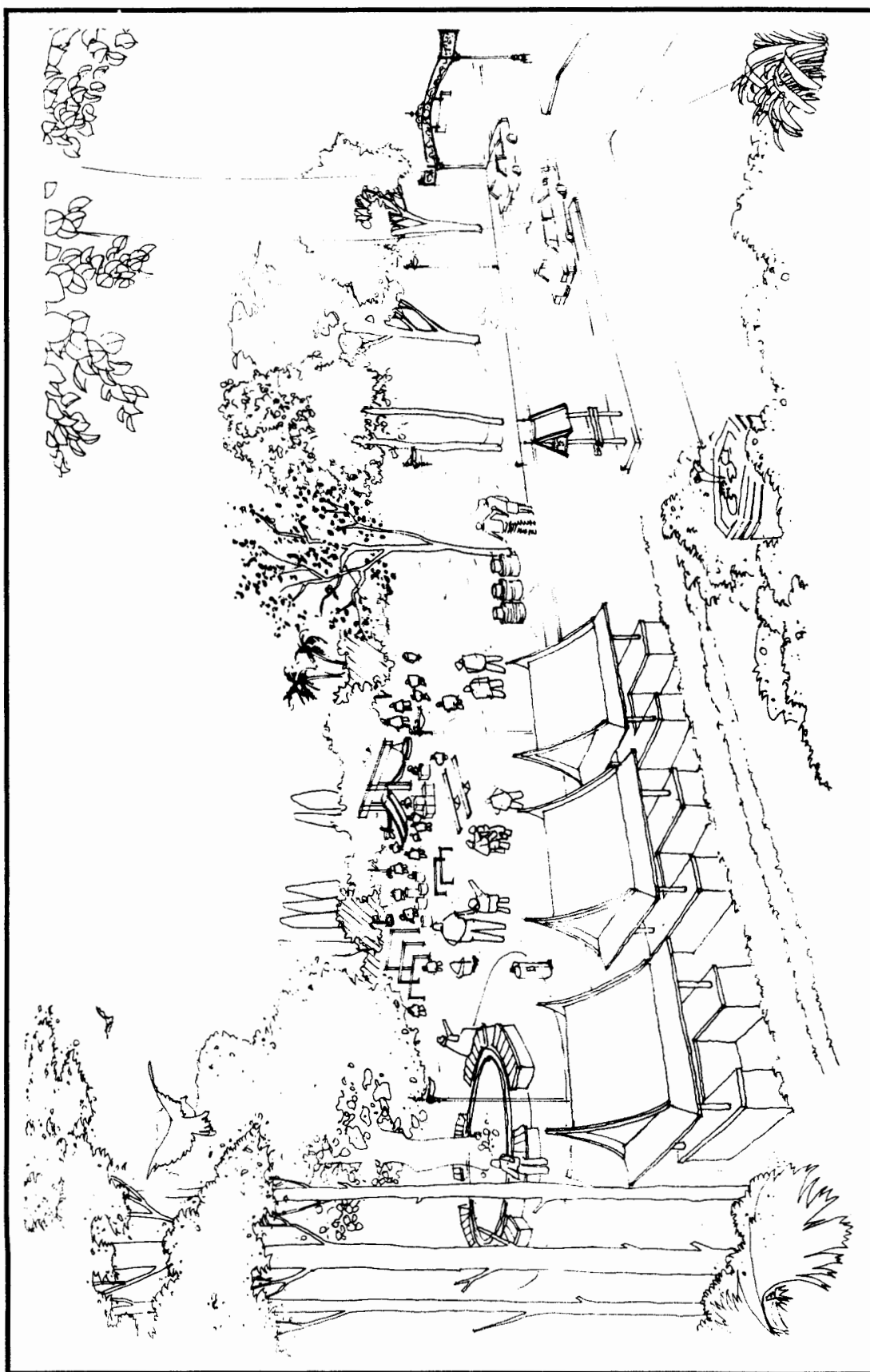
1. กำหนดการใช้แผนการใช้พื้นที่บริเวณถนนซอยเข้าสู่ตลาดน้ำระหว่างด้านหน้าที่ทำการเขตตลิ่งชัน ซึ่งติดกับสวนตลิ่งชัน โดยให้คงใช้ในการจราจร ในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำ คือ ในวันเสาร์และอาทิตย์ เพื่อปรับปรุงเป็นสถานที่ขายสินค้า และทางเดิน
2. ปรับปรุง บำรุงและซ่อมแซมสภาพภูมิทัศน์ให้มีความดีขึ้น เพื่อสร้างทัศนียภาพและความเด่นชัดของเอกลักษณ์เพิ่มมากขึ้น
3. ทำหุ้มนำชมตลาดน้ำตลิ่งชัน ดังภาพที่ 4-15 แสดงการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคต

4.6.9 แผนงานพัฒนาการเข้าถึงการคมนาคมและที่จอดรถ

จากการสำรวจเบื้องต้นในเรื่องสภาพปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่า ประชาชนมีความต้องการสถานที่จอดรถเพิ่มร้อยละ 14.4 และกลุ่มผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในเรื่องการคมนาคมที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ควรได้รับการปรับปรุงถึงร้อยละ 54.1 และควรมีการพัฒนาปรับปรุงด้านที่จอดรถเพิ่มขึ้น ในส่วนของผู้มาเยือนพบว่ามีความต้องการในสถานที่จอดรถเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15.3 และโดยส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถส่วนตัวร้อยละ 65.3 ซึ่งนับว่าถ้าจะพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนต้องมีการหาสถานที่จอดรถให้พอเพียงกับความต้องการ

ที่ตั้งของตลาดน้ำตลิ่งชันตั้งอยู่บริเวณที่ทำการเขตตลิ่งชัน ทางรถยนต์ต้องเดินทางจาก จรัญสนิทวงศ์เข้าทางสี่แยกบางขุนนนท์ระยะทางประมาณ 1.0 กม. และจากถนนบรมราชชนนีเข้า ทางข้าง สน.ตลิ่งชันระยะทางประมาณ 1.5 กม. ทางรถไฟจากสถานีรถไฟธนบุรีถึงสถานีบาง ระมาดหน้าทำการเขตประมาณ 3.5 กม. ส่วนใหญ่จะใช้การคมนาคมทางเรือ และสามารถเดินทาง จากท่าพระจันทร์ได้ด้วยเรือหางยาว จะพบว่าระยะทางเข้าสู่ตลาดน้ำจากถนนหลักค่อนข้างไกล แต่ มีรถโดยสารผ่าน ปัญหาในการมาที่ตลาดน้ำที่เป็นปัญหาหลักคือที่จอดรถไม่เพียงพอ ในปัจจุบัน จอดที่ทำการเขตฯ และตามไหล่ทางถนนเท่านั้น ในการปรับปรุงผู้ศึกษามีแนวคิดในการขอใช้พื้นที่ จากวัดและโรงเรียนซึ่งอยู่ใกล้เคียง โดยโรงเรียนวัดตลิ่งชัน อยู่ห่างประมาณ 200 เมตร สามารถ จอดรถได้ 38 คันและวัดตลิ่งชันอยู่ห่างประมาณ 250 เมตร สามารถจอดรถได้ 67 คัน โดย สำนักงานเขตตลิ่งชันอาจติดต่อประสานงานในการจัดทำทางเท้ามายังตลาดน้ำ และประสานงาน กับเจ้าของพื้นที่ในการจัดการเกี่ยวกับการจอดรถ เช่น การจัดเก็บค่าธรรมเนียม หรืออาจจัดตั้งเป็น เงินสวัสดิการ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้มีสถานที่จอดรถที่พอเพียงกับความต้องการ เพื่อ สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจอดรถ เพิ่มศักยภาพในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวให้ มากขึ้น มีรายละเอียดของแผนการดำเนินงาน คือ

1. ปรับปรุงการขอใช้พื้นที่จอดรถจากวัดและโรงเรียนที่อยู่ใกล้ ได้แก่ วัดตลิ่งชัน และ โรงเรียนชุมชนตลิ่งชัน ซึ่งอยู่ห่างประมาณ 200 เมตร โดยสามารถจอดรถได้ในวันเสาร์และ อาทิตย์ ประกอบกับมีทางเดินเลียบริมคลองของวัดตลิ่งชันอยู่แล้ว จึงทำให้สะดวกแก่การเดินทางมา ยังตลาดน้ำตลิ่งชัน เมื่อจอดรถที่วัดตลิ่งชันหรือโรงเรียนชุมชนวัดตลิ่งชัน
2. ทำป้ายบอกทางเดินตลอดจากสถานที่จอดรถมายังตลาดน้ำตลิ่งชัน
3. ประสานงานกับเจ้าของพื้นที่ในการจัดการเกี่ยวกับการจอดรถ ในเรื่องการจัดเก็บค่า ธรรมเนียม หรืออาจจัดตั้งเป็นเงินสวัสดิการกองทุนการศึกษาสำหรับสถาบันการศึกษา หรือเงิน บำรุงกรณีของสถาบันศาสนา



ภาพที่ 4-15 แสดงการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันในอนาคตโดยรวม

4.6.10 แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานพบว่า การบริการสาธารณะมีสภาพปัญหาในเรื่องความต้องการห้องน้ำ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 11.3 ในกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 1.5 และในกลุ่มประชาชนร้อยละ 1.4 ปัญหาเรื่องโทรศัพท์สาธารณะ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 11.1 ในกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 11.8 และในกลุ่มประชาชนร้อยละ 6.2 ปัญหาเรื่องการบริการน้ำดื่มสาธารณะ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 2.8 ในกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 3.0 ปัญหาเรื่องป้ายบอกทาง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 19.5 และปัญหาด้านอุปกรณ์กักเก็บประจําบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันหรือแพ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 16.6 ในกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 16.7 และในกลุ่มประชาชนร้อยละ 28.9 สำหรับห้องน้ำที่นักท่องเที่ยวใช้อยู่ในปัจจุบัน คือ ที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน ซึ่งแบ่งให้เป็นห้องน้ำชาย 2 ห้อง และหญิง 2 ห้อง ซึ่งไม่เพียงพอและไม่สามารถดูแลได้ทั่วถึง ประกอบกับเป็นกิจการขายอาหารจึงควรมีการจัดทำห้องสุขาเพิ่มเติม ผู้ศึกษาพิจารณาในรูปแบบของ กทม. ที่ก่อสร้างเพิ่มเติมและเก็บเงิน หรือใช้รถสุขาเสริมเฉพาะวันที่มีกิจกรรม หรือประสานงานในการใช้บริเวณโรงเรียนหรือวัดที่ขอใช้เป็นที่พักจรดโดยเก็บเป็นเงินสวัสดิการนอกจากนี้ก็จัดหาโทรศัพท์สาธารณะ น้ำดื่มสาธารณะ ป้ายบอกทาง อุปกรณ์กักเก็บประจําบริเวณตลาดน้ำ แพ หรือที่ทำการเขตตามสมควร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อปรับปรุงการบริการสาธารณะต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการด้านการท่องเที่ยว มีรายละเอียดของการจัดการบริการสาธารณะ ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ห้องน้ำ ติดต่อประสานงานในการใช้บริการของโรงเรียนชุมชนตลิ่งชันหรือวัดตลิ่งชัน ที่ได้ทำการขอใช้เป็นสถานที่จรด โดยเก็บเป็นเงินสวัสดิการ
2. โทรศัพท์สาธารณะ ติดต่อกับองค์การโทรศัพท์เพื่อติดตั้งตู้โทรศัพท์สาธารณะ
3. น้ำดื่มสาธารณะ ติดตั้งท่อน้ำดื่มสาธารณะในจุดที่เหมาะสม ให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
4. มีการติดตั้งอุปกรณ์กักเก็บประจําบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันหรือแพ เพื่อความปลอดภัย เช่น เสือชูชีพ ห่วงยาง
5. จัดทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่สาธารณะ เช่น ทางไปห้องน้ำ ฯลฯ

4.6.11 การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน

เนื่องจากตลาดน้ำมีศักยภาพที่เหมาะสมในการจัดเทศกาลตามประเพณีที่สำคัญได้หลายเทศกาล เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีชักพระ เป็นต้น นอกจากนี้ในส่วน of พื้นที่ใกล้เคียงยังมีวัดที่จะมี เทศกาลทางศาสนา เช่น เข้าพรรษา ออกพรรษา มีการละเล่นของท้องถิ่น เช่น การก่อเจดีย์ทราย เป็นต้น ซึ่งหากมีการสำรวจ ศึกษาและจัดทำเป็นปฏิทินการ

ท่องเที่ยวในรอบปี มีการประยุกต์ ส่งเสริมแทรกในช่วงเทศกาลต่าง ๆ หรือจัดนิทรรศการ การแสดงเผยแพร่วัฒนธรรมต่าง ๆ ก็จะสามารถจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี และจะส่งผลให้มีการจัดอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยวในอนาคได้ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อจัดปฏิทินสำหรับการท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันตลอดปี และเป็นการวางแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.6.12 แผนงานอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย

กิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยวัฒนธรรมเป็นหลักในการดึงดูดความสนใจ จากการศึกษาสภาพปัญหาและการสำรวจศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่า สิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมาตลาดน้ำตลิ่งชันเพราะวัฒนธรรมร้อยละ 34.1 ในกลุ่มประชาชนมีความคิดเห็นว่สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำตลิ่งชันคือวัฒนธรรม ประเพณี ร้อยละ 22.9 และในกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 25.0 แสดงว่าถ้าจะพัฒนาให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ต้องใช้เอกลักษณ์และวัฒนธรรมประเพณีเป็นสิ่งดึงดูดเป็นสำคัญ และจากการสำรวจสภาพปัจจุบันพบว่าวัฒนธรรม ประเพณี ที่บริเวณตลาดน้ำยังไม่เหมาะสมร้อยละ 16.3 กลุ่มประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องวัฒนธรรมยังไม่เหมาะสมร้อยละ 14.0 และกลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 16.1 ดังนั้นจึงควรมีแผนงานอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อปรับปรุงการ แต่งกายของผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในด้านวัฒนธรรม มีรายละเอียดของการดำเนินการดังนี้

1. จัดประชุมตัวแทนประชาชน และผู้ประกอบการในการให้ความรู้เรื่องสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้สึกในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน
2. ขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้ประกอบการในการแต่งกายแบบไทย ๆ โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรม เช่น การแต่งการด้วยผ้าชิ้นพื้นเมือง สวมจอบ ฯลฯ ที่แสดงออกถึงการแต่งกายแบบไทย ๆ สมัยก่อนที่คงความเรียบง่ายและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกว่าได้มาสัมผัส

4.6.13 แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากการศึกษาสภาพปัญหาและการสำรวจศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้านคุณค่าวัฒนธรรมร้อยละ 13 และเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้มาเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการเห็นว่าวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันร้อยละ 25 สำหรับประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นร้อยละ 22.9 ดังจะเห็นว่ากลุ่มประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ต่างมีความคิดเห็นสอดคล้อง

