

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน

ศุภสิทธิ์ ศิริสวัสดิ์*

รองศาสตราจารย์ พิพัฒน์ ไทยอารี**

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวนทั้งหมด 102 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะสอบถามผู้ที่มาซื้อสินค้า และบริการที่ตลาดน้ำตลิ่งชันที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ T-test และ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศชาย ร้อยละ 56 และเพศหญิง ร้อยละ 44 ช่วงอายุที่มากที่สุด 20 - 35 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และ 35 ปีขึ้นไปจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ด้านรายได้/เดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 10,000 - 15,000 บาทจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และ 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 สุดท้ายคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และ เอกชน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยรวมอยู่ในระดับ มาก (3.98) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านพึงพอใจกับคุณภาพของสินค้า เช่น ขนมไทย อาหารไทย อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด (4.26) รองลงมาคือ ท่านพึงพอใจกับคุณภาพของบริการ

* นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

** ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

เช่น บริการนวดฝ่าเท้า ทวีร์ล่องเรือ อยู่ในระดับมาก (4.16) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีความสะอาด อยู่ในระดับมาก (3.79)

ด้านราคา (Price) โดยรวมอยู่ในระดับ มาก (3.85) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันได้แก่ ราคาของสินค้าและบริการถูกกว่าเมื่อเทียบกับตลาดน้ำอื่น ราคาของสินค้าและบริการมีราคาคงที่ไม่ปรับตามเทศกาล และสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ อยู่ในระดับมาก (3.87) รองลงมา คือ ราคาของสินค้าและบริการถูกกว่าเมื่อเทียบกับตลาดน้ำอื่น อยู่ในระดับมาก (3.81)

ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) โดยรวมอยู่ในระดับ มาก (3.77) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันได้แก่ ด้านการเดินทางมาตลาดน้ำตลิ่งชันมีความสะดวก/ มีป้ายบอกทางชัดเจน และสภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา สะอาด อยู่ในระดับมาก (3.82) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากันได้แก่ สภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา เพียงพอต่อความต้องการ และสภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา สะดวกต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมาก (3.71)

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยรวมอยู่ในระดับ มาก (3.80) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พ่อค้า/แม่ค้ามีการใช้เสียงตะโกนเพื่อดึงดูดความสนใจ อยู่ในระดับมาก (3.85) รองลงมาคือ ท่านพบเห็นการโฆษณาของตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในระดับมาก (3.83) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากันคือ พ่อค้า/แม่ค้ามีการแถมสินค้าให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก อยู่ในระดับมาก (3.74)

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสมัยพลตรีจำลอง ศรีเมือง เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้มีนโยบายให้สำนักงานเขตตลิ่งชันจัดสร้างตลาดน้ำตลิ่งชันโดยมีนายประชุม เจริญลาภ ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันเป็นผู้รับนโยบายและทำโครงการพัฒนาตลาดน้ำหน้าสำนักงานเขตตลิ่งชันขึ้นเมื่อปลายปี พ.ศ. 2530 เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อมาในปี 2541 เรืออากาศโทอิรวาสส์ ปัทมะสุคนธ์ ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันได้ดำเนินการพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำขึ้นใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งอนุรักษ์ให้เป็นของดีของเขตตลิ่งชัน และในปีพ.ศ.2545 นายศิริวัฒน์ สุวรรณภาส ผู้อำนวยการเขตตลิ่งชันได้ดำเนินการปรับปรุงตลาดน้ำเพิ่มเติมจากเดิม โดยได้ดำเนินการปรับปรุงลานจอดรถเพิ่มขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกมากขึ้น ปรับปรุงประชาสัมพันธ์ด้านสื่อต่างๆ และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน

ณ ปัจจุบันตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นที่รู้จักกันดีของคนในละแวกนั้น และผู้ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดที่ตั้งอยู่บนบกแต่ก็เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเนื่องจากแพร้านอาหารในน้ำ ที่มีอาหารสดให้เลือกรับประทานมากมายหลายชนิด ประกอบกับระหว่างรับประทานอาหารก็จะมีวงดนตรีไทยคอยบรรเลงเพลงต่าง ๆ ซึ่งทำให้สามารถสัมผัสกับ

