

**แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน**

วิบูลย์ศักดิ์ พิภูด

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**

2559

**Guidelines for Sustainable Development and Conservation of
Cultural Tourism Site on Rangsit Floating Market**

Wiboonsak Pigul

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University**

2016

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
ชื่อผู้เขียน	วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. สุวันชัย หวนนากลาง
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความ เป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต 2) ศึกษาปัจจัยทาง วัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม 3) ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต 4) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแนว ทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิต 5) เสนอแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนคร รังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ในการ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล จำนวน 34 คน และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) มรดกทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตมีคุณค่าและความสำคัญยิ่ง มี การบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่อง กับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการฟื้นฟูและ อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของมรดกทาง วัฒนธรรม สังคม วิถีชีวิตดั้งเดิมของบรรพบุรุษ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่จะช่วยกันอนุรักษ์สืบทอด ต่อไป 2) ตลาดน้ำนครรังสิตมีสิ่งดึงดูดใจทางด้านประวัติศาสตร์ ด้านแหล่งเรียนรู้ทาง ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคม และวัฒนธรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ด้านวัฒนธรรมภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรม และด้านการวางแผนการจัดการส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีการวางแผนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังพื้นที่ตลาด น้ำและพื้นที่เชื่อมโยง 3) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต โดยผู้ที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องเห็นว่า มีการจัดการในด้านต่าง ๆ โดยมุ่งผลประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วน ทำให้ตลาดน้ำนครรังสิตมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ยังเห็นว่าทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะต้องทราบบทบาทในการจัดการเพื่อการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิต และข้อเสนอแนะการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิตในด้านต่าง ๆ อย่างบูรณาการร่วมกัน 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่ง ตามลำดับ ส่วนอีก 1 ด้านเป็นความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาในระดับน้อย คือ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ 5) การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต้องอาศัยแนวทางและหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรจะต้องทราบบทบาทและให้มีการขับเคลื่อนควบคู่กันไปด้วย ควรสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรมีการอบรมให้กับชุมชน ทั้งด้านการสร้างงานสร้างอาชีพ ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

คำสำคัญ: ตลาดน้ำนครรังสิต การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การอนุรักษ์อย่างยั่งยืน

Thesis Title	Guidelines for Sustainable Development and Conservation of Cultural Tourism Site on Rangsit Floating Market
Author	Wiboonsak Pigul
Thesis Advisor	Dr. Suwanchai Hounnaklang
Department	Tourism Management
Academic Year	2015

ABSTRACT

The purposes of the research were : 1) to study the values of cultural, social and cultural heritage background of tourism site on Rangsit Floating Market; 2) to study cultural factors of tourism site on Rangsit Floating Market in the part of cultural attractions to establish guidelines and key recommendations to improve conservation and sustainable tourism; 3) to study the cultural tourism management of Rangsit Floating Market; 4) to study the Thai tourists' opinions on the development and conservation on Rangsit Floating Market. 5) to propose “Guidelines for Sustainable Development and Conservation of Cultural Tourism Site on Rangsit Floating Market”. The samples for this research were 400 Thai tourists that visited the floating market by using the questionnaire and in-depth interviews with 34 involved people. Informants were including interviews and questionnaires. The descriptive statistic used were frequency, mean, percentage and standard deviation. The results were:

1) The cultural heritage of the local people who lived in Rangsit was valuable and very important. There were untold story of the social and human development through historical and the results related to culture, knowledge and values of society, created to inspire the restoration and conservation of tourism site on Rangsit Floating Market for learning the history and background of the cultural heritage, social traditions of their ancestors, to create an awareness that would help preserve the heritage. 2) Rangsit Floating Market had something compelling in history, the resources were historical, ethnic, social and cultural traditions and local culture, the cultural activities and the management plan, promotion of investment, commercial and cultural tourism, with planned operations in various areas, including information on all channels, all of

these were factors that tourists were attracted to visit the Rangsit Floating Market. 3) Stakeholders had the opinions on the management of cultural tourism site on Rangsit Floating Market that there were various ways on managing focusing on the benefit to all sectors of Rangsit area, which made Rangsit Floating Market was important to community's economy, social, cultural and environment, therefore, stakeholders had to be acknowledge of delegate authorized personnel in Managing for the development on Rangsit Floating Market and comment for solving problems in managing of cultural tourism site on Rangsit Floating Market by integrated together. 4) Thai tourists' opinions on the development and conservation of Rangsit Floating Market tourism, in the value of attraction was in the highest level, the second level in 6 aspects, those were the physical environment, the public relations, the conservation of the attractions, culture and way of life, the facility and the access to the source, respectively, and the other side, opinion on the improvement of the low level, that was the economic value added. 5) Development and Conservation of Rangsit Floating Market site to achieve sustainability should rely on guidelines and principles of ecotourism, priority should be given to management in various fields with driving along, the participation of all stakeholders should be created in the development and conservation of the site. The training should be provided to the community, in terms of career building, environmental conservation and the other side constantly, because these will be useful to the community.

Keywords: Floating Market; Sustainable Tourism Development; Conservation for Sustainable

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร. สุวันชัย หวนนากลาง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. อัครวิน แสงพิกุล ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกท่าน รองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เชียง เกาจิต ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำและให้ข้อคิดเห็น ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ และคอยให้กำลังใจผู้วิจัยเป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณท่านประธานและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณธีรวุฒิ กลิ่นกุสม นายกเทศมนตรีเทศบาลนครรังสิต คณะผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่เทศบาลนครรังสิตและสำนักปลัดเทศบาลนครรังสิตทุกท่าน ตลอดจนผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำนครรังสิต และชุมชน/ประชาชน ที่อยู่อาศัยในบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต ที่ให้ความอนุเคราะห์ และกรุณาให้ข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์อย่างยิ่ง ตลอดจนนักท่องเที่ยวทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้อบรมเลี้ยงดู และให้กำลังใจมาโดยตลอด ขอมอบคุณค่าแห่งความสำเร็จในครั้งนี้ให้กับครอบครัวพิกุลทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณแม่สุนารี พิกุล ตลอดจนพี่น้องญาติมิตรที่ผู้วิจัยไม่อาจกล่าวถึงได้ทั้งหมด ที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด มีส่วนร่วมสนับสนุนจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้สนใจเป็นแนวทางการศึกษาต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้

วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ตัวแปรในการวิจัย.....	5
1.4 คำถามการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตงานวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
1.8 ข้อยกเว้นของการวิจัย.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	63
2.3 กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	74
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	76
3.1 ขั้นตอนการศึกษาวิจัย.....	77
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	77
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	79
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	82
3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	83
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	84

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการศึกษา.....	85
5. สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	168
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	168
5.2 ขอบเขตการวิจัย.....	168
5.3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	169
5.4 สรุปผลการวิจัย.....	169
5.5 อภิปรายผลการศึกษา.....	181
5.6 ข้อเสนอแนะ.....	191
บรรณานุกรม.....	197
ภาคผนวก.....	208
ก. แบบสัมภาษณ์.....	209
ข. แบบสอบถาม.....	219
ประวัติผู้เขียน.....	227

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สรุปจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2550 – 2558 (ม.ค. – ธ.ค.).....	2
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามเพศ.....	137
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามอายุ.....	138
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	138
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	139
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามอาชีพ.....	139
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	140
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน.....	140
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว.....	141
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามผู้ร่วมในการเดินทางมาเที่ยว.....	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตโดยจำแนกตามวิธีการเดินทางมาเที่ยว.....	142
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตโดยจำแนกตามผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาเที่ยว.....	143
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตโดยจำแนกตามจุดประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยว.....	143
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตโดยจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว.....	144
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในภาพรวมทั้ง 8 ด้าน.....	145
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม.....	146
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการประชาสัมพันธ์.....	147
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการเข้าถึงแหล่ง.....	147
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ.....	148

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต.....	149
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	150
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ.....	152
4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว.....	153
4.23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังตลาดน้ำนคร รังสิต.....	154

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 พระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ณ ที่ว่าการเมืองชัยภูมิ.....	19
2.2 คลองรังสิตประยูรศักดิ์สมัยก่อน.....	19
2.3 ดวงตราเทศบาลนครรังสิต.....	23
2.4 บริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต ในเขตเทศบาลนครรังสิต.....	24
2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ประเภท.....	29
2.6 องค์ประกอบของกิจกรรม 7 เรื่อง ในกระบวนการจัดการทรัพยากร วัฒนธรรมโดยชุมชน.....	53
2.7 กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	75
4.1 ชุมประตู่ทางเข้าวัดแสงสรรค์และอุโบสถวัดแสงสรรค์.....	101
4.2 อุโบสถวัดเขียนเขต.....	101
4.3 พระพุทธรูปองค์ใหญ่ประทับยืนภายในวัดและประตูทางเข้าวัดมูลจินดาราม	102
4.4 บริเวณด้านหน้าศาลเจ้าพ่อแห่งเจีย (ใต้เขี่ยหูกโจ้ว).....	103
4.5 ศาลเจ้าไต้ซ่งกง ภายในศาลมืองค์ไต้ซ่งกง (หลวงปู่ไต้ซ่งกง) และหลวงพ่อโสธร ประดิษฐานอยู่.....	103
4.6 ศาลหลักเมืองรังสิต.....	105
4.7 บรรยากาศงานแข่งเรือพายประเพณี เทศบาลนครรังสิต.....	106
4.8 งานลอยกระทงสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของชาวรังสิต.....	107
4.9 งานประเพณี และพิธีกรรมที่สำคัญ ๆ ของชาวรังสิต.....	107
4.10 ประติมากรรมแรงงานขุดคลอง (กู่ลิจิ้น).....	109
4.11 ประติมากรรมสมัน.....	110
4.12 ประติมากรรมโกฮับ.....	110
4.13 สถานที่ตั้ง และบรรยากาศโดยรอบตลาดน้ำนครรังสิต.....	112
4.14 เส้นทางเดินทางเข้าสู่ตลาดน้ำนครรังสิต ประตูใหญ่ ที่จอดรถด้านหน้า และรถสุขาเคลื่อนที่.....	112
4.15 นิทรรศการแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และผู้จัดแสดงพันธุ์ปลา หายากคลองรังสิตประยูรศักดิ์.....	113

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.16	
ถ้วยเตี้ยเรือกะลา สินค้าชุมชนที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยว ชาวจีนที่เข้ามาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต และกิจกรรมการให้อาหารปลา...	113

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)	% Δ	จำนวน (ล้านบาท)	% Δ
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 การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศในทั่วประเทศ 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 ผวนกับกระแสความนิยมของความต้องการย้อนกลับไปรำลึกอดีต 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 โดยที่ยังไม่มีใครศึกษาตลาดน้ำนครรังสิตในมิติที่เกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน 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 โดยเป็นผู้เสนอความคิดเห็นด้านคุณค่าทาง วัฒนธรรมและความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรม ด้านปัจจัยทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนคร รังสิตด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนคร รังสิต

1.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในเชิงปริมาณ คือ

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่พำนักอาศัย
- 2) ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแนวทางการพัฒนา และอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเข้าถึง แหล่ง ด้านความมีคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

1.4 คำถามการวิจัย

- 1) คุณค่าและมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตมีความเป็นมา อย่างไร
- 2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตมีอะไรบ้าง
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ควรจะต้องเข้ามามีบทบาทอย่างไรบ้างในการ จัดการ ชุมชนควรมีบทบาทมากน้อยเพียงใดในการมีส่วนร่วม เพื่อที่จะทำให้การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเกิดความสมบูรณ์
- 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นอย่างไรต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนคร รังสิต
- 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 จำนวน ไม่น้อยกว่า 4 คน

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการร้านค้า ในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน ไม่น้อยกว่า 8 คน

กลุ่มที่ 3 ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น โดยทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและปราชญ์ ท้องถิ่น จำนวน ไม่น้อยกว่า 2 คน

กลุ่มที่ 4 ภาคชุมชน/ประชาชน โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาคประชาชน คือ กลุ่ม ชุมชน ชาวบ้าน/ประชาชนที่อาศัยบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน ไม่น้อยกว่า 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”

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” นี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ตำรา บทความวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการวิจัย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความเป็นมาของตลาดน้ำ

2.1.2 ที่มาของตลาดน้ำนครรังสิต

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.4 ชุมชนกับการท่องเที่ยว

2.1.5 วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

2.1.6 ความหมายและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม

2.1.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวความคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความเป็นมาของตลาดน้ำ

ความเป็นมาและความสำคัญของตลาด

สังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองมาตั้งแต่อดีต แต่ละครอบครัวต่างผลิตพืชผลไว้บริโภคในครัวเรือนของตน อีกทั้งข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนก็ทำได้ด้วยตัวเอง โดยอาศัยวัตถุดิบที่มีตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เอง ต่อมา เมื่อสังคมพัฒนาขึ้น และคนสามารถผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหาร ตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็น เมื่อปริมาณที่มากเกินไป

ความต้องการ หรือเหลือใช้ ก็นำผลผลิตส่วนเกินนั้นไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของ หรืออาหาร ที่ตนและครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ ซึ่งอาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้าน หรือระหว่างเมือง ที่อยู่ห่างไกลออกไป หรือแม้กระทั่งอาจจะนำผลผลิตไปแลกเปลี่ยนด้วยตนเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้น ซึ่งยังไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน

เมื่อสังคมเจริญขึ้น ได้พัฒนาสภาพและฐานะเป็นสังคมเมืองมีการใช้เงินตราแพร่หลายขึ้น ประกอบกับการค้าขายมีการขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภค และบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงจำเป็นต้องมีแหล่งสำหรับซื้อขายสินค้าเหล่านั้น นั่นคือจุดเริ่มต้นของตลาด ซึ่งมักจะเป็นที่ที่คนในสังคม หรือชุมชนนั้นรู้จัก และสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก อีกทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม ทั้งทางบก และทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดตั้งอยู่ หรือปริมาณสินค้าที่นำมาวางขายในตลาดแห่งนั้น ๆ นอกจากนี้แล้ว ลักษณะของตลาดก็ยังขึ้นอยู่กับที่ตั้งถิ่นฐาน และสภาพแวดล้อมของชุมชนนั้น ๆ ด้วย เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญ ตลาดของชุมชนนั้น ก็เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบก ในการติดต่อค้าขาย ก็เรียกว่า “ตลาดบก” ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่บ่งบอกถึงความเป็นวัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของคนในสังคมอีกด้วย (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2556)

ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำ ซึ่งได้รับอิทธิพลของมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ในหน้าฝนจึงมักเกิดภาวะน้ำหลาก และยังทำให้แม่น้ำลำคลองยกระดับสูงขึ้น บ้านเรือนและองค์ประกอบของชุมชนจึงต้องปรับให้เข้ากับสภาวะของธรรมชาติ โดยอยู่อาศัยในเรือนแพ หรือบ้านยกใต้ถุนสูง การใช้เรือเป็นยานพาหนะ รวมถึงชุมชนที่อยู่ในบริเวณปากคลอง หรือที่ซึ่งเป็นจุดตัดของคลอง เป็นจุดที่มี “นัด” การมีนัด คือ การแลกเปลี่ยนผลผลิตทางเกษตรกรรมเพื่อการยังชีพ แต่เดิมนั้น นอกจากจะเรียกว่า “นัด” แล้ว ยังมีชื่ออื่นที่ถูกเรียกอีก เช่น “ตลาดเรือ” หรือ “ตลาดท้องน้ำ” จนในที่สุดกลายมาเป็น “ตลาดน้ำ”

วิถีชีวิตของคนไทยกับ “ตลาด” เป็นสิ่งที่แยกกันไม่ได้ การไปตลาด นอกจากเพื่อซื้อหาของกิน ของใช้แล้ว ยังเป็นการไปพบปะ พูดคุย ถามข่าวคราว ประหนึ่งเป็นการสมาคม และยังแสดงถึงสายสัมพันธ์ที่อบอุ่น เอื้อเฟื้อ มีน้ำใจแบบไทย ๆ ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่ซึ่งหลายคนหวนกลับไปหลาย ๆ ครั้ง เพื่อเติมเต็มความสุขเล็ก ๆ ที่ไม่อาจลืมได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, น. 2) นอกจากนี้ ในสมัยสุโขทัยปรากฏข้อความในจารึกว่า “เบื้องดินนอนสุโขทัยนี้ มีตลาดปสาน มีพระอจนะ มีปราสาท มีป่าหมากพร้าว มีป่าหมากกลาง มีไร่ มีนา มีถิ่นฐาน มีบ้านใหญ่บ้านเล็ก” สืบเนื่องต่อกันมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา ก็ยังมีการเรียกตลาดว่า “ป่า” เช่น ป่าตะกั่วก็จะขายลูกแห และสิ่งที่ทำมาจากตะกั่ว ป่าผ้าไหมขายผ้าไหม ป่าสังคโลก ขายขามสังคโลก ป่าฟูกก็จะขายที่

นอนหมอนมุ้ง ป่ามะพร้าวชายมะพร้าว เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าตลาดอยู่คู่คนไทยมานานแสนนานแล้ว ในยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์มีหลักฐานชัดเจนว่ามี “ตลาดน้ำ” หรือตลาดเรือ เกิดขึ้นตามลำคลองที่ขุดขึ้นมากมายเพื่อประโยชน์ทางเกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของชุมชนใหญ่ ๆ ชาวบ้านจะใช้เรือเป็นพาหนะนำสินค้ามาขายหรือบ้างก็สร้างเรือนแพเพื่อรับฝากขายสินค้านานาชนิด เช่น ย่านคลองบางปะกอก ท่าเตียน คลองมหานาคและวัดไทร ฯลฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552, น. 3)

ปัจจุบันตลาดน้ำได้ถูกพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเดิมเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ามาเป็นตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยว และมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงต่อมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ที่มาเที่ยวตลาดน้ำได้รับความเพลิดเพลินและมีชีวิตชีวา เช่น การขายสินค้าพื้นบ้าน และอาหารบนเรือ หรือแพริมน้ำ การล่องเรือเพื่อนำชมสถานที่สำคัญ ๆ และวิถีชีวิตริมน้ำ การถ่ายทอดศิลปะไทยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ดนตรีไทย รำไทย เป็นต้น

ราตรี โด่งพัฒน์ (2543, น. 3) ได้ให้ความหมายของตลาดน้ำว่าหมายถึง แหล่งค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องน้ำโดยอาศัยเรือเป็นพาหนะ ซึ่งนอกจากจะเรียกตลาดน้ำแล้วยังมีชื่อเรียกกันว่าตลาดเรือหรือตลาดท้องน้ำ และในที่สุดก็กลายเป็นตลาดน้ำจนถึงปัจจุบัน ตลาดน้ำได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสายน้ำในวิถีชีวิตของคนไทยที่ดำเนินชีวิต และหาเลี้ยงชีพด้วยการเป็นเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ เพราะความสมบูรณ์ของดินและน้ำทำให้ได้ผลผลิตทางการเกษตรนำมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันทั้งยังมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในอดีตของคนไทย เนื่องจากสมัยก่อนการคมนาคมติดต่อกันนั้นจะใช้ลำน้ำเป็นเส้นทางสัญจรที่สำคัญ เส้นทางน้ำจึงมีบทบาทสำคัญแก่ชีวิตคนไทยในสมัยก่อนตลอดมา แสดงถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่อีกรูปแบบหนึ่งด้วย

ตลาดน้ำ นอกจากจะสะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมดังกล่าวแล้ว ยังมีความสำคัญทางด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมของผู้คนที่อาศัยอยู่บริเวณลุ่มน้ำภาคกลางที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยภาคกลางเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางการปกครองอาณาจักรมาตั้งแต่อดีต ทั้งสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนและรับเอาวัฒนธรรมของภูมิภาค ไปจนถึงต่างชาติต่างภาษาเข้ามาผสมผสานเกิดเป็นลักษณะวัฒนธรรมและประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ของภูมิภาค ด้านภูมิศาสตร์ของภาคกลางนั้นเป็นที่ราบกว้างใหญ่ มีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำปิง วัง ยม น่าน ท่าจีน ป่าสัก แม่กลอง และเจ้าพระยา ไหลจากทิศเหนือลงสู่ทิศใต้ ก่อให้เกิดวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับแม่น้ำลำคลอง และการเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ มีฝั่งตะวันออกเป็นพื้นที่แหลมยื่นออกไปในอ่าวไทย ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม มีภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกับภาคใต้ จังหวัดในกลุ่มวัฒนธรรมภาคกลางที่สัมพันธ์วิถีชีวิตสายน้ำนี้ประกอบด้วย จังหวัดอุตรดิตถ์ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก กำแพงเพชร พิจิตร เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ อุทัยธานี อ่างทอง ชัยนาท สิงห์บุรี สุพรรณบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี ลพบุรี

สระบุรี พระนครศรีอยุธยา กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร ราชบุรี นครปฐม ฉะเชิงเทรา เป็นต้น

ซึ่งตลาดน้ำที่เปิดตัวเพื่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งแรกของไทย คือ ตลาดน้ำวัดไทร แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพฯ ที่เป็นจุดรวมของผู้คนในการซื้อขายผลไม้ และพืชสวนที่ใส่เรือมาถ่ายขึ้นบกเพื่อการจำหน่ายและการขนส่งต่อไปทางรถไฟ ด้วยความแปลก โดดเด่น และเป็นสถานที่ที่มีทัศนียภาพทางวิถีไทยที่งดงาม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโด่งดังมากในช่วง พ.ศ. 2503-2513 แต่ระยะหลังได้เสื่อมความนิยมลงด้วยเหตุที่มีการสร้างถนนหลายสายขึ้นในเขตจอมทอง และการสัญจรไปมาของเรือหางยาวหรือเรือลากจูง ซึ่งมาจากมหาชัย ทำให้สินค้าและทรัพย์สินเกิดความเสียหาย การค้าขายและนักท่องเที่ยวจึงค่อย ๆ ทอยหายไประยะหนึ่ง ถึงแม้ทางราชการและองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ได้พยายามส่งเสริมให้กลับมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมเหมือนเช่นเดิม แต่ก็ไร้ผล ในที่สุดวิถีตลาดน้ำวัดไทรจึงค่อย ๆ หดหายไป

กระทั่งในช่วงปี พ.ศ. 2510 ได้มีบริษัทนำเที่ยวบางรายได้ทำการบุกเบิกพานักท่องเที่ยวมาเที่ยวยังตลาดน้ำดำเนินสะดวกในคลองลัดราชบุรี เพื่อเที่ยวชมวิถีไทยในพื้นที่ชนบทอันอุดมสมบูรณ์ของจังหวัดราชบุรี องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเริ่มหันมาแสวงหาตลาดน้ำแห่งใหม่เพื่อเป็นจุดสนใจแทนตลาดน้ำวัดไทร โดยเห็นว่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกนั้นอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางที่นักท่องเที่ยวมาหยุดพักก่อนจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่ต่าง ๆ ในไทย จึงหันมาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดแห่งนี้แทน ทำให้ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นตลาดนัดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันระหว่างชาวบ้าน เริ่มกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวมากขึ้น และเกิดการขยายตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2520 บริษัทท่องเที่ยวต่างพานักท่องเที่ยวมุ่งมาชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากกว่าเดิม จนชื่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีชื่อเสียงก้องไปทั่วโลก แทนตลาดน้ำวัดไทรที่เคยมีชื่อเสียงโด่งดัง เมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกรุ่งเรืองถึงขีดสุดก็เริ่มเกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มผู้ค้าขายสินค้าที่ระลึก ซึ่งส่วนใหญ่รับสินค้ามาจากแหล่งเดียวกัน แต่มีการตั้งราคาขายต่างกัน และความขัดแย้งระหว่างผู้ขายเรือบริการ ซึ่งมีการแย่งลูกค้ากัน ผลที่ตามมาคือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่คลองลัดราชบุรี เสื่อมความนิยมลง ในปี พ.ศ. 2525 และหมดสภาพไปในปี พ.ศ. 2527 ในขณะที่อีกแยกหนึ่งของคลองดำเนินสะดวก คือคลองต้นเข้ที่อยู่เยื้อง ๆ กัน ได้มีแม่ค้า พ่อค้า นำสินค้าไปขายกันมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะมีทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า กล่าวคือ มีเส้นทาง

สัญญาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ทั้งทางบกและทางน้ำ จนกลายมาเป็นตลาดน้ำดำเนินสะดวก ดังที่เห็นในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม เมื่อการคมนาคมถูกเปลี่ยนจากทางน้ำมาเป็นทางบก ทำให้ศูนย์กลางตลาดเปลี่ยนจากชุมชนตลาดน้ำมาเป็นชุมชนตลาดบก เลยทำให้ตลาดน้ำหลายแห่งสูญหายไป พร้อมกับการพัฒนาเมือง เนื่องจากการคมนาคมทางบกที่สะดวกจากการสร้างถนนที่เข้าถึงชุมชนตลาดน้ำ ทำให้วิถีชีวิตทางน้ำและริมน้ำเดิมต้องเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการเสื่อมถอยทั้งด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม จนกระทั่งภายหลังได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีแนวคิดสำคัญในการกระจายการปกครองออกสู่ท้องถิ่น (decentralization) ซึ่งทำให้เกิดกระแสท้องถิ่นนิยมหรือท้องถิ่นภิวัตน์ (localization) ขึ้น ซึ่งสนับสนุนให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการชุมชนของตนเอง และเป็นการลดบทบาทของภาครัฐ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น. 62) อีกทั้งกระแสดังกล่าวเกิดในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาล อบต. จึงได้ร่วมกับชุมชนจัดทำโครงการฟื้นฟูตลาดน้ำและตลาดริมน้ำ ตามแม่น้ำลำคลองในจังหวัดต่าง ๆ ทำให้มีการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อประสงค์จะอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบเดิม จึงได้พยายามสร้างตลาดน้ำขึ้นมาอีกครั้ง

ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำสำคัญ ๆ ในปี พ.ศ. 2552 ที่รวบรวมโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับแนวนโยบายในการผลักดันและพัฒนาตลาดน้ำในทุกภูมิภาคทั่วประเทศของภาครัฐต่อแนวทางในการพัฒนาและฟื้นฟูตลาดน้ำทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยจากการสำรวจ ประเมิน และคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องพัฒนาทั้งหมด 360 แหล่ง ตามโครงการสำรวจ ประเมิน และคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องพัฒนาโดยเร่งด่วน ปี พ.ศ. 2552 มีตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 37 แห่งอยู่ในข่ายที่ต้องได้รับการพัฒนา โดยได้มีการจัดทำแผนพัฒนา ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีภารกิจโดยตรงในการส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น รวมทั้งจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาดังกล่าว และได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการกำหนดและดำเนินมาตรการต่าง ๆ สำหรับตลาดน้ำที่อยู่ภายใต้โครงการดังกล่าว ประกอบด้วย 1) ตลาดน้ำวัดนิมมานรดี ตั้งอยู่บริเวณชุมชนริมคลองภาษีเจริญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 2) ตลาดน้ำตลิ่งชัน บริเวณสำนักงานเขตตลิ่งชัน ถนนฉิมพลี กรุงเทพฯ 3) ตลาดน้ำวัดสะพาน ตั้งอยู่ในวัดสะพาน กรุงเทพฯ 4) ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตั้งอยู่บริเวณถนนพุทธมณฑล สาย 1 เลี้ยวขวาไปทางบางระมาด กรุงเทพฯ 5) ตลาดน้ำวัดไทร ตั้งอยู่บริเวณคลองสนามชัย หน้าวัดไทร แขวงบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 6) ตลาดน้ำเมืองรังสิต ตั้งอยู่บริเวณถนนรังสิต-

นครนายก ตำบลประจักษ์ไต้ย์ อำเภอัญญบุรี จังหวัดปทุมธานี 7) ตลาดน้ำวัดแสงศิริธรรม ตั้งอยู่ย่าน
 ทำอิฐ ถนนรัตนาศิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี 8) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตั้งอยู่อำเภอพระประแดง จังหวัด
 สมุทรปราการ 9) ตลาดริมน้ำโบราณบางพลี ตั้งอยู่ริมคลองลำโรง อำเภอบางพลี จังหวัด
 สมุทรปราการ 10) ตลาดคลองสวนร้อยปี ตั้งอยู่บริเวณคลองประเวศน์บุรีรมย์ ในพื้นที่คาบเกี่ยว 2
 จังหวัด โดยมีคลองคั่นกลางคือ ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และตำบลคลอง
 สวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 11) ตลาดบ้านใหม่ ตั้งอยู่ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง
 จังหวัดฉะเชิงเทรา 12) ตลาดน้ำบางคล้า ตั้งอยู่บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอบางคล้า และสถานี
 ตำรวจภูธรบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 13) ตลาดน้ำบ้านแพ้ว หรือตลาดน้ำหลักห้า ตั้งอยู่บริเวณ
 ปากคลองบัวน้อยติดกับคลองดำเนินสะดวก อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร 14) ตลาดน้ำท่าคา
 ตั้งอยู่ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 15) ตลาดน้ำอัมพวา ตั้งอยู่ใกล้อุทยาน ร.2
 ใกล้วัดอัมพวันเจติยาราม จังหวัดสมุทรสงคราม 16) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก หรือตลาดน้ำคลองลัด
 พลี จังหวัดราชบุรี 17) ตลาดน้ำคลองโพธิ์หัก ตั้งอยู่ตำบลประสาธลสิทธิ์ อำเภอดำเนินสะดวก
 จังหวัดราชบุรี 18) ตลาดน้ำคลองต้นเข็ม ตั้งอยู่ติดถนนสุขาภิบาล 1 บริเวณท่าเรือพजरรม จังหวัด
 ราชบุรี 19) ตลาดน้ำดอนหวาย ตั้งอยู่ตำบลบางกระทึก หลังวัดดอนหวาย ดิตรีมแม่น้ำท่าจีน อำเภอ
 สามพราน จังหวัดนครปฐม 20) ตลาดน้ำลำพญา ตั้งอยู่บริเวณวัดลำพญา ริมแม่น้ำท่าจีน เป็นแพ
 ยาวประมาณ 200 เมตร อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 21) ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตั้งอยู่ตำบล
 สัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม 22) ตลาดน้ำวัดบางพระ ตั้งอยู่ตำบลบางแก้วฟ้า
 อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม 23) ตลาดน้ำคลองจินดา ตั้งอยู่อำเภอ สามพราน จังหวัดนครปฐม
 24) ตลาดเก้าห้อง ตั้งอยู่อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี 25) ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่อำเภอ
 หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 26) ตลาดน้ำตาปี ตั้งอยู่บริเวณริมเขื่อนแม่น้ำตาปี อำเภอเมือง จังหวัดสุ
 ราษฎร์ธานี 27) ตลาดริมน้ำวัดหัวกระบือ ตั้งอยู่เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 28) ตลาดริมคลอง
 ระแหง ตั้งอยู่ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 29) ตลาดน้ำวัดบางหัวเสือ ตั้งอยู่
 ตำบลบางหัวเสือ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 30) ตลาดน้ำสีภาค พัทยา ตั้งอยู่เมือง
 พัทยา จังหวัดชลบุรี 31) ตลาดน้ำทุ่งขวัญ ตั้งอยู่วัดหน้าพระเมรุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 32)
 ตลาดน้ำคลองสระบัว-ตลาดโก้งโค้ง ตั้งอยู่บ้านแสงโสม หมู่ 5 ถนนบางปะอิน วัดพนัญเชิง จังหวัด
 พระนครศรีอยุธยา 33) ตลาดน้ำบ้านน้ำเขียว ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองตราด ไปตามเส้นทางสาย
 ตราด-แหลมงอบ จังหวัดตราด 34) สามชุกตลาดร้อยปี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำสุพรรณ (แม่น้ำท่าจีน) ดิ
 ที่ว่าการอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 35) ตลาดคลองแดนระโนด ตั้งอยู่ในอำเภอรระโนด
 จังหวัดสงขลา 36) ตลาดน้ำบางนกแขวก ตั้งอยู่ในอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม 37) ตลาด

น้ำบางน้อย ตั้งอยู่ปากคลองเชื่อมที่เชื่อมกับแม่น้ำแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม (มดิชนกรूप, 2553)

ตลาดน้ำและตลาดริมน้ำดังกล่าวข้างต้น เป็นโครงการฟื้นฟูโดยองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น หรือ องค์กรในท้องถิ่น เช่น สภาวัฒนธรรม โครงการส่วนใหญ่มิวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ตลาดเหล่านี้จึงเปิดดำเนินการในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดราชการอื่น ๆ เป็นตลาดเพื่อการท่องเที่ยวที่เล็งเห็นพฤติกรรมของคนไทยที่นิยมไปเที่ยว กิน และซื้อของ ดังนั้น ตลาดต่าง ๆ ที่ได้รับการฟื้นฟูเหล่านี้จึงปรับตัวโดยมีการขายอาหาร ขนม และเครื่องคัม จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจึงมักคับคั่งในช่วงเที่ยงถึงบ่าย

การฟื้นฟูตลาดน้ำและตลาดริมน้ำขึ้นอยู่กับทรัพยากรของท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงสร้างของตลาดริมน้ำเป็นทุนเดิม โดยในปัจจุบัน มักดำเนินการประชาสัมพันธ์มากขึ้น มีการจัดพิธีเปิดตลาด มีการจัดการแสดงทางวัฒนธรรมประกอบในช่วงเปิดตลาดเพื่อสร้างความสนใจ การฟื้นฟูตลาดริมน้ำ ทำให้อาคารร้านค้าริมน้ำเริ่มปรับตัวโดยให้บริการที่ตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การขายอาหาร ขนม ของที่ระลึก การนวด การพยากรณ์โชคชะตา ฯลฯ โดยอาศัยจุดแข็งของทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น และความสามารถในการประกอบอาหาร นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้อยู่อาศัยปรับปรุงสภาพอาคารให้ดีขึ้น มีการตกแต่งให้เข้ากับแนวอนุรักษ์ ได้แก่ ตลาดบ้านใหม่ ตลาดบางน้อย ตลาดคลองสวน เป็นต้น (ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์, 2553)

2.1.2 ที่มาของตลาดน้ำนครรังสิต

2.1.2.1 จุดเริ่มต้นแห่งคลองน้ำ และประวัติเมืองชัยบุรี

อำเภอชัยบุรี เดิมชื่ออำเภอรังสิต อยู่ในเขตพระมหานคร ในบริเวณซึ่งเรียกว่า "ทุ่งหลวง" ขึ้นอยู่กับมณฑลกรุงเทพฯ กระทรวงโยธาธิการ ทุ่งหลวงดังกล่าวนี้เป็นพงรชัญ ส่วนที่ดินอุดมดี แต่ขาดน้ำ โดยเหตุที่ไม่มีลำคลองไหลผ่าน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำริที่จะแก้ไขเกลือที่ดินในทุ่งหลวงให้เกิดประโยชน์แก่ประชาราษฎร์ด้วยการที่จะมีคลองขึ้นในบริเวณทุ่งนี้ เมื่อมีผู้ทราบกระแสพระราชดำริ จึงได้ชักชวนกันเข้าเป็นบริษัทขุดคลองชื่อ "บริษัทขุดคลองและกุณาสยาม" แล้วขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตขุดคลองในทุ่งนี้



ภาพที่ 2.1 พระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ณ ที่ว่าการเมืองรัตนบุรี ภาพจาก: <http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>

บริษัทขุดคลองและคูนาสยาม ได้ลงมือขุดคลองตั้งแต่ พ.ศ. 2433 เป็นต้นมา โดยมีพระบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าสายสนิทวงศ์ เป็นประธาน อำนวยการ ม.ร.ว.สุขพรรณ สนิทวงศ์ เป็นผู้ช่วย เมื่อเสร็จแล้ว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานนามว่า "คลองรังสิตประยูรศักดิ์" คลองนี้เริ่มขุดจากริมน้ำเจ้าพระยาที่ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองปทุมธานี ตรงไปทางทิศตะวันออกถึงเขตจังหวัดนครนายก ทั้งสองฝั่งคลองรังสิตประยูรศักดิ์ มีคลองซอยห่างกันประมาณ 60 เส้น จากคลองที่ 1-17 จึงทำให้น้ำซึ่งไหลมาจากภูเขาบรรทัดผ่านคลองรังสิต และคลองซอย ทำให้บังเกิดประโยชน์ทางกสิกรรมแก่ชาวไร่ชาวนาในแถบนี้เป็นอย่างยิ่ง เป็นเหตุให้ท้องที่แถบนี้เจริญขึ้น กลายเป็นแหล่งชุมนุมหนาแน่นตามลำดับ



ภาพที่ 2.2 คลองรังสิตประยูรศักดิ์สมัยก่อน ภาพจาก: <http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชปณิธานอันแน่วแน่ที่จะพัฒนา
 ทุ่งหลวงแถบนี้ให้เจริญก้าวหน้าในอนาคต จึงได้เสด็จเปิดเมืองชัยภูมิด้วยพระองค์เอง ปรากฏ
 ตามหลักฐานในหนังสือราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 19 หน้า 1028 สรุปโดยสังเขป ดังนี้ "ที่เมืองชัยภูมิ
 บุรีได้มีการสร้างสถานที่ราชการต่าง ๆ อาทิ ที่ว่าการ เมือง ศาล เรือนจำ โรงพักพลตระเวน
 (สถานีตำรวจ) บ้านพักผู้ว่าราชการเมือง เป็นต้น เสร็จเรียบร้อยแล้ว พ.ท.พระฤทธิจักรกัจจกร ก็ได้
 ตระเตรียมตกแต่งบริเวณสถานที่ด้วยต้นไม้รวงข้าว โคมไฟ ตั้งปราสาท ด้วยฟางข้าวประดับด้วย
 ราชวัตรฉัตรธง (ข้าว) เป็นทิวแถวตลอดสองข้างทาง ตั้งแต่สะพานทำหน้าเมือง และสถานที่อื่นๆ
 ตลอดคลองรังสิตประยูรศักดิ์ ก็มีการประดับประดาด้วยราชวัตรฉัตรธง (ธงช้าง) ต้นไม้ โคมไฟ
 ตลอดเป็นระยะ ๆ ตั้งแต่สะพานหน้าเมืองจนถึงสถานีรถไฟรังสิตคูกรีกครั้งและสวยงาม "ครั้นถึง
 วันที่ 13 มีนาคม 2445 เวลาเช้า พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเครื่องแบบทหารเต็ม
 ยศ พร้อมด้วยสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช (รัชกาลที่ 7) และพระบรมวงศานุวงศ์ เสด็จ โดยพระที่นั่ง
 จากวังสวนดุสิตถึงสถานีรถไฟสามเสน ประทับรถพระที่นั่งโดยมีรถไฟใช้ฝักรถพระที่นั่งออก
 จากสถานีรถไฟสามเสนประมาณ โมงเศษ ถึงสถานีรถไฟคลองรังสิต เวลาเช้า 2 โมงเศษ ณ ที่นั้น มี
 พ่อค้าประชาชนทั้งเมืองปทุมธานีและเมืองชัยภูมิมารับเสด็จกันอย่างล้นหลาม พ.ท.พระฤทธิจักร
 กัจจกร ผู้ว่าราชการเมืองชัยภูมิ ได้อันเชิญดอกไม้ธูปเทียนและเครื่องสักการบูชาทูลเกล้าถวายเชิญ
 เสด็จเข้าสู่เมืองชัยภูมิโดยเรือพระที่นั่งชื่อ "สมจิตรหวัง" โดยมีเรือกลไฟลากจูงเรือพระที่นั่งถึง
 เมืองชัยภูมิเวลาประมาณ 4 โมงเศษ ในระยะทาง 368 เส้น เมื่อเรือพระที่นั่งเทียบทำหน้าเมืองแล้ว
 ณ ที่นั้น ได้มีข้าราชการในมณฑลกรุงเทพฯ และหัวเมืองตลอดทั้งพ่อค้าประชาชนมารอรับเสด็จ
 อย่างคับคั่ง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จขึ้นจากเรือพระที่นั่งพร้อมด้วยพระบรมวงศานุวงศ์
 พระราชดำเนินไปประทับ ณ ที่ว่าการเมือง ประทับ ณ ห้องเจริญพระพุทธรณ์มีพระราชดำรัส
 กับพระเถระผู้ใหญ่ คือ พระศาสนโสภณครุหนึ่ง แล้วทรงจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัยและทรงศีล
 เวลาประมาณ 4 โมงเศษ ได้พระฤกษ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวประทับที่พระราชบัลลังก์ พ.ท.
 พระฤทธิจักรกัจจกร กราบทูลเกล้าถวายชัยมงคลในการที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเมือง
 เสร็จแล้ว นำคำถวายรายงานชัยมงคลพร้อมด้วยประวัติเมืองบรรจุหีบทองคำลงยาราชาวดีซึ่งบรรดา
 ข้าราชการได้พร้อมใจกันทำขึ้นทูลเกล้าถวาย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระราชดำรัสตอบ
 เสร็จแล้วเสด็จออกที่ว่าการเมือง ทรงชักเชือกเปิดแพรคลุมป้ายชื่อเมืองพระสงฆ์สวดชัยมงคล
 คาถา ทหารกองเกียรติยศบรรเลงเพลงสรรเสริญพระบารมี ประโคมแตรสังข์ ฆ้องชัยพิณพาทย์ และ
 ได้ชักธงประจำเมืองขึ้นสู่ยอดเสา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวออกให้ข้าราชการ พ่อค้า ประชาชน
 ฝ้าชมพระบารมี พ.ท.พระฤทธิจักรกัจจกร ผู้ว่าราชการเมือง พร้อมด้วยกรรมการในเมืองนี้ได้ทูลเกล้า

ถวายนามพ่อค้าและราษฎรที่ถวายข้าว ในการนี้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานสัญญาบัตรและเครื่องราชอิสริยาภรณ์ และเหรียญแก่ข้าราชการและกำนัน เสร็จแล้วเสด็จทอดพระเนตรห้องต่าง ๆ ของศาลาว่าราชการเมือง และสถานที่ราชการต่างๆ เช่น โรงพักพลตระเวน (สถานีตำรวจ) ศาล และโรงพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งประดับประดาด้วยต้นข้าว และเครื่องจับปลาชนิดต่าง ๆ เสร็จแล้วเสด็จขึ้นประทับที่บ้านผู้ว่าราชการเมืองชั้นบน ทรงเปลี่ยนเครื่องทรงออกเป็นเครื่องทรงธรรมดา และเสวยพระกระยาหารกลางวัน พร้อมด้วยพระบรมวงศานุวงศ์ ส่วนข้าราชการเลี้ยงกันบริเวณรอบ ๆ บ้านพักผู้ว่าราชการเมืองพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทอดพระเนตรการแข่งม้า เวลาบ่าย 3 โมงเศษ เสด็จออกพระราชทานแจกเสมาแก่เด็กและประชาชนที่เฝ้าคอย เสร็จแล้วเสด็จพระราชดำเนินกลับประทับเรือพระที่นั่งผ่านวัดมุลจินดาราม หยุดเรือพระที่นั่งที่สะพานหน้าวัดมุลจินดาราม เสด็จพระราชดำเนินประทับในพระอุโบสถพระปฏิบัติราชประสงค์อ่านคำกราบบังคมทูลที่ได้ทรงพระมหากรุณาธิคุณที่ทรงพระราชทานวิสุงคามสีมาเสร็จแล้วทรงปิดทองศิลาณิมิตต์สำหรับชื่ออำเภอธัญบุรี ที่ใช้ "ญ" ตัวเดียวนั้น ใช้ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ลงวันที่ 1 มิถุนายน 2510 ให้เขียนชื่ออำเภอธัญบุรี มี "ญ" ตัวเดียว เพื่อให้เป็นไปตามประกาศของราชบัณฑิตยสถาน ในเรื่องการเขียนชื่ออำเภอต่างๆ (เดิมอำเภอธัญบุรีมี "ญ" สองตัว) โดยคำว่า "ธัญบุรี" หมายถึง "เมืองแห่งข้าว" เป็นพระนามพระราชทาน เพื่อให้สอดคล้องกับ เมืองมินบุรี (เขตมินบุรี ในปัจจุบัน) ที่หมายถึง "เมืองแห่งปลา" เมืองธัญบุรี แต่เดิมมีเขตการปกครอง 4 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอลำลูกกา อำเภอคลองหลวง และอำเภอหนองเสือ เมืองธัญบุรี ดำรงสภาพเป็นอยู่นานถึง 31 ปี จากนั้นทางรัฐบาลได้ยุบเมืองธัญบุรีไปขึ้นกับจังหวัดปทุมธานี เมื่อ พ.ศ.2475 มีฐานะเป็นอำเภอขึ้นเอกขึ้นกับจังหวัดปทุมธานี จวบจนปัจจุบัน (เทศบาลนครรังสิต, 2554)