กันในเรื่องศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และจากตารางการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวพบว่า บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพสูงคือมีเอกลักษณ์หรือความเด่นชัด มีคุณค่าในการดึงดูดความสนใจ และมีคุณค่าในการสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้าน ดังนั้นถ้ามีการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและการละเล่นท้องถิ่น ในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว วิธีการจัดการแสดง หรือนิทรรศการ เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และการละเล่นในท้องถิ่นเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่มีักเป็นที่สนใจและประสบความสำเร็จได้ดี ทั้งนี้ย่อมต้องขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและความสามารถที่จะสร้างความประทับใจให้ผู้พบเห็นด้วย นอกจากนี้กิจกรรมที่น่าสนใจในพื้นที่ที่มีอยู่แล้ว เช่น สงกรานต์ ประเพณีชักพระ ลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย ผู้ศึกษามีแนวคิดที่จะขอความร่วมมือจากหน่วยงานด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมในการถ่ายทอดวัฒนธรรม การละเล่นของไทยที่น่าสนใจและประยุกต์ได้กับพื้นที่ เช่น การเล่นเพลงเรือ การเล่นลำตัด การแสดงต่าง ๆ ของไทย โดยอาจเชิญนักแสดงจากหน่วยงานอื่น ๆ มาแสดง หรือให้มีการสอนแก่นักเรียนในโรงเรียนใกล้เคียง เพื่อแสดงที่ตลาดน้ำในเทศกาลต่าง ๆ หรือการจัดการแข่งขันกีฬาไทยเช่น ตะกร้อ การพายเรือ การว่ายน้ำ ในเทศกาลรื่นเริง เป็นต้น การจัดการประกวดผลิตผลการเกษตร การประกวดเทพี การประกวดการแสดงของนักเรียน เป็นต้น ซึ่งนอกจากการเผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรมของไทยแล้ว ยังสามารถเป็นทุนการศึกษาให้กับเด็กนักเรียน เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การละเล่นท้องถิ่นที่มีอยู่ในอดีต เพื่อจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.6.14 แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ

เส้นทางคลองชักพระในปัจจุบันมีเรือหางยาววิ่งรับส่งจากบริเวณท่าพระจันทร์ หากมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้ว สามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำเชื่อมโยงกับแหล่งอื่น ๆ ได้ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา พระปรางค์วัดอรุณ วัดสำคัญๆ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นต้น โดยสามารถมีจุดเริ่มต้นจากตลาดน้ำตลิ่งชัน นอกจากนี้อาจส่งเสริมและพัฒนาให้มีแหล่งเที่ยวชม การทำเกษตร การทำสวนกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับ การผลิตอื่น ๆ ของเกษตรกรในแนวคลองชักพระซึ่งมีอยู่หลากหลายได้ต่อไป และจะทำให้เกิดโครงข่ายการท่องเที่ยวและเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอนาคต ประกอบกับในปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันเพราะอยู่ใกล้ภูมิลาเนาร้อยละ 30.6 แสดงว่านักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนต้องการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้กับที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร และมีการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วในลักษณะการเดินทางแบบ 1 วัน จึงน่าจะมีเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำที่สามารถบริการไป - กลับภายใน 1 วัน โดยรอบบริเวณใกล้เคียง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำที่มีอยู่ในกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งใน

กรุงเทพมหานคร และเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวทางน้ำของตลาดน้ำคลองชั้นที่ สอดคล้องกับ บริเวณโดยรอบ และเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำในปัจจุบัน

4.6.15 แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว

การเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมให้มีการเดินเรือท่องเที่ยว เมื่อได้พัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำ เป็นที่รู้จัก การคมนาคมทางน้ำจะเป็นสิ่งหนึ่งซึ่งอาจพัฒนาขึ้น เพื่อส่งเสริมในการใช้ประโยชน์ ของชุมชนริมน้ำ และสำหรับการท่องเที่ยว จากการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่ามีความต้องการในเรื่องการคมนาคมและท่องเที่ยวทางเรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 ซึ่งในปัจจุบันมีเรือรับส่งบ้างแต่จะเป็นการเช่าเหมาลำ เรือบริการสาธารณะประจำจะไม่มี สำนักงานเขตคลองชั้นอาจดำเนินการเองในเบื้องต้น และให้การสนับสนุน หรือรูปแบบการให้สัมปทานเดินเรือต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่ออำนวยความสะดวก ความรวดเร็ว และความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาตลาดน้ำคลองชั้นได้รวดเร็วมากขึ้น

4.6.16 แผนงานการจัดการมูลฝอย

ปัจจุบันนี้สำนักงานเขตคลองชั้นได้มีการบริการจัดเก็บมูลฝอย โดยมีรถบริการจัดเก็บจำนวน 30 คัน เรือจำนวน 6 ลำ มีการขนส่งขยะที่จัดเก็บได้ไปที่โรงกำจัดขยะหนองแขม มีปริมาณขยะที่จัดเก็บทั้งหมด 100-200 ตัน/วัน จะเห็นได้ว่าการกำจัดขยะต่าง ๆ ต้องใช้งบประมาณที่สูงมาก

ด้านการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนคลองชั้นจากการสำรวจในภาคสนามพบว่าประชาชนโดยส่วนใหญ่กำจัดขยะมูลฝอยโดยวิธีการทิ้งลงแหล่งน้ำลำคลองร้อยละ 40 มากเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากบ้านเรือนตั้งอยู่ริมคลองชักพระ สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการค้าขายที่ตลาดน้ำคลองชั้น พบว่าส่วนใหญ่จะทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่แหล่งน้ำกว่าร้อยละ 50 ประมาณร้อยละ 20 จะใส่ถุงมาทิ้งบนฝั่ง และที่เหลือจะทิ้งลงภาชนะรองรับที่ได้จัดไว้ พฤติกรรมเหล่านี้อาจทำให้เกิดมลภาวะน้ำเน่าเสีย และเป็นอุปสรรคในการคมนาคม และการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองชั้นในอนาคต ในแง่ของทัศนียภาพ ซึ่งถ้าปล่อยทิ้งไว้อาจเป็นปัญหาที่จะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการพัฒนาตลาดน้ำคลองชั้นแล้ว ผู้ใช้บริการมากขึ้น นักท่องเที่ยวมากขึ้น กิจกรรมการผลิตมูลฝอยจะมากขึ้นด้วย ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันและยับยั้ง หรือลดมิให้สภาพความเสื่อมโทรมทางธรรมชาติเลวร้ายเกินกว่าที่ควรจะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยได้ ก็คือ ต้องมีการจัดการมูลฝอยที่เหมาะสม เช่น มีการกำหนดมาตรการข้อบังคับต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ในการควบคุมการทิ้งขยะมูลฝอย หรืออาจใช้มาตรการจูงใจ ปลุกจิตสำนึก การปลูกฝังจิตใจให้ทุกคนได้มีความเข้าใจและตระหนักถึงผลร้ายที่จะตามมา การนำขยะมูลฝอยมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

เพื่อให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจถึงการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม มีการคัดแยกประเภทขยะมูลฝอยเบื้องต้นจากแหล่งกำเนิด มีการกำจัดขยะที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม และสามารถนำขยะมูลฝอยบางประเภท มาใช้ประโยชน์ใหม่ เพื่อเป็นการลดปริมาณและปัญหามลภาวะอันเกิดจากขยะมูลฝอย โดยจัดให้มีบริการเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยไปยังแหล่งเก็บขยะมูลฝอยรวมไม่ให้มีการตกค้าง และส่งเสริมประชาสัมพันธ์การรักษาความสะอาดในบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.6.17 แผนงานควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือน และกิจกรรมตลาดน้ำ

การปล่อยน้ำทิ้งจากครัวเรือน จากการสำรวจขั้นพื้นฐานพบว่าประชาชนมีการปล่อยลงสู่คลองชักพระ ถึงร้อยละ 41 มากเป็นอันดับหนึ่ง โดยตรงไม่มีการบำบัดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ ซึ่งน้ำทิ้งในครัวเรือนจะมาจากห้องครัว ห้องน้ำ และการซักล้าง เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดมลพิษทางน้ำ โดยเฉพาะกิจกรรมตลาดน้ำของตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยส่วนมากเป็นกิจกรรมเพื่อการบริโภคเป็นส่วนใหญ่ จึงมีส่วนประกอบของไขมัน เศษอาหาร สารซักฟอก และอาจมีสิ่งปฏิกูลรวมอยู่ด้วย ส่วนประกอบต่าง ๆ จึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้คุณภาพน้ำในคลองชักพระมีความเสื่อมโทรมลง ซึ่งในการจัดการน้ำทิ้งเหล่านี้ ชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาล/สุขาภิบาลก็ได้มีการจัดวางแนวทางเพื่อจัดสร้างระบบบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน แต่สำหรับพื้นที่นอกเขต จะไม่ได้รับการบริการในการรวบรวมน้ำทิ้งจะทำให้มีการปล่อยน้ำลงสู่คลองชักพระ โดยเฉพาะครัวเรือนที่ตั้งอยู่ริมคลองชักพระ อาจทำให้เกิดปัญหามลภาวะทางน้ำได้ และจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากกิจกรรมตลาดน้ำตลิ่งชันอาศัยทรัพยากรน้ำเป็นหลัก แสดงออกถึงการพึ่งพาการใช้ลำน้ำในการดำเนินชีวิต ดังนั้นถ้าหากน้ำในคลองชักพระเกิดเน่าเสียจะมีผลต่อทัศนียภาพ ความสวยงาม และศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยววัน้อยลง และสุขภาพอนามัยโดยตรง

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาวิธีการบำบัดน้ำทิ้งจากกิจกรรมเหล่านี้ เพื่ออนุรักษ์คุณภาพน้ำในคลองชักพระให้อยู่ในสภาพดี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป โดยวิธีการอย่างง่าย และราคาประหยัด เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นก่อนที่จะปล่อยลงสู่คลองชักพระ เพื่อเป็นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้มีคุณภาพที่ดี โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้ครัวเรือน และร้านค้ามีการมีการบำบัดน้ำเสียก่อนการระบายน้ำทิ้ง และเพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีของตลาดน้ำตลิ่งชัน

4.6.18 แผนงานควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง

ตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ติดกับทางรถไฟ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากเสียงของรถไฟ และถ้ามีการพัฒนาตลาดน้ำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ก็จะได้รับเสียงจากเรือ

หางยาง เรือท้องเที้ยว ที่จะเข้ามาในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืนโดยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ไม่เป็นการรบกวนชุมชนให้มีผลกระทบแตกต่างจากปัจจุบันที่เคยเจ็บสบ อันอาจก่อให้เกิดปัญหาการขัดแย้งในการพัฒนาได้ จึงได้มีแผนควบคุมเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อเป็นการรองรับผลการพัฒนาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แม้ว่าในปัจจุบันยังมิได้เกิดปัญหาด้านเสี่ยงรบกวนในระดับที่รุนแรง แต่อย่างไรก็ตามควรที่จะวางแนวทางในการที่จะป้องกันและแก้ไขปัญหาล่วงหน้า เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นหากมีการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในอนาคต โดยใช้ไม้พุ่มเป็นเกาะป้องกันเสี่ยงตามแนวรถไฟ ซึ่งติดกับสวนถาดมงคล เป็นการใช้พื้นที่อย่างสอดคล้องทั้งทางด้านการพักผ่อนและเศรษฐกิจอย่างเกิดประโยชน์มากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อป้องกันและลดปัญหาเสี่ยงและอากาศที่เกิดจากรถไฟ และเรือ และเพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีของตลาดน้ำตลิ่งชัน

แผนปฏิบัติการต่าง ๆ ประกอบด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ รายละเอียด และขั้นตอนการดำเนินการ สถานที่ดำเนินการ ระยะเวลาดำเนินการ การบริหารโครงการ งบประมาณ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลที่คาดว่าจะได้รับ และการประเมินผลโครงการ โดยมีรายละเอียดของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

4.7 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนา

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนประชาชน ผู้ประกอบการ และตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการในขั้นนี้เป็นผลที่ได้จากการสำรวจภาคสนามโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับแผนปฏิบัติการที่ได้จัดทำขึ้นจากการศึกษาจากสภาพปัญหาที่ได้จากการสำรวจในครั้งที่ผ่านมา โดยจัดทำแนวทางในการแก้ไขสภาพปัญหาและแผนพัฒนาต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนรวมทั้งสิ้น 18 แผน

พบว่ากลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน 100 คน ประชาชนบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน 100 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 31 คน และตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการจำนวน 30 คน มีความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยรวมจะเห็นด้วยทั้งหมดโดยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนมากเป็นอันดับหนึ่ง ถึงร้อยละ 52.90 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 33.00 และเห็นด้วยน้อย ร้อยละ 14.20 รายละเอียดตารางที่ 4 - 24

ตารางที่ 4 - 24 แสดงระดับความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

ระดับความคิดเห็น	กลุ่มประชากร								จำนวน (คน)	ร้อยละ
	นักท่องเที่ยว		ประชาชน		ผู้ประกอบการ		ตัวแทนจาก หน่วยงาน			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ไม่เห็นด้วย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เห็นด้วยน้อย	20	20.00	10	10.00	7	22.60	-	-	37	14.20
เห็นด้วยปานกลาง	38	38.00	34	34.00	8	25.80	6	20.00	86	33.00
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	42	42.00	56	56.00	16	51.60	24	80.00	138	52.90
รวม	100		100		31		30		261	100.00

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจกับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 80.00 รองลงมาคือกลุ่มประชาชนร้อยละ 56.00 กลุ่มผู้ประกอบการร้อยละ 51.60 และกลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 42.00 โดยมีรายละเอียดของระดับความคิดเห็นมีต่อแผนปฏิบัติการทั้ง 18 แผน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4 - 25

ตารางที่ 4-25 แสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงาน ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ระดับความคิดเห็น ที่มีต่อแผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร								จำนวน (คน)	ร้อยละ
	นักท่องเที่ยว		ประชาชน		ผู้ประกอบการ		ตัวแทนจาก หน่วยงาน			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน										
ไม่เห็นด้วย	1	1.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.40
เห็นด้วยน้อย	26	26.00	16	16.00	2	6.50	1	3.30	45	17.20
เห็นด้วยปานกลาง	41	41.00	29	29.00	19	61.30	12	40.00	101	38.70
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	32	32.00	55	55.00	10	32.30	17	56.7	114	43.70
รวม	100		100		31		30		261	100.00
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน										
ไม่เห็นด้วย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เห็นด้วยน้อย	25	25.00	14	14.00	9	29.00	2	6.70	50	19.20
เห็นด้วยปานกลาง	35	35.00	45	45.00	15	48.40	8	26.70	103	39.50
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	40	40.00	41	41.00	7	22.60	20	66.70	108	41.40
รวม	100		100		31		30		261	100.00
3. แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร										
ไม่เห็นด้วย	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เห็นด้วยน้อย	19	19.00	13	13.00	9	29.00	0	0.00	41	15.70
เห็นด้วยปานกลาง	41	41.00	34	34.00	3	9.70	11	36.70	89	34.10
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	40	40.00	53	53.00	19	61.30	19	63.30	131	50.20
รวม	100		100		31		30		261	100.00
4. แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน										
ไม่เห็นด้วย	1	1.00	1	1.00	0	0.00	0	0.00	2	0.80
เห็นด้วยน้อย	13	13.00	8	8.00	3	9.70	0	0.00	24	9.20
เห็นด้วยปานกลาง	35	35.00	31	31.00	10	32.20	11	36.70	87	33.30
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	51	51.00	60	60.00	18	58.10	19	63.30	148	56.70
รวม	100		100		31		30		261	100.00
5. แผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ										
ไม่เห็นด้วย	2	2.00	1	1.00	0	0.00	0	0.00	3	1.10
เห็นด้วยน้อย	18	18.00	12	12.00	7	22.60	2	6.70	39	14.90
เห็นด้วยปานกลาง	37	37.00	33	33.00	8	25.80	28	93.30	106	40.60
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	43	43.00	54	54.00	16	51.60	0	0.00	113	43.30
รวม	100		100		31		30		261	100.00

