

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และ สังคมโดยรวมของหลายประเทศทั่วโลกมาอย่างต่อเนื่อง เป็นอุตสาหกรรมด้านการผลิตสินค้าประเภทการบริการที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและสร้างรายได้ทั้งภายในและนำรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมหาศาล ทั้งยังช่วยลดปัญหาการว่างงาน ช่วยกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากความแตกต่างในรายได้ของประชาชนให้น้อยลงได้ เพราะการท่องเที่ยวกำลังกลายเป็น โอกาสให้กับคนในทุกชุมชน ทั้งคนเมืองและคนในท้องถิ่นชนบทที่ห่างไกลในทุกภาคส่วนมากยิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวนั้น ทำให้เกิดประโยชน์และผลดีทั้งในด้านการสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้สู่ชุมชน จากการพัฒนาดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและซื้อผลผลิตทางการท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ตามภูมิภาค และท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น หลายประเทศจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยด้านการท่องเที่ยวตลอดจนทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั่วโลก

ในประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยในด้านเศรษฐกิจนั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นจาก 285,272 ล้านบาท ในปี 2543 เป็น 776,217 ล้านบาท ในปี 2554 คิดเป็นประมาณร้อยละ 7.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) หรือประมาณร้อยละ 22.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในส่วนของการบริการ (สำนักแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

ตารางที่ 1.1 สรุปจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2550–2558 (ม.ค.–ธ.ค.)

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ		รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	% $\Delta$	จำนวน (ล้านบาท)	% $\Delta$
2550	14,464,228	+4.65	547,781.81	+ 13.57
2551	14,584,220	+0.83	574,520.52	+ 4.88
2552	14,149,841	-2.98	510,255.05	- 11.19
2553	15,936,400	+12.63	592,794.09	+ 16.18
2554	19,230,470	+20.67	776,217.20	+ 30.94
2555	22,353,903	+16.24	983,928.36	+26.76
2556	26,546,725	+18.76	1,207,145.82	+22.69
2557	24,809,683	-6.54	1,172,798.17	-2.85
2558 (ม.ค.-ธ.ค.)P	29,881,091	+20.44	1,447,158.05	+23.39

หมายเหตุ. P เป็นข้อมูลเบื้องต้น

ที่มา: สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว ธันวาคม 2558. กรมการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศในทั่วทุกภาค เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวกระจายอยู่ทุกพื้นที่ของประเทศ ในด้านสังคมและวัฒนธรรม ช่วยลดปัญหาการว่างงาน และช่วยแก้ปัญหาความยากจน โดยจากการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามชนบทหรือท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกล ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีโอกาสได้รับความสะดวกสบายและบริการต่าง ๆ จากทั้งภาครัฐและการลงทุนของเอกชน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยกระตุ้นให้บุคคลในท้องถิ่นเกิดความสามัคคีเพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นตนเอง ในด้านสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีการสร้างความตระหนักและรณรงค์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เป็นประโยชน์หลายประการ อาทิ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น (เลิศพร ภาระสกุล, 2555) รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับการจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการ

ท่องเที่ยวสูง ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2539) จึงมีการกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค อีกทั้งการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองและการบริการซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อันเกิดจากผลด้านการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมาก โดยในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ประเทศไทยจำนวน 19,230,470 คน (เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 20.67) โดยเป็นนักท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคอาเซียนประมาณ 5.7 ล้านคน (เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ร้อยละ 24.42) และจากการจัดอันดับความสามารถด้านการแข่งขันและการท่องเที่ยวของ World Economic Forum (WEF) ปี 2554 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 41 จาก 139 ประเทศทั่วโลก และอันดับ 10 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

