



แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย



โดย

นางสาวนิภาดา พลายศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย



โดย
นางสาวนิภาดา พลายศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผนก ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

AN APPROACH TO REVITALIZATION OF @BANGKOK NOI FLOATING
MARKET



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts (CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

58112306 : การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบริหาร

คำสำคัญ : การฟื้นฟูการจัดการตลาดน้ำ/ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

นางสาว นิภาดา พลายศรี: แนวทางการฟื้นฟูตลาดน้ำ @บางกอกน้อย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :
รองศาสตราจารย์ ดร. รัชมี ชูทรงเดช

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา การจัดการ ศักยภาพ และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในชุมชนบ้านบุ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสำรวจข้อมูลภาคสนาม ทั้งการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการใช้แบบสอบถามเป็นส่วนเสริม โดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นหลัก

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยจัดตั้งขึ้นโดยแนวคิดของพระเทพสุวรรณเมธี เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ที่เห็นถึงความพยายามฟื้นฟูตลาดวัดทองเพื่อการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าใดนัก การตั้งตลาดน้ำน่าจะเป็นพื้นที่เชิงเศรษฐกิจของคนในชุมชนบ้านบุ เพราะมีทรัพยากรวัฒนธรรมที่สามารถนำมาจัดการในการท่องเที่ยวได้ แนวคิดการตั้งตลาดน้ำนี้ได้รับการสนับสนุนจากคุณมนตรีชัย สีทองวง จึงได้ก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นและเปิดครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 ด้านการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานซึ่งประกอบด้วยฝ่ายบรรพชิตและฝ่ายฆราวาสในเชิงปฏิบัติคุณมนตรีชัยเป็นผู้มีบทบาทหลักเพียงคนเดียว การดำเนินการของตลาดน้ำตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดตลาดน้ำเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลา 14 เดือน ศักยภาพของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยประกอบด้วย สถานที่ตั้งและภูมิทัศน์ สินค้าและบริการที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และวิถีทัศน์ของเจ้าอาวาสและผู้บริหารตลาด ส่วนปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการสิ้นสุดของตลาดน้ำ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของสินค้าและบริการในระยะชบเซา การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม และการขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ

สำหรับแนวทางการฟื้นฟูตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ประกอบด้วยข้อเสนอ 7 แนวทาง ได้แก่ การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การกำหนดแกนนำหลักและการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำให้มีความรู้ความเข้าใจ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุโดยพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและหลากหลาย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและเหมาะสม การส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และการประเมินการจัดการในด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

58112306 : Major (CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT)

Keyword : Revitalization/Floating Market Management/@Bangkok Noi Floating Market

MISS NIPADA PLAISRI : AN APPROACH TO REVITALIZATION OF @BANGKOK
NOI FLOATING MARKET THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR DR. RASMI
SHOOCONGDEJ

The purpose of research are to study 1) the background, 2) the management, 3) the potential, and 4) the termination of @Bangkok Noi Floating Market, Baan-Bu community. The methodologies consist of documentary research, field research towards interviewing, observing by participatory and non-participatory research, and using the questionnaires through sustainable tourism and community tourism concepts.

The results of research found that establishing @Bangkok Noi Floating Market, Baan-Bu community through the concept of Prathepsuwannamethee, the abbot of Suwannaram Ratchaworawiharn Temple, who desires to revive Wat Thong Market for tourism that in the past has not been successful. Therefore, establishing a floating market in Baan-Bu community which is an economic area that has cultural resources and could be managed Mr. Monchai Sue-Nguan agreed and supported with the idea to establish the market on 15th April, 2018. Management of @Bangkok Noi floating market included an appointment of administrative committee composing of monks and representative members. However, in practice, Mr. Monchai Sue-Nguan only played a major role on managing the floating market from the beginning until June 2019 for a total 14 months. Potential of @Bangkok Noi floating market included landscape and location, local good and service, and vision of abbot and floating market manager. Problems affecting the floating market to close are access to tourist attractions, variety of goods and service during low season, providing facilities, public relations, activity arrangement and lack of participation of local community.

Seventh proposed guidelines for @Bangkok Noi Floating Market revival as followings: an appointment of the executive committee with corporation from all sectors, the determination of leaders and personnel development with a knowledge in floating market management, tourism development and promotion within Baan-Bu community by developing learning resources to support tourism in floating market, goods and service development for quality and variety, promoting to wider publics, and assessment of management in order to contribute to the problem solving and development of sustainable tourism.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะบุคคลสำคัญของการวิจัยครั้งนี้คืออาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสองท่าน รองศาสตราจารย์ ดร.รัศมี ชูทองเดช ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นอาทิของการศึกษาในสาขาวิชานี้ อีกทั้งคอยให้คำชี้แนะและคำปรึกษาในกระบวนการคิดและการวิจัยอย่างเป็นแบบแผน รองศาสตราจารย์ สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ ผู้จุดประกายในการทำวิจัย มีความเมตตาและเชื่อมั่นในตัวผู้ศึกษา นับตั้งแต่ที่ได้ศึกษามาตลอดจนการทำวิจัยสำเร็จ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวรรณิการ์ สุธีรัตนภิรมย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และศาสตราจารย์พิเศษ พิสิษฐ เจริญวงศ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นในการแก้ไขงานวิจัยนี้ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านในสาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่ได้มอบความรู้และประสบการณ์ในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ได้แก่ พระเทพสุวรรณเมธี เจ้าอาวาสวัดสุวรรณาราม ราชวรวิหาร คุณมนต์ชัย สือหงวน ผู้บริหารตลาดน้ำ @บางกอกน้อย คุณอภิศิษฏ์ ลิ้มสุขะกร ประธานชุมชนบ้านบุ คนในชุมชนบ้านบุ กลุ่มผู้ค้าในตลาดน้ำ และนักท่องเที่ยว

ขอขอบคุณพี่หมวย-นาตยา ยามาวากิ ที่กรุณาช่วยแปลบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษที่ สละสลวยและถูกต้องตามหลักภาษา ขอขอบคุณกลุ่มเพื่อน CRM 7 กับช่วงเวลา 5 ปีที่ได้มอบประสบการณ์และมิตรภาพที่ดีระหว่างกันเสมอมาจนเดินทางมาสู่วันนี้ได้

สุดท้าย ขอขอบคุณครอบครัวและกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษาเสมอมา

นิภาดา พลายนศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	4
ขอบเขตของการศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์.....	4
วิธีการดำเนินการศึกษา	5
บทที่ 2 แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	7
1. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	7
2. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน	10
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
1. เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุญ	13
2. เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาการจัดการของตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ	15
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา.....	22
1. ขอบเขตของการศึกษา	22

1.1	ขอบเขตด้านพื้นที่	22
1.2	ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	22
2.	กลุ่มประชากรที่ศึกษา.....	23
3.	วิธีการศึกษา	23
4.	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	25
5.	การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	25
บทที่ 4	ชุมชนบ้านบุ : ความเป็นมา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และตลาดวัดทอง	26
4.1	ความเป็นมาของชุมชนบ้านบุ : แหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาเก่าแก่.....	26
4.2	วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชาวบ้านบุ	30
4.3	ชุมชนบ้านบุกับการฟื้นตลาดวัดทองเพื่อการท่องเที่ยว	54
บทที่ 5	ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย.....	59
5.1	ความเป็นมา การเติบโต และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	59
5.2	วิเคราะห์พัฒนาการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย.....	73
5.3	ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยกับการท่องเที่ยวชุมชน.....	85
บทที่ 6	แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	87
6.1	วิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	87
6.1.1	การวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	87
6.1.2	การวิเคราะห์ถึงปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย.....	88
6.2	แนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	92
บทที่ 7	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	96
	ผลการศึกษา.....	96
	ข้อเสนอแนะ	101
	รายการอ้างอิง.....	102

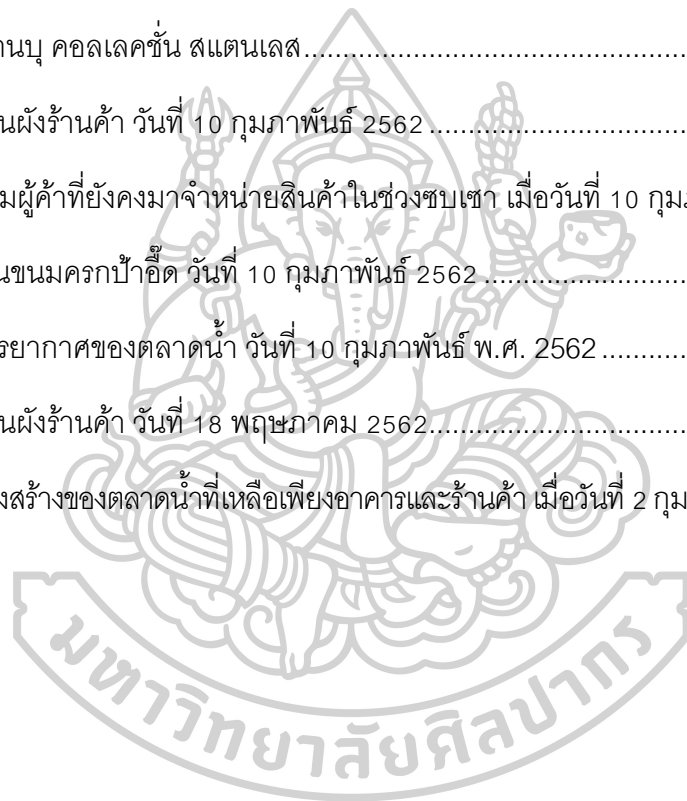


สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน.....	12
ภาพที่ 2 แผนที่แสดงที่ตั้งของชุมชนบ้านบุ	27
ภาพที่ 3 โรงรถจักรธนบุรีในปัจจุบัน.....	28
ภาพที่ 4 พระอุโบสถวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร.....	31
ภาพที่ 5 หน้าบันจำลองพระนารายณ์ทรงครุฑ.....	32
ภาพที่ 6 เก๋งจีนศิลปะลี้และซุ้มเสมา.....	33
ภาพที่ 7 หลวงพ่อศาสดา.....	34
ภาพที่ 8 การวิ่งม้าแก่นในในปัจจุบัน.....	35
ภาพที่ 9 ภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในพระอุโบสถ.....	36
ภาพที่ 10 พระวิหาร.....	36
ภาพที่ 11 เจดีย์ย่อมุมสิบหก.....	37
ภาพที่ 12 หอพระไตรปิฎก.....	37
ภาพที่ 13 หอระฆัง.....	38
ภาพที่ 14 เทพปูนเล่ากั.....	39
ภาพที่ 15 ศาลเจ้าปูนเล่ากั.....	40
ภาพที่ 16 ตลาดวัดทองในปัจจุบัน.....	41
ภาพที่ 17 ผู้ค้าในชุมชนที่ยังคงมาจำหน่ายสินค้าในตลาดวัดทอง เดือนกุมภาพันธ์ 2563.....	42
ภาพที่ 18 ร้านสงวนโอสธ.....	42
ภาพที่ 19 คุณกรภัทรและคุณสุมณฑา เหล่าตระกูล ผู้สืบทอดยาตำรับหมอสงวนรุ่นที่ 3.....	43
ภาพที่ 20 ตู้ยาโบราณภายในร้านสงวนโอสธ.....	44
ภาพที่ 21 คุณบุญเทิด บัวทองคำ หรือครูต้อง.....	45

ภาพที่ 22	คุณศุภชัย พักฟูญาติ หรือครูชัยกับการเขียนกระบี่กระบองในอดีต	46
ภาพที่ 23	การแสดงกระบี่กระบองของครูชัยและลูกศิษย์	46
ภาพที่ 24	คุณเมตตา เสลานนท์	48
ภาพที่ 25	ช่างลายกับช่างกลึงชั้นลงหิน	49
ภาพที่ 26	คุณอุดม ชันธิรัญญ	50
ภาพที่ 27	มุมจัดแสดงผลิตภัณฑ์ภายในบ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส	51
ภาพที่ 28	วัสดุที่ใช้ทำชั้นลงหินโดยใช้วิธีการทำแบบสแตนเลส	51
ภาพที่ 29	ศาลาโรงธรรมในปัจจุบัน	52
ภาพที่ 30	ภายในศาลาโรงธรรม ชั้น 2 ใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา	53
ภาพที่ 31	ชั้น 1 ของศาลาโรงธรรมเป็นศูนย์สุขภาพพื้นฐาน	53
ภาพที่ 32	บริเวณรั้วต้นที่เชื่อมต่อพื้นที่ชุมชนบ้านบุกับโรงรถจักรธนบุรี	54
ภาพที่ 33	ป้ายข้อมูลเล่าเรื่องราวย่านสวนโอสถ	56
ภาพที่ 34	ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในชุมชนที่จัดทำโดยโครงการไฟฟ้า จุดประกายเยาวชน	57
ภาพที่ 35	ภาพแสดงที่ตั้งของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	60
ภาพที่ 36	ลานจอดรถบริเวณตลาดน้ำ @บางกอกน้อย	61
ภาพที่ 37	รถตุ๊ก ๆ รับส่งจากปากซอยจรูญสนิทวงศ์ 32	61
ภาพที่ 38	พระเทพสุวรรณเมธีร่วมพิธีเปิดตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561	63
ภาพที่ 39	การสาธิตขั้นตอนการลายชั้นลงหิน	67
ภาพที่ 40	เคาน์เตอร์จำหน่ายตัวกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ	68
ภาพที่ 41	บรรยากาศการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ	69
ภาพที่ 42	เวทีการแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์	70
ภาพที่ 43	ธงสัญลักษณ์ตลาดน้ำที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนที่สัญจรทางเรือได้เห็น	71

ภาพที่ 44 ธงสัญลักษณ์ตลาดน้ำที่ติดตามเสาไฟฟ้า.....	72
ภาพที่ 45 ภาพประจำตัวและภาพหน้าปกของเฟซบุ๊ก ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย.....	72
ภาพที่ 46 แผนที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วันที่ 8 กรกฎาคม 2561	74
ภาพที่ 47 ร้านถุงทอง ป้าตั๋ย.....	76
ภาพที่ 48 ร้านบ้านิด น้ำหมักชีวภาพ และน้ำตาลปั้น บ้าน้อย.....	77
ภาพที่ 49 ร้านแม่เพ็ญศรี ขนมเรไร	78
ภาพที่ 50 บ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส.....	78
ภาพที่ 51 แผนที่ร้านค้า วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562	79
ภาพที่ 52 กลุ่มผู้ค้าที่ยังคงมาจำหน่ายสินค้าในช่วงซบเซา เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562	81
ภาพที่ 53 ร้านขนมครกป้าอืด วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562	81
ภาพที่ 54 บรรยากาศของตลาดน้ำ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562	82
ภาพที่ 55 แผนที่ร้านค้า วันที่ 18 พฤษภาคม 2562.....	83
ภาพที่ 56 โครงสร้างของตลาดน้ำที่เหลือเพียงอาคารและร้านค้า เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ..	84



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุ โดยอยู่ในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหารและตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อย แนวคิดการก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเกิดขึ้นจาก พระเทพสุวรรณเมธี เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ซึ่งมีความคิดเห็นว่า ที่ผ่านมามีการพยายามฟื้นฟูตลาดวัดทองเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นไม่ค่อยประสบความสำเร็จ จึงจะเปิดตลาดน้ำขึ้นริมคลองบางกอกน้อยในพื้นที่ของวัดสุวรรณารามฯ ซึ่งจะเป็นพื้นที่เชิงเศรษฐกิจ สำหรับคนในชุมชนบ้านบุ และศักยภาพของชุมชนบ้านบุมีทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการที่สามารถนำมาจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้ ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยจึงได้ก่อตั้งและเปิดครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563)

ก่อนการเกิดตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ชุมชนบ้านบุมีการจัดการการท่องเที่ยวพร้อมทั้งจัดการพื้นที่ตลาดวัดทอง ซึ่งในภายหลังเรียกว่าตลาดไร่คาน จุดเริ่มต้นของการฟื้นฟูตลาดมาจาก โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนในชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง ปี 2550 โดยคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร โครงการนี้ได้มีการศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การกำหนดแนวอนุรักษ์และปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนและข้างเคียง การฟื้นฟูตลาดวัดทอง และการจัดกิจกรรมแนะนำชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดี ชุมชนเริ่มเข้าใจและให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมมากขึ้น (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550)

โครงการดังกล่าวส่งผลให้คนในชุมชนบ้านบุตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมในชุมชนตนที่มีมายาวนาน ด้วยชุมชนบ้านบุเป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานกว่า 200 ปี เป็นชุมชนปากคลองบางกอกน้อย ซึ่งชุมชนปากคลองบางกอกน้อยนี้มีทั้งฝั่งเหนือและฝั่งใต้ ชุมชนปากคลองบางกอกน้อยฝั่งเหนือประกอบด้วย ชุมชนย่านวัดดุสิต มัสยิดหลวงบางกอกน้อย บ้านเกาะ บ้านแหโรงแร่ ส่วนชุมชนปากคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้ประกอบด้วย ชุมชนบ้านบุ บ้านเนิน บ้านข้ามเมา (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 13) โดยชุมชนบ้านบุซึ่งเป็นชุมชนปากคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้เป็นชุมชนที่ทำให้กิจกรรมเครื่องทองลงหินประเภทต่าง ๆ เช่น ฝอย พาน ฉิ่ง ฉาบ และขันลงหิน วิธีการทำเครื่องทองลงหินนี้เป็นวิธี

แบบดั้งเดิม คือกรรมวิธีการตีโลหะให้เข้ารูปที่เรียกว่า “การบุ” ซึ่งเป็นวิธีการที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา “บุ” เป็นที่มาของชื่อชุมชนแห่งนี้ว่า “ชุมชนบ้านบุ” มาช้านาน (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 23)

ต่อมาเมื่อมีการสร้างทางรถไฟสายใต้ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ในปี พ.ศ. 2442 ทำให้พื้นที่ของชุมชนบ้านบุถูกแบ่งออกจากกัน ส่วนหนึ่งอยู่ริมคลองบางกอกน้อย อีกส่วนหนึ่งอยู่อีกฝั่งของทางรถไฟ เรียกว่า บ้านเนิน และบริเวณบ้านบุที่ติดริมคลองบางกอกน้อยมีการตั้งสถานีรถไฟบางกอกน้อยและสถานีรถไฟได้ทำรั้วปิดกั้นระหว่างชุมชนกับสถานีรถไฟซึ่งอยู่ตอนกลางของบ้านบุ จึงเรียกบริเวณนี้ว่า รั้วตัน แต่ต่อมาได้เปิดให้ผู้คนในบ้านบุสัญจรผ่านได้ ชุมชนบ้านบุเป็นชุมชนริมคลองบางกอกน้อยกลายเป็นชุมชนชาวตรอกเมื่อมีการขยายชุมชน มีผู้คนมาอาศัยมากขึ้น (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : ๒๓) ครั้นต่อมาได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2484-2488) ได้ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของชุมชนบ้านบุ การทำขั้วลงหินในชุมชนลดลง จนกระทั่งเหลือเพียงไม่กี่บ้าน และมีการรวมเป็นกงสีรับงานและส่งงานให้บรรดาชาวบ้านบุ กงสีที่สำคัญมี 2 แห่งคือ บ้านแม่เจียม แม่สัจจา และบ้านแม่เกษร ชันธิ์หิรัญ นอกจากนี้หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติ ตลาดวัดทองซึ่งเคยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจก็ค่อยๆ ชบเซาลง เนื่องจากเกิดตลาดบกขึ้นรอบชุมชนที่ถนนตัดผ่าน เช่น ตลาดศาลาน้ำร้อน ตลาดศาลาน้ำเย็น ต่อมาการเกิดอัคคีภัยเมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2549 ได้ส่งผลให้บ้านเรือนบางส่วนใกล้ตลาดวัดทองเสียหาย คนในชุมชนบางส่วนย้ายออก และมีการปรับที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเช่า คนภายนอกจึงเริ่มเข้ามาเช่าอาศัยในชุมชนบ้านบุมากขึ้น (วิภา เยี่ยมประไพ, 2550)

ความสำคัญของชุมชนบ้านบุและการดำรงอยู่ของทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการฟื้นฟูชุมชนกับการท่องเที่ยว โดยหลังจากโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนในชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง เมื่อปี พ.ศ. 2550 ได้เป็นการจุดประกายให้มีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาพยายามฟื้นฟูชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทอง เช่น ปี พ.ศ. 2556 โครงการความร่วมมือของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกับธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ใช้ชื่อว่า จุฬาฯลงขัน โดยกำหนดประเด็นเรื่องการอนุรักษ์ชั้นลงหิน และภายหลังได้ทำกิจกรรมฟื้นฟูตลาดวัดทองและจัดงานเปิดตลาดวัดทองเมื่อวันที่ 3-4 ธันวาคม พ.ศ. 2556 และดำเนินงานต่อเนื่องโดยเปิดตลาดวัดทองทุกเสาร์-อาทิตย์แรกของเดือนเมื่อปี 2557 (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2563)

ส่วนโครงการที่สำคัญอีกโครงการหนึ่ง โครงการ “ไฟ-ฟ้า จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชน” โดยธนาคารทหารไทยเข้ามากิจกรรมเปิดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทอง เมื่อปี พ.ศ. 2559-2560 โดยมีการสร้างกระบวนการที่ทำให้เกิดความร่วมมือในชุมชน จัดทำแผนการตลาด

และช่องทางการประชาสัมพันธ์ มีแนวความคิดรวมกลุ่มผู้ค้าเพื่อจัดอบรมเสริมความรู้และเพิ่มจุดขายให้กับตลาดวัดทอง ถึงแม้ว่าความพยายามในการฟื้นตลาดวัดทองและชุมชนบ้านบุจะดำเนินการมาเป็นเวลานานนับสิบปี แต่ด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น การเข้าถึงพื้นที่ที่ไม่สะดวก การขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา การขาดความร่วมมือจากหลายภาคส่วน และการขาดงบประมาณในการจัดการ จึงส่งผลให้การฟื้นตลาดวัดทองและชุมชนบ้านบุไม่ค่อยประสบความสำเร็จ (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2563) ดังนั้นการเกิดตลาดน้ำ @บางกอกน้อยจึงเป็นความพยายามสืบสานตลาดวัดทอง เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนบ้านบุได้มีพื้นที่สร้างรายได้และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเชื่อมต่อการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุ (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563)

การก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยจึงเกิดขึ้นและเป็นความพยายามและตั้งใจของทางวัดและคุณมนตรีชัย สือหงวน ซึ่งเป็นผู้จัดการตลาดน้ำในเวลาต่อมา โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการตลาดน้ำมาบริหารจัดการ ซึ่งประกอบด้วยฝ่ายบรรพชิตและฝ่ายฆราวาส ฝ่ายบรรพชิตประกอบด้วยเจ้าอาวาสและคณะสงฆ์ของวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ฝ่ายฆราวาสประกอบด้วยคนในชุมชนบ้านบุและคนนอกชุมชน โดยเฉพาะคุณมนตรีชัย สือหงวน ซึ่งเป็นคนจากชุมชนบ้านแหโรงแร่ เป็นชุมชนที่อยู่ฝั่งตรงข้ามกับชุมชนบ้านบุ และในเชิงปฏิบัติเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการตลาดน้ำแห่งนี้ทั้งหมด ตั้งแต่การวางผังโครงสร้างตลาดน้ำ การจัดการตลาดน้ำในด้านต่างๆ เช่น การคัดเลือกผู้ค้า การจัดกิจกรรมภายในตลาดน้ำ การประชาสัมพันธ์ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และได้เปิดตลาดน้ำเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 (มนตรีชัย สือหงวน, 2561)

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีลักษณะเป็นตลาดที่ตั้งอยู่บนบกบริเวณริมคลองบางกอกน้อยและอยู่ในพื้นที่ของวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร มีการจำหน่ายสินค้าจากทั้งผู้ค้าในชุมชนและนอกชุมชน มีการจัดกิจกรรมของตลาดน้ำแห่งนี้ เช่น การสาธิตการทำชันลงหิน ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านบุ การแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ แต่ทว่าพัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยดำเนินมาได้เพียงประมาณ 14 เดือน โดยระยะแรกเมื่อเริ่มเปิดตลาดน้ำเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 ตลาดน้ำมีความคึกคักและรุ่งโรจน์ แต่พอหลังจากเดือนกรกฎาคมเป็นต้นมา ตลาดน้ำเริ่มประสบภาวะซบเซา และตลาดน้ำได้สิ้นสุดในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีคำถามในการศึกษาแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ว่าตลาดน้ำมีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีการจัดการ ศักยภาพ และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เป็นอย่างไร รวมถึงการศึกษาข้อมูลชุมชนบ้านบุและวัดสุวรรณาราม

ราชวรวิหาร เพื่อที่จะทำความเข้าใจ วิเคราะห์ถึงปัญหา เพื่อนำไปสู่การเสนอแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และแนวทางการพัฒนาพื้นที่ชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทองสู่การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาชุมชนบ้านบุและวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร
2. ศึกษาความเป็นมา การจัดการ ศักยภาพ และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย
3. ศึกษาแนวทางในการฟื้นและการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ขอบเขตด้านพื้นที่ และขอบเขตด้านเนื้อหา

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหารและชุมชนบ้านบุ ตรอกบ้านบุ ซอยจรัญสนิทวงศ์ 32 เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
2. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ได้แก่
 - 2.1 ศึกษาความเป็นมา ศักยภาพ การจัดการ และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย
 - 2.2 ศึกษาชุมชนบ้านบุและวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ซึ่งเป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาของกว่า 200 ปีที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ การท่องเที่ยว และการเปิดตลาดชุมชนคือตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย
2. ได้แนวทางในการพัฒนาชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม
3. ได้แนวความคิดการพัฒนาลตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ ต่อไป

นิยามศัพท์

ชุมชนบ้านบุ คือชุมชนหนึ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณปากคลองฝั่งใต้ ส่วนชื่อชุมชนนั้นมาจากหัตถกรรมการตีขันทองเหลือง ที่เรียกกันว่า “การบุ” จึงเป็นที่มาของ

ชื่อชุมชน นอกจากนี้ยังมีเรียกอีกชื่อหนึ่งตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครว่า ชุมชนวัดสุวรรณาราม

ตลาดวัดทอง หรืออีกชื่อหนึ่งคือ ตลาดวัดสุวรรณาราม และภายหลังมีชื่อเรียกเพิ่มขึ้นคือ ตลาดไร่คาน ซึ่งชื่อตลาดไร่คานมาจากโครงสร้างของอาคารตลาดที่มีทรงโค้งวางขวางอาคารจากหัวเสาหนึ่งไปยึดกับหัวเสาอีกด้านเรียงกันตลอดเป็นแถวโค้งยาวของอาคาร แทนการมีคานเหมือนกับอาคารทั่วไป จึงเป็นที่มาของชื่อตลาดไร่คาน

วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร เดิมชื่อว่าวัดทอง ในสมัยรัชกาลที่ 1 ได้มีการบูรณะและเปลี่ยนชื่อเป็นวัดสุวรรณาราม มีความสำคัญในเรื่องการตั้งเมรุเผาศพเจ้านาย ปัจจุบันเป็นพระอารามหลวง ชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร และมีความสำคัญในฐานะศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านนุมายาวนาน ที่ตั้งของวัดอยู่ทางทิศตะวันตกของชุมชนบ้านนุ

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย คือตลาดน้ำที่ตั้งอยู่ในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร โดยตั้งชื่อตลาดน้ำตามชื่อเขตบางกอกน้อย ซึ่งเป็นชุมชนที่ตลาดน้ำแห่งนี้ตั้งอยู่ การใช้ @ เนื่องจากเป็นความนิยมในการใช้ @ ประกอบสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา ศักยภาพ การจัดการ และการสิ้นสุดของตลาดน้ำแห่งนี้ เพื่อหาแนวทางการฟื้นและการจัดการที่เหมาะสมในโอกาสต่อไป ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลัก และมีการสำรวจสอบถามเป็นส่วนเสริม โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชุมชนบางกอกน้อย ชุมชนบ้านนุ การฟื้นตลาดวัดทอง วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร และการก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย รวมถึงการศึกษาข้อมูลในเรื่องแนวคิดและวรรณกรรมที่จะนำมาเป็นกรอบในการวิจัย

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยแบ่งออกเป็น

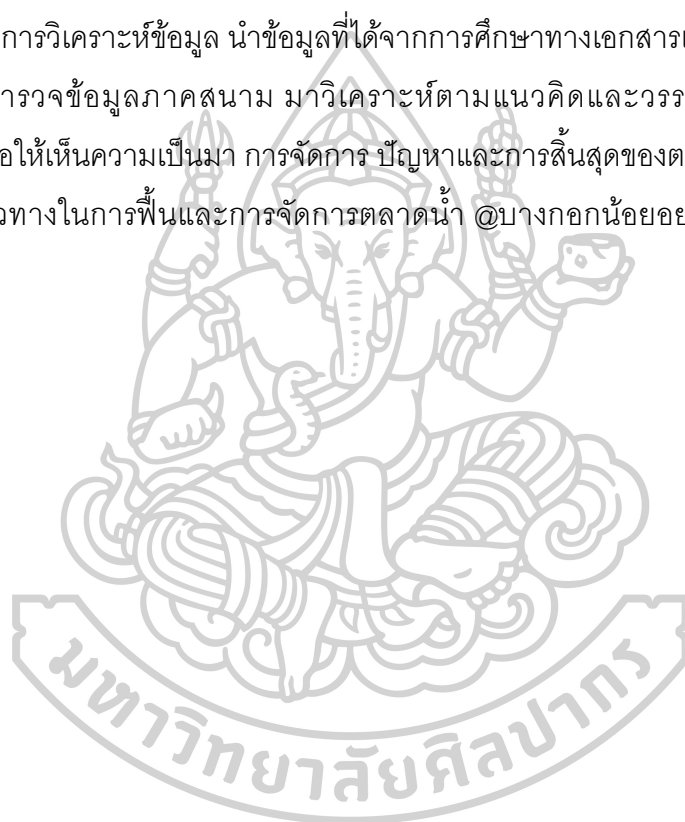
2.1 การสำรวจและเก็บข้อมูลชุมชนบ้านนุ ตลาดวัดทอง วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร และตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563

2.2 การสัมภาษณ์ โดยกำหนดกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ ได้แก่ เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร คณะกรรมการดำเนินงานของตลาดน้ำ ผู้ค้า และคนในชุมชน

2.3 การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ได้แก่ การสังเกตการณ์สภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำและการจัดภูมิทัศน์ของตลาดน้ำ กิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการดำเนินงานกับผู้ค้า ผู้ค้ากับนักท่องเที่ยว คณะกรรมการดำเนินงานกับคนในชุมชน และลักษณะชุมชน

2.4 การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อสอบถามถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้า ด้านภูมิทัศน์ และด้านกิจกรรม รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทางเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสำรวจข้อมูลภาคสนาม มาวิเคราะห์ตามแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการศึกษา เพื่อให้เห็นความเป็นมา การจัดการ ปัญหาและการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เพื่อเสนอแนวทางในการฟื้นฟูและการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่างเหมาะสมในโอกาสต่อไป



บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย” ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นที่จะศึกษา โดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวชุมชนเป็นกรอบในการศึกษาการจัดการและการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ส่วนการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้มีการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็น 2 ส่วน คือ งานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุ เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจการศึกษาตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และงานวิจัยที่ศึกษาการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเป็นการวิเคราะห์ถึงกระบวนการจัดการของตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ โดยศึกษาจากหนังสือ สื่อออนไลน์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งตั้งอยู่ในวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร และชุมชนบ้านบุ อันเป็นพื้นที่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 200 ปีและมีทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการที่สามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้ จึงมีโครงการต่าง ๆ ที่เข้ามาพยายามฟื้นฟูชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยวหลายโครงการ แต่ยังคงขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งการจัดตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของชุมชนบ้านบุ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการเพียง 1 ปี 2 เดือน ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวชุมชนเป็นกรอบในการศึกษาในการทำความเข้าใจพื้นฐานของชุมชนบ้านบุ ชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยว รวมถึงศึกษาการจัดการและปัญหาของตลาดน้ำแห่งนี้ โดยใช้ทั้งสองแนวคิดนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ จากการสำรวจข้อมูลภาคสนามและการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เพื่อนำเสนอแนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในโอกาสต่อไป

1. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการศึกษาเรื่องการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการของตลาดน้ำแห่งนี้กับการท่องเที่ยว โดยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแบ่งเป็นประเด็นคือ ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และข้อควรคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกิดขึ้นเนื่องจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นสำคัญและเน้นการส่งเสริมรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก จึงทำให้ขาดความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น จึงนำมาสู่กระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และได้มีการประชุมนานาชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งส่งผลให้เกิดแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ส่วนความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น มีนักวิชาการได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลายท่าน แต่เมื่อวิเคราะห์แล้วเห็นได้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสอดคล้องกัน ดังที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 7) ให้นิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่ได้มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อคงไว้ซึ่งทรัพยากร ธุรกิจท่องเที่ยวมีคุณภาพและความเป็นธรรม อีกทั้งชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างคงที่ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ นพดล ภาคพรต (2548 : 167) ที่กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่กำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดและรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด

ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 6) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า การท่องเที่ยว รวมทั้งการบริการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยตระหนักถึงขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ชนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต อีกทั้งต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวนั้น ๆ

ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ การท่องเที่ยวที่มีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรเหล่านั้นน้อยที่สุด รวมถึงชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการจัดการการท่องเที่ยวนั้นจึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การกำหนดหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวนั้นเกิดความยั่งยืน โดยหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืนที่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีคือหลักของ Shirley Eber ซึ่งมี 10 ประการ (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 8) ได้แก่ 1) การใช้ทรัพยากรทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติโดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ให้มากที่สุด เพื่อรักษาทรัพยากรเหล่านั้นให้ดำรงอยู่ต่อไป 2) การลดการบริโภคและของเสียเกินความจำเป็น เพื่อลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 3) การรักษาความหลากหลายของทรัพยากรประเภทต่างๆ ให้ดำรงอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว 4) การวางแผนพัฒนาท้องถิ่นหรือชุมชนจะต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมอยู่ด้วย เพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกับการท่องเที่ยว 5) การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น คือการให้คนในชุมชนนำผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นมาจัดจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว 6) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว 7) การร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และคนในท้องถิ่น รวมถึงองค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง 8) การฝึกอบรมบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้ในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว 9) การเตรียมข้อมูลและข่าวสารการท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอในสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ และ 10) การประเมินการจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้วิธีวิจัย เพื่อศึกษาการจัดการและปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา

นอกจากนี้บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ยังได้เสนอข้อควรคำนึงในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการสนับสนุนหลักการพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันจะนำไปสู่กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งข้อควรคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมี 8 ข้อ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 18) ได้แก่ 1) การคำนึงถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่นว่าต้องการเปิดพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ 2) การคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะรองรับนักท่องเที่ยวว่ามีเพียงพอหรือไม่ มีข้อควรปรับปรุงหรือไม่ 4) การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดปริมาณและมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวก 5) การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรวัฒนธรรม 6) การคำนึงถึงความกลมกลืนและความสะอาดของสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว 7) การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว และ 8) การคำนึงถึงความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อนำมาเป็นแบบอย่างในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของตน

เมื่อนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาใช้วิเคราะห์การจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในชุมชนบ้านบุ ที่ก่อตั้งขึ้นโดยแนวคิดของพระเทพสุวรรณเมธี

เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร เพื่อต้องการให้เป็นพื้นที่เชิงเศรษฐกิจของคนในชุมชน รวมถึงการฟื้นฟูชุมชนบ้านบุกับตลาดวัดทองเพื่อการท่องเที่ยวที่ริเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 และมีการพยายามต่อมาอีกหลายปี แต่ทว่าก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ จึงทำให้มีการจัดตั้งตลาดน้ำ @ บางกอกน้อยขึ้นมาและเปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้ทั้งวัดและชุมชนด้วย อย่างไรก็ตาม ตลาดน้ำแห่งนี้กลับประสบปัญหาและต้องสิ้นสุดเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 เป็นเวลา 1 ปี 2 เดือนที่ตลาดน้ำแห่งนี้เปิดดำเนินการ ดังนั้น เพื่อวิเคราะห์ถึงการจัดการและปัญหาของตลาดน้ำแห่งนี้ การใช้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงมีส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา และหากจะมีการฟื้นฟูตลาดน้ำ @ บางกอกน้อยขึ้นมาอีกครั้ง จักได้นำหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป

2. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนมาศึกษาการจัดการตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย เนื่องจากตลาดน้ำแห่งนี้ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุ การใช้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนจะช่วยให้ทำความเข้าใจชุมชนและตลาดน้ำกับกระบวนการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวได้ โดยแบ่งประเด็นเรื่องแนวคิดนี้ออกเป็น ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน และขั้นตอนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนคือการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวเอง โดยคนในชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำทรัพยากรมาเป็นจุดขายในการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต (พิมพะระวี โจนรุ่งสัจด์ย์, 2553) ซึ่งการให้ความหมายของพิมพะระวียังสอดคล้องกับ (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2546) ซึ่งอธิบายว่า การท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนำทรัพยากรต่าง ๆ อันได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือประวัติศาสตร์ที่มีในชุมชนมาเป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งมีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีบทบาทและเป็นพลังสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้เดวิด เพนเนลล์ ได้กำหนดคุณสมบัติสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนไว้ว่า (อ้างถึงใน พิมพะระวี โจนรุ่งสัจด์ย์, 2553 : 19) เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์ด้วยรวมอย่างแท้จริง มีผลกำไรตอบแทนสู่คนในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นจะต้องสร้างจิตสำนึกในการ

รักษาทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างความเข้าใจอันดีภายใต้ความหลากหลายของวัฒนธรรม

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวตั้งแต่การวางแผน การจัดการ และการได้รับผลประโยชน์ตอบแทน โดยชุมชนผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรต้องตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นและนำมาจัดการในการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

ขั้นตอนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

ขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวอาจขึ้นอยู่กับแต่ละพื้นที่ซึ่งมีความแตกต่างกันในด้านพื้นที่และทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม การกำหนดขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจะเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนดำเนินไปตามแผนการที่วางไว้เพื่อบรรลุเป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน ซึ่ง พิมพะระวี โจรนรุ่งส์ตย์ (2553 : 63-65) ได้ศึกษาข้อมูลและรวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ และเสนอเป็นขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน 3 ขั้นตอนหลัก และในแต่ละช่วงจะมีขั้นตอนย่อยรวมทั้งสิ้น 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

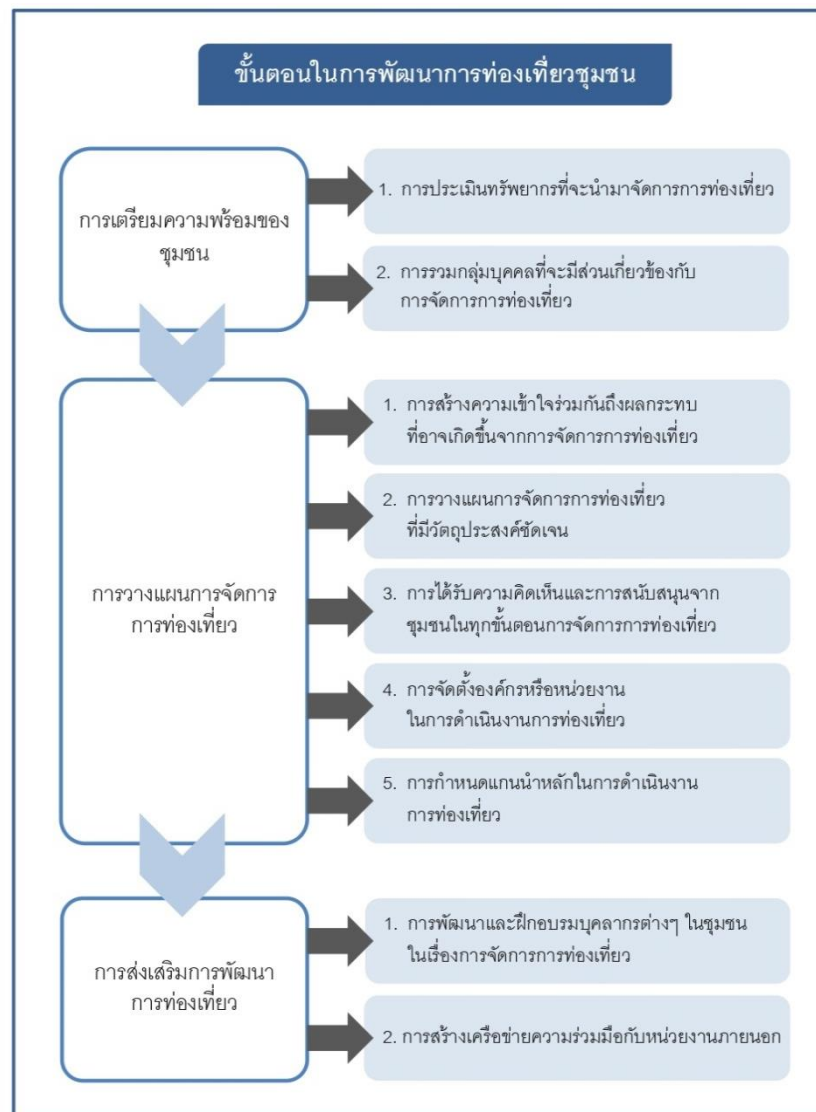
ขั้นตอนแรก เป็นขั้นตอนการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว โดยมีขั้นตอนย่อย คือ 1) การประเมินว่าจะนำทรัพยากรใดในชุมชนมาจัดการการท่องเที่ยว และ 2) การรวมกลุ่มของบุคคลจากทุกภาคส่วนเพื่อดำเนินการในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

ขั้นตอนที่สอง เป็นขั้นตอนการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งมีขั้นตอนย่อย ดังนี้ 1) การสร้างความเข้าใจร่วมกันถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยว 2) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน 3) การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนทุกระยะต้องได้รับความคิดเห็นและการสนับสนุนจากชุมชน 4) การจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว และ 5) การกำหนดแกนนำหลักในการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่สาม เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีขั้นตอนย่อยคือ 1) การพัฒนาและการฝึกอบรมบุคลากรต่าง ๆ ในชุมชน โดยเน้นเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวและเรื่องอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กับชุมชน 2) การสร้างเครือข่ายกับองค์กรภายนอก ทั้งรัฐและเอกชน รวมถึงผู้เชี่ยวชาญในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อนำความรู้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากงานเขียนของพิมพะระวี โจรนรุ่งส์ตย์ ที่กล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมีขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอนหลัก คือ 1) ขั้นตอนการ

เตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว 2) ขั้นตอนการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยว 3) ขั้นตอนการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละขั้นตอนหลักนี้จะประกอบด้วยขั้นตอนย่อย รวมทั้งสิ้น 9 ขั้นตอน ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุได้



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

เมื่อนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนมาศึกษาและวิเคราะห์ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่มีการจัดการตลาดน้ำในฐานะแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของชุมชนบ้านบุ ซึ่งเป็นชุมชนที่มีทรัพยากรหลายประการที่มีศักยภาพในการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี การใช้

แนวความคิดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจชุมชนบ้านนุกับการจัดการการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ว่าการจัดการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เป็นไปตามแนวความคิดการท่องเที่ยวชุมชนหรือไม่ อย่างไร รวมถึงเป็นพื้นฐานในการหาแนวทางการฟื้นฟูตลาดน้ำ @บางกอกน้อยต่อไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอแบ่งการทบทวนออกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ

1. เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุ
2. เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาการจัดการของตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ

1. เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุ

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า มีงานวิจัยที่ได้ศึกษาในชุมชนบ้านนุอยู่เป็นจำนวนมาก โดยงานวิจัยเหล่านี้สามารถจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้เป็น การศึกษาภูมิปัญญาในชุมชนบ้านนุ และการศึกษาในประเด็นการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุ การศึกษาครั้งนี้จึงจะขอล่าถึงเอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุเป็นหลัก เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

งานวิจัย “โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนในชุมชนบ้านนุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง” โดยคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2550 (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550) โครงการนี้ได้ศึกษาข้อมูลชุมชนบ้านนุในด้านต่าง ๆ ทั้งประวัติศาสตร์ ทรัพยากร วัฒนธรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน โดยทำกระบวนการมีส่วนร่วม โดยพาคนในชุมชนศึกษาดูงาน เพื่อให้เข้าใจแนวความคิดการท่องเที่ยวชุมชนและการมีส่วนร่วม มีการส่งเสริมกิจกรรม เช่น การสืบสานประเพณีพิธีการต่างๆ การสืบสานเรียนรู้วิชาการประจำปีกระบอง และจัดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุ การสร้างแหล่งเรียนรู้ตัวอย่างในชุมชน เช่น บ้านชั้นลงหิน ร้านยาสงวนโอสถ การฟื้นฟูตลาดวัดทอง และกิจกรรมแนะนำชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืนบ้านนุ เพื่อนำเสนอการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุ ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านนุมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนด้วยปัจจัย ดังนี้ ประการแรก ชุมชนบ้านนุเป็นพื้นที่ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โดยเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลายและเรื่องราวเกี่ยวกับสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนต่างๆ ที่อาศัยอยู่ริมคลองบางกอกน้อย รวมถึงการมีทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการที่มีศักยภาพนำมาจัดการการท่องเที่ยวชุมชนได้ ประการที่สอง ทำเลที่ตั้งของชุมชนบ้านนุมีความเหมาะสมสามารถพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนได้ ประการที่สาม ความชอบของชุมชนบ้านนุจากเดิมที่เป็นชุมชนที่มีการทำชั้นลงหินแทบทุกครัวเรือน ปัจจุบันเหลือเพียงบ้านเดียวที่ยังทำชั้นลงหิน รวมถึง

การย้ายถิ่นฐานของคนในชุมชน และประการที่สี่ ชุมชนบ้านบุญในขณะนั้นกำลังประสบปัญหาสภาพแวดล้อมในชุมชนเสื่อมโทรม

จากปัจจัยดังที่กล่าวมา จึงส่งผลต่อแนวคิดที่ว่า หากมีการฟื้นฟูชุมชนบ้านบุญเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมาอีกครั้ง จะเป็นการทำให้ชาวชุมชนบ้านบุญเกิดความรู้สึกภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชนตน และเป็นโอกาสอันดีที่จะทำให้คนภายนอกรู้จักชุมชนบ้านบุญกันมากขึ้น การจัดตั้งโครงการชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านบุญจึงเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2550

ส่วนงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุญคือ การศึกษาของสุนิตา ภูมิไพบุลย์ เมื่อปี พ.ศ. 2551 ซึ่งศึกษา “องค์ประกอบการท่องเที่ยวและทัศนคติในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุญ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร” โดยผลการศึกษาพบว่า (สุนิตา ภูมิไพบุลย์, 2551 : 96) ชุมชนบ้านบุญมีศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกายภาพ ซึ่งมีลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคารบ้านเรือน ความเป็นระเบียบของพื้นที่และที่พักอาศัย ลักษณะสภาพแวดล้อมโดยรวมของชุมชน

ด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์และมรดกวัฒนธรรมต่าง ๆ ในชุมชนบ้านบุญ เช่น การทำขันลงหิน วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร สถานีรถไฟบางกอกน้อย กิจกรรมกระบี่กระบอง กิจกรรมเดินดูชุมชน พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีศักยภาพการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในระดับสูงในเรื่องพื้นฐานสาธารณูปโภค กิจกรรมต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า โทรศัพท์ ร้านอาหาร ร้านค้า ส่วนศักยภาพในระดับปานกลางคือ สถานที่จอดรถ ขนาดทางเดินป้ายสื่อความหมาย การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวการบริการห้องสุขา การบริการให้ข้อมูลข่าวสาร

ด้านการเข้าถึงพื้นที่ชุมชนบ้านบุญ การศึกษาของสุนิตาที่ประเมินศักยภาพในด้านนี้ว่าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีการเชื่อมโยงของการคมนาคมในเส้นทางต่าง ๆ ทั้งทางรถ ทางเรือ และทางราง

ส่วนทัศนคติของคนในชุมชนบ้านบุญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุญ สุนิตาได้ศึกษาว่า ประชากรส่วนหนึ่งในชุมชนที่เป็นผู้เช่าอาศัยมีการย้ายถิ่นฐานกันบ่อยครั้ง ส่งผลให้ขาดการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ส่วนประชากรในชุมชนที่เป็นคนท้องถิ่นขาดความมั่นใจในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพราะว่ายังไม่เห็นภาพที่ชัดเจน ส่งผลให้มีความไม่แน่ใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเท่าใดนัก (สุนิตา ภูมิไพบุลย์, 2551 : 100)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุติก้าวไปข้างหน้า
นี้ ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นว่า ชุมชนบ้านบุมีศักยภาพที่จะจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุได้ เนื่องจาก
มีปัจจัยที่สามารถนำมาส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนได้ดังนี้

ศักยภาพในด้านพื้นที่ ชุมชนบ้านบุมีประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของชุมชนมา
ตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย และมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สัมพันธ์กับพื้นที่ของชุมชนบ้านบุ
เช่น การสร้างเส้นทางรถไฟสายใต้และการสร้างสถานีรถไฟบางกอกน้อย การเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2

ศักยภาพในด้านทรัพยากรวัฒนธรรม ชุมชนบ้านบุมีทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการ
ทั้งวิถีชีวิตของคนไทยและคนจีนที่อยู่ร่วมกันในชุมชน ภูมิปัญญาการทำชันลงหิน ภูมิปัญญายา
แผนโบราณ การละเล่นกระบี่กระบอง อาหารการกิน และตลาดวัดทอง ซึ่งเคยเป็นศูนย์กลางของ
เศรษฐกิจ ทรัพยากรวัฒนธรรมเหล่านี้ทรงคุณค่าและสามารถนำมาจัดการการท่องเที่ยวชุมชน
บ้านบุได้อย่างดีและในนัยเดียวกันจะเป็นการรองรับการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ @บางกอก
น้อยได้เช่นกัน

2. เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาการจัดการของตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ

ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงที่มาของการท่องเที่ยวตลาดน้ำจนกลายเป็นกระแสการท่องเที่ยว
รูปแบบหนึ่งในปัจจุบัน ที่ส่งผลทำให้เกิดตลาดน้ำหลายแห่งในสถานที่ต่าง ๆ โดยสังเขป จากนั้นจึง
จะเป็นการทบทวนวรรณกรรมที่ได้ศึกษาการจัดการของตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ ดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ตลาดน้ำเป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่ตามทีราบลุ่มในภาคกลาง ทั้ง
ด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และชุมชน (จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2554 : 209) ภาพของตลาดน้ำใน
อดีตมีปรากฏในเอกสารในสมัยอยุธยา เช่น นิโกลาส์ แซร์เวส (ราตรี โตเฟงพัฒนา, 2543 : 11) ได้
กล่าวไว้ในบันทึกของเขาว่า “ราษฎรส่วนใหญ่ทำการค้าขาย ลางครอบครัวค้าขายทางน้ำ พร้อม
ด้วยภรรยาและบุตร ลงในเรือลำใหญ่ และแทบไม่มีวันขึ้นบกเลยลางครอบครัวอยู่ในเมือง ทำ
การค้าปลีกจากสินค้าที่ไปรับซื้อมา เมื่อเรือสินค้าเข้าเทียบท่าอยู่ในร้านของตน ใครถนัดทางไหน
ก็ไปทำทางนั้น เนื่องจากท่ามาหากินได้คล่อง...”

การเกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) ที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจในระบบ
อุตสาหกรรม จึงมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระดับประเทศ การคมนาคมทางบกจึงมีบทบาท
แทนที่ทางน้ำ วิถีชีวิตริมน้ำและการค้าขายทางน้ำลดบทบาทลง (ราตรี โตเฟงพัฒนา, 2543 : 191)
ตลาดน้ำหลายแห่งจึงยุติไป ต่อมาจึงเกิดแนวคิดตลาดน้ำในฐานะแห่งท่องเที่ยวขึ้นในปี พ.ศ.
2503 นั่นคือ ตลาดน้ำวัดไท (อุดม เขยกีวงศ์, 2552b : 73) ต่อมาเมื่อตลาดน้ำวัดไทเริ่มซบเซาไป

ในปี พ.ศ. 2510 มีการส่งเสริมตลาดน้ำดำเนินสะดวกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่โดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อสท.) ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวกซึ่งเคยเป็นตลาดนัดของชาวบ้านที่มาแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า กลายมาเป็นตลาดน้ำเพื่อรองรับการท่องเที่ยว (มณีวรรณ ผิวนิม และคณะ, 2546 : 8-9) ซึ่งส่งผลบวกในด้านเศรษฐกิจและได้นำไปสู่การจัดตั้งตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ ตามมา

ความนิยมในการท่องเที่ยวตลาดน้ำนั้น อาจกล่าวได้ว่า กระแสการท่องเที่ยวไทยที่เรียกว่า Retro Market ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการฟื้นฟูตลาดเก่าในหลายสถานที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างพื้นที่ตลาดใหม่ให้มีสภาพจำลองของอดีต ดังปรากฏให้เห็นในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทย เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค ตลาดน้ำอโยธยา เชียงคาน ฯลฯ (ชาติรี ประภิตนันทการ, 2561 : 6) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นพรัตน์ ศุทธิถกกล (2555: 12-13) ได้รวบรวมรายชื่อตลาดน้ำในประเทศไทยไว้ พบว่า หลังจากตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้ตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2510 และตลาดน้ำตั้งขึ้นตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 มีการตั้งตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวในแทบทุกภาคของประเทศไทย โดยช่วงเวลาการก่อตั้งตลาดน้ำอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา จึงเป็นการเน้นย้ำถึงความนิยมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

จากกระแสการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ผ่านมา ทำให้มีการตั้งตลาดน้ำขึ้นในหลายๆ พื้นที่เกือบทุกภาคของประเทศไทย การศึกษางานวิจัยที่ศึกษาการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ จะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และนำไปสู่การเสนอแนวทางในการฟื้นฟูตลาดน้ำ @บางกอกน้อยต่อไป โดยผู้วิจัยได้เลือกงานที่ศึกษาการจัดการตลาดน้ำ ดังต่อไปนี้

งานวิจัยที่ศึกษาในพื้นที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ตลาดน้ำคลองลัดมะยมก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2547 โดยคุณชวน ชูจันทร์ นับตั้งแต่การก่อตั้งตลาดน้ำจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลา 16 ปี ตลาดน้ำแห่งนี้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยมีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นหลายอย่าง และมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ได้ศึกษาในพื้นที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งงานวิจัยของ (จิตรา อนุสาสนนันท์, 2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงจากการขยายตัวและการจัดการตลาดน้ำคลองลัดมะยม” ได้สะท้อนให้เห็นพัฒนาการของตลาดน้ำแห่งนี้ได้อย่างชัดเจน โดยกล่าวถึงพัฒนาการของตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้สังเขป ดังนี้

พัฒนาการในระยะเริ่มต้น เริ่มจากคุณชวน ชูจันทร์ เป็นผู้ก่อตั้งตลาดน้ำคลองลัดมะยมในปี พ.ศ. 2547 โดยพื้นที่ของตลาดน้ำมีผู้ค้า 20 กว่าราย เป็นคนจากในชุมชนที่นำผลผลิตทางเกษตร อาหาร สินค้าที่ระลึก และบริการเรือนำเที่ยว ในระยะนี้ตลาดน้ำยังไม่เป็นที่รู้จัก ต่อมาในปี

พ.ศ. 2549 การเข้ามาของโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ตลิ่งชัน ซึ่งนำโดยคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ร่วมกับกองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ได้สำรวจพื้นที่ตลาดน้ำและเห็นว่าน่าสนใจ จึงได้รวมเข้าอยู่ในโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนฯ โดยโครงการนี้ได้สนับสนุนการพัฒนาตลาดน้ำในฐานะแหล่งท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ การออกแบบผังตลาด การสร้างแหล่งเรียนรู้ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักเมื่อปี พ.ศ. 2551 จนทำให้ตลาดน้ำมีชื่อเสียง และส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวภายนอกเข้ามามีบทบาทในการขยายตัวของตลาดน้ำในช่วงปี พ.ศ. 2552-2553 ซึ่งทำให้พื้นที่ตลาดน้ำเพิ่มขึ้นเป็น 4 โซนและมีร้านค้า 600 กว่าร้าน

ด้านการจัดการของตลาดน้ำคลองลัดมะยม แบ่งประเด็นได้ดังนี้ 1. การบริหารงาน เดิมผู้ที่มีบทบาทในการบริหารคือคุณชวน ชูจันทร์ ต่อมาเมื่อตลาดน้ำได้ขยายพื้นที่เป็น 4 โซนตามเจ้าของที่ดิน ทำให้การบริหารตลาดน้ำเป็นการบริหารแบบแยกส่วน แต่มีกฎระเบียบกลางที่ใช้ร่วมกัน และมีคุณชวนเป็นผู้ประสานงาน 2. ประเภทของสินค้าและบริการมีมากขึ้น ตามจำนวนผู้ค้าที่มีมากขึ้นนอกจากผู้ค้าในชุมชน 3. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด ทั้งห้องสุขา บ้ายประชาสัมพันธ์ บ้ายสื่อความหมาย 4. การสร้างอัตลักษณ์ของตลาดน้ำ โดยออกแบบสิ่งก่อสร้างที่ใช้วัสดุในชุมชนและกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ การรักษาสภาพแวดล้อม 5. การจัดกิจกรรมภายในตลาดน้ำ มีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวทางเรือ พิพิธภัณฑ์ตลาดน้ำ โรงเรียนวิถีถิ่น เป็นต้น

งานวิจัยของจิตราได้สะท้อนให้เห็นพัฒนาการของตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่ผ่านมาและการจัดการของตลาดน้ำซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของ (จิตริธิดา จิตธิวงษ์, 2556) ซึ่งศึกษา “ความสำเร็จของการดำเนินงานตลาดน้ำคลองลัดมะยม ถนนบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร” มีการวิเคราะห์ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมประสบความสำเร็จประกอบด้วย 1. ด้านการจัดการ เป็นการจัดการแบบแยกส่วน มีเอกภาพในการดำเนินนโยบาย 2. ด้านสถานที่ตั้ง ที่มีแผนที่ตั้งชัดเจน การเข้าถึงสะดวก การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ และสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามมีความเป็นธรรมชาติ มีเส้นทางท่องเที่ยวที่แน่นอน 3. ด้านสินค้าและบริการ มีสินค้าและบริการหลากหลายและราคาที่ไม่สูงจนเกินไป และ 4. ด้านการเงิน จากปัจจัยต่าง ๆ จึงส่งผลให้ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก จึงส่งผลให้มีรายได้สูง

งานวิจัยที่ศึกษาในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เกิดขึ้นเพราะ นายสำเนา รัศมีทัต นายกองค้การบริการส่วนตำบลบางน้ำผึ้งในขณะนั้น ต้องการหาวิธีแก้ไขปัญหาผลผลิตของชุมชนที่มีจำนวนมาก จึงเกิดแนวคิดที่

จะสร้างสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตร และได้นำแนวคิดนี้มาร่วมเวทีประชาคมร่วมกับชาวบ้าน 11 หมู่บ้าน ซึ่งทั้งหมดมีความเห็นชอบกับการตั้งตลาดน้ำ ก่อนจัดตั้งตลาดน้ำได้มีการศึกษาดูงาน ตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ และนำมาเป็นตัวอย่างในการจัดการ และเปิดตลาดน้ำบางน้ำผึ้งอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2547 (โชติรส แผ้วศรี, 2557)

งานศึกษาของโชติรสได้ศึกษา “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ และตลาดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” โดยโชติรสได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งประสบความสำเร็จมีอยู่ 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1. การส่งเสริมจากภาครัฐ โดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบาย 2. ผู้นำในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีนายกองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีแนวคิดการตั้งตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อเป็นพื้นที่จำหน่ายพืชผลทางการเกษตรของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดน้ำ 3. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ส่วนปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการตลาดน้ำบางน้ำผึ้งคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท เช่น ผลผลิตทางการเกษตรของคนในชุมชน ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์โอท็อป อาหารเด่นประจำชุมชน 2. ด้านราคา ราคาของสินค้าและบริการในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีราคาที่ไม่สูงจนเกินไป 3. ด้านช่องทางการจำหน่าย คือทำเลที่ตั้งและบรรยากาศของตลาดน้ำที่มีความเหมาะสมต่อการจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบครัน และ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์เสียงตามสายบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น

นอกจากนี้ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังได้มีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1. การอนุรักษ์ทรัพยากรโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น 2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น โดยดื่มน้ำหรือถุงพลาสติก การคัดแยกขยะ 3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เช่น จัดกิจกรรมเชิงนิเวศพร้อมได้รับความรู้ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดและอำเภอ 5. นำการท่องเที่ยวไปขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น 6. สร้างเครือข่ายการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น ชาวบ้าน วัด

โรงเรียน และหน่วยงานราชการ 7. การพัฒนาบุคลากร เพื่อรองรับการท่องเที่ยว 8. การจัดเตรียมข้อมูลในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว และ 9. มีการประเมินผล ตรวจสอบ และทำวิจัย เพื่อการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่ศึกษาในตลาดน้ำขวัญเรียม

ตลาดน้ำขวัญเรียมเป็นตลาดน้ำอีกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มีชื่อเสียง โดยตั้งอยู่บริเวณคลองแสนแสบและอยู่ในพื้นที่ของวัดบำเพ็ญเหนือและวัดบางเพ็งใต้ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2555 การศึกษา “ตลาดน้ำขวัญเรียมกับการท่องเที่ยว” ของ (ณภัทร ชุนทรง, 2558) มีความน่าสนใจประเด็นที่ว่าตลาดน้ำแห่งนี้จัดตั้งและบริหารงานโดยเอกชน และนับว่าประสบความสำเร็จในการจัดการกับการท่องเที่ยว