ตารางที่ 4-25 (ต่อ) แสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงาน ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ระดับความคิดเห็น ที่มีต่อแผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร								จำนวน (คน)	ร้อยละ
	นักท่องเที่ยว		ประชาชน		ผู้ประกอบการ		ตัวแทนจาก หน่วยงาน			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
6. แผนงานปรับปรุงสวนสัตว์มงคลและส่วนประกอบ										
ไม่เห็นด้วย	4	4.00	2	2.00	0	9.70	0	0.00	9	3.40
เห็นด้วยน้อย	30	30.00	15	15.00	0	0.00	0	0.00	45	17.20
เห็นด้วยปานกลาง	22	22.00	33	33.00	15	38.70	15	50.00	82	31.40
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	44	44.00	50	50.00	15	51.60	15	50.00	125	47.90
รวม	100		100		31		30		261	100.00
7. แผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว										
ไม่เห็นด้วย	1	1.00	2	2.00	0	0.00	1	3.30	4	1.50
เห็นด้วยน้อย	22	22.00	13	13.00	0	0.00	1	3.30	36	13.80
เห็นด้วยปานกลาง	19	19.00	24	24.00	15	48.40	14	46.70	72	27.60
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	58	58.00	61	61.00	16	51.60	14	46.70	149	57.10
รวม	100		100		31		30		261	100.00
8. แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ										
ไม่เห็นด้วย	8	8.00	6	6.00	0	0.00	2	6.70	16	6.10
เห็นด้วยน้อย	20	20.00	11	11.00	10	32.30	2	6.70	43	16.50
เห็นด้วยปานกลาง	31	31.00	34	34.00	8	25.80	12	40.00	85	32.60
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	41	41.00	49	49.00	13	41.90	14	46.70	117	44.80
รวม	100		100		31		30		261	100.00
9. แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงถนนและที่จอดรถ										
ไม่เห็นด้วย	0	0.00	2	2.00	0	0.00	0	0.00	2	0.80
เห็นด้วยน้อย	18	18.00	11	11.00	5	16.10	2	6.70	36	13.80
เห็นด้วยปานกลาง	25	25.00	33	33.00	13	41.90	14	46.70	85	32.60
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	57	57.00	54	54.00	13	41.90	14	46.70	138	52.90
รวม	100		100		31		30		261	100.00
10. แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว										
ไม่เห็นด้วย	1	1.00	1	1.00	0	0.00	0	0.00	2	0.80
เห็นด้วยน้อย	18	18.00	17	17.00	4	12.90	2	6.70	41	15.70
เห็นด้วยปานกลาง	31	31.00	39	39.00	11	35.50	10	33.30	91	34.90
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	50	50.00	43	43.00	16	51.60	18	60.00	127	48.70
รวม	100		100		31		30		261	100.00

ตารางที่ 4-25 (ต่อ) แสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงาน ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ระดับความคิดเห็น ที่มีต่อแผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร								จำนวน (คน)	ร้อยละ
	นักท่องเที่ยว		ประชาชน		ผู้ประกอบการ		ตัวแทนจาก หน่วยงาน			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
11. แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน										
ไม่เห็นด้วย	2	2.00	0	0.00	0	0.00	1	3.30	3	1.10
เห็นด้วยน้อย	25	25.00	20	20.00	10	32.30	1	3.30	56	21.50
เห็นด้วยปานกลาง	34	34.00	23	23.00	14	45.20	11	36.70	82	31.40
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	39	39.00	57	57.00	7	22.60	17	56.70	120	46.00
รวม	100		100		31		30		261	100.00
12. แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย										
ไม่เห็นด้วย	1	1.00	3	3.00	0	0.00	0	0.00	4	1.50
เห็นด้วยน้อย	30	30.00	11	11.00	7	22.60	2	6.70	50	19.20
เห็นด้วยปานกลาง	31	31.00	24	24.00	14	45.20	15	50.00	84	32.20
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	38	38.00	62	62.00	10	32.30	13	43.30	123	47.10
รวม	100		100		31		30		261	100.00
13. แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น										
ไม่เห็นด้วย	4	4.00	4	4.00	0	0.00	0	0.00	8	3.10
เห็นด้วยน้อย	24	24.00	22	22.00	5	16.10	2	6.70	53	20.30
เห็นด้วยปานกลาง	27	27.00	26	26.00	16	51.60	14	46.70	83	31.80
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	45	45.00	48	48.00	10	32.30	14	46.70	117	44.80
รวม	100		100		31		30		261	100.00
14. แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ										
ไม่เห็นด้วย	9	9.00	5	5.00	0	0.00	0	0.00	14	5.40
เห็นด้วยน้อย	30	30.00	19	19.00	3	9.70	4	13.30	56	21.50
เห็นด้วยปานกลาง	26	26.00	27	27.00	18	58.10	11	36.70	82	31.40
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	35	35.00	49	49.00	10	32.30	15	50.00	109	41.80
รวม	100		100		31		30		261	100.00
15. แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว										
ไม่เห็นด้วย	81	81.00	69	69.00	10	32.30	0	0.00	160	61.30
เห็นด้วยน้อย	19	19.00	31	31.00	21	67.70	0	0.00	71	27.20
เห็นด้วยปานกลาง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	9	30.00	9	3.40
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	21	70.00	21	8.00
รวม	100		100		31		30		261	100.00

ตารางที่ 4-25 (ต่อ) แสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงาน ในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ระดับความคิดเห็น ที่มีต่อแผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร								จำนวน (คน)	ร้อยละ
	นักท่องเที่ยว		ประชาชน		ผู้ประกอบการ		ตัวแทนจาก หน่วยงาน			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
16. แผนงานการจัดการมูลฝอย										
ไม่เห็นด้วย	2	2.00	3	3.00	0	0.00	2	6.70	2	0.80
เห็นด้วยน้อย	21	21.00	18	18.00	7	22.60	3	10.00	36	13.80
เห็นด้วยปานกลาง	38	38.00	27	27.00	11	35.50	14	46.70	85	32.60
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	39	39.00	52	52.00	13	41.90	11	36.7	138	52.90
รวม	100		100		31		30		261	100.00
17. แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ										
ไม่เห็นด้วย	0	0.00	2	2.00	0	0.00	0	0.00	4	1.50
เห็นด้วยน้อย	21	21.00	19	19.00	10	32.30	1	3.30	41	15.70
เห็นด้วยปานกลาง	32	32.00	22	22.00	10	32.30	10	33.30	90	34.50
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	47	47.00	57	57.00	11	35.50	19	63.30	126	48.30
รวม	100		100		31		30		261	100.00
18. แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง										
ไม่เห็นด้วย	0	0.00	2	2.00	0	0.00	0	0.00	2	0.80
เห็นด้วยน้อย	19	19.00	19	19.00	7	22.60	0	0.00	45	17.2
เห็นด้วยปานกลาง	40	40.00	22	22.00	6	19.40	14	46.70	82	31.4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	41	41.00	57	57.00	18	58.10	16	53.30	132	50.6
รวม	100		100		31		30		261	100.00

4.7.1 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการศึกษาของแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 43.70 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 38.7 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 17.20 และไม่เห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 0.4 เท่านั้น จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการถึงร้อยละ 56.70 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชน ร้อยละ 55.00 กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 32.30 และกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อแผนนี้น้อยที่สุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 32.00

4.7.2 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการศึกษาของแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 41.40 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 39.50 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 19.20 และไม่เห็นด้วยไม่มี จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการถึงร้อยละ 66.70 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชน ร้อยละ 41.00 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 40.00 และกลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญต่อแผนนี้น้อยที่สุด คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 22.60

4.7.3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร

ผลการศึกษาของแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 50.20 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 34.10 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 15.7 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการถึงร้อยละ 63.3. รองลงมา คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 61.30 กลุ่มประชาชน ร้อยละ 53.30 และกลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญต่อแผนนี้น้อยที่สุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 40.00

4.7.4 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการศึกษาของแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันพบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 56.7 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 33.30 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 9.20 และไม่เห็นด้วย ร้อยละ 0.80 เท่านั้น จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการถึงร้อยละ 63.30 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชน ร้อยละ 60.00 กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 58.10 และกลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญต่อแผนนี้น้อยที่สุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 51.00

4.7.5 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ

ผลการศึกษาของแผนการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 43.30 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 40.60 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 14.90 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.10 จากการวิเคราะห์

พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 51.60 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนร้อยละ 43.00 และกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อแผนนี้น้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 40.00

4.7.6 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการปรับปรุงสวนจัดทรงกลและส่วนประกอบ

ผลการศึกษาของแผนการปรับปรุงสวนจัดทรงกลและส่วนประกอบ พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 47.9 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 31.40 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 17.20 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 3.40 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการปรับปรุงสวนจัดทรงกลและส่วนประกอบมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ถึงร้อยละ 51.60 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชน และตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 50.00 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนร้อยละ 44.00

4.7.7 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาของแผนการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 57.10 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 27.60 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 13.80 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.50 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 58.00 และกลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 51.60 และกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อแผนปฏิบัติการนี้น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 46.70

4.7.8 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ

ผลการศึกษาของแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 44.80 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 32.60 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 16.50 และไม่เห็นด้วย ร้อยละ 6.10 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 49.00 รองลงมา คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 46.70 และกลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 41.90 และกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อแผนปฏิบัติการนี้น้อยที่สุดคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 41.00

4.7.9 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ

ผลการศึกษาแผนการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 52.90 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 32.60 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 13.80 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 0.80 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 54.00 กลุ่มนักวิชาการหรือตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 46.70 และกลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 41.90

4.7.10 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาแผนการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 48.70 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 34.90 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 15.70 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 0.80 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ถึงร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 51.60 กลุ่มประชาชน ร้อยละ 50.00 และกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อแผนนี้น้อยที่สุดคือ กลุ่มนักท่องเที่ยว ร้อยละ 43.00 เท่านั้น

4.7.11 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ผลการศึกษาแผนการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 46.00 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 31.40 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 21.50 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.10 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 56.70 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 39.00 และกลุ่มผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อแผนนี้แตกต่างจากกลุ่มอื่น คือเห็นด้วยในระดับปานกลาง ถึงร้อยละ 45.20 ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 22.60

4.7.12 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย

ผลการศึกษาแผนการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 47.10 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 32.20 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 19.20 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.50 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการอนุรักษ์การ

แต่งกายแบบไทย มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ กลุ่มนักวิชาการ ร้อยละ 43.30 กลุ่มนักท่องเที่ยว ร้อยละ 38.00 และกลุ่มที่ให้ความสนใจกับแผนนี้น้อยที่สุด คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 32.30 เท่านั้น กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นต่อแผนนี้แตกต่างจากกลุ่มอื่น คือเห็นด้วยในระดับปานกลาง ถึงร้อยละ 45.20 และ ร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

4.7.13 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

ผลการศึกษาแผนการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 44.80 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 31.80 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 20.30 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 3.10 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 48.00 รองลงมา คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 46.70 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 45.00 และกลุ่มผู้ประกอบการให้ความสนใจกับแผนนี้น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 32.30 โดยส่วนมากกลุ่มผู้ประกอบการจะเห็นด้วยกับแผนนี้ในระดับความคิดเห็น คือ เห็นด้วยปานกลางมากที่สุด ถึง ร้อยละ 51.60

4.7.14 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ

ผลการศึกษาแผนการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 41.80 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 31.40 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 21.50 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 5.40 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ถึงร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชนร้อยละ 49.00 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 35.00 และกลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 32.30 ซึ่งให้ความสนใจต่อแผนปฏิบัติการนี้น้อยที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มที่มีต่อแผนอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 58.10

4.7.15 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการพัฒนาการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว

ผลการศึกษาแผนการพัฒนาการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว พบว่าไม่เห็นด้วยมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 61.30 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 27.20 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 3.40 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 8.00 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจ

ต่อแผนการพัฒนากการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยวมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ถึงร้อยละ 70.00 กลุ่มที่ให้ความสนใจกับแผนนี้อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 67.7 สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน และกลุ่มประชาชน พบว่าไม่เห็นด้วยกับแผนนี้ ถึง ร้อยละ 81.00 และ 69.00

4.7.16 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการพัฒนากการจัดการมูลฝอย

ผลการศึกษาแผนการจัดการมูลฝอย พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 44.10 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 34.50 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 18.80 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 2.70 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการจัดการมูลฝอย มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มประชาชน ถึงร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 41.90 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 39.00 และกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นต่อแผนนี้แตกต่างจากกลุ่มอื่น คือเห็นด้วยในระดับปานกลางถึงร้อยละ 46.70 ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 36.70 เท่านั้น

4.7.17 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือน และกิจกรรมตลาดน้ำ

ผลการศึกษาแผนควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 48.30 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 34.50 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 15.70 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.50 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือน และกิจกรรมตลาดน้ำ มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ถึงร้อยละ 63.30 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชน ร้อยละ 49.00 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ร้อยละ 47.00 และกลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 35.5 ซึ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อแผนนี้น้อยที่สุด

4.7.18 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง

ผลการศึกษาแผนการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง พบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 50.60 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 31.40 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 17.20 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 0.80 จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรที่ให้ความสนใจต่อแผนการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ถึงร้อยละ 58.10 รองลงมา คือ กลุ่มประชาชน ร้อยละ 57.00 กลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ร้อยละ 53.30 และกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนให้ความสนใจต่อแผนนี้น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 41.00 เท่านั้น

4.8 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) สำหรับกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และกลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ว่ามีความแตกต่างหรือไม่ ถ้ามีความแตกต่างกันกลุ่มใดบ้างที่มีความแตกต่างโดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เป็นวิธีเปรียบเทียบผลต่างน้อยที่สุดในการหากลุ่มที่มีความคิดเห็นแตกต่าง โดยทำการวิเคราะห์แผนปฏิบัติการทั้งหมด 18 แผน รายละเอียดผลการศึกษารวบรวมวิเคราะห์ดังตารางที่ 4 - 26 ดังนี้

ตารางที่ 4 - 26 แสดงคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F และความแตกต่างระหว่างคู่ของระดับความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ

กลุ่มประชากร	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คะแนนเฉลี่ย	จำนวน	F Ratio	F Prob.
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.79	2.04	100	5.4818	0.0011
ประชาชน	0.75	2.25	100		
ผู้ประกอบการ	0.58	2.39	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.57	2.53	30		
รวม	0.75	2.26	261		
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.80	2.15	100	4.7216	0.0032
ประชาชน	0.69	2.27	100		
ผู้ประกอบการ	0.73	1.94	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.62	2.60	30		
รวม	0.75	2.22	261		

ตารางที่ 4 - 26 (ต่อ) แสดงคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F และความแตกต่างระหว่างคู่ของระดับความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ

กลุ่มประชากร	ส่วนเบี่ยงเบน • มาตรฐาน	คะแนน เฉลี่ย	จำนวน	F Ratio	F Prob.
3. แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.74	2.21	100	2.9123	0.0350
ประชาชน	0.71	2.40	100		
ผู้ประกอบการ	0.91	2.32	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.49	2.63	30		
รวม	0.74	2.34	261		
4. แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.75	2.36	100	1.4509	0.2285
ประชาชน	0.69	2.50	100		
ผู้ประกอบการ	0.68	2.48	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.49	2.63	30		
รวม	0.69	2.46	261		
5. แผนงานการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.81	2.21	100	3.3087	0.0207
ประชาชน	0.74	2.40	100		
ผู้ประกอบการ	0.82	2.29	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.25	1.93	30		
รวม	0.75	2.26	261		
6. แผนงานการปรับปรุงสวนจัดทรงกลมและส่วนประกอบ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.95	2.06	100	2.7589	0.0428
ประชาชน	0.80	2.31	100		
ผู้ประกอบการ	0.91	2.32	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.51	2.50	30		
รวม	0.86	2.24	261		
7. แผนงานการเพิ่มพื้นที่ส่วนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.86	2.34	100	0.5266	0.6644
ประชาชน	0.80	2.44	100		
ผู้ประกอบการ	0.51	2.52	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.72	2.37	30		
รวม	0.78	2.40	261		