จากบทเรียนของการพัฒนาประเทศของรัฐบาลไทย โดยโครงการพัฒนาหลายโครงการเป็นโครงการที่ดีแต่ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากมองที่โครงการเป็นตัวตั้งโดยไม่ได้มองที่ประชาชน ดังนั้นการให้บทบาทและความสำคัญแก่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืน จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในปี พ.ศ. 2522 ได้มีการออกพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้เป็นองค์กรรับผิดชอบการท่องเที่ยวโดยตรง และได้มีการจัดตั้งสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ในช่วงเดียวกัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 รัฐบาลได้จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการพัฒนาและออกกฎหมายควบคุมด้านการท่องเที่ยว เริ่มจากปี 2544 ซึ่งเป็นช่วงการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ รัฐบาลสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือนธันวาคม 2544 ได้จัดตั้งสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคเอกชนทั้งหมด ในปี 2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดสรรงบประมาณ กว่า 6,000 ล้านบาทเพื่อกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวโดยเปิดโครงการ “เที่ยวไทยไปได้ทุกเดือน” มีจุดเด่นของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะจัดขึ้นตลอดทั้งปี พ.ศ. 2545 เป็นจุดขาย โดยมีการจัดกิจกรรมและพัฒนางานเทศกาล ออกมาเสนอขายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับแคมเปญโฆษณา อะเมซิ่งไทยแลนด์ ทั่วประเทศ และ บีมายเกสต์ จนถึงปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลประกาศปีท่องเที่ยวไทยให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ทั้งยังเป็นการสนับสนุนและกระตุ้นให้คนไทยเกิดค่านิยมในการท่องเที่ยวภายในประเทศ อันจะก่อให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่างๆ และป้องกันการ

รั่วไหลของเงินออกไปยังประเทศอื่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กับการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่สกัดจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 8-11 ซึ่งแนวโน้มทางการตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปยังชุมชนที่มีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นน่าเข้าไปท่องเที่ยวศึกษา เน้นย้ำให้เกิดการตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ผนวกกับกระแสความนิยมของความต้องการย้อนกลับไปรำลึกอดีต หรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต” (Nostalgia Tourism) การได้เข้าไปสัมผัสกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน อยู่กับธรรมชาตินั้นจึงมีมากขึ้น ซึ่งจากการจำแนกจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยวของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีต สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นในชนบท ส่วนใหญ่ถูกจัดไว้ในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง โดยเฉพาะ “ตลาดน้ำ”

ตลาดน้ำจึงมีเพียงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญเท่านั้น หากแต่ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แสดงให้เห็นถึงความเป็นมาของวิถีชีวิตที่มีเสน่ห์ ความเป็นไทยของคนในสมัยก่อนที่ผูกพันกับสายน้ำตลอดมา โดยเฉพาะการตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยที่นิยมการตั้งบ้านเรือนตามแหล่งน้ำลำคลอง ตลาดน้ำเป็นศูนย์รวมของผู้คนในสมัย ทั้งยังใช้เป็นสถานที่พบปะ แลกเปลี่ยนและซื้อขายสินค้า รวมถึงผลิตผลการเกษตรและหัตถกรรมต่างๆ ดังนั้น ภาพการใช้ชีวิตในอดีตจึงได้ถูกนำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถที่จะทำการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน อีกทั้งยังชนบธรรมเนียม ประเพณี โบราณสถานและโบราณวัตถุต่าง ๆ ที่คงามไว้ให้คงอยู่ยั่งยืนถึงรุ่นลูกหลานในอนาคต (สุมนหา หลบภัย, 2543)

ตลาดน้ำนครรังสิตตั้งอยู่ริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ คลอง 1 (ชาวบ้านและคนทั่วไปนิยมเรียกสั้น ๆ ว่า ตลาดน้ำรังสิต คลอง 1) ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เดิมมีชื่อว่าตลาดน้ำเมืองรังสิต เป็นตลาดน้ำแห่งแรกริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ และเป็นหนึ่งในโครงการฟื้นฟูตลาดน้ำและตลาดริมน้ำทั้ง 37 แห่ง ตามแผนพัฒนาและฟื้นฟูตลาดน้ำทั่วประเทศของรัฐบาลในปี พ.ศ. 2552 เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (มดิชนกรูป, 2558) สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นตลาดน้ำแห่งแรกริมคลองรังสิตที่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น โดยเทศบาลเมืองรังสิตในสมัยนั้นเป็นผู้จัดตั้งขึ้นและเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งในห้วงระยะแรกนั้นมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์มี