2.1.2.2 ข้อมูลพื้นฐานเทศบาลนครรังสิต

วิสัยทัศน์ “สร้างเทศบาลนครรังสิตให้เป็นชุมชนน่าอยู่ มุ่งสู่สังคมแห่งความสุข”

คำขวัญเทศบาลนครรังสิต “อมตะกัวยืดวเรื่อ งามเหลือดอกบัวบาน ดำนานเรือพาย ท้องถิ่น แดนดินถิ่นคนดี”

ปณิธาน “เทศบาลนครรังสิต เป็นเมืองน่าอยู่ มีสภาพแวดล้อมที่สะอาด สวยงาม ประชาชนมีความสามัคคี เอื้ออาทรต่อกัน มีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถพึ่งตนเองได้และชุมชนมีความเข้มแข็ง”

เป้าหมายท่องเที่ยวชุมชนนครรังสิต

ในมิติของวิถีชุมชน สังคม และวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

1) ต้องการให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตธรรมชาติเหมือนเดิม ขยายภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) ให้เทศบาลนครรังสิตเป็นเทศบาลที่นำมาท่องเที่ยว ผู้คนนึกถึงในสิ่งสวยงาม มีวัฒนธรรมและมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่โดดเด่นเมื่อมาเมืองรังสิต

3) ให้เป็นจุดศูนย์รวมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชุมชน สวยงาม ปลอดภัย สะอาด ประชาชนมีความรู้ มีการศึกษาที่เท่าเทียมกัน

ในมิติของเศรษฐกิจ/นักท่องเที่ยว

1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จะต้องมียุทธศาสตร์ (Medical and Treatment center)

2) ให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างรายได้ให้เกิดภายในครัวเรือน และรายได้ชุมชนให้สามารถเลี้ยงครอบครัวได้ โดยไม่ต้องกู้ยืมเงินนอกระบบ

3) มีตลาดน้ำชุมชนที่ยั่งยืน และเป็นเอกลักษณ์ของนครรังสิต

ในมิติของสิ่งแวดล้อม

1) เป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียว

2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว

3) เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืน

4) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำพลังงานมาใช้หมุนเวียนได้

5) ทำให้ตลาดน้ำเมืองรังสิตเป็นตลาดน้ำวิถีชุมชน และเป็นที่รู้จักเหมือนตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำอัมพวา และตลาดน้ำตลิ่งชัน และมีสภาพแวดล้อมที่ดีอย่างยั่งยืน

เทศบาลนครรังสิต เดิมคือเทศบาลตำบลประชาธิปัตย์ โดยเทศบาลตำบลประชาธิปัตย์ ยกฐานะมาจากสุขาภิบาล เมื่อ พ.ศ. 2537 ตามพระราชกฤษฎีกา เล่มที่ 111 ตอนที่ 49 ลงวันที่ 2 พฤศจิกายน 2537 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 ธันวาคม 2537 เป็นต้นมา มีเขตปกครองครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของตำบลประชาธิปัตย์จำนวน 6 หมู่บ้าน ซึ่งตำบลประชาธิปัตย์นั้นเดิมชื่อ ตำบลบึงทะเลสาบ ขึ้นอยู่กับกาปกครองของเมืองธัญบุรี (เมืองธัญบุรี จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2445) ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2475 ได้ยุบเป็นอำเภอธัญบุรีขึ้นกับจังหวัดปทุมธานี ในส่วนของการเปลี่ยนชื่อจากตำบลบึงทะเลสาบเป็นตำบลประชาธิปัตย์นั้นยังหาหลักฐานไม่พบ แต่จากการตรวจสอบหลักฐานการออกโฉนดที่ดินจากสำนักงานที่ดินจังหวัดปทุมธานี (สาขาธัญบุรี) การออกโฉนดครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 1911 เป็นต้นมา ใช้ชื่อตำบลว่า "บึงทะเลสาบ" ตลอดมาจนถึงปี พ.ศ. 2499 ออกโฉนดใช้ชื่อตำบลว่า "ประชาธิปัตย์" และต่อมาในภายหลังเมื่อเทศบาลตำบลประชาธิปัตย์มีความเจริญเติบโตในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง จึงได้รับการจัดตั้งเป็นเทศบาลเมืองและเปลี่ยนชื่อเป็น "รังสิต" เพื่อให้ตรงกับชื่อที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปไม่เกิดความสับสนในการติดต่อราชการและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของประชาชนในท้องถิ่น โดยเทศบาลนครรังสิตได้รับการ

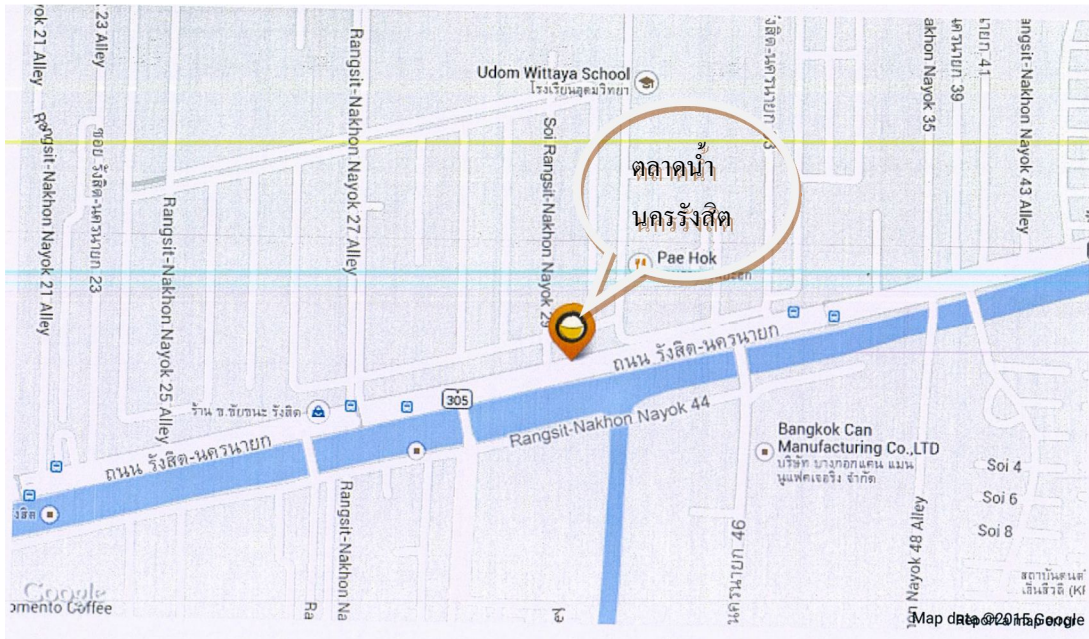
จัดตั้งและเปลี่ยนชื่อตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองรังสิต พ.ศ. 2546 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 120 ตอนที่ 36 ก ลงวันที่ 1 พฤษภาคม 2546 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2546 และได้เปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลนครรังสิต มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 29 เมษายน 2554 เป็นต้นไป



ภาพที่ 2.3 คดวงตราเทศบาลนครรังสิต ภาพจาก: <http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>

สัญลักษณ์ดวงตราเทศบาลนครรังสิตเป็นรูปวงกลม พื้นแดงขอบด้านนอกสีแดง ตัดลายเส้นสีเหลือง ขอบด้านบนมีตัวอักษรสีเหลืองเขียนคำว่า "เทศบาลนครรังสิต" ขอบล่างมีตัวอักษรสีเหลืองเขียนคำว่า "จังหวัดปทุมธานี" ด้านซ้ายและด้านขวาของขอบมีรวงข้าว แสดงให้เห็นว่าจังหวัดปทุมธานี เป็นแห่งเพาะปลูกข้าวสายพันธุ์ดี ที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วกัน ภายในวงกลมประกอบด้วยภาพ ควายป่า ช้าง เสือ และสมัน ซึ่งเป็นสัตว์ที่เคยปรากฏให้เห็นในครั้งอดีตในเขตทุ่งหลวงรังสิต ภาพสวนส้ม ถ้วยเตี๋ยวเรือ พานิชกรรม ห้างสรรพสินค้า และตึกสำนักงานเทศบาลนครรังสิต สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนรังสิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

2.1.2.3 ตลาดน้ำนครรังสิต



ภาพที่ 2.4 บริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต เขตเทศบาลนครรังสิต ภาพจาก: <http://maps.google.co.th/maps/place/>

ตลาดน้ำนครรังสิตตั้งอยู่ริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ คลอง 1 (ชาวบ้านและคนทั่วไปนิยมเรียกกันสั้นๆ ว่า “ตลาดน้ำรังสิต”) ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เดิมมีชื่อว่าตลาดน้ำเมืองรังสิต เป็นตลาดน้ำแห่งแรกริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ โดยคลองรังสิตประยูรศักดิ์นี้มีความสำคัญและผูกพันเปรียบเสมือนสายโลหิตหล่อเลี้ยงชีวิตผู้คนและพืชพันธุ์ใหญ่น้อย ก่อเกิดเรื่องราววิถีชีวิตสายน้ำของผู้คนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ยังที่แห่งนี้มาช้านาน จากบรรพบุรุษตกทอดถึงลูกหลานรุ่นแล้วรุ่นเล่า คลองรังสิตประยูรศักดิ์ได้เอื้อประโยชน์ทั้งการอุปโภค บริโภค การเกษตรกรรม คมนาคม ขนส่ง ค้าขาย และเกี่ยวโยงถึงเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัจจุบันเมื่อมีการรุกคืบของความเจริญเมืองทางด้านอุตสาหกรรม ผนวกกับการเบียดแทรกแห่งพลวัตการพัฒนาเมืองหลวงออกสู่รอบด้านของเขตปริมณฑล ยังผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานผู้คนกระจายออกสู่พื้นที่รอบด้านรวมถึงปริมณฑลด้านทิศเหนือบริเวณสองฝั่งคลองรังสิต ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนพื้นถิ่น หน่วยงานภาครัฐโดยองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น คือ เทศบาลเมืองรังสิต (เดิมมีฐานะเป็นเทศบาลเมือง) อบต. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกรงว่าสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ของท้องถิ่นอาจถูกกลืนหายไปในที่สุด จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการที่จะร่วมกันอนุรักษ์สายน้ำคลองวัฒนธรรมนี้ จึงได้มีการริเริ่ม โครงการที่เกี่ยวกับการปรับปรุงภูมิทัศน์และ

รักษาความสะอาด ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมอันเกี่ยวกับสายน้ำขึ้น อาทิเช่น การแข่งขันเรือพาย ประเพณีชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และได้ริเริ่มโครงการตลาดน้ำริมคลองรังสิต เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวรังสิตตลอดจนผู้สัญจรไปมา และเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดการกระจายรายได้ ส่งเสริมสินค้าโอท็อป (OTOP) ในชุมชน โดยหวังที่จะปลูกจิตสำนึกรักถิ่นตระหนักในคุณค่าและความผูกพันของชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อคลองรังสิตให้แน่นแฟ้น และร่วมช่วยกันอนุรักษ์คลองวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน

ในการสร้างตลาดน้ำเมืองรังสิตดังกล่าว เทศบาลเมืองรังสิตในสมัยนั้น นำโดยนายเดชากลั่นกุสม นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองรังสิต อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี ได้ใช้งบประมาณ 20 ล้านบาท สร้างตลาดน้ำ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาเที่ยวและจับจ่ายใช้สอย เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ เนื่องจากได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวว่ามีความพร้อมต่อการที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หวังให้ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นแหล่งรวมอาหารขึ้นชื่อรสชาติดีของจังหวัดปทุมธานี อีกทั้งเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนโดยทั่วไป รวมถึงได้มีการดำเนินการจัดการแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับเสด็จพระราชดำเนินเพื่อทรงเปิดศาลาว่าการ “เมืองธัญบุรี” ขององค์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงริเริ่มให้มีการขุดคลองรังสิตประยูรศักดิ์ขึ้นมา และยังนำเสนอประวัติความเป็นมาของคลองรังสิตประยูรศักดิ์ และวิถีชีวิตของชาวคลองรังสิต อันเป็นการน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณที่มีอย่างมหาศาลต่อประชาชนชาวไทย นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการสืบสานเรื่องราวตำนานกัวยเตี้ยเรือรังสิต ที่มีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ มีการจัดสถานที่ให้ประชาชนนำสินค้าพื้นเมืองต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นมา เช่น อาหารพื้นเมืองหลากหลายชนิด ขนมที่ขึ้นชื่อของจังหวัด รวมทั้งสินค้าโอท็อป (OTOP) ต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้ซื้อหาเป็นของขวัญของฝาก นอกจากนี้ ผู้บริหารตลาดน้ำได้วางเป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อให้ประชาชนมีรายได้จากการผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยเห็นว่า เมื่อประชาชนมีรายได้ มีอาชีพที่สุจริต ปัญหาต่าง ๆ ทั้งทางด้านสังคมและปัญหาอาชญากรรมก็จะลดน้อยและหมดไปในที่สุด

ด้านการจัดพื้นที่ตลาดน้ำเมืองรังสิตนั้น ใช้พื้นที่บริเวณคลองรังสิตประยูรศักดิ์ช่วงสะพานแดง โดยจัดสร้างเป็นแพศาลาทรงไทย ลอยอยู่ในคลองรังสิตประยูรศักดิ์ทั้งหมด 11 ศาลา เปิดให้มีพ่อค้าแม่ค้าเข้ามาจับจองพื้นที่ในการขายสินค้าของตนเองได้อย่างเต็มที่ ซึ่งในระยะแรกนั้นมีพ่อค้าแม่ค้ามาลงชื่อและนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดราชการ มีประชาชนจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อหา

สินค้าอย่างเนืองแน่น เพราะการเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก ตลาดน้ำเมืองรังสิต เปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ วันที่ 13 มีนาคม 2552 ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ตลาดน้ำนครรังสิต” ในปี พ.ศ. 2554 (เทศบาลนครรังสิต, 2554)

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับการเดินทาง ถ้าหากว่าไม่มีการเดินทางเกิดขึ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ มีผู้เชี่ยวชาญให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้เป็นจำนวนมาก เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีคุณลักษณะ ดังต่อไปนี้

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ โดยมีได้ถูกบังคับหรือเพื่อรับสินจ้าง
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อไปประกอบอาชีพ หรือ ไปอยู่ประจำอาจจะเป็นเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา (ระยะสั้น) เพื่อการกีฬาและความบันเทิง เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า จากนิยามของคำว่า การท่องเที่ยว จะพบว่า การท่องเที่ยวสัมพันธ์กับการเดินทางมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่การเดินทางอาจไม่ใช่การท่องเที่ยวก็ได้ ถ้าหากว่าการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

- 1) เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในต่างประเทศ หรือประเทศที่เดินทางไป

- 2) เป็นการเดินทางโดยตั้งใจเข้าไปตั้งถิ่นฐานอย่างถาวรในประเทศที่เดินทางไป
- นิคม จารุมณี (2535) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ มีได้ถูกบังคับ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม แต่ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณ วลัยวานิช (2539) และปรีชา แดงโรจน์ (2544) ที่ได้อ้างอิงนิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 ดังกล่าวข้างต้น

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อไปเฝ้า

สุขารมณ์ หรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น และยังคงหมายถึง การเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง จะพบว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550) ดังนั้น หากจะอธิบายความหมายของคำว่านักท่องเที่ยวให้ครอบคลุม อาจต้องพิจารณา 4 ประเด็น ดังนี้

1) นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ โดยที่วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไปเยือน

2) ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

3) หน่วยงานภาครัฐบาล หมายถึง องค์กรของรัฐบาลที่มีหน้าที่ดูแลกำกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐบาลได้วางไว้ เนื่องจากรัฐบาลในหลายประเทศมักให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จัดสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

4) ประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง ประชาชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวในการต้อนรับแลการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแล้ว ยังมีโอกาสเข้ามาประกอบอาชีพเป็นบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) จึงสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์ จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือเป็นการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว โดยมีใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อไปพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

โดยจากความหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานการให้บริการและการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบคมนาคม การเข้าออกประเทศ การรักษาความปลอดภัย ฯลฯ รวมทั้งการบริการของภาคธุรกิจเอกชนที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม

บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร การขนส่ง สินค้าที่ระลึก เป็นต้น และประการสุดท้าย คือ การต้อนรับ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (กุลวดี ละม้ายเงิน, 2553)

2.1.3.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549, น. 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่างๆ จะมีถึงอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร บาร์สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และถึงอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น คอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศ เหยียบสายสุทรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำ ในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ประเภทดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาสร้างเป็นรูปได้ดังนี้



ภาพที่ 2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ประเภท

2.1.3.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลา ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก ค่าใช้จ่าย โรบินสัน (Robinson, อ้างถึงใน สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2556) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลมีอยู่ 8 ประการ คือ (1) เพื่อเป็นการฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย (2) เพื่อสร้างเสริมรักษาสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อาบแดด อาบน้ำแร่ (3) เพื่อเป็นการเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา (4) เพื่อเดินทางไปชมสิ่งแปลกใหม่ในต่างประเทศ (5) เพื่อให้เกิดความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน (6) เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น การไปเยี่ยมญาติ การไป

พบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีจากคนที่ใกล้ชิดจำเจ (7) เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ และศาสนา เป็นต้น (8) เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

นอกจากนี้ ชิดจันทร์ หังสสูตร (2532, น. 8-9) แบ่งความมุ่งหวังของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ 1) ความมุ่งหมายในทางกายภาพ 2) มุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม 3) มุ่งหวังในมิตรภาพ ผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจ หนีไปจากครอบครัว และเพื่อนบ้าน หรือเพื่อคบเพื่อนใหม่ ๆ 4) มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ ต้องการพัฒนาบุคลิกส่วนตัว

2.1.3.4 ปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ 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

2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างความสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือเรื่องที่พักแรมไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริโภคจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

3) การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างสะดวก

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป ตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับจากการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยว

ธรรมชาติอย่างเดียว แต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักหรืออาหาร เป็นต้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่องค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง (อรนุช ศิลปภูมิพันธ์, 2547 อ้างถึงใน สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2556) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจึงเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ย่อมมีจุดมุ่งหมายของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างกัน

2.1.3.7 แนวคิดด้านการจัดการการท่องเที่ยว

1) ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึงการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและหลักการ ที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงหลักความเป็นจริงและข้อจำกัดต่าง ๆ ทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวนโยบาย มาตรการ แผนปฏิบัติการ และกระบวนการทำงานที่ดีโดยคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวดำเนินการไปอย่างมีทิศทางและประสบความสำเร็จ (โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม, 2541) ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นต้องมีการวางแผนนโยบายที่ชัดเจนสอดคล้องกันในทุกระดับ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และองค์กรเอกชน ชุมชนท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญเป็นตัวแทนของพื้นที่เพื่อจะได้ส่งเสริมและสร้างแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และให้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

2) ความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2553) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวที่ดีต้องบรรลุวัตถุประสงค์ นโยบาย ภารกิจ และเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อให้บังเกิดผลสำเร็จ การจัดการการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างมากและจำเป็นที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ ครอบคลุมใน 4 ด้าน ต่อไปนี้ (1) ด้านการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ นโยบาย ภารกิจ ตลอดจนเป้าหมายที่วางไว้ ไม่ว่าจะป็นองค์การของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือ ภาคเอกชน (2) ด้านการจัดการที่ช่วยให้มีระบบการบริหารงานที่ดี เพราะการที่องค์กรมีการจัดการที่ดีจะช่วยสร้างให้เกิดการบริหารงานที่ดีขึ้น (3) ด้านการจัดการที่ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพราะหากมีการจัดการการท่องเที่ยวที่ดี ก็จะมีกระบวนการดำเนินการอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับแผนต่างๆ ตลอด

จนวัตถุประสงค์ นโยบาย ภารกิจ และเป้าหมายที่วางไว้ (4) ด้านการจัดการที่ช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยเฉพาะในโลกยุคไร้พรมแดนที่มีการแข่งขันด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ตลาดด้านการท่องเที่ยวมีการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรที่มีระบบการจัดการที่ดีจะสามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

3) กระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยว

เริ่มจากการสำรวจเบื้องต้นเพื่อศึกษาประเด็นปัญหาที่สำคัญ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหา เช่น (1) ศึกษาข้อมูลศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งด้านกายภาพ ด้านเศรษฐกิจ ด้านประชากร และด้านสังคม (2) ศึกษาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว (3) ศึกษาข้อมูลตลาดการท่องเที่ยว และ (4) ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว จากนั้นทำการรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เพื่อทำการสรุปเป็นข้อ ๆ ในแต่ละประเด็นให้ชัดเจนอย่างครอบคลุมในทุก ๆ มิติ เพื่อให้สามารถบ่งชี้ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นเพื่อหาทางป้องกันและสามารถกำหนดรูปแบบและแนวทางการพัฒนาที่ไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของพื้นที่อันเนื่องมาจากการพัฒนา หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่เพื่อใช้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ และเห็นความสำคัญของทรัพยากร ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น ๆ ข้อมูลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวยังสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปริมาณและการกระจายของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ การกำหนดรูปแบบกิจกรรม และกำหนดแนวทางการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมได้ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กระบวนการจัดการที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ (1) การวางแผน (planning) (2) การจัดการองค์กรและงาน (organizing) หมายถึง การจัดโครงสร้างระบบงาน กำหนดความรับผิดชอบของงานที่จะต้องทำในหน่วยงาน กำหนดสายการบังคับบัญชา มอบหมายอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (3) การนำและการชักจูง (Leading) (ประชุม รอดประเสริฐ, 2535) หมายถึง การโน้มน้าว การชักจูงให้บุคคลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในงานนั้น ๆ ให้เกิดการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยวิธีการต่าง ๆ อาทิ การใช้ศิลปะการเป็นผู้นำ การจูงใจ การมอบหมายงาน การสั่งการ การประสานงานและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ รวมทั้งการชักจูงให้ชุมชนเกิดความคล้อยตามความเชื่อมั่นและเกิดความรู้ความเข้าใจทำให้เกิดการสนับสนุนและเกิดความร่วมมือ มีการรับฟังความเห็นซึ่งกันและกัน มีการดำเนินการที่สอดคล้องกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น (Public – Private Sector

Participations) (4) การควบคุม (Controlling) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการในการติดตาม ตรวจสอบผลการดำเนินงาน รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงเพื่อทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยแบบตามลักษณะของขั้นตอนการควบคุม 5 ด้าน ดังนี้ (1) การควบคุมด้านการปฏิบัติงาน (Product Control) เป็นการควบคุมทั้งในส่วนของปริมาณงาน (Quantity Control) และคุณภาพของงาน (Quality Control) (2) การควบคุมบุคลากร (Staff or Personnel Control) เป็นการควบคุมความประพฤติและพฤติกรรมของการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หรือพนักงานให้เป็นไปตามขั้นตอนและวิธีการที่กำหนดไว้ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่สร้างไว้ (3) การควบคุมด้านการเงิน (Financial Control) เป็นการควบคุมทั้งส่วนของค่าใช้จ่าย (Cost Control) การควบคุมด้านงบประมาณ (Budget Control) รวมถึงการควบคุมด้านบัญชีต่างๆ เพื่อให้เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดและเหมาะสมและถูกต้อง (4) การควบคุมทรัพยากรทางกายภาพ (Control of Physical Resources) เป็นการควบคุม อาทิ การใช้ทรัพยากรส่วนของวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคาร แรงงาน และที่ดิน ซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าของโครงการเพื่อการประหยัดการใช้ทรัพยากรโดยไม่ทำให้เกิดการสิ้นเปลืองและเพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุน (5) การควบคุมเทคนิคหรือวิธีการดำเนินงาน (Control of Technique or Procedures) เป็นการควบคุมดูแลด้านเทคนิคและการขั้นตอนวิธีการดำเนินงานให้ถูกต้องตามนโยบาย วัตถุประสงค์ กระบวนการ และขั้นตอนการดำเนินงานตามที่ได้กำหนดไว้ตามหน้าที่รับผิดชอบและการปฏิบัติงานในแต่ละส่วน แต่ละประเภท

4) หลักการในการจัดการการท่องเที่ยว

เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวมุ่งไปสู่เป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์โดยสร้างความพึงพอใจให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยุติธรรมและนำสู่จุดสมดุลร่วมกัน ทั้งฝ่ายรัฐ นายทุน องค์กรเอกชน ประชาชน นักอนุรักษ์ นักพัฒนา และนักวิชาการทั่วไป โดยเป้าหมายมุ่งเน้นไปที่การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์ยาวนานที่สุด สามารถรักษาและอนุรักษ์ความดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ได้มากที่สุดและยาวนานที่สุด โดยที่สามารถตอบรับกับกระแสการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวใน 2 ด้าน ได้แก่ 4.1) กระแสความต้องการให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีขอบข่ายทั่วโลก ทั้งด้านการป้องกัน การปกป้อง การอนุรักษ์ และแก้ไขวิกฤติทั้งระดับท้องถิ่นและระดับโลก โดยเฉพาะการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 4.2) กระแสความต้องการพัฒนาคนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนระดับรากหญ้า หรือระดับพื้นฐาน เพื่อเป็นหลักประกันการจัดการการท่องเที่ยวว่าดำเนินไปอย่างมีทิศทาง เหมาะสมและถูกต้อง อีกทั้งเกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม โดยจากกระแสดังกล่าวได้นำไปสู่หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของ

ชุมชนหรือประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว โดยสามารถปกป้องรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ให้คนรุ่นหลังได้ชื่นชมด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2553)

จากการศึกษาในส่วนนี้ จึงสรุปได้ว่า หลักการในการจัดการการท่องเที่ยว เป็นการจัดการเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อเกิดประโยชน์ที่คุ้มค่าและอย่างเป็นธรรม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการอนุรักษ์ให้เกิดความยั่งยืน (Sustainability)

5) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยการสร้างสมดุลของความต้องการพัฒนากิจของประเทศ ควบคู่กับการอนุรักษ์เพื่อให้ใช้งานอย่างยาวนานสำหรับอนาคตและคนรุ่นต่อไป โดยควบคุมให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยนั้น ทำให้เกิดความยั่งยืน และการสนับสนุนส่งเสริมและผลักดันรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณา ดังต่อไปนี้

5.1) การสร้างสมดุลของความต้องการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่ออนาคต โดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และจะต้องจัดการการดำเนินงานและกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของการรองรับ (carrying capacity) 3 ด้าน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ม.ป.ป., อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2553) กล่าวคือ “(1) การจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การจัดการโดยยอมให้มีจำนวนคนมากที่สุด โดยสามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวได้และไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (2) การจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับด้านการตลาด เป็นการจัดการโดยไม่ให้มีจำนวนคนเพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่กีดขวางความสามารถของทรัพยากรการท่องเที่ยวจนทำให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวด้อยคุณภาพลง (3) การจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับด้านชุมชน เป็นการจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของขีดความสามารถของแต่ละทรัพยากรการท่องเที่ยว”

5.2) การสนับสนุนและผลักดันรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยแนวทางและหลักการดังกล่าวนี้ จะเห็นว่าหากจะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยแนวทางและหลักการของ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (ecotourism) (Weaver, David and Oppermann, Martin, 2000, น. 353, อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2553) ซึ่งหมายถึง “การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ”

ทั้งนี้ Weaver และคณะ ยังได้แสดงทัศนะถึงหลักการที่สำคัญในการสนับสนุนและผลักดันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบสำคัญที่ต้องพิจารณาคือ การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการกระจายรายได้

5.3) มาตรการในการสนับสนุนและผลักดันการท่องเที่ยว การสร้างระบบเพื่อการจัดการที่ดี ควรมีนโยบาย การวางแผน หลักปฏิบัติ ข้อบัญญัติและแนวทางที่ชัดเจน รวมถึงการออกกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับที่เคร่งครัด โดยควรครอบคลุมในมาตรการ 5 ด้าน คือ (1) ด้านสังคม (2) ด้านธรรมชาติ (3) ด้านการเมือง (4) ด้านเศรษฐกิจ (5) ด้านการจัดการ

ดังนั้น จึงสามารถสรุปแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวได้ว่าเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด มีผลกระทบทางลบน้อยที่สุด (Low Impact) สูญเสียน้อยที่สุด จนถึงไม่มีเลย และเป็นการใช้อย่างชาญฉลาด (Wise Use) โดยผู้ใช้ทราบว่า จะใช้ทรัพยากรในระดับไหนถึงจะไม่เป็นการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว และการที่จะส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันการท่องเที่ยวให้เกิดมิติของความยั่งยืนได้นั้น จะต้องอาศัยแนวทางและหลักการของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) โดยมีสาระสำคัญ คือ ต้องให้เกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ทำให้เกิดผลประโยชน์และความอยู่รอดของชุมชนในท้องถิ่น ตอบสนองสังคมและให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งความหลากหลายของมรดกทางวัฒนธรรม ที่สำคัญคือการธำรงรักษาไว้ซึ่งสุนทรียภาพของสถานที่นั้น ๆ ให้เกิดความยั่งยืน มีการพัฒนาและการจัดการที่มีกระบวนการที่ชัดเจนจริงจังและเคร่งครัด และต้องสามารถรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงอยู่ยาวนานและยั่งยืน โดยนโยบาย การวางแผน หลักปฏิบัติ ข้อบัญญัติและแนวทางที่ควรครอบคลุมในมาตรการ 5 ด้าน คือ ด้านสังคม ด้านธรรมชาติ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านการจัดการ

โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบันดำรงราชานุภาพ (2541) ได้เสนอถึงหลักการบริการและการจัดการการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย (1) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากที่ตั้งกิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชนรวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในรูปของการเป็นคณะกรรมการรับผิดชอบการดำเนินการสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น (2) องค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น สภาตำบล องค์กรบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงานโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (3) ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวองค์กรท้องถิ่นองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมและรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาค (4) ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

กล่าวโดยสรุป การจัดการการท่องเที่ยวคือการกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยจะต้องอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง หรือที่เรียกว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันอย่างสมดุล และมีผลกระทบด้านลบน้อยที่สุดจนถึงไม่มีเลย ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

6) องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบเพราะต่างก็มีประโยชน์ซึ่งกันและกัน และต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้การท่องเที่ยวดำเนินการไปได้อย่างสอดคล้อง มีประสิทธิภาพและอย่างต่อเนื่อง พร้อมสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจอยากเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำและหลายครั้ง โดยมีการบอกต่อ ๆ กันไปโดยทั่วไปแล้วองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนอกจากจะขึ้นอยู่กับความสวยงามสมบูรณ์ของพื้นที่แล้วยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอีกหลายด้าน อาทิ ด้านการขนส่ง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านโรงแรมที่พัก ด้านการจัดการธุรกิจงานเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึก ซึ่งต้องมีความสัมพันธ์กัน

จากการที่ได้ศึกษาเนื้อหาของหลักการและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวรวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องข้างต้น จึงทำให้สรุปได้ว่า ในการจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบโดยต้องมีความสอดคล้องเป็นประโยชน์ต่อกัน และควรมุ่งประเด็นสำคัญไปที่ขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรการท่องเที่ยวใน 3 ด้าน คือ การจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับด้านการตลาด การจัดการตามขีดความสามารถของการรองรับด้านชุมชน เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์โดยรวมของทุกภาคส่วนอย่างสมดุล โดยควบคุมไม่ให้เกิดผลกระทบซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุด โดยในภาพรวมของการจัดการจะต้องสร้างความพึงพอใจตลอดจนรักษาระดับหรือเพิ่มระดับความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวให้ได้ดังที่ควรจะเป็น

2.1.4 ชุมชนกับการท่องเที่ยว

ในส่วนนี้จะได้ทำความเข้าใจเรื่อง “ชุมชน” นับว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการศึกษาวิจัย เพื่อให้เข้าใจความหมายของชุมชน องค์ประกอบและโครงสร้าง ภารกิจหน้าที่ของชุมชน ตลอดจนลักษณะสำคัญของชุมชน และความสัมพันธ์ของชุมชนกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับ

นำความรู้เกี่ยวกับชุมชนกับการท่องเที่ยวไปใช้ให้เกิดความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยในลำดับต่อไป

2.1.4.1. ความหมายของชุมชน

คำว่า "ชุมชน" นั้น ไม่ปรากฏว่านำมาใช้กับหน่วยทางสังคมของไทยในสมัยโบราณ ซึ่งจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี เช่น ศิลจารึก พงสาวดาร กฎหมายตราสามดวง อีกทั้งในหนังสือและตราสารต่าง ๆ ที่ได้ตอบกันระหว่างเมืองหลวงคือกรุงเทพฯ กับหัวเมืองมณฑลทางภาคเหนือและภาคอีสาน ตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นจนถึงสมัยรัชกาลที่ 7 ไม่พบว่ามีการใช้คำ ๆ นี้ แม้แต่ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 ก็ไม่ปรากฏคำว่า "ชุมชน" เช่นกัน และหากพิจารณาจากหลักฐานการจารึกทั้งในศิลจารึกสุโขทัย (หลักที่ 1) และในจารึกล้านนา เราจะพบคำว่า "บ้าน" "ถิ่น" และ "ถิ่นฐาน" นอกจากนี้ในคำไทยโบราณ เรายังพบคำว่า "กว๊าน" หรือ "บาง" ที่ใช้เรียกการตั้งถิ่นฐานของบ้านเรือนตามริมคลอง และริมแม่น้ำในภาคกลางและภาคตะวันออก

นักมานุษยวิทยาและนักสังคมวิทยาสันนิษฐานว่า คำว่า "ชุมชน" นั้น น่าจะเริ่มนำมาใช้ใน ช่วง พ.ศ. 2493-2505 โดยบัญญัติมาจากคำว่า "Community" ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากว่า ในระยะนั้น อิทธิพลของวิชาสังคมศาสตร์จากประเทศตะวันตกได้แพร่ขยายมาสู่ประเทศไทย ความหมายของคำว่าชุมชนในระยะแรก จึงนำไปใช้ในความหมายที่ใกล้เคียง หรือซ้อนทับกับคำว่า "บ้าน" หรือ "หมู่บ้าน" ซึ่งมีฐานะเป็นหน่วยการปกครองที่มีขอบเขตพื้นที่ที่แน่นอนภายใต้การควบคุมของรัฐ

ความหมาย เมื่อหน่วยงานด้านการปกครองใช้คำว่า "ชุมชน" แทนคำว่า "บ้าน" หรือ "หมู่บ้าน" ความหมายของคำว่า "ชุมชน" โดยนัยนี้จึงสื่อความหมายไปในทำนองเดียวกับคำว่า "บ้าน" หรือ "หมู่บ้าน" ที่หมายถึง หน่วยการปกครองระดับล่างสุดของพื้นที่ อีกทั้งยังมีขอบเขตทางภูมิศาสตร์ หรือทางกายภาพที่แน่นอน มีประชากรจำนวนหนึ่ง และมีระบบกลไกการปกครองที่เชื่อมต่อกับกลไกของรัฐอื่น ๆ ตามลำดับชั้น คือ หมู่บ้าน-ตำบล-อำเภอ-จังหวัด-ประเทศ

ส่วนคำว่า Community เมื่อมีการให้ความหมายในภาษาไทยว่า "ชุมชน" นั้น หากพิจารณาในภาษาอังกฤษ คำว่า "com" หมายถึง together คือ (เดินทางร่วมกัน) จะเห็นว่ามีคำที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงอีกหลายคำ (ปารีชาติ วลัยเสถียรและคณะ, 2546, น. 35-36) เช่น (Communal แปลว่า ของชุมชน, เพื่อชุมชน), (Common แปลว่า ร่วมเป็นสมาชิกอยู่ด้วย) และ (Commune แปลว่า ความรู้สึกผูกพันใกล้ชิด) เป็นต้น

ความหมาย ตามพจนานุกรมในพจนานุกรม Webster's New Dictionary of the American Language ได้ให้ความหมายโดยสรุปได้ว่า "ชุมชน" หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ในท้องที่หรือ

ในเมืองเดียวกัน มีอาณาบริเวณหรือเมืองที่มีกลุ่มคนอยู่รวมกันด้วยความสมัครใจ และมีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ คล้ายกัน (รัชนีกร เศรษฐโส, 2522, น. 91)

พจนานุกรม Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (1994, 233) ได้ให้ความหมายของชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แห่งหนึ่ง มีความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน มีศรัทธา ความเชื่อ เชื่อชาติ การงาน หรือมีความรู้สึกนึกคิด ความสนใจที่คล้ายคลึงกัน มีการเกื้อกูลกัน และเป็นอยู่ร่วมกัน

ความหมายในพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2524 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524, น. 112) ให้ความหมายว่า ชุมชนหรือประชาคม คือ (1) เป็นกลุ่มย่อยที่มีลักษณะหลายประการเหมือนกันลักษณะสังคม แต่มีขนาดเล็กกว่าและมีความสนใจร่วมที่ประสานงานในวงแคบกว่า ชุมชน หมายถึง เขตพื้นที่ระดับของความคุ้นเคย และการติดต่อระหว่างบุคคล ตลอดจนพื้นฐานความยึดเหนี่ยว เฉพาะบางอย่างที่ทำให้ชุมชนต่างไปจากกลุ่มเพื่อนบ้าน ชุมชนมีลักษณะเศรษฐกิจเป็นแบบเลี้ยงตัวเองที่จำกัดมากกว่าสังคม แต่ภายในวงจำกัดเหล่านั้นย่อมมีการสังสรรค์ใกล้ชิดกว่า และความเห็นอกเห็นใจลึกซึ้งกว่า อาจจะมีถึงเฉพาะบางประการที่ผูกพันเอกภาพ เช่น เชื้อชาติ ต้นกำเนิดเดิมของชาติหรือศาสนา (2) เป็นความรู้สึกและทัศนคติโดยรวมที่ผูกพันปัจเจกบุคคลให้รวมเข้าเป็นกลุ่ม

ชุมชน อาจมีความหมายเหมือนคำว่า “สังฆะ” กล่าวคือ ชุมชนเป็นการรวมกันของบุคคลเพื่อประกอบกิจกรรมในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์เพื่อให้มี ชีวิตและหมู่คณะที่ดำรงเป็นชุมชนแห่งกัลยาณมิตร เพื่อการจัดการและคุ้มครองชีวิตที่ตีรวมนั้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาหรือความเปลี่ยนแปลงที่ดี (พระธรรมปิฎก, 2539, น. 72)

Nelson, Ramsey and Verner; Roland Warran; Athur Dunham (เนลสัน, แรมเซย์ และเวอร์เนอร์; โรแลนด์ วอร์เรน; อาเธอร์ ดันแฮม, อ้างถึงใน จีรพรรณ กาญจนะจิตรา, 2530, น. 11; สนธยา พลศรี, 2533, น. 11) ได้ให้ความหมายของชุมชน สรุปได้ว่า ชุมชนหมายถึงกลุ่มคน หรือกลุ่มบุคคลหลาย ๆ กลุ่มมารวมกัน ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งหมายถึงการปฏิบัติต่อกัน (Interaction) ในอาณาเขตหนึ่ง ๆ และภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับอันเดียวกัน มีการสังสรรค์กัน มีความสนใจร่วมกัน มีผลประโยชน์คล้าย ๆ กัน มีแนวพฤติกรรมตลอดทั้งมีส่วนสำคัญของชีวิตทั่วไปอย่างเดียวกัน เช่น มารยาท ภาษาพูด ขนบธรรมเนียม ประเพณี และแบบแห่งการพูด

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526, น. 6) ให้ความหมายไว้ว่า “ชุมชน” หมายถึง องค์การทางสังคมอย่างหนึ่งที่มีอาณาเขตครอบคลุมท้องถิ่นหนึ่ง และมวลสมาชิกสามารถบรรลุถึงความต้องการพื้นบ้านส่วนใหญ่ได้ และสามารถแก้ไขปัญหาส่วนใหญ่ของชุมชนเองได้ “ชุมชน” หมายถึง กลุ่มคนที่มีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน และสามารถดำเนินงานกิจกรรมใด ๆ เพื่อประโยชน์

ร่วมกันได้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2526, น. 77) โดยที่ “ชุมชน” เป็นกลุ่มชนที่มีบางสิ่งบางอย่างคล้ายคลึงกัน รวมขึ้นเป็นชุมชนหนึ่ง มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก สถาบัน และกลุ่มคนที่อยู่ในท้องที่เดียวกัน อยู่ใต้กฎหมายหรือข้อบังคับเดียวกัน (จิรพรณกาญจนะจิตรา, 2530, น. 10–11)

ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ และคณะ (2534, น. 4) ได้กล่าวว่า “ชุมชน” หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่รวมกันในที่ใดที่หนึ่ง โดยมีความรู้สึกผูกพันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความรู้สึกนึกคิด และสนใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสิ่งที่คล้ายๆ กัน มีการปฏิบัติต่อกันด้วยความรู้สึกที่ว่าแต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้น โดยที่ ประเวศ วะสี (2540, น. 33) ได้กล่าวว่า ความเป็นชุมชนอาจหมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งเท่าใดก็ได้ มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสารหรือรวมกลุ่มกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ มีการจัดการ เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน

จึงสรุปในส่วนนี้ได้ว่า ชุมชน คือกลุ่มชน กลุ่มบุคคล องค์กรทางสังคม ซึ่งรวมกันโดยมีความรู้สึกผูกพันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการปะทะสังสรรค์ มีความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สื่อสารร่วมกัน สามารถแก้ปัญหาาร่วมกัน ทำกิจกรรมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันโดยมีผลประโยชน์ร่วมกัน ภายในขอบเขตและพื้นที่เดียวกัน

2.1.4.2. องค์ประกอบของชุมชน

ไพรัตน์ เคะชะรินทร์ (2524) ได้จำแนกองค์ประกอบของชุมชนไว้ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านมนุษย์ซึ่งมีบทบาทสำคัญยิ่ง องค์ประกอบด้านที่สิ่งมนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น ทั้งรูปธรรมและนามธรรม ทั้งที่เป็นเครื่องอำนวยความสะดวก หรือสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต และองค์ประกอบด้านสิ่งที่ธรรมชาติสร้างขึ้น

นักวิชาการผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนในภาคสนาม จำแนกองค์ประกอบชุมชน โดยเฉพาะชุมชนในระดับหมู่บ้าน ว่ามีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ คน สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ (ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชนเขตที่ 3, 2535)

จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของชุมชนประกอบด้วยสมาชิกในสถานที่ที่มีอุดมการณ์ วิสัยทัศน์ร่วมกันและมีทิศทางเดียวกัน มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้นำชุมชนมีความรู้ ทักษะในด้านความคิด ศิลธรรม การประกอบอาชีพ การพูด ประสานงาน และบารมี มีการบริหารจัดการ มีการตัดสินใจร่วมกัน มีการจัดโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ กำหนดกฎกติการ่วมกัน มีทรัพยากร และรวมถึงทรัพยากรที่เป็นทุนและงบประมาณ เช่น องค์กรความรู้ ประสบการณ์ มีการสื่อสาร เทคโนโลยี การประสานงาน การควบคุม ตรวจสอบและประเมินผล มี

กิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง มีประโยชน์ต่อองค์กร สมาชิกและชุมชน และการประสานทุนจากภายในและภายนอกชุมชน

2.1.4.3 ลักษณะสำคัญของชุมชน

ชุมชนมีกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเอง ซึ่งถือเป็นหัวใจของการพัฒนาแบบยั่งยืนกล่าวคือ เป็นการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ จิตสำนึก การเมือง สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน มีการเน้นคุณค่าของการร่วมมือกันบนพื้นฐานความสัมพันธ์แบบเครือญาติ หากไม่มีการยึดติดระหว่างชุมชนกับพื้นที่ มีชุมชนทั้งในเมืองและมีชุมชนใหม่เกิดขึ้น ได้มีการจัดแบ่งประเภทของชุมชนออกเป็นเป็นประเภทต่าง ๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งแตกต่างกันออกไป เช่น แบ่งตามจำนวนพลเมือง แบ่งตามหน่วยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ แบ่งตามความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐ แบ่งตามลักษณะพิเศษของประชาชน แบ่งตามลักษณะด้านนิเวศวิทยา แบ่งตามกิจกรรมทางสังคม แบ่งตามหน่วยการปกครอง และแบ่งตามลักษณะของคนในชุมชน เป็นต้น แต่หากกล่าวถึงด้านการพัฒนาชุมชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือแม้กระทั่งเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวในการศึกษาชุมชนด้านโครงสร้างเพื่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น อาจแบ่งชุมชนออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ชุมชนชนบท และชุมชนเมือง (กรมการพัฒนาชุมชน, 2526)