ตารางที่ 4 - 26 (ต่อ) แสดงคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F และความแตกต่างระหว่างคู่ของระดับความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ

กลุ่มประชากร	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คะแนนเฉลี่ย	จำนวน	F Ratio	F Prob.
8. แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.97	2.05	100	1.0680	0.3632
ประชาชน	0.88	2.26	100		
ผู้ประกอบการ	0.87	2.10	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.87	2.27	30		
รวม	0.91	2.16	261		
9. แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.78	2.39	100	0.2886	0.8336
ประชาชน	0.76	2.39	100		
ผู้ประกอบการ	0.73	2.26	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.62	2.40	30		
รวม	0.75	2.38	261		
10. แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.80	2.30	100	1.2590	0.2889
ประชาชน	0.77	2.24	100		
ผู้ประกอบการ	0.72	2.39	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.63	2.53	30		
รวม	0.76	2.31	261		
11. แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.85	2.10	100	4.4379	0.0046
ประชาชน	0.80	2.37	100		
ผู้ประกอบการ	0.75	1.90	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.73	2.47	30		
รวม	0.82	2.22	261		
12. แผนงานอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.85	2.06	100	4.5666	0.0039
ประชาชน	0.81	2.45	100		
ผู้ประกอบการ	0.75	2.10	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.61	2.37	30		
รวม	0.82	2.25	261		

ตารางที่ 4 - 26 (ต่อ) แสดงคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F และความแตกต่างระหว่างคู่ของระดับความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ

กลุ่มประชากร	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คะแนนเฉลี่ย	จำนวน	F Ratio	F Prob.
13. แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.92	2.13	100	0.7646	0.5148
ประชาชน	0.91	2.18	100		
ผู้ประกอบการ	0.69	2.16	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.62	2.40	30		
รวม	0.86	2.18	261		
14. แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	1.00	1.87	100	3.6397	0.0134
ประชาชน	0.92	2.20	100		
ผู้ประกอบการ	0.62	2.23	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.72	2.37	30		
รวม	0.92	2.10	261		
15. แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินทางเรือท่องเที่ยว					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.36	0.19	100	270.8536	0.0000
ประชาชน	0.46	0.31	100		
ผู้ประกอบการ	0.48	0.68	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.47	2.70	30		
รวม	0.89	0.58	261		
16. แผนงานการจัดการมูลฝอย					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.82	2.14	100	0.5384	0.6564
ประชาชน	0.87	2.28	100		
ผู้ประกอบการ	0.79	2.19	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.86	2.13	30		
รวม	0.84	2.20	261		
17. แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.79	2.26	100	2.8244	0.0393
ประชาชน	0.80	2.32	100		
ผู้ประกอบการ	0.84	2.03	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.56	2.60	30		
รวม	0.79	2.30	261		

ตารางที่ 4-26 (ต่อ) แสดงคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F และความแตกต่างระหว่างคู่ของระดับความคิดเห็นของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ

กลุ่มประชากร	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คะแนนเฉลี่ย	จำนวน	F Ratio	F Prob.
18. แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง					
นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน	0.75	2.22	100	1.3396	0.2620
ประชาชน	0.86	2.34	100		
ผู้ประกอบการ	0.84	2.35	31		
ตัวแทนจากหน่วยงาน	0.51	2.53	30		
รวม	0.78	2.32	261		

หมายเหตุ] = คู่ที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 10 แผน ได้แก่ แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการและคณะที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร แผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ การปรับปรุงสวนเฉลิมพระเกียรติและส่วนประกอบ การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตลาดน้ำ แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือน และกิจกรรมตลาดน้ำ สำหรับแผนปฏิบัติการที่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันของทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ แผนงานการปรับปรุง ภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แผนงานการจัดการมูลฝอย แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง ดังมีรายละเอียดดังนี้

4.8.1 แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.2 แผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ และกลุ่มประชาชนกับตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มนักวิชาการ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.3 แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.4 แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งหมด 4 กลุ่ม

4.8.5 แผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการกับกลุ่มประชาชน มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.6 แผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชน กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ มีความเห็นต่อแผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.7 แผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม

4.8.8 แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 โดยกลุ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม

4.8.9 แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถของกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม

4.8.10 แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม

4.8.11 แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มประชาชน กลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชน กลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อแผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.12 แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับ

ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ กับกลุ่มประชาชน มีความคิดเห็นต่อแผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.13 แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมการเดินเรือท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม

4.8.14 แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชน กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อแผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.15 แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อแผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.16 แผนงานการจัดการมูลฝอย

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการจัดการมูลฝอยของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัว

แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทั้ง 4 กลุ่ม

4.8.17 แผนงานการจัดการมูลฝอย

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าผู้ประกอบการกับกลุ่มนักวิชาการ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความคิดเห็นต่อแผนงานการจัดการมูลฝอยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.8.18 แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม

4.9 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

จากการศึกษาโดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อแผนพัฒนาตลาดน้ำทั้ง 18 แผน จากการวิเคราะห์โดย One Way Analysis of Variance พบว่ามีความแตกต่างกัน และใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อดูว่ากลุ่มประชากรกลุ่มใดมีความแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันในระดับของความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนานี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ จึงทำให้ต้องศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัว

จากตารางที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนน ความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 4 ตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้ ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมากที่สุด คือ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ กล่าวคือ เป็นตัวแปรแรกที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองประมาณค่า และมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 88.02 ($R^2 = 0.88024$) ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา รองลงมาคือ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ร้อยละ 98.39 ($R = 0.98381$) เมื่อรวมกับตัวแปรแรกที่เข้าสู่แบบจำลอง พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 96.78 ($R^2 = 0.96787$) ตัวแปรที่ 3 ได้แก่ ความเหมาะสมหรือความเห็นไปในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 99.06 ($R = 0.99058$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 และ 2 พบว่า ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 98.12 ($R^2 = 0.98125$) ตัวแปรตัวที่ 4 ได้แก่ ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 99.11 ($R = 0.99112$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 2 และ 3 พบว่า ตัวแปรทั้งสี่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 98.23 ($R^2 = 0.98232$) อีกร้อยละ 1.77 มีผลมาจากสาเหตุอื่น และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_1 = 0.560581 + 0.3824X_4 \text{ (ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ)} + 0.4029X_2 \text{ (ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม)} + 0.2241X_3 \text{ (ความเหมาะสมหรือความเห็นไปในเรื่องงบประมาณ)} + 0.0570X_1 \text{ (ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม)}$$

ตารางที่ 4 - 28 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการ
ในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มประชาชน
เป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	R	R ²	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
ความเหมาะสมหรือความ เป็นไปได้ในเรื่อง งบประมาณ	0.67156	0.45099	0.30972	0.411951	859.60245	0.0000
ความสอดคล้องกับนโยบาย ของรัฐ	0.76732	0.58878	0.24829	0.365391	786.91305	0.0000
ปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วม ของชุมชน ค่าคงที่	0.80764	0.65229	0.18072	0.275735	909.44168	0.0000
			-0.594840			
Multiple R = 0.80764						
R Square = 0.65229						
Adjust R Square = 0.61217						

จากตารางที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนน ความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มประชาชน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้ ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มประชาชนมากที่สุด คือ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ กล่าวคือ เป็นตัวแปรแรกที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองประมาณค่า และมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ คือ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 45.09 ($R^2 = 0.45099$) ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ รองลงมาคือ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 76.73 ($R^2 = 0.76732$) เมื่อรวมกับตัวแปรแรกเข้าสู่แบบจำลอง พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 76.732 ($R = 0.76732$) ตัวแปรที่ 3 ได้แก่ ปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ร้อยละ 80.76 ($R = 0.80764$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 และ 2 พบว่า ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผน

ปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 65.22 ($R^2 = 0.65229$) อีกร้อยละ 34.78 มีผลมาจากสาเหตุอื่น และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_b = -0.594840 + 0.4119X_3 \text{ (ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ)} + 0.3653X_4 \text{ (ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ)} + 0.2757X_5 \text{ (ปฏิกริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน)}$$

ตารางที่ 4 - 29 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการเป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	R	R^2	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ	0.95700	0.91584	0.325704	0.403502	315.58060	0.0000
ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม	0.98687	0.97392	0.254970	0.257216	522.71091	0.0000
ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม	0.99319	0.98643	0.341056	0.279463	654.43020	0.0000
ปฏิกริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน	0.99550	0.99102	0.155000	0.127540	717.35807	0.0000
ค่าคงที่			-1.120553			
Multiple R = 0.99550						
R Square = 0.99102						
Adjust R Square = 0.98964						

จากตารางที่ 4-29 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนน ความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มผู้ประกอบการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 4 ตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้ ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มผู้ประกอบการมากที่สุด คือ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ กล่าวคือ เป็นตัวแปรแรกที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองประมาณค่า และมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 91.58 ($R^2 =$

0.91584) ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ รองลงมาคือ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ร้อยละ 98.69 ($R = 0.98687$) เมื่อรวมกับตัวแปรแรก que เข้าสู่แบบจำลอง พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 97.39 ($R^2 = 0.97392$) ตัวแปรที่ 3 ได้แก่ ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 99.31 ($R = 0.99319$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 และ 2 พบว่า ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 98.64 ($R^2 = 0.98643$) ตัวแปรตัวที่ 4 ได้แก่ ปฏิกริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 99.56 ($R = 0.99550$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 2 และ 3 พบว่า ตัวแปรทั้งสี่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 99.10 ($R^2 = 0.99102$) อีกร้อยละ 0.90 มีผลมาจากสาเหตุอื่น และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_c = -1.120553 + 0.4035X_4 (\text{ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ}) + 0.2572X_2 (\text{ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม}) + 0.2794X_1 (\text{ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม}) + 0.1275X_3 (\text{ปฏิกริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน})$$

ตารางที่ 4 - 30 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการเป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	R	R^2	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ	0.94745	0.89766	0.330395	0.324869	25.63981	0.0000
ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ	0.97054	0.94194	0.282582	0.301902	23.00116	0.0000
ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม	0.98286	0.96601	0.179431	0.202183	19.32891	0.0000

ตารางที่ 4-30 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้ระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการ
ในการพัฒนาตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่ม
ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการเป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	R	R ²	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
ปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วม ของชุมชน	0.98565	0.97151	0.110385	0.103299	24.63258	0.0000
ความสามารถในการ ส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ค่าคงที่	0.98794	0.97602	0.164572	0.156692	16.25822	0.0000
			-2.39746			
Multiple R = 0.98794						
R Square = 0.97602						
Adjust R Square = 0.97474						

จากตารางที่ 4-30 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนน ความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มนักวิชาการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 5 ตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้ ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของกลุ่มประชาชนมากที่สุด คือ ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ กล่าวคือ เป็นตัวแปรแรกที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่แบบจำลองประมาณค่า และมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ คือ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 89.76 ($R^2 = 0.89766$) ตัวแปรที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ รองลงมาคือ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 97.05 ($R = 0.97054$) เมื่อรวมกับตัวแปรแรกที่เข้าสู่แบบจำลอง พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 94.19 ($R^2 = 0.94194$) ตัวแปรที่ 3 ได้แก่ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ร้อยละ 98.29 ($R = 0.98286$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 และ 2 พบว่า ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 96.60 ($R^2 = 0.96601$) ตัวแปรที่ 4 ได้แก่ ปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ร้อยละ 98.57 ($R = 0.98565$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 2 และ 3 พบว่า ตัวแปรทั้งสี่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ

ร้อยละ 97.03 ($R^2 = 0.97031$) ตัวแปรตัวที่ 5 ได้แก่ ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 98.80 ($R = 0.98794$) เมื่อรวมกับตัวแปรที่เข้าสู่แบบจำลองตัวที่ 1 2 3 และ 4 พบว่า ตัวแปรทั้งห้ามีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 97.60 ($R^2 = 0.97602$) อีกร้อยละ 2.40 มีผลมาจากสาเหตุอื่น และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_d = -2.397467 + 0.3248X_3 \text{ (ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ)} + 0.3019X_4 \text{ (ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ)} + 0.2021X_2 \text{ (ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม)} + 0.1032X_5 \text{ (ปฏิภานในการมีส่วนร่วมของชุมชน)} + 0.1566X_1 \text{ (ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม)}$$

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อแผนพัฒนาตลาดน้ำทั้ง 18 แผน จากการวิเคราะห์โดย One Way Analysis of Variance พบว่าการยอมรับแผนปฏิบัติการ ทั้ง 18 แผน มีความแตกต่างกัน จำนวน 10 แผน จึงทำให้ต้องศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของการยอมรับแผนในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อศึกษาว่าระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนแต่ละแผน นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยใด โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ดังนี้ คือ

4.9.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้น

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นในการยอมรับแผนพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ในแต่ละแผนมีปัจจัยที่มีผลต่อระดับการยอมรับที่แตกต่างกัน โดยในแต่ละแผนปฏิบัติการจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังนี้

ตารางที่ 4 - 31 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ปัจจัยที่มีผลต่อ แผนปฏิบัติการ	R	R ²	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
5. แผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ						
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.84993	0.72238	0.635494	0.669017	673.93416	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.87015	0.75717	0.185503	0.204131	402.22919	0.0000
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.87511	0.76582	0.106320	0.111361	280.14299	0.0000
ค่าคงที่				0.183902		
Multiple R = 0.90244						
R Square = 0.81440						
Adjust R Square = 0.81223						
6. แผนงานการปรับปรุงสวนสัตว์มงคลและส่วนประกอบ						
ด้านงบประมาณ	0.88964	0.79147	0.746497	0.779735	983.01599	0.0000
ด้านวัฒนธรรม	0.89881	0.80785	0.105882	0.115521	542.35520	0.0000
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.90244	0.81440	0.074889	0.097542	375.89080	0.0000
ค่าคงที่			0.242053			
Multiple R = 0.92546						
R Square = 0.85647						
Adjust R Square = 0.85480						
7. แผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะ เพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว						
ด้านงบประมาณ	0.91856	0.84375	0.814023	0.811669	1398.56525	0.0000
ด้านวัฒนธรรม	0.92357	0.85299	0.84661	0.99780	748.47525	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.92546	0.85647	0.71790	0.76490	511.20273	0.0000
ค่าคงที่			0.86113			
Multiple R = 0.92546						
R Square = 0.85647						
Adjust R Square = 0.85480						
8. แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ						
ด้านงบประมาณ	0.91819	0.84307	0.814200	0.823393	1391.46709	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.92549	0.85653	0.141093	0.149819	770.16601	0.0000
ค่าคงที่			0.117179			
Multiple R = 0.92549						
R Square = 0.85653						
Adjust R Square = 0.85542						