นักท่องเที่ยวเข้าไปเดินจับจ่ายซื้อของสินค้าพื้นเมือง และสินค้าโอท็อป (OTOP) ทานอาหารที่ขึ้นชื่อเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น “ก๋วยเตี๋ยวเรือถ้วยกะลา” และชมกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว แต่ภายหลังอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2554 ได้มีการฟื้นฟูเมืองและแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอีกครั้ง แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยัง “ตลาดน้ำนครรังสิต” มีจำนวนลดน้อยลงไปมาก เทศบาลนครรังสิตจึงได้มีแผนนโยบายการพัฒนา การจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวของ “ตลาดน้ำนครรังสิต” เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์ไว้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุที่ตลาดน้ำแต่ละแห่งจะมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ และจากผลงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในมิติที่เหมือนและแตกต่างกันออกไป โดยที่ยังไม่มีผู้ใดศึกษาตลาดน้ำนครรังสิตในมิติที่เกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นรูปแบบเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ โดยหลักการสำคัญคือ กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของทุกฝ่าย รวมถึงประชาชนและชุมชนในระดับต่าง ๆ และการได้รับประโยชน์ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวชีวิตที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต
2. ศึกษาปัจจัยทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม
3. ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต
4. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิต
5. เสนอแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

## 1.3 ตัวแปรในการวิจัย

1.3.1 ตัวแปรที่ใช้ในเชิงคุณภาพ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต โดยตัวแทนภาครัฐ ได้แก่ นายกเทศมนตรีนครรังสิตหรือตัวแทน ปลัดเทศบาลนครรังสิตหรือตัวแทน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ดูแลตลาดน้ำนครรังสิต และนักพัฒนาการ

ท่องเที่ยว ตัวแทนภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ผู้นำชุมชน และปราชญ์ท้องถิ่น และชุมชน/ประชาชนในท้องถิ่น โดยเป็นผู้เสนอความคิดเห็นด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรม ด้านปัจจัยทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต

### 1.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในเชิงปริมาณ คือ

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่พำนักอาศัย
- 2) ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านความมีคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

## 1.4 คำถามการวิจัย

- 1) คุณค่าและมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตมีความเป็นมาอย่างไร
- 2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตมีอะไรบ้าง
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ควรจะต้องเข้ามามีบทบาทอย่างไรบ้างในการจัดการ ชุมชนควรมีบทบาทมากน้อยเพียงใดในการมีส่วนร่วม เพื่อที่จะทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเกิดความสมบูรณ์
- 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอย่างไรต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิต
- 5) แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตควรเป็นอย่างไร

## 1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของงานวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

### 1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ พื้นที่ที่ใช้ศึกษาวิจัย คือ ตลาดน้ำนครรังสิต ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี และพื้นที่ที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย พื้นที่บริเวณตลาดน้ำ

นครรังสิต และส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ เทศบาลนครรังสิต และชุมชน/ประชาชน ในเขตเทศบาลนครรังสิต เป็นต้น

### 1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิต ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาในองค์ประกอบหลักของเนื้อหาที่สำคัญต่อพื้นฐานการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต รวมถึงสิ่งบ่งบอกถึงการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่ปรากฏให้เห็นในด้านต่าง ๆ โดยศึกษาจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ทั้งหนังสือ ตำรา งานวิจัย การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ เช่น เว็บไซต์ของเทศบาลนครรังสิต ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุและปราชญ์ท้องถิ่น และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) เป็นต้น ศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม 6 ด้าน คือ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคม และวัฒนธรรม ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรม และด้านการวางแผนการจัดการ การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) กับตลาดน้ำนครรังสิต เพื่อกำหนดแนวทาง และข้อเสนอแนะที่สำคัญต่อการพัฒนาและอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยภาพรวม ศึกษาความคิดเห็นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากตัวแทนทั้งภาครัฐ โดยเทศบาลนครรังสิต ภาคเอกชนโดยผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น และชุมชน/ประชาชนในท้องถิ่น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) กับตลาดน้ำนครรังสิต เพื่อการพัฒนาและอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนโดยภาพรวมเช่นกัน ตลอดทั้งศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตจากองค์ประกอบ 8 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านความมีคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

### 1.5.3 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาค้นคว้านี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ผสมผสานกันทั้ง 2 แบบ คือเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และประชากรที่เกี่ยวข้องในเชิงคุณภาพคือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลการท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ประกอบด้วย ภาครัฐ ได้แก่ นายกเทศมนตรีนคร

รังสิตหรือตัวแทน ปลัดเทศบาลนครรังสิตหรือตัวแทน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ดูแลตลาดน้ำ นครรังสิต และนักพัฒนาการท่องเที่ยว ภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณพื้นที่ตลาด น้ำนครรังสิต ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น ภาคชุมชน/ประชาชน คือ ชุมชน ชาวบ้าน ที่อาศัยอยู่ รอบบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต โดยแบ่งกลุ่มประชากรผู้ให้ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาครัฐ คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วน เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ได้แก่ นายกเทศมนตรีนครรังสิต หรือตัวแทน ปลัดเทศบาลนครรังสิตหรือตัวแทน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ดูแลตลาดน้ำนคร รังสิต และนักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 4 คน