การศึกษาของณภัทรได้ใช้วิธี SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดน้ำขวัญเรียม ซึ่งพบว่ามีศักยภาพ 3 ด้าน คือ 1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ สินค้าและบริการที่มีหลายประเภท มีการคัดเลือกร้านค้าโดยกำหนดคุณภาพ การจัดกิจกรรม เช่น การตักบาตรทางเรือ การแสดงปาฐกถาธรรม การแสดงศิลปวัฒนธรรม การล่องเรือชมวิถีชีวิต การจัดพื้นที่แหล่งเรียนรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านที่แสดงประวัติความเป็นมาของพื้นที่ วิถีชีวิตของคนในอดีต การสร้างอัตลักษณ์ของตลาดน้ำ โดยการนำเรื่องราวของนวนิยายแปลเก่ามาสร้างอัตลักษณ์ให้ตลาดน้ำ 2. ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการจัดทำเว็บไซต์และเฟซบุ๊กของตลาดน้ำ โดยมีการประชาสัมพันธ์เป็นภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่น 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำที่มีจำนวนเพียงพอและรองรับนักท่องเที่ยวคนชราและผู้พิการ ลิฟต์สำหรับโดยสารภายในอาคารของตลาดน้ำ การจัดการรับส่งนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้งานเขียนของณภัทรยังได้กล่าวถึงจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำขวัญเรียมไว้ด้วยเช่นกัน คือ 1. การจัดกิจกรรม กิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นยังมีไม่มากเท่าที่ควร 2. ผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากภายในตลาดน้ำขวัญเรียมมีการจัดแสดงสัตว์ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสะอาดของคลองแสนแสบ 3. การมีส่วนร่วมของชุมชน เพราะเป็นตลาดน้ำที่ดำเนินโดยเอกชน จึงทำให้ชุมชนท้องถิ่นไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคของตลาดน้ำขวัญเรียม ณภัทรได้กล่าวว่า การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม และการขาดสนับสนุนจากภาครัฐ

จากการปริทัศน์วรรณกรรมที่ได้ศึกษาการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่ต่างๆ คือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และตลาดน้ำขวัญเรียม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดน้ำ

ประสบความสำเร็จคล้ายคลึงกัน และมีจุดอ่อนในการจัดการที่แตกต่างกันไป โดยสังเคราะห์ออกมาได้ดังนี้

ปัจจัยที่ทำให้ตลาดน้ำประสบความสำเร็จ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นศักยภาพ ได้แก่

1. ภาวะผู้นำในการบริหารจัดการ พบว่า ตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งที่กล่าวมานี้ ผู้นำในแต่ละพื้นที่มีวิสัยทัศน์ที่จะก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นมาในฐานะแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการวางแผนการจัดการตลาดน้ำก่อนก่อตั้ง

2. สถานที่ตั้งและการเข้าถึง ตลาดน้ำคลองลัดมะยมและตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้ชิดธรรมชาติ มีวิถีชุมชนที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว ส่วนตลาดน้ำขวัญเรียมตั้งอยู่ริมคลองแสนแสบระหว่างวัดบำเพ็ญเหนือและวัดบางเพ็งใต้ โดยนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาสร้างอัตลักษณ์ให้กับตลาดน้ำ ส่วนการเข้าถึงของตลาดน้ำทั้ง 3 แห่ง มีการเข้าถึงที่สะดวกสำหรับทั้งนักท่องเที่ยวที่นำรถส่วนตัวมาและนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถสาธารณะ

3. สินค้าและบริการ ตลาดน้ำคลองลัดมะยมและตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีการนำผลผลิตทางเกษตรในชุมชนและผลิตภัณฑ์เด่นประจำชุมชนมาจำหน่าย ทำให้เพิ่มความโดดเด่นของสินค้า ภายหลังได้มีผู้ค้าจากนอกชุมชนเข้ามามากขึ้น ส่งผลให้มีประเภทของสินค้ามากขึ้น ส่วนตลาดน้ำขวัญเรียม มีการคัดเลือกร้านค้าโดยกำหนดคุณภาพก่อนจำหน่าย ส่วนภาพรวมของตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งคือ มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกมาเยือนของนักท่องเที่ยว

4. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา ตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ แต่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่มีการขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ อาจต้องจัดการเรื่องที่พักจอดรถเพิ่มเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

5. การประชาสัมพันธ์ เป็นการส่งเสริมตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จัก โดยตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งต่างก็มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี เช่น การจัดทำแผ่นพับ การใช้สื่อโซเชียล การจัดทำป้ายสื่อความหมาย

6. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เช่น ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ที่ได้รับการสนับสนุนโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน เขตตลิ่งชัน โดยคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร และกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีการร่วมมือกันระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐทั้งในส่วนท้องถิ่นและระดับจังหวัด

ส่วนปัญหาในการจัดการตลาดน้ำ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นจุดอ่อน ได้แก่

1. การจัดกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ตลาดน้ำขวัญเรียมที่พบว่าการจัดกิจกรรมที่มีในตลาดน้ำยังขาดอัตลักษณ์ของชุมชน

2. การขาดการมีส่วนร่วม โดยพบว่าตลาดน้ำขวัญเรียมซึ่งดำเนินงานโดยเอกชน ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งประเด็นนี้จะคล้ายคลึงกับกรณีตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ที่มีการจัดการตลาดน้ำโดยบุคคลเดียว

3. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การขยายตัวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ส่งผลให้พื้นที่สีเขียวลดลง เนื่องจากมีการใช้พื้นที่สร้างเป็นตลาดน้ำและที่จอดรถกันมากขึ้น ส่วนตลาดน้ำขวัญเรียมมีการจัดแสดงสัตว์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสะอาดของคลองแสนแสบ

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน งานศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุ และงานศึกษาการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ นี้จะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ถึงศักยภาพและปัญหาในการจัดการตลาดน้ำ แล้วจึงเสนอแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยโดยใช้แนวความคิดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นแนวทางการจัดการเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา การจัดการ ปัญหา และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และหาแนวทางการฟื้น และการจัดการอย่างเหมาะสมในโอกาสต่อไป ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลัก และการสำรวจสอบถามจากนักท่องเที่ยวเป็นส่วนเสริม โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของการศึกษา

1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่คือ ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุ โดยมีพื้นที่ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ชุมชนบ้านบุเป็นพื้นที่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 200 ปี อีกทั้งการดำรงอยู่ของทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการซึ่งเอื้อต่อการฟื้นและการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยสู่การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความเป็นมา การจัดการ ปัญหา และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ในด้านต่างๆ ได้แก่ การบริหารจัดการ วิเคราะห์พัฒนาการของตลาดน้ำ และตลาดน้ำ @บางกอกน้อยกับการท่องเที่ยว โดยตลาดน้ำแห่งนี้ได้เปิดครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 และสิ้นสุดไปเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 14 เดือน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลา 12 เดือน นอกจากนี้ยังได้ศึกษาข้อมูลชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจ การตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย การเติบโต และการสิ้นสุด ตลอดจนแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ ในโอกาสต่อไป

2. กลุ่มประชากรที่ศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและการสำรวจสอบถามจากนักท่องเที่ยวเป็นส่วนเสริม จึงได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

2.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยเตรียมแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เพื่อสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชนบ้านบุ ชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยวความเป็นมาและการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ความคิดเห็นต่อการจัดการตลาดน้ำ และข้อเสนอแนะ สำหรับเป็นแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ดังนี้

2.1.1 เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ปัจจุบันคือ พระเทพสุวรรณเมธี ซึ่งมีบทบาทในฐานะประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

2.1.2 คณะกรรมการดำเนินการฝ่ายชมราวาส ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มนี้ 3 คน คือ คุณอภิศิษฐ์ ลิ้มสุขะกร ทำหน้าที่รองประธานดำเนินงาน และมีตำแหน่งเป็นประธานชุมชนบ้านบุ คุณพิชิต บุญจินต์ ทำหน้าที่กรรมการ และอดีตประธานตลาดไร่คาน และคุณมนต์ชัย สือทอง ทำหน้าที่กรรมการและเลขานุการ และเป็นนักธุรกิจจากกิจการเดินเรือ รอนงค์

2.1.3 กลุ่มผู้ค้าในตลาดน้ำ จำนวน 10 คน

2.1.4 กลุ่มคนในชุมชนบ้านบุ จำนวน 5 คน

2.2 กลุ่มประชากรที่ใช้วิธีการสำรวจสอบถาม คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ บริเวณพื้นที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (Accidental Sampling) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาประเมินการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และหาแนวทางสำหรับการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยต่อไป จำนวน 10 คน

3. วิธีการศึกษา

3.1 การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชุมชนบางกอกน้อยและชุมชนบ้านบุ การฟื้นตลาดวัดทอง วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร และการก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย รวมถึงการศึกษาข้อมูลในเรื่องแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่จะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับชุมชนบ้านบุ งานวิจัยที่ศึกษา

เกี่ยวกับตลาดวัดทองและตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และงานวิจัยที่ศึกษาการจัดการของตลาดน้ำในพื้นที่อื่น ๆ โดยข้อมูลเหล่านี้ได้จากรายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความ และสื่อออนไลน์

3.2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research) โดยแบ่งออกเป็น

3.2.1 การสำรวจและเก็บข้อมูลชุมชนบ้านบุ ตลาดวัดทอง วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร และตลาดน้ำ @บางกอกน้อยตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2561 จนถึงเดือนมีนาคม 2563 โดยเก็บข้อมูลในด้านประวัติศาสตร์ชุมชน วัด สภาพแวดล้อมของทั้งชุมชน วัด และตลาดน้ำ รูปแบบและการจัดการตลาดน้ำ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการและการฟื้นฟูตลาดน้ำ

3.2.2 การสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำและแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

1) เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร กำหนดประเด็นคำถามดังนี้ แนวคิดและที่มาของการจัดตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ความคิดเห็นต่อการจัดการและแนวทางการฟื้นฟูตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

2) คณะกรรมการดำเนินงานของตลาดน้ำ กำหนดประเด็นคำถามดังนี้ แนวคิดและที่มาในการจัดตั้งตลาดน้ำ รูปแบบและกระบวนการจัดการตลาดน้ำ ข้อคิดเห็นด้านปัญหาและแนวทางการฟื้นฟูตลาดน้ำ

3) ผู้ค้า กำหนดประเด็นคำถามดังนี้ กระบวนการจัดการพื้นที่ตลาด กวาระเบียดข้อตกลงระหว่างผู้ค้ากับคณะกรรมการดำเนินงาน ข้อคิดเห็นด้านปัญหาและแนวทางการจัดการตลาดน้ำ รวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4) คนในชุมชน กำหนดประเด็นคำถามดังนี้ ประวัติความเป็นมาของชุมชน ประเพณี วิถีชีวิต ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย การมีส่วนร่วมในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และความคิดเห็นในด้านผลกระทบต่างๆ

3.2.3 การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ได้แก่ การสังเกตการณ์สภาพแวดล้อมบริเวณตลาดน้ำและการจัดภูมิทัศน์ของตลาดน้ำ กิจกรรมท่องเที่ยวของตลาดน้ำ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการดำเนินงานกับผู้ค้า ผู้ค้ากับนักท่องเที่ยว คณะกรรมการดำเนินงานกับคนในชุมชน ลักษณะของชุมชน

3.2.4 การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยว กำหนดประเด็นคำถามดังนี้ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการตลาดน้ำในด้านต่างๆ เช่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้า ด้านภูมิทัศน์ของตลาดน้ำ และด้านกิจกรรม รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก โดยมีการสำรวจสอบถามเป็นส่วนเสริม ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการศึกษาดังต่อไปนี้

4.1 แบบสัมภาษณ์ สำหรับประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการกับกลุ่มบุคคล ดังนี้ เจ้าอาวาสวัดสุพรรณารามราชวรวิหาร คณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายฆราวาส กลุ่มผู้ค้าในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และคนในชุมชนบ้านบุ

4.2 แบบสอบถาม สำหรับใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีแนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการจัดการตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ และความคาดหวังหรือข้อเสนอแนะในการจัดการตลาดน้ำ

4.3 การบันทึกเสียง สำหรับการสัมภาษณ์เจ้าอาวาสวัดสุพรรณารามราชวรวิหาร และคณะกรรมการฝ่ายดำเนินงาน ฝ่ายฆราวาส

4.4 การถ่ายภาพ สำหรับการเก็บภาพชุมชนบ้านบุ วัดสุพรรณารามราชวรวิหาร และตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาทางวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล ในการจัดการตลาดน้ำบางกอกน้อยออกมาเป็นประเด็นต่างๆ และนำไปสู่การอภิปรายผลที่วิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการเขียนเชิงพรรณนาและเชิงวิเคราะห์ พร้อมภาพประกอบเพื่อให้รายงานสมบูรณ์ครบถ้วน

บทที่ 4

ชุมชนบ้านบุ : ความเป็นมา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และตลาดวัดทอง

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุ การศึกษาชุมชนบ้านบุในประเด็นความเป็นมา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และตลาดวัดทอง เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจชุมชน และการเกิดขึ้นของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยในบทนี้จะกล่าวถึงชุมชนบ้านบุใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้ ประเด็นแรก ความเป็นมาของชุมชนบ้านบุ ประเด็นที่สอง วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชาวบ้านบุ และประเด็นที่สาม ชุมชนบ้านบุกับการฟื้นฟูตลาดวัดทองเพื่อการท่องเที่ยว โดยการศึกษาข้อมูลทางด้านเอกสารและการสำรวจข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเรียบเรียงและอธิบายได้ดังต่อไปนี้

4.1 ความเป็นมาของชุมชนบ้านบุ : แหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาเก่าแก่

ชุมชนบ้านบุเป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย ซึ่งพื้นที่ของชุมชนบ้านบุที่ตั้งอยู่บริเวณปากคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้ บริเวณปากคลองบางกอกน้อยทั้งฝั่งเหนือและฝั่งใต้มีชุมชนอยู่หลายชุมชนที่ตั้งหลักปักฐานมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลายและต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งชุมชนทั้งสองฝั่งคลองมีปฏิสัมพันธ์กันมาโดยตลอด โดยชุมชนปากคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้ประกอบด้วยชุมชนบ้านบุ บ้านเนิน บ้านข้าวเม่า ส่วนชุมชนปากคลองบางกอกน้อยฝั่งเหนือประกอบด้วยชุมชนย่านวัดดุสิต มัสยิดหลวงบางกอกน้อย คู่มือพระราชพิธี บ้านเกาะ บ้านแหโรงแร่ บ้านหน้าวัดทอง (สุภาพรณี จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 13)

พื้นที่ของชุมชนบ้านบุในอดีตมีอาณาเขตตั้งแต่วัดใหม่ยายแป้นจนถึงวัดอมรินทราราม และครอบคลุมถึงบริเวณบ้านเนินด้วย โดยพื้นที่บริเวณนี้เป็นชุมชนที่ทำให้กิจกรรมเครื่องทองลงหินประเภทต่างๆ เช่น ช้อง พาน ฉิ่ง ฉาบ และขันลงหิน วิธีการทำเครื่องทองลงหินนี้เป็นวิธีการดีโลหะให้เข้ารูปที่เรียกว่า “การบุ” ซึ่งเป็นวิธีการที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา “บุ” จึงเป็นที่มาของชื่อชุมชนแห่งนี้ว่า “ชุมชนบ้านบุ” (สุภาพรณี จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 23)

ต่อมาเมื่อมีการสร้างทางรถไฟสายใต้ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ปี พ.ศ. 2442 มีการเวนคืนที่ดินบริเวณวัดอมรินทราราม พระราชวังบวรสถานพิมุข หรือวังหลังบางส่วน และชุมชนต่างๆ ริมคลองบางกอกน้อย จึงทำให้พื้นที่ของชุมชนบ้านบุถูกแบ่งออกจากกัน และสถานีรถไฟได้ทำรั้วปิดกั้นระหว่างชุมชนกับสถานีรถไฟ ซึ่งเรียกบริเวณนี้ว่า รั้วตัน

บริเวณริ้วตั้นนี้ต่อมาได้เปิดให้ชาวชุมชนสามารถเดินทางผ่านได้ โดยจะมีตรอกเล็ก ๆ ที่เป็นทาง
เท้าเข้าสู่ชุมชนบ้านบุ จึงทำให้จากเดิมที่เคยเป็นชุมชนริมคลองบางกอกน้อยกลายเป็นชุมชน
ชาวตรอก โดยชาวบ้านได้มีคำเรียกพื้นที่บ้านบุ ดังนี้ (สุภาพรณี จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 28)

บ้านบน คือพื้นที่ตั้งแต่เหนือวัดสุวรรณารามขึ้นไปจนถึงวัดใหม่ยายแป้น

บ้านบุ คือพื้นที่ตั้งแต่วัดสุวรรณารามจนถึงศาลาโรงธรรม

บ้านล่าง คือพื้นที่ตั้งแต่ศาลาโรงธรรมลงมาถึงริ้วตั้น (ปัจจุบันคือพื้นที่ที่ติดกับโรงรถจักร
ธนบุรี)



ภาพที่ 2 แผนที่แสดงที่ตั้งของชุมชนบ้านบุ

ที่มา : <https://www.google.com/maps/place/ชุมชนบ้านบุ>

หลังจากก่อสร้างสถานีรถไฟบางกอกน้อยเสร็จเรียบร้อย จึงมีการเปิดเดินรถเมื่อวันที่ 1
เมษายน พ.ศ. 2446 ซึ่งสถานีรถไฟในสมัยรัชกาลที่ 5 นั้นมีลักษณะยาวรี มีอาณาบริเวณตั้งแต่ปาก
คลองบางกอกน้อยยาวไปถึงริ้วตั้นของบ้านบุ โดยมีคลองบางกอกน้อยอยู่ทิศเหนือ ด้านตะวันออกคือ
แม่น้ำเจ้าพระยา ด้านทิศใต้ติดกับพระราชวังหลัง วัดอมรินทราราม ด้านทิศตะวันตกจะมีลักษณะเรียวยาว
คอดเป็นทางรถไฟ (สุภาพรณี จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550: 34) การรถไฟสายเพชรบุรีเปิดทำการ
ได้ประมาณ 6 ปี จึงมีการขยายเส้นทางรถไฟจากเพชรบุรีต่อไปยังประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร หลังสวน
ไชยา นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา จนถึงเมืองระแงะ จึงได้มีการเวนคืนพื้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อขยายพื้นที่
ในปี พ.ศ. 2452 (ราชกิจจานุเบกษา อ้างถึงใน สุภาพรณี จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 36)



ภาพที่ 3 โรงรถจักรธนบุรีในปัจจุบัน

นอกจากนี้ชุมชนบ้านบุและสถานีรถไฟบางกอกน้อยยังมีความสำคัญในด้านประวัติศาสตร์ช่วงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยญี่ปุ่นได้กำหนดให้สถานีรถไฟบางกอกน้อยเป็นที่ตั้งยุทธศาสตร์ของกองกำลังทหารญี่ปุ่น เพื่อใช้ขนส่งสัมภาระและยุทโธปกรณ์ต่างๆ ไปทางกาญจนบุรีและเข้าสู่พม่า ซึ่งจากคำบอกเล่าของคนในชุมชนบ้านบุที่เคยอยู่ในช่วงสงครามได้กล่าวถึงเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับชุมชนบ้านบุ เช่น คุณจิตต์ เขียมขันทอง ปัจจุบันอายุ 98 ปี (จิตต์ เขียมขันทอง, 2563) ได้กล่าวถึงการตั้งแคมป์ของทหารญี่ปุ่นตรงสถานีรถไฟบางกอกน้อยและการมีโอกาสได้ทำงานในแคมป์ของทหารญี่ปุ่น เหตุการณ์การทิ้งระเบิดที่สร้างความเสียหายให้แก่ชุมชนบ้านบุ บ้านเรือนหลายหลังถูกระเบิด ผู้คนอพยพออกจากชุมชน และมีคนบางส่วนที่เสียชีวิตจากแรงระเบิดซึ่งสอดคล้องกับการให้ข้อมูลของคุณบุญเรือน ทวีสมบัติ (อายุ 83 ปี) ที่กล่าวถึงช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กับชุมชนบ้านบุว่า ชุมชนบ้านบุกลายเป็นชุมชนร้าง เพราะผู้คนต่างอพยพหนีสงคราม เกิดภาวะข้าวยากมากแพงขึ้น

ผลกระทบของสงครามได้ส่งผลให้ชุมชนบ้านบุได้รับความเสียหายทั้งต่อชีวิต ทรัพย์สิน และบ้านเรือน คนอพยพหนีออกจากชุมชน หนีไปอาศัยอยู่ที่อื่น ๆ จนกระทั่งสงครามสงบ ผู้คนจึงเริ่มอพยพกลับมา แต่เศรษฐกิจของชุมชนบ้านบุยังคงซบเซาศูนย์กลางเศรษฐกิจคือตลาดวัดทองลดบทบาทลง เนื่องจากการสร้างถนนที่ทำให้เกิดตลาดบกแห่งอื่น ๆ ตามมา นอกจากนี้ความนิยมใน

การใช้ชั้นลงหินลดลง รวมถึงวัสดุที่ใช้ทำชั้นลงหินมีราคาสูงขึ้น การทำชั้นลงหินกันเกือบทุกครัวเรือน ในชุมชนบ้านบุจึงเหลือเพียง 2 บ้าน คือ บ้านแม่เจียม แสงสัจจา และบ้านแม่เกษร ชั้นนริหิรัญ

จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์สำคัญอีกเหตุการณ์หนึ่ง นั่นคือ เกิดอัคคีภัย เมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2549 บ้านเรือนบางส่วนถูกเพลิงไหม้ คนในชุมชนบางส่วนเริ่มย้ายออกจากชุมชน คนที่เคยค้าขายในเรือนแถวไม้รอบตลาดวัดทองก็ย้ายออกจากชุมชน และมีการปรับที่อยู่อาศัย เป็นบ้านเช่า คนภายนอกจึงเข้ามาอยู่อาศัยในชุมชนบ้านบุมากขึ้น (วิไล เยี่ยมประไพ, 2550 : 70) ปัจจุบันในชุมชนบ้านบุจึงเหลือกลุ่มคนที่เป็นคนในชุมชนมาแต่ดั้งเดิมไม่มากนัก มีเพียงผู้สูงอายุ และคนวัยกลางคนที่เป็นคนในชุมชนยังคงอาศัยอยู่ในชุมชน ส่วนวัยทำงานหรือคนที่มีฐานะจะย้ายออกไปอยู่อาศัยที่อื่น และมีคนนอกชุมชนเข้าอยู่อาศัยมากขึ้น

ที่ตั้งและอาณาเขตของชุมชนบ้านบุในปัจจุบันตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยอยู่ใน ซอยเจริญสนิทวงศ์ 32 แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ทั้งหมด 20 ไร่ มี บ้านเรือนประมาณ 2,000 หลังคาเรือน โดยมีนายอภิศิษฐ์ ลิ้มสุขะกร เป็นประธานชุมชน ซึ่งดำรง ตำแหน่งได้ประมาณ 13 ปี (อภิศิษฐ์ ลิ้มสุขะกร, 2563) การเข้าถึงชุมชนบ้านบุ สามารถเข้าถึง ชุมชนได้ 4 ช่องทาง คือ

1. จากปากซอยเจริญสนิทวงศ์ 32 หากเดินทางด้วยรถสาธารณะสามารถเดินเท้าเข้าสู่ ชุมชนบ้านบุประมาณ 550 เมตร หรือโดยสารรถจักรยานยนต์รับจ้าง สำหรับการเดินทางด้วย ยานพาหนะส่วนตัวสามารถจอดรถได้ที่สำนักงานเขตบางกอกน้อยเดิม หรือจอดที่ลานวัดสุวรรณาราม ราชวรวิหาร จากนั้นจึงเดินเท้าเข้าสู่ชุมชนบ้านบุ

2. จากโรงรถจักรธนบุรี ซึ่งอยู่ใกล้กับวัดอมรินทรารามวรวิหาร จะมีทางเท้าเล็ก ๆ ข้าง อาคารที่ทำการสถานีรถจักรธนบุรีเข้าสู่ชุมชนบ้านบุ ซึ่งเป็นตรอกแคบ ๆ มีเพียงรถจักรยานยนต์ รถจักรยาน และการเดินเท้าที่สามารถเข้าถึงได้ ส่วนรถยนต์ไม่สามารถแล่นผ่านได้

3. จากสถานีรถไฟธนบุรี ซึ่งอยู่ติดกับตลาดศาลาน้ำร้อน เดินเท้าข้ามทางรถไฟ จะมี ตรอกเล็ก ๆ ที่เข้าสู่ชุมชนบ้านบุ ผ่านลานเล็ก ๆ ที่คนในชุมชนเรียกกันว่า บ่อระเบิด จากนั้นเดิน ผ่านโรงเรียนวัดสุวรรณารามและเข้าสู่ตลาดวัดทองของชุมชนบ้านบุ

4. การสัญจรทางน้ำ เดินทางด้วยเรือมาขึ้นที่ท่าหน้าวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร หรือขึ้นที่ท่าตลาดวัดทอง (ตลาดไร่คาน) จากนั้นก็เข้าสู่ชุมชนบ้านบุได้เช่นกัน

ความเป็นมาของชุมชนบ้านบุมีพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย ที่มีการตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชนริมน้ำบริเวณปากคลองบางกอกน้อย และมีการทำหัตถกรรมชั้นลงหิน ซึ่งเป็นที่มาของชื่อชุมชนบ้านบุ เมื่อถึงสมัยรัชกาลที่ 5 มีการสร้างทางรถไฟสายใต้ พื้นที่ของชุมชนจึงถูกแบ่ง

นอกจากกัน ทางสถานีได้ทำรั้วกั้นระหว่างชุมชนกับรางรถไฟ มีเพียงทางเท้าที่เป็นตรอกเล็ก ๆ เข้าสู่ชุมชน จากชุมชนริมน้ำจึงกลายเป็นชุมชนชาวตรอก ผลกระทบของสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อชุมชนบ้านบุทั้งทรัพย์สินและชีวิต เศรษฐกิจของชุมชนประสบภาวะชะงักงันกระทั่งการเกิดอหิวาต์เมื่อปี พ.ศ. 2549 ทำให้คนในชุมชนย้ายออกจากชุมชน คนนอกเข้ามาอยู่อาศัยกันมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิตและความผูกพันในถิ่นที่อยู่ดังที่จะกล่าวลำดับถัดไป

4.2 วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชาวบ้านบุ

วิถีชีวิตของชุมชนบ้านบุจากชุมชนริมน้ำได้กลายมาเป็นชุมชนชาวตรอกเมื่อมีการสร้างทางรถไฟ โดยภายในชุมชนแห่งนี้มีวิถีชีวิตที่ประกอบด้วยคนไทยและคนจีนอาศัยอยู่ร่วมกัน โดยคนไทยที่อยู่ในชุมชนบ้านบุส่วนใหญ่จะมีอาชีพทำซันลงหินกันเกือบทุกครัวเรือน โดยในช่วงแรกการทำซันลงหินจะอยู่ในซอย 1 และ 2 จากนั้นจึงมีการทำซันลงหินกันทั้งตรอก ยุคที่นับว่าเป็นยุครุ่งโรจน์ของซันลงหินบ้านบุคือในสมัยรัชกาลที่ 5 (จิราพร อัจเจริญ, 2545) ส่วนคนจีนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านบุเป็นคนจีนแต่ใจ โดยมีอาชีพค้าขาย เช่น ร้านขายของชำ ร้านทอง ร้านยา โดยตั้งร้านค้าในเรือนแถวไม้และรอบๆ ตลาดวัดทอง และมีการสร้างศาสนสถานที่สะท้อนความเชื่อของคนจีนคือ ศาลเจ้าปูนเถ่ากง (วิธนา เขียมประไพ, 2550 : 64)

นอกจากนี้ชุมชนบ้านบุยังมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนริมคลองบางกอกน้อยฝั่งเหนือ โดยมีการไปมาหาสู่และค้าขาย โดยมีตลาดวัดทองเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ โดยการให้ข้อมูลของคนในชุมชนบ้านบุที่กล่าวถึงการค้าขายในอดีตว่า คนมุสลิมฝั่งตรงข้ามชุมชนบ้านบุ หรือคนในสวนข้างในคลองบางกอกน้อยต่างพายเรือมาผูกที่ทำหน้าตลาด แล้วทำการค้าขาย เมื่อก่อนตลาดวัดทองจะเปิดตอนเย็น มีบรรยากาศที่คึกคัก (จิตต์ เขียมชันทอง, 2563)

ชุมชนบ้านบุจึงมีเรื่องราว วิถีชีวิต วัฒนธรรมที่น่าสนใจและน่าศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งสามารถส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมการฟื้นตลาดวัดทองขึ้นมาอีกครั้ง โดยมีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาจะพยายามฟื้นฟูชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยว ซึ่งเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2550 ดังนั้นควรใช้พื้นที่ชุมชนเป็นพื้นที่แหล่งเรียนรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

แหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนบ้านบุที่จะกล่าวถึงในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ศาลเจ้าปูนเถ่ากง ตลาดวัดทอง ร้านยาแผนโบราณสงวนโอสถ กระบี่กระบอง ภูมิปัญญาการทำซันลงหินและสแตนเลส ศาลาโรงธรรม รั้วต้นและสถานีรถไฟบางกอกน้อย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 **วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร** เดิมชื่อ “วัดทอง” เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยและอยู่ทางทิศตะวันตกของชุมชนบ้านบุโดยมีคลองวัดทองกั้นอยู่ วัดทองสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาและเป็นสถานที่สำคัญในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นโดยเป็นเมรุเผาศพขุนนางชั้นผู้ใหญ่ เนื่องจากวัดในเขตกำแพงเมืองเป็นสถานที่สำหรับพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ และที่ตั้งของวัดอยู่ไม่ไกลจากพระราชวัง จึงได้กำหนดให้มีการตั้งเมรุขึ้นที่วัดนี้ (วิไล เยี่ยมประไพ, 2550 : 63)

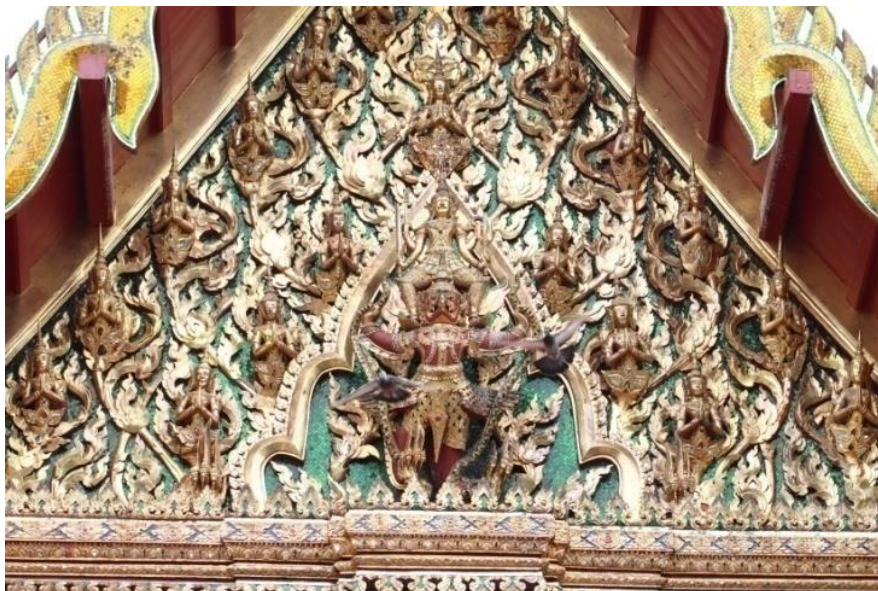
ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) โปรดฯให้มีการบูรณปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ ได้สร้างพระอุโบสถ พระวิหาร กำแพงแก้ว มีเก๋งนอกกำแพงแก้ว 2 เก๋ง จากนั้นพระราชทานนามใหม่ว่า **วัดสุวรรณาราม** ครั้นถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) จึงโปรดฯให้มีการบูรณะอีกครั้ง และในการนี้ได้ขยายพื้นที่และมีการสร้างกุฎีตึกขึ้นหมู่หนึ่ง 6 หลัง อีกทั้งหอดั้น หอเล็กติดกับกำแพง 2 หอ หอระฆัง หอไตร กุฎีฝากระดาน และศาลาการเปรียญเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก (รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่งเรือง ใน สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 69)