จึงพอจะสรุปในภาพรวมได้ว่า ชุมชนหมายถึง กลุ่มคนที่มาอยู่รวมกันในพื้นที่หรือบริเวณเดียวกันที่แน่นอน มีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน มีความรู้สึกผูกพันและความสัมพันธ์ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันอยู่ภายใต้กฎระเบียบกฎเกณฑ์เดียวกัน มีความรักหวงแหนร่วมกัน ทำงานกิจกรรมโดยมุ่งหวังประโยชน์ร่วมกัน และมีจุดมุ่งหมายของความสำเร็จในสิ่งที่ทำร่วมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยที่ความเป็นชุมชนนั้นประกอบด้วยลักษณะของความเป็นรูปธรรมและนามธรรมผสมกันอยู่ คือ คน (People) ที่มีความสนใจร่วมกัน (Common Interest) ภายในพื้นที่อาณาบริเวณ (Area) มีปฏิสัมพันธ์และการปฏิบัติต่อกัน มีการพบปะสังสรรค์ (Interaction) มีความผูกพันอันเกิดจากความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน (Relationship) มีวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี (Cultural Traditions) อีกทั้งแบบแผนในการดำเนินชีวิต (Pattern of Community Life) ในชุมชน ที่คล้ายคลึง และเป็นรูปแบบเดียวกัน

ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำความรู้นี้ไปใช้ในการศึกษาวิจัยในการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อทำการเก็บข้อมูลชุมชน ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกยิ่งขึ้น

2.1.4.4 ชุมชนกับการท่องเที่ยว

สืบเนื่องมาจากการประชุมสุดยอดเรื่องสิ่งแวดล้อมโลก (Earth Summit) ในปี 2535 นับว่าได้จุดกระแสให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง และเป็นจุดเริ่มในการ

ผลักดันความคิดเรื่อง “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ส่งอิทธิพลถึงการให้ความสำคัญเรื่อง “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” จากกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ประกอบด้วย (1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ (2) กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และ (3) กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

จากกระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าว มีผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยม (Conventional Tourism) แบบเดิม ๆ ที่เคยปฏิบัติกันมา การท่องเที่ยวที่นำชุมชนเข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนสำคัญในการจัดการโดยชุมชน จึงเป็นความพยายามหนึ่งของการสร้างทางเลือกในการพัฒนาใน ประเด็นการท่องเที่ยวที่ให้นักในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว และมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา

เมื่อชุมชนมาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงได้เกิดคำใหม่ ๆ เกิดขึ้น อาทิเช่น การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวผ่านชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชน ก็ขึ้นอยู่กับนิยามแห่งการสื่อความหมายต่อคำดังกล่าว การท่องเที่ยวโดยชุมชน: “Community-based Tourism: CBT” “เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน” (วิระพล ทองมา, 2547)

กระบวนการเรียนรู้ของ CBT: มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

1. ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้

2. ศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

3. การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน:

“Community-based Tourism: CBT” ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจายจัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วม หมายถึง ร่วมในทุก ๆ สิ่ง ทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

4. การมีส่วนร่วม คือ มีการสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น การถกปัญหารวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆจากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่น พบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆเพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

ผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน: “Community-based Tourism: CBT” ทุกอย่างที่ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่ สิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น ซึ่งมีผลกระทบด้านบวกและด้านลบ (วิระพล ทองมา, 2547, 17-22) ได้แก่

1. ผลกระทบด้านบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกัน สร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเศรษฐกิจ (2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (3) สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด

2. ผลกระทบด้านลบ เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว และที่สำคัญคืออาจถึงกับสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป

จึงได้สรุปเนื้อหาในส่วนนี้ได้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเรียนรู้การท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ศักยภาพพื้นที่ ศักยภาพของคน การจัดการ และการมีส่วนร่วม ใน

ด้านผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นก็เป็นเรื่องที่ต้องตระหนักและหาทางป้องกันแก้ไข

การศึกษาในส่วนนี้มีความสำคัญ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้การท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้ไปพิจารณาปรับใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยและส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

2.1.4.5 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Management)

เป็นการจัดการที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนโดยคำนึงถึงความยั่งยืนในประเด็นสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (สินธุ์ สโรบล, 2546) ซึ่งตั้งอยู่บนฐานคิดว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น พงณา สวนศรี (2546) ได้มีความเห็นว่าเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนที่ชุมชนกำลังเผชิญอยู่เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนและมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมวัฒนธรรมเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อมและการเมือง สินธุ์ สโรบล (2546) ได้เสนอปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นฐานการพัฒนาที่แท้จริงนั้นต้องมาจากชุมชนและประชากรในชุมชนใช้ฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนที่มีอยู่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนดังกล่าวนี้ ได้แก่ ทุนทางธรรมชาติ (Natural Resources Capital) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Capital) ทุนทางภูมิปัญญา (Wisdom Capital) ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital) และเห็นว่ากรท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นควรนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดังนั้นควรมีกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนดังนี้

การพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพต้องทำให้วิถีชีวิตมีความเป็นอยู่อย่างอิสระและมีศักดิ์ศรีขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงการจัดสรรประโยชน์จากทรัพยากรให้เป็นธรรมด้วยการกระจายไปสู่พื้นที่ที่มีความขาดแคลนอย่างทั่วถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นนั้นจะต้องมีการดำเนินการสร้างเสริมสนับสนุน ดังต่อไปนี้ (1) พัฒนาคุณภาพชีวิต (2) ภาควิชาในตนเอง (3) แบ่งบทบาทการทำงาน (4) เกิดองค์กรชุมชน เศรษฐกิจ สังคม ชุมชนการเมือง สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (5) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง (6) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน (7) เติบโตจาก

รากฐาน (8) เกิดกองทุนในการพัฒนาหมู่บ้าน (9) สร้างงานที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว (10) ชาวบ้านมีส่วนร่วม (11) สามารถรองรับภายนอก (12) พิจารณาขีดความสามารถในการรองรับ (13) มีการจัดการของเสีย (14) สร้างสำนึกการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมคำนึงถึงความพร้อมของชุมชนด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการกระจายรายได้และการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเสมือนเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

ขณะเดียวกันในด้านองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) องค์ประกอบด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือ ชุมชนต้องมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน (2) ด้านองค์กรชุมชน คือ ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย และคนในชุมชนต้องรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา (3) ด้านการจัดการ คือ ชุมชนต้องมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ สามารถกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และมีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน และ (4) ด้านการเรียนรู้ คือ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง เน้นระบบจัดการที่ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และที่สำคัญคือ ต้องสามารถสร้างจิตสำนึกในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งชาวบ้านเองและผู้มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และประเจต อำนวย (2547) ที่ได้กล่าวถึงหลักการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง คือ สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมกันทั้งระบบ ตั้งแต่การคิด วางแผน ทำกิจกรรม ติดตามประเมินผล เรียนรู้และรับประโยชน์ร่วมกัน ที่สำคัญคือ องค์กรชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมที่จะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ โดยหากมองในแง่ความ

พร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นสามารถประสบความสำเร็จอย่างเหมาะสมได้ นั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ โดยชุมชนเอง จะต้องเป็นศูนย์กลางที่เข้มแข็ง ในการจัดการและประสานความเข้าใจอันดี สู่การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันระหว่างชุมชน ผู้มีอำนาจจากรัฐบาล และนักท่องเที่ยว โดยต้องมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นแผนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสม เพื่อยึดเป็นกรอบในการปฏิบัติร่วมกัน และที่สำคัญคือต้องตระหนักไว้เสมอว่า การท่องเที่ยวมิใช่อาชีพหลัก แต่การท่องเที่ยวเป็นเสมือนกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

2.1.5 วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

วัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบอันสำคัญยิ่งของมนุษย์ จนทำให้สังคมมนุษย์ได้ชื่อว่า “สังคม – วัฒนธรรม” (Socio – cultural) ซึ่งมีความหมายว่า สังคมที่มีวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดสภาพหรือลักษณะของสังคม วัฒนธรรมจะเป็นแบบแผนในการปฏิบัติ ในการดำรงชีวิตและการดำเนินชีวิตของคนในสังคม จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือความประพฤติของมนุษย์ในแต่ละสังคม วัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีความแตกต่างไปจากสัตว์อื่นๆ และในขณะที่เดียวกันก็ทำให้เกิดความแตกต่างในสังคมของมนุษย์ด้วยกันอีกด้วย ดังนั้นถ้าเปรียบสังคมมนุษย์เป็นร่างกาย วัฒนธรรมของสังคมก็จะเปรียบเสมือนกับเป็นวิญญาณของสังคมนั้น คำว่า “วัฒนธรรม” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Culture” และ “Cultural” มีรากศัพท์มาจากคำภาษาฝรั่งเศส ซึ่งดัดแปลงมาจากภาษาละตินว่า “Cultura” แปลว่า การเพาะปลูกและบำรุงให้เจริญงอกงาม ซึ่งกลุ่มเกษตรกรในทวีปยุโรปใช้มาแต่เดิม ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นความเจริญทางด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ (กรมศิลปากร, 2542, น. 37) คำว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำที่ พลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงบัญญัติขึ้น โดยนำคำภาษาบาลีมารวมกับคำภาษาสันสกฤต คือ “วัฒนธรรม” มาจากคำว่า “วทุฒน” ในภาษาบาลี แปลว่า ความเจริญงอกงาม และ “ธรรม” มาจากคำว่า “ธรรม” ในภาษาสันสกฤต แปลว่า สภาพที่เป็นอยู่จริง รวมความแล้วหมายถึง สภาพที่แสดงถึงความเจริญงอกงามหรือความมีระเบียบวินัย และนำมาใช้ในทางราชการครั้งแรกในพระราชบัญญัติบำรุงวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2483 และนิยมใช้สืบต่อมาจนถึงทุกวันนี้ (คณะกรรมการจัดทำหนังสือวิถีไทย สถาบันราชภัฏเชียงใหม่, 2543, น. 57)

2.1.5.1 ความหมายของวัฒนธรรม

เสฐียรโกเศศ (พระยาอนูมานราชชน) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า วัฒนธรรมไว้หลายแนวคิดนี้ (1) วัฒนธรรม คือ สิ่งที่มีมนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีแห่งชีวิตของส่วนรวม (2) วัฒนธรรม คือ วิถีแห่งชีวิตของมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้ เอาอย่างกันได้ (3) วัฒนธรรม คือ สิ่งอันที่เป็นผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบต่อเป็นประเพณีกันมา (4) วัฒนธรรม คือ ความคิด ความรู้สึก ความประพฤติและกิริยาอาการ หรือการกระทำใด ๆ ของมนุษย์ในส่วนรวม คงรูปเป็นพิมพ์เดียวกัน และสำแดงออกมาให้ปรากฏเป็นภาษา ศิลปะ ความเชื่อถือ ระเบียบประเพณี เป็นต้น (5) วัฒนธรรม คือ มรดกแห่งสังคม ซึ่งสังคมรับและรักษาไว้ให้เจริญงอกงาม (สุรพงษ์ ถือทองจักร, 2552)

จูลี จุละเกศ (2516, น. 45) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมในวิชามานุษยวิทยาภาค วัฒนธรรมนี้ หมายถึง บรรดาผลงานและแบบแผนในการดำเนินชีวิตทั้งปวงของมนุษย์ อานนท์ อภาภิรมย์ (2516, 42) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมในความหมายทางสังคมวิทยา มีความหมายกว้างขวางกว่าความหมายที่ใช้กันอยู่ในการพูดหรือการเขียนทั่วไป กล่าวคือ สังคมวิทยาถือว่า วัฒนธรรมเป็นศัพท์วิชาการ (technical Vocabulary) หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต กระบวนการแห่งพฤติกรรม และผลงานทั้งหมดที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น ตลอดจนความคิด ความเชื่อ และความรู้ เป็นต้น

อมรา พงศาพิชญ์ (2547) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรม คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น กำหนดขึ้น มิใช่สิ่งที่มีมนุษย์ทำตามสัญชาตญาณ คำว่า สิ่งในที่นี้หมายถึง วัตถุก็ได้ หมายถึง พฤติกรรมก็ได้ หมายถึง แนวความคิดก็ได้ หรือจะหมายถึง วิธีการทำอะไร ๆ ก็ได้ รวมเข้าด้วยกันหมด การรวมหลายสิ่งหลายอย่างเข้าไว้ด้วยกันเช่นนี้ อาจจะเรียกรวมกันว่าระบบ ฉะนั้น วัฒนธรรม ก็คือ ระบบในสังคมมนุษย์สร้างขึ้น มิใช่ระบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติตามสัญชาตญาณ “วัฒนธรรม” คือ ปรากฏการณ์ที่สร้างขึ้นอย่างมีระบบ ประกอบด้วยการกระทำ (แบบแผนของพฤติกรรม) วัตถุ (เครื่องมือเครื่องใช้หรือสิ่งที่ใช้สร้างเครื่องมือเครื่องใช้) ความคิด (ความเชื่อ ความรู้) และความรู้สึก (เจตคติ ค่านิยม) ที่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน วัฒนธรรมเป็นผลงานที่มาจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์และมีลักษณะชัดเจน ดังนั้นจึงสามารถถ่ายทอดจากคนหนึ่งไปสู่คนอื่นได้ง่าย (Leslie A. White, อ้างถึงใน จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ, 2540, น. 15)

เสาวคนธ์ สุดสวาท (อ้างถึงใน จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ, 2540, น. 16) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรม” เป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกของสังคมหนึ่งได้ยึดถือเป็นแบบแผนของชีวิตร่วมกัน วัฒนธรรมจึงเป็นเสมือนเครื่องหมายหรือตราประจำกลุ่มที่คนอื่นเห็นแล้วรู้ได้ทันที เช่น มีภาษา เครื่องแต่งกาย ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เหมือนๆ กัน สำหรับ

คนในกลุ่มนั้น ขณะที่ สุพัตรา สุภาพ (2542, น. 85) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรม” มีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่งที่ประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศิลธรรม กฎหมาย ประเพณี วิทยาการ และทุกสิ่งทุกอย่างที่คิดและทำในฐานะเป็นสมาชิกของสังคม

สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์; เฉลียว บุรีภักดี (อ้างถึงใน กรมศิลปากร, 2542, น. 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรม” คือ แนวทางแห่งการแสดงออกวิถีชีวิตทั้งปวงของคนทั้งมวลในสังคม ไม่ว่าจะเป็น วิถีการทำสิ่งต่าง ๆ ทุกอย่างทั้งหมดทั้งสิ้น นับตั้งแต่วิถีกิน วิถีอยู่ วิถีแต่งกาย วิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดงอารมณ์ วิถีสื่อความ วิถีจราจรและขนส่ง วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ ตลอดจนวิถีแสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิตทั้งเครื่องมือเครื่องใช้หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพื่อการเหล่านั้นก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และไม่ว่าสิ่งของเหล่านั้นจะเป็นสิ่งที่นำมาจากธรรมชาติหรือคิดค้นประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ก็ตาม โดยอาจเริ่มจากตัวเอกชนหรือคณะบุคคลคิดขึ้นหรือกระทำขึ้นเป็นต้นแบบ แล้วต่อมาคณะส่วนใหญ่ของกลุ่มชนยอมรับมาสืบทอด จนกระทั่งสิ่งนั้นส่งผลให้เกิดเป็นนิสัยในการคิด การเชื่อถือและการกระทำของคนส่วนใหญ่แห่งกลุ่มชนนั้น ๆ

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ – ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524, น. 101) ได้ให้ความหมายและอธิบายไว้ว่า “วัฒนธรรม” เป็นชื่อรวมสำหรับแบบอย่างของพฤติกรรมทั้งหลายที่ได้มาทางสังคม และที่ถ่ายทอดกันไปทางสังคมโดยอาศัยสัญลักษณ์ วัฒนธรรมจึงเป็นชื่อสำหรับสัมฤทธิ์ผลที่เด่นชัดทั้งหมดของกลุ่มมนุษย์ รวมทั้งสิ่งทั้งหลายเหล่านั้น เช่น ภาษา การทำเครื่องมืออุตสาหกรรม ศิลปะ วิทยาศาสตร์ กฎหมาย การปกครอง ศิลธรรมและศาสนา กับรวมถึงอุปกรณ์ที่เป็นวัตถุหรือสิ่งประดิษฐ์ ซึ่งแสดงรูปแบบแห่งสัมฤทธิ์ผลทางวัฒนธรรม และทำให้ลักษณะวัฒนธรรมทางปัญญาสามารถยังผลเป็นประโยชน์ใช้สอยได้ เช่น อาคาร เครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องมือสื่อสาร ศิลปวัตถุ เป็นต้น

จากคำนิยามต่าง ๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า “วัฒนธรรม” หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ได้ผลิตสร้างขึ้น และเป็นที่ยอมรับร่วมกันในสังคมในการที่จะนำมาใช้เป็นแบบแผนของการดำเนินชีวิต หรือเป็นกระบวนแห่งพฤติกรรม เพื่อความสะดวกสบาย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการอยู่ร่วมกัน เพื่อความเจริญรุ่งเรืองและเพื่อความมั่นคงของสังคม

2.1.5.2 ลักษณะของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมมีลักษณะสำคัญหลายประการ ดังนี้ (1) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (2) เป็นผลรวมของแบบแผนในการดำรงชีวิต หรือวิถีชีวิตหลาย ๆ ประการของมนุษย์ (3) เป็นของสังคมส่วนรวม (4) เป็นสิ่งจำเป็นของมนุษย์และสังคม (5) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ โดยการขัด

เกล้าทางสังคมและการถ่ายทอดด้วยภาษาและสัญลักษณ์ต่างๆ (6) เป็นมรดกทางสังคมที่คนรุ่นหนึ่งถ่ายทอดไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (7) เป็นรูปแบบพฤติกรรมในอุดมคติและบรรทัดฐานทางสังคมซึ่งบุคคลต้องปฏิบัติตาม (8) เป็นสิ่งที่อยู่เหนืออินทรีย์ (Superorganic) (9) ในแต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมทั้งส่วนที่เหมือนกันและแตกต่างกันออกไป (10) เป็นสิ่งที่ไม่คงที่แต่เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งองค์การสหประชาชาติ (UNESCO) ได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 สาขา คือ มรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมร่วมสมัย (กรมศิลปากร, 2542, น.100-105) โดยจำแนกเป็นสาขาย่อย ๆ ดังนี้

1. มรดกทางวัฒนธรรม มีสาขาย่อย คือ 1.1) ภาษาและวรรณกรรม เช่น จารึก หนังสือ เอกสารต่างๆ 1.2) อนุสรณ์สถาน เช่น อนุสาวรีย์ สถาปัตยกรรม สัญลักษณ์ประจำเมือง ย่านประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถานและแหล่งโบราณคดีต่างๆ 1.3) วัตถุหลักฐานร่องรอย เช่น หลักฐานทางโบราณคดี ศิลปกรรมต่าง ๆ

2. วัฒนธรรมร่วมสมัย มีสาขาย่อย คือ 2.1) การดำรงชีพ เช่น การทำมาหากิน อาหาร เสื้อผ้าการแต่งกาย สุขภาพ พลาณามัย ที่อยู่อาศัย 2.2) ภาษาและวรรณกรรมทั้งภาษาถิ่น ภาษาประจำชาติและภาษาสากล เช่น การพูด การเขียน การอ่าน เอกลักษณ์ในการสื่อความหมาย ฐานันดรทางภาษา วาทวิทยา 2.3) ศาสนา เช่น ประวัติความเป็นมาของศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศาสนธรรมและหลักปฏิบัติ การศึกษาและการสืบทอดศาสนา อิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ และกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา 2.4) ศิลปะการละเล่นและรสนิยม ดังนี้ (1) ศิลปะ เช่น บ้านเรือน ที่อยู่อาศัย การเขียนภาพ ลวดลาย ช่างศิลป์ การร้องขับกล่อม การรำ – นาฏศิลป์ (2) การละเล่น เช่น ดนตรี กีฬา การพนัน การนันทนาการต่าง ๆ (3) รสนิยม เช่น ศิลปะชั้นสูง ศิลปะพื้นบ้าน 2.5) สังคม เศรษฐกิจและการเมือง ดังนี้ (1) สังคม เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันสังคม ค่านิยม ชนชั้น ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต (2) เศรษฐกิจ เช่น มรดกทางธรรมชาติ ทรัพยากรท้องถิ่น อาชีพพื้นฐาน การอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (3) การเมือง เช่น หน้าที่และบทบาทในชุมชน การปกครองตนเอง ความสัมพันธ์กับรัฐ กฎหมาย ระเบียบ ความสัมพันธ์กับต่างประเทศ การแก้ไขความไม่เป็นธรรมในสังคม

2.1.5.3 ความสำคัญของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งต่อสังคมมนุษย์ เพราะเป็นสิ่งที่จะทำให้ชีวิตของมนุษย์สามารถดำรงอยู่ได้ เพราะการมีชีวิตของมนุษย์ การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ ตลอดจนความสัมพันธ์ต่อกันของมนุษย์มิได้กำหนดขึ้นมาโดยธรรมชาติ ทางร่างกาย หรือโดยสัญชาตญาณ เหตุนี้ มนุษย์จึงต้องมีการเรียนรู้ และพัฒนาวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อการดำรงชีวิต และการดำเนินชีวิต

ของตนเองในสังคม และสามารถดำเนินไปได้ด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย เจริญรุ่งเรือง และมีความมั่นคงสืบต่อไป จึงอาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมมีความสำคัญในระดับที่เป็นความเป็นความตายของมนุษย์เลยทีเดียว (กรมศิลปากร, 2542)

จึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีแห่งการดำเนินชีวิต (The way of life) อาทิ วิถีกิน วิถีอยู่ วิถีแต่งกาย วิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดงอารมณ์ วิถีสื่อความ วิถีจราจรและขนส่ง วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ วิถีแสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิต ของคนในสังคมนั้น ๆ โดยแนวทางการแสดงออกถึงวิถีชีวิตนั้นเริ่มมาจากมีผู้ทำเป็นแบบอย่าง และสร้างแรงบันดาลใจให้มีผู้ปฏิบัติตามต่อ ๆ กันไป แล้วคนส่วนใหญ่ก็ถือปฏิบัติสืบต่อกันมา วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิถีใหม่ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ซึ่งอาจทำให้ผู้ที่อยู่ในสังคมเกิดความนิยมเลื่อมใส แล้วในที่สุดวัฒนธรรมเดิมอาจถูกเลิกใช้ ดังนั้นการที่จะธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมนั้นจึงต้องตระหนักในเรื่องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาวัฒนธรรม เพื่อให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

2.1.5.4 วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมมาแต่โบราณ มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ เป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาค มีการติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติ และด้วยอุปนิสัยของคนไทยที่เป็นคนเปิดกว้าง เรียนรู้ ทำให้เราสามารถหล่อหลอมวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเรา ประเทศไทยจึงมีมิติที่ลึกซึ้งทางวัฒนธรรม ให้เราสามารถสืบค้นวิวัฒนาการจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ปรากฏเพียงแต่กลุ่มเล็ก ๆ ไปสู่วัฒนธรรมผสมที่มีรากร่วมกันอยู่ เรื่องราวประวัติศาสตร์เกิดจากการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมร่วมกัน จากชุมชนเล็ก ๆ ที่ใช้ชีวิตเรียบง่าย แต่ต้องไปเกี่ยวข้องกับชุมชนที่อยู่ห่างไกล ทั้งความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ การละเล่น ดนตรีพื้นบ้าน บทกลอน อาหาร ประเพณี งานฝีมือช่าง งานศิลป์ ฯลฯ ซึ่งได้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมและสืบสานเป็นมรดกตกทอดนับรุ่นต่อรุ่น จากบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมได้ทำหน้าที่เป็นรากฐานความมั่นคงของท้องถิ่น

ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศจำนวนมากให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รู้จักกับชุมชนในระดับที่ลึกกว่าการท่องเที่ยวทั่วไปในรูปแบบที่เคยชิน โดยให้ความสนใจกับสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อให้ตนเองได้รับประสบการณ์ (Experience) ที่แปลกใหม่ ทั้งประสบการณ์ตรงที่สามารถจับต้องได้และประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ แต่ไม่สามารถจับต้องได้ ฉะนั้น การจัดการวัฒนธรรมจึงเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่ง

นับเป็นส่วนสำคัญและเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในการสร้างคุณค่า ความทรงจำ สำหรับทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเอง

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมวิถีชุมชน ในประเทศไทยมีอยู่มากมายทั่วทุกภาค เช่น ตลาดน้ำโบราณในภาคกลาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ซึ่งนับเป็นสถานที่เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านย่านการค้าริมน้ำสมัยอดีตได้ดี ที่รู้จักกันทั่วก็คือตลาดร้อยปี สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับบนดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ก็มีพื้นที่เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาวไทยภูเขาที่บ้านอ่างกาหลวง ส่วนในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก มีหมู่บ้านปะละทะ ซึ่งเหมาะสำหรับศึกษาวิถีชีวิตของชาวปกากะญอ หรือกะเหรี่ยง ถ้าอยากสัมผัสชีวิตชาวสวน ก็น่าจะไปที่บ้านศิรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งชาวบ้านทำสวนสมรมผสมกลมกลืนอยู่ในผืนป่า หรือจะลองไปใช้ชีวิตชาวเลกับพี่น้องชาวเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร ก็น่าสนใจ สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไปตามภูมิภาคต่างๆ คือ นักท่องเที่ยวต้องให้ความเคารพวิถีชุมชนท้องถิ่น ต้องศึกษาข้อห้ามและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้เพื่อความงดงามของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จะคงอยู่คู่เมืองไทยตลอดกาล

การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น นับว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ดังนั้น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (Creative Tourism and Cultural Development) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้ สามารถถ่ายทอดคุณค่าและมีความหมายทางสัญลักษณ์ อันบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่ต่างกันออกไปของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญทางการท่องเที่ยว โดยวัฒนธรรมสามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวก็ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2556)

2.1.6 ความหมายและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม

স্যันต์ ไพรชาญจิตร (2550, น. 13-14) ได้กำหนดความหมายว่า ส่วนประกอบของระบบวัฒนธรรมทั้งหมดในสังคมมนุษย์ ทั้งในส่วนที่เป็นวัฒนธรรมทางวัตถุ สิ่งก่อสร้างที่จับต้องมองเห็นได้ (tangible forms) ส่วนความหมาย (meaning) ความรู้/ภูมิปัญญา (knowledge/wisdom) ความเชื่อ (beliefs) กฎระเบียบแบบแผนเพื่อการปฏิบัติ (rules/regulation) จินตนาการ (imaginations) ความรู้สึกนึกคิด (feeling) และศิลปะและการแสดงออก (expressive behaviors) ที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสทางกายได้ (intangible forms) โดยที่ พิสิฐ เจริญวงศ์ (อ้างถึงใน สยันต์ ไพรชาญจิตร 2550, น. 13) ได้นิยามว่า ทรัพยากรวัฒนธรรม หมายถึง องค์ประกอบของ

วัฒนธรรมทางวัตถุ (material culture) ในรูปของวัตถุ (objects) สิ่งก่อสร้าง (structures) สถานที่/แหล่ง (sites) และภูมิทัศน์ (landscapes) วัฒนธรรมที่ยังดำรงอยู่ (living culture) และวัฒนธรรมที่แสดงออก (expressive culture) เช่น ดนตรี งานฝีมือ ศิลปะ วรรณคดี ประเพณีบอกเล่า และภาษา ฯลฯ ซึ่งเป็นความต่อเนื่องจากอดีตผ่านปัจจุบัน ไปสู่นาคต ในขณะที่ สว่าง เลิศฤทธิ์ (2547, น. 2) ได้กล่าวว่า ทรัพยากรวัฒนธรรม คือ ผลผลิตจากวัฒนธรรม หรือลักษณะต่าง ๆ ของระบบแห่งวัฒนธรรม (ทั้งในอดีตและปัจจุบัน) ที่มีค่า หรือเป็นตัวแทน หรือสามารถสื่อแสดงออกถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ ธานี เลิศชาญฤทธิ์ (2552, น. 4) ได้กล่าวว่า มรดกวัฒนธรรมหรือทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นมีอยู่ 2 ประเภท ซึ่งแบ่งตามลักษณะที่ปรากฏอยู่หรือมีอยู่ อันได้แก่ ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Resource) และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Resource)

สนธิสัญญา “Convention for Safeguarding of Intangible Cultural Heritage 2003” ให้ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติ (Practices) การแสดงออก (Expressions) การนำเสนอ (Representations) ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) รวมทั้งอุปกรณ์ วัตถุ สิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ที่เกี่ยวข้องซึ่งชุมชน กลุ่มคน และปัจเจกบุคคล ปรากฏออกมาในรูปแบบต่าง ๆ คือ 1) ประเพณีมุขปาฐะ (Oral Traditions) และการแสดงออก รวมถึงภาษา (Language) 2) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) 3) ชีวปฏิบัติ กฎระเบียบทางสังคม (Social Practices) พิธีกรรม (Rituals) และเทศกาล (Festival Events) 4) ความรู้และการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องด้วยธรรมชาติและจักรวาล 5) ทักษะในงานฝีมือเชิงช่าง ซึ่งน่าสังเกตด้วยว่าทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้ (Renewable) และสามารถถ่ายทอดผ่านยุคสมัยจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนรุ่นหนึ่งต่อไปได้ และยังสะท้อนออกมาในรูปของสิ่งของเครื่องมือเครื่องใช้ ส่วนทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Resource) ทรัพยากรที่จับต้องได้หมายถึงซากสิ่งของ สิ่งก่อสร้าง และวัตถุที่จับต้องและสัมผัสได้ด้วยมือและมองเห็นได้ด้วยตาของมนุษย์ (และในบางครั้งด้วยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์) สิ่งเหล่านี้สัมผัสและเป็นตัวแทนของมนุษย์ วัฒนธรรมของมนุษย์ กิจกรรมของมนุษย์ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบัน

คุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรม

สายนต์ ไพรชาญจิตร (2550, น. 19) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับธรรมชาติของวัตถุทางวัฒนธรรม และทรัพย์สินทางวัฒนธรรมใด ๆ ไม่ได้มีคุณค่าฝังติดอยู่ในตัวของสิ่งนั้น ๆ มนุษย์เป็นผู้ศึกษาและกำหนดคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ซึ่งก็มักจะมีค่าแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับกรอบเกณฑ์ของปัญญา ประวัติศาสตร์ ประสพการณ์ และจิตวิทยาสังคมในแต่ละวัฒนธรรมที่ยึดถือ โดยปัจเจกชน หรือกลุ่มคน ในลำดับแรกเรากำหนดคุณค่าของวัตถุทาง

วัฒนธรรม (cultural materials) ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (cultural landscapes) ไว้ในฐานะที่เป็นทรัพยากร (as resource) ก็เพราะเรามองเห็นศักยภาพที่จะใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ได้ทั้งกาลปัจจุบันและในกาลอนาคต ซึ่งศักยภาพของวัตถุทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรมนั้น ๆ อาจจะไม่ใช่ศักยภาพดั้งเดิมในสมัยที่ถูกสร้างขึ้นมาก็ได้ โดยที่ หม่อมเจ้าสุภัทระดิศ ดิศกุล (อ้างถึงใน สายันต์ ไพรชาญจิตร 2550, น. 24) กล่าวว่า ทรัพยากรทางโบราณคดีประเภทโบราณสถานและโบราณวัตถุ และศิลปวัฒนธรรม มีประโยชน์ต่อประเทศชาติและสังคม คือ 1) ช่วยสอบสวนเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ให้แน่นอนยิ่งขึ้น 2) ทำให้ประชาชนในชาติเกิดความรักชาติ 3) ศิลปวัฒนธรรมหรือวัฒนธรรมที่แสดงออกด้านสุนทรีย์ ประเภทจารีตประเพณี การมหรสพ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมเชิงนามธรรมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแบบอ่อน (software) ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลสมัย ศิลปวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของความเป็นชาติ (กลุ่ม/ชุมชน) ในฐานะเป็นเครื่องแสดงเอกลักษณ์ที่เป็นแบบแผนเฉพาะของตนเอง

วิลเลียม ดีโลปี (อ้างถึงใน สายันต์ ไพรชาญจิตร 2550, น. 25-27) ระบุว่าทรัพยากรวัฒนธรรมมีคุณค่า 4 แบบ คือ 1) คุณค่าที่แสดงนัยของอดีต (associative/symbolic value) 2) คุณค่าทางวิชาการ (informational value) 3) คุณค่าทางด้านความงามหรือสุนทรีย์ (aesthetic value) ในมุมมองของคนในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ที่มีมาตรวัดและกำหนดคุณค่าของความสวยงามแตกต่างกันออกไป 4) คุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ (economic value) คุณค่าในทางเศรษฐศาสตร์ของทรัพยากรวัฒนธรรม ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของคนในปัจจุบันได้

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมโดยชุมชน

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมโดยชุมชนนั้น จัดว่าเป็นกระบวนการหรือชุดของการกระทำใด ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ตั้งแต่ในอดีตของชุมชน ซึ่งรวมเรียกว่ามรดก (Heritage) ประกอบด้วยกิจกรรม 7 เรื่องด้วยกัน คือ 1) การศึกษาวิจัยหรือการสร้างองค์ความรู้ (Resource Research) 2) การประเมินคุณค่าและศักยภาพของทรัพยากรทางโบราณคดี (Resource Assessment and Evaluation) 3) การสงวนและการอนุรักษ์ (Preservation) 4) การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรม (Resource Based Community Business) 5) การเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์ให้แก่คนอื่น ๆ ทั้งในและนอกชุมชน 6) การบังคับใช้กฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติ ข้อบัญญัติ (Enforcement) 7) การฟื้นฟู ผลิตซ้ำ และสร้างใหม่ (resource rehabilitation/revitalization)

จึงสามารถนำองค์ประกอบของกิจกรรม 7 เรื่อง ในกระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมโดยชุมชนมาสร้างเป็นรูป ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.6 องค์ประกอบกิจกรรม 7 เรื่อง ในกระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมโดยชุมชน

ส่วนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในภาคการเมืองนั้น พบว่า ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ก็ได้กำหนดแนวปฏิบัติที่เอื้อให้ชุมชนท้องถิ่นมีสิทธิและอำนาจในการจัดการทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นของตนเองได้ ดังที่ปรากฏในมาตรา 46 ที่ระบุว่า “บุคคล ซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญา ศิลปะหรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ” นอกจากนี้ ในแนวนโยบายการกระจายอำนาจการบริหารราชการแผ่นดินออกไปสู่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นระดับต่าง ๆ ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่ในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมมากขึ้นเป็นลำดับ รัฐอาจมอบอำนาจและหน้าที่ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการแทนได้ ในปัจจุบันได้มีกลุ่มประชาชน ชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรชุมชนและเครือข่ายชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ เริ่มตระหนักถึงปัญหาทรัพยากรทางวัฒนธรรมและโบราณคดีถูกทำลาย และเห็นว่ามิใช่ปัญหาการจัดการที่ไม่เหมาะสมเกิดขึ้นมากมาย จึงเข้ามามีบทบาทในการจัดการในรูปแบบและด้วยวิธีการต่าง ๆ มาก

ขึ้น แต่อาจจะยังไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเนื่องมาจากการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและโบราณคดีเป็นงานที่ดำเนินการโดยภาครัฐ (ฝ่ายเดียว) มาเป็นเวลานานมาก อีกทั้งยังคงมีกฎหมายสงวนอำนาจในการบริหารและจัดการไว้ที่ศูนย์การบริหารราชการส่วนกลางเท่านั้น (พ.ร.บ. โบราณสถานฯ พ.ศ. 2504, อธิบดีกรมศิลปากร)

นอกจากนี้ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น รวมไปถึงประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนผู้ที่จะมีบทบาทและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและโบราณคดีในองค์กรต่าง ๆ ยังขาดความมั่นใจ ขาดข้อมูล ขาดความรู้ ขาดความเข้าใจ ขาดทักษะ และอาจจะยังมองไม่เห็นประโยชน์ที่แท้จริงในการปฏิบัติการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมและโบราณคดีดังกล่าวด้วยตนเอง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความสำคัญและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมนั้น มีต่อทุกสังคมอย่างเอนกอนันต์ เป็นทั้งสิ่งบ่งบอกความเป็นชาติพันธุ์ เป็นเครื่องผูกพันความรักสามัคคี ความเป็นพวกพ้องเดียวกัน สร้างคุณค่าทางจิตใจ สะท้อนอดีต เป็นแหล่งศึกษาจารีต สืบค้นประวัติศาสตร์ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และอื่น ๆ จึงควรมีการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างจริงจัง เพื่ออนุรักษ์ไว้อย่างยั่งยืน สืบสานไปสู่อนุชนคนรุ่นหลังตลอดไป

และจากการศึกษาแนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งมีรายละเอียด และจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการระดมความคิดและสร้างกระบวนการจัดการ การให้การฝึกอบรม การให้ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ฝึกทักษะ และสร้างความมั่นใจ ให้แก่ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่และส่วนร่วมสำคัญ เช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เห็นประโยชน์ที่แท้จริงในการปฏิบัติการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม เป็นเรื่องที่ต้องทบทวนโดยภาคส่วนที่รับผิดชอบ จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญ และจะได้นำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของกรอบแนวคิดการวิจัย

ในลำดับต่อไปนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาในแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบความหมาย ความสำคัญ องค์กรประกอบ และบริบทที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทาง และสามารถนำข้อมูลมาพิจารณาส่วนที่จะเป็นประโยชน์และปรับใช้ในการสร้างเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” ที่ผู้วิจัยมุ่งจะศึกษา ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของงานวิจัยต่อไป

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ เป็นการประสานกันระหว่างกระแสการอนุรักษ์กับการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศชุมชนท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรม และที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการวางแผน ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และเน้นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้มากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541, น.4) ให้ความหมายว่า “ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมและผลิตผลิตินไปกับการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับในพื้นที่ทางกายภาพ/ชีวภาพ การจัดการท่องเที่ยว องค์การและการจัดการ ผู้ประกอบการ/นักท่องเที่ยว ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การรองรับในด้านเศรษฐกิจ-สังคม การพัฒนาสังคม/ชุมชน การเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยว ทักษะคุณภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ” ขณะที่ Elizabeth Boo (1991, อ้างถึงใน ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2538) ได้ให้นิยามว่า “การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกทางสิ่งแวดล้อม”

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้ความหมายว่า “การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตและความ เป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น”

World Commission on Environment and Development (1987, อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะวนศาสตร์, ศูนย์วิจัยป่าไม้, 2538, น. 3-1; Elizabeth Boo, 1991 อ้างถึงใน ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2538, น. 51-53) ซึ่งเป็นผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลาติน อเมริกาและหมู่เกาะแคริบเบียนพร้อมทั้งเขียนรายงานเรื่อง “Ecotourism: The Potentials and Pitfalls” ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า “การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม”

The Ecotourism Society (ททท. กองวางแผนโครงการ, 2536, น. 4) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงแรกว่า “การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศในขณะที่ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น” ต่อมาคำนิยามของ

The Ecotourism Society ก็ได้รับการปรับปรุงโดย Western ให้สั้นและกระชับ แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นว่าเป็น “การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น” การประชุม Globe 90' ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วยการท่องเที่ยวที่มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย” (Globe 90' Conference, อ้างถึงใน สมัย อาภาภิรม และเขานันท์ เชษฐรัตน์, บรรณาธิการ, 2538, น. 191)

สำหรับประเทศไทย นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ว่า “การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ” สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (Ecotourism Network Newsletter, 2539, น. 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยว โดยเข้าไปสัมผัสกับธรรมชาติซึ่งต้องมีการได้ความรู้ทางนิเวศวิทยา จากผู้มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ อย่างแท้จริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้าไปมีความรู้เพิ่มขึ้น รวมถึงการสัมผัส สภาพทางธรรมชาติ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรในท้องถิ่นและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ต้องรักษาไว้” เสรี เวชชบุษกร (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึง วัฒนธรรมของชุมชน ท้องถิ่น ตลอดจน โบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย” ส่วน พงศ์สานต์ พิทักษ์มหาเกตุ (2538, น. 37) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านระบบนิเวศของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยธรรมชาติ ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนคุณค่าความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ฯลฯ ของชุมชนนั้น ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจดีแล้ว นักท่องเที่ยวจึงปฏิบัติให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ หรือชุมชนนั้น โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศของสิ่งแวดล้อม สังคม หรือต่อชุมชนนั้น”

ภราเดช พัทฒวิเชียร (2539, น. 5) กล่าวถึงว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Ecotourism เป็นเพียงรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งเท่านั้น ความหมายของ Ecotourism คือการ

เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น...” ยูวดี นิรัตน์ตระกูล (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ทุนธรรมชาติอย่างมีธรรมาภิบาลและให้มีความมั่นคงยั่งยืนและท้ายที่สุดจะต้องคืนทุนต่อสังคมในทันทีหมายถึง การให้ท้องถิ่นได้มีโอกาสตั้งแต่เริ่มรับรู้ตัดสินใจมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์เหล่านี้ถือเป็นกระบวนการที่สมบูรณ์พิจารณาทั้งในเรื่องทุนธรรมชาติและทุนทางสังคมซึ่งส่งผลต่อทุนทางเศรษฐกิจที่ดำรงอยู่ได้” สุดาพร วรพล (2538) กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติว่า “เป็นการเดินทางท่องเที่ยวต้องไม่รบกวนหรือทำลายธรรมชาติ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษา ชื่นชมเพลิดเพลินกับภูมิประเทศพื้นที่ป่าไม้และสัตว์ป่า รวมถึงวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย”

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึงการเดินทางเพื่อไปศึกษา หากความรื่นรมย์ ชื่นชมเพลิดเพลินกับความงดงามและความมีสุนทรียภาพทางด้านจิตใจ ณ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางสังคมและทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยการท่องเที่ยวนั้นส่งผลกระทบบ้านหลังต่อแหล่งเที่ยวน้อยที่สุดจนถึงไม่มีเลย ทั้งยังสามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ”

วิลาส เตชะไพฑูริย์ (2538, น. 192) ได้กล่าวว่าการแปลขั้นตอนมาเป็นหลักการเบื้องต้นนั้น 1) ต้องมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศเป็นลำดับแรก ตามด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศซึ่งที่สำคัญจะต้องเหมาะสมกับระบบสาธารณสุขปกติกที่รองรับ 2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่อาจผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ (Local Participation) 3) โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ทุก ๆ ด้าน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว ตัวสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรวม 4) มุ่งใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (Local Products) 5) มุ่งประโยชน์และเน้นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว 6) ดำรงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งมีใช้มีฐานะเป็นเพียงแหล่งรองรับการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่มีคุณค่าอยู่ในตัวเอง (Intrinsic Value) มากมายหลายเท่า 7) มีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นเรื่องปกติและจำเป็น แต่โดยมิให้ขัดกับหลักการที่กล่าวมา 8) ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน ธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น และองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาค และวางอยู่บนหลักการข้างต้น

จากแนวความคิดดังกล่าว ที่มีการแปลออกมาเป็นหลักการเบื้องต้นก็就会有ความสอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Principles of Ecotourism) 8 ประการ คือ 1) มีพื้นฐานอยู่บนธรรมชาติ วัฒนธรรม และชุมชน (Nature-based/Cultural-based/community-based) 2) มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน (Sustainable Manage) 3) คำนึงถึงเรื่องสังคมและวัฒนธรรม

(Inclusive of Social and Cultural Aspect) 4) ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น (Education to Tourist and Local People) 5) คนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ (Benefit to Local People) 6) คนท้องถิ่นมีส่วนร่วม (Involvement of Local People) 7) แหล่งท่องเที่ยวต้องเป็นของแท้ คั้งเดิม (Product Authentic) 8) นักท่องเที่ยวมีความพอใจ (Tourist Satisfactories)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ 1) การจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนและการกระจายรายได้

การวางแผน และจัดการในเรื่องการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบทั้ง 3 ประการข้างต้นเสมอ สารสำคัญขององค์ประกอบดังกล่าว อาจสรุปได้ดังนี้ (1) การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ (2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (3) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ ในขณะที่ พงศ์สานต์ พิทักษ์มหาเกตุ (2538, น. 38) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 5 ประการ คือ (1) ต้องมีผลกระทบน้อยที่สุด (Less impact) ต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียม และประเพณีของคนในท้องถิ่น (2) ต้องให้ความรู้และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปของสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์ (3) ต้องให้ผลประโยชน์แก่ชาวบ้านในท้องถิ่น (Local Benefits) ในการจ้างงานโดยตรงและทางอ้อม (4) ต้องให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วม (Local Participation) ในการวางแผน การตัดสินใจ การจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นของเขา (5) ต้องให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ (Tourist Satisfaction) การสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์และความพึงพอใจในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งทีแสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ ๆ ที่กว้างไกล จากกรณีประสบการณ์ในแหล่งวัฒนธรรมที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ริเริ่มขึ้นมาพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยว การพัฒนาภูมิปัญญา ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมและ

ประเพณีอื่น ๆ ที่มีความหลากหลาย เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้คือการศึกษาเพื่อทราบที่มาที่ไป ความสำคัญ และความเชื่อมโยง ดังที่ Swarbrooke (1999) ได้แสดงทัศนคติเกี่ยวกับประเภทต่าง ๆ ของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่ามีความเชื่อมโยงและเกี่ยวพันกัน เช่น เมื่อจะไปเที่ยวสงกรานต์ เราจำเป็นต้องศึกษาเพื่อทราบประวัติศาสตร์ความเป็นมาและกิจกรรมการเล่นต่าง ๆ นานา ของท้องถิ่นนั้น เช่นประเพณีสงกรานต์เป็นประเพณีปี ใหม่ของไทยซึ่งสืบทอดมาแต่โบราณ ในแต่ละท้องถิ่นมีกิจกรรมการเล่นต่างกัน เช่นประเพณีสงกรานต์ที่เชียงใหม่กับที่สมุทรปราการนั้นต่างกัน การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จึงเป็นการ เรียนรู้ผู้อื่นเพื่อย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจ

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมาย ไม่ว่าจะเป็นงานประเพณีลอยกระทง ประเพณีแข่งเรือ ประเพณีกินเจ หรืองานไหว้พระเก้าวัด และยังมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบ ใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยม คือ "โฮมสเตย์" (home stay) ในการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ผู้ท่องเที่ยวจะได้เข้าไปพักอาศัยกับชาวบ้าน ในชุมชน และดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับชาวบ้าน ซึ่งจะเป็นการก่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ต่างกัน

2.1.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.1.8.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน นั้น มีจุดกำเนิดจากช่วงทศวรรษที่ 1990 ได้นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวหลายท่าน ได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบต่างๆ ของการท่องเที่ยวแบบมหาชน และจากการที่ Young (1973) ได้ตีพิมพ์หนังสือชื่อ Tourism: Blessing or Blight? ในปี ค.ศ. 1973 โดยชี้ให้เห็นถึงผลกระทบทางด้านลบของการท่องเที่ยว จุดประกายให้องค์กรภาครัฐต่าง ๆ เริ่มเข้ามาจัดการการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นวิธีการบรรเทาปัญหาที่เกิดขึ้น ต่อมาในทศวรรษที่ 1980 มีการใช้คำว่า Green Tourism ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Green Tourism ต่อมาในปี ค.ศ.1991 สมาคมการท่องเที่ยวอังกฤษได้ตีพิมพ์รายงานชื่อ Tourism and the Environment: Maintaining the Balance เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมาก็เริ่มมีการใช้คำว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) กันมากขึ้น ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนท้องถิ่น การดูแลเอาใจใส่สวัสดิการของผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความ ต้องการแสวงหาการพัฒนาทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของชุมชนเจ้าบ้านที่รองรับนักท่องเที่ยว (เลิศพร ภาระสกุล, 2553)

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (WTO, 2004) ได้ให้อธิบายคำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือ การตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เรา รู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass Tourism) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคต ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO จึงประกอบด้วย การท่องเที่ยวที่ต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholder) นอกจากนี้ ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย นอกจากนี้จะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้ว จะต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholder) ทุกฝ่าย รวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่าง ๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ในการนำมาพิจารณาเพื่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (2) นักท่องเที่ยว (3) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว (4) ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว (5) กระบวนการเรียนรู้ในชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเน้นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน

นักวิชาการและสถาบันการศึกษา ได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุน (Facilitator) ที่ช่วยนำความรู้ในทางวิชาการหรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อยกระดับและคำอธิบายขององค์ความรู้ท้องถิ่น ที่เรียกว่า ภูมิปัญญาให้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นสากลได้ และยังทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากบทบาทการ

เป็นผู้ศึกษาค้นคว้าแล้วนักวิชาการอาจเข้าไปมีบทบาทในการเป็นวิทยากรช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมพร้อมกันไป ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น จึงประกอบด้วยหลักการที่สำคัญอยู่ 10 ประการ คือ

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) หมายถึง ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ หรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นประกอบด้วย

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้ มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุง บำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูน และเสริมสร้างไว้ให้มีความเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing Over - Consumption and Waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ทรัพยากร ธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติและมีคุณภาพเหมือนกันใช้ ทดแทนกันได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ต้องวางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลาย เพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มี อยู่เดิม

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ต้องมีการ ประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพ เพิ่มขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ต้อง ประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม

กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายกระจายสู่ ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities) ต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์รวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public) ต้องมีการประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ ร่วมประชุมหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ที่ต่างกัน

8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนับเป็นการพัฒนาบุคลากรใน องค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วิดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหา และเพิ่มคุณค่าคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว โดย จะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบ และการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามผู้ให้บริการโดยตรง การสอบถามเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อทราบผลของการบริการ นำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการบริการอย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อที่จะทำให้เกิดความ

ประทับใจและให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (ข้อมูลจาก: <http://www.osmsouth-w.moi.go.th/index.php?l=th>)

Butler (1998) มีความเชื่อว่าขณะที่แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาดำเนินไป ปัญหาต่าง ๆ จะเกิดขึ้นตามมา เนื่องจากคนนอกพื้นที่เริ่มเข้าไปควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น โดยที่รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ของคนท้องถิ่นและผู้เข้าไปเยือนก็จะเปลี่ยนไปเป็นแบบทางการมากขึ้น ในหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เราจะต้องชลอหรือป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าวขึ้น และจากทฤษฎีของ Butler นั้น หากนำมาประยุกต์กับหลักการของการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเห็นได้ว่าต้องทำการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา และจะดียิ่งขึ้นหากจะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะเข้าสู่ระยะถดถอย (เลิศพร ภาระสกุล, 2553, น. 217)

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผนและกำหนดนโยบาย เพราะเป็นการกระตุ้นเตือนให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานรัฐบาลตระหนักถึงคุณค่า ช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม สร้างพลังแห่งความร่วมมือเพื่อรักษา ปรับปรุง สร้างเสริม คุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดไป โดยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านนักท่องเที่ยว ด้านกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ด้านชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว และด้านกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน นั้น ผู้วิจัยควรจะได้พิจารณำส่วนหนึ่งไปใช้ประกอบในการสร้างกรอบแนวคิด และกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตต่อไป

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 กลุ่มวัฒนธรรม

ปริญญา พรหมมินทร์ (2543: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า บทบาทของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในด้านการจัดกิจกรรม การจัดอบรม การรณรงค์เผยแพร่ การพัฒนาบุคลากร การติดตามประเมินผล และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อยู่ในระดับน้อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่ปฏิบัติเลย

จุฑามาศ จิเจริญ (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทที่ปฏิบัติจริงและบทบาทที่คาดหวังในการพัฒนาการท่องเที่ยว: ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาสำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ปัญหาการขาดการ

บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวรองลงมา คือ ปัญหาเกี่ยวกับความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว จึงควร ได้จัดเตรียมความพร้อมบทบาททุกด้านอย่างบูรณาการในการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้นให้แก่องค์การบริหารส่วนตำบล โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาท อำนาจหน้าที่ ให้แก่บุคลากรทั้งสมาชิก อบต. ผู้ปฏิบัติหน้าที่ใน อบต. และประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามามีส่วน ร่วมมากยิ่งขึ้น จะทำให้เกิดศักยภาพในการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้มาก ขึ้น

จารุเชษฐ์ เรืองสุวรรณ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการจัดการ การท่องเที่ยวชุมชนยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนยี่สารเป็น ชุมชนท่องเที่ยวที่มีแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวในชุมชนเกิดจาก ความต้องการของคนในชุมชนมีการเตรียมความพร้อมและการบริการตามความต้องการของชุมชน เช่น เงินทุนมักคู่เทศก์อาสาสมัครเล่าเรื่องราวในชุมชน การเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและดูแล สวัสดิภาพแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการซึ่งคัดเลือกจัดตั้งกรรมการ ชุมชน ผลการศึกษาความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี

มณีวรรณ พุทฺธเสถียร (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการของประชาชนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนในอำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา เพื่อสำรวจ ทรัพยากรท่องเที่ยวในอำเภอพิมาย เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป เพื่อศึกษาความต้องการของ ประชาชนในท้องถิ่น และเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบ ตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว และแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยว 5 แห่ง ได้แก่ ไทรงาม อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย สวนไทยศิลป์ และงานเทศกาลประเพณี 3 งาน ได้แก่ เทศกาลเที่ยวพิมาย เทศกาลแข่งเรือยาว งานฉลองและรำลึกวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป พบว่า ประชากรที่มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มี ภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอพิมาย และมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวระดับปานกลาง ความต้องการเรื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอพิมาย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ไทรงาม อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์และงานเทศกาลเที่ยวพิมาย ความต้องการของประชาชนต้องการถนนลาดยาง ที่พักที่สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ไฟฟ้าแสงสว่างในชุมชน การจัดเก็บขยะ พัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่น สนับสนุนแรงงานท้องถิ่น การจัดกิจกรรม สืบสานวัฒนธรรมอีสาน และโครงการปลูกจิตสำนึกแก่เยาวชน ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนต้องการให้จัดการความสะอาดและปรับปรุงสภาพแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยว

รติกา อังกูร และคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกำลังได้รับความนิยมจากชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องการศึกษาค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต และความงดงามในศิลปวัฒนธรรมไทย สำหรับรูปแบบที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และการเที่ยวชมความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แต่การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาแต่ละจังหวัด ได้แก่ ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ปัญหาการขาดแคลนงบประมาณในการปรับปรุงและการท่องเที่ยวของจังหวัด ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งปัญหาบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ปัญหาการบริหารจัดการในชุมชนปัญหาการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีและการลดคุณค่าดั้งเดิมของศิลปวัฒนธรรมส่วนการเสนอแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาเป็นแกนหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การกระจายอำนาจการบริหารจัดการแก่ชุมชนและการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม ตลอดจนทบทวนศักยภาพขีดความสามารถและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยว

สุธีรัตน์ คชสวัสดิ์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยอี่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมคิดร่วมวางแผนการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว การดำเนินงาน การรักษาและฟื้นฟูทรัพยากร มีการร่วมจัดสรรรายได้อย่างทั่วถึงและชุมชนบ้านห้วยอี่เป็นหมู่บ้านเล็ก แต่ในส่วนแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวมาจากองค์กรภายนอกโดยมีการประชุมแจ้งให้ชาวบ้านร่วมรับรู้และติดตามผลได้มีการศึกษาคูงานจากหมู่บ้านอื่น โดยองค์กรภายนอกจะมีศักยภาพเป็นพี่เลี้ยง ในช่วงแรกชุมชนมีความภาคภูมิใจมีความเป็นอยู่เรียบง่าย เป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน ในส่วนของปัญหาพบว่าส่วนใหญ่เป็นปัญหาการลอบเข้าไปเก็บกล้วยไม้และพรรณไม้หายากในพื้นที่และเรื่องขอบเขตของพื้นที่

สุชาดา วงษ์ชัยภูมิ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า 1. พัฒนาการของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท มีวิวัฒนาการ และการส่งเสริมประสพการณ์การจัดการและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในระดับหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุคคือ 1) ยุคเริ่มต้นการพัฒนาไปสู่การเป็นหมู่บ้านตัวอย่างซึ่งเป็นไปในลักษณะที่ไม่มีแบบแผนชัดเจน 2)

ช่วงการค้นพบซากโบราณวัตถุและการพัฒนาชุมชนไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว และ 3) ช่วงการเริ่มนำการจัดการมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ 2. ลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาทในปัจจุบัน ประกอบด้วย องค์ประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ และองค์กรการพัฒนา ส่วนที่สอง เป็นหน่วยงานภายในชุมชนประกอบด้วย คณะกรรมการ แหล่งที่พักชุมชนบ้านปราสาท และกลุ่มเครือข่ายอาชีพหรือศูนย์การเรียนรู้ซึ่งเป็นบุคคลภายในหมู่บ้านจะแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบและการจัดการ เป็นกลุ่มทำงานด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนกันและกัน ผลจากการศึกษาพบว่า สามารถจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดีตามศักยภาพของชุมชน 3. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเห็นว่าชุมชนสามารถจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนได้ดีตามศักยภาพชุมชน แต่จะต้องรักษาวัฒนธรรม ประเพณีที่ดี ๆ และวิถีการดำรงชีวิตในรูปแบบที่ได้สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษให้คงอยู่ มีการถ่ายทอดไปสู่ลูกหลานและต้องการให้มีการพัฒนา ปรับปรุงการจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป 4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับสูง แต่ยังคงต้องการที่จะให้มีการปรับปรุงการให้บริการของชุมชนในจุดต่าง ๆ ให้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น 5. แนวทางในการพัฒนาการจัดการที่เหมาะสมคือ ควรจัดทำแผนกลยุทธ์ หรือแผนการท่องเที่ยวประจำปี ควรจัดทำคู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวและคณะกรรมการชุมชน ควรมีการจัดเวทีสัมมนา เพื่อประชุมสรุปผลงานและทำการประเมินผลอย่างจริงจังจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการมอบหมายงาน โครงการในด้านประชาสัมพันธ์ และการตลาดให้มีความชัดเจน มีการจัดการแก้ไขปัญหาในระยะยาว รวมทั้งพัฒนาประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มต่าง ๆ และหาตลาดรองรับสินค้าของชุมชนให้เพียงพอ และจัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านปราสาท ให้เป็นลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา และควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุในการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่รุ่นหลัง

กฤษดา ชู่อภัย (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาบ้านลงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยว ชาวไทยมีความเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ส่วนในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศพบว่าการบอกต่อจากคนใกล้ชิด คนรู้จัก และ อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพล

มากที่สุด ในด้านค่าครองชีพและงบประมาณในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนในด้านความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่ายังไม่แน่ใจ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความเห็นว่า สถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างชะลอตัวเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาทางการเมือง โดยเล็งเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความสำคัญมากขึ้น สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะต้องจัดขึ้นในรูปแบบของโฮมสเตย์ และต้องอาศัยการสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับความเห็นของผู้นำชุมชนบ้านลวงเหนือมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผู้ประกอบการ อีกทั้งยังพบปัญหา 3 ส่วนคือ 1. ปัญหาภายนอกชุมชน ได้แก่ ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง 2. ปัญหาภายในชุมชน เช่น การขาดความเข้มแข็งของชุมชนในเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรและภาษาอังกฤษ เป็นต้น 3. ปัญหาจากภาครัฐ คือ การขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐเท่าที่ควร สำหรับผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ผลกระทบด้านบวกทำให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นรายได้ การประชาสัมพันธ์ชุมชน ส่วนผลกระทบด้านลบ คือ อาจเกิดปัญหาด้านอาชญากรรม ยาเสพติด และ โรคระบาด เป็นต้น แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านลวงเหนือ คือ การพัฒนารูปแบบของโฮมสเตย์ และการสร้างแหล่งความรู้ชุมชน

สุดชีวัน นันทวัน ณ อุษยา (2552: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี ทราบดีว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำรายได้หลักให้กับจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ และมีความคิดเห็นว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้ เพราะมีความเห็นว่าการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีแบบดั้งเดิมไว้จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งวัฒนธรรมงานประเพณีเทศกาล ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชน แต่พบว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนเจ้าของท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมาก และภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น ในส่วนของสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 8 ประการ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางประการ เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้าน และวรรณกรรมท้องถิ่น ที่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนให้เป็นปัจจัยดึงดูดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบปัญหาทั้งทางด้านบุคลากรที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมีอยู่น้อยและไม่ได้

รับการสนับสนุนทั้งทางด้านนโยบายและงบประมาณ คนในชุมชนและเยาวชนรุ่นใหม่ ยังคงเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวน้อย จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโค่นเน้นให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง ได้ดังนี้คือ 1) การกำหนดนโยบายการศึกษาของรัฐเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือในการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ 2) การกำหนดนโยบายท่องเที่ยวของรัฐจำเป็นต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนัก ในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น 3) เสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง และเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการประเมิน และที่สำคัญคือ มีส่วนร่วมรับผลประโยชน์มากยิ่งขึ้น 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาครัฐ องค์กรที่เกี่ยวข้อง และคนในชุมชนไม่ควรมุ่งเน้นประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวเป็นสำคัญ ควรมุ่งเน้นวัตถุประสงค์และความต้องการของเจ้าของชุมชน และประโยชน์ที่ชุมชนพึงจะได้รับอย่างยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางสังคม ความงามทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันการผูกกร่อนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์จังหวัด แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 10 คน, ผู้ประกอบการด้านการบริการการท่องเที่ยวเอกชน และมีผู้ประกอบการด้านที่พัก จำนวน 10 คน, ประชาชนใน อำเภอเมือง และอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 75 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง และอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 321 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง โดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่ง อ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ตลอดจนด้านประเพณีเทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ชงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่

อาหารการกิน การแต่งกาย ส่วนแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทางเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกัน ตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เปลวเทียน เจษฎาชัยยุทธ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการเศรษฐกิจชุมชนข้าวหอมบ้านอาฮาม ตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจ ชุมชนของกิจการข้าวหอมบ้านอาฮาม และนำเสนอแนวทางในการจัดการการผลิตข้าวหอมอย่างยั่งยืน ในฐานะที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นจังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันข้าวหอมบ้านอาฮามมีคุณค่าทางเศรษฐกิจสูงมาก และกลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งในระดับชุมชนหมู่บ้านอาฮาม ตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวังผา และจังหวัดน่าน กระบวนการผลิตและการจำหน่ายข้าวหอมเชื่อมโยงภาคส่วนต่างๆเข้ามามีส่วนร่วมที่สำคัญ ได้แก่ ประชากรในครอบครัวและชุมชนที่เป็นผู้ผลิตข้าวหอม และผู้ผลิตวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องเนื่องมีงานทำ และมีรายได้เลี้ยงชีพตลอดปี และพบว่าเริ่มมีปัญหาในเรื่องความขาดแคลนไม้ไผ่ ข้าวหอมที่หายากและราคาสูงขึ้นเนื่องจากต้องซื้อจากกลุ่มผู้ตัดไม้ไผ่จากป่าธรรมชาติไกลจากชุมชนเท่านั้น ผู้ศึกษานำเสนอแนวทางในการจัดการเศรษฐกิจชุมชนข้าวหอมบ้านอาฮาม 4 ประเด็น คือ 1) อนุรักษ์ให้มีการปลูกสวน/ป่าไม้ข้าวหอมในพื้นที่ชุมชนบ้านอาฮามและพื้นที่ใกล้เคียง และลดการใช้ไม้ไผ่จากป่าธรรมชาติลงโดยเร็ว 2) สร้างความตระหนักเรื่องการรักษาคุณภาพของสินค้าข้าวหอมทั้งในฐานะอาหารที่สะอาด อร่อย ถูกหลักอนามัย และในฐานะที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนและจังหวัดน่าน 3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมสำคัญในการจัดทำโครงการปลูกป่า/สวนไม้ ข้าวหอม และการรักษาคุณภาพและภาพลักษณ์สินค้าให้ยั่งยืน 4) จัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามเส้นทางในหมู่บ้านข้าวหอมและพื้นที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 กลุ่มตลาดน้ำ

ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษากรณีตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติอาหารและความงามเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ ในด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละแห่ง คือ ปัญหาด้านการบริการการท่องเที่ยว ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแหล่งน้ำธรรมชาติ ด้านการบริการจัดการการท่องเที่ยวขององค์กรชุมชน ได้แก่

การขาดการบริหารจัดการที่ดี การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน ปัญหาการจัดเก็บผลประโยชน์ ปัญหาด้านงบประมาณการขาดการประสานงานกับองค์กรอื่น ๆ และปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน

มธุวรรณ พลวัน (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การล่องเรือขายสินค้าผลผลิตจากการเกษตร วิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ และพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทิวทัศน์ และบรรยากาศของตลาดน้ำ และชุมชนริมน้ำ พึงพอใจค่อนข้างมากในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางสะดวกปลอดภัย ในส่วนที่พึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ถังขยะและสุขาสาธารณะ ในส่วนของอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในด้านความเป็นมิตรและยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความช่วยเหลือ และไม่ตรีจิต ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคา

กอบกุล ศรีวงศ์เจริญ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพร้อมของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา: ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในท้องถิ่นมีความพร้อมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยศักยภาพของชุมชนด้านการดำเนินชีวิตประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สืบทอดกันมาล้วนเป็นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาสัมผัส จึงควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนหลังได้ใช้แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาปรับใช้ในชุมชนของตนเอง และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มากขึ้น

สิริวิมล มรกตจินดา (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดา และวางแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ ผู้บริหารชุมชน กลุ่มที่ 2 คือ พ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน และกลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ คือ ตัวผู้วิจัย และแบบสอบถามในการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตลาดน้ำคลองจินดา ผลการศึกษาพบว่า ทำให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำคลองจินดาและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองจินดา รวมถึงสามารถวิเคราะห์หาข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา อ. สามพราน จ. นครปฐม ทำให้ตลาดน้ำคลองจินดาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองจินดา ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา ดังนี้ 1) ตลาดน้ำควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากผลไม้

สด โดยแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรักษา และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ 2) ราคาของสินค้าควรเป็นราคาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นราคาที่ชาวสวนตั้งขึ้น และควรสร้างกลยุทธ์ด้านราคา โดยมี การ ลด แลก แจก แถม สินค้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3) ด้านสถานที่ ควรจัดหาป้ายบอกทาง, ป้ายระยะทาง และระยะเวลาเปิด-ปิด ตลาดน้ำ อย่างชัดเจน 4) การประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 5) ด้านคน ผู้มีความรับผิดชอบในการบริหาร ควรปรับปรุงและพัฒนาตลาดน้ำด้วยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ 6) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรมีการปรับปรุงและจัดการสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 7) ด้านกระบวนการ ควรมีการวางแผนจัดองค์กร การบังคับบัญชา การดำเนินงาน และการควบคุมติดตามผล จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดาอย่างมีประสิทธิภาพ

โสภณ สุขสำอางค์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาสถานภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง และศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จำนวน 384 คน และทำการสัมภาษณ์เจ้าอาวาส คณะกรรมการวัด ผู้จัดการตลาดน้ำ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลสัมปทวน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้านที่อาศัยบริเวณโดยรอบวัดกลางคูเวียง และผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุที่สะท้อนถึงความงดงามเก่าแก่และมีชื่อเสียง รวมถึงบรรยากาศที่สงบร่มเย็น ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจรองลงมาคือ กิจกรรมเชิงศาสนา โดยเฉพาะการบริการเครื่องไทยทาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบริการ โดยเฉพาะการเข้าถึงและการบริการร้านอาหารเป็นด้านที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ผลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เกิดความยั่งยืน

ธีราภรณ์ นกแก้ว (2555: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำวัดไทรพร้อมเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้มีชีวิตอีกครั้ง เป็นการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่มจำนวน 57 คน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน 2) เจ้าหน้าที่รัฐ 3) พ่อค้าแม่ค้าในตลาด 4) นักท่องเที่ยว 5) ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และเชิงปริมาณ โดยแจกแบบสอบถามกลุ่มชาวบ้านในชุมชน จำนวน 430 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง ได้แก่ ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการ ของตลาดน้ำวัดไทรยังมีความขัดแย้งกันภายใน ประกอบกับความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ ทำให้สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วทำให้ตลาดน้ำถูกลดบทบาทลงไปพร้อมกับการสัญจรทางน้ำ โดยหันมาใช้บริการสัญจรทางบก และย้ายขึ้นมาขายของบนบกแทน ที่ผ่านมามีความพยายามหลายครั้งในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมาแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ พ่อค้าแม่ค้าก็ขาดทุน จึงทยอยลดขนาดออกไปทีละราย และปัจจุบันก็ยังไม่มีการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาอีก การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทร ในอดีต กระแสของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างเช่นในปัจจุบัน เนื่องจากยังไม่มีผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่รุนแรงเหมือนในปัจจุบัน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 ที่สำนักงานเขตจอมทองเข้ามาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรนั้น เริ่มมีการนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้ามา จึงเกิดโครงการที่ต้องการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่าของตลาดน้ำให้คงอยู่ต่อไป ต้องการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ จนถึงปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรก็ยังไม่ได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น ทำให้ทราบผลการศึกษาในหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ใกล้เคียงกับงานวิจัย “แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” ในครั้งนี้ ซึ่งมีผู้สนใจศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน เช่นงานวิจัยของ ธีราภรณ์ นกแก้ว (2555: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำวัดไทรพร้อมเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้มีชีวิตอีกครั้ง ผลการศึกษา

พบว่า สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง ได้แก่ ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการ มีความขัดแย้งกันภายใน ประกอบกับความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ ทำให้สภาพแวดล้อมวิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วทำให้ตลาดน้ำถูกลดบทบาทลงไป แม้จะมีการฟื้นฟูใหม่ ปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรก็ยังไม่ได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง สอดคล้องกับ ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2544: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนศึกษากรณีตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวการจัดการบริหารจัดการที่ดี การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน ปัญหาการจัดเก็บผลประโยชน์ ปัญหาด้านงบประมาณ การขาดการประสานงานกับองค์กรอื่น ๆ และปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ในขณะที่ มธุรรณ พลวัน (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ แทบทุกด้าน และ สุดชีวิต นันทวัน ณ อยุธยา (2552: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทราบดีว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำรายได้หลักให้กับจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ และมีความคิดเห็นว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้ เพราะมีความเห็นว่าการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีแบบดั้งเดิมไว้ จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งวัฒนธรรมงานประเพณี เทศกาล ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชน แต่พบว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนเจ้าของท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมาก และภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น ส่วนงานวิจัยอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำศึกษางานวิจัยเพื่อเป็นการส่งเสริมแนวคิดและทฤษฎี

สรุปจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีความสำคัญในการศึกษาตัวตนชนชาติ ช่วยเพิ่มพูนความรู้และเปิดโลกทัศน์ใหม่ ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม และสร้างรายได้ วัฒนธรรมเป็นต้นทุนที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นเรื่องที่ต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินการที่ถูกต้องอย่างเป็นระบบและมีขั้นตอนกระบวนการ และการดำเนินการอย่างจริงจังโดยอาศัยความร่วมมือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมในการจัดการของท้องถิ่นและ

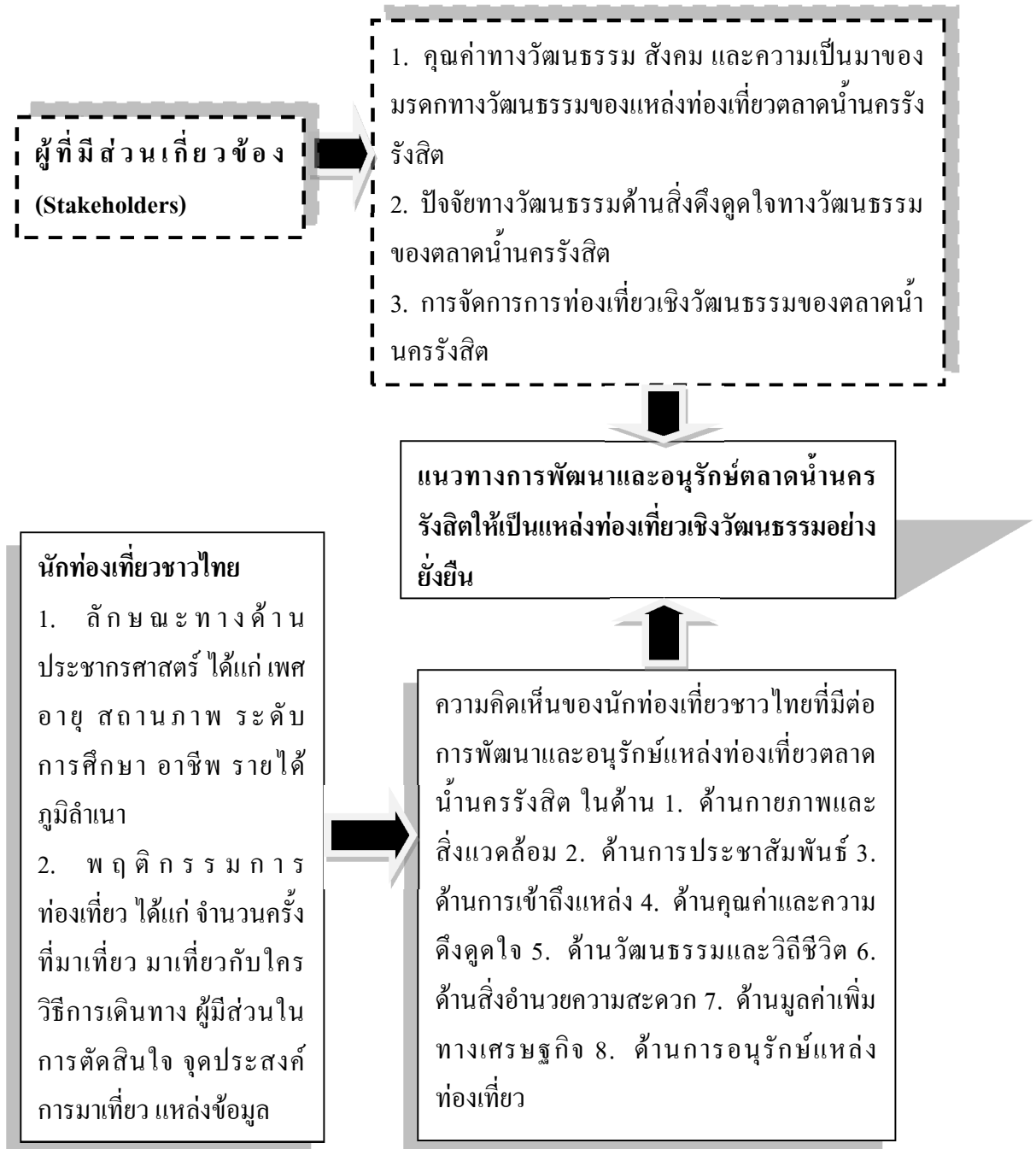
ชุมชน เพื่อให้มีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม ส่วนแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยและองค์ประกอบหลายอย่างที่สนับสนุน ทั้งด้านบทบาทของหน่วยงาน และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องการเสริมสร้างความรู้ความสามารถในการดำเนินการพัฒนาอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วน จึงควรได้ทำการวิจัยเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ทราบความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องต่อแนวทางการพัฒนา เพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกันอย่างสมดุล และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางของการพัฒนาด้านต่าง ๆ ต่อไป

2.3 กรอบแนวความคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่สำคัญ อาทิ ธนิก เลิศชาญฤทธ์ (2552, น. 4) ที่กล่าวถึงมรดกวัฒนธรรมหรือทรัพยากรวัฒนธรรม 2 ประเภท ซึ่งแบ่งตามลักษณะที่ปรากฏอยู่หรือมีอยู่ สายันต์ ไพรชาญจิตร (2550, น. 19) ที่ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับการกำหนดคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ โดยที่วิลเลียม ดีโลปี (อ้างถึงใน สายันต์ ไพรชาญจิตร 2550, น. 25-27) ที่ระบุว่าทรัพยากรวัฒนธรรมมีคุณค่า 4 แบบ และกรมศิลปากร (2542) ที่อ้างว่าวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งต่อสังคมมนุษย์ มนุษย์จึงต้องมีการเรียนรู้ และพัฒนาวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อการดำรงชีวิต การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมที่สรุปได้ว่า การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการระดมความคิดและสร้างกระบวนการจัดการ การมีบทบาทหน้าที่และส่วนร่วมสำคัญของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นประโยชน์ที่แท้จริงในการปฏิบัติการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ต้องอาศัยแนวทางและหลักการของ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (ecotourism) (Weaver, David and Oppermann, Martin, 2000, น. 353) ซึ่ง Weaver และคณะ เน้นหลักการที่สำคัญของการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการกระจายรายได้ และ วีระพล ทองมา (2547) ที่กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน: “Community-based Tourism : CBT” “เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน” เป็นต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ อาทิเช่น งานวิจัยของ

ธีรภรณ์ นกแก้ว (2555); ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2544); มธุวรรณ พลวัน (2546); สุดชีวัน นันทวัน
ณ อุทยาน (2552); พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) และ โสภณ สุขสำอางค์ (2554) เป็นต้น

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว นำมาสู่การสร้างกรอบ
แนวความคิดการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวความคิดการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” นี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นั้น ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การจดบันทึกเพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์ผล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Informant) โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ได้แก่ นายกเทศมนตรีนครรังสิตหรือตัวแทน ปลัดเทศบาลนครรังสิตหรือตัวแทน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ดูแลตลาดน้ำนครรังสิต และนักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 4 คน กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน กลุ่มที่ 3 ภาคผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน กลุ่มที่ 4 ภาคประชาชน โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนชาวบ้าน/ประชาชนที่อาศัยบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งทำการศึกษา และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุป โดยการจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป (Interpretation and Conclusion) และในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) นั้น ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอรังสิต จังหวัดปทุมธานี รวมถึงนักท่องเที่ยวผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียงตลาดน้ำนครรังสิต และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากพื้นที่อื่น และจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 400 คน จากแบบสอบถามรวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทำการประมวลผลของข้อมูลในรูปแบบตารางข้อมูล พร้อมทั้งทำการสรุปและอธิบายผลจากตาราง โดยขั้นตอนและรายละเอียด มีดังนี้

3.1 ขั้นตอนการศึกษาวิจัย

แหล่งข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรไว้และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอตามประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยหากข้อมูลที่ได้ยังไม่ชัดเจนผู้วิจัยจะดำเนินการเลือกตัวอย่างเพิ่ม จนเมื่อพบว่าข้อมูลมีเนื้อหาซ้ำซ้อนกัน หรือไม่มีข้อมูลใด ๆ เพิ่มเติมหรือข้อมูลครบถ้วนทุกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ก็จะยุติการเก็บข้อมูล ประชากรผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง 2 แบบ โดยจัดแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาครัฐ คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ได้แก่ นายกเทศมนตรีนครรังสิต หรือตัวแทน ปลัดเทศบาลนครรังสิตหรือตัวแทน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ดูแลตลาดน้ำนครรังสิต และนักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 4 คน

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ให้บริการขายอาหารและสินค้า ช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรการท่องเที่ยว รับรู้และเข้าใจปัญหาต่าง ๆ ทั้งในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน

กลุ่มที่ 3 ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น โดยทำการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น เนื่องจากทราบคุณค่าความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างดี เป็นผู้นำทางความคิด ทราบการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน มีความเข้าใจถึงปัญหาและผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน

2) กลุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling)

กลุ่มที่ 4 ภาคชุมชน/ประชาชน โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนภาคประชาชน คือ กลุ่มชุมชน ชาวบ้าน/ประชาชนที่อาศัยบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต โดยผู้นำชุมชนเป็นผู้แนะนำบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ไปจนได้คำตอบที่ไม่มีความแตกต่างหรือซ้ำกันแล้วจึง

หยุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงกับที่อาศัย จึงต้องการทราบความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ที่สามารถสะท้อนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้ จำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน

โดยผู้วิจัยตั้งประเด็นคำถามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบอธิบาย แสดงความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนครบทุกประเด็น

3.2.2 ประชากรสำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี รวมถึงนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียงตลาดน้ำนครรังสิต และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากพื้นที่อื่น และจังหวัดอื่น ๆ โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

3.2.3 ประชากรกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณ

เนื่องจากยังไม่มีการบันทึกข้อมูลทางสถิติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พิจารณาใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Coham (1977: 186) โดยใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้
จากสูตรการคำนวณ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

โดย n แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

P แทนค่า สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรกำหนดให้มีค่า P = 0.5

Z แทนค่า ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็น กำหนดให้มีค่า Z = 1.96

e แทนค่า ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

เท่ากับ 5 เปอร์เซ็น หรือ เท่ากับ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025}$$

= 384.16

= 384 คน

โดยจากการคำนวณนั้น ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เท่ากับ 384 คน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อใช้สอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อกำหนดกรอบแบบสัมภาษณ์

2. ลงมือสร้างแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders)

3. นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว อย่างน้อย 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของข้อความว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการทำวิจัยครั้งนี้หรือไม่

4. จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ความคิดเห็นในการปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

5. จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ต่อไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interviews) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยมีการสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตของผู้วิจัย ตลอดจนอุปกรณ์ช่วยรวบรวมข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์

เครื่องอุปกรณ์ช่วยรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. สมุดบันทึก เพื่อบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม และการสังเกต

2. เทปบันทึกเสียง เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครอบคลุมและเนื้อหาครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลที่ผู้วิจัยไม่สามารถบันทึกได้ทันทีหมดในขณะที่สัมภาษณ์หรือสนทนา

3. กล้องถ่ายรูป เพื่อบันทึกภาพสถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของตลาดน้ำนครรังสิต

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อกำหนดกรอบแบบสอบถาม

2. ลงมือสร้างแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

3. นำแบบสอบถามเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว อย่างน้อย 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการทำวิจัยครั้งนี้หรือไม่

4. จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ความคิดเห็นในการปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการทดสอบในการเก็บข้อมูล (Pre-test) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการยืนยันในคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณก่อนที่จะนำไปใช้จริง

6. นำข้อมูลแบบสอบถามจากการทดสอบ (Pre-test) มาวิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) โดยวิธีวัดความสอดคล้องในคำตอบ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งมีค่าเท่ากับ .898 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553: 443-449) โดยจากการวัดความสอดคล้องในคำตอบจากการทดสอบครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) เท่ากับ .891

7. จากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

โดยคำถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 นั้น เป็นแบบให้เลือกรับตามรายการ (Check list) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยหลังจากที่ทราบค่าสถิติแล้ว ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลในรูปแบบตารางแสดงข้อมูลประกอบกับคำบรรยาย เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ นครรังสิต จำนวน 8 ด้าน คือ 1) ด้านกายและสิ่งแวดล้อม 2) ด้านการประชาสัมพันธ์ 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ 5) ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต 6) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 7) ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และ 8) ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยคำถามเป็นแบบมาตรวัดอันตรภาค (Interval Scale) ตามแบบของ Likert Scales 5 ระดับ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดค่าในการวัด เพื่อประเมินค่าและแปลผล โดยเกณฑ์ค่าประเมิน (Rating scale) ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณามี 5 ระดับ คือ

เกณฑ์ค่าประเมิน (คะแนน)	ระดับความสำคัญ
5	หมายถึง สำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง สำคัญมาก
3	หมายถึง สำคัญปานกลาง
2	หมายถึง สำคัญน้อย
1	หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

การแปลผลค่าเฉลี่ยพิจารณาจากเกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยวิธีคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2542: 82) โดยใช้สูตรการคำนวณหาค่าพิสัย ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาค} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนประเมินสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยจึงเทียบผลได้ เป็นดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น / ความสำคัญ
4.21–5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง/มากที่สุด
3.41–4.20	เห็นด้วย/มาก

2.61–3.40	เฉยๆ/ปานกลาง
1.81–2.60	ไม่เห็นด้วย/น้อย
1.00–1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการแก้ปัญหาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 8 ข้อ โดยคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

เครื่องอุปกรณ์ช่วยรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. สมุดบันทึก เพื่อบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม และการสังเกต
2. เทปบันทึกเสียง เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครอบคลุมและเนื้อหาครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลที่ผู้วิจัยไม่สามารถบันทึกได้ทั้งหมดในขณะที่สัมภาษณ์หรือสนทนา
3. กล้องถ่ายรูป เพื่อบันทึกภาพสถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของตลาดน้ำนครรังสิต

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาในภาคสนาม (Field research) โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตามกรอบแนวคิด และประเด็นที่ได้ตั้งไว้ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกันกับผู้ช่วยผู้วิจัย จำนวน 400 ชุด

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการศึกษาค้นคว้าจาก หนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการ ตำรา และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับกับความเป็นมาของตลาดน้ำ ประวัติคลองรังสิตประจวบศักดิ์ ที่มาของตลาดน้ำนครรังสิต แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ชุมชนกับการท่องเที่ยว วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว ความหมายและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ยิ่งขึ้น ในการเตรียมข้อมูลก่อนลงภาคสนาม

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนวิธีเพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และสังเกต สอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ที่ดูแลพื้นที่ ชุมชน และนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย หลังจากนั้นดำเนินการจัดทำเค้าโครงการวิจัย และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัย

2. ผู้วิจัยดำเนินการส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการขอข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยหนังสือออกในนามบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ไปยังหน่วยงานหรือผู้ให้ข้อมูลโดยตรง และแจ้งความประสงค์ของผู้วิจัย พร้อมกำหนดนัดหมาย วันเวลาในการขอเข้าไปสัมภาษณ์หรือเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

3. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขข้อบกพร่องแล้วไปดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า 34 คน และดำเนินการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวขั้วตลาคน้ำนครรังสิต โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ตามที่ได้กำหนดประเด็นไว้

4. เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปสรุปผลเชิงเนื้อหา และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามอย่างเป็นระบบ นำไปตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ประมวลผลและแปรผลทางสถิติ แล้วนำมาสรุปผลต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการสังเกต จะถูกนำมาตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูล จัดหมวดหมู่ นำมาหาข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุป เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป (Interpretation and Conclusion)

ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งเป็นข้อมูลทางสถิติ นั้น ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมารวบรวม และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสข้อมูล และบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทำการประมวลผล

3. นำเสนอโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยทำการสรุปผลจากตารางแสดงข้อมูลประกอบคำบรรยาย

จัดทำบทที่ 4 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล และ บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ ตามลำดับต่อไป

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติในเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อันประกอบด้วย ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการนำเสนอผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 400 ชุด และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 34 คน และผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอเป็น 5 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาคูณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 5 เสนอแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาคูณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

โดยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่เทศบาลนครรังสิต ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี อันได้แก่ ประวัตินครรังสิตประยูรศักดิ์ ประวัตินครคูน้ำจุฬาลงกรณ์ ประวัตินครเวียงเวือร์รังสิต และบริบทที่เกี่ยวข้องที่ช่วยเสริมคุณค่าให้มรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีน้ำหนักมากยิ่งขึ้น คือ ประวัตินครแสงสรรค์ วัดเขียนเขต และวัดมุจลินคาราม รวมถึงสิ่งบ่งบอกถึงการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่ปรากฏให้เห็นในด้านต่าง ๆ ที่สร้างความตระหนักรู้ รักษาหวงแหน และสร้างแรงจูงใจให้มีการเชื่อมโยง จุดประกายให้เกิดการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวภายในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นพื้นฐานในการสืบสานต่อก่อนแนวคิดด้านการพัฒนาและอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอยู่ ในการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยได้วิจัยเอกสาร โดยค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ทั้งหนังสือ เอกสาร งานวิจัย บทความวิชาการ (โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับประวัตินครรังสิตประยูรศักดิ์นั้น ได้ใช้งานวิจัยของสุนทร อาศะไว้ย เรื่อง“ประวัตินครรังสิต: การพัฒนาที่ดินและผลกระทบต่อสังคม พ.ศ. 2431 – 2457 และ บทความของพิพัฒน์ กระจ่างจันทร์ ในหนังสือศิลปวัฒนธรรม, 2554 เป็นหลัก) ตลอดจนค้นคว้าเพิ่มเติมจากตำรา วารสาร และทางอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์ของเทศบาลนครรังสิต และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นต้น รวมถึงข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุและปราชญ์ท้องถิ่น ทางสื่อต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาในภาคสนาม (Field research) โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ตามกรอบแนวคิด และประเด็นที่ได้ตั้งไว้ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยมีการทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการศึกษา เป็นดังนี้