ตารางที่ 4 - 31 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำคลองชัน

ปัจจัยที่มีผลต่อ แผนปฏิบัติการ	R	R ²	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
9. แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ						
ด้านวัฒนธรรม	0.92692	0.85917	0.863109	0.872252	1580.13299	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.93251	0.86957	0.114442	0.115678	860.00579	0.0000
ค่าคงที่			0.043600			
Multiple R = 0.93251						
R Square = 0.86957						
Adjust R Square = 0.86855						
10. แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว						
ด้านงบประมาณ	0.91789	0.84251	0.879994	0.887106	1385.58990	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.92095	0.84816	0.74374	0.811810	720.56151	0.0000
ค่าคงที่			0.123099			
Multiple R = 0.92095						
R Square = 0.84816						
Adjust R Square = 0.84698						
11. แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ						
ด้านวัฒนธรรม	0.85521	0.73138	0.694749	0.733306	705.17989	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.86984	0.75663	0.147814	0.181086	401.05077	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.87435	0.76450	0.093740	0.112636	278.09249	0.0000
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.87650	0.76826	-0.058783	-0.72838	212.16952	0.0000
ค่าคงที่			0.76335			
Multiple R = 0.87650						
R Square = 0.76826						
Adjust R Square = 0.76464						
12. แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย						
ด้านวัฒนธรรม	0.87646	0.76818	0.723312	0.755085	346.84778	0.0000
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.89222	0.79606	0.157439	0.179771	503.55135	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.89551	0.80193	0.71577	0.081418	858.23333	0.0000
ค่าคงที่			0.156980			
Multiple R = 0.89551						
R Square = 0.80193						
Adjust R Square = 0.79962						

ตารางที่ 4-31 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ปัจจัยที่มีผลต่อ แผนปฏิบัติการ	R	R ²	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
13. แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น						
ด้านวัฒนธรรม	0.90879	0.82589	0.787355	0.790043	1223.58746	0.0000
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.91760	0.84199	0.102522	0.112849	687.40610	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.91961	0.84569	0.78426	0.088239	469.48753	0.0000
ค่าคงที่			0.100818			
Multiple R = 0.91961						
R Square = 0.84569						
Adjust R Square = 0.84389						
14. แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ						
ด้านวัฒนธรรม	0.91413	0.83564	0.742564	0.747034	1316.83223	0.0000
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.92457	0.85483	0.143957	0.148781	759.64312	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.93065	0.86610	0.150785	0.130407	554.12847	0.0000
ค่าคงที่			-0.076303			
Multiple R = 0.93065						
R Square = 0.86610						
Adjust R Square = 0.85371						
15. แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินทางเรือท่องเที่ยว						
ด้านงบประมาณ	0.63547	0.40382	0.551177	0.522310	175.43161	0.0000
ด้านวัฒนธรรม	0.65332	0.42683	0.163709	0.189241	96.06267	0.0000
ค่าคงที่						
Multiple R = 0.65332						
R Square = 0.42683						
Adjust R Square = 0.42238						
16. แผนงานการจัดการมูลฝอย						
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.92143	0.84904	0.793133	0.775221	1456.64808	0.0000
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.93440	0.87311	0.170210	0.166705	887.62712	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.93544	0.87359	0.064149	0.064831	599.94126	0.0000
ค่าคงที่			-0.99220			
Multiple R = 0.93544						
R Square = 0.87505						
Adjust R Square = 0.87359						

ตารางที่ 4 - 31 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ปัจจัยที่มีผลต่อ แผนปฏิบัติการ	R	R ²	ส.ป.ส.		F	Sig.F
			B	Beta		
17. แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ						
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.93852	0.88081	0.855586	0.853167	1914.01155	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.94447	0.89203	0.130692	0.136025	1065.76503	0.0000
ค่าคงที่			0.015016			
Multiple R = 0.94447						
R Square = 0.89203						
Adjust R Square = 0.89119						
18. แผนงานการควบคุม มลพิษทางอากาศและเสียง						
การมีส่วนร่วมของชุมชน	0.94088	0.88525	0.842589	0.848834	1998.01605	0.0000
ด้านงบประมาณ	0.94584	0.89461	0.116746	0.106375	1095.00212	0.0000
ด้านองค์กรหรือหน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	0.94727	0.89733	0.055665	0.060243	748.71217	0.0000
ค่าคงที่			8.92306			
Multiple R = 0.94727						
R Square = 0.89733						
Adjust R Square = 0.89613						

4.9.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ถึงร้อยละ 72.180 ($R^2 = 0.72180$) หน่วยงานราชการให้ความสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 85.61 ($R = 0.85612$) ความเหมาะสมหรือเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 85.91 ($R = 0.85914$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 73.81 ($R^2 = 0.73812$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_1 = 0.0205240 + 0.7710X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.8561X_4 (\text{ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ}) + 0.07851X_3 (\text{เรื่องงบประมาณ})$$

4.9.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ รัฐต้องเข้ามามีส่วนร่วมหรือต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 90.479 ($R^2 = 0.90479$) ต้องมีความเหมาะสมหรือเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 95.31 ($R = 0.95309$) ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 90.83 ($R^2 = 0.90838$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_2 = -0.37520 + 0.9333X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)} + 0.0625X_5 \text{ (เรื่องงบประมาณ)}$$

4.9.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ ปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมของชุมชน ร้อยละ 75.13 ($R^2 = 0.75131$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 87.88 ($R = 0.87875$) มีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 88.41 ($R = 0.88417$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 78.17 ($R^2 = 0.78176$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_3 = 0.243553 + 0.7652X_5 \text{ (การมีส่วนร่วมของชุมชน)} + 0.1344X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)} + 0.1080X_1 \text{ (ด้านสิ่งแวดล้อม)}$$

4.9.2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร ต้องมีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 78.84 ($R^2 = 0.78840$) ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 89.63 ($R = 0.89623$) ความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ร้อยละ 89.96 ($R = 0.89956$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 80.92 ($R^2 = 0.80921$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_4 = 0.028198 + 0.7939X_1 \text{ (ด้านสิ่งแวดล้อม)} + 0.11092X_3 \text{ (ด้านงบประมาณ)} + 0.0899X_2 \text{ (ด้านวัฒนธรรม)}$$

4.9.2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ หน่วยงานราชการต้องเข้ามามีส่วนร่วม ร้อยละ 72.23 ($R^2 = 0.72238$) ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 87.01 ($R = 0.87015$) ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาของชุมชนในทางเห็นด้วย ร้อยละ 87.51 ($R = 0.87511$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 76.58 ($R^2 = 0.76582$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_5 = 0.183902 + 0.6690X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)} + 0.2041X_3 \text{ (งบประมาณ)} + 0.1113X_5 \text{ (การมีส่วนร่วมของชุมชน)}$$

4.9.2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการปรับปรุงสวนสาธารณะและส่วนประกอบ ผลการวิเคราะห์พบว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ถึงร้อยละ 79.147 ($R^2 = 0.79147$) มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 89.89 ($R = 0.89881$) มีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 90.24 ($R = 0.90244$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 81.44 ($R^2 = 0.81440$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_6 = 0.2.2053 + 0.7797X_3 \text{ (งบประมาณ)} + 0.1155X_2 \text{ (ด้านวัฒนธรรม)} + 0.0975X_1 \text{ (ด้านวัฒนธรรม)}$$

4.9.2.7 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 84.37 ($R^2 = 0.84375$) มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 92.36 ($R = 0.92357$)

หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 92.54 ($R = 0.92546$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 85.64 ($R^2 = 0.85647$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_7 = 0.86113 + 0.81166X_3 (\text{งบประมาณ}) + 0.8561X_2 (\text{ด้านวัฒนธรรม}) + 0.7649X_4 (\text{องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ})$$

4.9.2.8 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงาน การปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 84.30 ($R^2 = 0.84307$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 92.55 ($R = 0.92549$) ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 85.65 ($R^2 = 0.85653$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_8 = 0.117179 + 0.8239X_3 (\text{ความเหมาะสมในเรื่องงบประมาณ}) + 0.8561X_4 (\text{ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ})$$

4.9.2.9 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 85.91 ($R^2 = 0.85917$) ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 93.25 ($R = 0.93251$) ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 86.95 ($R^2 = 0.86957$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_9 = 0.043600 + 0.8722X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม}) + 0.1156X_3 (\text{ความเหมาะสมในเรื่องงบประมาณ})$$

4.9.2.10 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ ความเหมาะสมและความ

เป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 84.251 ($R^2 = 0.84251$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 92.10 ($R = 0.92095$) ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 84.816 ($R^2 = 0.84816$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{10} = 0.123099 + 0.8871X_3 \text{ (งบประมาณ)} + 0.8118X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)}$$

4.9.2.11 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ ความเหมาะสมหรือความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 73.138 ($R^2 = 0.73138$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 86.98 ($R = 0.86984$) มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 87.43 ($R = 0.87435$) ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ร้อยละ 87.65 ($R = 0.87650$) ตัวแปรทั้งสี่มีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 76.82 ($R^2 = 0.76856$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{11} = 0.76335 + 0.7333X_2 \text{ (ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม)} + 0.1810X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)} + 0.1126X_3 \text{ (ความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ)} - 0.0587X_5 \text{ (การมีส่วนร่วมของชุมชน)}$$

4.9.2.12 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 76.81 ($R^2 = 0.76818$) ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ร้อยละ 89.22 ($R = 0.89222$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 89.56 ($R = 0.89551$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 89.55 ($R^2 = 0.89551$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{12} = 0.156980 + 0.7550X_2 \text{ (ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม)} + 0.1797X_5 \text{ (การมีส่วนร่วมของชุมชน)} + 0.0814X_4 \text{ (องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)}$$

4.9.2.13 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 82.589 ($R^2 = 0.82589$) ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ร้อยละ 91.77 ($R = 0.91760$) ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 91.96 ($R = 0.91961$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 84.569 ($R^2 = 0.84569$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{13} = 0.100818 + 0.7900X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม}) + 0.1128X_3 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.0882X_4 (\text{งบประมาณ})$$

4.9.2.14 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีต่อแผนนี้ ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 83.564 ($R^2 = 0.83564$) ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ร้อยละ 92.46 ($R = 0.92457$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 93.07 ($R = 0.93065$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 86.61 ($R^2 = 0.86610$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{14} = -0.076303 + 0.7470X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม}) + 0.1487X_3 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1304X_4 (\text{องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ})$$

4.9.2.15 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 63.54 ($R^2 = 0.63547$) มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ร้อยละ 65.33 ($R = 0.65332$) ตัว

แปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 42.68 ($R^2 = 0.42683$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{15} = 0.5866 + 0.5223X_3 (\text{งบประมาณ}) + 0.1892X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม})$$

4.9.2.16 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการจัดการมูลฝอย ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชนในทางเห็นด้วย ร้อยละ 84.904 ($R^2 = 84.904$) มีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 93.44 ($R = 0.93440$) มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 93.54 ($R = 0.93544$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 87.50 ($R^2 = 0.87505$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{16} = -0.99220 + 0.7752X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1667X_2 (\text{ด้านสิ่งแวดล้อม}) + 0.0648X_3 (\text{งบประมาณ})$$

4.9.2.17 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชนในทางเห็นด้วย ร้อยละ 93.85 ($R^2 = 0.93852$) มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 94.44 ($R = 0.94447$) ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 89.20 ($R^2 = 0.89203$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{17} = 0.015016 + 0.8531X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1360X_3 (\text{งบประมาณ})$$

4.9.2.18 ปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของแผนนี้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ถึงร้อยละ 88.52 ($R^2 = 0.88525$) มีความเหมาะสมหรือเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ร้อยละ 94.59 ($R = 0.94584$) หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน

หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ร้อยละ 94.72 ($R = 0.94727$) ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 89.73 ($R^2 = 0.89733$) และได้แบบจำลองในขั้นสุดท้ายที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y_{18} = 0.8923 + 0.8488X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1063X_3 (\text{งบประมาณ}) + 0.0602X_4 (\text{องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ})$$

4.10 การจัดลำดับความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการ

จากการศึกษาขั้นความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการโดยกลุ่มนักวิชาการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ทรงคุณวุฒิที่มา Weight ค่าคะแนนความสำคัญของปัจจัยในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การให้ค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัยนี้พิจารณาโดยการถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนพัฒนา แล้วนำมาสรุปเป็นค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัย เพื่อที่จะนำไปรวมกับค่าความเหมาะสมของปัจจัยในแต่ละแผนเป็นคะแนนความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการพัฒนา การจัดลำดับความสำคัญของโครงการจึงพิจารณาจากปัจจัยองค์ประกอบ 5 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
2. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว
3. ปัจจัยด้านงบประมาณ
4. ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐ
5. ปัจจัยด้านปฏิภานของชุมชน

โดยในการให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการพัฒนา จะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

- คะแนนระดับ 3 หมายถึงมีความสำคัญมาก
- คะแนนระดับ 2 หมายถึงมีความสำคัญปานกลาง
- คะแนนระดับ 1 หมายถึงมีความสำคัญน้อย

ทั้งนี้ทำให้ได้ค่าถ่วงน้ำหนักคะแนน (Weighting Score) ของการจัดลำดับความสำคัญไว้ 3 ระดับ คือ

สิ่งแวดล้อม	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	2
วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	1
งบประมาณ	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	3
นโยบายของรัฐ	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	2
ปฏิริยาของชุมชน	มีค่าถ่วงน้ำหนักเป็น	1

ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$S = W_1R_1 + W_2R_2 + W_3R_3 + W_4R_4 + W_5R_5$$

$$S = \text{ระดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ}$$

$$W = \text{ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของปัจจัย}$$

$$R = \text{ค่าคะแนนความคิดเห็น}$$

ผลการศึกษาแผนปฏิบัติการที่ได้จัดทำขึ้นนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้นมีรายละเอียดของผลการศึกษาของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังตารางที่ 4-32 - 4-35 รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 - 32 แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำ คลองชัน	471	347	345	216	197	1,576	6
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงาน พัฒนาตลาดน้ำคลองชัน	476	342	360	225	205	1,608	4
3. แผนงานส่งเสริมการรวม กลุ่มเกษตรกร	484	348	363	227	220	1,640	2
4. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบของตลาดน้ำคลองชัน	479	338	359	233	221	1,630	3

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
5. การจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ	428	303	310	193	191	1,425	17
6.ปรับปรุงสวนจัดทรงกลและส่วนประกอบ	452	331	337	219	207	1,546	11
7. การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว	469	312	346	224	195	1,546	11
8. การปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ	464	310	327	199	189	1,489	15
9. การพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ	470	323	334	190	199	1,516	14
10. การปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว	464	309	338	215	197	1,523	13
11. การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ	460	327	352	223	204	1,566	9
12. การอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย	443	305	323	218	186	1,475	16
13. การสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	465	319	339	217	212	1,552	10
14. การสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ	489	322	370	221	193	1,595	5
15. การเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว	457	312	357	213	203	1,542	12
16. การจัดการมูลฝอย	495	348	374	244	220	1,681	1
17. การควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ	463	335	352	213	208	1,571	8
18. การควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง	485	307	363	216	201	1,572	7

ตารางที่ 4 - 33 แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มประชาชน

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำ คลังชั้น	483	335	350	213	206	1,587	15
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงาน พัฒนาตลาดน้ำคลังชั้น	499	346	367	229	233	1,674	3
3. แผนงานการส่งเสริมการรวม กลุ่มเกษตรกร	486	350	377	232	208	1,653	5
4. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบของตลาดน้ำคลังชั้น	482	344	378	227	215	1,646	8
5. การจัดการพื้นที่ และการ ส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและ ผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ	451	335	337	215	230	1,568	17
6.ปรับปรุงสวนจัดรมงคลและ ส่วนประกอบ	464	334	372	233	228	1,631	12
7. การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะ เพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการ ท่องเที่ยว	468	318	340	216	224	1,566	18
8. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ	479	319	373	224	212	1,607	13
9. การพัฒนาการเข้าถึง คมนาคมและที่จอดรถ	492	339	350	229	223	1,633	11
10. การปรับปรุงบริการ สาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว	492	358	370	248	223	1,691	2
11. การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ	482	340	370	224	223	1,639	10
12. การอนุรักษ์การแต่งกาย แบบไทย	474	343	363	240	228	1,648	6
13. การสำรวจและส่งเสริม กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลป วัฒนธรรมท้องถิ่น	481	364	374	216	212	1,647	7