บรรยากาศแบบไทย ๆ และวิถีชีวิตริมน้ำได้เป็นอย่างดี จุดเด่นอีกอย่างของตลาดน้ำตลิ่งชัน คือ ความหลากหลายของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นผัก ผลไม้นานาชนิด พันธุ์ไม้ดอกไม้ผลต่าง ๆ ขนมไทย และเทศกาลประเพณี นอกจากนี้ยังมีบริการเรือนำเที่ยวให้ชมธรรมชาติและวิถีชีวิตริมน้ำ อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

3. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำตลิ่งชัน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ของท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด หรือ 4P's ของ ฟิลิปส์ คอทเลอร์

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ราคา (Price)

การจัดจำหน่าย (Place)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลในช่วงระหว่าง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 102 ฉบับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกข้อมูลเอง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ได้แยกการวิเคราะห์เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นได้แก่ค่าสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ T-test และ F-test

6. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 20 – 35 ปี รายได้/เดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 15,001 – 25,000 บาท และส่วนมากประกอบ อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ท่านพึงพอใจกับคุณภาพของสินค้า เช่น ขนมไทย อาหารไทย อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านพึงพอใจกับคุณภาพของบริการ เช่น บริการนวดฝ่าเท้า ทัวร์ล่องเรือ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีความสะอาด อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา

พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันได้แก่ ราคาของสินค้าและบริการถูกกว่าเมื่อเทียบกับตลาดน้ำอื่น ราคาของสินค้าและบริการมีราคาคงที่ไม่ปรับตามเทศกาล และสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ราคาของสินค้าและบริการถูกกว่าเมื่อเทียบกับตลาดน้ำอื่น อยู่ในระดับมาก

ด้านช่องทางการจำหน่าย

พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันได้แก่ ด้านการเดินทางมาตลาดน้ำตลิ่งชันมีความสะดวก/ มีป้ายบอกทางชัดเจน และสภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา สะอาด อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากันได้แก่ สภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา เพียงพอต่อความต้องการ และสภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา สะดวกต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นโดยภาพรวมในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ พ่อค้า/แม่ค้ามีการใช้เสียงตะโกนเพื่อดึงดูดความสนใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ท่านพบเห็นการโฆษณาของตลาดน้ำตลิ่งชัน อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากันคือ พ่อค้า/แม่ค้ามีการแถมสินค้าให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก อยู่ในระดับมาก

7. การอภิปรายผล

จากการวิจัย แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้วิจัยพบประเด็นดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่านักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โดยรวมมาก อาจเนื่องมาจากร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงมีคุณภาพ และความสะอาด อีกทั้งยังมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด เช่น ขนมไทย อาหารไทย อาหารแห้ง อาหารสด ผลไม้ พันธุ์ไม้ ประกอบกับมีการบริการมากมาย เช่น นวดฝ่าเท้า ทัวร์ล่องเรือจึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวมมาก

ด้านราคา

พบว่านักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โดยรวมมาก อาจเนื่องมาจาก ราคาของสินค้าและบริการถูกกว่าเมื่อเทียบกับตลาดน้ำอื่น รวมถึงราคาของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม และไม่ปรับราคาตามเทศกาล อีกทั้งยังสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวมมาก

ด้านช่องทางการจำหน่าย

พบว่านักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โดยรวมมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการเดินทางมายังตลาดน้ำตลิ่งชันไม่สะดวกสบาย และป้ายบอกทางอาจไม่ชัดเจน รวมถึงมีสถานที่จอดรถน้อย และสภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา ไม่สะดวกต่อการใช้งาน หรือเพียงพอต่อความต้องการมากเท่าที่ควร จึงทำให้ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการส่งเสริมการขาย

