นอกชุมชนเพราะต้องการสร้างโอกาสในชีวิตแก่พวกเขา โดยเชื่อว่าลูกหลานจะสบายไม่ต้องทำงานหนักเช่นงานในสวนในไร่ และอีกทั้งยังอันตรายไม่เพราะการปาดตาลต้องปีนป่ายต้นมะพร้าวและมีโอกาสเสี่ยงพลัดตกได้ การขยายตัวของระบบอุตสาหกรรมสอดคล้องกับการขยายตัวของการศึกษาที่ได้ผลิตสร้างแรงงานรองรับการขยายตัวดังกล่าว ดังนั้นคนในชุมชนรุ่นหนุ่มสาวจึงออกไปทำงานในโรงงานมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะมองว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้แน่นอนและเสี่ยงน้อยกว่า อีกทั้งยังไม่ต้องลงทุนเองรวมทั้งต้องแบกรับความเสี่ยงในการลงทุนงานอาชีพของคนในชุมชนก็ค่อยๆเปลี่ยนแปลงไปเข้าสู่อุตสาหกรรมมากขึ้น สวนมะพร้าวก็ค่อยๆลดความสำคัญลง

2) การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชน

การพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอาศัยพื้นฐานของการมีตลาดน้ำในชุมชนเป็นจุดศูนย์กลางของการพัฒนาทั้งนี้ความพยายามในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานของชุมชน (community based tourism) มีรากฐานมาจากความสัมพันธ์ในชุมชน หรืออีกนัยหนึ่งทุนทางสังคม (social capital) ที่มีลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันรวมทั้งยังมีความสัมพันธ์ในเชิงเครือญาติด้วย ซึ่งตามแนวคิดของ Woolcock เรียกว่า ทุนทางสังคมที่เกิดจากความผูกพัน (bonding social capital) ซึ่งแสดงนัยของความสัมพันธ์ระหว่างคนที่คล้ายคลึงกันในสถานการณ์ที่เหมือนกัน เช่น คนในครอบครัวโดยตรง เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน ทั้งนี้นอกจากความผูกพันในฐานะเครือญาติแล้ว ขณะเดียวกันวิถีในการดำรงชีวิตก็คล้ายคลึงกัน (Woolcock, 2001: 13-14) ดังนั้นการช่วยเหลือเกื้อกูลเอาแรงกันเช่นในการเตรียมพื้นที่ โกยดิน ขุดคู ยกร่องสวน เก็บผลผลิต จึงเกิดขึ้นในชุมชนนี้ เมื่อช่วยเหลือกันแล้วก็จะมีการตอบแทนโดยเจ้าภาพทำอาหารเลี้ยงโดยมีขนมลอดช่องน้ำกะทิที่ใช้น้ำตาลมะพร้าวจากชุมชนเป็นส่วนประกอบ นอกจากนี้การเอาแรงในชุมชนยังรวมไปถึงการผลัดกันเคี่ยวน้ำตาลโดยทำความตกลงระหว่างกัน ทั้งนี้ความสัมพันธ์ยังมีลักษณะของเครือข่าย (networking) ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือกันของคนในอันที่จะพัฒนาชีวิตของพวกเขา ซึ่งความสัมพันธ์นี้หากมองในเชิงเศรษฐศาสตร์แล้วคือ ความสัมพันธ์ในรูปของผลประโยชน์

การเริ่มต้นของการพัฒนาตลาดน้ำในชุมชนย่ำรุ่งเกิดขึ้นจากวิถีการทำมาหากินของชุมชนในยุคสวนผักจึงมีการพยายามนำเรือบรรทุกพืชผักไปเร่ขายในที่ห่างไกลชุมชนและเมื่อผลผลิตมีมากขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าขายในชุมชน ผู้นำชุมชนในช่วงนั้นจึงได้ชักชวนชาวบ้านจากที่อื่นมาแลกเปลี่ยนค้าขายกับคนในชุมชนซึ่งนับย้อนไปได้มากกว่าแปดสิบปี ตลาดน้ำชุมชนที่เกิดขึ้นจึงเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นจากการนัดหมายพบปะกันระหว่างพ่อค้าแม่ค้าเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้ากัน ชาวบ้านมักจะเรียกติดปากว่า “ไปนัด” เช่น ปลาเค็ม กะปิ น้ำปลา มาแลกกับแตงกวา หรือผักอื่นๆ ตลาดช่วงนั้นมีเรือมารวมกันมากเวลาพายเรือกราบเรือถึงกับกระทบกัน ชาวบ้านคนหนึ่งอายุประมาณเจ็บสิบปีเล่าถึงบรรยากาศขณะนั้นว่ามีเรือเบียดเสียดนับพันลำ ความยาวของตลาดนั้นยาวเป็นหลักกิโลเมตร ผู้คนที่มาตลาดทักทายพูดคุยกันดูแล้วสนุกสนาน ชาวบ้านตั้งหน้าตั้งตารอคอยมาตลาดตามวันเวลาที่กำหนดไม่เพียงแต่แลกของแต่เพราะได้พบปะพูดคุยกัน โดยชาวบ้านอาศัยวันและเวลาน้ำขึ้นน้ำลงในคลองเป็นเกณฑ์ในการกำหนดวันนัด เรียกตามภาษาชาวบ้านว่าน้ำเป็นน้ำตาย