1.1 ความเป็นมาของคลองรังสิตประยูรศักดิ์

คลองรังสิต หรือ คลองรังสิตประยูรศักดิ์ คลองหลักในโครงการพัฒนาที่ดินขนาดใหญ่ระหว่าง พ.ศ. 243-2488 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยมีพื้นที่สัมปทานประมาณ 800,000-1,500,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด ตั้งแต่จังหวัดปทุมธานี บริเวณอำเภอธัญบุรี อำเภอลองหลวง อำเภอหนองเสือ และอำเภอลำลูกกา จังหวัดนครนายก ในเขตอำเภอองครักษ์ กรุงเทพมหานครบริเวณเขตหนองจอกและเขตบางเขน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่อำเภอวังน้อย และจังหวัดสระบุรีที่อำเภอหนองแค การเกิดขึ้นของคลองรังสิต เอื้อคุณประโยชน์นานัปการ โดยเฉพาะทางการเกษตร ทำให้พื้นที่ที่กร้างบริเวณทุ่งหลวงเปลี่ยนเป็นแหล่งเกษตรกรรมขนาดใหญ่ที่มีข้าวเป็นผลผลิตหลัก รองรับการขายตัวของ การส่งออกข้าว สินค้าส่งออกอันดับหนึ่งของไทยขณะนั้น (เทศบาลนครรังสิต, 2554)

จุดเริ่มต้นของโครงการนี้เป็นผลมาจากรัชกาลที่ 5 ได้เคยมีพระราชดำรัสกับพระองค์เจ้าสายสนิทวงศ์ ในเรื่องของการสร้างระบบชลประทานในความตอนหนึ่งว่า “ในพระราชอาณาจักรเขตสยามนี้ คลองเป็นสิ่งสำคัญ ในปีหนึ่งควรถวายให้มีคลองขึ้นสักสายหนึ่งจะทำให้บ้านเมืองเจริญถึงจะออกพระราชทรัพย์ปีละพันชั่งหรือสองพันชั่ง ก็ไม่ทรงเสียดาย” ประกอบกับพระองค์เจ้าสายฯ ทรงคุ้นเคยกับ นายโยคิม แกรซ ซึ่งมีความรู้ด้านการขุดคลองอยู่บ้าง และเป็นผู้ที่เสนอเรื่องการสร้างระบบชลประทานในกลุ่มแม่น้ำทั้งสี่ เพื่อใช้ในการเพาะปลูกข้าวเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ พระองค์เจ้าสายฯ จึงทรงสำรวจหาพื้นที่จนได้เจอ “ทุ่งหลวง” อันเป็นพื้นที่ระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยากับแม่น้ำนครนายก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เหมาะสม เพราะเป็นพื้นที่ราบขนาดใหญ่และส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่รกร้างว่างเปล่ามี “นาฟาง” คือนาข้าวเก่าของชาวบ้านอยู่บ้างแต่ไม่มาก ทุ่งหลวงกินพื้นที่ขนาดกว้างใหญ่มาก หากยึดตามการแบ่งเขตในปัจจุบันจะพบว่าครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ในเขตจังหวัดปทุมธานี และนครนายก โดยพื้นที่ทางทิศเหนือติดต่อกับเมืองกรุงเก่า (อยุธยา) และนครนายก ทางทิศใต้ติดคลองแสนแสบและคลองบางขนาก ทิศตะวันออกติดแม่น้ำเมืองนครนายก (แม่น้ำนครนายก หรือแม่น้ำบางปะกง) และทิศตะวันตกติดคลองเปรมประชากร ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้เดิมเป็นที่ต่ำ มีหนองบึงมากและการระบายน้ำไม่ดีนัก พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, 2554 (อ้างถึงใน สุนทรื อาสะไวย์, 2521)

ในที่สุดพระองค์เจ้าสายฯ ได้กราบบังคมทูลขอพระบรมราชานุญาตขุดคลองในพระราชอาณาเขต โดยจะเป็นการดำเนินงานในรูปของบริษัทเพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณของรัฐ พระองค์เจ้าสายฯ ได้ทรงตั้งบริษัทขุดคลองแลคูนาสยาม (Siam Canals, Lands and Irrigation Company) ขึ้นเพื่อทำสัญญาสัมปทานจากรัฐบาลให้ขุดคลองและได้รับผลประโยชน์ต่าง ๆ เป็นเวลา 25 ปี ผู้ถือหุ้นของบริษัททั้งหมด เป็นกลุ่มชนชั้นนำที่มีฐานะดีในสมัยนั้น และชาวต่างชาติผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทนี้ คือ พระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าสายฯ สนิทวงศ์ และนายโยคิม แกรซ แต่ต่อมาด้วยปัญหาด้านสุขภาพของพระองค์เจ้าสายฯ สนิทวงศ์ ทำให้ในปี พ.ศ. 2435 ได้มีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นใหญ่ประกอบด้วย หม่อมราชวงศ์ สุวพรรณ สนิทวงศ์ บุตรชายคนใหญ่ในพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าสายฯ สนิทวงศ์ นายเออร์วิน มุลเลอร์ หรือ พระปฏิบัติราชประสงค์ และนายฮันส์ เมทเลอร์ หลังจากวางแผนและแก้แบบโครงการรังสิตอยู่ 2 ปีบริษัทจึงได้ริเริ่มขุดคลองอย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2433 และดำเนินการเสร็จสิ้นในปี พ.ศ. 2448 ซึ่งนำไปสู่ประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมหาศาล โดยจุดมุ่งหมายหลักของโครงการนี้ เพื่อเป็นการจัดระบบน้ำเพื่อการเพาะปลูกข้าว ด้วยการสร้างระบบควบคุมน้ำและรักษาระดับน้ำในคลองให้เพียงพอต่อการทำนาตลอดปี โดยเฉพาะการปลูกข้าวนาดำ และรวมถึงมีน้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภคตลอดทั้งปี ส่วนผลประโยชน์รองลงมาคือการคมนาคมระหว่างแม่เจ้าพระยากับแม่น้ำนครนายก (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, อ้างแล้ว)

ระบบคลองของโครงการรังสิตมีการวางแผนผังแนวคลองเป็นตาข่ายรูปสี่เหลี่ยมวิธีการของบริษัท คือ การขุดคลองสายใหญ่เป็นแนวขวางเชื่อมระหว่างแม่น้ำ 2 สาย แล้วสร้างระบบคลองส่งน้ำเป็นตาข่ายติดต่อกันเพื่อให้ น้ำกระจายเข้าที่นาได้ทั่วถึง ลำคลองแต่ละสายจะมีประตูน้ำและทำนบ สำหรับควบคุมน้ำ คลองตาม โครงการนี้มีประมาณ 50 สาย ความยาวรวมทั้งสิ้น 22,879 เส้น 17 วา 13 ศอก

บริษัทขุดคลองแลคูนาสยาม แสดงให้เห็นถึงแนวคลองที่บริษัทวางแผนการขุดคลองไว้ โดยคลองแนวขวางมีการขุด 4 เส้นหลัก เรียงลำดับจากทิศเหนือลงทิศใต้ ได้แก่ คลองสาย 26 คลองหกวาสายบน (คลองรพีพัฒน์) คลองรังสิตประยูรศักดิ์ และคลองหกวาสายล่าง

คลองสามวาสายแรก วางตัวในแนวเฉียงขึ้นไปทางทิศตะวันออกเฉียงของแม่น้ำนครนายก ทั้งนี้เพื่อดึงน้ำจากแม่น้ำนครนายกที่อยู่ในพื้นที่สูงกว่าลงมา ทางแม่น้ำเจ้าพระยา ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าเข้ามาในพื้นที่โครงการ โดยในจำนวนคลองทั้ง 3 สายนี้มีเพียงคลองรังสิตประยูรศักดิ์เท่านั้นที่เชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ากับแม่น้ำนครนายกโดยตรง โดยต้นคลองรังสิตมีประตูน้ำจุฬาลงกรณ์ควบคุมอยู่ ส่วนปลายแม่น้ำที่เชื่อมต่อเข้ากับแม่น้ำนครนายกจะมีประตูเสาวภาควบคุม ก่อนที่คลองรังสิตจะไหลลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา เมื่อพ้นประตูน้ำจุฬาลงกรณ์แล้ว คลองรังสิตจะตัดกับทางรถไฟไปนครราชสีมา และถัดไปเป็นคลองเปรมประชากร ก่อนที่จะไหลเชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา รพีพัฒน์ กระจ่างจันทร์, 2554 (อ้างถึงใน สุนทรื อาสะวีย์, 2521) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสัมภาษณ์ปราชญ์ท้องถิ่น ดังนี้

“...เมื่อ พ.ศ.2433 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 มีพระกรุณาโปรดเกล้า ให้บริษัท "คูนาสยาม" ขุดคลองรังสิตตั้งแต่ ตำบลบ้านใหม่ วัดเทียนถวาย ไปถึงนครนายก ที่เรียกว่าคลองรังสิต เวลานั้น และก็ให้ขุดคลอง 6 วา ทางทิศใต้ ตั้งแต่สะพานใหม่ คอนเมือง ขึ้น ไปถึงชะเชิงเทรา และก็ทางแถบเหนือก็ให้ขุดคลอง ตั้งแต่ประตูน้ำพระอินทร์ถึงนครนายก และให้ขุดคลอง 1, 2, 3 จนกระทั่งถึงคลอง 13 ขุดขวางเป็นตาหมากรุก เรียกคลอง 1, 2, 3 ว่า "คลองเจ๊ก" แต่เราไม่ได้เรียก คนเก่า ๆ เขาเรียก...” (ทองคำ พันนัทธี, ข้อมูลสัมภาษณ์, 2542)

คลองที่ขุดนั้น ระยะแรกเรียก "คลองเจ้าสาย" ตามพระนามพระวรวงษ์เธอพระองค์เจ้าสายฯ สนิทวงศ์ หรือ "คลองแปดวา" ตามความกว้างของคลอง ภายหลังพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯพระราชทานนามว่า "รังสิตประยูรศักดิ์" (ต้นราชสกุล รังสิต) เป็นการเฉลิมพระเกียรติพระราชโอรสที่ประสูติแต่เจ้าจอมมารดาหม่อมราชวงศ์เนื่อง สนิทวงศ์ พระธิดาในพระวรวงษ์เธอพระองค์เจ้าสายฯ สนิทวงศ์ พื้นที่แถบนี้จึงถูกเรียกว่า “ทุ่งรังสิต” ตามไปด้วย (เทศบาลนครรังสิต, 2554)

การขุดคลองรังสิตในระยะแรกใช้แรงงานกุลิชาวจีนเช่นเดียวกับการขุดคลองสมัยโบราณทั่วไป เพราะเป็นแรงงานที่หาได้ง่าย และมีราคาต่ำจ้างถูก ทำงานได้ผลดีกว่า โดยลักษณะการจ้างกุลิชาวจีนนั้นจะจ้างเหมาโดยผ่านหัวหน้าคนจีน ดังปรากฏในความตอนหนึ่งที่สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงอธิบายไว้ (ในตอนปลายรัชกาลที่ 4) “...ในสมัยนั้นประจวบเวลาได้ค้าขายในประเทศสยามกำลังเจริญ เกิดมีโรงจักรสีข้าว และเลื่อยไม้ มีเรือลำเลียงสินค้า และมีการก่อสร้างต่าง ๆ อันต้องการแรงงานทวีขึ้นกว่าแต่ก่อน ก็มีจีนใหม่เข้ามาหากินในทางรับจ้างซึ่งมักเรียกกันว่า “จับกัง” หรือ “กุลิ” มาอยู่ในกรุงเทพฯ ก็มาก ที่ออกไปตั้งทำมาหากินหรือไปรับจ้างเป็นแรงงานอยู่ตามหัวเมืองก็มากขึ้นกว่าแต่ก่อน ก็เกิดมีจีนหัวหน้าขึ้นอีกพวกหนึ่ง เรียกว่า “เถ้าแก่” ทำการงานอันมีกุลิอยู่ในปกครองมากบ้างน้อยบ้าง...”

การขุดคลองในเขตรังสิต โดยกุลิชาวจีนนั้น เริ่มแรกในการขุดคลองพบว่าคลองที่กุลิชาวจีนขุดที่ปรากฏหลักฐานได้แก่ คลองรังสิต คลองซอยฝั่งใต้คลองรังสิต คือคลองที่ 2, 3, 5, 6, 7, 9, 13 และ 14 และคลองฝั่งใต้คลองหกวาสายล่างได้แก่คลองที่ 8, 11, 12, 13, 15, 17, 19 และ 20 (สุนทรียา อสยะไว้อย์, 2521) ภายหลังได้นำเครื่องจักรมาใช้ในการขุดคลอง ดังปรากฏในพระประวัติพระองค์เจ้าสายสนิทวงศ์ ว่า “...ในชั้นต้นได้ใช้แรงงานจีนขุดก่อนจึงขุดได้ช้ามาก และรายได้ไม่ใคร่คุ้มกับรายจ่าย การขุดคลองนั้นจวนจะไม่สำเร็จ...” ดังนั้น ภายหลังจากการที่พระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าสายสนิทวงศ์ เสด็จไปดูงานที่ประเทศเยอรมนี เมื่อ พ.ศ. 2432 ซึ่งกำลังมีการขุดคลองนอร์ทซี โดยการนำเครื่องจักร บริษัทจึงได้นำเข้าเครื่องจักรมาขุดคลองถึง 10 เครื่อง เพราะขุดได้เร็วกว่า และทำให้คลองรังสิตเป็นลำคลองที่ขุดด้วยเครื่องจักรเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ที่สำคัญบริษัทยังประหยัดเงินมากขึ้นเพราะค่าใช้จ่ายถูกกว่าใช้แรงงานคนขุดถึง 1 ใน 3 พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, 2554 (อ้างถึงใน สุนทรียา อสยะไว้อย์, 2421)

ในช่วงก่อนที่จะมีการขุดคลองเข้าไปนั้นพบว่าในพื้นที่รังสิตมีคนเข้าไปตั้งถิ่นฐานอยู่บ้างแล้วแต่ค่อนข้างน้อย กระจุกกระจายเป็นหย่อม ๆ พระยาอนุমানราชชน กล่าวไว้ว่า บ้านที่สร้างขึ้นในเขตนี้จะต้องถมดินขึ้นเป็นโคกกลางทุ่งนา เพราะเป็นที่ลุ่มเต็มไปด้วยหนองบึงและการระบายน้ำไม่ดี หากเมื่อมีการขุดคลองขึ้นมา การตั้งบ้านเรือนก็จะทำได้ง่าย คือสร้างบริเวณริมฝั่งคลองโดยคันคลองก็จะช่วยกั้นน้ำเอาไว้ได้ แต่บ้านส่วนใหญ่ก็ยังคงกระจุกกันอยู่ห่าง ๆ กัน ทำให้เกิดปัญหาการที่ชาวนาถูกลักลอบทำร้ายและลักขโมยควายจากโจรผู้ร้ายอยู่เสมอ เนื่องจากการเข้าไปควบคุมดูแลของรัฐบาลมีอาจทำได้โดยทั่วถึง ชาวนาที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่รังสิตส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นเจ้าของที่ดิน แต่มักจะเช่ามาจากเจ้าของที่ดินทำเป็นปี ๆ ไป ต่างจากชาวนาย่านคลองแสนแสบชาวนาส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ดิน การตั้งถิ่นฐานในพื้นที่รังสิตจึงเป็นแบบชั่วคราวมากกว่าจะเป็นการตั้งถิ่นฐานถาวร และมีการย้ายที่อยู่ตลอดเวลา ยามใดที่ทำนาไม่ได้ผลก็มักจะอพยพออกไป

ครั้งละมาก ๆ ยังไม่มีการสร้างหลักประกันถาวรหรือรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาขึ้นเป็นหมู่บ้านเหมือนที่อื่น ๆ (สุนทรีย อาสะไวย์, อ้างแล้ว) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสัมภาษณ์ปราชญ์ท้องถิ่น ดังนี้

“...เพราะในเขตชัยบุรี มีการปลูกข้าว ทำนามาก เพราะที่ดินเหมาะแก่การทำนา เมื่อขุดคลองแล้วก็สามารถเก็บน้ำได้ มีน้ำไว้ใช้ทำนาตลอดปี เมื่อขุดคลองแล้วประชาชนก็รื้อบ้าน ปลูกตามคันคลองไม่มีดินไม้ มีแต่บ้านห่าง ๆ กัน...” (ทองคำ พันนัทธิ, ข้อมูลสัมภาษณ์, 2542)

สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวรังสิต ในสมัยก่อน

มีการอพยพของชาวนาเข้ามาในพื้นที่เขตรังสิตมากขึ้น โดยจากหลักฐานพบว่า เป็นราษฎรที่มาจากส่วนต่าง ๆ ของประเทศ จากหลายพื้นที่ โดยมีเหตุผลของการเข้ามาที่แตกต่างกันไป ส่วนใหญ่ที่อพยพเข้ามาเพราะเข้าใจว่าเป็นโอกาสเพราะเศรษฐกิจกำลังเฟื่องฟู การค้าข้าวกำลังเจริญรุ่งเรือง และข้าวมีราคา จึงมีผู้คนเข้าไปลงทุนซื้อที่นาและทำนา โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มาจากกรุงเทพฯ ซึ่งรู้ภาวะเศรษฐกิจดีที่สุด

เหตุผลของการอพยพเข้ามาอีกประการคือ มีการปฏิรูปทางสังคม การเมืองและการปกครอง และที่สำคัญคือ การเลิกระบบไพร่และการเลิกทาส ยังผลให้เกิดกลุ่มคนแรงงานอิสระจำนวนมาก และถูกผลักดันให้ออกไปทำมาหากินยังดินแดนใหม่ เช่น แรงงานพวกลาวที่เคยเป็นไพร่ที่อพยพมาจากแถบตะวันออกเฉียงเหนือ และกลุ่มที่เคยเป็นทาส เมื่อมีการเลิกทาสเป็นไท กลุ่มคนเหล่านี้จึงมีการเช่าที่นาจากเจ้านายเดิมทำนาต่อไป

อีกประการหนึ่งของเหตุผลในการอพยพเข้ามา คือ ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาระบบชลประทานบริษัทที่จะช่วยทำให้การเพาะปลูกดีขึ้นกว่าที่ดินทำอยู่เดิม กล่าวคือ มีน้ำทำอุดมสมบูรณ์ มีเส้นทางคมนาคมขนส่งที่ดี หลักฐานจากรายงานของไฮเดกกล่าวว่า ส่วนหนึ่งของผู้ที่อพยพเข้ามาในรังสิตนั้นมาจากชายฝั่งทะเลทางตอนใต้ เพราะเกิดปัญหาเรื่องดินและน้ำเค็มในที่นาเดิม เหตุจากการขุดคลองบริเวณริมฝั่งทะเลเข้าไปตัดฟันและจาก และการตัดไม้ทำลายป่าในบริเวณนั้น นอกจากนั้นยังมีชาวนาจากที่อื่น ๆ ที่อพยพเข้ามา เช่น ชาวนาจากมินบุรี อุทัย นครนายก และพวกลาวจากมณฑลทางตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งรับจ้างชั่วคราวและตั้งถิ่นฐานถาวร (สุนทรีย อาสะไวย์, 2521)

คนลาวที่เรียกกันในสมัยนั้นคือคนไทยจากภาคอีสาน ที่เคลื่อนย้ายเข้ามาในเขตภาคกลาง เพราะแรงผลักดันทางเศรษฐกิจแบบเงินตรา กับการเพาะปลูกเพื่อการส่งออก โดยพวกเขาจะเดินทางมาด้วยรถไฟสายนครราชสีมา-กรุงเทพฯ แล้วมาลงที่สถานีรังสิต ในช่วงเดือนเมษายน ซึ่งเป็นช่วงก่อนทำนาลึกน้อย เมื่อตกลงค่าจ้างได้แล้ว ผู้จ้างจะต้องหาที่พัก เครื่องนุ่งห่ม และอาหารให้ตลอดเวลาที่จ้าง ส่วนค่าแรงจะจ่ายให้ในวันที่พวกลาวเดินทางกลับ ที่เรียกกันว่า “วันลาวขึ้น” คือวันแรม 1 ค่ำ เดือน 3 (กุมภาพันธ์) (พิพัฒน์ กระจ่างจันทร์, 2554)

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่ง คือ พื้นที่เขตรังสิตนี้เป็นแหล่งที่มีผู้คนชาวต่างชาติเข้ามาอยู่กันมากด้วยเช่นกัน คือ ทั้งพวกจีน ญี่ปุ่น และแขกมลายู โดยส่วนใหญ่เป็นคนในบังคับของต่างประเทศ เช่น บังคับของอังกฤษ ฝรั่งเศส และฮอลันดา

กล่าวโดยรวมแล้ว เมื่อมีการเปิดพื้นที่เขตรังสิตขึ้น ได้เป็นจุดดึงดูดผู้คนจากทุกสารทิศให้เข้ามาบุกเบิกที่ใหม่โดยพกพาความหวังและเหตุผลที่แตกต่างกันไป ซึ่งโดยรวมแล้วต้องการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากดินแดนใหม่ ผู้คนเหล่านี้มีทั้งคนดีและไม่ดีปะปนกันไป การใช้ชีวิตของชาวนาในดินแดนแห่งความหวังใหม่นี้ จึงไม่ใช่เรื่องง่ายและสุขสบายนักสำหรับชาวนา เพราะนอกจากจะต้องตรากตรำทำงานหนักในการบุกเบิกพื้นที่นาแล้ว ชาวนายังต้องเผชิญกับปัญหาในเรื่องความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอยู่มากด้วยเช่นกัน (สุนทรีย อาสะไวย์, 2421)

นอกจากปัญหาความขัดแย้งของคนในพื้นที่จากการแย่งพื้นที่นา การขโมยข้าวกันแล้ว ในเขตรังสิตยังมีปัญหาการลักขโมยควายกันมากเพราะควาย มีราคาสูง พวกขโมยจะขโมยควายไปขายต่อ และทางการควบคุมได้ยากเพราะบ้านเรือนราษฎรชาวนามักจะตั้งอยู่ห่างกันมาก ทำให้ขโมยควายได้สะดวก พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, 2554 (อ้างถึงใน สุนทรีย อาสะไวย์, 2521)

ดังนั้น เพื่อจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทำให้รัฐบาลต้องเข้ามาจัดการปกครองในเขตนี้ใหม่ในปี พ.ศ. 2445 ด้วยการตั้งเป็นเมืองขึ้นมา ซึ่งรัชกาลที่ 5 พระราชทานนามว่า “เมืองธัญบุรี” (ปัจจุบันเขียนว่า ธัญบุรี) คือ เมืองข้าว ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอลองหลวง อำเภอหนองเสือ และอำเภอลำลูกกา โดยถือว่าเมืองธัญบุรีนี้เป็นเมืองคู่กันกับเมือง “มินบุรี” แปลว่า เมืองปลา ซึ่งตั้งอยู่ในเขตคลองแสนแสบทางตอนล่าง (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, อ้างแล้ว) ความหมายเกี่ยวข้องว่าเป็นแหล่งที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาตินั่นเอง โดยสอดคล้องกับข้อมูลสัมภาษณ์ปราชญ์ท้องถิ่น ดังนี้

“...เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็นว่าประชาชน ได้อยู่มากขึ้นแล้วพระองค์ก็ให้ตั้งจังหวัดธัญบุรี ที่คลอง 6 เรียกว่า "เมืองธัญบุรี" และมีเขตการปกครอง 4 อำเภอ คือ 1. อำเภอรังสิต 2. อำเภอลำลูกกา 3. อำเภอบางหวาย 4. อำเภอลองหลวง และได้เสด็จมาทำพิธีเปิด เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2445 มีการปกครองจากรังสิตไปถึงนครนายกได้สะดวก บึงทะเลสาบเป็นชื่อตำบล และเปลี่ยนมาเป็น ตำบลประชาธิปัตย์ เมื่อ พ.ศ. 2486...” (ทองคำ พันนัทธิ, ข้อมูลสัมภาษณ์, 2542)

ในด้านการทำนานั้น ที่เกี่ยวข้องกับระบบชลประทาน มี 2 วิธี คือ การทำนาดำ และการทำนาหว่าน การทำนาดำเป็นการปลูกข้าวที่จำเป็นต้องใช้ระบบน้ำจิ่ง จึงเหมาะกับพื้นที่ที่มีการจัดระบบการกักเก็บและระบายน้ำที่ดี และหากเทียบกับการทำนาหว่านแล้ว การทำข้าวนาดำจะได้ผลผลิตมากกว่านาหว่าน 1.5 เท่า การทำนาดำในระยะต้นของโครงการรังสิตนั้นไม่ค่อยเป็นที่นิยม

มากนัก เพราะต้องใช้แรงงานคนเยอะ ทำให้ต้องจ้างลูกจ้างทำงาน เพื่อปักดำและค่นนา พันธุ์ข้าวที่ใช้สำหรับทำนาดำเรียกว่า “ข้าวนาสวน” แบ่งออกเป็น 3 พันธุ์ คือ ข้าวเบา ข้าวกลางปี และข้าวหนัก ซึ่งมีอายุการเติบโตต่างกัน โดยข้าวเบาใช้เวลา 75 วัน ข้าวกลางปีใช้เวลา 4 เดือนเศษ และข้าวหนักใช้เวลา 5-6 เดือนถึงจะเก็บเกี่ยวได้ (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, 2554) นายจอห์น สตันเคย์ สัมภาษณ์ชาวนาในทุ่งรังสิต พบว่า ที่รังสิตก่อนมีคลองจะมีการทำนาดำ แต่เมื่อมีคลองแล้วก็เริ่มเปลี่ยนมาทำนาหว่านกันหมด ส่วนการทำนาหว่าน เป็นวิธีที่นิยมมากกว่า เพราะทำได้ง่ายไม่ซับซ้อน โดยการหว่านข้าวให้เติบโตเอง ชาวนาจะเริ่มดำเนินการทำนาพื้นที่ที่ฝนตก คือ ประมาณเดือนพฤษภาคม มีการไถคราดเพื่อเตรียมดิน แล้วหว่านเมล็ดพันธุ์ข้าวลงไป พันธุ์ข้าวนาหว่านชาวนาเรียกว่า “ข้าวนาเมือง” พบว่ามีสายพันธุ์ย่อยอยู่หลายชนิด ซึ่งการคัดสรรพันธุ์ข้าวนั้นจะปรับให้เหมาะสมกับระดับน้ำในแต่ละพื้นที่ “ข้าวนาเมือง” แบ่งเป็น 2 ชนิดคือ ชนิดแรกทำในที่ดินที่มีน้ำท่วมลึก 2-3 สอก เป็นชนิดที่รากจับดิน อีกชนิดหนึ่งมีชื่อเรียกว่า “ข้าวนางลอย” หรือ “ข้าวลอย” จะใช้ในที่ลุ่มมาก ๆ คือน้ำตั้งแต่ 3 สอกขึ้นไป เป็นข้าวที่หนีน้ำได้เร็วมาก ต้นข้าวจะงอกกล้าต้นเพิ่มขึ้น เมื่อระดับน้ำเพิ่มสูงขึ้น พันธุ์ข้าวนี้นิยมใช้กันในมณฑลอยุธยา

ในระยะแรกของโครงการรังสิต ชาวนาส่วนใหญ่เลือกทำนาหว่าน เนื่องจากจำนวนคนน้อยและทุนน้อย แต่เลือกใช้พันธุ์ข้าวนาดำ คือ ข้าวนาสวน แทนพันธุ์ข้าวนาหว่าน เพื่อหวังให้ได้ข้าวที่มีคุณภาพดี ผลผลิตมากกว่า และราคาดีกว่า แต่บางครั้งเมื่อหว่านข้าวไปแล้วเกิดน้ำท่วมมาก ทำให้น้ำท่วมข้าวเสียหายจนต้องหว่านซ้ำ และข้าวที่ได้มักมีคุณภาพไม่ดีนักหักป่นมาก เนื่องจากข้าวจมน้ำบ้าง เกี้ยวไม่ทันบ้าง และการใช้พันธุ์ข้าวหลายพันธุ์ในพื้นที่เดียวกันบางครั้งหว่านไปปนกัน ทำให้มีการปนกันของชนิดข้าว จึงทำให้ข้าวราคาตก ด้วยเหตุนี้ ทำให้บริษัทขุดคลองแลคูนาสยาม และรัฐบาลพยายามแก้ปัญหาการเพาะปลูกข้าวในรังสิต เช่น การนำเอาเครื่องจักรสำหรับการทำนาเข้ามาทดลองใช้ การจัดประกวดพันธุ์ข้าวเพื่อคัดเลือกพันธุ์ข้าวที่เหมาะสม และการตั้งสถานีทดลองพันธุ์ข้าว (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, อ้างแล้ว)

ในห้วงปี พ.ศ. 2453 - 2456 พื้นที่ทุ่งรังสิตประสบปัญหาภัยแล้งโดยมีภาวะฝนทิ้งช่วงประจวบกับน้ำท่าจากทางเหนือมีน้อยไม่พอเพียงแก่การเพาะปลูก จึงทำให้ไม่มีน้ำมาหล่อเลี้ยงต้นข้าวในนา ดังนั้น ในช่วง 3 ปีนี้ ข้าวในนาที่ปลูกไว้เกิดความเสียหายอย่างหนัก เห็นได้จากรายงานในปี พ.ศ. 2453 ว่า ชาวนาหลายจังหวัดต้องหาเลี้ยงชีพชนิดวันต่อวัน และได้กินอาหารเพียงมือเดียวต่อวันก็มี หัวหน้าชาวนาที่รังสิตชื่อ นายคอน จามรมาน เล่าว่า ชาวนาหลายพันครอบครัวได้อพยพหนีความแห้งแล้งออกจากรังสิต เข้าไปทำงานรับจ้างในกรุงเทพฯ โดยปล่อยให้ผืนนาับแสนไร่ให้รกร้างว่างเปล่า ข้าวก็มีราคาสูงขึ้น จึงนับได้ว่าเป็นช่วงข้าวยากหมากแพง สังกะตุได้จากการทำบุญใส่บาตรของชาวบ้านลดน้อยถอยลงในห้วงเวลานี้ ขณะเดียวกันก็ยังมีปัญหาโจรสลัดชุกชุม

ตามมาอีก ความแห้งแล้งในขณะนั้นรุนแรงมากเสียจนหนังสือพิมพ์บางกอกไทม์ ซึ่งตีพิมพ์เมื่อ พ.ศ. 2454 ได้รายงานถึงความแห้งแล้งในครั้งนั้นว่า จนถึงกับมีชาวนาที่รังสิตต้องตายเลยทีเดียว (สุนทรีย อาสะไวย์, 2521)

พื้นที่รังสิตในอดีตกับปัจจุบัน

ในอดีตพื้นที่รังสิตถูกเรียกว่า “ทุ่งหลวง” สภาพพื้นที่มีทั้งที่ราบลุ่ม ที่ราบลุ่มน้ำท่วมขัง บางส่วนเป็นที่ดอนและผืนป่า มีสัตว์อยู่หลายชนิดชุกชุม เช่น ช้าง กวาง ละมั่ง และสมัน สำหรับสมันที่เป็นสัตว์พื้นถิ่นในเขตนี้ นั้นปัจจุบันได้สูญพันธุ์ไปจากโลกนี้แล้ว มีเรื่องเล่าขานกันว่า นายพรานเวลาล่ามกสวมเขาสมันไว้เพื่อเข้าใกล้มันได้ และยิงพวกมันเพียงเพื่อเอาเขาไปขายเท่านั้น ส่วนนกป่าพบเป็นจำนวนมากทั้งนกถิ่นและนกอพยพ โดยมากเป็นนกน้ำ ได้แก่ นกพงหญ้า นกหาง นาค นกกะปูด นกยาง นกกิ้ง นกคุ่มอกลาย และนกกาน้ำ ซึ่ชื่อนกน้ำจึงเป็นที่มาของชื่ออำเภอลำลูกกา นกส่วนใหญ่มักไขไข่ไว้ในพงหญ้าทำให้ตัวเหี้ยมักแอบกินเสมอ (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, 2554, อ้างถึงใน สุนทรีย อาสะไวย์, สัมภาษณ์)

เมื่อมีการพัฒนาความเจริญเพื่อการให้กำเนิดระบบชลประทานที่สมบูรณ์โดยโครงการรังสิต นับจาก พ.ศ. 2433 เป็นต้นมา การขุดคลองรังสิตส่งผลให้พื้นที่ป่าค่อย ๆ ถูกปรับเปลี่ยนเป็นนาและที่อยู่อาศัย มีคนมาอยู่อาศัยมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2438 (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, 2554, อ้างถึงใน สุนทรีย อาสะไวย์, 2521) นาม “ทุ่งหลวง” ถูกเปลี่ยนมาเป็น “ทุ่งรังสิต” เมื่อพื้นที่สำหรับคนมากขึ้น ส่งผลให้พื้นที่สัตว์ป่าและนกตามธรรมชาติค่อย ๆ ลดลง นั้นย่อมหมายรวมถึงสัตว์เหล่านั้นก็ลดจำนวนลงตามไปด้วย จากการถูกล่าเป็นอาหาร โดยเฉพาะสมันที่ถูกล่าเป็นจำนวนมากจนสูญพันธุ์ไปจากทุ่งรังสิตในที่สุด

แต่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่สุดของระบบนิเวศในพื้นที่ทุ่งรังสิต ได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อราวทศวรรษ 2510 อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นับตั้งแต่มีการสร้างนิคมอุตสาหกรรมนวนคร เมื่อ พ.ศ. 2514 ที่สร้างมลพิษให้กับพื้นที่อย่างมาก ตามด้วยการสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับผู้คนจำนวนมาก การสร้างมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต เพื่อขยายความเจริญทางการศึกษา โดยเฉพาะมีการเริ่มต้นใช้ยาฆ่าแมลงเพื่อกำจัดวัชพืชและแมลงที่เป็นศัตรูข้าวอย่างจริงจัง ได้ส่งผลให้อาหารตามธรรมชาติของนกลดลงไปเป็นจำนวนมาก นกบางชนิดได้ค่อย ๆ เริ่มหายไปจนไม่สามารถพบพวกมันได้อีกในปัจจุบัน เช่น นกพงหญ้า และนกกุ่มอกลาย ซึ่งเป็นนกเด่นของทุ่งรังสิต ทั้งหมดนี้ได้ส่งผลทำให้ระบบนิเวศในทุ่งรังสิตขาดความสมดุลในตัวเองอย่างรุนแรงและยังนำไปสู่การขาดความหลากหลายของน้ำในเขตทุ่งหลวงอีกด้วย (พิพัฒน์ กระแจะจันทร์, อ้างแล้ว)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันคลองรังสิตประยูรศักดิ์ยังคงเป็นคลองสายหลักที่ยังคงผูกพันเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงทุกชีวิตของคนรังสิต แม้การพัฒนาอุตสาหกรรมได้ทำให้คลองรังสิตลดความสำคัญในฐานะคลองส่งน้ำเพื่อการเกษตรกรรม และการคมนาคม เป็นเพียงคลองชลประทานสำหรับระบายน้ำ แต่ในความรู้สึกของคนท้องถิ่นรังสิต คลองแห่งนี้ยังคงมีความสำคัญและผูกพันกับวิถีชีวิตผู้คนริมคลองอย่างแนบแน่น สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลธัญบุรี และนายกเทศมนตรีนครรังสิต ดังนี้

“...คลองรังสิตประยูรศักดิ์ ที่สมเด็จพระ รัชกาลที่ 5 ท่านมาขุดไว้เนี่ย เมื่ออดีตที่ผมจำความได้นี้ จะมีเรือส่งสินค้าวิ่งตลอดนะครับ ไม่เงียบเหมือนทุกวันนี้ เรือจะมีเรือบรรทุกสินค้า จะมีเรือหางยาววิ่ง คล้าย ๆ แบบคลองแสนแสบ เป็นคลองที่มีความหมายว่าสามารถออกไปแม่น้ำบางปะกงได้ เท่าที่ผมจำความได้นะครับ แล้วหลังจากนั้นความเจริญก็เข้ามาเรื่อย ๆ ...” (นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลธัญบุรี, สัมภาษณ์, 6 กันยายน 2558)

“...คลองรังสิตประยูรศักดิ์ เป็นเหมือนเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงวิถีชีวิตผู้คนในท้องที่แห่งนี้มาช้านาน จากบรรพบุรุษตกทอดถึงลูกหลาน ทั้งการอุปโภค บริโภค การเกษตรกรรม คมนาคมขนส่ง ค้าขาย และเกี่ยวโยงถึงประเพณีวัฒนธรรม...” (นายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

1.2 ความเป็นมาของประตุน้ำจุฬาลงกรณ์

จากการศึกษาความเป็นมาของคลองรังสิตประยูรศักดิ์ ทำให้ทราบว่า เมื่อมีการขุดคลองจวนจะทะลุตอนออกลำแม่น้ำเมืองนครนายก บริษัทขุดคลองแลคูนาสยามได้ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตสร้างทำนบเป็นประตุน้ำขึ้น 2 ตำบล คือ ตำบลใกล้คลองเปรมประชากร ทางออกแม่น้ำเจ้าพระยา 1 แห่ง ตำบลใกล้คลองศิริชะกระบือทางออกแม่น้ำเมืองนครนายกอีก 1 แห่ง ครั้นทำนบประตูทั้ง 2 แห่ง สำเร็จแล้ว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ก็ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ทำพิธีเปิดลำคลองนี้ เป็นทางการเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2439 (รัตนโกสินทร์ศก 115) และพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จพระราชดำเนิน พร้อมด้วยพระบรมวงศานุวงศ์และข้าราชการในทูลละอองธุลีพระบาทโดยรถไฟพิเศษ โดยมีการชุมนุมพร้อมด้วยผู้แทนรัฐบาลและกงสุลต่างประเทศ กับทั้งพวกพ่อค้านายห้างฝ่ายทูลละอองธุลีพระบาทที่ชุมนุมนั้น ครั้นได้เวลาพระฤกษ์เสด็จพระราชดำเนิน จึงทรงเปิดแพรที่กั้นประตุน้ำเปิดทำนบเป็นพระฤกษ์ และทรงโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้เรียกนามประตุน้ำ ในพระบรมนามาภิไธยว่า “ประตูจุฬาลงกรณ์” เมื่อเสร็จการที่โปรดเกล้าฯ แล้ว จึงเสด็จประทับในเรือพระที่นั่งกลไฟ ใช้การมาโดยทางคลองเปรมประชากร ทรงเปิดเครื่องจักรที่ขุดคลองรังสิตประยูรศักดิ์ ในส่วนซึ่งจะไปทะลุออกลำแม่น้ำเจ้าพระยา ตำบลบ้านใหม่เหนือวัดเทียนถวาย ครั้นเมื่อเปิดเครื่องจักรขุดคลองแล้ว จึงได้

เสด็จประพาสในลำคลองรังสิตประยูรศักดิ์ เจ้าของนาและทั้งราษฎร ซึ่งตั้งบ้านเรือนทำนาใน 2 ฝั่งคลอง ได้ตั้งเครื่องบูชาตแต่งสถานที่รับเสด็จตลอดลำคลอง เมื่อเรือพระที่นั่งถึงคลองซอยที่ 12 แล้ว เจ้าพนักงานรอเรือพระที่นั่งประทับ ทรงเปิดแพรคลุมป้ายแผ่นศิลาอนุสาวรีย์ ที่ระลึกครั้งเสด็จประพาสต่อไป จนถึงตำบลซึ่งคลองรังสิตประยูรศักดิ์จะทะลุออกลำแม่น้ำเมืองนครนายก ซึ่งตั้งเครื่องจักรกำลังทำการขุดคลองอยู่นั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จขึ้นประทับบนรถเครื่องจักร โดยมีเจ้าพนักงานได้ใช้จักรขุดคลอง แล้วจึงได้เสด็จกลับมาประทับพลับพลาทำนบประตุน้ำที่ใกล้กับคลองศิระกระบือ ซึ่งข้าหลวงเทศาภิบาลมณฑลปราจีน ในสมัยนั้น พร้อมด้วยบริษัทจัดรับเสด็จ จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทรงเปิดแพรที่กั้นประตุน้ำเป็นพระฤกษ์แล้ว พระราชทานพระบรมราชานุญาต ให้เรียกนามประตุน้ำในพระนามาภิไธย ของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถว่า “ประตุน้ำสาวภาฟ่องศรี” และได้เสด็จประทับพักแรมอยู่ที่ตำบลนั้นหนึ่งคืน โดยมีข้าหลวงเทศาภิบาล ผู้ว่าราชการเมืองพร้อมด้วยบริษัทจัดการรับเสด็จ มีการมหรหรรรมต่าง ๆ ในการฉลอง ทั้งราษฎรแข่งเรือพายด้วย (เทศบาลนครรังสิต, 2554) สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของนายกเทศมนตรีนครรังสิต และปราชญ์ท้องถิ่น ที่กล่าวว่า

“...สมเด็จพระ รัชกาลที่ 5 ทรงโปรดให้เปิดคลองรังสิตประยูรศักดิ์เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2439 และโปรดฯ ให้เรียกนามประตุน้ำนี้ ว่า “ประตุน้ำจุฬาลงกรณ์” ส่วนทำนบประตุน้ำที่ใกล้กับคลองศิระกระบือทรงโปรดฯ ให้สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทรงเปิดแพรที่กั้นประตุน้ำ และให้เรียกนามประตุน้ำ ว่า “ประตุน้ำสาวภาฟ่องศรี” ซึ่งเป็นที่มาของคลองรังสิตประยูรศักดิ์ ที่มาของประตุน้ำจุฬาลงกรณ์นับตั้งแต่นั้นมา...” (นายกเทศมนตรีนครรังสิต , สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...กำเนิดทำนบน้ำ และให้ทำพิธีเปิดลำคลองนี้ เป็นทางการเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2439 และทรงโปรดเกล้าฯ ให้เรียกนามประตุน้ำในพระบรมนามาภิไธยว่า “ประตุน้ำจุฬาลงกรณ์”...” (พงศ์สุข นันทพัฒน์ปรีชา, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

1.3 ความเป็นมาของก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต

จากการศึกษาข้อมูลทำให้ทราบความเป็นมาของก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต โดยเทศบาลนครรังสิต (2554) กล่าวว่า ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตที่ขึ้นชื่อและโด่งดังของปทุมธานี คือก๋วยเตี๋ยวเรือโกฮับ โดยเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2500-2510 ผู้ที่ใช้เส้นทางถนนพหลโยธินข้ามสะพานข้ามคลองรังสิต จะเห็นร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือขึ้นบก โดยมีการนำเอาเรือก๋วยเตี๋ยวมาตั้งหน้าร้านหลายเจ้า เนื่องจากในสมัยนั้นมีการตัดถนนซูปเปอร์ไฮเวย์ ซึ่งปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นถนนวิภาวดีรังสิต ช่วงสะพานข้ามคลองรังสิตจะมีร้านก๋วยเตี๋ยวทำเป็นเพิงอยู่หลายร้าน ขึ้นป้ายแข่งกันโดยอ้างชื่อโกฮับ เช่น หลานโกฮับ หลานโกฮับ เพื่อนโกฮับ เป็นต้น ทำให้ผู้คนที่ขับรถผ่านมาต่างหยุดรถพักกินก๋วยเตี๋ยวจนเนื่อง

แน่น ต่อมาได้มีการแต่งเพลง “แดงเถาตาย” ซึ่งขับร้องโดยนักร้องลูกทุ่งชื่อดังในสมัยนั้น คือ ไวพจน์ เพชรสุพรรณ เนื้อหาของเพลงเป็นการเกี่ยวพาราตี เข้าสู่ประตูดิน และกล่าวถึงบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมและสังคมของคนรังสิตยุคนั้นในทำนองสนุกสนาน อาจกล่าวได้ว่า ทำให้ก้วยเตี่ยวเรือรังสิตเป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น เพลงเป็นที่นิยมและเป็นอมตะมาจนถึงยุคปัจจุบัน เพลงนี้ทำให้ไวพจน์ เพชรสุพรรณ ได้รับรางวัลนักร้องดีเด่นจากงานกึ่งศตวรรษครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2534

จากการที่มีร้านก้วยเตี่ยวเรือมากมายในย่านสะพานรังสิต จนทำให้ก้วยเตี่ยวเรือเป็นที่รู้จักและเริ่มแพร่หลายออกไปเป็นเวลาเกือบศตวรรษ โกฮับขายก้วยเตี่ยวเรือเป็นเจ้าแรกอยู่ในคลองรังสิตประยูรศักดิ์ หรือที่ชาวบ้านนิยมเรียกกันสั้น ๆ ว่า “คลองรังสิต” ในราคาขามละ 3 สตางค์