พบว่านักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น โดยรวมมาก อาจเนื่องมาจากพ่อค้า/แม่ค้ามีการใช้เสียงตะโกนเพื่อดึงดูดความสนใจ และมีสินค้าให้ทดลองชิม รวมถึงมีการแถมสินค้าให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น โดยรวมมาก

8. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นในภาพรวมและในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านสินค้า ควรสร้างสินค้าที่มีความแปลกใหม่ และสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตลาดน้ำได้รวมถึงไม่สามารถหาซื้อได้จากตลาดน้ำอื่น ด้านบริการควรเพิ่มโฮมสเตทหรือโรงแรมที่พัก เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย และทำถึงมากยิ่งขึ้น

ด้านราคา

ควรมีการตั้งราคาของสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับช่วงสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด ไม่ควรให้พ่อค้าหรือแม่ค้า ขึ้นราคาในระดับที่แพงเกินไป การตั้งราคาควรมีมาตรฐานเดียวกัน และมุ่งสร้างภาพลักษณ์ในด้านสินค้าที่มีราคาถูก และราคาสามารถยืดหยุ่นได้ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อไป

ด้านช่องทางการจำหน่าย

ควรมีการเพิ่มเส้นทางในการเดินทางมายังตลาดน้ำตลิ่งชันให้มากยิ่งขึ้น เพิ่มป้ายบอกทาง และสถานที่จอดรถ รวมถึงจัดพนักงานคอยดูแลความสะอาดของสภาพห้องน้ำ-ห้องสุขา ให้สะดวกต่อการใช้งาน และเพิ่มห้องน้ำ-ห้องสุขาให้เพียงพอต่อความต้องการ สุดท้ายอาจมีการจัดสรรพื้นที่สำหรับที่ทิ้งขยะ ให้มากกว่าเดิม

ด้านการส่งเสริมการขาย

ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวตลาดน้ำมากยิ่งขึ้น เช่น การลดแลกแจกแถม และการเพิ่มสินค้าเฉพาะฤดูกาล พร้อมทั้งจัดโปรโมชั่นตามช่วงเวลาเทศกาลต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ทำให้ทราบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนและพัฒนาส่งเสริมให้มีการพัฒนาที่ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงความคิดเห็นของพ่อค้า/แม่ค้า เพื่อสร้างความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และทำให้มีมุมมองในการพัฒนาที่แตกต่าง และกว้างขึ้น โดยอาจการสัมภาษณ์เป็นอีก 1 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เดชา จิรวัดน์สถิตย์. (2549). *พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาด*

น้ำตลิ่งชัน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ ปานปรีดา. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทัวร์คลองของ*

นักท่องเที่ยว ณ บริเวณตลาดน้ำตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญา

โทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- อภิญา พัดพาดิ. (2543). ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
แมหวาง. ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดนี้มีแต่ของอร่อย. สืบค้นเมื่อ 15 ม.ค. 58 จาก
<http://travel.truelife.com/detail/2895373>
- iHotel Marketer. 7P's ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. สืบค้นเมื่อ 10 ก.พ. 58
จาก
[http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=301:
7ps-service-marketing-mix&Itemid=360](http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=301:7ps-service-marketing-mix&Itemid=360)
- Johnny Bee, ตลาดน้ำตลิ่งชัน. สืบค้นเมื่อ 20 ม.ค. 58 จาก
<http://www.thai-tour.com/attraction>
- nanosoft. หลักการตลาด 4P. สืบค้นเมื่อ 12 ก.พ. 58 จาก
<http://nanosoft.co.th/maktip01.htm>
- Narujak. ส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix). สืบค้นเมื่อ 20 ก.พ. 58 จาก
<http://www.oknation.net/blog/Narujakonline/2009/02/22/entry-1>
- Paiduaykan. เที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ย้อนอดีตชุมชนริมคลองบางหลวง. สืบค้นเมื่อ 15 ม.ค. 58
จาก <http://www.paiduaykan.com/travel/bkkonedaytrip>