ภาพที่ 4 พระอุโบสถวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร

วัดสุวรรณารามราชวรวิหารมีสิ่งก่อสร้างสำคัญหลายอย่างดังที่กล่าวไปข้างต้น แต่สิ่งที่น่าสนใจและทรงคุณค่ามากนั่นคือ พระอุโบสถ ซึ่งเป็นรูปแบบของศิลปกรรมสมัยรัชกาลที่ 1 มีลักษณะคือ มีมุขบนชานชาลาทั้งด้านหน้าและด้านหลัง หลังคามุงด้วยกระเบื้องสีและประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ติดกระจก มีเสาศีเหลี่ยมย่อมุมสิบสองรับชายคามุข ประตูด้านหน้ามี

3 บาน ด้านหลังมี 2 บาน หน้าบันจำลองพระนารายณ์ทรงครุฑประทับอยู่ในซุ้มลงรักปิดทองปิดกระจกสีแบบเดียวกับพระอุโบสถวัดพระศรีรัตนศาสดารามและวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม กรุงเทพฯ



ภาพที่ 5 หน้าบันจำลองพระนารายณ์ทรงครุฑ

ส่วนมุขด้านหลังมีเก๋งจีนศิลปะสลัก ซึ่งเข้าใจว่าจำนำมาในสมัยรัชกาลที่ 3 เสด็จมาขอพระอุโบสถเป็นเสมาในสมัยรัชกาลที่ 1 ตั้งอยู่ภายในซุ้ม เมื่อปี พ.ศ. 2524 ได้มีการบูรณปฏิสังขรณ์หลังคาพระอุโบสถ เปลี่ยนข้อฟ้า ใบระกา และหางหงส์บางตัว และเปลี่ยนกระเบื้องหลังคา แล้วเสร็จ สมเด็จพระราชปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ ทรงเสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดวัดเมื่อวันเสาร์ที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2524 และได้ทำการเททองหล่อพระพุทธรูปจำลองด้วย (พระมหาปรกณี กิตติธโร, 2556 : 61)



ภาพที่ 6 เก่งจีนศิลาสลักและซุ้มเสมา

ภายในพระอุโบสถยังมีพระประธานคือ **หลวงพ่อศาสดา** เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ความสูงถึงพระรัศมี 8 ศอก 1 คืบ 8 นิ้ว หน้าตักกว้าง 6 ศอก 1 คืบ ซึ่งสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงสันนิษฐานไว้ใน “ตำนานพระพุทธรูปสำคัญ” ว่า “พระพุทธรูปองค์นี้ไม่ปรากฏเรื่องราว แต่พิจารณาลักษณะพระพุทธรูป เห็นว่าเป็นฝีมือเดียวกับช่างที่หล่อพระศรีศากยมุนี (วัดสุทัศนเทพวราราม) จึงสันนิษฐานว่า จะเชิญมาแต่กรุงสุโขทัยในสมัยรัชกาลที่ 1” (พระมหาปกรณ์ กิตติธโร, 2556 : 71)



ภาพที่ 7 หลวงพ่อศาสดา

ความสำคัญของหลวงพ่ศาสดาคือเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้านนุมายาวนาน โดยมีคำบอกเล่าที่กล่าวถึงความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่ศาสดาในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ไว้ว่า “คนฝั่งโน้น (ฝั่งตรงข้ามชุมชนบ้านนุ) เขาเห็นแสงผลึกลูกระเบิดไม่ให้โดนวัด” (จิตต์ เอี่ยมขันทอง, 2563) นอกจากนี้ยังมีความเชื่อเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่ศาสดาในเรื่องการบนบานขอสิ่งต่างๆ โดยชาวบ้านนุมีพิธีกรรมการวิ่งแก้บนหลวงพ่ศาสดา เช่น การวิ่งม้าแก้บน ตู๊กตาล้มลูก เขกหัวตัวเอง โดยคุณบุญเรือน ทวีสมบัติ (บุญเรือน ทวีสมบัติ, 2563) ได้กล่าวถึงการแก้บนด้วยการวิ่งม้าว่า ตนเองเคยบนไม่ให้ลูกชายถูกเกณฑ์ทหาร เมื่อผลเป็นดังใจก็จะมีอาการจ้ำคนให้มาวิ่งแก้มาสมัยก่อนจะใช้ก้านกล้วยแทนม้า ปัจจุบันใช้ผ้าขาวม้าแทนม้า



ภาพที่ 8 การวิ่งม้าแก้บนในปัจจุบัน

นอกจากหลวงพ่อบุศาสดา ภายในพระอุโบสถยังมีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่มีความงดงาม และแสดงถึงศิลปะเชิงฝีมือช่างในสมัยรัชกาลที่ 3 ซึ่งสมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ได้ศึกษาประวัติของภาพจิตรกรรมฝาผนัง ได้ความว่า ผนังชั้นล่างช่วงระหว่างหน้าต่างได้เขียนเป็นภาพทศชาติชาดกแต่ละช่อง ด้านทิศตะวันออกเขียนเรื่องพระเวสสันดรชาดก 13 กัณฑ์ ด้านตะวันตกเขียนเรื่องพระเจ้า 10 ชาติ (พระมหาปรกกรม กิตติธโร, 2556 : 108) ซึ่งภาพจิตรกรรมฝาผนังเหล่านี้ล้วนรังสรรค์ขึ้นโดยจิตรกรเอกในสมัยนั้นมาชุมนุมและมีการประกวดประชันกันด้วยจิตรกรเอกที่สำคัญและโดดเด่นมี 2 ท่าน คือ อาจารย์ทองอยู่ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ครูทองอยู่ มีราชทินนามว่า “หลวงวิจิตรเจษฎา” และอาจารย์คงแป๊ะ มีราชทินนามว่า “หลวงเสนีย์บริรักษ์”



ภาพที่ 9 ภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในพระอุโบสถ

สิ่งก่อสร้างสำคัญอันดับถัดมาคือ **พระวิหาร** ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของพระอุโบสถ มีมุขขวางทั้งด้านหน้าและด้านหลัง มีช่อฟ้า ใบระกาปิดกระจงสีเช่นเดียวกับวิหารเดิมนำบ้านพระอุโบสถวัดชัยพฤกษ์มาลาธารวิหาร เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นแบบแผนสมัยรัชกาลที่ 4 ภายในพระวิหารมีพระประธานเป็นพระพุทธรูปศิลา ก่อปูนหุ้มปิดทองนั่งสมาธิ มีความสูงตลอดพระรัศมี 4 ศอก 1 คืบ 9 นิ้ว หน้าตักกว้าง 3 ศอก 9 นิ้ว ซึ่งไม่สามารถระบุได้ว่าอันเชิญมาจากที่ใด หรือมีมาตั้งแต่สมัยใด (พระมหาปกรณ์ กิตติโร, 2556 : 74)



ภาพที่ 10 พระวิหาร

นอกจากพระอุโบสถและพระวิหารแล้ว ยังมีสิ่งก่อสร้างอื่นๆ อีก ได้แก่ **พระเจดีย์** ซึ่งมีพระเจดีย์อยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ เจดีย์สี่เหลี่ยมย่อมุม ก่ออิฐถือปูน จำนวน 3 องค์ เจดีย์แปดเหลี่ยม กว้าง 4 วา 3 ศอก 1 คืบ สูง 11 วา ซึ่งอยู่ด้านหน้าพระวิหาร สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นศิลปกรรมช่างสมัยรัชกาลที่ 1 ถึงรัชกาลที่ 3 และเจดีย์ย่อมุมสิบหก ก่ออิฐถือปูน มีจำนวน 2 องค์ ตั้งอยู่ด้านหลังพระอุโบสถ (พระมหาปกรณ์ กิตติโร, 2556 : 79)



ภาพที่ 11 เจดีย์ย่อมุมสิบหก

หอพระไตรปิฎก สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 เป็นศิลปะแบบพระราชานิยม หน้าบันเป็นลายดอกพุดตาน ยกพื้นสูง (พระมหาปกรณ์ กิตติโร, 2556 : 81)



ภาพที่ 12 หอพระไตรปิฎก

หอรระฆัง เป็นศิลปกรรมสมัยรัชกาลที่ 3 จากรูปแบบสันนิษฐานว่าน่าจะมีอายุรุ่นเดียวกับหอรระฆัง วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ กรุงเทพฯ มีการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 1 ก่ออิฐถือปูนสร้างขึ้นไป 3 ชั้น มีระฆังแขวนอยู่บนชั้นที่ 5 (พระมหาปกรณ์ กิตฺติโธ, 2556 : 87)



ภาพที่ 13 หอรระฆัง

กล่าวได้ว่า วัดสุวรรณารามราชวรวิหารเป็นศาสนสถานที่มีทรัพยากรวัฒนธรรมทางพุทธศาสนาที่ทรงคุณค่า ทั้งสถาปัตยกรรม ภาพจิตรกรรมฝาผนัง รวมถึงหลวงพ่อดำศักดิ์อันเป็นที่ยึดเหนี่ยวของชาวพุทธในชุมชนบ้านบุมายาวนาน นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานที่สะท้อนถึงความเชื่อของคนจีนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านบุ นั่นคือ ศาลเจ้าปูนเก้าก

4.2.2 ศาลเจ้าปูนเก้าก ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อย เหนือวัดสุวรรณารามราชวรวิหารไปทางวัดใหม่ยายแสบิน เชียงสะพานบางขุนนนท์ ศาลเจ้าแห่งนี้สร้างเมื่อ พ.ศ. 2460 และซ่อมแซมครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2532 (พรพรรณ จันทรโรนานนท์ อ้างถึงใน วิณา เขียมประไพ, 2550 : 64) และยังมีประวัติที่กล่าวถึงศาลเจ้าปูนเก้ากว่า ได้ัญเชิญมาจากศาลเจ้าเก่าที่ลำเพ็ง โดยนำผงรูปจากกระถางเดิมมาใส่ในกระถางใหม่ ส่วนชื่อปูนเก้าก สันนิษฐานว่าคงเป็นชื่อเรียกของชาวจีนโพ้นทะเล โดยมาจากคำว่า ปั้ง แปลว่า เดิมหรือดั้งเดิม เก้า น่าจะมาจากคำว่า ไปวเก้า แปลว่า ชุมชนเมื่อรวมกันจึงหมายถึงชุมชนดั้งเดิม (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 74) นอกจากนี้ศาลเจ้าแห่งนี้ยังมีชื่อเรียกอื่น ๆ เช่น ศาลเจ้าโรงสุกร ศาลเจ้าโรงหมู ซึ่งที่มาของชื่อนั้นเพราะในอดีตมีคนจีนที่เลี้ยงหมูอยู่ใกล้ ๆ ศาลเจ้านี้ (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 25)



ภาพที่ 14 เทพปูนเถ้ากง

ความสำคัญของศาลเจ้าปูนเถ้ากงในชุมชนบ้านนุเป็นศาลเจ้าของชาวจีนแต่จีว การสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พึ่งทางใจและการมุ่งหวังในเรื่องการค้าขาย (วิธนา เขียมประไพ, 2550 : 64) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ามีคนจีนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านนุเป็นจำนวนมากนอกจากนี้การให้ข้อมูลของเสมียนผู้ดูแลศาลเจ้าในปัจจุบันคือ (ประสิทธิ์ อรรถเจริญวงศ์, 2563) ได้กล่าวว่า ในสมัยรัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสผ่านศาลเจ้าแห่งนี้ ได้มีการถวายหนังสือให้พระองค์ลงพระปรมาภิไธยรับรองการแสดงงิ้วของศาลเจ้าโดยไม่ต้องขออนุญาตกับทางตำรวจ และยังมีเอกสารสำคัญของทางราชการที่มีการกล่าวถึงชื่อของศาลเจ้าปูนเถ้ากง และชื่อของศาลเจ้าปูนเถ้ากง บางกอกน้อย ยังปรากฏในเอกสารราชการว่ามีรายชื่อในการมีส่วนร่วมทำบุญเมื่อครั้งรัชกาลที่ 5 เสด็จสวรรคต (สุภาพรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 31) ปัจจุบันศาลเจ้าปูนเถ้ากงมีอายุเกือบ 100 ปีและยังคงเป็นที่เคารพสักการะของคนจีนในชุมชนบ้านนุ

ส่วนงานประเพณีที่สำคัญที่จัดขึ้นในศาลเจ้าปูนเถ้ากง คือ ประเพณีตรุษจีน สารทจีน งานเทศกาล และการแสดงงิ้วประจำปีซึ่งจัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน โดยช่วงการสำรวจข้อมูลภาคสนามในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2563 ตรงกับวัน “หงวนเซียว” คือเทศกาลที่จัดขึ้นหลังจากวันตรุษจีนสองสัปดาห์ โดยคนจีนในชุมชนบ้านนุและที่เคยอยู่อาศัยในชุมชนจะนำสิ่งของมาสักการะเทพเจ้า เช่น (พจนีย์ มณีวัชรรังสี, 2563) ที่ได้ให้ข้อมูลว่า วันหงวนเซียวเป็นวันที่มีการไหว้ครั้งใหญ่

สิ่งของที่นำมาไหว้ เช่น หมู เป็ด ไก่ ขนมปุยฝ้าย กุยช่าย ผลไม้ ซึ่งสิ่งของเหล่านี้มีคนจัดเตรียมไว้ให้ เมื่อไหว้เสร็จก็จัดการแบ่งของไหว้แล้วนำกลับบ้าน การไหว้เทพเจ้าจะใช้ธูปไหว้กระถางละ 3 ดอก ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะย้ายออกจากชุมชนไปอาศัยที่อื่นแล้วก็ตาม ก็ยังมาเคารพสักการะศาลเจ้าแห่งนี้เป็นประจำ



ภาพที่ 15 ศาลเจ้าปูนเกล้า

4.2.3 ตลาดวัดทอง หรือตลาดวัดสุวรรณาราม เดิมพื้นที่ตลาดตั้งอยู่ริมน้ำและย้ายมาตั้งที่ปัจจุบันเมื่อปี พ.ศ. 2467 มีทั้งตลาดบกและตลาดน้ำ (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552a : 27-28) ส่วนชื่อ “ตลาดไร่คาน” นั้นมีที่มาจากลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารที่เป็นโรงขนาดใหญ่ มีเสาและโครงสร้างหลักเป็นไม้ บนหลังคาช่อทรงโค้งไม่มีคานมารองรับ จึงเป็นที่มาของชื่อตลาดไร่คาน ตลาดวัดทองตั้งอยู่ใจกลางชุมชนบ้านบุ โดยมีชุมชนบ้านบุรายรอบตลาด ทางซ้ายมือของตลาดจะเป็นพื้นที่ของตรอกบ้านบุ ส่วนท้ายตลาดจะมีร้านยาแผนโบราณสงวนโอสถ ตลาดวัดทองจึงมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางเศรษฐกิจของชุมชนบ้านบุ โดยมีการก่อปูนขึ้นเป็นแท่นวางสินค้า บรรยายากาศของการค้าขายในสมัยก่อนคึกคัก มีพ่อค้าแม่ค้าจากหลายชุมชนในละแวกคลองบางกอกน้อยทั้งชุมชนฝั่งตรงข้ามชุมชนบ้านบุและคนจากบางกรวย บางบำหรุ ต่างนำสินค้ามาจำหน่าย โดยช่วงเวลาที่จำหน่ายจะมีตั้งแต่เช้าถึงเย็น (บุญเรือน ทวีสมบัติ, 2563)



ภาพที่ 16 ตลาดวัดทองในปัจจุบัน

ต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบกเข้ามามีบทบาทแทนการคมนาคมทางน้ำส่งผลให้มีตลาดบกเกิดขึ้น รอบชุมชนบ้านบุ เช่น ตลาดศาลาน้ำร้อน ตลาดศาลาน้ำเย็น จึงทำให้ตลาดวัดทองลดบทบาทของการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของชุมชนและประชาคมชบเซาเมื่อประมาณ 40 ปีที่แล้ว (พ.ศ. 2523) (อภิศิษฐ์ ลิ้มสุขะกร, 2563) จนกระทั่งมีโครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน การสำรวจและการจัดทำแผนดำเนินการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ กรุงเทพมหานคร ด้านชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ในชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง เขตบางกอกน้อย โดยคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร เมื่อปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเข้ามาศึกษาข้อมูลและทำกระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชนบ้านบุ โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน หนึ่งในนั้นคือการฟื้นตลาดวัดทองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว นับเป็นจุดเริ่มต้นที่มีการฟื้นตลาดวัดทอง และส่งผลให้หลังจากนั้นมีหลายหน่วยงานเข้ามาทำโครงการฟื้นตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (พิชิต บุญจินต์, 2561, 2563) ปัจจุบันตลาดวัดทองมีผู้ค้าจากในชุมชนมาจำหน่ายสินค้าประมาณ 3-4 รายเท่านั้น



ภาพที่ 17 ผู้ค้าในชุมชนที่ยังคงมาจำหน่ายสินค้าในตลาดวัดทอง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

4.2.4 ร้านยาแผนโบราณสงวนโอสถ เป็นยาร้านยาแผนโบราณที่เปิดมาตั้งแต่ พ.ศ. 2475 โดยนายสงวน เหล่าตระกูล หรือที่คนในชุมชนบ้านบุและชุมชนละแวกใกล้เคียงเรียกกันว่า “หมอหงวน” จากการศึกษาของ (ศิริดา เต็ยรเดช, 2555) และการให้ข้อมูลของ (กรภัทร เหล่าตระกูล, 2563) (สุนงทา เหล่าตระกูล, 2563) พบว่า หมอหงวนนั้นเคยเป็นลูกจ้างขายเครื่องยาสมุนไพรที่ร้านเก่าแก่ที่อยู่ในตลาดวัดทองเมื่อราว พ.ศ. 2465 ระหว่างนั้นได้เล่าเรียนวิชาแพทย์แผนโบราณจากหมอฉาย สุขเวช แพทย์แผนโบราณที่มีชื่อเสียงในย่านคลองบางกอกน้อย จนสามารถสอบใบอนุญาตผู้ประกอบโรคศิลปะสาขาการบำบัดโรคทางยาแผนโบราณ ชั้น 2 และใบอนุญาตผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณ สาขาเวชกรรมได้สำเร็จ เมื่อตอนอายุได้ 35 ปี จากนั้น หมอหงวนจึงได้เปิดร้านยาแผนโบราณของตนเองที่หลังตลาดวัดทองบนที่ดินให้เช่าของวัดทอง



ภาพที่ 18 ร้านสงวนโอสถ

ด้านประวัติชีวิตของหมอสงวน หมอสงวนเป็นบุตรของนายเจียงกิม และได้แต่งงานกับนางวงเฮียง และมีบุตรธิดา 4 คน คือ นายนิพัทธ์ นายนิพนธ์ นายนิพันธ์ และนางสาวตุ้ย หมอสงวนได้ถ่ายทอดภูมิปัญญาเรื่องยาให้แก่บุตรหลาน โดยนายนิพันธ์ หรือที่ชาวบ้านเรียกกันต่อมาว่า “หมอแต่ง” ได้ดำเนินกิจการร้านยาต่อจากปู่ตั้งแต่ พ.ศ. 2529-2548 และปัจจุบันได้สืบทอดมาถึงรุ่นหลานหมอสงวนหรือลูกของหมอแต่ง นั่นคือ คุณกรภัทรและคุณสุมณฑา เหล่าตระกูล ได้ดำเนินการต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน (ศิริดา เทียรเดช, 2555 : 46) ด้านคุณกรภัทรและคุณสุมณฑา ได้เล่าว่า “ปู่จะสอนเรื่องยามาตั้งแต่พวกตนยังเด็กๆ โดยจะมีกลวิธีการสอนที่ทำให้สนุกสนาน เช่น ให้หลานๆ มานั่งหน้าตู้ยา แล้วปู่จะพูดชื่อส่วนผสมของยา หลานๆ ก็จะต้องใช้ความไวในการหาชื่อยาชื่อส่วนผสมให้เจอไวที่สุด ทำให้จดจำได้แม่น อีกทั้งสอนสรรพคุณยา สอนวิธีการชั่งยาด้วย”

ร้านสงวนโอสถเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในชุมชนบ้านบุและชุมชนละแวกใกล้เคียง คนที่มาซื้อยาเขาจะพูดกันว่า “มาเจียดยา” โดยคนข้างในจะพายเรือมาจอดที่ท่าหน้าตลาด แล้วเดินมาหลังตลาดเพื่อซื้อยาหมอสงวน หรือบางครั้งหมอสงวนจะไปรักษาถึงที่บ้าน (กรภัทร เหล่าตระกูล, 2563)



ภาพที่ 19 คุณกรภัทรและคุณสุมณฑา เหล่าตระกูล ผู้สืบทอดยาตำรับหมอสงวนรุ่นที่ 3

ปัจจุบันร้านสงวนโอสถยังคงเปิดดำเนินการอยู่ โดยมีตำรับยาที่มีชื่อเสียงมาตั้งแต่สมัยหมอสงวนและยังเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนบ้านบุและละแวกใกล้เคียง คือ ยาหอมอินทจักร์ มีสรรพคุณบำรุงหัวใจ แก้อาการใจสั่น แก้เวียนหัว ยานิลโอสถ แก้ร้อนใน ยาหอมปิดทอง ยาขงน้ำ ปทุมชาติ ยาหอมนวกโกฎ บำรุงหัวใจ แก้เบื่ออาหาร ยากำลังราชสีห์ บำรุงเลือด ยาอำมฤควาที แก้ไอ เสมหะ ยาธาตุนบรรจบ ยาเขียวหอม ยาธรณีสังฆฆาต แก้ปวดท้อง ท้องเสีย แต่ตำรับยา

บางอย่างได้หยุดผลิตเพราะขาดแคลนวัตถุดิบ หรือวัตถุดิบบางชนิดก็มีราคาสูงมาก (กรภัทร เหล่า
ตระกูล, 2563)



ภาพที่ 20 ตู้ยาโบราณภายในร้านสงวนโอสถ

4.2.5 กระบี่กระบอง สำนักกระบี่กระบองเกิดจากการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านที่มีความสนใจในด้านนี้ มีการศึกษาพบว่าชุมชนบ้านบุและชุมชนอื่นๆ ในย่านบางกอกน้อยต่างมีสำนักกระบี่กระบองในแต่ละชุมชน เช่น ชุมชนวัดดุสิตาราม ชุมชนบ้านช่างหล่อ ชุมชนเสาชิงหิน (สุภาพรณี จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 106) ส่วนชุมชนบ้านบุมีสำนักกระบี่กระบองเช่นกัน โดยประวัติความเป็นมาของสำนักกระบี่กระบองในชุมชนบ้านบุจากการศึกษาทางเอกสาร ประกอบกับการสัมภาษณ์ (ศุภชัย พักฟูญาติ, 2563) พบว่า สำนักกระบี่กระบองในชุมชนบ้านบุมีการสืบทอดมาได้ 4 รุ่น เริ่มจากนายทองอยู่ วาจาเสนาะ ได้ถ่ายทอดวิชากระบี่กระบองแก่ลูกหลานและคนในชุมชน ต่อจากนั้นคือ ครูนาค วาจาเสนาะ ส่วนทายาทที่สืบทอดต่อจากครูนาคและต่อมาได้กลายเป็นครูกระบี่กระบองคนสำคัญของบ้านบุ นั่นคือ นายบุญทอน บัวทองคำ หรือที่เรียกกันว่า ครูเบิ้ม ซึ่งเป็นบุตรชายของครูนาค และทายาทรุ่นปัจจุบันคือ คุณบุญเกิด บัวทองคำ หรือ ครูตอง เป็นบุตรชายของครูเบิ้ม นอกจากนี้ยังมีคุณศุภชัย พักฟูญาติ หรือ ครูชัย ซึ่งเป็นหลานตาของครูนาค วาจาเสนาะ เป็นอีกท่านหนึ่งที่มีวิชากระบี่กระบองปัจจุบันชุมชนบ้านบุจึงมีครูวิชากระบี่กระบองเหลือเพียง 2 ท่าน คือ ครูตอง และครูชัย



ภาพที่ 21 คุณบุญเทิด บัวทองคำ หรือครูต๋อง

ที่มา : http://livingculturalsites.com/index_20_03.html

การเรียนกระบี่กระบองในสมัยก่อนนั้น เป็นเพราะว่า หลังจากมีเวลาว่างจากงานทำชั้น ลงหินซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนในชุมชนก็จะมาเรียนกระบี่กระบอง ซึ่งการเรียนสมัยนั้นจะเรียนที่ ลานกลางชุมชนในเวลาเย็น สำนักกระบี่กระบองของชุมชนบ้านบุประกอบด้วยทักษะหลายชนิด เช่น ดิ่งพลอง ดาบเดี่ยว ดาบสองมือ กระบี่เดี่ยว คนที่เรียนกระบี่กระบองส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชาย ทว่าก็มีผู้หญิงที่ได้เรียนวิชากระบี่กระบองแต่มีจำนวนไม่มากนัก เช่น บ้านน้อย วาจาเสนาะ (บ้านของ ครูชัย) และนางประนอม บัวทองคำ ซึ่งเป็นพี่สาวของนายบุญเทิด บัวทองคำ (ศุภชัย พักฟูญาติ, 2563)

ด้านพิธีกรรมและความเชื่อของสำนักกระบี่กระบองของชุมชนบ้านบุมีความแตกต่าง จากสำนักกระบี่กระบองที่อื่น เช่น พิธีไหว้ครู ที่มีความเชื่อว่าเป็นบรมครูของสำนักกระบี่ กระบองของชุมชนบ้านบุเป็นทหารมุสลิมในกองทัพของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช สิ่งของที่ใช้ในพิธีไหว้ครูจึงดเนื้อหมูและสุรา (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 107)



ภาพที่ 22 คุณศุภชัย พักฟูญาติ หรือครูชัยกับการเรียนกระบี่กระบองในอดีต
ที่มา : เชื้อเพื่อภาพถ่ายโดยคุณศุภชัย พักฟูญาติ

การละเล่นกระบี่กระบองของชุมชนบ้านนุในปัจจุบัน ครูชัยได้กล่าวว่า นอกจากการถ่ายทอดวิชากระบี่กระบองภายในครอบครัวแล้ว ครูชัยยังได้ถ่ายทอดวิชานี้แก่คนในชุมชน เช่น เคยสอนที่ลานชุมชนจนกระทั่งเจ้าของพื้นที่ได้ขายที่ดินไป จึงหยุดการเรียนการสอนในชุมชน นอกจากนี้คนที่สนใจในวิชากระบี่กระบองก็มีจำนวนน้อยลงด้วยแต่อาจมีบางโอกาสที่ได้รับเชิญให้ไปร่วมแสดงการละเล่นกระบี่กระบอง เช่น งานหัวใจแห่งบ้านนุ ที่จัดไปเมื่อวันที่ 27-28 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา



ภาพที่ 23 การแสดงกระบี่กระบองของครูชัยและลูกศิษย์

4.2.6 ภูมิปัญญาการทำชันลงหินและการทำสแตนเลส ภูมิปัญญาการทำชันลงหิน นับเป็นอัตลักษณ์สำคัญของชุมชนบ้านบุที่มีมายาวนานกว่า 200 ปี การทำชันลงหินหรือเครื่องทองลงหินนี้เป็นวิธีการที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา ซึ่งเรียกว่าการ “บุ” ในอดีตการทำเครื่องทองลงหินมีการทำสิ่งของชนิดต่างๆ เช่น ห้อย พาน ฉิ่ง ฉาบ และชันลงหิน (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 37) แต่ประเภทของภาชนะที่ยังมีการทำอยู่ในปัจจุบันคือชันลงหิน

การศึกษาของจิราพร อางเจริญ (2545) ที่ศึกษาเรื่องภูมิปัญญาการทำเครื่องทองลงหินในชุมชนบ้านบุ คาดว่ามีบ้านที่ทำเครื่องทองลงหินอยู่ในชุมชนประมาณ 40-50 หลังคาเรือนตั้งแต่บ้านบุบนจนถึงบ้านบุล่าง การทำเครื่องทองลงหินเป็นอาชีพหลัก พบว่ามี 2 ลักษณะ คือ บ้านที่มีลักษณะเป็นโรงงานขนาดใหญ่ หรือที่เรียกว่า “กงสี” และลักษณะการทำหัตถกรรมในครัวเรือน คือ รับงานจากกงสีแล้วไปทำต่อที่บ้าน เมื่อชิ้นงานเสร็จจึงกลับมาส่งกงสีให้ตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งก่อนจะจำหน่าย

บ้านที่ทำเป็นเป็นกงสีในสมัยก่อน พบว่า มี 8 ตระกูล ได้แก่ ไตรทรัพย์ เขียมชั้นทอง มิลินทรานุช รุ่งแสง วราศรัย คงชื่นสิน ปานรสทิพย์ จิตไพศาล และสถิตเมฆ (ประยูรต์ บุณนาค อ่างถึงใน สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 27)

การเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของชุมชนบ้านบุ ความนิยมในการใช้ชันลงหินลดลง รวมถึงราคาวัสดุที่ใช้ทำชันลงหินสูงขึ้น หลายกงสีและการทำในครัวเรือนจึงเลิกกิจการไป จนกระทั่งเหลือเพียง 2 กงสี คือ บ้านแม่เจียม แสงสัจจา และบ้านแม่เกษร ชันธีหิรัญ

บ้านแม่เจียม แสงสัจจา เริ่มทำชันลงหินโดยคุณตาเจิม วัฒนารุท ซึ่งเป็นคนฝากให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อพยพมาอยู่ที่ชุมชนบ้านบุ และสมรสกับคุณยายชอบ ไตรทรัพย์ คนบ้านบุ เริ่มอาชีพตีชันลงหิน การสืบทอดภูมิปัญญามาสู่รุ่นแม่เจียม แสงสัจจา และเป็นกงสีหนึ่งในชุมชนบ้านบุ โดยในสมัยแม่เจียมจะมีเตา 17 เตา มีช่างรวมประมาณนับร้อยคน ปัจจุบันมีคุณเมตตา เสลานนท์ บุตรีของแม่เจียม แสงสัจจา เป็นผู้ดูแลกิจการการทำชันลงหิน (เมตตา เสลานนท์, 2563)