ข้อมูลประวัติโกฮับที่ค้นคว้าได้อ้างอิงจากผู้รู้ในท้องถิ่นทำให้ทราบว่า โกฮับ เป็นชาวจีนไหหลำ แซ่เคิมคือแซ่ห่าน เกิดในราวปี พ.ศ. 2428 บ้านอยู่ข้างโรงพักเก่าริมทางรถไฟ ติดกับประตูน้ำจุฬาลงกรณ์ ตำบลประชาธิปไตย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มีภรรยาไม่ปรากฏชื่อ มีบุตรชาย 1 คน ชื่อนายประสิทธิ์ แซ่ห่าน ขายผ้าอยู่ในตลาดใหม่คอนเมือง ซึ่งต่อมาได้เสียชีวิตในปี พ.ศ. 2508 จากหนังสืออนุญาตฉบับแรกของโครงการรังสิต บริษัทได้เริ่มขุดคลองที่ 1 โดยเริ่มที่ตำบลบ้านใหม่ ใต้เกาะใหญ่ แขวงเมืองปทุมธานี ไปออกแม่น้ำนครนายก ขนาดคลองกว้าง 6 วา ลึก 6 สอก ยาว 1,400 เส้น เริ่มขุดตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2436 บริษัทก็ยังขุดคลองสายนี้ไม่เสร็จขุดไปได้เพียง 100 เส้นเศษ เท่านั้น บริษัทได้ขอเลื่อนเวลาแล้วเสร็จออกไปจากปี พ.ศ. 2435 เป็นปี พ.ศ. 2440 และขอขยายเขตคลองจากขนาดกว้าง 6 วา ลึก 6 สอก เป็นกว้าง 8 วา ลึก 5 สอก และขุดเสร็จในปี พ.ศ. 2440 นับได้ว่าเป็นคลองสายใหญ่ที่สุดในสมัยนั้น โกฮับเริ่มขายก้วยเตี่ยวเรือเมื่อเขาอายุได้ 30 ปี ในราวปี พ.ศ. 2455 โดยใช้เรือสำปั้นพายไปตามคลองรังสิตและคลองซอยต่าง ๆ ตั้งแต่เช้า พอถึงเวลาเที่ยงวัน โกฮับจะใส่หมวกก้วยเตี่ยวพายเรือมาจอดขายบริเวณปากคลองสว่าง (ที่เรียกว่า คลองสว่าง เพราะเรือขุดใช้สว่างขนาดใหญ่ไซดึนให้เป็นคลอง) ใต้ถนนสะพานแก้วนิมิต หรือที่ชาวบ้านนิยมเรียกกันติดปากว่าสะพานแก้วในปัจจุบัน เนื่องจากคนงานอยู่เรือขุดคลองชลประทานรังสิตหยุดพักเที่ยงจะมาซื้อกินกัน

ความโด่งดังของก้วยเตี่ยวเรือน้ำตกโกฮับ ถึงกับทำให้ชาวคอนเมืองฝั่งกรุงเทพมหานคร ชักชวนกันมากินทุกวัน คลองรังสิตในสมัยนั้นบ้านเรือนปลูกอยู่ห่างกันไม่หนาแน่นเหมือนเดี๋ยวนี้ น้ำในคลองใสสะอาดมองเห็นตัวปลาแวกว่ายกินเศษอาหาร พงศ์สุข นันทพัฒน์ปรีชา (2554) กล่าวว่า “...สมัยมาบรรจุอยู่ที่ยังรังสิตใหม่ ๆ ก็ใช้น้ำคลองบริโภก โดยการแกว่งสารส้มและนำมาต้มกินเนื่องจากสมัยนั้นยังไม่มีประปา บริเวณคลองรังสิต ไม่มีต้นหญ้า ไม่มีผักตบชวา มองดูโล่งเตียนไม่มีอะไรกั้นหรือปิดบังเป็นทิวทัศน์ที่สะอาดและสวยงามมาก...” ในช่วงที่โกฮับขายก้วยเตี่ยวเรืออยู่นั้น ก็มีคนหันมาขายก้วยเตี่ยวเรือกันมากขึ้น เช่น โกเหลียง โกลุ่ย โกดี้ ฯลฯ ซึ่งโกฮับมีสูตร

เคล็ดลึกลับง่าย ๆ ของก๋วยเตี๋ยวน้ำตก คือการต้มน้ำเป็นชั้นเล็ก ๆ แล้วกองวางไว้บนตะแกรงทับด้วยก้อนน้ำแข็ง ใต้ตะแกรงมีภาชนะรองรับเลือดที่ถูกละลายมากับน้ำแข็ง นำมาทำเป็นก๋วยเตี๋ยวน้ำตกเพิ่มรสชาติของความอร่อยในการรับประทาน จึงเป็นที่มาของคำว่า “น้ำตก” ซึ่งในปัจจุบันเกือบจะไม่มีให้เห็นวิธีการทำดังกล่าว โกฮับเลิกขายก๋วยเตี๋ยวเรือเมื่ออายุได้ 67 ปี ตรงกับปี พ.ศ. 2494 (เทศบาลนครรังสิต, 2554 อ้างถึง เดชา กลิ่นกุสุม: การสัมภาษณ์ ไซโย เขียวนนท์, ปราชญ์และผู้อาวุโสท้องถิ่น)

เดชา กลิ่นกุสุม (2552) กล่าวถึง เอ็ง บุญนำมากุล ผู้อาวุโสท้องถิ่นที่อาศัยอยู่บริเวณตลาดคลองหนึ่ง เล่าถึงโกฮับว่า “ขายก๋วยเตี๋ยวตรงบริเวณใต้สะพานแก้วนิมิตสะพานเดิมที่มีครุฑ และมีคำว่าแก้วนิมิตอยู่ข้างใต้ สมัยก่อนก๋วยเตี๋ยวโกฮับชามละ 50 สตางค์ ถึง 1 บาท เมื่อสมัยก่อนตอนนั้นอายุ 7 ขวบ เดินกลับจากโรงเรียนศิริจະเวะกินเหลือเงินมา 50 สตางค์ก็กินได้ เด็ก ๆ จะขายชามละ 50 สตางค์ ผู้ใหญ่จะขาย 1 บาท โดยโกฮับจะขายคนเดียว บ้านอยู่บริเวณประตูระบายน้ำ สมัยก่อนตรงที่โกฮับขายก๋วยเตี๋ยว มีเรือขายก๋วยเตี๋ยว 5 ลำ คือ โกฮับขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อ ตาแป๊ะขุนเกา (ร้านอร่อยเด็ดในปัจจุบัน) ขายก๋วยเตี๋ยวหมู แจ็กหัวทุ้และแจ็กโอจิวขายชามละบาท มีโกฮับลำเดียวที่ขายก๋วยเตี๋ยวเนื้อ และมีเรือขายกาแฟอีก 1 ลำ หัวเรือแกมีโองเล็ก ๆ เป็นโองคินใส่น้ำไว้ให้คนกินมีกระบวยยาว ๆ ไว้ให้คนตักกิน ตอนเที่ยงคนงานอุ้มมากินกันเต็ม ไม่มีโต๊ะเก้าอี้ นั่งมีแต่เก้าอี้ตัวเล็ก ๆ ตอนหลังโกฮับย้ายไปขายก๋วยเตี๋ยวที่ดอนเมืองเพราะทหารมารับโกฮับไปขายก๋วยเตี๋ยวที่นั่นเลยมีชื่อเสียงโด่งดังขึ้นมา...” ซึ่งในเรื่องเล่าของ เอ็ง บุญนำมากุล ส่วนที่ว่ามีทหารเอารถมายกเรือโกฮับ ไปขายในงานของทหารอากาศที่ดอนเมืองก็สอดคล้องกับคำบอกเล่าของโกบ้อ หรือ จรงค์ รัชัญญาญู เจ้าของร้านรัชัญญามิตร ขายเครื่องสังฆภัณฑ์ ที่ตลาดรังสิต และข้อมูลจากคำบอกเล่าของนนทา ทราษแก้ว ผู้อาวุโสในท้องถิ่น ซึ่งเคยเป็นผู้ช่วยโกฮับขายก๋วยเตี๋ยวที่ตึกตรงสะพานใหม่ “...โกฮับมีลูกชาย 1 คน ชื่อ เสง และลูกสาวอีก 1 คน ...ตอนอยู่ที่รังสิตไม่ได้ช่วยขายจะมีเพื่อนชื่อ “ยี” บ้านอยู่คลอง 7 ที่ช่วยโกฮับขาย แต่ตอนนี้แต่งงานและไปอยู่ จังหวัดอุบลราชธานี และมีคนชื่อ “ต๊อ๊ก” เป็นญาติของจันแต่ไปอยู่พิษณุโลกแล้ว ตอนนั้นที่จันไปอยู่กับโกฮับอายุประมาณ 13 – 14 ปี พอเขาจะเอาตึกคืนโกฮับกลับมารังสิต ก็ไม่ได้มาช่วยเพราะเตี้ยไม่ยอมให้ช่วย...” จากคำบอกเล่าของผู้เฒ่าผู้แก่ในท้องถิ่นพบว่า “โกฮับ” นั้นเป็นร้านก๋วยเตี๋ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และเป็นก๋วยเตี๋ยวเรือยุคแรก ๆ ที่อยู่ในคลองรังสิตประยูรศักดิ์

นอกจากนี้ เดชา กลิ่นกุสุม (อ้างแล้ว) ยังได้กล่าวว่า “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตแบ่งออกเป็น 3 ยุคคือ ยุคแรก พายเรือสำปั้นขายตามคลองรังสิต และคลองแยกเช่นคลองหนึ่ง คลองสอง และคลองสาม ฯลฯ โดยโกฮับในเวลากลางวันก็จะมาขายบริเวณใต้ถนนสะพานแล้ว ปากคลองสว่าง ริมถนนพหลโยธิน ยุคที่สอง เริ่มตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ.2501 ยกเรือขึ้นบก แต่นั่งขายอยู่ในเรือตามเพิงหน้า

ร้านค้า ซึ่งก็ยังใช้เรือสำปั้นและอุปกรณ์เดิม ๆ ซึ่งจะพบเห็นในตลาดรังสิต ริมถนนพหลโยธิน และบริเวณตลาดเขียร์รังสิต ตรงสะพาน 3 ปัจจุบันสะพานไม่มีแล้ว มีจำนวนหลายเจ้าด้วยกันโดยนำเอาชื่อของโกฮัมมาโฆษณา ยุคที่สาม คือยุคปัจจุบัน ราว พ.ศ.2537 ขายในแพ หรือใช้เรือต่อขนาดใหญ่ (เรือเอี่ยมจุ่น) จอดลอยลำในคลองรังสิต ทอดสะพานให้คนเดินจากริมคลองเข้าไปในเรือ...”

ผลการศึกษาคคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตที่ถ่ายทอดไว้ ณ แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ทำให้ทราบว่ามรดกทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตมีคุณค่าและความสำคัญยิ่ง มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต โดยวัตถุประสงค์ที่จะให้อนุชนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรม สังคม วิถีชีวิตดั้งเดิมของบรรพบุรุษ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่จะช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดต่อไป โดยคุณค่าและความสำคัญสามารถสรุปประเด็นได้ ดังนี้

คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (History and Cultural Value) “ทุ่งหลวง” หรือ “ทุ่งรังสิต” มีประวัติศาสตร์มายาวนานที่บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์การสร้างเมือง การเมืองและการปกครอง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สภาพสังคมและวัฒนธรรมที่กาลเวลาทำให้เปลี่ยนแปลงไป ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของคนพื้นถิ่น การอพยพโยกย้ายถิ่น การประกอบอาชีพ สภาพสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์และการพัฒนาการ โดยมีหลักฐานทางเอกสารที่ได้มีการบันทึกไว้ ทำให้ทราบความเป็นมาของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ บรรพบุรุษ จุดกำเนิดของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวรังสิตดั้งเดิม และวิถีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสามารถถ่ายทอดมายังคนรุ่นหลังให้ได้มีโอกาสศึกษาเรียนรู้

คุณค่าทางด้านวิชาการ (Informational Value) เรื่องราวของ “ทุ่งหลวง” หรือ “ทุ่งรังสิต” มีความสำคัญทางด้านการใช้อ้างอิงทางวิชาการ การเรียนรู้วิจัยและวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตและผลที่สืบเนื่องตามมาในปัจจุบัน เช่น การพัฒนาที่ดินและผลกระทบทางสังคม ในการสร้างคลองรังสิต เป็นต้น

คุณค่าทางด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic Value) ในมุมมองของคนในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ นั้น จะมีมาตรวัดและกำหนดคุณค่าของความสวยงามแตกต่างกันออกไป ทั้งคุณค่าทางรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งคุณค่าที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรม เป็นคุณค่าความงามที่สามารถประเมินได้ ด้วยความรู้สึก ความชื่นชอบประทับใจในสิ่งที่มองเห็นเบื้องหน้าบันดาลให้เกิดความรู้สึกจรโลง

ใจ ทักษิณภาพของสายน้ำคลองประวัติศาสตร์ที่ทอดตัวยาวไกลไหลเอื่อยต้องแสงตะวันระยิบระยับ ภาพวิถีชีวิตคนพื้นถิ่นกับการทำมาหากิน ภาพประตุน้ำจุฬาลงกรณ์สิ่งสร้างทางประวัติศาสตร์ตั้งสงบนิ่งกลางสายน้ำสะท้อนความรู้สึกรำลึกเหตุการณ์ย้อนอดีต ทำให้เกิดความรู้สึกจรโลงใจ ส่วนรูปแบบนามธรรม คือ การแสดงออกแห่งความเชื่อและเลื่อมใสศรัทธาทั้งในทางศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรม

คุณค่าด้านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (Rarity and Uniqueness Value) นครรังสิต มีเอกลักษณ์วัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารที่ขึ้นชื่อ คือ ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตที่เป็นที่เลื่องลือเล่าขาน และมีการถ่ายทอดมายังลูกหลานให้สืบสานเพื่อการทำมาหากินและสร้างชื่อเสียงให้กับท้องถิ่นเป็นที่รู้จักอยากเข้ามาชิมลิ้มลองสูตรเด็ดดั้งเดิมที่เป็นมรดกตกทอด รวมถึงเรื่องราวสมันพันธุ์หายากที่หมดไปจากผืนแผ่นดินเมืองไทยนานแล้ว ที่แต่ก่อนเคยอาศัยชุกชุมมีแต่ที่รังสิตถิ่นนี้

คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value) นครรังสิต มีคลองสายน้ำประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมทางด้านประเพณี สังคม และวัฒนธรรม มีโบราณสถานด้านศาสนาที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและเป็นสถานที่ใช้ทำกิจกรรมและประเพณีต่าง ๆ ของชุมชนเสมอมา รวมถึงการได้มีส่วนร่วมของชุมชนในการบูรณะปฏิสังขรณ์ร่วมกันดูแลรักษาสืบเนื่องมายาวนาน เป็นศูนย์รวมแห่งศรัทธาสามัคคีมีการใช้สอยทำกิจกรรมตามวาระประเพณีอันดีงาม เชื่อมโยงจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างกลมกลืน

คุณค่าทางด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Value) คุณค่าในทางเศรษฐศาสตร์ของทรัพยากรวัฒนธรรม ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของคนในปัจจุบันได้ การที่นำเอาเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งมีคุณค่าในรูปแบบนามธรรม มาผนวกผสมผสานกับคุณค่าทางรูปธรรมของสายน้ำคลองประวัติศาสตร์ สร้างเรื่องราวให้เกิดความน่าสนใจ ฟุ้งฟูให้เกิดมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อชุมชน ทำให้เกิดศักยภาพในอันที่จะส่งเสริมคุณค่าด้านเศรษฐกิจชุมชน จึงเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ก่อประโยชน์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้เกิดแก่ชุมชนในท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังพื้นที่ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น และกิจการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ปัจจุบันสิ่งบ่งบอกถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่ยังคงปรากฏให้เห็นในด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพื้นที่รังสิต อาทิ มรดกวัฒนธรรมเดิมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritages) คือ สิ่งปลูกสร้างเพื่อประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ คลองรังสิตประยูรศักดิ์ ประตุน้ำจุฬาลงกรณ์ เมืองธัญบุรี ศาสนสถาน ได้แก่ วัดเขียนเขต วัดแสงสรรค์ วัดมูลจินดาราม วัดคลองหนึ่ง (แก้วนิมิตร) และวัดจันทรสุนทร สิ่งปลูกสร้างจากศรัทธาความเชื่อ ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อเสือเมืองใหม่รังสิต ศาลเจ้าพ่อแห่งเจีย (ได้เสียหูกโจ้ว) ศาลเจ้าไต่สงกวง ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่คลองรังสิต ศาลหลักเมืองรังสิต และศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่

ศูนย์การสร้างสรรค์ เป็นต้น มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritages) ได้แก่ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว ประเพณี ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต งานประเพณีสงกรานต์ งานทำบุญตักบาตรปีใหม่ งานประเพณีลอยกระทง งานเทศกาลถือศีลกินเจ งานเทศกาลทำบุญเทศกาลจาด งานเทศกาลตรุษจีน และพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น โครงการอุปสมบทหมู่ตามฤดูกาล โครงการบวชสามเณรภาคฤดูร้อน งานทำบุญเข้าพรรษา ออกพรรษา เป็นต้น พิธีกรรมอื่น ๆ เช่น งานรำลึกการสร้างเมืองชัยบุรี งานรำลึกการสร้างประตูน้ำจุฬาลงกรณ์ เป็นต้น และสิ่งทีสร้างขึ้นใหม่เพื่อการฟื้นฟูอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (New Building to Preserve Cultural Heritages) ได้แก่ ตลาดน้ำนครรังสิต ประติมากรรมจับกัง-กุลี่จีน ประติมากรรมสมัน ประติมากรรมโกฮับ เป็นต้น

นอกจากสิ่งปลูกสร้างเพื่อประโยชน์ใช้สอย คือ คลองรังสิตประยูรศักดิ์ และ ประตูน้ำจุฬาลงกรณ์ แล้ว ผู้วิจัยขอเสนออ้างอิงถึงสิ่งบ่งบอกมรดกวัฒนธรรมที่ยังคงปรากฏให้เห็นและมีอิทธิพลต่อพื้นที่รังสิตที่เด่น ๆ เพื่อเป็นการเสริมน้ำหนักคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมนครรังสิต ยกให้เห็นเป็นตัวอย่างและหลักฐานแต่พอสังเขปในแต่ละด้าน ดังนี้

กลุ่มมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritages) คือ 1) ศาสนสถาน และ 2) สิ่งปลูกสร้างจากศรัทธาความเชื่อ

1. ศาสนสถาน

1.1 วัดแสงสวรรค์

วัดแสงสวรรค์ หรือชื่อเดิมวัดแสงสวรรค์ สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.2430 ตำบลคลองสอง อำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่ 15 เดือนมีนาคม รัตนโกสินทร์ศก 127 ผู้ที่ริเริ่มทำการก่อสร้าง คือ ท่านพระยาศรีสุรราชกับท่านแสงสุรราช เพราะเห็นว่าประชาชนในท้องที่นี้ไม่มีวัดที่จะบำเพ็ญกุศล ที่มีที่อยู่ห่างไกลมาก จึงได้ทำการก่อสร้างเพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสบำเพ็ญกุศล และประกอบศาสนกิจตามสมควรแก่อัธยาศัย



ภาพที่ 4.1 ซุ้มประตูทางเข้าวัดแสงสรรค์ และ อุโบสถวัดแสงสรรค์ ภาพจาก: คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต

1.2 วัดเขียนเขต

วัดเขียนเขต ตั้งอยู่ริม ถ.รังสิต-นครนายก คลอง 3 เลขที่ 43 หมู่ 2 ต.บึงขี้โถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และ โบราณคดี โดยวัดเขียนเขต สร้างขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2439 โดยมีหม่อมเขียน หม่อมในพระเจ้าวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าสาย สนธิทวงศ เป็นผู้มอบที่ดิน แต่เดิมชื่อ วัดสาทิเขตคาราม ต่อมาเมื่อในปี พ.ศ. 2460 สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส เสด็จตรวจราชการคณะสงฆ์ภาคนี้ ทรงเปลี่ยนนามวัดให้ใหม่ว่า “ วัดเขียนเขต ” ก่อนปี พ.ศ. 2475 ทางเมืองธัญบุรี ได้ใช้โบสถ์วัดนี้ระกอบพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา

ลักษณะทางสถาปัตยกรรม อุโบสถสร้างด้วยคอนกรีต ผนังก่ออิฐถือปูน เครื่องบนตัวไม้จริง หลังคาซ้อนกัน 3 ชั้น มุงกระเบื้องดินเผา ซ่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ ปิดกระฉอก จั่วด้านหน้าเปิด ประดับลวดลายปูนปั้น ฝาเพดานเป็น ไม้ตะแบก



ภาพที่ 4.2 อุโบสถวัดเขียนเขต ภาพจาก: <http://www.buengyitho.go.th/%E0%B8%A8%E0%B8%>

เป็นวัดเก่าแก่ตั้งเมื่อ พ.ศ. 2439 ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 โดยหม่อมเขียนในพระบรมวงศ์
 เสรพระองค์เจ้าสาย สนิทวงศ์ เป็นผู้มอบที่ดินให้สร้างวัด และมีหลวงพ่อดำ เป็นเจ้าอาวาสรูปแรก
 หม่อมเขียนพร้อมด้วยเครือญาติและประชาชนในท้องถิ่นได้ช่วยกันก่อสร้าง และทำนุบำรุง
 ปฏิสังขรณ์ เพื่อเป็นศาสนสมบัติในพระพุทธศาสนาได้มีนามเดิมว่า "วัดสาสี่เขตคาราม" เมื่อหลวง
 พ่อดำมรณภาพแล้ว พันตรีหม่อมราชวงศ์สุวพรรณ สนิทวงศ์ และพลเอกพระยาวงศานุประพันธ์ ซึ่ง
 เป็นบุตรชายหม่อมเขียน ได้ขอให้หลวงพ่อดำ ซึ่งจำพรรษาอยู่ที่วัดเทียนถวาย อำเภอเมืองจังหวัด
 ปทุมธานี มาเป็นเจ้าอาวาส เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2472 หลวงพ่อดำได้รับพระราชทาน
 สมณศักดิ์ เป็นพระครูสัญญาบัตร ตำแหน่งเจ้าคณะจังหวัดชัยบุรี มีพระราชทินนามว่า "พระครู
 ัญญาเขตเขมากร บวรสมณาจารย์ สังฆวาหะ" (เทศบาลเมืองบึงยี่โถ, 2554)

1.3 วัดมูลจินดาราม

วัดมูลจินดาราม ตั้งอยู่ริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ บริเวณคลองห้า สร้างเมื่อ พ.ศ. 2430
 โดยพระปฏิบัติราชประสงค์ (ชื่อเดิม มูลเลอร์ ชาวออสเตรีย ทำงานบริษัทบิกิริม ควบคุมการ
 บริหารงานบริษัทขุดคลองรังสิต สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว) ด้วยเห็นว่าชุมชน
 ยังไม่มีวัดเป็นศูนย์กลางปฏิบัติธรรม ปี พ.ศ. 2445 เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว
 เสด็จทรงเปิดศาลากลางเมืองชัยบุรี พระปฏิบัติราชประสงค์ได้จัดงานผูกพัทธสีมา และกราบ
 บังคมทูลเชิญพระองค์เสด็จพระราชดำเนินตัดลูกนิมิต พระราชทานนามว่า "วัดมูลจินดาราม" โดยมี
 พระราชประสงค์ให้ตรงกับชื่อเดิมของพระปฏิบัติราชประสงค์และภรรยา ปัจจุบันบริเวณคลองหน้า
 วัดมีปลาช่อนขนาดใหญ่จำนวนมาก แต่ละวันมีนักท่องเที่ยวมาให้อาหารปลาอยู่เสมอ
 นอกเหนือจากการมาทำบุญไหว้พระ (คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต, 2558)



ภาพที่ 4.3 พระพุทธรูปองค์ใหญ่ประทับยืนภายในวัด และประตูทางเข้าวัดมูลจินดาราม ภาพจาก :
 คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต

2. สิ่งปลูกสร้างจากศรัทธาความเชื่อ

2.1 ศาลเจ้าพ่อแห่งเจีย (ไต้เซี่ยหุกโจ้ว)

ประวัติความเป็นมา ศาลเจ้าพ่อแห่งเจีย (ไต้เซี่ยหุกโจ้ว) ตั้งอยู่ ณ ถนนเลียบบคลองรังสิต ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี มีการเล่าขานถึงตำนาน และความเชื่อของผู้คนย้อนไปประมาณเมื่อ 100 กว่าปีที่แล้ว มีอาแปะแก่ ๆ ชาวจีนคนหนึ่งซึ่งอาศัยอยู่บนเรือกำปั่น ได้เป็นผู้ที่พบเห็นรูปปั้นเจ้าพ่อแห่งเจียนี้ มีลักษณะความสูงประมาณ 5-6 นิ้ว อยู่ในทำยื่นกระบอง ลอยน้ำขึ้นมาที่ด้านหน้าตลาดปากคลองหนึ่งเก่า (ซึ่งปัจจุบันคือที่ตั้งศาลเจ้าคลองหนึ่ง) โดยแต่เดิมบริเวณดังกล่าวเป็นที่อยู่อาศัยบรรดาของพ่อค้าชาวไทยเชื้อสายจีน ที่มีบรรพบุรุษเป็นชาวจีนที่อพยพที่มาตั้งหลักปักฐานทำมาหากินอยู่ ณ เมืองรังสิตแห่งนี้ ด้วยการประกอบอาชีพต่าง ๆ อาทิ ร้านกาแฟโบราณ เรือน้ำมัน ร้านขายของโช้วห่วย ร้านขายทอง โรงงานน้ำปลา โรงงานขนมปัง โรงงานไม้ขีด โรงงานปลาหนึ่ง ฯลฯ ซึ่งถือได้ว่าบริเวณศาลเจ้าคลองหนึ่งแห่งนี้ ในสมัยก่อนจะอบอวนไปด้วยบรรยากาศของตลาดน้ำริมคลอง (คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต, 2558)



ภาพที่ 4.4 บริเวณด้านหน้าศาลเจ้าพ่อแห่งเจีย (ไต้เซี่ยหุกโจ้ว) ภาพจาก: คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต

2.2 ศาลเจ้าไต้ซงกง



ภาพที่ 4.5 ศาลเจ้าไต้ซงกง ภายในศาลมืองค์ไต้ซงกง (หลวงปู่ไต้ซงกง) และหลวงพ่อโสธรประดิษฐานอยู่ ภาพจาก: คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต

ศาลเจ้าไต้ซ่งกง เริ่มก่อตั้งมาประมาณ 50 ปี เดิมอยู่แถวตลาดล่าง ย้ายมาอยู่ที่หลังตลาดสุชาติ (ตลาดใน) ดิถีริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ ได้ 40 ปี ตอนนั้นเป็นสมาคมประชาธิปไตย ให้ความช่วยเหลือบริจาค โลงศพ หรือคนในพื้นที่ที่ต้องการใช้พื้นที่จัดงานศพ เทศกาลกินเจ ช่วยเหลือผู้ประสบภัย มีคณะกรรมการ 99 ท่าน วาระละ 4 ปี แล้วจะทำการเลือกตั้งใหม่การสร้างมูลนิธิฯ ได้เงินจากพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้านในจังหวัดปทุมธานีร่วมกันทำบุญ ซึ่งส่วนมากจะเป็นชุมชนในย่านรังสิต มีงานประเพณีที่กระจาย (ซีโกว) มีแจกทาน ข้าวสารอาหารแห้งในวันที่ 20 - 22 สิงหาคม ของทุกปี ตามประเพณีของคนจีนจะเป็นวันที่ 3 เดือน 7 มูลนิธิจะจัดงานทั้งกระจาย ซึ่งเชื่อกันว่ายมโลกจะเปิดประตูให้ผีไม่มีญาติมาหากินในเดือน 7 ทั้งเดือน มีคนทรงดูฤกษ์ โดยจัดทำเป็นประเพณีทุกปี (คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต, 2558)

2.3 ศาลหลักเมืองรังสิต

สืบเนื่องจากการสร้างศาลหลักเมืองจังหวัดปทุมธานี โดยนายสุธี โอบอ้อม ผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี (ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานีตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2519 – 30 กันยายน พ.ศ. 2521) เห็นว่า ควรจะสร้างศาลหลักเมืองไว้ให้มั่นคง เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวปทุมธานี พร้อมทั้งให้เกิดความรักสามัคคีกันให้มากยิ่งขึ้น ทั้งยังนำความสงบสุข ร่มเย็น มาสู่เมืองด้วยความดำรินี้จึงเห็นพ้องต้องกันระหว่างข้าราชการ พ่อค้าแม่ค้า และประชาชน ได้ร่วมกันสละทรัพย์คนละเล็กคนละน้อย ดำเนินการสร้างศาลหลักเมืองขึ้น โดยกรมศิลปากรได้เป็นผู้ออกแบบประดิษฐ์ตัวเสาหลักเมือง ซึ่งทำด้วยไม้ชัยพฤกษ์ที่ทางกรมป่าไม้ได้นำมาจากสวนป่าลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ มอบให้ดำเนินการสร้างศาลหลักเมืองปทุมธานี เริ่มทำพิธีเสเดาะพื้นที่ที่จะสร้างศาลหลักเมือง เพื่อความสวัสดิมงคลเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2519 วางศิลาฤกษ์หลักเมืองปทุมธานี วันจันทร์ที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2500 ตรงกับเวลา 15.00 น. เดือนยี่ ขึ้น 14 ค่ำ ปีมะโรง

กรมศิลปากรออกแบบประดิษฐ์ตัวเสาหลักเมืองเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้นำเข้าพระตำหนักสวนจิตรลดา เพื่อทูลเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (รัชการที่ 9) ทรงเจิมเมื่อวันศุกร์ที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2521 เวลาฤกษ์ 08.29 น. และในคืนนี้เวลาประมาณ 5 ทุ่ม ได้เกิดจันทรคราสจับครึ่งดวงเป็นที่อัศจรรย์ พิธียกเสาหลักเมืองปทุมธานี วันพุธที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2521 ศาลหลักเมืองปทุมธานีจึงตั้งเด่นเป็นสง่า อยู่หน้าศาลากลางจังหวัดปทุมธานี

ไม้ชัยพฤกษ์จากสวนป่าลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นไม้มงคลอย่างยิ่ง ได้รับการคัดเลือกสายพันธุ์อย่างดี ลำต้นใหญ่ เมื่อกรมศิลปากรออกแบบประดิษฐ์ตัวเสาหลักเมืองปทุมธานีแล้ว ยังมีส่วนเหลือของลำต้นที่สวยงามของไม้ชัยพฤกษ์ คณะกรรมการดำเนินงานจึงดำริจัดสร้างเสาหลักเมืองอีกสี่มุมเมือง

มุมเมืองด้านทิศตะวันออก คือ ธัญบุรี เสาหลักเมืองตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าตลาดรังสิต ใช้ชื่อว่า ศาลหลักเมืองรังสิต ชาวรังสิตมีความเชื่อว่าการได้รับเสาหลักเมืองมาสร้างไว้ที่ศูนย์การค้าตลาดรังสิตนั้น เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ สร้างให้เกิดความรัก สามัคคี นำความสงบสุขร่มเย็นมาสู่เมืองรังสิต (คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต, 2558)



ภาพที่ 4.6 ศาลหลักเมืองรังสิต ภาพจาก: คู่มือท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต

กลุ่มมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritages)

1. เทศกาลงานประเพณี
2. วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. พิธีกรรมทางศาสนา และ พิธีกรรมอื่น ๆ

1. เทศกาลงานประเพณี

1.1 งานแข่งเรือพายประเพณี โดยงานแข่งขันเรือพายประเพณีของเทศบาลนครรังสิต ได้จัดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2543 ซึ่งในสมัยนั้น เดิมยังเป็นเทศบาลตำบลประชาธิปไตย โดย นายเดชา กลิ่นกุสม (อดีตนายกเทศมนตรี) ได้ตระหนักถึงการแข่งขันเรือพายชนสัมพันธ์ (ที่ทำจากโลหะสแตนเลส) ควรที่จะอนุรักษ์ไว้ให้เป็นประเพณีท้องถิ่นของจังหวัด โดยชาวบ้านแถบอำเภอหนองเสือ มี “คุณอักษร น้อยสว่าง” ซึ่งเป็นเกษตรกรชาวสวนส้ม ได้ร่วมกับชาวบ้านนำเรือชนสัมพันธ์ออกมาแข่งขันในช่วงฤดูน้ำหลาก หรือในช่วงเทศกาลออกพรรษา เพื่อสร้างความรัก ความสามัคคีและความสมานฉันท์ในหมู่ชาวบ้านด้วยกัน จนเป็นที่แพร่หลายไปยังทุกอำเภอและบริเวณใกล้เคียง เทศบาลนครรังสิต จึงได้เริ่มจัดการแข่งขันเรือพายชนสัมพันธ์ โดยได้รับความร่วมมือจากชมรมเรือพายชนสัมพันธ์อำเภอหนองเสือ เข้ามาช่วยดำเนินการแข่งขัน ในปี พ.ศ. 2543 และตั้งแต่นั้นเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2547 เทศบาลนครรังสิตจึงได้จัดให้มีการแข่งขันเรือยาวเพิ่มขึ้นอีกประเภทหนึ่ง และในปี พ.ศ.

2547 เทศบาลนครรังสิตได้ขอพระราชทานถ้วยรางวัล จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มอบให้กับผู้ชนะเลิศในการแข่งขันเรือยาว และเรือพายสแตนเลส (เรือขนส้ม)



ภาพที่ 4.7 บรรยากาศงานแข่งเรือพายประเพณี เทศบาลนครรังสิต ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิภูล
ถ่ายเมื่อ 25 ตุลาคม 2558

1.2 งานประเพณีลอยกระทง โดยเทศกาลลอยกระทง ตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี เป็นประเพณีเก่าแก่ของไทยที่มีมาตั้งแต่ครั้งสมัยสุโขทัย เพื่อเป็นการสักการะรอยพระพุทธรบาทที่แม่น้ำนัมมทานที ซึ่งเป็นแม่น้ำสายหนึ่งอยู่ในแคว้นทักขิณาของประเทศอินเดีย ซึ่ง ปัจจุบัน เรียกว่าแม่น้ำนเรพุททา สำหรับประเทศไทยประเพณีลอยกระทงได้กำหนดจัดทุกพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณที่ติดกับแม่น้ำ ลำคลอง หรือ แหล่งน้ำต่าง ๆ

เทศบาลนครรังสิตมีการสืบทอดประเพณี โดยจัดกิจกรรมงานประเพณีลอยกระทงทุกปี เพื่อเป็นการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีอันดีงานของไทย มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนทุกหมู่เหล่าเข้าร่วมงานกิจกรรมและประสบความสำเร็จทุก ๆ ปี จะมีประชาชนร่วมงานเป็นจำนวนมาก โดยเทศบาลนครรังสิตได้จัดให้มีการแสดงมหรสพบนเวที การประกวดหนูน้อย

นพมาศ การประกวดนางนพมาศ การประกวดกระทงประเภทต่าง ๆ การแสดงรำวงย้อนยุค เพื่อเป็นการอนุรักษ์การแสดงพื้นบ้านที่มีมาแต่ดั้งเดิม



ภาพที่ 4.8 งานลอยกระทงสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีของชาวรังสิต ภาพจาก:
<http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>



ภาพที่ 4.9 งานประเพณี และพิธีกรรมที่สำคัญ ๆ ของชาวรังสิต ภาพจาก:
<http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>

มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritages) ได้แก่ วัฒนธรรมจารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาวประเพณี กว๊านเตี้ยเรือรังสิต งานประเพณีสงกรานต์ งานทำบุญตักบาตรปีใหม่ งานประเพณีลอยกระทง งานเทศกาลถือศีลกินเจ งานเทศกาลทำบุญเทกระจาด งานเทศกาลตรุษจีน และพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น โครงการอุปสมบทหมู่ตามฤดูกาล โครงการบวชสามเณรภาคฤดูร้อน งานทำบุญเข้าพรรษา ออกพรรษา เป็นต้น พิธีกรรมอื่น ๆ เช่น งานรำลึกการสร้างเมืองชัยบุรี งานรำลึกการสร้างประตูน้ำจุฬาลงกรณ์ เป็นต้น และ กลุ่มสิ่งปลูกสร้างขึ้นใหม่เพื่อการฟื้นฟูอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (New Building to Preserve Cultural Heritages) ได้แก่ ตลาดน้ำนครรังสิต ประติมากรรมแรงงานขุดคลอง (กุลิจีน) ประติมากรรมสมัน และ ประติมากรรมโกฮับ

ประติมากรรมแรงงานขุดคลอง (กุลิจีน)

ผู้ริเริ่มโครงการ คือ นายเดชา กลิ่นกุสมุ อธิบดีนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองรังสิต ร่วมกับคณะผู้บริหารและข้าราชการตลอดจนนักวิชาการในท้องถิ่น ได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจึงได้เกิดแนวคิดที่จะจัดทำประติมากรรมทั้งรูปสัตว์และผู้คนที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นมาแสดงให้กับสาธารณชนโดยมุ่งหวังให้เกิดการบูรณาการทั้งในด้านวิชาการ ด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาเมือง การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน ควบคู่กันไป จนกระทั่งเมืองรังสิตได้พัฒนาขึ้นเปลี่ยนเป็นนครเมืองรังสิต สำนักงานเทศบาลนครรังสิต โดยนายธีรวุฒิ กลิ่นกุสมุ นายกเทศมนตรีคนปัจจุบัน (พ.ศ. 2558) ได้มีการสานต่อแนวคิดดังกล่าว และว่าจ้างให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีได้เข้ามาทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ตั้งแต่เรื่องประวัติการขุดคลอง โดยเฉพาะแรงงานชาวจีนที่เข้ามาหากินในสมัยนั้น ซึ่งกลายมาเป็นบรรพบุรุษของคนไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบันก่อนที่จะเปลี่ยนพื้นที่ทุ่งและป่ามาเป็นชุมชนเมือง ได้จัดทำประติมากรรมกลางแจ้งแสดงแก่สาธารณะ เพื่อเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ อย่างเมืองในต่างประเทศที่มีชื่อเสียงดำเนินการ และเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของเมือง สำหรับคนรุ่นหลังได้เรียนรู้แหล่งที่อยู่ของชาวจีน หรือ ชาวไทย-จีน ชาวจีนที่ตั้งถิ่นฐานในปทุมธานีนั้น ได้มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยเข้าอยู่อาศัยบริเวณสามโคก ที่ตลาดบางเตย ตลาดบ้านกระแซง ชุมชนตลาดบ้านลาดบัว ที่ตลาดระแหงของอำเภอลาดหลุมแก้ว ที่ตลาดเจริญผลพัฒนา และตลาดศิริวัฒนาของอำเภอเมือง ที่ตลาดบางชันของอำเภอลองหลวง ที่ตลาดรังสิต และตลาดปากคลองเจ็ดของอำเภอธัญบุรี จึงเป็นที่มาของการจัดทำประติมากรรมแรงงานขุดคลอง (รังสิต) ในการบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์ เทศบาลนครรังสิตจึงได้สร้างประติมากรรมแรงงานขุดคลอง (กุลิจีน) ไว้บริเวณริมเขื่อนบริเวณ โคน้ำใหญ่ (เทศบาลนครรังสิต, 2558)



ภาพที่ 4.10 ประติมากรรมแรงงานชุดคลอง (กุลิจีน) ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิภูด ถ่ายเมื่อ 31 ตุลาคม 2558

ประติมากรรม “สมัน”

สมัน เป็นกวางขนาดกลางที่สวยงามชนิดหนึ่งของโลก พบอยู่แต่เฉพาะในเมืองไทย แถบลุ่มน้ำเจ้าพระยาเพียงแห่งเดียวเท่านั้น เป็นสัตว์ชนิดที่มีเขตแพร่กระจายจำกัด อยู่ในบริเวณที่ราบภาคกลางของประเทศเท่านั้น สมัยก่อนมี ชุกชุมมากในที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณจังหวัดรอบกรุงเทพฯ เช่น นครนายก ปทุมธานี และปราจีนบุรี และแม้แต่บริเวณพื้นที่รอบนอกของกรุงเทพฯ เช่น บริเวณ พญาไท บางเขน แลวทุ่งรังสิต ฯลฯ

ในการบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์ เทศบาลนครรังสิตจึงได้สร้างประติมากรรมสมัน 1 คู่ จำนวน 4 ตัว บริเวณทางลงสะพาน อบจ.ก่อนถึงหน้าโรงเรียนประชาธิปไตย เพื่อให้ประชาชนและอนุชนรุ่นหลังได้ทราบว่า สมันเป็นสัตว์ที่เคยมีแหล่งที่อยู่อาศัยอยู่ในทุ่งรังสิตบริเวณใกล้เคียงจุดที่ตั้งประติมากรรมและสร้างขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมท่องเที่ยวเผยแพร่สืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ให้เกิดความยั่งยืนสืบไป (เทศบาลนครรังสิต, 2558)



ภาพที่ 4.11 ประติมากรรมสมัน ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล ถ่ายเมื่อ 31 ตุลาคม 2558

ประติมากรรมโกฮับ

เทศบาลนครรังสิต ได้สร้างประติมากรรม “โกฮับ” บริเวณสะพานแก้ว คลองรังสิต ประชวรศักดิ์ เพื่อสื่อความเป็นเอกลักษณ์ตำนานกัวยเดียวเรือรังสิตที่ขึ้นชื่อและโด่งดังของจังหวัดปทุมธานี เมื่อกว่า 60 ปีที่แล้ว โดยวัฒนธรรมการกิน และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ มีการสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน (เทศบาลนครรังสิต, 2558)



ภาพที่ 4.12 ประติมากรรมโกฮับ ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล ถ่ายเมื่อ 31 ตุลาคม 2558

ผลการศึกษาดานภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่วิจัย สามารถสรุปได้ ดังนี้ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม โดยผู้วิจัยพบว่า ตลาดน้ำนครรังสิตตั้งอยู่ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดปทุมธานี บริเวณริมคลองรังสิตประชวรศักดิ์คลอง 1 มีทัศนียภาพและบรรยากาศร่มรื่น และมีความเป็นธรรมชาติแบบไทย ๆ แพตลาดทรงไทยโดดเด่น มีทั้งหมด 11 แพ

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นคือชุมชนใหญ่ทางเข้ตลาคน้ำ อย่างไรก็ตาม พื้นที่บริเวณตลาคน้ำและภายในแต่ละแฟมีขนาดเล็กและคับแคบ ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลนักท่องเที่ยวประจำอยู่ที่แพตลาคน้ำแพที่ 1 และมีเจ้าหน้าที่งานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำคอยให้ความช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งการเดินทางเข้มายังตลาคน้ำนครั้งสิต พบว่า มีความสะดวกและคล่องตัวดี สามารถเข้มาได้หลายเส้นทาง สามารถเข้าถึงได้ทั้งรถยนต์ส่วนตัว มอเตอร์ไซค์รับจ้าง มีที่จอดรถด้านหน้าตลาคน้ำ ส่วนรถโดยสารประจำทางสาธารณะก็มีความสะดวกด้วยเช่นกัน มีป้ายรถเมล์อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ พบว่า ตลาคน้ำนครั้งสิตมีความโดดเด่น สถานที่ตั้งเลียบบคลองรังสิตติดกับถนนใหญ่ การคมนาคมสะดวก มีวิถีชีวิตท้องถิ่น มีบริการนวดแผนไทยจากชมรมนวดแผนไทยโดยกลุ่มแม่บ้านเทศบาลนครั้งสิต

ด้านด้านกิจกรรมที่เกิดจากการจัดการการท่องเที่ยวของตลาคน้ำนครั้งสิตก็เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สร้างขึ้น มีการจัดการด้านราคาสินค้าภายในตลาคน้ำนครั้งสิตโดยควบคุมไม่ให้มีราคาสูง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จากการสอบถามพบว่า มีการจัดกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนาขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ ด้วยผู้บริหารมีนโยบายส่งเสริม ดูแล อนุรักษ์วัฒนธรรม จารีตประเพณี อันดิงามของท้องถิ่น และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดคุณค่า คือ ส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นให้คงอยู่ เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต เป็นต้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการบริการเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว อาทิ มีป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำแพร้านค้าต่าง ๆ โชนประชาสัมพันธ์ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว นิทรรศการเกี่ยวกับการเสด็จพระราชดำเนินเปิดศาลาว่าการเมือง “ธัญญบุรี” ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ประวัตติคลองรังสิตประยุรศักดิ์ วิถีชีวิตชาวคลองรังสิตในอดีต ประวัตติความเป็นมาของการสร้างประตุน้ำจุฬาลงกรณ์ ประวัตติความเป็นมาของก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต และสัตว์น้ำหายากในคลองรังสิต โชนจัดแสดงพิพิธภัณฑก๋วยเตี๋ยวและเรือก๋วยเตี๋ยวจำลอง โชนสำหรับบริการขายอาหารและเครื่องดื่มนานาชนิด เช่น อาหารขึ้นชื่อของรังสิต คือ ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต สินค้าของกินพื้นเมือง และอื่น ๆ และจำหน่ายสินค้าโอท็อป (OTOP) โชนนวดไทยแผนโบราณ มีรถสุขของทางเทศบาลนครั้งสิตจอดให้บริการฟรี ด้านการบริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ได้ติดตั้งกล้องที่วิ้งจรปิดไว้หลายจุดรวมถึงบริเวณตลาคน้ำ ที่นั่งพักผ่อนและให้อาหารปลาบนแพ ทุกแพอาหารมีการกำหนดราคาที่ชัดเจน ส่วนด้านคุณภาพอาหารมีการตรวจสอบความสะอาดและสุขอนามัยและการให้การอบรมจากเจ้าหน้าที่กองสาธารณะสุขและสิ่งแวดล้อมของสำนัก