ตารางที่ 4 - 33 (ต่อ) แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มประชาชน

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
14. การสำรวจพัฒนาโครงข่าย เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ	490	302	367	219	216	1,594	14
15. การเปิดสัมปทานหรือส่งเสริม การเดินเรือท่องเที่ยว	460	304	365	225	222	1,576	16
16. การจัดการมูลฝอย	509	365	370	239	237	1,720	1
17. การควบคุมมลพิษจากน้ำ ทั้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ	487	354	368	231	219	1,659	4
18. การควบคุมมลพิษทาง อากาศและเสียง	487	314	370	239	230	1,640	9

ตารางที่ 4 - 34 แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มผู้ประกอบการ

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำ ตลิ่งชัน	140	84	78	46	61	409	8
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงาน พัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน	153	83	86	44	63	429	3
3. แผนงานการส่งเสริมการรวม กลุ่มเกษตรกร	156	81	85	42	61	425	4
4. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน	159	80	82	50	63	434	2

ตารางที่ 4 - 34 (ต่อ) แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มผู้ประกอบการ

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
5. การจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ	132	71	74	34	53	364	16
6. ปรับปรุงสวนจัดทรงกลและส่วนประกอบ	141	84	78	42	59	404	9
7. การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว	145	73	79	38	59	394	13
8. การปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ	136	75	74	44	48	377	14
9. การพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ	150	82	70	44	49	395	12
10. การปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว	153	84	76	44	55	412	7
11. การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยว และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ	139	80	83	45	62	409	8
12. การอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย	130	78	90	40	57	395	12
13. การสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	136	79	88	41	57	401	10
14. การสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ	140	82	80	40	55	397	11
15. การเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว	138	70	72	39	47	366	15
16. การจัดการมูลฝอย	172	81	82	43	66	444	1
17. การควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ	172	70	76	42	64	424	5
18. การควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง	155	85	78	43	59	420	6

ตารางที่ 4 - 35 แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิริยา ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำ คลังชั้น	134	112	123	82	74	525	1
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงาน พัฒนาตลาดน้ำคลังชั้น	120	117	117	94	62	510	3
3. แผนงานการส่งเสริมการรวม กลุ่มเกษตรกร	110	102	114	82	72	480	10
4. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบของตลาดน้ำคลังชั้น	119	107	123	92	82	523	2
5. การจัดการพื้นที่ และการ ส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและ ผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ	116	104	123	83	63	489	7
6. ปรับปรุงสวนสาธารณะและ ส่วนประกอบ	124	90	122	78	76	490	6
7. การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อ ส่งเสริมทัศนียภาพของการ ท่อง เที่ยว	129	113	106	53	71	472	12
8. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ	120	103	122	71	57	473	11
9. การพัฒนาการเข้าถึง คมนาคมและที่จอดรถ	121	111	123	73	62	490	6
10. การปรับปรุงบริการ สาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว	115	113	112	65	77	482	9
11. การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยว และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตลาดน้ำ	115	105	117	76	69	482	9
12. การอนุรักษ์การแต่งกาย แบบไทย	117	99	113	69	69	467	14
13. การสำรวจและส่งเสริม กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลป วัฒนธรรมท้องถิ่น	20	106	112	64	64	466	15

ตารางที่ 4-35 (ต่อ) แสดงค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
ของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แผนปฏิบัติการ	คะแนนความสำคัญ					ความสำคัญ	
	งบประมาณ	นโยบาย ของรัฐ	สิ่งแวดล้อม	วัฒนธรรม และการ ท่องเที่ยว	ปฏิบัติ ของชุมชน	คะแนน รวม	ลำดับ
14. การสำรวจพัฒนาโครงข่าย เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ	113	90	108	82	76	469	13
15. การเปิดสัมปทานหรือ ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว	110	90	102	75	70	447	16
16. การจัดการมูลฝอย	125	101	129	71	77	503	4
17. การควบคุมมลพิษจากน้ำ ทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ	122	107	110	77	69	485	8
18. การควบคุมมลพิษทาง อากาศและเสียง	111	110	121	71	83	496	5

จากการวิเคราะห์พบว่าแผนที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ แผนงานการจัดการ
มูลฝอย กลุ่มแผนงานด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม โดยจัดเรียงลำดับตามค่าคะแนนจากมากไป
น้อย โดยจัดลำดับความสำคัญของทั้ง 4 กลุ่ม ดังตารางที่ 4-36

ตารางที่ 4-36 แสดงลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

แผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร				รวมคะแนน	ลำดับ ความสำคัญ
	นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน	ประชาชน	ผู้ประกอบการ	ตัวแทน หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง		
1. แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการ ที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำ คลังชั้น	1,576	1,587	409	525	4,097	8
2. แผนงานจัดตั้งคณะทำงาน พัฒนาตลาดน้ำคลังชั้น	1,608	1,674	429	510	4,221	3
3. แผนงานการส่งเสริมการรวม กลุ่มเกษตรกร	1,640	1,653	425	480	4,198	4

ตารางที่ 4 - 36 (ต่อ) แสดงลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ
เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

แผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร				รวมคะแนน	ลำดับ ความสำคัญ
	นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน	ประชาชน	ผู้ประกอบการ	ตัวแทน หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง		
4. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบของตลาดน้ำ คลองชัน	1,630	1,646	434	523	4,233	2
5. การจัดการพื้นที่ และการ ส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและ ผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ	1,425	1,568	364	489	3,846	18
6.ปรับปรุงสวนสัตว์มงคลและ ส่วนประกอบ	1,546	1,631	404	490	4,071	10
7. การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะ เพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการ ท่องเที่ยว	1,546	1,566	394	472	3,978	15
8. การปรับปรุงภูมิทัศน์และ ส่วนประกอบบริเวณอื่นๆ	1,489	1,607	377	473	3,946	16
9. การพัฒนาการเข้าถึง คมนาคมและที่จอดรถ	1,516	1,633	395	490	4,034	13
10. การปรับปรุงบริการ สาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว	1,523	1,691	412	482	4,108	7
11. การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยว และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ตลาดน้ำ	1,566	1,639	409	482	4,096	9
12. การอนุรักษ์การแต่งกาย แบบไทย	1,475	1,648	395	467	3,985	14
13. การสำรวจและส่งเสริม กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ ศิลป วัฒนธรรมท้องถิ่น	1,552	1,647	401	466	4,066	11
14. การสำรวจพัฒนาโครงข่าย เชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ	1,595	1,594	397	469	4,055	12
15. การเปิดตลาดปทานหรือ ส่งเสริมการเดินทางเรือท่องเที่ยว	1,542	1,576	366	447	3,931	17
16. การจัดการมูลฝอย	1,681	1,720	444	503	4,348	1

ตารางที่ 4 - 36 (ต่อ) แสดงลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาคน้ำ
เพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

แผนปฏิบัติการ	กลุ่มประชากร				รวมคะแนน	ลำดับ ความสำคัญ
	นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน	ประชาชน	ผู้ประกอบการ	ตัวแทน หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง		
17. การควบคุมมลพิษจากน้ำ ทิ้งครัวเรือนและกิจกรรม ตลาคน้ำ	1,571	1,659	424	485	4,139	5
18. การควบคุมมลพิษทาง อากาศและเสียง	1,572	1,640	420	496	4,128	6

บทที่ 5

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันสามารถที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากผลการประเมินโดยใช้ตารางประเมินศักยภาพ พบว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง ศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์จัดว่ามีศักยภาพสูง ศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับต่ำไม่เหมาะสมสำหรับด้านการท่องเที่ยว จึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับบริการสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างมากในทุก ๆ ด้าน ศักยภาพและขีดจำกัดในพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชันต่ำ จากการพิจารณาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันโดยภาพรวมปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์กลาง คือ ถ้ามีการพัฒนาหรือปรับปรุงก็สามารถจะพัฒนาเป็นสถานที่เพื่อการท่องเที่ยว และแหล่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้ในอนาคตถ้ามีการวางแผนและจัดการที่เหมาะสม เพื่อที่จะรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต ต้องมีแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ โดยแบ่งเป็นกลุ่มแผนงานหลัก 5 กลุ่ม คือ กลุ่มแผนงานส่งเสริมและพัฒนาองค์กร กลุ่มแผนงานการปรับปรุงและพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มแผนงานการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ กลุ่มแผนงานการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ กลุ่มแผนงานด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม มีจำนวน 18 แผน ดังนี้

กลุ่มแผนงานส่งเสริมและพัฒนาองค์กร

- แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
- แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
- แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร

กลุ่มแผนงานการปรับปรุงและพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

- การปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน
- การจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ

- การปรับปรุงสวนจิตรมงคลและส่วนประกอบ
- การเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว
- การปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ

กลุ่มแผนงานการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ

- การพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ
- การปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว

กลุ่มแผนงานการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์

- การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ
- การอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย
- การสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- การสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ
- การเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว

กลุ่มแผนงานด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม

- การจัดการมูลฝอย
- การควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ
- การควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง

เมื่อได้แผนทั้ง 18 แผนนี้ ก็จะนำไปตรวจสอบการยอมรับเพื่อดูความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการต่อไป ดังมีรายละเอียดของการอภิปรายผลดังนี้

5.1 ความเป็นไปได้และการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ มีความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 12 แผน ได้แก่ แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการและคณะที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร แผนงานการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ การปรับปรุงสวนเฉลิมพระเกียรติและส่วนประกอบ การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว แผนงานการ

ควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือน และกิจกรรมตลาดน้ำ สำหรับแผนปฏิบัติการที่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันของทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แผนงานการจัดการมูลฝอย แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง จากผลการศึกษาความเป็นไปได้และการยอมรับแผนปฏิบัติการในการพัฒนาที่ได้จัดทำขึ้นนั้นมีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จสูงในการนำไปใช้พัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องจากระดับการยอมรับของทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เห็นด้วยอย่างยิ่งตรงกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ และจากผลจากการศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่ม นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ประชาชน ผู้ประกอบการ และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่มีต่อแผนพัฒนาต่าง ๆ จำนวน 18 แผนมีระดับความคิดเห็นดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ร้อยละ 52.90 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 33.00 เห็นด้วยน้อยร้อยละ 14.20 ต้องประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านงบประมาณ พบว่าแผนปฏิบัติการที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดถ้ามีความเหมาะสมมากหรือเป็นไปได้นมากก็จะทำให้แผนปฏิบัติการประสบผลสำเร็จมากขึ้น ได้แก่ แผนงานการปรับปรุงสวนจิตรมงคลและส่วนประกอบ แผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ จอร์จ ฮิวส์ (33) พบว่า งบประมาณมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดโครงการและแผนปฏิบัติการ และมารุต ปิซโซเตสสิงห์ (40) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการฯ ได้แก่ ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยด้านความร่วมมือจากบุคคลภายนอก

2. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่าถ้าชุมชนให้ความร่วมมือก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนั้นสำเร็จมากขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าแผนปฏิบัติการที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ได้แก่ แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร แผนงานการจัดการมูลฝอย แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง ซึ่งตรงกับ

ผลการศึกษาของ เทียนชัย ให้ศิริกุล (39) พบว่าบทบาทของประชาชนในท้องถิ่นจะมีบทบาทต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่น มาร์ต ปิซโซเตสสิงห์ (40) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการฯ ได้แก่ ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยด้านความร่วมมือจากบุคคลภายนอก จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ (42) พบว่าการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงานถ้าขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ประชาชนก็จะไม่สามารถมองเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่ทำ และ กรรณิกา ชมดี (44) รูปแบบการมีส่วนร่วมคือร่วมศึกษาสาเหตุของปัญหาและความต้องการของกลุ่ม ร่วมคิดและตัดสินใจสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม กำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรม การบริหารงาน ใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดอย่างคุ้มค่า ลงทุนเสียสละ ปฏิบัติติดตามประเมินผลงานและรักษากิจกรรมให้คงอยู่ยาวนานและร่วมรับผลประโยชน์

3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าแผนปฏิบัติการที่ให้ความสำคัญกับปัจจัย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งตรงกับการศึกษาของ นวล สารสอน (47) และ เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (36) นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางเป็นเกณฑ์สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ

4. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม แผนปฏิบัติการที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ LORD Cultural Resource Planning Management Inc. (45) ว่าการทำให้การท่องเที่ยวกับวัฒนธรรมสามารถทำงานร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นการวางแผนแก้ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวในสังคมที่มีความกังวลว่าการท่องเที่ยวจะสร้างผลกระทบเชิงลบแก่คุณภาพชีวิตหรือวัฒนธรรม

5. ปัจจัยความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ พบว่าแผนปฏิบัติการที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ ซึ่งตรงกับการศึกษาของสมาคมนักวิชาชีพไทยญี่ปุ่น (35) ปัจจัยที่

มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เลือกมาเที่ยวไทย เพราะนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

โดยแผนปฏิบัติการต่าง ๆ จำนวน 18 แผน จะประสบผลสำเร็จได้ ต้องมีปัจจัยดังนี้

5.1.1 แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อ แผนนี้ คือ 2.53 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 2.04 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.04 กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ย 2.39 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ หน่วยงานราชการให้ความสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ และความเหมาะสมหรือเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 73.81 ดังสมการ

$$Y_1 = 0.0205240 + 0.7710X_2 \text{ (การมีส่วนร่วมของชุมชน)} + 0.8561X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)} + 0.07851X_3 \text{ (เรื่องงบประมาณ)}$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.2 แผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มประชาชนระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง กลุ่มผู้ประกอบการอยู่ในระดับเห็นปานกลาง กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการจะมีระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง กลุ่มผู้ประกอบการอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกลับกลุ่มนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการจะมีระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง กลุ่มประชาชนกับกลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการจะมีระดับความคิดเห็นต่อแผนอยู่ในระดับเห็นสูงกว่ากลุ่มประชาชน คือ กลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.60 ส่วนกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.27 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ รัฐต้องเข้ามามีส่วนร่วมหรือต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ และต้องมีความเหมาะสมหรือเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 90.83 ดังสมการ

$$Y_2 = -0.37520 + 0.9333X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)} + 0.0625X_5 \text{ (เรื่องงบประมาณ)}$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสองนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.3 แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรของกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนคือ กลุ่มนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.63 กลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.21 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ ปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ มีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 78.17 ดังสมการ

$$Y_3 = 0.243553 + 0.7652X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1344X_4 (\text{ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ}) + 0.1080X_1 (\text{ด้านสิ่งแวดล้อม})$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสี่นี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.4 แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันของกลุ่มนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งหมด 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ ต้องมีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 80.92 ดังสมการ

$$Y_4 = 0.028198 + 0.7939X_1 (\text{ด้านสิ่งแวดล้อม}) + 0.11092X_3 (\text{ด้านงบประมาณ}) - 0.0899X_2 (\text{ด้านวัฒนธรรม})$$

จากสมการพหุคูณทศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.5 แผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำของกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.24 กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 1.93 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ หน่วยงานราชการต้องเข้ามามีส่วนร่วม ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ และประชาชนให้ความร่วมมือ หรือปฏิกิริยาของชุมชนในทางเห็นด้วย ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 76.58 ดังสมการ

$$Y_5 = 0.183902 + 0.6690X_4 (\text{ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ}) + 0.2041X_3 (\text{งบประมาณ}) + 0.1113X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน})$$

จากสมการพหุคูณทศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.6 แผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่าง

ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.31 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.06 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักวิชาการจะมีระดับความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่มนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.50 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.06 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการปรับปรุงสวนสัตว์มงคลและส่วนประกอบ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ และมีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 81.44 ดังสมการ

$$Y_6 = 0.2.2053 + 0.7797X_1 (\text{งบประมาณ}) + 0.1155X_2 (\text{ด้านวัฒนธรรม}) + 0.0975X_3 (\text{ด้านวัฒนธรรม})$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.7 แผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 85.64 ดังสมการ

$$Y_7 = 0.86113 + 0.81166X_3 \text{ (งบประมาณ)} + 0.8561X_2 \text{ (ด้านวัฒนธรรม)} + 0.7649X_4 \text{ (องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)}$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.8 แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 85.65 ดังสมการ

$$Y_8 = 0.117179 + 0.8239X_3 \text{ (ความเหมาะสมในเรื่องงบประมาณ)} + 0.8561X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)}$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสองนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.9 แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการ

พัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 86.95 ดังสมการ

$$Y_9 = 0.043600 + 0.8722X_2 \text{ (ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม)} + 0.1156X_3 \text{ (ความเหมาะสมในเรื่องงบประมาณ)}$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.10 แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 84.816 ดังสมการ

$$Y_{10} = 0.123099 + 0.8871X_3 \text{ (งบประมาณ)} + 0.8118X_4 \text{ (ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)}$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.11 แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับ

ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีแผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยว และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำของกลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.37 กลุ่มผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 1.90 กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.46 กลุ่มผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 1.90 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.37 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.10 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.46 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.10 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ ความเหมาะสมหรือความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ตัวแปรทั้งสี่มีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 76.82 ดังสมการ

$$Y_{11} = 0.76335 + 0.7333X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม}) + 0.1810X_4 (\text{ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ}) + 0.1126X_3 (\text{ความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ}) - 0.0587X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน})$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า ถ้ามีความเหมาะสมด้านวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ด้านองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ และด้านงบประมาณ มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมาก แต่ในเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนควรมีน้อยลงซึ่งตรงข้ามกับปัจจัยอื่น เนื่องจากแผนปฏิบัติการนี้หน่วยงานรัฐต้องเข้ามาบริหาร โครงการโดยตรงโดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ดังนั้นจึงทำ

ให้ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนตรงข้ามกับปัจจัยอื่น เพราะถือว่าเป็นหน้าที่หลักและมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงอยู่แล้ว คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบ จึงทำให้มีผลต่อปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นไปในทางลบ อาจเนื่องมาจากทัศนคติที่ว่าประชาชนไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ และคงไม่ได้ในผลประโยชน์นั้นจากการประชาสัมพันธ์โดยตรง ประกอบกับไม่ใช่หน้าที่ของประชาชนในชุมชนที่ต้องเข้ามาช่วยในการดำเนินการในจากการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งตรงกับการศึกษาของสุรินทร์ คล้ายจินดา (43) ปัญหาและอุปสรรคการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เกิดจากการบริหารที่ขาดประสิทธิภาพขององค์กรรัฐ และการจัดการผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม และจุมพล สวัสดิ์ยากร (46) ในผลการวิจัยทัศนะของประชาชนที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่าปัญหาและอุปสรรค คือ การขาดความประสานงานร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานรัฐ และรัฐขาดองค์กรด้านการประสานงานเกี่ยวกับการแก้ปัญหา จึงทำให้ประชาชนไม่เข้ามามีส่วนร่วมในแผนปฏิบัติการนี้

5.1.12 แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.45 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.06 กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.45 กลุ่มผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.09 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 89.55 ดังสมการ

$Y_{12} = 0.156980 + 0.7550X_2$ (ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม) + $0.1797X_5$ (การมีส่วนร่วมของชุมชน) + $0.0814X_4$ (องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ)

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.13 แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมการเดินเรือท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 84.569 ดังสมการ

$Y_{13} = 0.100818 + 0.7900X_2$ (ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม) + $0.1128X_5$ (การมีส่วนร่วมของชุมชน) + $0.0882X_4$ (งบประมาณ)

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.14 แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ

สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่มประชาชนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.20 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 1.87 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ กลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 2.36 กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อแผน 1.87 และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานราชการให้การสนับสนุน หรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 86.61 ดังสมการ

$$Y_{14} = -0.076303 + 0.7470X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม}) + 0.1487X_3 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1304X_4 (\text{องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ})$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ด้านของตลาดน้ำ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยด้านองค์กรหรือหน่วยงานราชการ ให้การสนับสนุน มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.15 แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินทางเรือท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินทางเรือท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชนกับกลุ่มผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่าตัวแทนหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ กลุ่มประชาชนกับกลุ่มนักวิชาการมีความต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่ม ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 42.68 ดังสมการ

$$Y_{15} = 0.5866 + 0.5223X_3 (\text{งบประมาณ}) + 0.1892X_2 (\text{ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม})$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสองนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.16 แผนงานการจัดการมูลฝอย

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการจัดการมูลฝอยของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการจัดการมูลฝอย พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชนในทางเห็นด้วย มีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 87.50 ดังนี้

$$Y_{16} = -0.99220 + 0.7752X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1667X_2 (\text{ด้านสิ่งแวดล้อม}) + 0.0648X_3 (\text{งบประมาณ})$$

จากสมการพหุคูณพหุคูณทางของปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านงบประมาณ มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.17 แผนงานการจัดการมูลฝอย

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการจัดการมูลฝอยของกลุ่มผู้ประกอบการกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ คือ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชนในทางเห็นด้วย มีความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ตัวแปรทั้งสองมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนา ร้อยละ 89.20 ดังสมการ

$$Y_{17} = 0.015016 + 0.8531X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1360X_3 (\text{งบประมาณ})$$

จากสมการพหุคูณพหุคูณทางของปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยด้านงบประมาณ มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสองนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.1.18 แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคิดเห็นในการยอมรับแผนปฏิบัติการที่มีต่อแผนนี้ ของกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม พบว่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยที่มีต่อแผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง ของกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน กลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน

ระดับเห็นด้วยต่อแผนนี้ทั้ง 4 กลุ่ม และจากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง พบว่าความสำเร็จของแผนปฏิบัติการนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ ประชาชนให้ความร่วมมือหรือปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของชุมชน มีความเหมาะสมหรือเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนหรือมีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ตัวแปรทั้งสามมีผลต่อความสำเร็จของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาฯ ร้อยละ 89.73 ดังสมการ

$$Y_{18} = 0.8923 + 0.8488X_5 (\text{การมีส่วนร่วมของชุมชน}) + 0.1063X_3 (\text{งบประมาณ}) + 0.0602X_4 (\text{องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ})$$

จากสมการพยากรณ์ทิศทางของปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยด้านเรื่องงบประมาณ ปัจจัยด้านองค์กรหรือหน่วยงานราชการให้การสนับสนุน มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน คือ ถ้าปัจจัยทั้งสามนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากเพียงใดก็จะส่งผลให้แผนปฏิบัติการนี้สำเร็จมากขึ้นด้วย

5.2 การจัดลำดับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการ

จากการศึกษาขั้นความเป็นไปได้ และความเหมาะสมของแผนปฏิบัติการที่ได้จัดทำขึ้น โดยนำค่าคะแนนของแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จากการวิเคราะห์พบว่าแผนที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ แผนงานการจัดการมูลฝอยกลุ่มแผนงานด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม โดยมีการจัดลำดับความสำคัญได้ดังนี้

- ลำดับที่ 1 แผนงานการจัดการมูลฝอย
- ลำดับที่ 2 แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน
- ลำดับที่ 3 แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
- ลำดับที่ 4 แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร
- ลำดับที่ 5 แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ
- ลำดับที่ 6 แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง
- ลำดับที่ 7 แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว
- ลำดับที่ 8 แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน
- ลำดับที่ 9 แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ
- ลำดับที่ 10 แผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบ

- ลำดับที่ 11 แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- ลำดับที่ 12 แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ
- ลำดับที่ 13 แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ
- ลำดับที่ 14 แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย
- ลำดับที่ 15 แผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว
- ลำดับที่ 16 แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ
- ลำดับที่ 17 แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว
- ลำดับที่ 18 แผนงานการจัดการพื้นที่ และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์
การเกษตรทางน้ำ

กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนจะให้ความสำคัญต่อแผนการจัดการมูลฝอยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ แผนการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร แผนการปรับปรุงภูมิทัศน์ และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งตรงกับการศึกษาของเนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (36) นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางเป็นเกณฑ์สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ และ ภิรมย์ บุญรอดพานิช (48) พบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศถือเอาความปลอดภัยเป็นเหตุผลหลักในการเลือกเข้ามาท่องเที่ยว กลุ่มประชาชนบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันให้ความสำคัญต่อแผนการจัดการมูลฝอยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ แผนการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว และแผนการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ กลุ่มผู้ประกอบการบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันให้ความสำคัญต่อแผนการจัดการมูลฝอยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ แผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน และแผนงานจัดตั้งคณะทำงานในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน กลุ่มนักวิชาการให้ความสำคัญต่อแผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ แผนการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน และแผนการจัดการมูลฝอย

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “ การศึกษาแนวทางพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร “ มีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการ คือ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและศักยภาพของตลาดน้ำตลิ่งชันในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ประเมินสภาพปัญหาในการรองรับการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพื่อเสนอแนวทางและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งเศรษฐกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมรายได้ของท้องถิ่นที่ได้รับการพิจารณาและเห็นชอบร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และวัตถุประสงค์ประการสุดท้ายคือ เพื่อศึกษาความคิดเห็นและปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มประชาชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ

กลุ่มประชากรที่ศึกษาได้จัดแบ่งตามการเก็บข้อมูลของวิธีการศึกษา คือ ขั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐานมีกลุ่มประชากรเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน จำนวน 100 คน ประชาชนบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน 100 คน ผู้ประกอบการ 31 คน ขั้นศึกษาความเป็นไปได้และการยอมรับของแผนปฏิบัติการมีกลุ่มนักวิชาการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน ขั้นทดสอบแผนปฏิบัติการมีกลุ่มประชากรเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน 100 คน กลุ่มประชาชน 100 คน กลุ่มผู้ประกอบการ 31 คน และตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แยกตามวิธีการศึกษา คือ ขั้นสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บตัวอย่างคุณภาพน้ำ เครื่องมือตรวจวัดคุณภาพ ตาราง (Check list) ประเมินศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ขั้นศึกษาความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการและขั้นทดสอบแผนปฏิบัติการใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและพัฒนาตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลในภาคสนาม แบ่งเป็นข้อมูลด้านพื้นฐาน ได้แก่ คุณภาพน้ำ ใช้เก็บ 2 รอบ ช่วงที่มีกิจกรรมตลาดน้ำ และไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ ในวันที่ 10, 14 พฤษภาคม 2540 ข้อมูลในการศึกษาหาสภาพปัญหาของพื้นที่ โดยใช้การเก็บ ในวันที่ 5-6 กรกฎาคม 2540 ข้อมูลขั้นศึกษาการยอมรับแผนปฏิบัติการ ในวันที่ 11-12 ตุลาคม 2540 ขั้นศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแผนปฏิบัติการโดยกลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการ ระหว่างวันที่ 3-28 พฤศจิกายน 2540

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลด้านพื้นที่และคุณภาพน้ำใช้วิเคราะห์ตาม Standard Methods for Examination of Water and Wastewater สำหรับข้อมูลด้านพื้นที่ใช้ตารางประเมินศักยภาพ ข้อมูลทางสังคมใช้การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Window โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากร ตัวอย่างโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแผนปฏิบัติการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวที่กระทำต่อตัวแปรตาม

6.1 สรุปผลการศึกษา

6.1.1 สรุปผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสูง ศักยภาพด้านคุณค่าทางภูมิทัศน์สูง ศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำ ต้องมีการปรับปรุงศักยภาพ และขีดจำกัดของตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่ากิจกรรมตลาดน้ำส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะทางด้านคุณภาพน้ำ เนื่องจากการตรวจสอบทั้งในวันที่มีกิจกรรมและไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ คุณภาพก่อนถึงตลาดน้ำ บริเวณตลาดน้ำ และท้ายน้ำ มีผลต่อคุณภาพน้ำแตกต่างกัน ได้แก่ และโคลิฟอร์มแบคทีเรีย (Coliform Bacteria) ปริมาณของแข็งแขวนลอย (Suspended Solid) คือในวันที่มีกิจกรรมมีค่า 0.3084 mg/l ส่วนในวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำมี

ค่า 0.2786 mg/l และฟอสเฟต (Phosphate) ในวันที่มีกิจกรรมตลาดน้ำมีค่า 0.034 ppm/ml และในวันที่ไม่มีกิจกรรมมีค่า 0.025 ppm/ml ซึ่งในวันที่มีกิจกรรมมีค่าสูงกว่าวันที่ไม่มีกิจกรรมตลาดน้ำ เนื่องจากการปนเปื้อนของการชักฟอก หรือการล้างขามลงสู่แหล่งน้ำ

6.1.2 สรุปผลการประเมินสภาพปัญหาในการรองรับการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม พบว่าผลการสำรวจทางทัศนคติใน 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณตลิ่งชัน และนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเห็นว่าตลาดน้ำตลิ่งชันมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีโอกาสเป็นแหล่งเศรษฐกิจชุมชนริมน้ำ แต่ควรมีการพัฒนาในด้านสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ และการดูแลสุขภาพแวดล้อม และจากการศึกษาจะพบว่าปัญหาที่ได้ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาหลักๆ ได้แก่ ภูมิทัศน์ การจัดการพื้นที่ และความแข็งแรงสวยงามของพื้นที่ ปัญหาการขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างสำนักงานเขตตลิ่งชันกับชุมชนกลุ่มเกษตรกรต่างๆ ปัญหาตลาดน้ำไม่ได้รับความสนใจจากประชาชนเท่าที่ควร ปัญหาสถานที่จอดรถ ห้องน้ำไม่พอเพียงปัญหาของการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ และพัฒนาจากหน่วยงานต่างๆ

6.1.3 สรุปแนวทางและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ของท้องถิ่นที่ได้รับการพิจารณาเห็นชอบร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน จากหลายหน่วยงาน โดยได้มีแนวทางของแผนปฏิบัติการ คือ

1. ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และส่วนประกอบให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่กลมกลืนกับท้องถิ่น
2. มีการจัดการสภาพแวดล้อมที่ดี การป้องกันมลภาวะต่อสภาพแวดล้อมจากการพัฒนา
3. มีการบริการ การจัดการ ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและได้มาตรฐาน
4. กำหนดแนวทางการกระตุ้นให้เกษตรกรในเขตตลิ่งชันตั้งคลองชักพระและใกล้เคียงในการนำผลผลิตมาจำหน่ายในรูปตลาดน้ำ ตลาดนัด เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
5. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มองค์กร และการประสานงานความร่วมมือของหน่วยงานรัฐ ประชาชน และการสนับสนุนขององค์กรเอกชนต่างๆ
6. เมื่อมีการพัฒนาแล้ว ส่งเสริมแนวทางในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำตลิ่งชันให้เป็นที่รู้จัก และสำรวจศึกษาเพื่อพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำต่อไป ประกอบด้วยกลุ่มแผนพัฒนาหลัก 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้ กลุ่มแผนงานส่งเสริม