ภาพที่ 24 คุณเมตตา เสลานนท์

การทำกงสีได้เลิกไปในช่วงที่แม่เจียมเจ็บป่วยเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2541-2542 และการเกิดเหตุอัคคีภัยในปี พ.ศ. 2549 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการทำซันลงหิน ทำให้เหลือเตาเพียง 2-3 เตา มีช่างประมาณ 13 คน ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2563 มีเตาจำนวน 2 เตา และช่าง 8 คน

นอกจากนี้กลุ่มช่างที่ทำซันลงหินซึ่งมีอายุ 60 ปีขึ้นไปทุกคนยังคงมีใจรักและภาคภูมิใจที่ได้สืบทอดภูมิปัญญานี้ไว้ และได้แสดงทัศนคติต่อภูมิปัญญาการทำซันลงหินที่ยังคงเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ว่า มีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญานี้ เพราะซันลงหินเป็นสิ่งของที่มีคุณค่า และจะกลายเป็นตำนานในอนาคต เพราะขาดการสืบต่อจากคนรุ่นใหม่ (สุนันท์ ญาณสุภาพ, 2563), (สำรวจ วาจาเสนาะ, 2563)



ภาพที่ 25 ช่างลายกับช่างกลึงชิ้นลงหิน

ภูมิปัญญาการทำสแตนเลสของบ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส ดังที่กล่าวไปข้างต้นว่า บ้านแม่เกษร ชันธุ์หิรัญ เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่เหลือหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยชนิดของเครื่องทองลงหินของบ้านแม่เกษร เช่น พาน ฉิ่ง ฉาบ ช้องวง ชันลงหิน ซึ่งจุดเด่นของบ้านแม่เกษรคือ ช้องวง สมัยแม่เกษรมีเตา 1 เต่า มีช่างจำนวน 50 คน และเมื่อประมาณ พ.ศ. 2543 หรือประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา คุณอุดม ชันธุ์หิรัญ ซึ่งเป็นบุตรชายของแม่เกษร มีความคิดเห็นว่าคุณานิยมของการใช้ชันลงหินลดลง อีกทั้งมีปัญหาหลายอย่างที่เกิดขึ้น เช่น จำนวนช่างลดลง วัสดุที่ใช้มีราคาสูงขึ้น รูปแบบของชันที่ไม่หลากหลาย จึงได้ทดลองนำวัสดุชนิดอื่นๆ มาทดลองใช้ เช่น ทองแดง ทองเหลือง อะลูมิเนียม และสแตนเลส พบว่าสแตนเลสเป็นวัสดุที่เหมาะสมที่สุด และได้มีการปรับเปลี่ยนวัสดุจากเครื่องทองลงหินเป็นสแตนเลสรายแรกในชุมชนบ้านบุ ปัจจุบันมีช่างจำนวน 10 คน ซึ่งเป็นช่างจากภายนอกชุมชนบ้านบุ (อุดม ชันธุ์หิรัญ, 2563)



ภาพที่ 26 คุณอุดม ชันธุ์หิรัญ

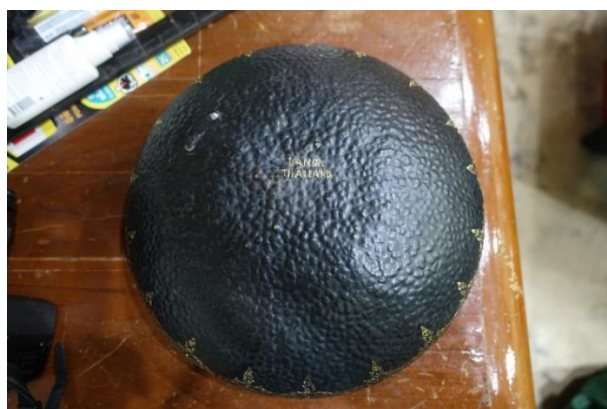
จากการปรับเปลี่ยนวัสดุในการทำชั้นลงหินของคุณอุดม ชันธุ์หิรัญ จึงทำให้การทำชั้นลงหินในชุมชนบ้านบุเหลือเพียงบ้านเดียวคือ บ้านแม่เจียม แสงสัจจา ส่วนบ้านแม่เกษรต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น บ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส

สภาพการณ์ในปัจจุบันของการทำชั้นลงหินและการทำสแตนเลส จากการสัมภาษณ์ได้ข้อมูลว่า บ้านคุณเมตตาประสบปัญหาเรื่องจำนวนช่างและการสืบทอดภูมิปัญญา เพราะช่างที่ทำชั้นลงหินในบ้านนี้เป็นช่างในชุมชนบ้านบุที่มีอายุมากและมีจำนวนน้อย คนรุ่นใหม่ไม่มีความสนใจในการทำชั้นลงหิน จึงเกรงว่าหากไม่มีช่างเหล่านี้ การทำชั้นลงหินของที่บ้านก็คงต้องหยุดไป (เมตตา เสลานนท์, 2563) นอกจากนี้ถึงแม้จะมีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาที่เข้ามาทำโครงการจัดพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้ภายในโรงงานชั้นลงหิน หรือการนำผลิตภัณฑ์ชั้นลงหินไปร่วมจัดแสดงในงานต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จัก แต่ทว่า การจัดการเพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาในเชิงปฏิบัติยังไม่มี



ภาพที่ 27 มุมจัดแสดงผลิตภัณฑ์ภายในบ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส

ด้านคุณอุดมได้กล่าวถึงปัญหาที่พบในปัจจุบันคือ ปัญหาการลอกเลียนแบบผลงาน และปัญหาด้านราคาของผู้จำหน่ายรายอื่นที่จำหน่ายถูกกว่า ส่งผลให้การผลิตงานมีจำนวนลดลง คุณอุดมจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าให้มีหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองต่อตลาดมากขึ้น และมีการนำวัสดุที่ใช้ทำชั้นลงหินมาใช้วิธีการทำแบบสแตนเลส ซึ่งนับเป็นจุดเด่นของบ้านคุณอุดม (อุดม ชันธิ์หิรัญ, 2563)



ภาพที่ 28 วัสดุที่ใช้ทำชั้นลงหินโดยใช้วิธีการทำแบบสแตนเลส

4.2.7 ศาลาโรงธรรม หรือเรียกได้ว่าเป็นศาลากลางบ้านหรือศาลาประชาคม เพราะตั้งอยู่ใจกลางชุมชนบ้านบุ การสร้างศาลาโรงธรรมไม่ปรากฏในเอกสารว่าสร้างขึ้นเมื่อไรและใครเป็นผู้สร้าง ตัวอาคารเดิมทำด้วยไม้ เมื่อเกิดการชำรุดทรุดโทรมจึงได้มีการปรับปรุงและเป็นอาคารก่ออิฐถือปูน 2 ชั้นในปี พ.ศ. 2521 โดยได้รับการสนับสนุนจากพรรคการเมืองในพื้นที่เขตบางกอกน้อย



ภาพที่ 29 ศาลาโรงธรรมในปัจจุบัน

การใช้ประโยชน์ของศาลาโรงธรรม ในอดีตศาลาโรงธรรมใช้ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา เช่น งานทำบุญเลี้ยงพระ งานทำบุญกลางบ้าน จัดงานเทศน์ งานสงกรานต์ และเป็นศาลาตั้งสวดพระอภิธรรมศพ ส่วนปัจจุบันใช้ประกอบพิธีกรรมในงานบุญปีใหม่ ทำบุญวันสงกรานต์ วันอาสาฬหบูชา วันสารทไทย และวันออกพรรษา และจัดงานเทศน์ ทำบุญเลี้ยงพระ ทำบุญให้ผู้เสียชีวิต หรือพิธีผูกข้อมือคู่แต่งงาน ส่วนงานสวดพระอภิธรรมศพย้ายไปจัดที่วัดสุวรรณารามราชวรวิหารแทน (วิภาภรณ์ ทรัพย์คงทน, 2563)



ภาพที่ 30 ภายในศาลาโรงธรรม ชั้น 2 ใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

นอกจากเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาแล้ว ศาลาโรงธรรมในปัจจุบันยังทำหน้าที่เป็นศูนย์สุขภาพพื้นฐานสำหรับคนในชุมชนบ้านนุอีกด้วย



ภาพที่ 31 ชั้น 1 ของศาลาโรงธรรมเป็นศูนย์สุขภาพพื้นฐาน

4.2.8 **รั้วต้นและสถานีรถไฟบางกอกน้อย** หลังจากมีการสร้างสถานีรถไฟบางกอกน้อยในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ทำรั้วปิดกันระหว่างชุมชนบ้านบุตรงพื้นที่บ้านบุล่างกับสถานีรถไฟบริเวณนี้เรียกกันว่า “รั้วต้น” ต่อมาจึงได้เปิดรั้วให้คนสัญจรผ่านไปมาโดยการเดินเท้าเข้าตรอกบ้านบุหรือการใช้รถจักรยานหรือจักรยานยนต์แต่คนในชุมชนบ้านบุก็ยังคงเรียกรั้วต้นเช่นเดิม (สุภาพภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : 22)

ความสำคัญในด้านประวัติศาสตร์ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ของพื้นที่ชุมชนบ้านบุ บริเวณรั้วต้นและสถานีรถไฟบางกอกน้อยจึงสามารถจัดเป็นแหล่งเรียนรู้หนึ่งในชุมชนบ้านบุได้ โดยทำเป็นนิทรรศการบอกเล่าเรื่องราว และเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบุได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 32 บริเวณรั้วต้นที่เชื่อมต่อพื้นที่ชุมชนบ้านบุกับโรงรถจักรธนบุรี

จากเรื่องราววิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของชุมชนบ้านบุที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นฐานของการท่องเที่ยวชุมชนและสามารถนำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยการจัดทำเส้นทางเดินเท้าท่องเที่ยวภายในชุมชนจากตลาดน้ำสู่แหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชนบ้านบุได้ นับเป็นศักยภาพที่สำคัญของพื้นที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่ไม่เหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

4.3 ชุมชนบ้านบุกับการฟื้นตลาดวัดทองเพื่อการท่องเที่ยว

จากประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของชุมชนบ้านบุที่กล่าวไปเบื้องต้นนั้น ชุมชนแห่งนี้ประกอบด้วยทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการที่สามารถนำมาจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จึงมีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งราชการและเอกชนสนใจทำโครงการและจัดการ

การท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุทั้งชุมชน รวมถึงกระแสการท่องเที่ยวที่เน้นการเปิดตลาดเก่า จึงมีการฟื้นตลาดวัดทองและชุมชนบ้านบุขึ้นมาเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ช่วงแรก ปี พ.ศ. 2542-2547 การได้รับการสนับสนุนจากศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (ศทท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐของกรุงเทพมหานคร โดยมีบทบาทในการฟื้นฟู ดังนี้ (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2563)

ปี พ.ศ. 2542-2543 ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (ศทท.) ร่วมกับชุมชนบ้านบุฟื้นฟูประเพณีลอยกระทง วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร โดยมีเขตบางกอกน้อยสนับสนุน มีการปรับปรุงลานวัฒนธรรมของชุมชนบ้านบุ ฟื้นฟูการเล่นกระบี่กระบอง และมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางเรือ กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุ คลองชักพระ และคลองบางกอกน้อย

ปี พ.ศ. 2544 ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (ศทท.) จัดโครงการ รักถิ่นฐาน สืบสานภูมิปัญญา โดยมีคนในเขตบางกอกน้อยเข้าร่วมกิจกรรม 100 คน กิจกรรมนี้ส่งผลให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมที่ชุมชนของตนมีอยู่และมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทุกวันเสาร์วันเสาร์

ปี พ.ศ. 2544-2546 ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (ศทท.) จัดงานเทศกาลภูมิปัญญาไทยวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ในครั้งนี้จัดเป็นเทศกาล 1 วัน และทำคู่มือแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวบางกอกน้อย

อาจกล่าวได้ว่า ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (ศทท.) เป็นหน่วยงานจากภาครัฐที่เข้ามามีบทบาทในการฟื้นฟูชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยว ได้สร้างความตื่นตัวให้กับคนในชุมชนบ้านบุพร้อมรองรับการท่องเที่ยวชุมชน

ช่วงปี พ.ศ. 2550 -2560 เป็นทศวรรษที่มีหน่วยงานจากสถาบันการศึกษาและภาคเอกชนเข้ามาพยายามฟื้นฟูชุมชนบ้านบุกับการท่องเที่ยว โดยกล่าวได้ดังนี้

ปี พ.ศ. 2550 คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับทุนสนับสนุนจากกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ใช้ชื่อ “โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน การสำรวจและการจัดทำแผนดำเนินการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกรุงเทพมหานคร ด้านชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ในชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่องเขตบางกอกน้อย” การศึกษาของโครงการนี้ได้ศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่องให้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำแนวทางการดำเนินงานและแบบปฏิบัติการพัฒนาชุมชนบ้านบุและ

พื้นที่เกี่ยวเนื่องเพื่อเป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ, 2550 : ญ-ฎ)
โดยมีระยะเวลาการทำโครงการประมาณ 9 เดือน (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2563)



ภาพที่ 33 ป้ายข้อมูลเล่าเรื่องราวร้านยาสงวนโอสถ

จากนั้นทางคณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ส่งเสริมการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมให้กับผู้นำและชาวบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง มีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนคือ บ้านชั้นลงหิน จัดทำป้ายบอกเล่าเรื่องราวหน้าร้านสงวนโอสถ และกิจกรรมที่สำคัญที่เป็นการเปิดพื้นที่ชุมชนบ้านบุให้เป็นที่รู้จักคือ กิจกรรมแนะนำชุมชนท่องเที่ยวแบบยั่งยืนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง และมีการฟื้นตลาดวัดทองเป็นครั้งแรก อาจกล่าวได้ว่า โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนฯ นี้ นับเป็นจุดเริ่มต้นในการจุดประกายการฟื้นชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

ต่อมาในปี พ.ศ. 2556 นิสิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ใช้ชื่อว่า จุฬาลงชัน ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ ในช่วงแรกทางคณะนิสิตได้กำหนดประเด็นเรื่องการอนุรักษ์ชั้นลงหิน โดยการจัดภูมิทัศน์บริเวณบ้านชั้นลงหิน การทำบุญ และภายหลังมีการปรับแผนไปที่การฟื้นตลาดวัดทอง โครงการนี้ใช้เวลาประมาณ 2-3 เดือน โดยมีงบประมาณ 30,000 บาท และกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้เข้ามาสนับสนุนในการจัดอาสาสมัครวัฒนธรรมจากนักเรียนโรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคม (ระพีพัฒน์ เกษโกศล, 2563) โดยการทำป้ายประชาสัมพันธ์ติดตามจุดต่างๆ ในเขตบางกอกน้อย และจัดงานเปิดตลาดวัดทองเมื่อวันที่ 3-4 ธันวาคม พ.ศ. 2556 มีคนในชุมชน คนในพื้นที่ใกล้เคียงและคนภายนอกมาร่วมงานกันเป็นจำนวนมาก จากนั้นจึงมีการดำเนินงานต่อเนื่อง

โดยเปิดตลาดวัดทองทุกเสาร์-อาทิตย์แรกของเดือน แต่ตอนนั้นยังมีปัญหาด้านงบประมาณบ้าง จึงทำให้การฟื้นฟูไม่ราบรื่นเท่าที่ควร (พิชิต บุญจินต์, สัมภาษณ์ 1 กรกฎาคม 2561)

จากนั้นในปี พ.ศ. 2559-2560 ธนาคารทหารไทยได้เข้ามาจัดตั้งโครงการ “ไฟ-ฟ้า จุดประกายเยาวชนเพื่อชุมชน” ซึ่งเป็นโครงการที่เข้ามาให้การสนับสนุนชุมชนร่วมกับกองทัพเรือ และชาวบ้านในชุมชนบ้านบุ มีการดำเนินงานในระยะ 2 ปีดังนี้ (มูลนิธิทีเอ็มบีเพื่อจุดประกายเยาวชน, เข้าถึงได้จาก www.tmbfoundation.or.th เข้าถึงเมื่อ 30 กรกฎาคม 2561)

ปี พ.ศ. 2559 สร้างกระบวนการที่ทำให้เกิดความร่วมมือในชุมชน จัดหาเครือข่ายที่จำเป็นต่อการปรับปรุงและฟื้นฟูตลาด ปรับปรุงภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมของตลาดไร้คาน จัดทำแผนการตลาดและช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดทำป้ายบอกทาง โบรชัวร์

ปี พ.ศ. 2560 จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่มอีก 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางจักรยานร่วมกับสมาคมจักรยานแห่งประเทศไทย และเส้นทางทางน้ำ ร่วมกับกองทัพเรือ การปรับปรุงภูมิทัศน์หน้าบ้านให้น่ามอง ร่วมกับเด็กๆ จากโครงการไฟ-ฟ้า บางกอกน้อย การอบรมและเสริมความแข็งแกร่งให้แก่กลุ่มผู้ค้าในตลาดวัดทอง การเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ เช่น ทางเรือ ซ่อมแซมป้ายบอกทาง



ภาพที่ 34 ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในชุมชนที่จัดทำโดยโครงการไฟ-ฟ้า จุดประกายเยาวชน

จากโครงการต่าง ๆ ที่เข้ามาทั้งของภาครัฐและเอกชน ทำให้มีการเปิดตลาดวัดทองเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนบ้านบุ โดยช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 เปิดทำการ

เดือนละ 1 ครั้ง และเลิกการเปิดตลาดไปช่วงต้นปี พ.ศ. 2558 จากนั้นการเข้ามาทำโครงการของ ธนาคารทหารไทย ตลาดวัดทองจึงกลับมาเปิดอีกครั้ง ซึ่งครั้งนี้มีเวลาเปิดทำการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 1 และ 3 ของเดือน แต่ตลาดก็ยังคงซบเซา และหยุดดำเนินการไปเมื่อเดือน เมษายน พ.ศ. 2561 (พิชิต บุญจินต์, 2563)

ส่วนปัจจัยที่ทำให้การฟื้นตลาดวัดทองไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดวัดทองกับการท่องเที่ยว (พิชิต บุญจินต์, 2563; ระเบียบพัฒนา เกษโกศล, 2563) ซึ่งสามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการฟื้นตลาดวัดทอง ดังนี้

1. การเข้าถึงพื้นที่ไม่สะดวก ชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทองอยู่ในซอยจรัญสนิทวงศ์ 32 ซึ่งเป็นซอยที่ลึกและแคบ การสัญจรจึงไม่สะดวกสำหรับผู้ที่นำรถมาเอง หรือการเดินทางด้วยรถสาธารณะยังไม่มีบริการรถโดยสารสาธารณะนอกจากบริการรถจักรยานยนต์รับจ้าง
2. การจัดการขาดความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ได้แก่ วัด ชุมชน สำนักงานเขต ผู้นำผู้ค้า จึงทำให้กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่องและการจัดการไม่เข้มแข็ง
3. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจการเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยว
4. การจัดการการท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่องและการจัดการแบบองค์รวม กล่าวคือพื้นที่ชุมชนบ้านบุเปรียบเสมือนพิพิธภัณฑ์มีชีวิต ที่ประกอบด้วยเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต คนในชุมชน ซึ่งสามารถนำทรัพยากรวัฒนธรรมเหล่านี้มาจัดการการท่องเที่ยวชุมชนได้ แต่ทว่าการจัดการยังขาดความต่อเนื่อง จึงส่งผลให้การฟื้นฟูชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวยังไม่ประสบความสำเร็จ (สุภาภรณ์ จินตมณีโรจน์, สัมภาษณ์ 20 มิถุนายน 2563)

เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนบ้านบุกับการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน พบว่ามีศักยภาพในด้านทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการที่สามารถนำมาจัดการการท่องเที่ยวได้ หากมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในชุมชนให้เป็นระบบและน่าสนใจมากขึ้น และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในชุมชนให้พร้อมรองรับการท่องเที่ยว อันจะส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดวัดทองได้เป็นอย่างดี ในนัยเดียวกันก็จะรองรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ @บางกอกน้อยได้เช่นกัน

บทที่ 5 ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

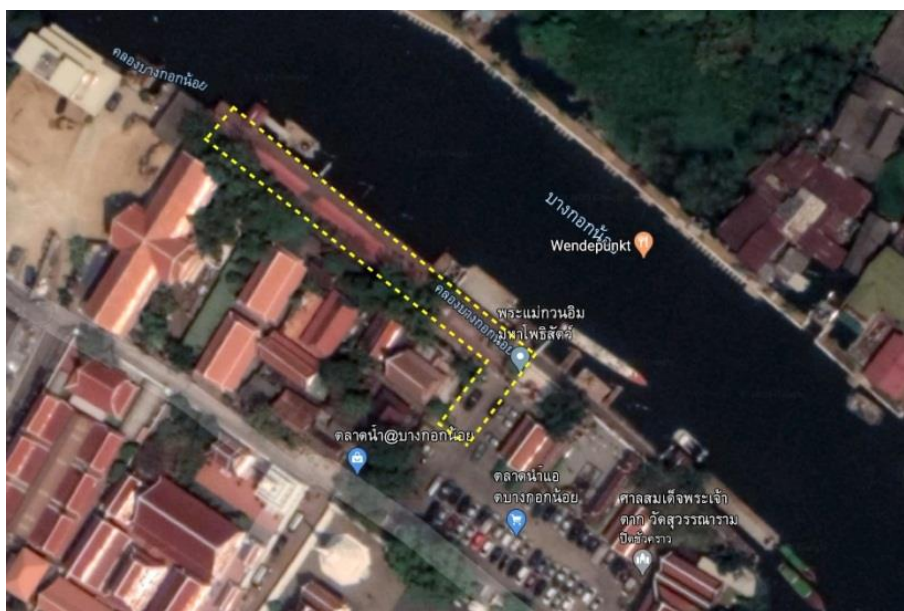
การศึกษาตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นในการศึกษาเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ ประเด็นแรก การศึกษาความเป็นมา การเติบโต และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำ การก่อตั้งตลาดน้ำ และการจัดการตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ ประเด็นที่สอง คือ วิเคราะห์พัฒนาการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะตามการสำรวจข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ ระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์ ระยะซบเซา และระยะสิ้นสุด และประเด็นที่สาม คือ ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยกับการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากไม่มีข้อมูลทางด้านเอกสารเกี่ยวกับตลาดน้ำแห่งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามเป็นหลัก โดยจะแสดงอรรถาธิบาย ดังต่อไปนี้

5.1 ความเป็นมา การเติบโต และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 การตั้งตลาดน้ำแห่งนี้เกิดขึ้นจากเจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหารรูปปัจจุบัน คือ พระเทพสุวรรณเมธี ที่มีแนวคิดในเรื่องการตั้งตลาดน้ำในฐานะแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของชุมชนบ้านบุ ด้วยชุมชนบ้านบุมีทรัพยากรวัฒนธรรมที่สามารถนำมาจัดการในการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้ การดำเนินการของตลาดน้ำในช่วง 3 เดือนแรกมีความคึกคัก จากนั้นจึงเกิดความซบเซา จนกระทั่งตลาดน้ำได้สิ้นสุดเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดในประเด็นนี้ดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้ในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ซึ่งพื้นที่ตั้งนี้อยู่ในชุมชนบ้านบุอันเป็นชุมชนเก่าแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานและทรัพยากรวัฒนธรรมหลายประการดังที่กล่าวไปในบทที่ 4 ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยจึงมีพื้นที่ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุและมีเส้นทาง การเข้าถึงดังนี้



ภาพที่ 35 ภาพแสดงที่ตั้งของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ที่มา : <https://www.google.co.th/maps/place/>

การเข้าถึงตลาดน้ำ @บางกอกน้อย สามารถเข้าถึงตลาดน้ำได้ 4 เส้นทาง คือ

1. ทางถนนเจริญสินทวงศ์ ซอย 32 มุ่งหน้าสู่วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร จะพบลานจอดรถบริเวณหน้าพระอุโบสถ ซึ่งรองรับการจอดรถได้ประมาณ 40 คัน หรือถ้าหากมาด้วยรถโดยสารประจำทาง ลงจากรถโดยสารที่ปากซอยเจริญฯ 32 และเดินเข้ามาตามทางที่มุ่งสู่วัด ใช้เวลาประมาณ 10 นาที ช่วงเปิดดำเนินการในระยะแรก ทางตลาดน้ำมีบริการรถตุ๊กๆ รับส่งจากปากซอยเจริญฯ 32 เข้าสู่ตลาดน้ำด้วย

2. ทางเข้าจากทางวัด วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม จะมีตรอกเล็ก ๆ ที่เข้าสู่ชุมชนบ้านบุ มีเพียงการสัญจรโดยรถจักรยานยนต์หรือการเดินเท้าเท่านั้น โดยเดินผ่านวัดวัดหน้ากอกน้อย ผ่านตลาดวัดทอง จากนั้นเดินออกมาสู่ทางเดินริมคลองบางกอกน้อย ผ่านสำนักงานเขตบางกอกน้อยเดิม ข้ามสะพานคลองวัดทอง และเข้าสู่บริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร

3. จากสถานีรถไฟธนบุรี ซึ่งอยู่ติดกับตลาดศาลาน้ำร้อน เดินเท้าข้ามทางรถไฟ จะมีตรอกเล็ก ๆ ที่เข้าสู่ชุมชนบ้านบุ ผ่านลานเล็กๆ ที่คนในชุมชนเรียกกันว่า บ่อระเบิด ผ่านโรงเรียนวัดสุวรรณารามและเข้าสู่ตลาดวัดทองของชุมชนบ้านบุ จากนั้นก็มุ่งหน้าสู่วัดสุวรรณารามราชวรวิหารเช่นกัน

4. ทางเรือ โดยสามารถลงเรือเหมารับจ้างจากบริเวณท่าเรือสะพานปิ่นเกล้าหรือจากท่าช้างแล้วขึ้นที่ท่าหน้าวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร

จากวิธีการเข้าถึงตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่กล่าวไปนั้น พบว่า เส้นทางที่คนใช้สัญจรมากที่สุดคือ เส้นทางจากถนนจรัญสนิทวงศ์ 32 เพราะมีรถโดยสารสาธารณะรองรับการเดินทาง และเป็นเส้นทางเดียวสำหรับผู้ที่น่ารถยนต์ส่วนตัวเข้ามายังพื้นที่ชุมชนบ้านบุศัญจรได้ ส่วนเส้นทางทางเรือไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากยังไม่มีเรือโดยสารสาธารณะ และการเดินเท้าจากรั้วต้นและสถานีรถไฟบางกอกน้อยยังไม่สะดวกเท่าใดนัก



ภาพที่ 36 ลานจอดรถบริเวณตลาดน้ำ @บางกอกน้อย



ภาพที่ 37 รถตุ๊ก ๆ รับส่งจากปากซอยจรัญสนิทวงศ์ 32

ที่มา : [https://www.facebook.com/ ตลาดน้ำบางกอกน้อย](https://www.facebook.com/ตลาดน้ำบางกอกน้อย)

5.1.2 การก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อย มีที่มาจากแนวคิดของเจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร คือ พระเทพสุวรรณเมธี ซึ่งมีความคิดว่าความพยายามฟื้นตลาดวัดทองกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังไม่ประสบความสำเร็จ (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563) จึงคาดการณ์ว่าการตั้งตลาดน้ำขึ้นจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เอื้อต่อการสร้างอาชีพและรายได้ของคนในชุมชนบ้านบุ โดยการประเมินว่าพื้นที่ชุมชนบ้านบุมีทรัพยากรวัฒนธรรมที่สามารถนำมาส่งเสริมในการจัดการการท่องเที่ยวได้ จึงมีการก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยขึ้นมา (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563; มนต์ชัย สือหงวน, สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561)

การเลือกพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยนั้น เดิมมีความคิดที่จะเลือกพื้นที่ตรงสำนักงานเขตบางกอกน้อยซึ่งติดกับชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทอง เป็นพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ เนื่องด้วยทางเขตได้ย้ายที่ทำการใหม่ไปในปี พ.ศ. 2561 จึงทำให้มีพื้นที่ว่างและเหมาะสมสำหรับการตั้งตลาดน้ำ แต่มีปัญหาเรื่องการจัดการคืนพื้นที่ให้กับทางวัดสุวรรณารามราชวรวิหารที่ยังไม่เรียบร้อย คุณมนต์ชัย สือหงวน ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการดำเนินงานของตลาดน้ำ จึงได้เสนอว่าพื้นที่ริมคลองบางกอกน้อยในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหารมีทำเลที่เหมาะสมทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ที่ดีสำหรับก่อตั้งตลาดน้ำ จึงได้ก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยขึ้นมาตรงริมคลองบางกอกน้อยบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563)

เมื่อได้แนวคิดและพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำแล้ว ทางคุณมนต์ชัยและครอบครัวจึงเข้ามาสนับสนุนงบประมาณส่วนหนึ่งร่วมกับทางวัดสุวรรณารามราชวรวิหารในการก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นมา โดยใช้เวลาในการก่อสร้างตลาดน้ำประมาณ 10 วัน และได้กำหนดชื่อตลาดน้ำแห่งนี้ว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เนื่องจากพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำตั้งอยู่ในเขตบางกอกน้อย จึงตั้งชื่อตลาดน้ำตามเขตที่ตั้ง ส่วนการใช้ @ นั้นเป็นไปตามความนิยมในช่วงปี พ.ศ. 2560 ที่สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มักมี @ นำหน้า (มนต์ชัย สือหงวน, สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561) ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเปิดครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561



ภาพที่ 38 พระเทพสุวรรณเมธีร่วมพิธีเปิดตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561
ที่มา : <https://www.facebook.com/thaitourismsociety/photos/>

5.1.3 การจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การศึกษาประเด็นการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย สามารถจำแนกเป็นประเด็นย่อยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ ได้แก่ โครงสร้างการบริหารงาน การคัดเลือกผู้ค้า การจัดกิจกรรม การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงสร้างการบริหารงาน

โครงสร้างการบริหารงานของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ประกอบด้วยคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ที่มีหน้าที่ในการจัดการตลาดน้ำ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการที่ปรึกษา ได้แก่ คณะสงฆ์ จำนวน 7 รูป คณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายบรรพชิต ได้แก่ คณะสงฆ์ จำนวน 5 รูป และ คณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายฆราวาส จำนวน 5 คน การแต่งตั้งคณะกรรมการดังกล่าวแบ่งออกเป็น คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายบรรพชิต โดยพระเทพสุวรรณเมธีเป็นผู้แต่งตั้ง ส่วนการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายฆราวาส ได้มีการปรึกษาร่วมกันระหว่างพระเทพสุวรรณเมธีกับคุณมนต์ชัย สือหงวน (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563; มนต์ชัย สือหงวน, สัมภาษณ์ 8 กรกฎาคม 2561)

โครงสร้างการบริหารงาน มีรายชื่อคณะกรรมการแต่ละฝ่าย ดังนี้

คณะกรรมการที่ปรึกษา

- | | |
|----------------------------|--------------------|
| 1. พระเทพสุวรรณเมธี | ประธานที่ปรึกษา |
| 2. พระมหาเพชร ชนาสโก | รองประธานที่ปรึกษา |
| 3. พระครูอนุกุลสุพรรณพงษ์ | รองประธานที่ปรึกษา |
| 4. พระครูโฆสิตธรรมากร | รองประธานที่ปรึกษา |
| 5. พระครูกิตติสุวรรณาภรณ์ | กรรมการที่ปรึกษา |
| 6. พระครูสุธีจันทวงศ์ | กรรมการที่ปรึกษา |
| 7. พระมหาเสฏฐวุฒิ วชิรญาโณ | กรรมการที่ปรึกษา |