ปลัดเทศบาลเข้ามาให้ความรู้อยู่เสมอ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว จากการสังเกตและสอบถามพบว่า มีการจัดการด้านการฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อม การแยกขยะของร้านผู้ประกอบการทุกแพ ห้ามการทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลลงคลอง มีการติดตั้งบ่อดักไขมันและบ่อบำบัดน้ำเสียเพื่ออนุรักษ์คลองสวยน้ำใส และแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างต่อเนื่อง มีการตีป้ายณรงค์เป็นระยะ โดยผู้ประกอบการและชาวบ้านในบริเวณตลาดน้ำกล่าวว่าทางผู้บริหารมีโครงการด้านการอนุรักษ์คลองรังสิต การอบรมให้ความรู้เรื่องน้ำเสีย การบำบัดน้ำเสีย เรารักคลองรังสิต คนรังสิตรักกัน โดยมีการรณรงค์ให้ชาวบ้านและผู้ประกอบการร้านค้าภายในตลาดน้ำและเอกชนอื่น ๆ ภายในท้องที่เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ด้วย



ภาพที่ 4.13 สถานที่ตั้ง และบรรยากาศโดยรอบตลาดน้ำนครรังสิต ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล ถ่ายเมื่อ 3 ตุลาคม 2558



ภาพที่ 4.14 เส้นทางการเดินทางเข้าสู่ตลาดน้ำนครรังสิต ประตูใหญ่ ที่จอดรถด้านหน้า และรถสุขาเคลื่อนที่ ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล ถ่ายเมื่อ 3 ตุลาคม 2558



ภาพที่ 4.15 นิทรรศการแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และผู้จัดแสดงพันธุ์ปลาหายากคลองรังสิตประยูรศักดิ์ ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิภูฏ ถ่ายเมื่อ 3 ตุลาคม 25



ภาพที่ 4.16 กัวยเตี้ยเรือกะลา สินค้าชุมชนที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต และกิจกรรมการให้อาหารปลา ถ่ายภาพโดย: วิบูลย์ศักดิ์ พิภูฏ ถ่ายเมื่อ 3 ตุลาคม 2558

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต

จากการศึกษาในส่วนนี้ พบว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทำให้ทราบปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ดังนี้

ด้านประวัติศาสตร์ คือ ตลาดน้ำนครรังสิต เป็นตลาดน้ำแห่งแรกริมคลองรังสิตประยูรศักดิ์ที่สร้างขึ้นเพื่อต้องการฟื้นฟูอนุรักษ์ พัฒนา และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวรังสิตตลอดจนผู้สัญจรไปมาได้เรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โดยที่คลองรังสิตประยูรศักดิ์นั้นเป็นคลองที่มีความสำคัญเป็นสัญลักษณ์บอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัยของชาวรังสิต “คลองรังสิต” มีความสำคัญและผูกพันกับวิถีชีวิตผู้คนที่อยู่มาช้านาน จากบรรพบุรุษตกทอดถึงลูกหลาน ทั้งเพื่อการอุปโภคบริโภค การเกษตรกรรม คมนาคมขนส่ง ค้าขาย และเกี่ยวโยงถึงประเพณีวัฒนธรรม โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความคิดเห็นว่าคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ของคลองรังสิตประยูรศักดิ์ เป็นปัจจัยหนึ่งในด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมที่เป็นทั้งรูปธรรม และ นามธรรม โดยมีแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเป็นองค์ประกอบหลักในการเชื่อมโยงการถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์นั้น จะเห็นได้จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“สำหรับตลาดน้ำนครรังสิตนี้เป็นการจัดตั้งขึ้นภายใต้การดูแลและบริหารจัดการของเทศบาลนครรังสิตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรังสิต...และร่วมอนุรักษ์เพื่อให้อยู่คู่กับชาวรังสิตและชาวไทยสืบไป...” (นายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ปัจจุบันทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตก็ยังมีอยู่ จากการที่เราฟื้นฟูขึ้นมา ซึ่งนอกจากสายน้ำประวัติศาสตร์คลองรังสิตประยูรศักดิ์กับประตุน้ำจุฬาลงกรณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่ยังคงมีอยู่ มองเห็น และสัมผัสได้...และมรดกทางวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องไม่ได้” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่นี้นะ คิดว่าอันดับหนึ่งเลยก็จะเป็นคลองรังสิตซึ่งเป็นคลองประวัติศาสตร์ แล้วก็รสชาติอาหารที่อร่อยขึ้นชื่อของที่นี่แหละ แล้วก็บรรยากาศ...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ก., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“...สิ่งบ่งบอกถึงประวัติความเป็นมา... ประวัติคลองรังสิต ประวัติโกสับ ประติมากรรมสมัน แล้วก็กุสัจินที่เป็นแรงงานขุดคลองรังสิต ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว...” (ปราชญ์ท้องถิ่น, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...คลองรังสิตเป็นคลองที่สวยงาม สร้างมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ปู่ย่าตายายก็ได้อาศัยน้ำจากคลองนี้ใช้กินใช้อาบมาหลายรุ่น เดียวนี้พอมีตลาดน้ำคนก็มาเที่ยว มากินก๋วยเตี๋ยวเรือขึ้นชื่อ...” (ประชาชนในพื้นที่ ก., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

ด้านแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคม และวัฒนธรรม คือ ภายในแพทรงไทยที่เรียงรายตลอดริมฝั่งคลองรังสิต แพที่ 1 และ 2 ถูกจัดให้เป็นโซนของแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการเสด็จพระราชดำเนินเปิดศาลาว่าการเมือง “ธัญญบุรี” ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เพื่อเป็นการรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ ประวัติศาสตร์เมืองปทุมธานี ประวัติความเป็นมาของก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต ประวัติศาสตร์คลองรังสิตประยูรศักดิ์ รากเหง้าความเป็นมาของชุมชนท้องถิ่น วิถีชีวิตชาวคลองรังสิตในอดีต และสัตว์น้ำหายากในคลองรังสิต โดยมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประจำแพคอยผู้ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว มีการฉายวิดีโอทัศน์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของเทศบาลนครรังสิต แพที่ 3 จัดแสดงพิพิธภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยวและเรือก๋วยเตี๋ยวจำลอง ตลาดน้ำนครรังสิตจึงเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคม และวัฒนธรรม ของผู้คนสมัยก่อน ณ หุ่นรังสิต เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษา จะเห็นได้จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“...เป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตดั้งเดิมในอดีตที่ปัจจุบันหาไม่ได้ เช่น การสัญจรทำมาหากินทางน้ำ กิจกรรมศาสนาทางน้ำ กิจกรรมที่เกี่ยวกับสายน้ำลำคลองในอดีต...ให้คนรุ่นหลังได้ศึกษา...โดยใช้ตลาดน้ำนครรังสิตเป็นแหล่งถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้น...มีการปลูกฝังเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ให้กับเด็กเยาวชนได้เรียนรู้...โรงเรียนที่สังกัดอยู่ในสังกัดของเทศบาลนครรังสิต ก็จะมีการเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของท้องถิ่น...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...บนแพ นอกจากมีภาพประวัติและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตคนท้องถิ่นในอดีต เป็นชาร์ทให้ดูแล้ว ยังมีเรื่องราวประวัติศาสตร์ของการสร้างคลอง...และโมเดลในเรื่องก๋วยเตี๋ยว ดึงดูดให้คนสนใจเข้ามาชม...” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...เราก็เอาตรงนี้มาเป็นจุดเด่น พยายามรักษาให้คงอยู่แบบนี้เพราะเป็นวิถีชีวิตที่มีมาแต่ดั้งเดิมของพื้นที่นี้ ทำตลาดน้ำให้เป็นที่ที่คนมาทานก๋วยเตี๋ยว มาเที่ยวมารำลึก มารู้จัก มาศึกษาตามแต่วัตถุประสงค์ของการมาเยือน...” (ตัวแทนนายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...เวลาญาติหรือเพื่อน ๆ มาเยี่ยมจากต่างจังหวัด ก็มักจะถามหาก๋วยเตี๋ยวเรือกัน ก็จะพาไปกินก๋วยเตี๋ยวที่ตลาดน้ำ เสร็จแล้วก็พาแวะชมนิทรรศการกับพิพิธภัณฑ์บนแพ...” (ประชาชนในพื้นที่ ข., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม, 2558)

“...ครูที่โรงเรียนจะจัดพานักเรียนไปเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ตลาดน้ำ ลูกไปกับที่โรงเรียนแล้วกลับมาเล่าให้ฟัง...” (ประชาชนในพื้นที่ ก., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี คือ จากนโยบายของผู้บริหารที่จะสนับสนุน ส่งเสริม และดูแล อนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณี อันดีงามของท้องถิ่น และส่งเสริม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดคุณค่า คือ ส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น ให้คงอยู่ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีทำบุญตักบาตรปีใหม่ ประเพณีลอยกระทง เทศกาลถือศีลกินเจ เทศกาลทำบุญเทศกาลทอด เทศกาลตรุษจีน เป็นต้น ส่งเสริม สนับสนุนวันสำคัญต่าง ๆ ทางพุทธศาสนา เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและออกพรรษา เป็นต้น ในทุกปีจะมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมในวันสำคัญ ๆ ดังกล่าว จึงเป็นการสืบสานขนบธรรมเนียม และประเพณีที่ดีงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเทศบาลนครรังสิต และชาวรังสิตทุกคน สร้างความรู้รักสามัคคี สร้างความรู้สึกล้อมใใส่ให้กับชุมชน และประชาชนทั่วไป ตลาดน้ำนครรังสิตจึงเป็นจุดหนึ่งของการสื่อประชาสัมพันธ์ และเป็นจุดหนึ่งที่มีการจัดกิจกรรมด้านขนบธรรมเนียมประเพณีที่สร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในพื้นที่ จะเห็นได้จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“...ประเด็นในการท่องเที่ยว คือ ที่ตลาดน้ำเมื่อถึงเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ นอกจากจะมีการจัดงานในส่วนกลางของเทศบาลแล้ว ก็ยังมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ในพื้นที่ตลาดน้ำรังสิต...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...ส่วนการแข่งขันจะจัดเป็นประจำทุกปีอยู่แล้ว ในช่วงออกพรรษา สิ่งนี้เป็นประเพณีวัฒนธรรมของคนที่อยู่กับสายน้ำอยู่แล้ว...ดึงดูดให้คนเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะเป็นทางผ่าน คนเห็นก็อยากแวะเข้ามา ซึ่งก็น่าจะเป็นจุดดึงดูดให้คนเข้ามาเที่ยวตลาดน้ำอีกทางหนึ่ง...” (ตัวแทนนายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...อย่างวันลอยกระทงเราจะเปิดขายถึงเที่ยงคืน เพราะเขาจะจัดงานวันลอยกระทงทุกปีลอยกระทงซึ่งจริง ๆ ทางเทศบาลเขาก็จะจัดสถานที่ให้คนในพื้นที่ ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาลอยกระทง สืบสานประเพณี...สงกรานต์ก็จะมีแบบนี้ด้วยเหมือนกันทุกปี งานแข่งเรือ งานปีใหม่ งานทำบุญ...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ก., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“...ทางเทศบาลมีหนังสือเชิญประชุม ให้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดเทศกาลงานประเพณี ให้เรานำเสนอกิจกรรม นำลูกบ้านเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างงานแห่เทียนเข้าพรรษา งานแข่งเรือพายประเพณี ก็จัดลูกบ้านเข้าร่วมขบวนแห่ ขบวนพาเหรด ฟ้อนรำ รำวงย้อนยุค เดินรำสมัยใหม่ หรือกิจกรรมอื่น ๆ...” (ผู้นำชุมชน, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

“...วันลอยกระทงเขาก็ขอความร่วมมือให้เราแต่งชุดไทย อย่างแต่ก่อนนี้เราก็ทำกันอยู่แล้ว เวลามีนางคนก็เยอะ อย่างแข่งเรือคนก็มากันเยอะ สงกรานต์มีจัดงาน ก็ไปร่วมงาน...” (ประชาชนในพื้นที่ ก., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

ด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารขึ้นชื่อของชาวรังสิต ก็คือ “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” ส่วนแพที่ 11 เป็นแพนวดแผนโบราณ เป็นกลุ่มอาชีพแม่บ้านเทศบาลนครรังสิต และสินค้าโอท็อป (OTOP) โดยที่ “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” นั้น มีประวัติและชื่อเสียงมายาวนาน ผู้คนทั่วไปรู้จักรังสิตก็เพราะก๋วยเตี๋ยวเรือที่มีเอกลักษณ์และเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหารตลาดน้ำนครรังสิตชูประเด็น “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” ขึ้นมาเป็นจุดเด่นในการขายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม แปลงภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับแหล่งท่องเที่ยว ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตจึงเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารที่เปรียบเสมือนแม่เหล็กที่มีแรงดึงดูดสูง เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว จะเห็นได้จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเที่ยวที่ตลาดน้ำก็จะเกี่ยวกับเรื่องของการกิน โดยเฉพาะก๋วยเตี๋ยวเรือซึ่งภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตที่ถ่ายทอดต่อเนื่องมาถึงคนรุ่นหลัง...ตรงนี้จะเป็่สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว...” (ตัวแทนนายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“เอกลักษณ์วัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นก็คือเรื่องก๋วยเตี๋ยวเรือ เรานำสุดยอดก๋วยเตี๋ยวเรือที่มีชื่อร้านเด็ด ๆ ของคนพื้นถิ่นรังสิต ซึ่งเป็นสูตรโบราณแท้...เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาพิสูจน์...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“ชุมชนที่ทำสินค้าและของที่ระลึก สินค้าพวกแปรรูปอาหาร สมุนไพร...ในส่วนของตลาดน้ำ นอกจากก๋วยเตี๋ยวแล้วก็มีสินค้า OTOP ...” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ที่ตลาดน้ำนี้ ก็จะมีสินค้า OTOP ของในเขตพื้นที่วางจำหน่าย ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อเลือกชม คิดไม้ติดมือกลับบ้าน...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ข., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“ก๋วยเตี๋ยวเรือที่นี่มีมานานแล้ว...ก็เลยมองว่าคนรังสิตแท้ ๆ ก็น่าจะภาคภูมิใจที่มีของดี และมีชื่อเสียงทำให้คนรู้จัก...” (ประชาชนในพื้นที่ ง., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

ด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรม คือ ผู้บริหารมีโครงการและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเทศบาลนครรังสิต เป็น “แผนกิจกรรมประจำปี” เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต เป็นต้น ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น เช่น งานประเพณีสงกรานต์ งานทำบุญตักบาตรปีใหม่ งานประเพณีลอยกระทง งานเทศกาลถือศีลกินเจ งานเทศกาลทำบุญเทกระจาด งานเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น ส่งเสริม สนับสนุนการจัดกิจกรรม และการ

จัดพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น โครงการอุปสมบทหมู่ตามฤดูกาล โครงการบวชสามเณรภาคฤดูร้อน งานทำบุญเข้าพรรษา ออกพรรษา เป็นต้น ซึ่งตลาดน้ำนครรังสิต เป็นจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่มีการจัดกิจกรรมตามนโยบายโครงการและกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่กล่าวมา จึงเป็นปัจจัยวัฒนธรรมด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เข้ามาร่วมกิจกรรมภายในพื้นที่ และท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“...มีการจัดกิจกรรมบนแพอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะป็นกิจกรรมด้านพิธีการศาสนา ด้าน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม...ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแล ตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“กิจกรรมอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การแข่งขันสวดยกถ้อยเดี่ยวเรือ รังสิต ซึ่งจัดขึ้นทุกปี และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก คนให้ความสนใจมาก...ด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรมแห่งสายน้ำก็จะมีเทศกาลแข่งขันเรือพายท้องถิ่น...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“กิจกรรมที่น่าสนใจที่น่าจะเป็นจุดดึงดูดได้อีกทางหนึ่งก็คือ การที่ทางตลาดน้ำนคร รังสิตได้มีการประสานกันกับทางสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และหน่วยงานอื่น ๆ ก็จะเป็นเรื่องของการเข้ามาศึกษาดูงาน...” (นักวิชาการและปราชญ์ท้องถิ่น, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากทุก ๆ ที่ เข้ามาร่วมกิจกรรม ซึ่ง กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ นอกจากจะเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังแพตลาดน้ำ...” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“งานแข่งเรือคนมาร่วมงานเยอะทุกปี ทั้งคนรังสิตเอง คนต่างถิ่นก็เยอะ...” (ประชาชน ในพื้นที่ ฉ., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

ด้านการวางแผนการจัดการ การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว ผู้บริหารมีนโยบายที่จะดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และ ส่งเสริมอาชีพของประชาชน กล่าวคือ ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้กับประชาชนในเขตเทศบาล โดยเฉพาะการผลิต และพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่ ประชาชน ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จัดตั้งโชว์นาทาว์นรังสิตเพื่อเป็น แหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวท่องเที่ยว จึงมีการวางแผนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยที่ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังพื้นที่ตลาดน้ำและพื้นที่เชื่อมโยง จะเห็นได้จากตัวอย่างคำให้ สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“จากนโยบายของท่านเดชา กลิ่นกุสุม และรับช่วงต่อโดยธีรวิภา กลิ่นกุสุม ซึ่งวัตถุประสงค์ในการสร้างตลาดน้ำนครรังสิต คือ ต้องการให้คนในพื้นที่มีอาชีพ มีพื้นที่ทำมาหากิน เพราะพื้นที่ภายในรังสิตมีจำกัด หากขายตามข้างทางข้างถนนเหมือนอย่างแต่ก่อนก็จะเป็นปัญหาในเรื่องการจราจร และเรื่องกฎหมาย...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“นโยบายซึ่งนอกจากจะเป็นไปตามกรอบอำนาจหน้าที่ของเทศบาลนครรังสิตแล้วยังให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ ของทางจังหวัด เพื่อรับรองการเปลี่ยนแปลงในอนาคต...การวางแผนการดำเนินการด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และส่งเสริมอาชีพของประชาชน...” (ตัวแทนนายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...โดยเฉพาะต้องการที่จะส่งเสริมในเรื่องกัญชาเดี่ยวเรือซึ่งเป็นวัฒนธรรมภูมิปัญญาพื้นบ้านซึ่งเมื่อก่อนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว...” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต

ตลาดน้ำนครรังสิต เป็นตลาดเพื่อการท่องเที่ยวที่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น โดยเทศบาลเมืองรังสิต (ภายหลังยกฐานะเป็นเทศบาลนครรังสิต) เป็นผู้จัดตั้งและดำเนินการพัฒนาบริหารจัดการโดยมอบหมายให้สำนักปลัดเทศบาลนครรังสิตเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบรับนโยบายจากทางนายกเทศมนตรีนครรังสิตมาถือปฏิบัติ และมีระบบการจัดการที่ชัดเจน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) โดยการแบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มตัวแทนภาครัฐ 2. กลุ่มตัวแทนภาคเอกชน 3. กลุ่มผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น 4. กลุ่มตัวแทนภาคประชาชน ตัวแทนทุกกลุ่มมีความคิดเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันว่า แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบันมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลายด้าน ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำเสนอในแต่ละประเด็น ได้ดังนี้

การจัดการด้านการสร้างรายได้และผลประโยชน์แก่ชุมชน คือ แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบัน ทำให้เกิดการสร้างรายได้และผลประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง และเห็นได้ชัดว่ามีการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น จากนโยบายที่ยึดถือประโยชน์ชุมชนเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการร้านค้าก็เป็นคนภายในชุมชน ด้านการบริหารจัดการของเทศบาลนครรังสิต ตัวแทนทุกกลุ่มมีความคิดเห็นที่ผู้บริหารผู้กำหนดนโยบายนั้นมีวิสัยทัศน์และเป็นคนหนุ่มไฟแรง มุ่งหมายให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยว

ของตลาดน้ำมันเครื่องดี มีการลงทุนที่เป็นผู้ประกอบการในแพตลาตน้ำอย่างเป็นระบบ โดยมีเงื่อนไข กฎระเบียบที่เอื้อประโยชน์เฉพาะให้กับผู้ประกอบการในท้องถิ่น มีการจัดเก็บค่าเช่าที่เหมาะสมโดยนารายได้จากค่าเช่ามาใช้ดูแลตลาดน้ำและจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“ส่งเสริมอาชีพ ให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น...แล้วก็เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้คนเข้ามาเที่ยว และก็มาใช้จ่ายเงิน ชุมชน ประชาชน ในพื้นที่ก็จะมียาได้ จากการท่องเที่ยว มันต่อยอดกันหลายอย่าง...” (นายกเทศมนตรีนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“สินค้าท้องถิ่นที่มีจำหน่ายก็จะเป็นของกองส่งเสริมสวัสดิการส่งเสริมอาชีพของคนในท้องถิ่น...ส่งเสริมอาชีพชุมชน ชาวบ้านเข้ามาร่วมด้วยก็ได้รับประโยชน์...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม, 2558)

“คือมีตลาดน้ำตรงนี้ก็ดีนะ ถ้าจะทำให้เศรษฐกิจแยลงมันก็ไม่ได้ มันก็ช่วยให้หลายครอบครัวมีรายได้ขึ้น ลูกหลานแถวนี้ก็มีการพิเศษทำจากการมารับจ้างช่วยงานตอนปิดเทอม...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ค., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“ในด้านเศรษฐกิจ การประกอบอาชีพค้าขายด้วยตัวเองทำให้มีโรงงานผลิตวัตถุดิบในการทำด้วยตัวเองเกิดขึ้น เช่น โรงงานผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ร้านขายเนื้อสัตว์ การปลูกพืชผักในชุมชน มีการผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายให้กับร้านก๋วยเตี๋ยวเรือในแพ เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน...สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับประชาชนคนรังสิต และยังมียาได้จากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา...” (นักวิชาการและปราชญ์ท้องถิ่น, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“คนค้าขายชาวบ้านก็มีรายได้... ลดปัญหาสังคม... ประชาสัมพันธ์ให้ช่วยกันรักษาลำคลอง...” (ประชาชนในพื้นที่ ฉ., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านการฝึกอบรมและให้ความรู้ โดย เทศบาลนครรังสิตมีการจัดฝึกอบรมบุคลากรและชุมชนอย่างต่อเนื่อง การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบธุรกิจการท่องเที่ยวแบบใหม่แก่ผู้ประกอบการที่เป็นคนภายในท้องถิ่น ซึ่งชุมชนท้องถิ่นมีความต้องการความรู้เพื่อการพัฒนาในด้านนี้เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ผู้บริหารมีนโยบาย และแผนการจัดการที่ดี กำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ มีการเข้าร่วม ของผู้ประกอบการในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเองและเผยแพร่สินค้าการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำมันเครื่องดีที่ผู้ประกอบการผลิตขึ้นให้เป็นที่รู้จัก เมื่อมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการสนับสนุนและเผยแพร่การท่องเที่ยวของสถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(ททท.) ที่มีการจัดงานตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น เมืองทองธานี สถาบันการศึกษา ศูนย์ประชุม และ ศูนย์การค้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“จัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวให้กับบุคลากร โดยกองการศึกษา สำนัก ปลัดเทศบาลนครรังสิต ด้านที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การตลาดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม และ กฎมัญญาท้องถิ่น โดยได้รับเกียรติจากรองอธิบดีกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นายพรหม โชติ ไตรเวช เป็นผู้บรรยายให้ความรู้” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...เข้าร่วมอบรม ประชุม สัมมนา ไปตลอด อย่างทางเทศบาลฯ ส่งไป หรือจะมีอย่าง ทางธนาคารโทรมาชวน หรือมีการติดต่อมา เขียวเราก็จะไปตลอด เทศบาลฯ ก็สนับสนุน อย่างเรา ไปเราก็ได้ศึกษา ได้ความรู้ นำความรู้มาพัฒนา มาบริหารร้านของเราด้วย จากที่เราออกไปแบบนี้ก็ได้ช่วยทำให้ตลาดน้ำนี่เป็นที่รู้จักของผู้คนมากขึ้นด้วย...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ค., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม คือ เทศบาลนครรังสิตมีการจัดระเบียบของ สถานที่ที่เหมาะสม ในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านการจัดพื้นที่โซนนิ่งของแพนิทรรสการด้าน ประวัติศาสตร์ พื้นที่ในส่วนของประติมากรรมกัวเตียวเรือ พื้นที่จัดแสดงพันธุ์ปลาพื้นเมืองและ พันธุ์ปลาในคลองรังสิตประยูรศักดิ์ การจัดโซนนิ่งร้านค้าในแพเป็นสัดส่วน โซนนิ่งกลุ่มนวดแผน ไทย โดยพื้นที่ค้าขายของตลาดน้ำฯ หากเกิดว่างขึ้นมา ก็จะเปิดให้กับคนที่มาค้าขายที่เป็นคนใน ท้องถิ่น สินค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็สามารถนำเข้ามาค้าขายแทนได้ โดยมีเงื่อนไขว่าต้องเป็นคนของพื้นที่ เป็นคนท้องถิ่น มีการจัดการและจัดสรรพื้นที่อย่างยุติธรรม ซึ่งผู้ประกอบการจะได้พื้นที่เช่าและแพ และผู้ประกอบการสามารถจะบริหารจัดการพื้นที่ของตนเองได้ เช่น การนำสินค้ามาจัดวางจำหน่าย หรือปรุงประกอบ โดยต้องให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น มีการแบ่งสัดส่วนทางเดินที่นั่งทานอาหาร ที่นั่งพักผ่อนภายในแพ เป็นต้น การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ทุกแพร้านค้ากำหนดให้มีการติดตั้ง บ่อดักไขมัน ระบบการจัดเก็บขยะที่ดี มีการคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ ขยะเปียกที่เป็นเศษอาหาร ทางเทศบาลนครรังสิตจะนำไปเลี้ยงเพาะพันธุ์ไส้เดือน หรือที่เรียกว่า “หมอดิน” มีการจัดวางถังขยะ เป็นจุด ๆ และที่บริเวณที่จอดรถ เป็นการเพิ่มความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้ทิ้งอีกด้วย ซึ่ง สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“...การจัดการด้านพื้นที่ ก็คือ พื้นที่ในสวนตลาดน้ำ ถ้าเกิดว่างขึ้นมา เราก็จะเปิดให้กับ คนที่มาค้าขาย ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น... โดยมีเงื่อนไขว่าต้องเป็นคนของพื้นที่ เป็นคนท้องถิ่น มีการ

จัดการพื้นที่อย่างยุติธรรม มีการจัดสรรพื้นที่อย่างยุติธรรมตั้งแต่เริ่มเปิดตลาดน้ำมา...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ในการค้าขายบนแพก็มีการจัดแบ่งอย่างชัดเจน...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“ด้านสิ่งแวดล้อม มีการใช้ถังดักไขมันในการล้างภาชนะก่อนเทลงในคลอง เพื่อลดปัญหาการเน่าเสียของน้ำ การตรวจวัดคุณภาพของน้ำในคลองรังสิต การพัฒนาคลองรังสิตให้มีความใสสะอาดเป็นระเบียบโดยการเคลื่อนย้ายประชาชนริมคลองไปอยู่ในที่ที่เหมาะสม การเก็บขยะและผักตบชวา และปรับปรุงภูมิทัศน์” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“แต่ก่อนน้ำเน่า ส่งกลิ่นเหม็นรบกวน ผักตบชวาก็เยอะ ทางเทศบาลก็ประชาสัมพันธ์ให้ช่วยกันดูแลน้ำลำคลอง อย่าทิ้งขยะอย่าปล่อยน้ำเสียลงในลำคลอง เดียวนี้ดีขึ้นเยอะ น้ำใสขึ้น ไม่มีกลิ่นเหม็น เทศบาลเขาก็มาลอกผักตบชวาอยู่เรื่อย ๆ...” (ประชาชนในพื้นที่ ณ., สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านแผนการจัดการ คือ เทศบาลนครรังสิตโดยส่วนรับผิดชอบของสำนักปลัดเทศบาล งานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รับนโยบายจากทางนายกเทศมนตรีในการจัดทำแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยวภายในเขตเทศบาลนครรังสิต ซึ่งในส่วนของตลาดน้ำนครรังสิตนั้นเป็นแผนระยะยาว โดยนโยบายส่วนหนึ่งให้มีการจัดสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเหมือนที่อื่น ๆ ทำสถิติ และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูล เพื่อทบทวนการจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เพื่อให้เกิดดุลยภาพระหว่างกันโดยไม่ขัดแย้งกับวัตถุประสงค์ของการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ข้อกำหนดในการบริหารงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการภายในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต คือต้องเป็นคนภายในพื้นที่ที่มีรายชื่อในทะเบียนบ้านภายในเขตเทศบาลนครรังสิต และต้องอยู่พักอาศัยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี มีเรื่องเป็นของตนเอง 1 ลำ เพื่อเป็นการเอื้อประโยชน์ให้ตกอยู่กับคนในชุมชน และเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากการขาดการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการทำให้เกิดปัญหาจากความเสื่อมโทรมในด้านต่าง ๆ ของพื้นที่ และการขาดความร่วมมือที่ดีจากผู้ประกอบการที่เป็นคนภายนอกพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“สำนักปลัดเทศบาลฯ รับมอบนโยบายจากทางนายกเทศมนตรีในการจัดทำแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยวในหลายด้าน... ในส่วนของตลาดน้ำนครรังสิตเป็นแผนระยะยาว มอบหมายให้ฝ่ายงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดทำแผนการจัดการ เช่น ด้านนโยบาย การส่งเสริมการท่องเที่ยว การดำเนินการ การติดตามประเมินผล การปรับปรุงแก้ไข ...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“การมอบหมายงานภายในองค์กร มีการมอบหมายแบ่งงานหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจนและเป็นสัดส่วน...” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยงก็มีการปรับปรุงอยู่ในแผนงานการบริหารจัดการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว...และพัฒนาคุณภาพด้านความสะอาดและสุขอนามัยอาหารที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้ประกอบการ ท้องถิ่น...การ โปรโมทในรูปแบบกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้นเข้มข้นครบครัน และสื่อสารหลายช่องทางมาก เช่น หนังสือคู่มือนักท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต แผ่นพับ วารสารท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ รังสิตโพสต์ จอแอลอีดีตามจุดต่าง ๆ ในพื้นที่รังสิต เสียงตามสายในทุกชุมชน...เว็บไซต์เทศบาลนครรังสิตและเว็บไซต์การท่องเที่ยวของกองการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“การควบคุม ตรวจสอบการทำงาน ก็จะมีผู้ที่เกี่ยวข้องตรวจสอบในสายงานแบ่งตามการบังคับบัญชา จะมีการเข้ามาตรวจสอบ ดูแล แก้ไข และก็จะมีการเข้าหน้าที่ที่คอยมาดูแลในส่วนนี้ แล้วก็นำเสนอเรื่องขึ้นไปอีกที่หนึ่ง...” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...ส่วนการประสานงาน ถ้ามีปัญหาในด้านต่าง ๆ เราก็จะทำการเป็นลายลักษณ์อักษรเสนอขึ้นไป เพื่อให้ผู้บริหารพิจารณาอีกที และทำการสั่งการแก้ไขปรับปรุงต่อไป...” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชุมชน โดยตัวแทนทุกกลุ่มมีความคิดเห็นว่าผู้บริหารได้นำจุดเด่นในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นเกี่ยวกับวัฒนธรรมขึ้นมาเป็นจุดเด่นในการขายผนวกกับภูมิทัศน์และวิถีชีวิตริมน้ำที่ยังพอหลงเหลืออยู่บ้างอย่างเบาบาง นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสกับบรรยากาศพื้น ๆ ธรรมดา ๆ ของความเป็นแพขายอาหารริม “คลองรังสิต” โดยพยายามสร้างบรรยากาศของความเป็นดั้งเดิมเท่าที่ยังพอหลงเหลืออยู่บ้าง โดยชูประเด็นเรื่องอาหารประจำถิ่นที่เลื่องชื่อนานาน “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” ขึ้นมาเป็นจุดขาย ซึ่งก็ประสบความสำเร็จพอสมควร รวมทั้งการสร้างบรรยากาศของการฉิวหวัดดีให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยกลางคน และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจากนิทรรศการและประติมากรรมแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวและกลุ่มเยาวชน นักเรียนและนักศึกษาเป็นพิเศษ มีการวางแผนการจัดการด้านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความลงตัวที่สอดคล้องกับประเด็นและบรรยากาศดังกล่าว อาทิ โครงการคีต กวี ศิลป์ โครงการประกวดสุดยอดก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต

โครงการส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นมาของท้องถิ่น โครงการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำคลองรังสิตประยูรศักดิ์ กิจกรรมวันลอยกระทง เป็นต้น

“ตลาดน้ำนครรังสิต จะโดดเด่นด้านอาหาร คือก๋วยเตี๋ยวเรือ โดดเด่นที่สุด ส่วนตัวอื่นจะเป็นตัวเสริม จึงมีการวางแผนการจัดการด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับก๋วยเตี๋ยวเรือเป็นพิเศษ เพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวเข้ามา...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี เทศกาลต่าง ๆ...สงกรานต์มีการสงฆ์พระ อัญเชิญพระมาให้ชาวบ้านสงฆ์...จัดหลายจุดเพราะประชากรเยอะ มีขบวนแห่...ชาวบ้านก็จะมาร่วมเยอะ...ร่วมสงฆ์น้ำ กิจกรรมทางประเพณี เทศกาลต่าง” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“จากภูมิปัญญาจึงนำไปสู่การจัดการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต ภูมิปัญญาของก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตที่มีความโดดเด่นในรสชาติ มีภูมิศาสตร์ทางกายภาพที่เหมาะสมทั้งในเรื่องของประวัติศาสตร์คลองรังสิต และเป็นจุดศูนย์กลางการคมนาคมไปสู่ภาคต่าง ๆ การมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม หลายฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเห็นว่าตลาดน้ำนครรังสิตมีการจัดการองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดใจ ดังนี้

1. ด้านสถานที่ตั้งของตลาดน้ำนครรังสิตมีความโดดเด่น เป็นทางผ่านเข้าออกของกรุงเทพมหานคร และไปสู่ทุกภูมิภาคของประเทศ ทั้งภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคอีสาน สถานที่ตั้งเทียบคลองรังสิตซึ่งติดกับถนนใหญ่ การคมนาคมสะดวก โดยทางเทศบาลนครรังสิตจัดให้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างสม่ำเสมอ จะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ความโดดเด่นของตลาดน้ำนครรังสิตก็จะเป็นในด้านสถานที่ตั้งกับสิ่งปลูกสร้างที่มีลักษณะเป็นแพทรงไทย มีจั่ว เป็นเรือนแพไม้ มีรูปแบบเดียวกันทั้งหมด 11 แพ...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“...สถานที่กับบรรยากาศให้เป็นแบบไทย ๆ คนเห็นง่ายสวยงามเด่นชัด สำหรับใครที่ผ่านไปผ่านมา เป็นจุดดึงดูดให้คนเข้ามาร่วมกิจกรรมมากขึ้น...” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...ตรงนี้เป็นทางผ่าน การเดินทางเข้าออกสะดวก จะไปเหนือ ไปใต้ ไปตะวันออก ไปตะวันตก...” (ผู้นำชุมชน, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

2. ด้านวิถีชีวิตท้องถิ่น ตลาดน้ำนครรังสิตตั้งอยู่ริมคลองรังสิตซึ่งถือว่าเป็นคลองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีทัศนียภาพและบรรยากาศของสายน้ำ และความสวยงามที่คงคุณค่า

ควรค่าแก่การอนุรักษ์ฟื้นฟูให้คงอยู่ถึงลูกหลานอย่างยาวนาน การจัดการโดยจัดให้มีนิทรรศการ กว๊านเตียวเรือและประติมากรรมกว๊านเตียวเรือโกฮับ และเรื่องราวริมคลองในอดีตเป็นตัวละครให้ความ โดดเด่นของวิถีชีวิตริมคลองนั้นเด่นชัดยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ทางเราก็จะมีการอนุรักษ์เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของคนพื้นถิ่น ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมใน ลักษณะที่จับต้องไม่ได้...รวมถึงประติมากรรม และเครื่องใช้ไม้สอยของชาวรังสิตในสมัยก่อน แบบจำลองเรือแบบต่าง ๆ ที่ใช้ในการสัญจรทางน้ำของคนรังสิตในสมัยก่อน...” (นักพัฒนาการ ท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“วัฒนธรรมภูมิปัญญาชาวบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักกันคืออย่าง กว๊านเตียวเรือรังสิต ก็จะมีโมเดล เช่น ชามกว๊านเตียวเรือแบบสมัยก่อนเป็นชาม “กาโก” ที่นิยมใช้ใส่ กว๊านเตียวในสมัยก่อนที่เราใช้กันมารุ่นของตั้งแต่สมัยโกฮับ ประมาณ 80 กว่าปีที่แล้ว เราก็อนุรักษ์ แล้วก็มีโมเดลเรือขายกว๊านเตียวจำลอง...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“นักท่องเที่ยวได้เข้ามาชม เป็นการรำลึกและจินตนาการภาพอดีตในตอน “โกฮับ” และคนอื่น ๆ พายเรือกว๊านเตียวร้องขายไปตามคลองรังสิตในสมัยก่อนด้วย...” (อดีตปลัดเทศบาล นครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

3. ด้านสินค้าโอท็อป (OTOP) การจัดการโดยจัดให้มีการจำหน่ายในช่วงที่มีกิจกรรม ทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเป็นสิ่งดึงดูดใจเสริมให้ตลาดน้ำคูคักก็ยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรและสินค้าแปรรูปภูมิปัญญาชาวบ้านที่นำมาวางขายในราคาที่ไม่แพง มีความโดดเด่นและ สร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ รวมถึงบริการนวดแผนไทยจากชมรมนวดแผนไทยโดยกลุ่มแม่บ้าน เทศบาลนครรังสิตก็สร้างความดึงดูดใจที่โดดเด่นด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“...สินค้า OTOP ก็จะเป็นช่วง ๆ มีมาวางจำหน่ายบริการให้กับนักท่องเที่ยว ในช่วงที่มี การจัดกิจกรรม ถ้ามาบ่อย ๆ มาทุกวัน ขายไม่คืนัก เพราะคนส่วนมากมาทานอาหารแล้วก็ไป ไม่ค่อยมีการอุดหนุนหรือสนใจในสินค้าเท่าที่ควร...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...สินค้าชุมชนก็มี เขาผลิตจำหน่าย เขียวเขามาพร้อมออกร้าน แต่จริง ๆ เขาทำจำหน่ายอยู่ แล้ว พวกยาสมุนไพรอะไรพวกนี้ มีหลายอย่าง มีนวดของกลุ่มแม่บ้านของเทศบาล ท่าน นายเทศมนตรีให้มาอยู่ในแพ...” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

4. สิ่งดึงดูดใจในด้านการเดินทางที่สะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถมาได้หลายทาง ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถโดยสารอื่น ๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“การเดินทางสะดวก มีป้ายบอกทาง มองเห็นได้ง่าย มาได้หลายเส้นทาง วิวทิวทัศน์ ถนนวงแหวน ทางด่วนแจ้งวัฒนะ ทางลัดวัชรพลลำลูกกา...มีคู่มือการเดินทางจัดทำไว้ให้นักท่องเที่ยว...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง หรือรถตู้ที่สะดวก มีป้ายรถประจำทางอยู่ด้านหน้าไม่ไกล เดินเข้ามาอีกหน่อยก็ถึงตลาดน้ำ...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

5. ด้านกิจกรรมที่เกิดจากการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิตก็เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สร้างขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินจากการเข้ามาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งยังเป็นการปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้และความรู้สึกสำนึกรักท้องถิ่นแก่ชุมชนและเยาวชนด้วย ตัวอย่างการจัดการ โครงการและกิจกรรม เช่น โครงการสุขยอดกวางเดี่ยวเรือและอาหารขึ้นชื่อนครรังสิต โครงการส่งเสริมการเรียนรู้และวิถีชีวิตความเป็นมาของท้องถิ่น โครงการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำคลองรังสิตประยูรศักดิ์ กิจกรรมวันขึ้นปีใหม่ กิจกรรมวันเด็ก กิจกรรมประเพณีสงกรานต์ กิจกรรมวันลอยกระทง โครงการผลิตของที่ระลึกตลาดน้ำนครรังสิต และโครงการคิด กวี ศิลป์ เป็นต้น (แผนพัฒนา 3 ปี พ.ศ. 2558 – 2561, เทศบาลนครรังสิต) สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“...รูปแบบของกิจกรรม ขณะนี้ที่เราจัดการทำถือว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว แต่ก็คิดว่ายังมีอีกหลาย ๆ อย่าง ที่จะทำให้เรามีการพัฒนาได้อีกเรื่อย ๆ ในด้านของกิจกรรม ซึ่งคิดว่าไม่ควรที่จะหยุดนิ่ง...” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“...อาจจะมียุทธศาสตร์ต่าง ๆ เข้ามาเพิ่มอีก แต่ก็จะเป็นการสื่อให้เห็นในเรื่องทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น หรือ ของจังหวัดปทุมธานี ส่วนกิจกรรมล่องเรือก็จะมีการพิจารณา เพราะต้องดูความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ...” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“กิจกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำจะเป็นกิจกรรมทางประเพณีเทศกาล เช่น ลอยกระทง ซึ่งคนเข้าร่วมกิจกรรมเยอะมาก เทศกาลแข่งเรือก็มีคนเข้าร่วมกิจกรรมเยอะมาก ทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่น” (ผู้นำชุมชน, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

6. การจัดการด้านราคาสินค้าภายในตลาดน้ำนครรังสิตโดยมีการควบคุมไม่ให้มีราคาที่สูง การมีใบแสดงความคิดเห็นด้านต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้กรอกประเมิน และมีผู้รับฟังความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกถึง

ความจริงใจและซื่อสัตย์ที่ผู้บริหารและบุคลากรที่รับผิดชอบมีต่อนักท่องเที่ยว โดยตลาดน้ำนครรังสิตจัดไว้ที่จุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวบริเวณแพที่ 1 และมีเจ้าหน้าที่งานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวคอยประจำการเพื่อให้การบริการ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“ด้านราคา ท่านนายกฯ จะให้นโยบาย เราลงไปในพื้นที่ ไปให้แต่ละที่จัดทำรายการราคา... มีการควบคุมเรื่องราคาและการบริการให้มีมาตรฐาน เช่น อัยยาศัยไมตรีของคนขาย การบริการที่สร้างสรรค์แบบใหม่” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ส่วนด้านราคาเทศบาลฯ ก็มีการควบคุมราคาขายของผู้ประกอบการเพื่อให้สมราคาอย่างยุติเพื่อไม่ให้เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“มีการจัดกล่องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยการแจกแบบรับฟังความคิดเห็นให้เราปรับปรุงแก้ไขสิ่งใด... นำข้อเสนอแนะนำไปพัฒนาแก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจอีกทีหนึ่ง...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ ในการเดินทางเข้ามายังตลาดน้ำนครรังสิตนั้นมีความสะดวกและสามารถเข้ามาได้หลายเส้นทาง โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะเลือกใช้การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนรถโดยสารประจำทางสาธารณะก็มีความสะดวกด้วยเช่นกัน มีป้ายรถเมล์อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทางสาธารณะจากป้ายรถเมล์เดินเท้าเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวใช้ระยะทางไม่ไกล หรืออาจเลือกใช้บริการมอเตอร์ไซด์รับจ้างในบริเวณใกล้เคียงก็สะดวกและเป็นทางเลือกหนึ่ง มีการจัดการในส่วนของการประชาสัมพันธ์เส้นทางโดยเทศบาลนครรังสิต จัดทำคู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ และการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ในเว็บไซต์ของเทศบาลนครรังสิต และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวอื่น ๆ มีรายละเอียดการแจ้งเส้นทางที่ชัดเจน มีแผนที่ พร้อมคำอธิบายการเดินทางให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ซึ่งถือว่าเป็นการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่สร้างความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในส่วนของเว็บไซต์เทศบาลนครรังสิตนั้นถือว่าทำได้ดีมาก นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ของตลาดน้ำนครรังสิตและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในเขตเทศบาลและที่ใกล้เคียงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วจากเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยในยุคปัจจุบัน รวมถึงป้ายผ้าที่แขวนไว้บนสะพานลอยเป็นจุด ๆ ให้เห็นเด่นชัดเมื่อเดินทางเข้าใกล้แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“การเดินทางมายังตลาดน้ำนครรังสิตนั้นไม่ยากเลย...สามารถศึกษาเส้นทางได้จากเว็บไซต์ แผ่นพับ และคู่มือท่องเที่ยวรังสิตที่จะมีการอธิบายรายละเอียดเส้นทางอย่างชัดเจน ทาง