เสริมและพัฒนาองค์กร กลุ่มแผนงานการปรับปรุงและพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเป็นแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มแผนงานการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ กลุ่มแผนงานการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ กลุ่มแผนงานด้านการจัดการสภาวะแวดล้อม

6.1.4 สรุปการศึกษาความคิดเห็นและปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนนั้น พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนพัฒนาในครั้งนี้อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และจากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของทั้ง 4 กลุ่ม โดยวิธี One Way Analysis of Variance ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน 100 คน ประชาชน 100 คน ผู้ประกอบการ 31 คน ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักวิชาการ 30 คน ผลการวิจัยโดยรวมจะพบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อแผนปฏิบัติการที่กำหนดขึ้น และระดับความคิดเห็นทั้ง 4 กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน จำนวน 8 แผนที่มีระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชัน แผนงานการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แผนงานการจัดการมูลฝอย แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศและเสียง และพบว่าผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis) มีตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ของ ทั้ง 4 กลุ่ม สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 4 ตัวแปร ได้แก่ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมตัวแปรทั้ง 4 มีผลต่อความคิดเห็นในการยอมรับแผนพัฒนาร้อยละ 98.23 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มประชาชน ได้แก่ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ปฏิภานในการมีส่วนร่วมของชุมชน ตัวแปรทั้ง 4 มีผลต่อความคิดเห็นในการยอมรับแผนพัฒนาร้อยละ 65.22 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ปัจจัยที่มีผลต่อแผนปฏิบัติการในการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมของชุมชน ตัวแปรทั้ง 4 มีผลต่อความคิดเห็นในการยอมรับแผนพัฒนาร้อยละ 99.10 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ ความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ในเรื่องงบประมาณ ความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมของชุมชน ความสามารถในการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมตัวแปรทั้ง 4 มีผลต่อความคิดเห็นในการยอมรับแผนพัฒนาร้อยละ 97.60 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันเพื่อการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นที่มีต่อแผนปฏิบัติการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ดังนี้แผนงานจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาในการพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันจะประสบผลสำเร็จได้ มีปัจจัยที่มีผลสำคัญที่สุด คือ ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม แผนงานจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชันจะประสบผลสำเร็จได้ มีปัจจัยที่มีผลสำคัญที่สุด คือ ต้องมีหน่วยงานรัฐเข้ามารับผิดชอบ แผนงานการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร จะประสบผลสำเร็จได้ มีปัจจัยที่มีผลสำคัญที่สุด คือ ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบของตลาดน้ำตลิ่งชันจะประสบผลสำเร็จได้มีปัจจัยที่มีผลสำคัญที่สุด คือ ต้องมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและมีส่วนส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ แผนงานการจัดการพื้นที่และการส่งเสริมให้เป็นศูนย์อาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรทางน้ำ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องมีหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบอย่างจริงจัง แผนงานการปรับปรุงสวนฉัตรมงคลและส่วนประกอบ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องงบประมาณ แผนงานการเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะเพื่อส่งเสริมทัศนียภาพของการท่องเที่ยว จะประสบผลสำเร็จได้ต้องมีงบประมาณ แผนงานการปรับปรุงภูมิทัศน์และส่วนประกอบบริเวณอื่น ๆ จะประสบผลสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับงบประมาณ แผนงานการพัฒนาการเข้าถึงคมนาคมและที่จอดรถ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องมีความเหมาะสมหรือกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

เที่ยวของตลาดน้ำเป็นปัจจัยสำคัญ แผนงานการปรับปรุงบริการสาธารณะสำหรับการท่องเที่ยว จะประสบผลสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับงบประมาณ แผนงานการจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวและเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ จะประสบผลสำเร็จได้ ต้องมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับ กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของตลาดน้ำ แผนงานการอนุรักษ์การแต่งกายแบบไทย จะประสบผลสำเร็จได้ คือ ต้องมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้าน วัฒนธรรมของตลาดน้ำ แผนงานการสำรวจและส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่น จะประสบผลสำเร็จได้ คือ ต้องมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้าน วัฒนธรรมของตลาดน้ำ แผนงานการสำรวจพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทาง น้ำ จะประสบผลสำเร็จได้ คือ ต้องมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวด้าน วัฒนธรรมของตลาดน้ำ แผนงานการเปิดสัมปทานหรือส่งเสริมการเดินเรือท่องเที่ยว จะประสบ ผลสำเร็จได้ คือ งบประมาณ แผนงานการจัดการมูลฝอย จะประสบผลสำเร็จได้ ต้องให้ ประชาชนมีส่วนร่วม แผนงานการควบคุมมลพิษจากน้ำทิ้งครัวเรือนและกิจกรรมตลาดน้ำ จะ ประสบผลสำเร็จได้ คือ ต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม แผนงานการควบคุมมลพิษทางอากาศ และเสียง จะประสบผลสำเร็จได้ คือ ต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา จึงทำให้การศึกษาดังกล่าวไม่ ครอบคลุมถึงปัจจัยที่ทำการศึกษาโดยละเอียด ดังนั้นควรมีการศึกษาเพิ่มในแต่ละปัจจัย เช่น ความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดน้ำ ว่ามีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วม ในเรื่องใดบ้าง
2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทำวิจัยเรื่องเกี่ยวกับการประเมินต้นทุนในเชิง เศรษฐศาสตร์ ที่ใช้ในการพัฒนาตลาดน้ำถึงขั้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนายัง แหล่งอื่นต่อไป
3. ควรมีการศึกษากับแหล่งอื่นที่มีการท่องเที่ยวทางน้ำ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ให้คงอยู่ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

1. นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มปท, 2536.
2. วรรณ วลัยวานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์, 2539.
3. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานฉบับสุดท้ายการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำประเภทแม่น้ำลำคลอง. กรุงเทพมหานคร: มปท, 2533.
4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. จุลสารการท่องเที่ยว. 2539 ; 15 : 3 : 1,6,92.
5. สำนักงานเขตตลิ่งชัน. โครงการพัฒนาตลาดน้ำหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชัน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเขตตลิ่งชัน, มปป.
6. เกียรติ จิระกุล และคนอื่น ๆ. ตลาดในกรุงเทพฯ การขยายตัวและการพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
7. ดุษฎี ชุมสาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี. ประชุมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2527.
8. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว. กองวางแผนโครงการ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2538.
9. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. วารสารเที่ยวไทยใส่ใจสิ่งแวดล้อม. 2539 ; 17 : 2 : 3-4.

10. ครรรชนี เอมพันธุ์, สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : แนวคิด หลักการและความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในอุทยานแห่งชาติ. เอกสารประกอบการเรียนการสอน ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539.
11. J. Gordon Nelson. The Spread of Ecotourism : Some Planning Implication. Environmental Conversation, Vol.21, Waterloo University, n.d. : 248-255.
12. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. Ecotourism. เพื่อนธรรมชาติ, เอกสารเผยแพร่รายการท่องเที่ยว ; กันยายน 2537.
13. Ralf Buckley, An Ecotourism Framework. Griffith University, Australia. 1994.
14. มุลนิธิโลกสีเขียว. พัฒนาอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวปัญหาสถานะแวดล้อมขยายรวดเร็ว. ในพิทยา ว่องกุล, บรรณาธิการ. สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2537. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2537.
15. ประชาชาติธุรกิจ, เที่ยวไทยใส่ใจสิ่งแวดล้อม. ประชาชาติธุรกิจ ปีที่ 5 ฉบับที่ 10 2538: 15.
16. เทพนม เมืองแมน, ศ.นพ., บทบาทของเยาวชนในการอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืนของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม. ใน จิรพล สินธุนาวา, บรรณาธิการ. การสัมมนาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ; ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: มปท, 2537: 316-318.
17. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
18. อนุชา เล็กสกุลคิลก, ไชยยุทธ กลิ่นสุคนธ์. Eco-tourism กลยุทธ์ใหม่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วารสารที่ปรึกษาไทย มปป; 1 : 15-19.

19. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ข้อกำหนดการศึกษาทาง Eco-tourism. กรุงเทพมหานคร: 2539.
20. คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2539.
21. กิตติ สุตรสุคนธ์. กฎหมายสิ่งแวดล้อมไทยกับการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งแวดล้อม. ใน จิรพล สิ้นธุนา, บรรณาธิการ. การสัมมนาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: มปท, 2537: 288-302.
22. ศยามล ไกรยูรวงศ์. กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม. ใน จิรพล สิ้นธุนา, บรรณาธิการ. การสัมมนาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: มปท, 2537: 43-55.
23. จิรพล สิ้นธุนา. แนวทางในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. ใน จิรพล สิ้นธุนา, บรรณาธิการ. การสัมมนาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: มปท, 2537: 303-315.
24. สภาร่างรัฐธรรมนูญ. ประชาชนจะได้อะไรจาก (ร่าง) รัฐธรรมนูญใหม่. คณะกรรมาธิการประชาสัมพันธ์ สภาร่างรัฐธรรมนูญ โดยอนุเคราะห์ของข่ายความร่วมมือเพื่อสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาไทย. กรุงเทพมหานคร: 2540.
25. ฝ่ายผลิตเอกสารรัฐสภา กองการประชาสัมพันธ์. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540. กรุงเทพมหานคร: กองการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2540.

26. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2540-2546. มปท, 2539.
27. สานิตย์ บุญชู. คู่มือฝึกอบรมการวางแผนพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2530.
28. บุญเทียน ทองประสาน. แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนในงานพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักเลขาธิการ สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, 2531.
29. HIRAN D. DIAS, B.W.E. WICKRAMANAYAKE. อ้างใน ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2538.
30. โฉมิต ปิ่นเปี่ยมรัชฎ์. ชนบทไทย : ความก้าวหน้าและถดถอย. กรุงเทพมหานคร: แสงรุ่งการพิมพ์, 2526.
31. พัฒน์ สุจันงค์, ณัฏชัย สิงหนตร และคนอื่นๆ. การพัฒนาชนบทแบบผสมผสานสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2524.
32. Sweigard, R.J. and R.V. Ramani. Regional Comparison of post mining land Use practices. SME Preprint, 1983.
33. Hugehes, George. The Cultural Construction of Sustainable Tourism. Tourism Management. 1995; 16, 1: 49-50.
34. Haywood, Michael K. Responsible and Responsive Tourism Planning in the Community. Tourism Management. 1988; 16, 3 : 105-106.

35. สมาคมนักวิชาชีพไทยญี่ปุ่น. เอกสารประกอบการสัมมนารายงานการวิจัย เรื่อง นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวไทย. 6 สิงหาคม 2539; สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: มปท, 2539.
36. เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. รายงานการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2537.
37. นุชนารถ ว่องวัชรชัย. รายงานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว. ภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, มปป.
38. อำนวย เทียมกิร์กุล. แนวคิดเกี่ยวกับหลักการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย. จุลสารการท่องเที่ยว. 2539; 25: 8.
39. เทียนชัย ให้ศิริกุล. บทบาทของประชาชนท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์และส่งเสริมสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม กรณีศึกษา ปราสาทหินพนมรุ้ง และปราสาทคู่สวนแดง จ.บุรีรัมย์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม], กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. 2538.
40. มารุต ปัชโชตะสิงห์. การศึกษาเปรียบเทียบผลการปฏิบัติการปลูกป่าระหว่างหน่วยงานของรัฐบาลประเภทต่างๆ กรณีศึกษา โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ ปีที่ 50 [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม], กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538.
41. ธรรมบุญ พงษ์ศรีกุลและคณะ. การศึกษาเพื่อสนับสนุนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2534.

42. จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ. รายงานการวิจัยกลวิธีการพัฒนาสาธารณสุขผสมผสานแบบมีส่วนร่วม เรื่อง กลวิธีการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในชนบท โดยอาศัยกิจกรรมของกองทุนพัฒนาหมู่บ้านเป็นแกนนำ. สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2534.

43. สุพรรณิ ไชยอำพร, สนิท สมักรการ. การวิเคราะห์ทางสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

44. กรรณิกา ชมดี. การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ : การศึกษาเฉพาะกรณี โครงการสารภี ต.ท่าช้าง จ.อุบลราชธานี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต], กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524.

45. LORD Cultural Resources Planning & management Inc. The Cultural Tourism Hand Book. Ontario Canada, 1993.

46. สุรินทร์ คล้ายจินดา. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา จ.สุโขทัย [วิทยานิพนธ์หลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต]. คณะพัฒนาสังคม : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.

47. นวล สารสอน. ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพสังคม - เศรษฐกิจที่ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2533.

48. ภิรมย์ บุญรอดพานิช. ผลกระทบของปัญหาอาชญากรรมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณีความรู้สึกของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ [วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2531.

49. จุมพล สวัสดิยากร. รายงานผลการวิจัยทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการท่องเที่ยว พ.ศ. 2530.
ศูนย์ศึกษาและฝึกอบรมการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : สถาบันเทคโนโลยี
และการพลังงาน, 2530.
50. ปุสดี อากมานนท์ มอนซอนและคณะ. โครงการศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ป่าต่อ
สภาวะแวดล้อมและประชาชนในท้องถิ่น. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: มปท,
2535.
51. จิตติมา สุขพลิน. แนวทางกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้าน
วัฒนธรรม [วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน].
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
52. จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช. จิตความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภท
โบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม [วิทยานิพนธ์ปริญญา
สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหิดล, 2534.
53. วิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบัน. แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยว
จังหวัดระยอง จันทบุรี ตราด. กรุงเทพมหานคร: 2528.
54. สิทธิรัตน์ ปาจิณบุรวรรณ์. จิตความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ
[วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา].
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2534.
55. วิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สถาบัน. การศึกษาความสามารถในการ
รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเกาะสมุย. กรุงเทพมหานคร :
สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2531.

56. นันทิwa เกิดขึ้น. ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2533.
57. World Tourism Organization. Tourist Carrying Capacity. Industry and Environment. (January-March 1984) : 33-34.
58. สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการตลาดภาคแรก. วิทยาลัยครูธนบุรี. กรุงเทพมหานคร : มปท, 2534.
59. เขาว์ โรจนแสง และคนอื่น ๆ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.
60. สำนักงานเขตตลิ่งชัน. แนะนำตลาดน้ำตลิ่งชัน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเขตตลิ่งชัน, มปป.
61. สำนักงานเขตตลิ่งชัน. ข้อมูลทั่วไปของเขตตลิ่งชัน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเขตตลิ่งชัน, มปป.
62. สำนักผังเมือง . การใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 116 (พ.ศ. 2535). กองควบคุมทางผังเมือง สำนักผังเมือง สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. 2540.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวประดับ เรือนประยูร
วัน เดือน ปีเกิด	23 กรกฎาคม 2515
สถานที่เกิด	ฉะเชิงเทรา ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	สถาบันราชภัฏฉะเชิงเทรา, พ.ศ. 2535-2538 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, พ.ศ. 2538-2541 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาชนบท
ทุนวิจัย	ทุนสนับสนุนการวิจัย ประเภทบัณฑิตศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2540