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการร้านค้า ในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน

กลุ่มที่ 3 ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น โดยทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและปราชญ์ ท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน

กลุ่มที่ 4 ภาคชุมชน/ประชาชน โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาคประชาชน คือ กลุ่ม ชุมชน ชาวบ้าน/ประชาชนที่อาศัยบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน

ประชากรผู้ตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณ

คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ตำบล ประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี รวมถึงนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียง ตลาดน้ำนครรังสิต และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากพื้นที่อื่น และจังหวัดอื่น ๆ โดยกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่ง ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต
2. ทำให้ทราบปัจจัยทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม
3. ทำให้ทราบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต
4. ทำให้ทราบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ ตลาดน้ำนครรังสิต
5. ทำให้ทราบแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

6. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะสามารถนำผลจากการวิจัยครั้งนี้ ไปใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอนุรักษ์อย่างยั่งยืนต่อไป

### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเป็นกรอบแนวคิดในเบื้องต้นของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย ดังนี้

**นักท่องเที่ยว (Tourist)** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต และร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินดูและชื่นชมสถานที่ท่องเที่ยว ชมและชิมการสาธิตการทำอาหาร เลือกซื้อสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) การรับประทานอาหารประจำถิ่น ฟานักในพื้นที่ ร่วมสนทนาหรือทำกิจกรรมกับคนในท้องถิ่น และใช้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต

**แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource)** หมายถึง พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือน และเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก

**สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Attraction)** หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น (2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

**ตลาดน้ำ (Floating Market)** หมายถึง ตลาดน้ำนครรังสิต ตั้งอยู่ริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ คลอง 1 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวรังสิตตลอดจนผู้สัญจรไปมา เป็นตลาดที่มีการค้าขายในเรือ แพ ริมคลอง จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) และอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น

**แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว** (Guidelines for Tourism Resource Development) หมายถึง ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางในการวางแผนการพัฒนาและการปรับปรุงให้กับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ในมิติของศักยภาพชุมชน ศักยภาพพื้นที่ การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมและกิจกรรมของชุมชนที่เป็นประโยชน์ร่วมกันเพื่อความยั่งยืน

**แหล่งท่องเที่ยวชุมชน** (Community-Based Tourism Resource) หมายถึง พื้นที่ที่คนในชุมชนมีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของคนในชุมชน ขณะเดียวกันในชุมชนเองมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ในที่นี้คือพื้นที่บริเวณตลาดน้ำนครรังสิต

**การท่องเที่ยวโดยชุมชน** (Community-Based Tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ร่วมกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทสำคัญในการเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยยึดองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน (1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (2) องค์กรชุมชน (3) การจัดการ (4) การเรียนรู้

**การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน** (Sustainable Tourism Development) หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน สร้างจิตสำนึกรักและความผูกพันของคนในชุมชนท้องถิ่น มีกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน โดยเน้นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน ไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรของตนเอง ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่คนในชุมชนจะต้องมีสิทธิเลือกได้ว่าต้องการให้ทรัพยากรของตนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่และควรมีรูปแบบเช่นไร

**ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง** (Stakeholders) หมายถึง เทศบาลนครรังสิต องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผู้ประกอบการร้านค้า ชุมชนและชาวบ้าน ที่มีส่วนในการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน

**การอนุรักษ์อย่างยั่งยืน** (Conservation for Sustainable) หมายถึง การร่วมมือกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการ การดูแล การป้องกัน การบำรุงรักษา การปรับปรุงแก้ไขทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ให้คงอยู่คู่ชุมชนท้องถิ่น มีคุณค่าน่าหวงแหน นำมาซึ่งความสนใจทางการท่องเที่ยว โดยให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อคนหมู่มาก และสืบเนื่องต่อไปในระยะยาว โดยมีผลกระทบด้านลบน้อยที่สุดจนถึงไม่มีเลย

### 1.8 ข้อจำกัดของการวิจัย

ไม่ทราบข้อมูลสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว “ตลาดน้ำนครรังสิต”