คณะกรรมการดำเนินงาน (ฝ่ายบรรพชิต)

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 1. พระครูประภัสสรสุตกิจ | ประธานดำเนินงาน |
| 2. พระครูโกวิทศาสนกิจ | รองประธานดำเนินงาน |
| 3. พระมหาสุขสันต์ สุขวฑฒโน | กรรมการ |
| 4. พระครูปลัดอนันต์ ธีรสีโล | กรรมการ |
| 5. พระมหาแสน จนุทิโม | กรรมการและเลขานุการ |

คณะกรรมการดำเนินงาน (ฝ่ายฆราวาส)

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| 1. นายธนชัย สือหงวน | ประธานดำเนินงาน |
| 2. นายอภิศิษฐ์ ลิ้มสุขะกร | รองประธานดำเนินงาน |
| 3. นายญาณวุฒิ พักฟูญาติ | กรรมการ |
| 4. นายพิชิต บุญจินต์ | กรรมการ |
| 5. นายมนต์ชัย สือหงวน | กรรมการและเลขานุการ |
| 6. ว่าที่ ร.ต.เอกธนพรรดิ ศรีทอง | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

จากโครงสร้างการบริหารข้างต้น การสำรวจข้อมูลพบว่า คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายบรรพชิต เป็นคณะสงฆ์ของวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ส่วนคณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายฆราวาส ประกอบด้วยคนในชุมชน ได้แก่ คุณอภิศิษฐ์ ลิ้มสุขะกร คุณญาณวุฒิ พักฟูญาติ และคุณพิชิต บุญจินต์ และคนนอกชุมชน ได้แก่ คุณธนชัย สือหงวน คุณมนต์ชัย สือหงวน และ ว่าที่ ร.ต.เอกธนพรรดิ ศรีทอง ซึ่งเป็นคนในชุมชนบ้านแหโรงแร่ โดยทางครอบครัวทำกิจการการเดินเรือ ร.อนงค์ กับธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกตัวแทนของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ ได้แก่ พระเทพสุวรรณเมธี ประธานที่ปรึกษา คุณมนต์ชัย สือหงวน กรรมการและเลขานุการ คุณ

อภิศิษฐ์ ลิ่มสุชะกร รองประธานดำเนินงาน และคุณพิชิต บุญจินต์ กรรมการ โดยจะขอกล่าวถึง ประวัติส่วนตัวของกลุ่มบุคคลเหล่านี้โดยสังเขปและบทบาทหน้าที่การจัดการในตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย ดังนี้

พระเทพสุวรรณเมธี (สุชาติ กิตติปัญญา) นามเดิมว่า สุชาติ หวลจิตต์ ปัจจุบันอายุ 56 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ที่อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ได้บรรพชาเป็นสามเณรเมื่อ พ.ศ. 2520 ณ วัดดาวดึงษาราม แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพฯ และอุปสมบทเมื่อ พ.ศ. 2527 ณ วัดดาวดึงษาราม เขตบางพลัด กรุงเทพฯ ส่วนการดำรงตำแหน่งในทางสงฆ์ ปี พ.ศ. 2546-2556 เป็นเจ้าอาวาสวัดดาวดึงษาราม จากนั้นจึงดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหารเมื่อปี พ.ศ. 2556 จนถึงปัจจุบัน (สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2563; https://sanghatikan.com/monk_view.php?ID=112)

คุณมนต์ชัย สีอหงวน อายุ 46 ปี (พ.ศ. 2561) คุณมนต์ชัยเป็นคนในชุมชนบ้านแหโรงแร่ ชุมชนที่ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยฝั่งเหนือ ตรงข้ามกับชุมชนบ้านบุซึ่งเป็นชุมชนปากคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้ ทางครอบครัวของคุณมนต์ชัยทำกิจการเกี่ยวกับการเดินเรือและประดาน้ำ เช่น บริษัทอินเตอร์มาร์ีน กิจการเรือท่องเที่ยว ร.อนงค์ และธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง นอกจากนี้คุณมนต์ชัยเคยศึกษาที่โรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคมที่อยู่ในชุมชนบ้านบุ จึงมีความคุ้นเคยกับชุมชนมายาวนาน ส่วนความสัมพันธ์กับวัดสุวรรณารามราชวรวิหารนั้น เนื่องจากครอบครัวของคุณมนต์ชัยได้มีโอกาสร่วมสนับสนุนในการก่อสร้างทางเดินริมน้ำบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหารส่วนหนึ่ง อีกทั้งเป็นโยมอุปัฏฐากในกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด จึงทำให้คุณมนต์ชัยและครอบครัวมีความผูกพันกับวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร (สัมภาษณ์ 8 กรกฎาคม 2561)

คุณอภิศิษฐ์ ลิ่มสุชะกร ประธานชุมชนบ้านบุ ดำรงตำแหน่งประธานชุมชนเป็นระยะเวลา 13 ปี ปัจจุบันอายุ 59 ปี คุณอภิศิษฐ์อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านบุมาแต่กำเนิด ซึ่งครอบครัวของคุณอภิศิษฐ์มีเชื้อสายจีนแต่จิวและทำการค้าตรงหน้าตลาดวัดทองมาตั้งแต่อดีต ปัจจุบันคุณอภิศิษฐ์ได้สืบทอดกิจการค้าขายซึ่งมีร้านตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุตรงหน้าตลาดวัดทอง ส่วนบทบาทในฐานะกรรมการตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย คุณอภิศิษฐ์ดำรงตำแหน่งรองประธานดำเนินงาน ทว่าในเชิงปฏิบัตินั้นไม่ได้มีบทบาทในการบริหารจัดการตลาดน้ำ (สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2563)

คุณพิชิต บุญจินต์ ปัจจุบันอายุ 47 ปี เป็นคนในชุมชนบ้านบุมาแต่กำเนิด บทบาทของคุณพิชิตในชุมชนบ้านบุคือเคยเป็นประธานตลาดไร่คาน (ตลาดไร่คานเป็นชื่อเรียกกันในภายหลัง โดยเรียกตามลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารตลาด) คุณพิชิตเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานกระบวนการฟื้นตลาดวัดทองหรือตลาดไร่คานเมื่อปี พ.ศ. 2556 จนถึงปี พ.ศ. 2561 ต่อมาเมื่อก่อตั้งตลาดน้ำ @ บางกอกน้อยขึ้นมาในเดือนเมษายน พ.ศ. 2561 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่

ตลาดวัดทองได้ยุติไป และคุณพิชิตจึงได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการดำเนินงานของตลาดน้ำ (สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561)

จากข้อมูลโดยสังเขปของกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย อาจกล่าวได้ว่า การแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานนั้นประกอบด้วยทั้งฝ่ายบรรพชิตและฝ่ายฆราวาสที่มีทั้งคนในชุมชนและคนนอกชุมชน แต่ทว่าบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการตลาดน้ำนั้นมีเพียงบุคคลเดียว คือ คุณมนต์ชัย สือหงวน คณะกรรมการคนอื่น ๆ นั้นไม่ได้มีบทบาทในการบริหารจัดการของตลาดน้ำในเชิงปฏิบัติ (พระเทพสุวรรณเมธี, 2563) โดยคุณมนต์ชัยมีบทบาทในการจัดการตลาดน้ำตั้งแต่การออกแบบตลาดน้ำ การจัดวางร้านค้า การคัดเลือกผู้ค้า การจัดกิจกรรมต่าง ๆ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์ (มนต์ชัย สือหงวน, สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561) โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดในการจัดการตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

การคัดเลือกผู้ค้า

จากการให้ข้อมูลของคุณมนต์ชัยถึงเกณฑ์การคัดเลือกผู้ค้า (สัมภาษณ์ 8 กรกฎาคม 2561) พบว่า การคัดเลือกผู้ค้าของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยนั้น มีการเปิดลงทะเบียนรับสมัครผู้ค้า โดยมีเพียงเกณฑ์การจำกัดประเภทของสินค้าและบริการจะต้องมีจำนวนไม่เกิน 2 ร้าน ส่วนเกณฑ์อื่นในการคัดเลือกผู้ค้าไม่มีอย่างชัดเจน ในช่วงเปิดรับสมัครผู้ค้านั้นมีผู้ค้าสนใจลงทะเบียนกว่า 100 ราย แต่เนื่องจากพื้นที่ของตลาดน้ำรองรับได้เพียง 50-60 ร้านเท่านั้น การตัดสินใจคัดเลือกผู้ค้าจึงอยู่ภายใต้คุณมนต์ชัยทั้งหมด

ด้านกลุ่มผู้ค้า มีกลุ่มผู้ค้าที่มีที่มา 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มผู้ค้าในชุมชน ซึ่งมีประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนผู้ค้า และกลุ่มผู้ค้านอกชุมชน เนื่องด้วยผู้ค้าในชุมชนมีจำนวนไม่มากนัก คุณมนต์ชัยจึงได้คัดเลือกผู้ค้าจากนอกชุมชนเข้ามาเสริม (มนต์ชัย สือหงวน, 2561) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคุณมนต์ชัยกับผู้ค้า จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าได้ความว่า คุณมนต์ชัยเป็นคนมีน้ำใจและเอื้ออารีต่อกลุ่มผู้ค้า หากมีปัญหาเกิดขึ้นก็พยายามรีบแก้ไขให้ จึงทำให้กลุ่มผู้ค้ามีความสัมพันธ์อันดีกับคุณมนต์ชัย

การจัดกิจกรรมภายในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 และเปิดทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 8.00-15.30 น. อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำคือ การจัดกิจกรรมของตลาดน้ำ จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการจัดกิจกรรมหลัก ๆ 3 กิจกรรม คือ กิจกรรม

การสาธิตภูมิปัญญาการตีชันลงหิน การแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ โดยแต่ละกิจกรรมมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรมการสาธิต

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการนำภูมิปัญญาการตีชันลงหิน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สำคัญและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านนุมา่วมกิจกรรมการสาธิต โดยการสาธิตการตีชันลงหินนี้เกิดจากความร่วมมือของคุณเมตตา เสลานนท์ ซึ่งเป็นผู้สืบทอดกิจการการทำชันลงหินบ้านแม่เจียมแสงสัจจา ที่ปัจจุบันเหลือเพียงบ้านเดียวในชุมชนบ้านนุที่ยังมีการทำชันลงหินอยู่



ภาพที่ 39 การสาธิตขั้นตอนการลายชันลงหิน

การสาธิตการทำชันลงหินนับว่าเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจต่อผู้มาเยือน เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดีและเป็นกิจกรรมที่หาชมได้ยาก หากนักท่องเที่ยวคนใดต้องการชมกระบวนการทำชันลงหินเพิ่มเติมจากที่สาธิตในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย สามารถเดินเท้าไปชมกระบวนการทำได้ที่โรงงานที่ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านนุ การจัดกิจกรรมการสาธิตการทำชันลงหินนี้ในภายหลังเมื่อตลาดน้ำประสบภาวะซบเซา จึงได้จัดกิจกรรมนี้ไป

นอกจากนี้ยังมีการร่วมกิจกรรมของบ้านนุ คอลเลคชั่น สแตนเลส ที่มาร่วมกิจกรรมของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสแตนเลสซึ่งมีกรรมวิธีแบบเดียวกับการทำชันลงหิน แต่มีการปรับเปลี่ยนประเภทวัสดุจากเครื่องทองลงหินไปเป็นสแตนเลสแทน แต่ภายใน

ตลาดน้ำแห่งนี้ไม่มีกิจกรรมการสาธิตการตีสแตนเลสให้นักท่องเที่ยวชม หากผู้สนใจชมกระบวนการทำสแตนเลสก็สามารถเดินเข้าไปเยี่ยมชมภายในชุมชนบ้านบุได้เช่นกัน

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือโดยมีเส้นทางเดียวซึ่งเป็นเส้นทางจากตลาดน้ำ @ บางกอกน้อยไปวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นวัดที่ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อย โดยคุณมนต์ชัยได้นำเรือของทางครอบครัวคือ เรือของ ร.อนงค์ ซึ่งเป็นเรือต่งเกนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวทางเรือ (มนต์ชัย สื่อหงวน, สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561)

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือมีกำหนดรอบกิจกรรมทุก 1 ชั่วโมง โดยในแต่ละวันมีกิจกรรมเฉลี่ยวันละ 5 รอบ สามารถรองรับผู้ร่วมกิจกรรมได้รอบละ 10 คน ใช้เวลาในการร่วมกิจกรรมประมาณ 1 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายคนละ 70 บาท (มนต์ชัย สื่อหงวน, สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561) ผู้วิจัยได้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 สังเกตได้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือยังขาดความน่าสนใจ เนื่องจากขาดการร่วมกิจกรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการ เช่น การไม่มีมัคคุเทศก์บรรยายให้ความรู้ระหว่างร่วมกิจกรรม การร่วมกิจกรรมเป็นเพียงการนั่งเรือชมบรรยากาศของคลองบางกอกน้อยเท่านั้น



ภาพที่ 40 เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ

นอกจากนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ควรเพิ่มกิจกรรมที่ดึงดูดศักยภาพของชุมชนบ้านบุมาเป็นปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เช่น การจัดกิจกรรมเดินเท้าท่องเที่ยวจากตลาดน้ำไปศาลเจ้าปูนเถ้ากง แวะชมวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร หรือเข้าสู่ชุมชนบ้านบุที่มีแหล่งเรียนรู้หลายอย่างในชุมชน ทั้งร้านยาแผนโบราณสงวนโอสถ ตลาดวัดทอง ภูมิปัญญาการทำชันลงหิน การทำสแตนเลส จนกระทั่งถึงวัดตันที่ติดกับสถานีรถไฟบางกอกน้อย ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสที่ทำให้การร่วมกิจกรรมของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีความน่าสนใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุอีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 41 บรรยากาศการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ

การแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์

นอกจากทั้งสองกิจกรรมที่กล่าวไปข้างต้น ภายในตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีเวทีจัดแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ตั้งอยู่กลางพื้นที่ของตลาดน้ำ กิจกรรมนี้มีการจัดจ้างนักเรียนโรงเรียนพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ร่วมกับการแสดงดนตรีไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา โดยคุณมนต์ชัยได้เป็นผู้ว่าจ้างมาโดยใช้บส่วนตัวในราคาวันละ 3,000 บาท



ภาพที่ 42 เวทีการแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์

กิจกรรมการแสดงดนตรีไทยนี้ นักท่องเที่ยวหลายท่านมีความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงที่พบได้ทั่วไป ยิ่งขาดความโดดเด่น หากต้องการเพิ่มความน่าสนใจในเรื่องกิจกรรมการแสดง ควรจะนำทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนบ้านบุมาช่วยจัดกิจกรรมซึ่งจะช่วยเพิ่มอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านบุมากกว่านี้ เช่น การเล่นเกมกระป๋องบอง แต่การสำรวจข้อมูลภาคสนามเรื่องการเล่นเกมกระป๋องบอง พบว่าในปัจจุบันนั้นการเล่นเกมกระป๋องบองไม่ได้มีมากเท่าในอดีต อีกทั้งคนที่มีวิชากระป๋องบองมีจำนวนน้อย จึงนำมาช่วยกิจกรรมได้ไม่สะดวกนักก็เป็นได้

การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า ตลาดน้ำแห่งนี้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว ดังนี้
ที่จอดรถ ทางตลาดน้ำ @บางกอกน้อยได้จัดพื้นที่สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่นำรถยนต์ส่วนตัวมาเอง โดยมีที่จอดรถจำนวน 40 คัน

การจัดรถรับส่ง มีการจัดรถตุ๊กๆ รับส่งสำหรับผู้เดินทางด้วยรถสาธารณะ จากปากซอยเจริญสนิทวงศ์ 32 เข้าสู่ตลาดน้ำ โดยการอำนวยความสะดวกเรื่องรถรับส่งของตลาดน้ำมีบริการในช่วง 3 เดือนแรก หลังจากนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง จึงได้งดการบริการไป

จำนวนห้องสุขา ที่มีอยู่ 2 จุด จุดละ 4 ห้อง แบ่งเป็น ห้องสุขาชาย 2 ห้อง ห้องสุขาหญิง 2 ห้อง

โต๊ะรับประทานอาหาร มีการจัดโต๊ะไม้เป็นโต๊ะรับประทานอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และดูกลมกลืนกับบรรยากาศโดยรวมของตลาดน้ำ

การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่กล่าวไปนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้นับว่าเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำ แม้ว่าการจัดรถรับส่งจะหยุดดำเนินการไป แต่ก็เป็นการแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้จัดการตลาดน้ำที่ต้องการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างดี

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ดังนี้

1. การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์และธงสัญลักษณ์ตลาดน้ำ สัญลักษณ์หรือโลโก้ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยออกแบบโดยบุตรชายของคุณมนตรีชัย สีทองวน (สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561) คือนายณัฐชาติ สีทองวน จากนั้นจึงนำสัญลักษณ์ที่ออกแบบมาทำเป็นป้ายประชาสัมพันธ์และธงสัญลักษณ์ตลาดน้ำ และติดตั้งตามสถานที่ต่างๆ เช่น จากปากซอยจรัญสนิทวงศ์ 32 จนถึงตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยติดตามเสาไฟฟ้า รถตู้ๆ รับส่ง และเรือที่จอดอยู่หน้าวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร



ภาพที่ 43 ธงสัญลักษณ์ตลาดน้ำที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนที่สัญจรทางเรือได้เห็น

การสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า ป้ายประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีจำนวนน้อยเกินไป และไม่เป็นที่ดึงดูดสายตาของผู้พบเห็น ส่วนธงสัญลักษณ์นั้น เดิมเป็นธงสีขาว ซึ่งก็เป็นสีที่ไม่ดึงดูดสายตาเช่นกัน ต่อมาทางผู้จัดการตลาดน้ำได้เปลี่ยนสีธงเป็นสีส้มเมื่อประมาณเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ทว่าก็ยังคงไม่ดึงดูดสายตาของผู้พบเห็นเช่นเดิม



ภาพที่ 44 ธงสัญลักษณ์ตลาดน้ำที่ติดตามเสาไฟฟ้า

2. การใช้สื่อออนไลน์ นอกจากการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์และธงสัญลักษณ์ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยแล้ว ยังมีการใช้สื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันคือ เฟซบุ๊ก ในการช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักอีกช่องทางหนึ่ง โดยทางตลาดน้ำ @บางกอกน้อยได้ตั้งแฟนเพจเฟซบุ๊กชื่อว่า “ตลาดน้ำบางกอกน้อย” (<https://www.facebook.com/ตลาดน้ำบางกอกน้อย>) ขึ้นเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ตลาดน้ำได้เปิดดำเนินการมาประมาณ 2 สัปดาห์



ภาพที่ 45 ภาพประจำตัวและภาพหน้าปกของเฟซบุ๊ก ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย
ที่มา : www.facebook.com/ตลาดน้ำบางกอกน้อย

จากการสำรวจเพจเฟซบุ๊กของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย พบว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย มีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักโดยมีการโพสต์บรรยากาศของตลาดน้ำ กิจกรรมในตลาดน้ำ สินค้าและบริการต่างๆ ที่มีในตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า การใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบเฟซบุ๊กนั้นนับเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ดีอีกวิธีการหนึ่ง เพราะปัจจุบันคนนิยมใช้โซเชียลมีเดียกันมากขึ้น โดยสะท้อนให้เห็นจากจำนวนคนที่กดไลค์เพจตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งมีจำนวน 628 คน และมีการเช็คอินสถานที่จำนวน 435 ครั้ง ซึ่งหากส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในช่องทางนี้ให้มากขึ้น เช่น การโพสต์ภาพกิจกรรมต่าง ๆ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุ จะทำให้คนรู้จักตลาดน้ำแห่งนี้มากขึ้นตามไปด้วย

5.2 วิเคราะห์พัฒนาการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การวิเคราะห์พัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ผู้วิจัยขอแบ่งระยะเวลาของพัฒนาการของตลาดน้ำออกเป็น 3 ระยะเวลาตามการสำรวจข้อมูลภาคสนาม โดยการสังเกตการณ์ ประกอบกับการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ ดังนี้

1. **ระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์** (15 เมษายน พ.ศ. 2561 ถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2561 หรือประมาณ 3 เดือนแรกของการเปิดตลาดน้ำ) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ผู้ค้าต่างกล่าวกันว่า ตลาดน้ำแห่งนี้มีความคึกคักในช่วง 3 เดือนแรกที่ตลาดเปิดดำเนินการ คือนับตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 จนถึงช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 อีกทั้งการสำรวจข้อมูลภาคสนามโดยการสังเกตการณ์ในวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งตรงกับช่วงเวลาที่ผู้ค้าได้กล่าวถึงความรุ่งโรจน์ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ลักษณะการตั้งร้านค้าในตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นั้น จากจุดจอดรถเดินเข้าสู่ตลาดน้ำ จะพบร้านค้าเป็นสองแถว และเมื่อเดินเข้าไปด้านในอีก ทางด้านซ้ายมือจะเห็นว่ามีย่านค้าตั้งเป็นสองแถวซ้ายขวา มีเวทีการแสดงตั้งอยู่กลางตลาดน้ำ และมีร้านค้าอีกส่วนหนึ่งตั้งอยู่บริเวณทางเดินริมน้ำ โดยจะแสดงให้เห็นเป็นแผนผังร้านค้าและคำอธิบายถึงพัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในช่วงระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์ ดังแผนภาพต่อไปนี้

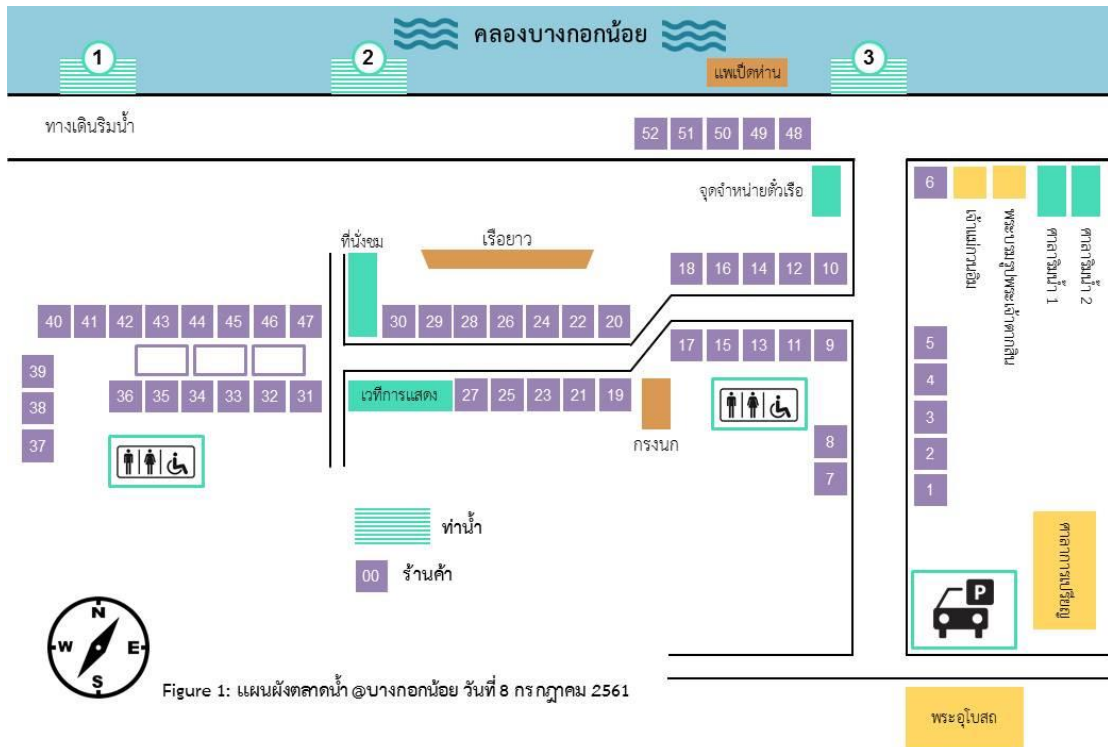


Figure 1: แผนที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วันที่ 8 กรกฎาคม 2561

ภาพที่ 46 แผนที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วันที่ 8 กรกฎาคม 2561

รายละเอียดร้านค้า วันที่ 8 กรกฎาคม 2561

1. ซีฟู้ด	2. เครื่องดื่ม	3. ขนมไทย	4. ขนมทั่วไป
5. ตีใหญ่หอยทอด	6. ขนมทั่วไป	7. เสื้อที่ระลึก	8. ต้นไม้
9. น้ำผลไม้ อาหาร เพื่อสุขภาพ	10. กุยข่ายเจ็ญ	11. ทอดมัน หมูทอด ไก่ทอด	12. ลอดช่อง สิงคโปร์ บ้าเปีย
13. แม่สำราญ ห่อหมกโบราณเจ้าเก่า	14. คุณนนท์ขนมไทย	15. บ้าฮืด ขนมครก	16. สาหร่ายพวงองุ่น ขนมหวาน เมืองเพชร
17. ไข่กรอกแม่ไก่	18. คุณป๊อก กล้วยทอด	19. ชันลงหิน บ้านบุญ	20. เครื่องดื่ม
21. บ้านบุญ คอล-เลคชั่น สแตนเลส	22. อาหารทะเลแห้ง	23. ผ้าถุง ผ้าไทย	24. ศิลปะ บ้านช่างหล่อ

25. ป้านิด น้ำหมัก ชีวภาพ	26. ผ้าถุง ผ้าไทย	27. ชุ่มถ่ายรูป	28. ผ้าทอกะเหรี่ยง
29. น้ำตาลปั้น บ้านน้อย	30. ของใช้จิปาละ	31. ถุงทองป้าต้อย	32. ศิริจัน กระยาสารท
33. ป้าตุ๊ก ขนมเบ็องญวน	34. ขนมครกซีฟู้ด	35. อิมเอม เนื้อย่างโค ขุน	36. หมูสะเต๊ะ วัดทอง ป้าจาด
37. ผัดไทยกุ้งสด ลูกสาว	38. ส้มตำรำรวย	39. แม่เนา ก๋วยเตี๋ยว ต้มยำโบราณ	40. ชายโดมกาแฟ
41. คุณเอม น้ำตาลสดบ้านแพ้ว	42. นำผลไม้ปั้น	43. ป้านิด ก๋วยจั๊บน้ำข้น	44. บ้านบุญมา หมูปิ้ง
45. ครูเบิร์ต น้ำสมุนไพรร	46. ขนมไทยคุณยาย ครูอ้อย	47. คุณแอ้ว ขนมหวาน	48. คุณโบว์ หมูยอ พริกไทยดำ
49. ก๋วยเตี๋ยวลูกไชย	50. ผลไม้ในสวน นครชัยศรี	51. แม่เพ็ญศรี ขนมเรไร	52. เนียน น้ำดื่ม

จากแผนผังร้านค้าที่ผู้วิจัยได้สำรวจเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเปิดดำเนินการได้ประมาณ 3 เดือน มีร้านค้าจำนวน 52 ร้าน โดยประเภทของสินค้าและบริการแบ่งออกเป็น กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 41 ร้าน กลุ่มของใช้และจิปาละ จำนวน 7 ร้าน และกลุ่มที่แสดงถึงศิลปะและภูมิปัญญา จำนวน 4 ร้าน

กลุ่มผู้ค้าแบ่งออกเป็น กลุ่มผู้ค้าจากในชุมชนบ้านบุ 16 ร้าน และกลุ่มผู้ค้านอกชุมชน จำนวน 38 ร้าน โดยกลุ่มผู้ค้าจากในชุมชนบ้านบุ ได้แก่ ร้านลอดช่องสิงคโปร์ ป้าเปีย ร้านห่อหมกโบราณ แม่สำราญ ร้านขนมครก ป้าอืด ร้านคุณป๊อก กัวยทอด ชันลงหิน บ้านบุ บ้านบุ คอล-เลคชั่น สแตนเลส ร้านป้านิด น้ำหมักชีวภาพ ชุ่มถ่ายรูป ร้านขนมเบ็องญวน ป้าตุ๊ก ร้านหมูสะเต๊ะ วัดทอง ป้าจาด ร้านป้านิด ก๋วยจั๊บน้ำข้น ร้านบ้านบุญมา หมูปิ้ง ร้านครูเบิร์ต น้ำสมุนไพรร ร้านก๋วยเตี๋ยวลูกไชย ร้านถุงทองป้าต้อย และร้านแม่เพ็ญศรี ขนมเรไร นอกจากนั้นเป็นกลุ่มผู้ค้านอกชุมชน

ส่วนความโดดเด่นของสินค้าและบริการนั้น เมื่อวิเคราะห์จากรายละเอียดร้านค้าที่กล่าวไปเบื้องต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สินค้าและบริการที่โดดเด่นควรจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านบุเป็นสำคัญ โดยแผนผังร้านค้าในการสำรวจครั้งนี้ พบว่า ความโดดเด่นของสินค้าและบริการ ได้แก่ ร้านชั้นลงหิน ร้านบ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส ชุ่มถ่ายรูปที่แสดงเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ส่วนอาหารที่นับว่าเป็นของเด่นของชุมชนบ้านบุ คือ ห่อหมกโบราณ ขนมเบื้องญวน ขนมถงทอง หมูสะเต๊ะ ขนมครกและขนมเรไร ซึ่งเป็นของที่ขายกันมานานในชุมชนและเป็นสิ่งที่หารับประทานได้ยาก ส่วนสินค้าอื่น ๆ นั้นเป็นสินค้าที่พบเห็นได้ทั่วไป



ภาพที่ 47 ร้านถงทอง บ้านตุ๋น



ภาพที่ 48 ร้านบ้านิด น้ำหมักชีวภาพ และน้ำตาลปั่น บ้านน้อย

ด้านกิจกรรมของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในช่วงระยะเวลาี้ ได้แก่ กิจกรรมการสาธิตการทำชั้นลงหิน กิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ และการแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ โดยกิจกรรมที่มีความน่าสนใจคือ กิจกรรมการสาธิตการทำชั้นลงหิน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านบุได้เป็นอย่างดี ส่วนกิจกรรมอื่นๆ นั้นยังขาดความน่าสนใจและขาดความเชื่อมโยงกับพื้นที่

จากข้อมูลที่ถูกกล่าวไปเบื้องต้น ทำให้กล่าวได้ว่า ระยะเวลาที่นับตั้งแต่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเปิดดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 ตลอดเกือบ 3 เดือนเป็นช่วงเวลารุ่งโรจน์ของตลาดน้ำ โดยสะท้อนให้เห็นได้จากร้านค้าที่มีจำนวน 52 ร้าน และมีสินค้าและบริการหลายประเภท รวมถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดน้ำ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังตลาดน้ำแห่งนี้กันเป็นมากทั้งทางรถ ทางเรือ และเส้นทางจักรยาน แต่เมื่อผ่านช่วงระยะเวลาี้ไปจะนับเป็นระยะซบเซาของตลาดน้ำ โดยจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป



ภาพที่ 49 ร้านแม่เพ็ญศรี ขนมเรือ



ภาพที่ 50 บ้านบุญ คอลเลคชั่น สแตนเลส

2. ระยะเวลาเช่า (หลังจากเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา) จากที่กล่าวไปข้างต้นว่าระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์ของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีเพียงระยะเวลาประมาณ 3 เดือนหลังจากที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการมา จากนั้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยจึงประสบภาวะค่อย ๆ

ชบเซาตามข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้อมูลภาคสนามทั้งการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นระยะเวลาประมาณ 10 เดือนที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการมา ซึ่งลักษณะการตั้งร้านค้านั้นจะมีการตั้งเป็นสองแถวจากจุดจอดรถ เมื่อเดินเข้าสู่ภายในตลาดน้ำก็จะมีร้านค้าตั้งสองแถวเช่นเดิม แต่มีจำนวนร้านค้าลดลง และบริเวณทางเดินริมน้ำมีร้านค้า 1 ร้าน โดยแสดงออกมาเป็นแผนผังร้านค้าและคำอธิบายถึงช่วงเวลาชบเซาของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ดังต่อไปนี้

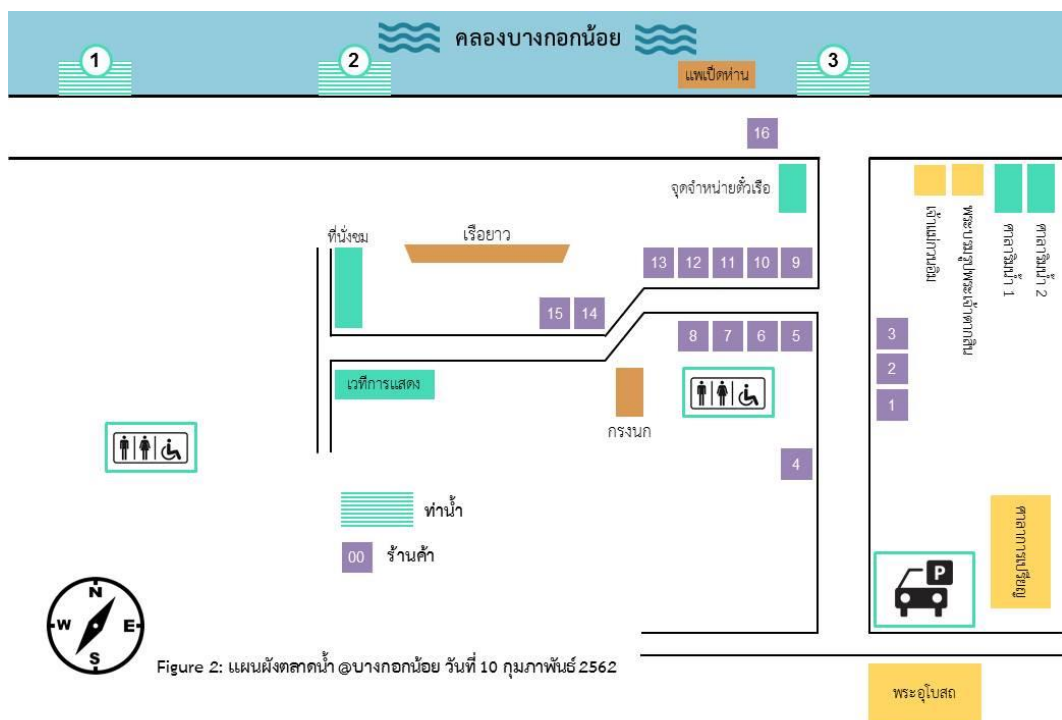


Figure 2: แผนผังตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562

ภาพที่ 51 แผนผังร้านค้า วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562

รายละเอียดร้านค้า วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562

1. เครื่องดื่ม	2. ถุงทองป้าต้อย	3. อาหารตามสั่ง	4. บ้านบุญ คอล- เลคชั่น สแตนเลส
5. ขนมทั่วไป	6. ข้าวสาร	7. ป้านิก ข้าวแกง	8. ป้าอืด ขนมครก
9. น้ำตาลปั่นป้าน้อย	10. ขนมสาकु ข้าวเกรียบปากหม้อ	11. เกี้ยวซ่า	12. ลอดช่องสิงคโปร์ ป้าเปีย
13. น้ำปั่น	14. ป้านิด น้ำหมัก ชีวภาพ	15. หมูสะเต๊ะวัดทอง ป้าจาด	16. ก๋วยเตี๋ยวเรือ

จากแผนผังร้านค้าและรายละเอียดของผู้ค้าที่แสดงข้างต้น ที่มีร้านค้าจำนวน 16 ร้าน โดยรายละเอียดของสินค้าและบริการมีดังนี้ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 14 ร้าน กลุ่มของใช้ จิปาถะ จำนวน 1 ร้าน และกลุ่มที่แสดงถึงศิลปะและภูมิปัญญา จำนวน 1 ร้าน โดยกลุ่มผู้ค้าเป็น คนในชุมชนบ้านบุญ จำนวน 9 ร้าน ได้แก่ ร้านถุงทองป้าต้อย บ้านบุญ คอลเลคชั่น สแตนเลส ร้านขนม ทั่วไป ร้านป้านิก ข้าวแกง ร้านป้าอืด ขนมครก ร้านลอดช่องสิงคโปร์ ป้าเปีย ร้านป้านิด น้ำหมัก ชีวภาพ และร้านหมูสะเต๊ะวัดทอง ป้าจาด ส่วนอีก 7 ร้านเป็นกลุ่มผู้ค้าจากนอกชุมชนบ้านบุญ

ความโดดเด่นของสินค้าและบริการในระยะเวลาที่ผ่านมา จากสำรวจและวิเคราะห์พบว่า ความโดดเด่นของสินค้าจะอยู่ที่สินค้าของกลุ่มผู้ค้าในชุมชนดังบางชนิด เช่น บ้านบุญ คอลเลคชั่น สแตนเลส ถุงทองป้าต้อย หมูสะเต๊ะวัดทอง ส่วนสินค้าประเภทอื่น ๆ นั้นก็เป็นสินค้าที่พบเห็นได้ทั่วไป การขาดความน่าสนใจของสินค้าและบริการจึงได้ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ความซบเซาของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย นอกจากสาเหตุของเรื่องสินค้าและบริการที่ขาดความหลากหลายและความน่าสนใจแล้ว ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งคือ คุณมนต์ชัย สือหงวน ซึ่งเป็นผู้จัดการตลาดน้ำคนสำคัญ และในทางปฏิบัติยังเป็นผู้จัดการตลาดน้ำเพียงคนเดียว ได้มีอาการเจ็บป่วย จึงไม่ได้มาดูแลในการบริหารจัดการตลาดน้ำดังเดิม ทำให้การจัดการตลาดน้ำขาดความต่อเนื่องและการสานต่อ และส่งผลกระทบต่อการจัดการในด้านอื่นๆ เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในตลาดน้ำ ที่ได้ยุติการจัดไปในช่วงภาวะซบเซา การประชาสัมพันธ์ ที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ จึงทำให้ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยประสบภาวะค่อยๆ ซบเซาตามช่วงเวลา



ภาพที่ 52 กลุ่มผู้ค้าที่ยังคงมาจำหน่ายสินค้าในช่วงชบเซา เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562



ภาพที่ 53 ร้านขนมครกป้าอืด วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2562



ภาพที่ 54 บรรยากาศของตลาดน้ำ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

3. **ระยะสิ้นสุด** ดังที่กล่าวไปว่า นับตั้งแต่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นระยะเวลา 3 เดือนที่ตลาดน้ำแห่งนี้อยู่ในระยะรุ่งโรจน์ จากนั้นภาวะซบเซาของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยค่อยๆ เกิดขึ้นเรื่อยๆ โดยผู้วิจัยมีโอกาสได้สำรวจข้อมูลภาคสนามบรรยากาศของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเป็นครั้งสุดท้ายเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นเวลา 13 เดือนที่ตลาดน้ำได้เปิดดำเนินการมาก่อนที่ตลาดน้ำจะสิ้นสุดเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 นับเป็นระยะเวลา 14 เดือนของการดำเนินการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ซึ่งลักษณะร้านค้าในช่วงวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 นั้นพบว่ามีการค้าเหลือจำนวนน้อย โดยแสดงเป็นแผนผังร้านค้าได้ดังนี้

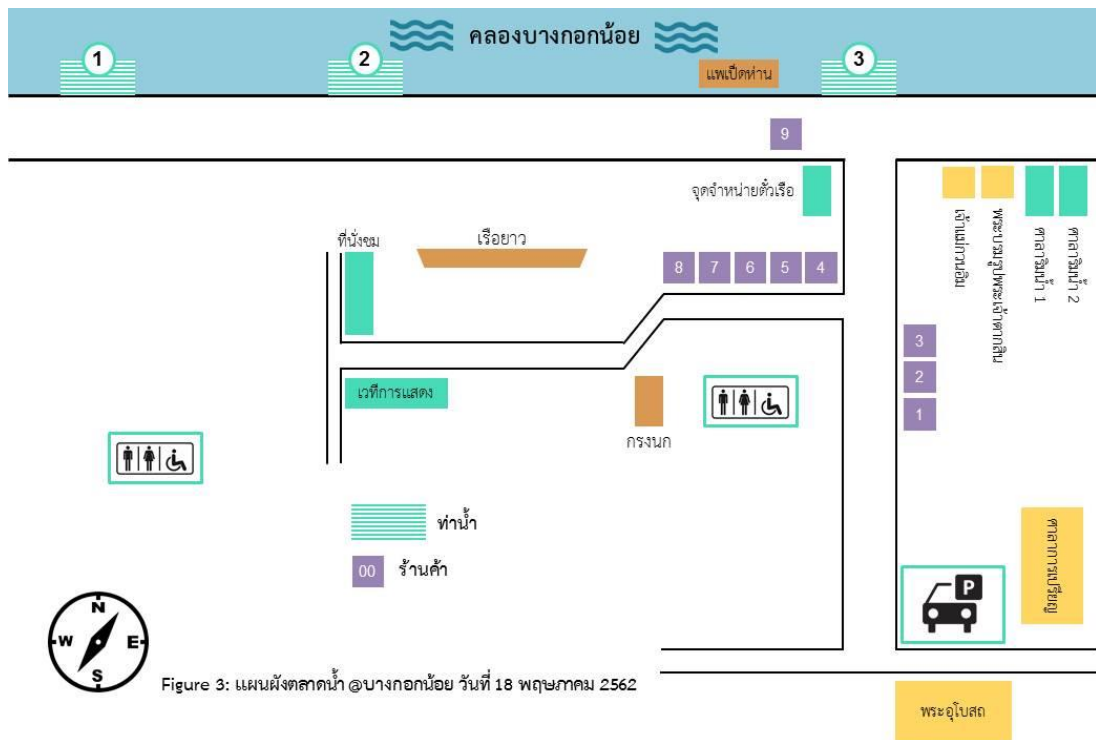


Figure 3: แผนที่ตลکان้ำ อบางกอกน้อย วันที่ 18 พฤษภาคม 2562

ภาพที่ 55 แผนที่ร้านค้า วันที่ 18 พฤษภาคม 2562

รายละเอียดร้านค้า วันที่ 18 พฤษภาคม 2562

1. เครื่องดื่ม	2. อาหารตามสั่ง	3. ก๋วยจั๊บน้ำข้น	4. ขนมทั่วไป
5. เกี้ยวซ่า	6. ป้าฮืด ขนมครก	7. ชา กาแฟ	8. ป้านิต น้ำหมักชีวภาพ
9. ก๋วยเตี่ยวเรือ			

จากแผนที่ร้านค้าที่ได้สำรวจเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 พบว่า ร้านค้ามีจำนวนเพียง 9 ร้าน โดยแบ่งประเภทของสินค้าและบริการเป็น กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 8 ร้าน และกลุ่มของใช้และจิปาถะ จำนวน 1 ร้าน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ค้าภายในชุมชนบ้านบุญ จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ ร้านก๋วยจั๊บน้ำข้น ร้านขนมทั่วไป ร้านป้าฮืด ขนมครก ร้านชากาแฟ และร้านป้านิต น้ำหมักชีวภาพ ส่วนอีก 4 ร้านที่เหลือเป็นกลุ่มผู้ค้าจากนอกชุมชนบ้านบุญ จะเห็นได้ว่า ประเภทของสินค้า

และบริการขาดความหลากหลาย อีกทั้งขาดความโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาเริ่มต้น และระยะชบเซา

จากพัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยดังที่กล่าวไปเบื้องต้นนั้น กล่าวได้ว่าคุณมณฑลชัยซึ่งมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการตลาดน้ำมีศักยภาพและความตั้งใจอันดีในการจัดการตลาดน้ำในทุกด้าน ทั้งการคัดเลือกผู้ค้า การออกแบบร้านค้า การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ รวมถึงความพยายามในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำ อีกทั้งการเป็นผู้สนับสนุนในด้านงบประมาณส่วนหนึ่งที่มุ่งหวังให้ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในชุมชนบ้านบุ เพื่อประโยชน์ต่อชุมชนบ้านบุและวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร จึงทำให้ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์นั้นมีบรรยากาศคึกคัก มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนจำนวนมาก แต่เมื่อคุณมณฑลชัยมีอาการเจ็บป่วย จึงขาดแกนนำหลักในการจัดการตลาดน้ำไป และได้ส่งผลกระทบต่อการสิ้นสุดของตลาดน้ำเมื่อคุณมณฑลชัยได้ถึงแก่กรรมลงในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเปิดดำเนินการเป็นเวลา 14 เดือน



ภาพที่ 56 โครงสร้างของตลาดน้ำที่เหลือเพียงอาคารและร้านค้า เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

5.3 ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยกับการท่องเที่ยวชุมชน

การก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเกิดขึ้นจากแนวคิดของพระเทพสุวรณเมธี เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ที่ต้องการให้ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นที่เชิงเศรษฐกิจสำหรับให้คนในชุมชนบ้านบุมาช่วยกันกิจกรรม รวมถึงการคาดการณ์ว่า หากตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ประสบความสำเร็จ น่าจะนำไปสู่การเชื่อมต่อพื้นที่ระหว่างตลาดน้ำ วัด เข้าสู่ชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทองได้ จึงได้ก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นมาและเปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561 จนกระทั่งตลาดน้ำได้สิ้นสุดเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 นับเป็นระยะเวลาประมาณ 14 เดือนที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการ

การจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย มีการตั้งคณะกรรมการที่ประกอบด้วยฝ่ายสงฆ์ และฝ่ายฆราวาสที่มาจากคนในชุมชนและนักธุรกิจจากภายนอก แต่กระนั้นการจัดการตลาดน้ำ เป็นการจัดการโดยผู้มีบทบาทหลักบุคคลเดียวคือ คุณมนต์ชัย สีอหงวน ซึ่งเป็นนักธุรกิจจากชุมชนบ้านแหโรงแร่ที่อยู่ฝั่งตรงข้ามกับชุมชนบ้านบุ ในด้านความสัมพันธ์กับชุมชนบ้านบุ นั้น คุณมนต์ชัย นับว่ามีความผูกพันกับชุมชนบ้านบุมาช้านาน เนื่องจากเคยศึกษาในสถานศึกษาที่ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านบุ รวมถึงความสัมพันธ์อันดีกับวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร จึงได้เข้ามาสนับสนุนการก่อตั้งตลาดน้ำและเป็นผู้จัดการตลาดน้ำในทุกด้าน

ถึงแม้ว่าการก่อตั้งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในชุมชนบ้านบุ ทว่า การจัดการตลาดน้ำยังขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตามแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนที่มีใจความสำคัญว่า การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยว โดยนำทรัพยากรภายในชุมชนมาเป็นจุดขายในการจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวเอง (พิมพ์ระวีโรจน์รุ่งส์ตย์, 2553 : 20) ซึ่งอาจกล่าวถึงบทบาทของชุมชนกับการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยได้ว่า

กระบวนการจัดการตลาดน้ำแห่งนี้ คนในชุมชนมีส่วนร่วมในบทบาทการเป็นผู้ค้าและการแสดงภูมิปัญญาที่สำคัญในชุมชน เช่น การนำอาหารเด่นในชุมชน ภูมิปัญญาขันลงหิน การทำสแตนเลส มาช่วยกันกิจกรรมในตลาดน้ำ แต่การมีส่วนร่วมในด้านการจัดการการท่องเที่ยว พบว่าชุมชนไม่ได้มีบทบาทในด้านนี้ อีกทั้งการท่องเที่ยวตลาดน้ำยังไม่สัมพันธ์กับชุมชนเท่าใดนัก เช่น กิจกรรมที่มีในตลาดน้ำบางกิจกรรมยังขาดอัตลักษณ์ของชุมชน ไม่ได้นำศักยภาพในชุมชนมาเป็นปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการขาดเสาหลักในการจัดการตลาดน้ำไป จึงทำให้การจัดการตลาดน้ำไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง จึงนำไปสู่การสิ้นสุดของตลาดน้ำในที่สุด

หากกระบวนการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน บ้านบุ โดยนำศักยภาพของชุมชนมาเป็นฐานในการจัดการตลาดน้ำในฐานะแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคฝ่าย ทั้งชุมชน วัด โรงเรียน ผู้จัดการ และหน่วยงานราชการ ก็อาจนำไปสู่การฟื้นฟูและจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่างเหมาะสมต่อไปได้



บทที่ 6 แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ในบทนี้ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม ทั้งการสัมภาษณ์เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ผู้บริหารตลาดน้ำ ผู้ค้า คนในชุมชน การใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว รวมถึงการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม มาวิเคราะห์ถึงศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยโดยศึกษาเปรียบเทียบกับการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ และเชื่อมโยงกับแนวความคิดการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในโอกาสต่อไป

6.1 วิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และตลาดน้ำขวัญเรียม เพื่อนำมาเป็นแนวทางการวิเคราะห์ในกรณีตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ได้ดังต่อไปนี้

6.1.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ศักยภาพหรือจุดเด่นของตลาดน้ำ เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การจัดการของตลาดน้ำนั้นสำเร็จ จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีศักยภาพหรือจุดเด่นในด้านต่างๆ ดังนี้

สถานที่ตั้งและภูมิทัศน์ ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ซึ่งพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำนั้นมีความเหมาะสมในเรื่องภูมิทัศน์ อีกทั้งการตั้งอยู่ในพื้นที่วัดซึ่งมีประวัติความเป็นมายาวนาน มีทรัพยากรวัฒนธรรมเหมาะสำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้ และเป็นศูนย์กลางของชุมชน จึงเหมาะที่จะก่อตั้งเป็นตลาดน้ำ (พระเทพสุวรรณเมธี, สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2563) ซึ่งสอดคล้องกับผู้บริหารตลาดน้ำคือคุณมนต์ชัย สือหงวน (สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน 2561) ที่กล่าวว่า พื้นที่ตั้งที่อยู่ริมคลองบางกอกน้อยนี้มีทำเลที่ดีบรรยากาศร่มรื่น อีกทั้งวัดสุวรรณารามราชวรวิหารยังมีความสำคัญในด้านประวัติศาสตร์ จึงน่าจะช่วยส่งเสริมพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้คนในชุมชนบ้านบุส่วนหนึ่งและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังให้แสดงความเห็นในประเด็นนี้ว่า สถานที่ตั้งเหมาะสมเพราะมีบรรยากาศ

ดี จึงอาจกล่าวได้ว่า สถานที่ตั้งของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยนับเป็นจุดเด่นหรือศักยภาพที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดตั้งตลาดน้ำ

อาหารและผลิตภัณฑ์จากชุมชน จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า พัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์ หรือช่วง 3 เดือนแรกที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการมานั้น มีอาหารหลากหลายและค่อนข้างโดดเด่น เช่น ขนมถุงทอง ขนมเป็ญญวน ขนมเรไร หมูสะเต๊ะ (มนต์พร มุ่นพราย, 2563) รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านบุ เช่น ชนลงหิน ที่มาร่วมกิจกรรมการสาธิตและการจำหน่ายในช่วงระยะนี้ด้วย สิ่งเหล่านี้นับเป็นศักยภาพของชุมชนบ้านบุที่สามารถนำจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้

วิสัยทัศน์ของเจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหารและผู้บริหารตลาดน้ำ พระเทพสุวรรณเมธีเป็นผู้ให้แนวคิดการตั้งตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อสนับสนุนชุมชน โดยมีคุณมนต์ชัย ผู้บริหารตลาดน้ำ ช่วยสนับสนุนในการตั้งตลาดน้ำและการจัดการในด้านต่างๆ และมีความตั้งใจอันดีที่จะทำให้การตั้งตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อคนในชุมชน รวมถึงความพยายามในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำ (กลุ่มผู้ค้า, สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2563)

6.1.2 การวิเคราะห์ถึงปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย รวมถึงการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว สามารถสรุปปัญหาที่ส่งผลต่อการสิ้นสุดของตลาดน้ำได้ดังต่อไปนี้

การเข้าถึงพื้นที่ แม้ว่าพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีความเหมาะสมและมีภูมิทัศน์ที่สวยงามเนื่องจากติดคลองบางกอกน้อยและวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร มีการเข้าถึงได้หลายช่องทาง ทั้งทางบกและทางน้ำ แต่เส้นทางที่คนนิยมใช้คือทางบก เพราะทางเรือยังไม่มีเรือสาธารณะเข้าถึงพื้นที่ การคมนาคมทางบกนั้นมีทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัว การเดินเท้าเข้าชุมชน และเส้นทางจักรยานท่องเที่ยว

การเข้าถึงพื้นที่นับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า ตลาดน้ำตั้งอยู่ในซอยที่ลึกและแคบ ถ้านำรถยนต์ส่วนตัวมาก็จะไม่ค่อยสะดวก หรือถ้าเดินทางด้วยรถสาธารณะ จากปากซอยจรัญสนิทวงศ์ 32 จะไม่มีรถโดยสารสาธารณะบริการ มีเพียงจักรยานยนต์รับจ้างเท่านั้น หรืออาจเดินเท้าที่เข้าไปสู่พื้นที่ตลาดน้ำค่อนข้างไกล จึงส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนตลาดน้ำอีกครั้ง ความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวยังสอดคล้องกับกลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่ที่มีความคิดเห็นว่า การเข้าถึงตลาดน้ำ @บางกอกน้อยไม่สะดวกเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

ประเภทของสินค้าและบริการ จากพัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่ได้ศึกษาพบว่า ตลาดน้ำประสพภาวะซบเซาหลังจากเปิดดำเนินการได้ประมาณ 3 เดือน ซึ่งปัจจัยอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อความซบเซาของตลาดน้ำ นั่นคือ ประเภทของสินค้าและบริการ โดยมีการแสดงทัศนคติต่อปัญหานี้จากกลุ่มบุคคลหลายส่วน ดังนี้

คุณมนตรีชัย สือหงวน (สัมภาษณ์ 8 กรกฎาคม 2561) ซึ่งให้ข้อมูลในการคัดเลือกผู้ค้าไว้ว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยไม่ได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ค้า เพียงแต่มีการจำกัดประเภทของสินค้าและบริการไม่ให้มีเกิน 2 ร้านในแต่ละประเภท เมื่อตลาดน้ำเกิดภาวะซบเซา ผู้ค้าบางรายจึงเลิกจำหน่ายสินค้า ทำให้สินค้าไม่หลากหลาย นอกจากนี้มีผู้ค้าท่านหนึ่งได้เสนอแนะว่า ควรจะมีการคัดเลือกผู้ค้าโดยวิธีทดลองชิมรสชาติอาหารก่อนถึงจะให้เข้าร่วมจำหน่ายได้ เพื่อเป็นการควบคุมภาพของสินค้า (ฉวีวรรณ นาคศรีสุข, 2561)

นอกจากนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลอื่น ๆ เช่น พระเทพสุวรรณเมธี คนในชุมชน และการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว แสดงทัศนคติต่อเรื่องสินค้าและบริการไปในทิศทางเดียวกัน คืออาหารยังขาดความโดดเด่น ราคาและรสชาติยังไม่ดีมาตรฐาน สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าที่พบเห็นได้ทั่วไป ไม่ได้แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านบุเท่าที่ควร ควรจะเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น

การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เช่น ห้องน้ำ โต๊ะรับประทานอาหาร นับว่าเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ที่จอดรถนับเป็นปัญหาอย่างหนึ่ง เนื่องจากพื้นที่จอดรถที่รองรับได้ประมาณ 40 คันตรงบริเวณตลาดน้ำ อาจไม่เพียงพอหากมีนักท่องเที่ยวที่นำรถยนต์ส่วนตัวมามากกว่านั้น ส่วนผู้ที่เดินทางด้วยรถสาธารณะ ในช่วงแรกทางตลาดน้ำได้จัดบริการรถรับส่งจากปากซอยเจริญสนิทวงศ์ 32 เข้าสู่ตลาดน้ำ แต่เมื่อตลาดน้ำเกิดภาวะซบเซา มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยลง จึงได้หยุดบริการในส่วนนี้ไป การเดินทางจึงไม่สะดวก (อรนุช มณีวัชรรังสี, 2562) และยังมีนักท่องเที่ยวบางคนได้เสนอว่า ควรจะมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการด้วย

การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก โดยการสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการประชาสัมพันธ์ไม่มากเท่าใดนัก โดยกลุ่มผู้ค้าให้ความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงตามระยะเวลา ก็เป็นการสะท้อนถึงการประชาสัมพันธ์ที่ไม่สามารถทำให้ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวได้ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวบางส่วนได้แสดงความคิดเห็นว่า รู้จักตลาดน้ำแห่งนี้เพราะเป็นการแนะนำของคนรู้จักหรือเพื่อน มี

บางส่วนที่รู้จักตลาดน้ำจากสื่ออื่น ๆ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กล่าวตรงกันว่า ควรจะเพิ่มช่องทาง ประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

การจัดกิจกรรม ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการจัดกิจกรรมหลักๆ อยู่ 3 กิจกรรม คือ การสาธิตภูมิปัญญาการตีชั้นลงหิน การแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ ซึ่งกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านบุคือ กิจกรรมการสาธิตภูมิปัญญาการตีชั้นลงหิน ส่วนการแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์นั้นเป็นการแสดงที่สามารถพบได้ทั่วไป และกิจกรรมท่องเที่ยวทางเรือเป็นการนั่งเรือจากท่าวัดสุวรรณารามราชวรวิหารไปวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

การจัดกิจกรรมภายในตลาดน้ำมีผลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้มาเยือน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้ตอบแบบสอบถามได้กล่าวถึงกิจกรรมที่มีในตลาดน้ำแห่งนี้ว่า กิจกรรมบางอย่าง เช่น การตีชั้นลงหิน แสดงถึงความโดดเด่นของชุมชนบ้านบุและมีความน่าสนใจ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรื่อนั้น ยังขาดการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เนื่องด้วยกิจกรรมนี้เป็นเพียงการนั่งเรือจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ไม่มีผู้บรรยายให้ความรู้ระหว่างทางเหมือนกิจกรรมท่องเที่ยวทางเรือในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และควรจะมีกิจกรรมที่นำภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมในชุมชนบ้านบุมาร่วมแสดงในตลาดน้ำให้มากขึ้น

นอกจากนี้คนในชุมชนท่านหนึ่งคือคุณพิชิต บุญจินต์ (สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2563) ซึ่งเคยเป็นอดีตประธานตลาดไร่คานและมีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุ ได้แสดงทัศนคติว่า ควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมชุมชนและภูมิปัญญาในชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือควรศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือที่มีความน่าสนใจมากกว่าที่จัดอยู่ ความคิดเห็นนี้ยังสอดคล้องกับกลุ่มผู้ค้า (สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2563) ที่เสนอความคิดว่า ควรจะจัดกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น การละเล่นกระบี่กระบอง เป็นต้น

การมีส่วนร่วมของชุมชน การศึกษาครั้งนี้พบว่า ตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีการบริหารจัดการตลาดน้ำโดยบุคคลเดียวเป็นหลัก คือคุณมนต์ชัย สือหงวน (สัมภาษณ์ 8 กรกฎาคม 2561) โดยจัดการตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ ทั้งการสร้างตลาดน้ำ การวางผังร้านค้า การคัดเลือกผู้ค้า การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม โดยชุมชนบ้านบุมีส่วนร่วมในการจำหน่ายสินค้าเท่านั้น ซึ่งปัจจัยนี้นับเป็นปัญหาสำคัญอีกอย่างหนึ่งต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อ การสิ้นสุดของตลาดน้ำ โดยมีกลุ่มบุคคลที่ให้ความคิดเห็นดังนี้

พระเทพสุวรรณเมธี (สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2563) แสดงทัศนคติว่าการดำเนินการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่ผ่านมายังขาดความร่วมมือจากคนในชุมชนบ้านบุ ซึ่งทำให้ตลาดน้ำเกิดภาวะซบเซา ได้ตรงกับที่คุณมนต์ชัย สือหงวน (สัมภาษณ์ 8 กรกฎาคม 2561) กล่าวถึงช่วงที่ตลาดน้ำเกิดภาวะซบเซา คนในชุมชนบ้านบุที่เคยมาร่วมเป็นผู้ค้าเกิดความท้อใจและหยุดจำหน่ายสินค้า จึงทำให้ตลาดน้ำเกิดภาวะซบเซามากขึ้น โดยคุณมนต์ชัยมีความคิดเห็นว่า คนในชุมชนควรจะมี ความเข้าใจและพยายามที่จะทำให้ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักให้มากขึ้น

ส่วนคนในชุมชนบ้านบุบางส่วนมีความคิดเห็นในเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยว่า คนในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ อีกทั้งที่ตั้งของตลาดน้ำที่อยู่ไกลจากชุมชน จึงคิดว่าตลาดน้ำไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านบุ

ในขณะที่กลุ่มผู้ค้าหลายรายให้ข้อมูลว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยกระทำโดยบุคคลเดียว โดยขาดการปรึกษาหารือกับคนในชุมชนถึงกระบวนการจัดการตลาดน้ำ ควรจะมีการตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดน้ำขึ้นมา เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดน้ำ

จากการวิเคราะห์ถึงศักยภาพและปัญหาของตลาดน้ำ @บางกอกน้อยที่กล่าวมาข้างต้นนี้ มีความคล้ายคลึงและต่างกับงานวิจัยที่ศึกษาในพื้นที่ตลาดน้ำคลองลัดมะยม (จิตรา อนุศาสนันท์, 2555) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (โชติรส แผ้วศรี, 2557) และตลาดน้ำขวัญเรียม (ณภัทร ชุนทรง, 2558) ดังนี้

ศักยภาพของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้ง ซึ่งมีความเหมาะสมเนื่องจากมีภูมิทัศน์ที่ดี มีวัดสุวรรณารามซึ่งมีประวัติความเป็นมาและเป็นแหล่งเรียนรู้ คล้ายกับงานศึกษาของณภัทร (2558) ที่ศึกษาตลาดน้ำขวัญเรียมว่ามีพื้นที่ตั้งริมคลองแสนแสบและในบริเวณวัดบำเพ็ญเหนือและวัดบางเพ็งใต้ และมีการนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาสร้างอัตลักษณ์ให้กับตลาดน้ำ ซึ่งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยก็มีศักยภาพในด้านที่ตั้งเช่นกัน

อาหารและผลิตภัณฑ์จากชุมชน งานศึกษาของทั้ง 3 คนได้กล่าวถึงประเภทของสินค้าและบริการที่หลากหลาย บ้างเป็นผลผลิตภายในชุมชนหรือผลิตภัณฑ์เด่นประจำชุมชน หรือการค้าปลีกจากร้านค้าโดยกำหนดคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในระยะเริ่มต้นเองก็มีการนำอาหารและผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนบ้านบุมาร่วมจำหน่ายเช่นกัน

ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำ @บางกอกน้อย พบว่าสอดคล้องกับการศึกษาของณภัทร (2558) ในด้านการจัดกิจกรรมและการขาดการมีส่วนร่วม กล่าวคือ การจัดกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนของตลาดน้ำขวัญเรียมนั้นยังมีไม่มากเท่าใดนัก ส่วนตลาดน้ำ @บางกอก

น้อยมีกิจกรรมการสาธิตภูมิปัญญาการตีชั้นลงหินเท่านั้นที่แสดงถึงความโดดเด่นของชุมชนบ้านนุ
กิจกรรมอื่นๆ ยังขาดความน่าสนใจในเชิงอัตลักษณ์ของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วม ตลาดน้ำขวัญเรียมเป็นการดำเนินงานโดยเอกชน จึงขาดการมีส่วนร่วม
ร่วมของชุมชน ซึ่งตลาดน้ำ @บางกอกน้อยก็ประสบปัญหานี้เนื่องด้วยมีการบริหารจัดการตลาดน้ำ
โดยบุคคลเดียว

6.2 แนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

จากการศึกษาความเป็นมา ศักยภาพ การจัดการ และปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @
บางกอกน้อย ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการ
เข้าถึงพื้นที่ ซึ่งมีการเข้าถึงไม่สะดวก ด้านสินค้าและบริการ ที่ยังขาดความหลากหลายและความ
โดดเด่นของสินค้าและบริการ ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อ
การรองรับนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ตลาดน้ำเป็นที่รู้จัก ด้าน
การจัดกิจกรรม ที่ยังขาดกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และปัญหาสำคัญคือ ขาดการมี
ส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการจัดการ ปัญหาเหล่านี้ได้ส่งผลต่อการจัดการตลาดน้ำและ
นำไปสู่การสิ้นสุด หากจะมีการฟื้นตลาดน้ำอีกครั้ง จึงควรนำแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนและการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้เพื่อหาแนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่าง
เหมาะสม โดยประกอบด้วย 7 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 การจัดการแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเน้นให้คนในชุมชนมีส่วน
ร่วมทุกขั้นตอนในกระบวนการดำเนินงานการจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางที่ 2 การพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และ
ประสบการณ์ที่นำไปสู่การพัฒนาการจัดการตลาดน้ำ

แนวทางที่ 3 การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนุ พัฒนาแหล่งเรียนรู้
ภายในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างเหมาะสม

แนวทางที่ 4 การพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและความหลากหลาย

แนวทางที่ 5 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวตลาด
น้ำอย่างเพียงพอและเหมาะสม

แนวทางที่ 6 การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์หรือวิธีการ
ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

แนวทางที่ 7 การประเมินการจัดการในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการพัฒนา

จากแนวทางทั้ง 7 แนวทางในการฟื้นฟูลาดน้ำ @บางกอกน้อยดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการฟื้นฟูลาดน้ำ @บางกอกน้อย สิ่งสำคัญประการแรกคือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ซึ่งหากทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือในกระบวนการจัดการการฟื้นฟูลาดน้ำ @บางกอกน้อยแล้ว ก็จะนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆ ตามมา คือ การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาสินค้าและบริการ และการจัดการด้านประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดวิธีการจัดการได้ดังต่อไปนี้

1. การจัดการด้านการมีส่วนร่วม

1.1 การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานลาดน้ำ @บางกอกน้อยโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งในชุมชนบ้านบุ ได้แก่ วัด ผู้นำชุมชน ผู้นำในโรงเรียน ผู้ค้าในชุมชน คนในชุมชน รวมถึงการขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกที่มีศักยภาพในการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานเขตบางกอกน้อย ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการท่องเที่ยว

1.2 การจัดการการท่องเที่ยวควรให้คนในชุมชนบ้านบุมีส่วนร่วมในกระบวนการทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนการจัดการ การตัดสินใจ การแก้ปัญหา เพื่อให้ชุมชนรู้สึกมีคุณค่าและมีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชน

2. การจัดการด้านบุคลากร

2.1 การกำหนดแกนนำหลักในการจัดการการท่องเที่ยวลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยกำหนดจากบุคคลที่มีวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำที่จะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และสามารถประสานกับฝ่ายต่างๆ ได้อย่างราบรื่น

2.2 การพัฒนาบุคลากรเพื่อให้ได้รับความรู้และประสบการณ์สำหรับนำมาพัฒนาลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยจัดให้มีการศึกษาดูงานลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับพื้นที่ของตน แล้วหาแนวทางแก้ไขและพัฒนาลาดน้ำ @บางกอกน้อยให้เหมาะสม

3. การจัดการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุ

3.1 การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในชุมชนบ้านบุเพื่อรองรับการท่องเที่ยวลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยการจัดทำป้ายสื่อความหมาย จัดนิทรรศการในชุมชน และกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนที่ผนวกเอาลาดน้ำ @บางกอกน้อย เข้าไปอยู่ด้วย เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างครบองค์รวม

3.2 การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านนุภายในพื้นที่ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการสาธิตการตีชั้นลงหิน การทำสแตนเลส การสาธิตการทำอาหารเด่นของชุมชน การละเล่นประจำปีกระบอง

3.3 การจัดกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น พิธีไหว้ครูของการทำชั้นลงหิน

4. การจัดการด้านสินค้าและบริการ

4.1 การคัดเลือกผู้ค้าและชนิดของสินค้าและบริการ เพื่อให้มีสินค้าและบริการหลากหลาย เช่น มีเกณฑ์คัดเลือกผู้ค้าประเภทอาหารโดยการทดสอบคุณภาพก่อนจำหน่าย หรือสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่จะนำมาจำหน่ายควรพิจารณาตามความเหมาะสมกับพื้นที่ของชุมชน ไม่ใช่สินค้าที่พบได้ทั่วไป

4.2 การส่งเสริมและให้ความรู้การพัฒนาคุณภาพของสินค้าในชุมชน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดแสดงเรื่องราวความเป็นมาของการทำสแตนเลส เพื่อให้ผู้มาเยือนรับรู้ถึงความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์สแตนเลสที่ผลิตในบ้านนุซึ่งมีความแตกต่างจากที่อื่น

4.3 การควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม

5. การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

5.1 การจัดการสิ่งแวดล้อมในด้านการเข้าถึงพื้นที่ เช่น จัดรถรับส่งจากปากซอยจรัญสนิทวงศ์ 32 สำหรับผู้ที่เดินทางด้วยรถสาธารณะ การจัดที่จอดรถสำหรับผู้ที่น่ารถยนต์ส่วนตัวมาเองให้เพียงพอ อาจขอความร่วมมือจากโรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคมในการใช้พื้นที่จอดรถ

5.2 การพัฒนาสิ่งแวดล้อมภายในตลาดน้ำ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษ เช่น การมีทางลาดสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ

6. การจัดการด้านประชาสัมพันธ์

6.1 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้มากขึ้น โดยการใช้สื่อออนไลน์ การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เพจท่องเที่ยวต่าง ๆ

6.2 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เนื่องด้วยตลาดน้ำ @บางกอกน้อยมีศักยภาพในด้านพื้นที่ตั้งที่ติดคลองบางกอกน้อย และมีท่าเรือรองรับการท่องเที่ยวทางน้ำ โดยอาจจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำจากท่าเรือต่าง ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการจำนวนมากมาสู่การท่องเที่ยวตลาดน้ำ @บางกอกน้อยและชุมชนบ้านนุในราคาที่เหมาะสม

6.3 การขอความสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของหน่วยงานรัฐ

7. การประเมินการจัดการในด้านต่าง ๆ เพื่อการแก้ไขปัญหาและการพัฒนา

7.1 การตั้งเกณฑ์การประเมินการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในด้านต่างๆ เช่น สินค้าและบริการ กิจกรรมภายในตลาดน้ำ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและหาวิธีแก้ไขปัญหา

7.2 การตั้งรอบการประเมินการจัดการตลาดน้ำ เช่น มีการประเมินการจัดการตลาดน้ำทุก 2 เดือน เพื่อวิเคราะห์การจัดการและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการจัดการอย่างต่อเนื่อง



บทที่ 7

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของชุมชนบ้านบุ ความเป็นมา การจัดการ และการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @ เพื่อหาแนวทางการฟื้นและการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่างเหมาะสม โดยการศึกษาครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการศึกษาโดยการศึกษารายละเอียดจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจข้อมูลภาคสนาม จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์และเสนอแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุอย่างเหมาะสมและยั่งยืน ซึ่งมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

การศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับพื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ชุมชนบ้านบุ ทรัพยากรวัฒนธรรมต่างๆ ที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ การศึกษาแนวคิด การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวชุมชน งานวิจัยที่ศึกษาการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำมาเป็นการรอบในการศึกษาค้นคว้า

การสำรวจข้อมูลภาคสนาม โดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างไม่เป็นทางการกับเจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ผู้บริหารตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ตัวแทนผู้ค้า คนในชุมชน และการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

เมื่อศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสำรวจข้อมูลภาคสนามแล้วเสร็จ จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามแนวคิด ทฤษฎี เพื่อให้เห็นภาพรวมของการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย เพื่อนำเสนอแนวทางในการฟื้นและการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่างเหมาะสมในโอกาสต่อไป

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย สามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็นประเด็นดังนี้ ความเป็นมาของชุมชนบ้านบุและตลาดน้ำ @บางกอกน้อย พัฒนาการของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย การวิเคราะห์ถึงศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย และแนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นมาของชุมชนบ้านบุและตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

ตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ตั้งอยู่ในบริเวณวัดสุวรรณารามราชวรวิหารซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนบ้านบุ ผู้ศึกษาจึงจะขอกล่าวถึงความสำคัญของพื้นที่โดยสังเขป คือ ชุมชนบ้านบุ

ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีมาแต่สมัยอยุธยา โดยเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ปากคลองบางกอกน้อย บริเวณพื้นที่บ้านบุมีการแบ่งพื้นที่เป็น บ้านบุบน บ้านบุ และบ้านบุล่าง

บ้านบน คือพื้นที่ตั้งแต่เหนือวัดสุวรรณารามขึ้นไปจนถึงวัดใหม่ยายแป้น

บ้านบุ คือพื้นที่ตั้งแต่วัดสุวรรณารามจนถึงศาลาโรงธรรม

บ้านล่าง คือพื้นที่ตั้งแต่ศาลาโรงธรรมลงมาถึงรั้วต้น (ปัจจุบันคือพื้นที่ที่ติดกับโรงรถจักรธนบุรี)

ชื่อของชุมชนบ้าน “บุ” นั้น มีที่มาจากภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมชั้นลงหิน ที่เรียกการ “บุ” เพราะสมัยก่อนภายในชุมชนแห่งนี้มีการทำชั้นลงหินกันเป็นจำนวนมาก ทั้งทำในครัวเรือนและการทำแบบกงสีจึงเป็นที่มาของชื่อบ้านบุนั่นเอง ต่อมาเมื่อเกิดภาวะสงครามมหาเอเซียบูรพา ทำให้ความนิยมในการใช้ชั้นลงหินลดลง การทำชั้นลงหินมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น อีกทั้งการทำชั้นลงหินมีช่างเหลือจำนวนน้อยลง รวมถึงขาดคนรุ่นใหม่ที่จะสืบทอดภูมิปัญญานี้ ปัจจุบันการทำชั้นลงหินจึงเหลือเพียงบ้านเดียว คือบ้านแม่เจียม แสงสัจจา ซึ่งมีคุณเมตตา เสลานนท์ เป็นผู้สืบทอดกิจการ

นอกจากนี้ปัญหาจากการทำชั้นลงหินยังได้รับการแก้ไขและดัดแปลง โดยยังใช้วิธีดั้งเดิมคือการบุ แต่เปลี่ยนวัสดุเป็นสแตนเลสแทน เพราะมีราคาถูกกว่า จึงเป็นที่มาของ “บ้านบุคอลเลคชั่น สแตนเลส” โดยคุณอุดม ชันธิ์วิรุญ เป็นผู้สืบทอดกิจการจากกงสีแม่เกษตร ชันธิ์วิรุญ ซึ่งเคยเป็นกงสีสำคัญอีกกงสีหนึ่งที่ทำชั้นลงหินรุ่นเดียวกับบ้านแม่เจียม แสงสัจจา แต่คุณอุดม ชันธิ์วิรุญ เน้นการใช้วัสดุใหม่คือสแตนเลส

ชุมชนบ้านบุมีทั้งคนไทยและคนจีนอาศัยอยู่ โดยมีทรัพยากรวัฒนธรรมต่าง ๆ ได้แก่ วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ศาลเจ้าปูนแก้วกง ตลาดวัดทอง ในอดีตเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของชุมชนบ้านบุ ร้านสงวนไอสถ ร้านขายยาแผนโบราณที่มีอายุกว่า 80 ปี ศาลาโรงธรรม สถานที่ประกอบพิธีกรรมของคนในชุมชน การละเล่นกระบี่กระบอง การทำชั้นลงหิน และการทำสแตนเลส

เนื่องจากชุมชนบ้านบุเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีศักยภาพสูง จึงทำให้มีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งรัฐบาลและเอกชนเข้ามาทำโครงการฟื้นฟูชุมชนและตลาดวัดทอง เช่น ปี พ.ศ. 2550 คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้เข้ามาสำรวจข้อมูลชุมชนบ้านบุและจัดทำแนวทางการดำเนินงานและแบบปฏิบัติการพัฒนาชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง โดยมีชื่อว่า “โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน การสำรวจและการจัดทำแผนดำเนินการเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรุงเทพมหานคร ด้านชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน” โครงการนี้ได้จัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ จัดทำป้ายบอกเล่าเรื่องราวหน้าร้านสงวนไอสถ ฯลฯ จึงนับว่าเป็นการบุกเบิกการฟื้นฟูชุมชนบ้านบุและตลาดวัดทองเพื่อรองรับกระแส

ท่องเที่ยว จากนั้นจึงมีหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามาพยายามฟื้นฟูชุมชนและตลาด แต่ทว่า การฟื้นตลาดวัดทองก็ไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จึงเป็นที่มาของแนวคิดการก่อตั้งตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย

ในปี พ.ศ. 2561 จึงเกิดการก่อตั้งตลาดน้ำ @ บางกอกน้อยขึ้นโดยแนวคิดของพระเทพสุวรรณเมธี เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร ซึ่งมีความตั้งใจที่จะทำให้คนในชุมชนบ้านบุได้มีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้า อีกทั้งเห็นว่าทรัพยากรวัฒนธรรมต่างๆ ที่ปรากฏในพื้นที่วัดและชุมชนบ้านบุ เป็นปัจจัยที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงการมีตลาดน้ำจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์วัดสุวรรณารามราชวรวิหารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงมีแนวคิดที่เปิดตลาดน้ำแห่งนี้ขึ้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2561

ด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย แม้ว่าจะมีการตั้งคณะกรรมการที่ประกอบด้วยคณะสงฆ์และฆราวาส แต่ผู้ที่มีบทบาทหลักในการจัดการตลาดน้ำในเชิงปฏิบัติมีเพียงบุคคลเดียว คือ คุณมนต์ชัย สีอหงวน โดยมีบทบาทในทุกขั้นตอนการจัดการ ได้แก่ การออกแบบตลาดน้ำ การจัดวางร้านค้า การคัดเลือกผู้ค้า การจัดกิจกรรมต่าง ๆ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์

2. พัฒนาการของตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย

การวิเคราะห์พัฒนาการของตลาดน้ำ @ บางกอกน้อย ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะตามการสำรวจข้อมูลภาคสนาม โดยการสังเกตการณ์ประกอบกับการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1) ระยะเริ่มต้นสู่ความรุ่งโรจน์ (15 เมษายน พ.ศ. 2561-เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561) เป็นช่วง 3 เดือนแรกที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการ โดยในระยะนี้มีผู้ค้าจำนวน 52 ร้าน มีสินค้าหลากหลายประเภท และมีความโดดเด่นของสินค้าที่เป็นของชุมชนบ้านบุ มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสาธิตการทำชันลงหิน การแสดงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเรือ

2) ระยะซบเซา (หลังจากเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา) หลังจาก 3 เดือนแรกที่ตลาดน้ำเปิดดำเนินการ นับว่าตลาดน้ำเข้าสู่ระยะซบเซา โดยสังเกตได้จาก ผู้ค้ามีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ ตามเวลา ประเภทของสินค้าและบริการไม่หลากหลายและขาดความน่าสนใจ กิจกรรมต่าง ๆ หยุดจัดแสดง มีการปรับตำแหน่งร้านค้า นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง

3) ระยะก่อนสิ้นสุดและสิ้นสุด การสำรวจข้อมูลภาคสนามเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 เป็นช่วงที่ใกล้สิ้นสุดของตลาดน้ำ ผู้ค้าในตลาดน้ำเหลือจำนวนน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด มีเพียง 9

ร้านค้า จนกระทั่งตลาดน้ำได้สิ้นสุดลงในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 เมื่อคุณมนต์ชัย สือหงวน ผู้บริหารตลาดน้ำได้ถึงแก่กรรม

3. วิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยการสำรวจข้อมูลภาคสนามทั้งการสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว และการสังเกตการณ์ โดยได้ผลดังนี้

1) ศักยภาพของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ได้แก่

- สถานที่ตั้งของตลาดน้ำ เนื่องจากตลาดน้ำตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อยในบริเวณ วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร มีจุดเด่นในด้านเรื่องภูมิทัศน์ และพื้นที่ของวัดมีทรัพยากรวัฒนธรรมเหมาะสำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้

- อาหารและผลิตภัณฑ์จากชุมชนบ้านบุ ชุมชนบ้านบุมีอาหารหลากหลายและมีความโดดเด่น เช่น ขนมเรไร หมูสะเต๊ะ ขนมถุงทอง ขนมเบ็ญญวน รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น ชันลงหิน ภาชนะสแตนเลสที่ใช้วิธีการบุ

- วิสัยทัศน์ของเจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหารและผู้บริหารตลาดน้ำ ที่มีแนวคิดและความตั้งใจอันดีที่จะตั้งตลาดน้ำขึ้นมาเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อชุมชน

2) ปัญหาที่ส่งผลต่อการสิ้นสุดของตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ได้แก่

- การเข้าถึงพื้นที่ เนื่องจากที่ตั้งของตลาดน้ำอยู่ในซอยลึกและแคบ ไม่มีรถโดยสารสาธารณะผ่านพื้นที่ตลาดน้ำ จึงเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งต่อการเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยว

- ประเภทของสินค้าและบริการ สินค้าและบริการไม่หลากหลาย ขาดความโดดเด่นหรือราคาและรสชาติยังไม่ได้มาตรฐาน

- การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นที่จอดรถที่รองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 40 คัน ซึ่งอาจไม่เพียงพอหากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่านั้น และไม่มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวจากปากซอยเจริญสนิทวงศ์ 32 เข้าสู่ตลาดน้ำในระยะชบเซา

- การประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์ไม่มากเท่าใดนัก โดยนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่าควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักมากกว่านี้ เพราะนักท่องเที่ยวบางท่านรู้จักตลาดน้ำเพราะเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ

- การจัดกิจกรรม มีเพียงบางกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น การสาธิตการตีชันลงหิน ส่วนกิจกรรมอื่น ๆ ขาดความน่าสนใจ เพราะไม่มีความโดดเด่นและขาดการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม

- การมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนบ้านบุมีส่วนร่วมในการจำหน่ายสินค้าเท่านั้น แต่ขาดการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ทั้งการวางแผน การจัดการ และการแก้ปัญหา

4. แนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย

การศึกษาแนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ได้ใช้แนวความคิดการท่องเที่ยวชุมชน และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการศึกษาจากงานวิจัยที่ศึกษาในตลาดน้ำพื้นที่อื่น ๆ มาเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจการจัดการตลาดน้ำ @บางกอกน้อย และประยุกต์เป็นแนวทางในการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย ดังนี้

1) การจัดการด้านการมีส่วนร่วม โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งในชุมชนบ้านบุโดยกำหนดให้มีบทบาทในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกที่มีศักยภาพในการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านบุคลากร โดยกำหนดแกนนำหลักที่มีวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยว และพัฒนาบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความรู้และประสบการณ์เพื่อนำมาพัฒนาตลาดน้ำ @บางกอกน้อยอย่างเหมาะสม

3) การจัดการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ @บางกอกน้อย โดยพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนและกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน และการใช้ศักยภาพของทรัพยากรในชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้มากขึ้น

4) การจัดการด้านสินค้าและบริการ โดยมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ค้าและชนิดของสินค้า มีการทดสอบคุณภาพของสินค้าก่อนการจำหน่าย ส่งเสริมและพัฒนาสินค้าที่มีในชุมชน รวมถึงการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม

5) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เช่น จัดรถรับส่งสำหรับผู้เดินทางด้วยรถสาธารณะ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ

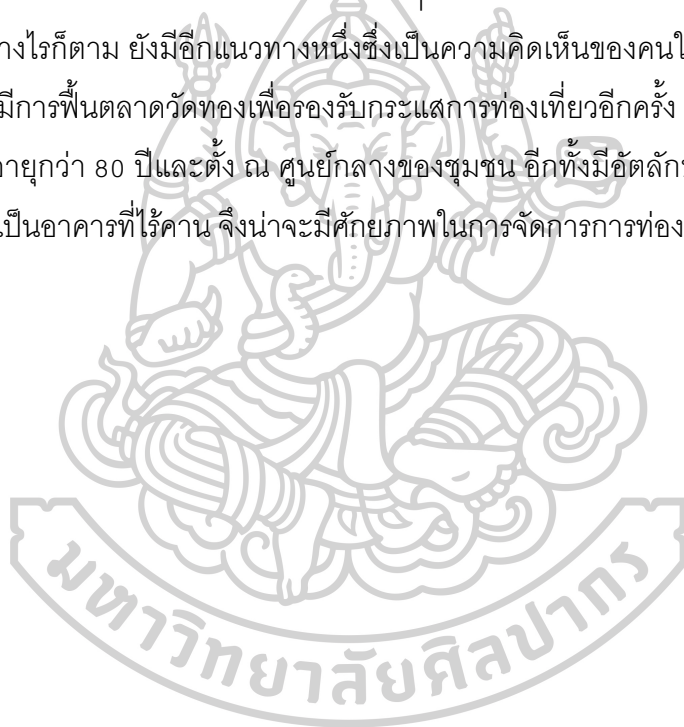
6) การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ การสร้างเครือข่ายกับเพจท่องเที่ยวต่าง ๆ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำตลาดน้ำ @บางกอกน้อยในราคาที่เหมาะสม และการขอความสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

7) การประเมินการจัดการตลาดน้ำทุก 2 เดือน เพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นภายในตลาดน้ำและมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แนวทางการฟื้นตลาดน้ำ @บางกอกน้อย สามารถทำได้โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน คือ วัด ชุมชน เขตบางกอกน้อย และแกนนำในการจัดการ โดยมีการวางแผนการจัดการ การประเมินปัญหาและหาวิธีแก้ไข และควรนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เพราะเป็นจุดเด่นที่ตลาดน้ำแห่งนี้มีศักยภาพที่โดดเด่นกว่าพื้นที่อื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกแนวทางหนึ่งซึ่งเป็นความคิดเห็นของคนในชุมชนบ้านบางส่วน ยังต้องการให้มีการฟื้นตลาดวัดทองเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวอีกครั้ง เพราะตลาดวัดทองเป็นตลาดเก่าแก่อายุกว่า 80 ปีและตั้ง ณ ศูนย์กลางของชุมชน อีกทั้งมีอัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นคือ เป็นอาคารที่ไร้คาน จึงน่าจะมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวได้



รายการอ้างอิง

- กรภัทร เหล่าตระกูล. (2563) ร้านยาแผนโบราณสงวนไอศถ. สัมภาษณ์ 8 กุมภาพันธ์ 2563.
- กฤษฏี วัฒนาวร. (2562) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2562.
- กวรรณิการ์ วงศ์พลบ. (2563) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2563.
- จรินทร์ เจริญกุล. (2563) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2563.
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2554). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืน. วารสารนักบริหาร 31, 1(มกราคม-มีนาคม), 204-209.
- จิตต์ เขียมขันทอง. (2563) คนในชุมชนบ้านบุญ. สัมภาษณ์ 10 กุมภาพันธ์ 2563.
- จิตร์ธิดา จิตธิวงษ์. (2556). ความสำเร็จของการดำเนินงานตลาดน้ำคลองลัดมะยม ถนนบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิตรา อนุศาสนนันท์. (2555). การเปลี่ยนแปลงจากการขยายตัวและการจัดการตลาดน้ำคลองลัดมะยม. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิราพร อาจเจริญ. (2545). ศึกษาภูมิปัญญาการทำเครื่องทองลงหินในชุมชนบ้านบุญ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุมพล เขียมขันทอง. (2563) คนในชุมชนบ้านบุญ. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2563.
- ฉวีวรรณ นาคศรีสุข. (2561) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์ 1 กรกฎาคม 2561.
- ชาตรี ประภิตนันทการ. (2561). Retro Market ในกระแส Nostalgia Toursim จิตชนชั้นกลางใหม่กับการโยกย้ายอดีต. *TAT Review 4, 1*(January-March 2018), 6-13.
- โชติรส แฉ้วศรี. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ และตลาดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. (ภาคนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนิตา ภูมิไพบูลย์. (2551). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและทัศนคติในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบุญ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชุมชนและชนบท

มหาวิทยาลัยมหิดล.

ณภัทร ขุนทรง. (2558). ตลาดน้ำขวัญเรียมกับการท่องเที่ยว. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต),

สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทองดี กุศลัทธราภา. (2561) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2561.

ธนิช เลิศชาญฤทธิ. (2544) การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร
(องค์การมหาชน).

นพรัตน์ ศุทธิถิตถ. (2555). รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน.

(วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต), สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

นภดล ภาคพรต. (2548) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในเอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล

หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (หน่วยที่ 2). นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

บุญเรือน ทวีสมบัติ. (2563) คนในชุมชนบ้านบุ. สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2563.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย.

ประภารัตน์ รัตนพิทักษ์. (2563) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2563.

ประสิทธิ์ อรรถเจริญวงศ์. (2563) เสมียนประจำศาลเจ้าปูนเล่ากง. สัมภาษณ์ 8 กุมภาพันธ์ 2563

พจนีย์ มณีวัชรังสี. (2563) คนในชุมชนบ้านบุ. สัมภาษณ์ 8 กุมภาพันธ์ 2563

พระเทพสุวรรณเมธี. (2563) เจ้าอาวาสวัดสุวรรณารามราชวรวิหาร. สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2563.

พระมหาปกรณ์ กิตติธโร. (2556). วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร. กรุงเทพฯ อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับ
ลิชชิ่ง.

พิชิต บุญจินต์. (2561, 2563) คณะกรรมการตลาดน้ำ และอดีตประธานตลาดไร่คาน. สัมภาษณ์ 3

มิถุนายน, 8 กรกฎาคม 2561 และ 9 มีนาคม 2563.

พิมพ์ระวี วิจารณ์รุ่งสัจด์. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

พิศงาม ชันธุ์หิรัญ. (2561) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์ 1 กรกฎาคม 2561.

เพ็ญศรี บุญสมเชื้อ. (2561) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2561

มณีวรรณ ผิวนิม และคณะ. (2546). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนาการและผลกระทบ
ของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนกองทุนการ
วิจัย.

- มนต์ชัย สี่ทองวน. (2561) ผู้บริหารตลาดน้ำ@บางกอกน้อย. สัมภาษณ์ 3 มิถุนายน และ 8 กรกฎาคม 2561.
- มนต์พร มุ่นพราย. (2563) ผู้ค้าในตลาดน้ำ. สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2563
- มูลนิธิที่เอมบีเพื่อจุดประกายเยาวชน, เข้าถึงได้จาก www.tmbfoundation.or.th เข้าถึงเมื่อ 30 กรกฎาคม 2561
- เมตตา เสลานนท์. (2563) เจ้าของกิจการการทำขันลงหิน. สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2563.
- เมตตา นิรัตน์ตระกูล. (2561) คนในชุมชนบ้านบุ. สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2561.
- ระพีพัฒน์ เกษโกศล. (2563) อดีตเลขาธิการเครือข่ายการท่องเที่ยวภาคประชาสังคม. สัมภาษณ์ 5 มิถุนายน 2563.
- ราตรี โตเฟ่งพัฒน์. (2543). ตลาดน้ำ : วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง. กรุงเทพฯ กรมศิลปากร.
- วิภาภรณ์ ทรัพย์คงทน. (2563) คนในชุมชนบ้านบุ. สัมภาษณ์ 10 กุมภาพันธ์ 2563.
- วีณา เขี่ยมประไพ. (2550). รายงานการวิจัย วิถีชีวิตชุมชนคลองบางกอกน้อย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- แววตา ธนกาญจน์. (2563) ผู้ค้าตลาดน้ำ. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2563.
- ศิริดา เทียรเดช. (2555). ภูมิปัญญาแผนโบราณของร้านสงวนไอสถ. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภชัย พักฟูญาติ. (2563) ครูกระบี่กระบอง. สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2563.
- สำรวย วาจาเสนาะ. (2563) ช่างทำขันลงหิน. สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2563.
- สินธุ์ สโรบล และคณะ. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์ในพื้นที่ภาคเหนือ . เชียงใหม่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุนันท์ ญาณสุภาพ. (2563) ช่างทำขันลงหิน. สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2563.
- สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และคณะ. (2550). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนในชุมชนบ้านบุและพื้นที่เกี่ยวเนื่อง. กรุงเทพฯ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ร่วมกับคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์. (2563) ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น. สัมภาษณ์ 20 มิถุนายน 2563
- สุนงษา เหล่าตระกูล. (2563) ร้านยาแผนโบราณสงวนไอสถ. สัมภาษณ์ 8 กุมภาพันธ์ 2563.
- อภิศิษฏ์ ลิมสุชะกร. (2563) ประธานชุมชนบ้านบุ. สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2563.
- อรนุช มณีวัชรรังสี. (2562) คนในชุมชนบ้านบุ. สัมภาษณ์ 29 กันยายน 2562.

อุดม ชันธิรัญญ. (2563) เจ้าของกิจการบ้านบุ คอลเลคชั่น สแตนเลส. สัมภาษณ์ 6 กุมภาพันธ์ 2563.

อุดม เขยกีวงค์. (2552a). ตลาดเก่า ๕๐-๒๐๐ ปี. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

อุดม เขยกีวงค์. (2552b). ตลาดน้ำ : วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญา
สร้างสรรค์.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นิภาดา พลายศรี
วัน เดือน ปี เกิด	21 ตุลาคม 2527
สถานที่เกิด	สุพรรณบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	164 หมู่ที่ 11 ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี 72110