ท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีก็นำมารวบรวมไว้ด้วย” (นักพัฒนาการท่องเที่ยว, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“สามารถมองเห็นได้ง่ายมีลักษณะเด่น มีป้ายบอกทางและป้ายผ้าจึงเต็มแนวยาว สะพานลอยเส้นทางก่อนถึงตลาดน้ำ ป้ายชื่อของตลาดน้ำนครรังสิตเขียนไว้ตัวใหญ่ชัดเจนบนหลังคาแถมมองเห็นได้ในระยะไกล” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“เส้นทางที่มาจากตลาดน้ำฯ มีหลายเส้นทาง หลายช่องทาง ถ้ามาจากเส้นทางกรุงเทพฯ ไป นครนายก ก็ต้องเลี้ยวอุทัยธานี ซึ่งจะเป็เส้นทางเดียวที่ต้องอยูที่อุทัยธานี เพราะตรงนี้เป็นจุดผ่าน” (ผู้นำชุมชน, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“ข้อมูลการเดินทาง ก็มีในโบว์ชัวร์ ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ หนังสือคู่มือเดินทาง เทศบาลฯ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ ผู้บริหารมีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเห็นได้จากคำแถลงนโยบายต่อสภาเทศบาลนครรังสิตของนายกเทศมนตรีนครรังสิตทั้ง 7 ด้านในแผนพัฒนา 3 ปี เทศบาลนครรังสิต พ.ศ. 2558 – 2560 (รายละเอียดแผนพัฒนา 3 ปี เทศบาลนครรังสิต พ.ศ. 2558 – 2560 อยู่ในภาคผนวก) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านวัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถนำเสนอได้ ดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหารมีนโยบายส่งเสริมดูแลอนุรักษ์วัฒนธรรม จารีตประเพณี อันติงามของท้องถิ่น และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดคุณค่า คือ ส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นให้คงอยู่ เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว กว๊ายเดี่ยวเรือรังสิต เป็นต้น ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีอันติงามของท้องถิ่น เช่น งานประเพณีสงกรานต์ งานทำบุญตักบาตรปีใหม่ งานประเพณีลอยกระทง งานเทศกาลถือศีลกินเจ งานเทศกาลทำบุญเทศกาลงานเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น ส่งเสริม สนับสนุนการจัดกิจกรรม และการจัดพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาในวันสำคัญต่างๆ เช่น โครงการอุปสมบทหมู่ตามฤดูกาล โครงการบวชสามเณรภาคฤดูร้อน งานทำบุญเข้าพรรษา ออกพรรษา เป็นต้น จะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“รับนโยบายมา แล้วก็นำมาปฏิบัติ ทำให้ดีที่สุด ในทุก ๆ ด้าน ด้านการส่งเสริมดูแลและอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น...” (อดีตปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ให้ความร่วมมือ ร่วมกิจกรรมที่ทางเทศบาลจัด ช่วยพูดประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ค., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมที่ทางเทศบาลขอความร่วมมือ นำลูกบ้านเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลจัดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ...” (ผู้นำชุมชน, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

“เข้าร่วมกิจกรรม เข้าร่วมงานบุญงานประเพณี งานสำคัญ ๆ ที่ทางเทศบาลจัด... (ประชาชนในพื้นที่, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2558)

2. ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว ผู้บริหารมีนโยบายที่จะดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และส่งเสริมอาชีพของประชาชน กล่าวคือ ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้กับประชาชนในเขตเทศบาล โดยเฉพาะการผลิต และพัฒนาคุณภาพสินค้าโอท็อป (OTOP) ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่ประชาชน ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จัดตั้งไชน่าทาวน์รังสิตเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวคลองรังสิต

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว คือ มีการบริหารจัดการในด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดต่าง ๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว อาทิ ป้ายบอกทางบริเวณใกล้เคียง และในบริเวณตลาดน้ำ ป้ายแนะนำแพร้านค้า รวมถึงแพนทรรสการ และแพนวดแผนไทย ชุมประตูด้านหน้าที่โดดเด่นเห็นชัด ที่จอดรถบริเวณด้านหน้าทางเข้าตลาดน้ำสามารถเข้าจอดเทียบได้ง่าย จำนวนร้านค้าเหมาะสมกับจำนวนแพ มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่การบริการเป็นโซน ส่วนสิ่งแวดล้อมความสะอาดด้านห้องสุขาโดยมีรถสุขาของทางเทศบาลนครรังสิตจอดให้บริการ ด้านการบริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน มีการติดตั้งกล้องที่วิ้งจรปิดไว้หลายจุดรวมถึงบริเวณตลาดน้ำ มีเจ้าหน้าที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์แลกรักษาความปลอดภัยภายในบริเวณ และพนักงานรักษาความปลอดภัยเข้ามาผลัดเปลี่ยนรอบในช่วงเย็น มีระบบสื่อสารแจ้งข้อมูลที่รวดเร็วและทันสมัยหากเกิดเหตุการณ์ ด้านมาตรฐานเรือนแพเป็นสิ่งปลูกสร้างที่มีโครงสร้างแข็งแรงระบบทุ่นลอยที่มีมาตรฐานผ่านการตรวจสอบและมีการตรวจเช็คสม่ำเสมอ มีห่วงชูชีพติดแขวนไว้บนแพเป็นจุด ๆ มีที่นั่งพักผ่อนและให้อาหารปลาบนแพ มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำเพื่อให้บริการข้อมูลความรู้การท่องเที่ยว รังสิต ด้านการพัฒนาพื้นที่บริเวณตลาดน้ำนครรังสิตผู้บริหารมีนโยบายที่จะขยายพื้นที่เชื่อมต่อไปยังด้านเขื่อนสะพานแดง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยวยิ่งขึ้น ส่วนด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบสัญญาณโทรศัพท์ทางเดินเท้าลงไปสู่แพตลาดน้ำมีการเชื่อมต่อให้เกิดความสะดวก ส่วนเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

จากถนนใหญ่ นั้น ทางกรมโยธาฯ ได้รับงบประมาณเพื่อสร้างทางวนกลับ (U-TURN) โดยนักท่องเที่ยวที่ใช้เส้นทางจากรังสิตไปนครนายก สามารถใช้ทางวนกลับเข้ามาสู่แหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำนครรังสิตได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“มีบริการรถสุขาเคลื่อนที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ...มีบริการนวดแผนไทยโบราณที่ผู้หมวดเป็นคนท้องถิ่นที่ผ่านการอบรมหลักสูตรจากทางเทศบาล...” (ผู้นำชุมชน, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“มีการเปิดวิดิทัศน์เป็นการให้ชมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลได้จัดขึ้นภายในแต่ละเดือน มีการเปิดวิดิทัศน์ให้ชมพร้อม ๆ กับการรับประทานอาหารไปด้วย...” (ผู้ประกอบการร้านค้า ค., สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“มีที่นั่งพักผ่อนจัดไว้เพียงพอ โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเข้ามาสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป ไม่ได้เข้ามาพร้อมกันเป็นปริมาณที่มากเกินไป...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

“มีการจัดการและควบคุมด้านสุขอนามัยอาหารอย่างจริงจังโดยร่วมกับกองสาธารณสุขของเทศบาล ในการเข้ามาตรวจสอบความสะอาดไม่ว่าจะเป็นอาหารหรือสถานที่อยู่เสมออย่างต่อเนื่อง” (ตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิต, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

“ด้านความปลอดภัยในเขตเทศบาลฯ และบริเวณตลาดน้ำ มีการติดตั้งกล้อง CCTV ทุกจุดในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน...” (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และดูแลตลาดน้ำนครรังสิต, สัมภาษณ์, 3 ตุลาคม 2558)

การจัดการด้านการตลาดและบริการ จากการสัมภาษณ์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปได้ว่า เนื่องจากทางเทศบาลนครรังสิตมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการสร้างงานสร้างอาชีพของชุมชน เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการประกอบอาชีพที่สุจริต สนับสนุนเรื่องของการกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอยู่แล้ว ในส่วนของการตลาดเทศบาลเองก็จะเป็นการเน้นหนักในเรื่องของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก โดยขอความร่วมมือสื่อในการช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และช่วยเหลือในเรื่องของการตลาดให้กับผู้ประกอบการ พร้อมกับมีการให้ความรู้ให้การอบรมผู้ประกอบการในเรื่องของการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว การมีจิตบริการ โดยในส่วนของส่วนประสมการตลาด 4P's นั้น ยังไม่ได้เน้นหนักในทุกด้าน เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็ก จึงมีการปรับให้เหมาะกับทรัพยากรที่มีอยู่ ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง ส่วนด้านราคา เทศบาลนครรังสิตมีการควบคุมราคาขายของผู้ประกอบการภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้มีราคาที่เหมาะสมราคาอย่างยุติ เพื่อไม่ให้เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลาดน้ำนครรังสิตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสถานที่ตั้งซึ่งอยู่ในจุดที่เหมาะสมริมคลอง

ประวัติศาสตร์ มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถมองเห็นได้ง่าย การเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ไกลจากถนนใหญ่ มีความสะดวก มีป้ายบอกทางก่อนถึงตลาดน้ำ ประกอบกับชมประตู่ที่โดดเด่นสร้างขึ้นด้านหน้าทางเข้าตลาดน้ำเป็นสัญลักษณ์และเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปเป็นที่ระลึก ที่จอดรถอยู่ด้านหน้าตลาดเข้าจอดง่าย ด้านข้างถนนท้องถิ่นมีการปรับปรุงอยู่ในแผนงานการบริหารจัดการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านภูมิทัศน์โดยมีการมอบหมายในส่วนรับผิดชอบของกองการศึกษาให้เข้ามาดูแลปรับปรุงอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ การปรับปรุงแพนิทรรศการ และพัฒนาคุณภาพด้านความสะอาดและสุขอนามัยอาหารที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้ประกอบการท้องถิ่น สนับสนุนส่งเสริมสินค้าโอท็อป (OTOP) เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ให้มีการวางจำหน่ายในแพในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลจัดขึ้นด้านการโปรโมท ในรูปแบบกิจกรรมดึงคนนักท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และสื่อสารหลายช่องทาง เช่น หนังสือคู่มือนักท่องเที่ยวเทศบาลนครรังสิต แผ่นพับ วารสารท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์รังสิตโพสต์ จอแอลอีดีตามจุดต่าง ๆ ในพื้นที่รังสิต เสียงตามสายในทุกชุมชน เว็บไซต์เทศบาลนครรังสิตที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวของรังสิต และโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประจำการบริการอยู่ในศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลตลาดน้ำนครรังสิต รวมถึงหนังสือท่องเที่ยวและเว็บไซต์การท่องเที่ยว เครือข่ายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นต้น ส่วนผลกำไรหรือผลประโยชน์ที่ได้รับ คือการได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทุกภาคส่วน มีผู้สนใจ สื่อภายนอกต่าง ๆ เข้ามาถ่ายทำรายการ ทำให้ตลาดน้ำนครรังสิตเป็นที่รู้จัก นักท่องเที่ยวมาพักผ่อนในวันหยุด มาศึกษาหาความรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ชุมชนท้องถิ่นจากนิทรรศการที่จัด มาทานอาหารขึ้นชื่อของท้องถิ่นที่มีตำนานเล่าขานเลื่องลือกันมา มาชมคลองประวัติศาสตร์ โดยในส่วนของภาครัฐ ตัวแทนก็คือเทศบาลนครรังสิต ก็จะได้รับประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่สร้างแหล่งท่องเที่ยวนี้ขึ้นมา ซึ่งเทศบาลฯ ไม่ได้หวังรายได้กลับเข้ามาสู่ภาครัฐเพราะไม่ใช่วัตถุประสงค์ของทางเทศบาลแต่อย่างใด แต่ประโยชน์ที่ได้ก็คือ ตลาดน้ำนครรังสิตเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ทั้งเข้ามาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เรียนรู้วิถีชีวิต ทานอาหารที่ขึ้นชื่อภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแหล่งท่องเที่ยวให้มาเที่ยวเพิ่มขึ้น และนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเลือกเป็นทางเลือกได้ อีกด้านหนึ่งก็เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เห็นความสำคัญของคลองประวัติศาสตร์ อยากจะอนุรักษ์ไว้ให้ถึงรุ่นลูกหลานได้ศึกษา ได้รู้ความเป็นมาบรรพบุรุษ รู้รากเหง้าตัวตน ขณะเดียวกันก็เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นขึ้น ทั้งพัฒนาในส่วนองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบรอง และองค์ประกอบเสริมของการท่องเที่ยว เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วน ช่วยลดปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติดเพราะประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้น

ตลาดน้ำนครรังสิตจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิต

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) กลุ่มตัวแทนภาครัฐ กลุ่มตัวแทนภาคเอกชน กลุ่มผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น และ กลุ่มตัวแทนภาคประชาชน เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิต ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็น ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่ของตลาดน้ำนครรังสิตมีบริเวณที่เล็กแคบ ลักษณะเป็นแฟลตน้ำ เพราะเป็นพื้นที่ที่ทางเทศบาลนครรังสิตทำเรื่องขอยืมพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนรับผิดชอบของกรมชลประทานและกรมธนารักษ์ จึงไม่สามารถทำอะไรได้มากนัก ส่วนการปรับปรุงด้านภูมิทัศน์และทัศนียภาพของตลาดน้ำก็ทำได้อย่างจำกัด เนื่องจากมีพื้นที่ส่วนบุคคลทั้งที่เป็นของคนท้องถิ่นเองและที่ขายให้กับบุคคลอื่นรายล้อมรอบบริเวณ และบางส่วนได้ถูกทำเป็นธุรกิจจัดสร้างเป็นหมู่บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียมขนาดใหญ่ โรงแรม และโรงงาน ซึ่งสิ่งปลูกสร้างเหล่านี้มีรูปแบบตามสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ที่ไม่สอดคล้องกลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่เดิมก่อนที่จะมีตลาดน้ำก็มีการแต่งเติมดัดแปลงให้มีความทันสมัยขึ้น จึงทำให้บรรยากาศของความเป็นตลาดริมน้ำของแหล่งท่องเที่ยวถูกลดทอนลง การออกแบบร้านค้าภายในตลาดน้ำไม่ค่อยกลมกลืนกับวิถีชีวิตตลาดน้ำเท่าใดนัก เป็นลักษณะร่วมสมัยในรูปแบบของวัฒนธรรมกลายพันธุ์ (ดัดแปลง) ที่พบอยู่ทั่วไป

2. ปัญหาด้านเอกลักษณ์ของตลาดน้ำและการรักษาวิถีชีวิตของท้องถิ่น ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือจากชาวบ้านคนในท้องถิ่น และชุมชนผู้ที่ย้ายเข้ามาใหม่จากที่อื่นจะต้องเข้าใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่น สามารถแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสร้างความกลมกลืนไปด้วยกันได้ ซึ่งปัจจุบันยังไม่ปรากฏภาพ หรืออาจมีบ้างแต่ก็น้อยมากอย่างเลือนลาง และยังไม่เข้มแข็งพอที่จะรวบรวมเข้าด้วยกันอย่างสมดุล ผนวกกับคนพื้นถิ่นเดิมซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่บางส่วนมีการปรับเปลี่ยนค่านิยมไปตามยุคสมัย วัฒนธรรมบางอย่างถูกดุดกลืนไปกับสภาพแวดล้อมของการพัฒนาเมือง ลักษณะวิถีชีวิตความเป็นอยู่ก็ปรับเปลี่ยนไปตามยุคแบบคนเมือง จึงเป็นอุปสรรคและทำให้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตหลาย ๆ ส่วนที่เป็นความดั้งเดิมได้เลือนหายไป

3. ปัญหาในการดำเนินงาน ที่ผ่านมาก็จะเป็นการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว ในเรื่องราคา ที่มีบ้างจากความไม่เข้าใจของผู้ประกอบการ จากนโยบายควบคุมราคาขายของผู้ประกอบการร้านค้าโดยผู้บริหาร เพื่อให้ความเหมาะสมและเกิดความเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว มีการลงพื้นที่ควบคุมในเรื่องราคา ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ที่ได้รับมอบหมายกับ

ผู้ประกอบการร้านค้า เพราะกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าค่อนข้างจะเปราะบาง ซึ่งหากไม่เข้าใจก็จะเกิดผลกระทบ เกิดความขัดแย้งกันระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้ประกอบการร้านค้าได้ ทำให้เกิดการไม่เชื่อฟังหรือไม่ให้ความร่วมมือ เป็นต้น เรื่องการควบคุมวันลา หรือป่วย ปัญหาความไม่เข้าใจกัน เพราะผู้ประกอบการหลายคนมีอาวุโสมาก ก็จะเกิดปัญหาการไม่ค่อยเชื่อฟังเจ้าหน้าที่ที่อ่อนวัยกว่า

4. ปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่บางส่วนยังไม่ได้มีการจัดตั้งเป็นชุมชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งที่พักอาศัยขนาดใหญ่ในลักษณะบ้านจัดสรร การมีส่วนร่วมยังอยู่ในระดับต่ำ คนพื้นถิ่นเดิมมีเพียงประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ของประชากรทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นผู้ที่ย้ายเข้ามาอยู่ใหม่ และประชากรแฝง ลักษณะทางสังคมจึงเป็นแบบต่างคนต่างอยู่ จึงทำให้ขาดความเข้มแข็งและความมั่นใจพอที่จะเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและเป็นฟันเฟืองหนึ่งในการร่วมจัดการการท่องเที่ยว ร่วมแสดงความคิดเห็น และร่วมกิจกรรม การรณรงค์ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ท้องถิ่นให้แก่ผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่จึงเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายและจำเป็นต้องใช้เวลา

5. ปัญหาด้านนักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสนใจต่อการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นมากนัก อาจแวะเข้ามาเพียงเพราะเห็นว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และหรือการเดินทางที่สะดวกเท่านั้น

6. ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทาง ถึงแม้การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสะดวกและเข้าได้หลายเส้นทาง แต่สภาพถนนที่มีขนาดแคบและสภาพถนนบางจุดที่พื้นผิวขรุขระในส่วน of ถนนเลียบบคลองที่คู่ขนานกับถนนใหญ่เส้นทางรังสิต-นครนายก และปัญหาด้านการจราจรที่คับคั่งในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน หรือช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดยาวช่วงเทศกาลที่คนส่วนมากใช้เส้นทางเดินทางออกต่างจังหวัดทำให้เกิดปัญหาการจราจรที่ติดขัดอย่างมาก การจัดการเรื่องสภาพถนนและปัญหาการจราจร และขนาดของถนนเลียบบคลองของท้องถิ่นที่คับแคบจึงเป็นเรื่องที่ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงและให้ความสำคัญด้วยเช่นกัน ส่วนป้ายผ้าและป้ายบอกทางก็มีให้เห็นเฉพาะบริเวณที่ใกล้ถึงตลาดน้ำนครรังสิตเท่านั้น

7. ปัญหาด้านแผนการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ถึงแม้มีนโยบายและแผนงานในหลายส่วนในช่วงที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการ การควบคุม และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีหลายส่วนที่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการและไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ส่วนหนึ่งเกิดจากขาดความเข้าใจของภาคประชาชน จึงทำให้ขาดการมีส่วนร่วมจากประชาชนซึ่งบางเรื่องก็นำไปสู่ความขัดแย้ง เช่นปัญหาการรुकกล้าที่สาธารณะทั้งในส่วนของพื้นที่เอกชนและพื้นที่ราชการ เช่น ริมคลองรังสิต ล้วนแต่เป็นจุดอ่อนที่เทศบาลไม่สามารถเข้าไปบริหารจัดการพัฒนาพื้นที่

โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากเป็นปัญหาเชิงนโยบาย และนำไปสู่ข้อขัดแย้งระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน อีกอย่างคือพื้นที่รังสิตค่อนข้างกว้าง ประชาชนมีความหลากหลายทำให้เกิดการรวมกลุ่มยาก การพัฒนาชุมชนค่อนข้างยาก สังคมเป็นแบบต่างคนต่างอยู่ ความร่วมมือน้อย ประชาชนส่วนใหญ่หรือหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้ความช่วยเหลือมากกว่าช่วยเหลือตนเอง ตลอดจนการบูรณาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ยังไม่ต่อเนื่อง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดน้ำนครรังสิต

ผู้ที่เกี่ยวข้องได้แสดงความความคิดเห็นว่าเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทุกฝ่ายที่จะต้องเข้ามามีบทบาทร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อให้การจัดการบรรลุผลสำเร็จและเกิดความยั่งยืน โดยควรมีกារกำหนดบทบาทที่ชัดเจนของทุกฝ่ายในส่วนที่ต้องรับผิดชอบในแต่ละประเด็น จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถสรุปข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครรังสิตเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในเขตพื้นที่โดยตรงอยู่แล้ว และเป็นแกนนำหลักร่วมกับภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงชักนำให้ทุกฝ่ายเข้ามาร่วมเจรจา แก้ไขปัญหา และขอความร่วมมือร่วมกัน เช่น ปัญหาด้านสถานที่ที่มีความคับแคบ ควรเร่งติดตามผลการเจรจากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอย้ายพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุผลเป็นรูปธรรม เพื่อประโยชน์โดยรวมของทุกฝ่าย โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นและประชาชนตลอดจนนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของการจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ขึ้นมา รวมถึงการสร้างควมเข้าใจแก่ชุมชนและประชาชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เห็นประโยชน์ส่วนรวม และจิตสำนึกในการร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยการให้ความร่วมมือเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ชื่นชอบแก่ผู้มาเยือน ร่วมปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพของที่อยู่อาศัยเพื่อให้สอดคล้องกลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยวเท่าที่สามารถจะทำได้ โดยที่ไม่กระทบกับความเป็นอยู่หรือเดือดร้อนกับตนเอง ควรร่วมมือกันสร้างบรรยากาศของความเป็นตลาดริมน้ำของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนและพื้นที่โดยรวม

2. ด้านเอกลักษณ์ของตลาดน้ำและการรักษาวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยเทศบาลนครรังสิตและความร่วมมือของผู้นำชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น นักวิชาการ เอกชนโดยผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและประชาชนคนท้องถิ่น จะต้องร่วมประสานเร่งสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีระหว่างกันกับกลุ่มผู้ที่ย้ายเข้ามาอยู่ใหม่ ส่งเสริมให้มีการบูรณาการเชิงวัฒนธรรมระหว่างกัน สร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นแก่ทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดความรักหวงแหนและภาคภูมิใจที่ได้เป็น

ส่วนหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์ไว้ให้รุ่นต่อ ๆ ไป เร่งรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้เห็นประโยชน์ในการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สร้างความเข้มแข็งและความมั่นใจให้กับภาคประชาชน โดยให้มีบทบาทร่วมแสดงความคิดเห็น และร่วมโครงการกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลและหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น อนุรักษ์ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

3. การดำเนินงานด้านการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว การแก้ปัญหาของทางเทศบาลนครรังสิตเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว ก็คือ การจัดทำให้มีการประชุมทุกเดือน เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการร้านค้าซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น พุดคุยชี้แจงและทำความเข้าใจกัน เช่น เรื่องราคาอาหาร ต้องมีการพูดคุยกันอย่างใกล้ชิดไปในทิศทางเดียวกัน เป็นลักษณะขอความร่วมมือ หากจุดสมจุดร่วมกัน อีกทั้งมีการสอบถามปัญหาต่าง ๆ และความต้องการที่จะให้มีปรับปรุงแก้ไขจุดใด ส่วนไหน และอย่างไร เช่น เรื่องของห้องน้ำ เรื่องป้ายบอกทาง ระบบสาธารณูปโภค รวมถึงเรื่องอื่น ๆ และริบนามาดำเนินการให้ตามที่ได้พบปัญหา ส่วนเรื่องการควบคุมการบริการให้มีมาตรฐาน เช่น อธิษาศัยไมตรีของคนขาย การบริการที่สร้างสรรค์แบบใหม่ ควบคุมการอนุรักษ์น้ำ เรื่องความสะอาด ก็มีการจัดอบรมให้ความรู้ในแต่ละประเด็น จึงสามารถสรุปการดำเนินการใน 3 ขั้นตอน คือ 1. ลงพื้นที่พุดคุยชี้แจงทำความเข้าใจและสอบถามปัญหา 2. จัดทำแบบแสดงความคิดเห็นนักท่องเที่ยว 3. นำปัญหามาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยเทศบาลนครรังสิต ผู้นำชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น นักวิชาการในท้องถิ่น เอกชนผู้ประกอบการร้านค้าในท้องถิ่น ชุมชนและประชาชนคนท้องถิ่น ต้องสร้างการมีส่วนร่วมโดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานมีเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สร้างการรับรู้และมีการบูรณาการร่วมกัน มีการจัดแบ่งภาระหน้าที่ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม เทศบาลนครรังสิตต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนในชุมชน โดยการจัดกิจกรรมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความมั่นใจ กล้าที่จะร่วมแสดงความคิดเห็นในการร่วมจัดการการท่องเที่ยว ความร่วมมือของทุกฝ่ายเป็นเครื่องมือสำคัญในการรณรงค์ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้แก่ผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่ได้ดี การจัดการให้มีการรวบรวมและจัดตั้งชุมชนของผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่โดยทุกฝ่ายร่วมมือกันจะสร้างประโยชน์และเป็นผลดีต่อการเชื่อมต่อก่อสะพานแห่งการประสานงานที่ดีระหว่างกันของชุมชนเก่าและชุมชนใหม่ อีกทั้งยังสร้างความรู้สึกร่วมกันและปลอดภัยภายในเขตพื้นที่เทศบาลนครรังสิตอีกด้วย

5. ด้านการสร้างความสนใจต่อการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว โดยผู้บริหารและกลุ่มก้อนคณะทำงาน อีกทั้งทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะต้องสนใจและให้ความสำคัญกับการจัดการเพื่อการพัฒนาด้านคุณค่าและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับต้น ควรมีการปรับปรุงแพนิทรรสการให้มีความดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้น กล่าวที่จะลงทุนในการปรับปรุงจุดนี้ให้มากกว่าจุดอื่น เพื่อเพิ่มคุณค่าและความดึงดูดใจซึ่งจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจ อยากเข้าไปชม ศึกษาเรียนรู้เรื่องราว ควรให้การดูแลรักษาพื้นที่และสภาพแวดล้อมในโซนแพนิทรรสการอย่างดีให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกดีซึ่งศรัทธาเคารพต่อคุณค่า ความศักดิ์สิทธิ์ของเรื่องราว ซึมซับความน่าเชื่อถือ สร้างความประทับใจและพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อที่เขาจะได้กลับไปบอกต่อ และกลับมาเที่ยวซ้ำ ควรเน้นจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องเหมาะสม

6. ด้านการเดินทาง ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจในการปรับปรุงพัฒนาถนนเลียบริมคลองของท้องถิ่นให้กว้างขึ้น และปรับปรุงสภาพถนนบางจุดที่พื้นผิวขรุขระในส่วนของถนนเลียบริมคลองที่คู่ขนานกับถนนใหญ่เส้นทางรังสิต-นครนายก ปัญหาด้านการจราจรที่ติดขัดในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาลควรมีการแก้ไข โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการเรื่องสภาพถนนและปัญหาการจราจร และขนาดของถนนเลียบริมคลองของท้องถิ่นที่คับแคบจึงเป็นเรื่องที่ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงและให้ความสำคัญในการแก้ไข ส่วนป้ายผ้าและป้ายบอกทางควรมีการเพิ่มจุดให้เห็นชัดเจนในหลาย ๆ ที่

7. ด้านแผนการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว เกี่ยวกับนโยบายและแผนงานนั้นภาครัฐควรสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจให้กับภาคประชาชน ให้เกิดการมีส่วนร่วมจากประชาชน โดยแสดงให้เห็นว่าชุมชนคือศูนย์กลาง หรือหัวใจของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจในบางเรื่องเกี่ยวกับกฎหมาย เช่น ปัญหาการรุกป่าที่สาธารณะทั้งในส่วนของพื้นที่เอกชนและพื้นที่ราชการ ซึ่งภาครัฐมีความจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยควรให้ออกโอกาส สร้างบรรยากาศของการประณีประนอม และให้ความช่วยเหลือในการเคลื่อนย้ายไปยังที่อยู่ใหม่ การจัดกิจกรรม โครงการที่ทำให้แต่ละชุมชนเข้ามาร่วม กิจกรรมเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างประชาชนด้วยกัน และระหว่างประชาชนกับภาครัฐ เกิดการรวมกลุ่มและจะเป็นการลดช่องว่างของแต่ละฝ่ายที่ดีอีกทางหนึ่ง เช่น กิจกรรมการแข่งขันกีฬาระหว่างชุมชน กิจกรรมการแข่งขันด้านทักษะอาชีพ กิจกรรมการประกวดผลิตภัณฑ์สินค้า โอท็อป (OTOP) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน กิจกรรมสานสัมพันธ์น้องพี่ชาวรังสิต เป็นต้น เพื่อให้มีการปะทะสังสรรค์จากทุกภาคส่วน สร้างความเป็นเอกภาพของทุกฝ่าย เพื่อการดำเนินการพัฒนาชุมชน

เกิดพลวัต เกิดความความร่วมมือจากภาคประชาชน ตลอดจนการบูรณาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ต่อไป

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งในการศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่และร้อยละ สามารถสรุปผลการศึกษาวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	174	43.50
หญิง	226	56.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 เป็นเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	54	13.50
20-35 ปี	166	41.50
36-50 ปี	148	37.00
51 ปี ขึ้นไป	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-35 ปี มากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 36-50 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โสด	196	49.00
สมรส	190	47.50
หม้าย/หย่าร้าง	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือสมรส จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	180	45.00
ปริญญาตรี	203	50.75
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
นักเรียน/นักศึกษา	93	23.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	67	16.75
พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป	186	46.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	54	13.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ในด้านอาชีพนั้นกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป มีจำนวนถึง 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
10,000 บาท หรือต่ำกว่า	94	23.50
10,001–20,000 บาท	214	53.50
20,001–30,000 บาท	43	10.75
30,001 บาท ขึ้นไป	49	12.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001–20,000 บาท มีมากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับหรือต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่ยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน

ที่พักอาศัยปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ในเขตกรุงเทพมหานคร	135	33.75
ในเขตจังหวัดปทุมธานี	157	39.25
ในเขตจังหวัดอื่น ๆ	108	27.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 ในส่วนของด้านข้อมูลที่พักอาศัยปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 และในเขตจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ นครรังสิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ต่อไปนี้เป็นารแสดงผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ นครรังสิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผลการศึกษาวิเคราะห์ เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว

จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ครั้งแรก	40	10.00
2 – 4 ครั้ง	240	60.00
4 ครั้ง ขึ้นไป	120	30.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า จำนวนครั้งของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต จากจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ตอบว่าเดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 2 – 4 ครั้ง มากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยมีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 อันดับ 2 คือ เดินทางมามากกว่า 4 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเดินทางมาครั้งแรก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามผู้ร่วมในการเดินทางมาเที่ยว

ผู้ร่วมในการเดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เดินทางมาโดยลำพัง	21	5.25
ญาติ/คนในครอบครัว	146	36.50
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	200	50.00
เดินทางมากับแฟน	33	8.25

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ผู้ร่วมในการเดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยเดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ เดินทางมากับญาติ/คนในครอบครัว จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และเดินทางมากับแฟน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามวิธีการเดินทางมาเที่ยว

วิธีการเดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
รถตู้/รถเช่า	79	19.75
รถโดยสารประจำทาง	27	6.75
รถจักรยานยนต์รับจ้าง	13	3.25
รถยนต์ส่วนตัว	281	70.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมา คือ เดินทางมาโดยรถตู้/รถเช่า จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และเดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาเที่ยว

ผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ตัวท่านเอง	14	3.50
ญาติ/คนในครอบครัว	146	36.50
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	211	52.75
แฟน	29	7.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา คือ ญาติ/คนในครอบครัว จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และแฟนมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามจุดประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยว

จุดประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ (%)
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	170	21.41
ต้องการศึกษา/เรียนรู้ ประวัติความเป็นมาของคลองรังสิตและตลาดน้ำนครรังสิต	39	4.91
ต้องการชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ชุมชน ริมนครรังสิต	91	11.46
ต้องการรำลึกอดีต	68	8.56
ต้องการเดินเลือกซื้อสินค้า และผลิตภัณฑ์ชุมชน	26	3.27
ต้องการทานอาหารขึ้นชื่อของตลาดน้ำนครรังสิต	400	50.38
รวม	794	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ใน 3 อันดับแรกของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 400 คนนั้น มีจุดประสงค์เพื่อต้องการทานอาหารขึ้นชื่อของตลาดน้ำนครรังสิต มากที่สุด จำนวน 400 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 50.38 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมา คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 170 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.41 ของคำตอบทั้งหมด และ ต้องการศึกษา/เรียนรู้ ประวัติความเป็นมาของคลองรังสิตและตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46 ของคำตอบทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต โดยจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว

แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ (%)
บุคคลในครอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	284	56.02
วิทยุ/โทรทัศน์	28	5.52
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	13	2.56
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	147	28.99
แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	26	5.13
อื่น ๆ	9	1.78
รวม	507	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต ใน 3 อันดับแรก คือ ทราบข้อมูลของตลาดน้ำนครรังสิต จากแหล่งข้อมูลโดยบุคคลในครอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด จำนวน 284 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 56.02 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมา คือ จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จำนวน 147 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.99 ของคำตอบทั้งหมด และ จากวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 28 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 5.52 ของคำตอบทั้งหมด ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ต่อไปนี้เป็นารแสดงผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตใน 8 ด้าน นำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการศึกษาวเคราะห์ เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยงที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในภาพรวมทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม ทั้ง 8 ด้าน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	4.10	0.529	มาก
2. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.08	0.432	มาก
3. ด้านการเข้าถึงแหล่ง	3.45	0.536	มาก
4. ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ	4.35	0.478	มากที่สุด
5. ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	3.87	0.598	มาก
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.65	0.569	มาก
7. ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ	2.15	0.660	น้อย
8. ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.434	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมทั้งหมด	3.70	0.530	มาก

จากตารางที่ 4.14 สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยงมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.70$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของภาพรวมจากค่าเฉลี่ยสูงสุดตามลำดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยงมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตในด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.35$) รองลงมาเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.10$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.08$) ด้านการอนุรักษ์แหล่ง

ท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.97$) ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ($\bar{x} = 3.87$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.65$) และด้านการเข้าถึงแหล่ง ($\bar{x} = 3.45$) ส่วนที่เหลืออีก 1 ด้านเป็นความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาในระดับน้อย คือ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 2.15$)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายประเด็นของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแต่ละด้าน สามารถแสดงรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทัศนียภาพของตลาดน้ำนครรังสิต	4.07	0.355	มาก
ความสะอาดและเป็นระเบียบ	4.24	0.426	มากที่สุด
บรรยากาศและความสวยงาม	4.27	0.514	มากที่สุด
สัดส่วนของพื้นที่ให้บริการ	3.91	0.597	มาก
ความสะดวกในการเดินชมและเลือกซื้อสินค้า	4.04	0.753	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.10	0.529	มาก

จากตารางที่ 4.15 ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.10$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากค่าเฉลี่ยสูงสุดตามลำดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านบรรยากาศและความสวยงาม ($\bar{x} = 4.27$) และด้านความสะอาดและเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 4.24$) รองลงมาคือ ด้านทัศนียภาพของตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 4.07$) ด้านความสะดวกในการเดินชมและเลือกซื้อสินค้า ($\bar{x} = 4.04$) และด้านสัดส่วนของพื้นที่ให้บริการ ($\bar{x} = 3.91$) โดยทั้ง 3 ด้านที่กล่าวนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการประชาสัมพันธ์

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ความน่าสนใจของข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากช่องทางต่าง ๆ	4.20	0.355	มาก
ความชัดเจนและการเข้าถึงได้ของการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์	3.91	0.426	มาก
ความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร	4.14	0.514	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.08	0.432	มาก

จากตารางที่ 4.16 ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.08$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาในระดับมากทุกด้าน คือ ความน่าสนใจของข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากช่องทางต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.20$) รองลงมาคือ ด้านความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 4.14$) และด้านความชัดเจนและการเข้าถึงได้ของการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ ($\bar{x} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการเข้าถึงแหล่ง

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ความคล่องตัวในการเดินทางถึงตลาดน้ำนครรังสิต	3.60	0.664	มาก
สภาพเส้นทางถนนสู่ตลาดน้ำนครรังสิต	3.27	0.445	ปานกลาง

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
สภาพของถนนบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต	3.47	0.500	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.45	0.536	มาก

จากตารางที่ 4.17 ด้านการเข้าถึงแหล่ง โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความ
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก (โดยมี
ค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.45$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนา
ด้านความคล่องตัวในการเดินทางถึงตลาดน้ำนครรังสิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) รองลงมาคือ
ด้านสภาพของถนนบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.47$) อยู่ในระดับปานกลาง และด้านสภาพ
เส้นทางถนนสู่ตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.27$) ตามลำดับ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
เช่นกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านคุณค่า
และความดึงดูดใจ

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านสิ่งปลูกสร้างของตลาดน้ำเพื่อให้มีความโดดเด่น	4.17	0.376	มาก
การสืบสานทางวัฒนธรรมและประเพณีให้คงอยู่อย่าง ต่อเนื่องสืบไป	4.50	0.501	มากที่สุด
ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้อง และผูกพันกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ตำนาน อาหาร ความเชื่อ ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่จัด แสดงบนแพ	4.34	0.543	มากที่สุด

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
สภาพแวดล้อมทางวิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชน บริเวณตลาดน้ำนครรังสิต	4.41	0.492	มากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.35	0.478	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในระดับมากที่สุด (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.35$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาในระดับมากที่สุด 3 ด้าน คือ ด้านการสืบสานทางวัฒนธรรมและประเพณีให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องสืบไป ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 4.41$) และด้านข้อมูลความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องและผูกพันกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ตำนานอาหาร ความเชื่อ ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่จัดแสดงบนแพ ($\bar{x} = 4.34$) ตามลำดับ ส่วนด้านสิ่งปลูกสร้างของตลาดน้ำเพื่อให้มีความโดดเด่น กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าจะควรพัฒนาในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$)

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ความสอดคล้องเหมาะสมของกิจกรรมกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของผู้คนในชุมชน	4.14	0.497	มาก
ความสอดคล้องเหมาะสมของพื้นที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	4.23	0.499	มากที่สุด

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
แพที่จัดนิทรรศการเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม	4.41	0.614	มากที่สุด
ความเป็นมิตรและอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น/ พื้นที่	2.70	0.780	ปานกลาง
คะแนนค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.87	0.598	มาก

จากตารางที่ 4.19 ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.87$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านแพที่จัดนิทรรศการเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.41$) และด้านความสอดคล้องเหมาะสมของพื้นที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำในเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ($\bar{x} = 4.23$) รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องเหมาะสมของกิจกรรมกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของผู้คนในชุมชน ($\bar{x} = 4.14$) โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเป็นมิตรและอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น/พื้นที่ ($\bar{x} = 2.70$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
สถานที่จอดรถในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต	3.78	0.807	มาก
ความเหมาะสมของจำนวนร้านค้าในบริเวณตลาดน้ำ	4.01	0.459	มาก
ป้ายบอกทางในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต	3.91	0.476	มาก

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ความสะอาดและจำนวนห้องน้ำรูดสุขาในบริเวณ ตลาดน้ำนครรังสิต	4.11	0.404	มาก
การบริการด้านระบบความปลอดภัยของชีวิตและ ทรัพย์สิน	3.31	0.463	ปานกลาง
ที่นั่งพักผ่อนในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต	4.32	0.626	มากที่สุด
ผู้ให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยว/มัคคุเทศก์	2.13	0.751	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.65	0.569	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตโดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.65$)

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ควรพัฒนาด้านที่นั่งพักผ่อนในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต อยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ($\bar{x} = 4.32$) รองลงมาอันดับ 2 อยู่ในระดับมาก มี 4 ด้าน คือ ด้านความสะอาดและจำนวนห้องน้ำรูดสุขาในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 4.11$) ด้านความเหมาะสมของจำนวนร้านค้าในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 4.01$) ด้านป้ายบอกทางในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.91$) ด้านสถานที่จอดรถในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.78$) และด้านการบริการด้านระบบความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน เป็นอันดับ 3 ($\bar{x} = 3.31$) มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านผู้ให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยว/มัคคุเทศก์ ($\bar{x} = 2.13$) มีระดับความคิดเห็นว่าควรพัฒนาน้อยอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ความเหมาะสมของราคาสินค้าและของที่ระลึกใน บริเวณตลาดน้ำ	2.70	0.945	ปานกลาง
ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มใน บริเวณตลาดน้ำ	2.11	0.672	น้อย
คุณภาพอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณตลาดน้ำ	1.86	0.553	น้อย
อรรถาศัยไมตรีของคนขายในบริเวณตลาดน้ำ	1.93	0.470	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.15	0.660	น้อย

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวม ($\bar{x} = 2.15$) ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับน้อย

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ควรพัฒนาด้านความเหมาะสมของราคาสินค้าและของที่ระลึกในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 2.70$) ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 2.11$) ด้านอรรถาศัยไมตรีของคนขายในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 1.93$) และด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 1.86$) ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับน้อย เช่นกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การกำหนดเขตในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เป็นสัดส่วน ระหว่างพื้นที่นันทนาการ พื้นที่พักผ่อน และพื้นที่สวน	3.50	0.501	มาก
ศักยภาพของพื้นที่ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	3.90	0.300	มาก
การจัดการในด้านการฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง	4.52	0.500	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.97	0.434	มาก

จากตาราง 4.22 พบว่า ความคิดเห็นต่อแนวทางพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นโดยรวม ($\bar{x} = 3.97$) ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ควรพัฒนาด้านการจัดการในด้านการฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ($\bar{x} = 4.52$) รองลงมาอันดับ 2 คือ ด้านศักยภาพของพื้นที่ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.90$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ การกำหนดเขตในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เป็นสัดส่วนระหว่างพื้นที่นันทนาการ พื้นที่พักผ่อน และพื้นที่สวน ($\bar{x} = 3.50$) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

ตอนที่ 4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังตลาดน้ำนครรังสิต

ความคิดเห็นต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำนครรังสิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
กลับมาอีกแน่นอน	289	72.25
ไม่แน่ใจ	102	25.50
ไม่กลับมาแน่นอน	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความคิดเห็นต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และไม่กลับมาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวให้เหตุผลของความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำว่า เป็นเพราะอาหารอร่อย สถานที่เป็นทางผ่านและไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและสถานที่พักของนักท่องเที่ยว การเดินทางสะดวก มีบรรยากาศริมน้ำที่เรียบง่าย เงียบสงบ และเหตุผลที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการกลับมาแน่นอนนั้น นักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่า มีสินค้าให้เลือกชมและเลือกซื้อน้อย ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเหมือนตลาดน้ำแห่งอื่น สถานที่ภายในแพและบริเวณตลาดน้ำคับแคบแออัด รดสุขามีเพียงคันเดียวและไม่ค่อยสะอาด ที่จอดรถไม่เพียงพอ

4.2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาของนักท่องเที่ยว

ในส่วนนี้เป็นการสรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาของนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจากแบบสอบถามและนำมาสรุปประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามอย่างสอดคล้องกลมกลืนและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงทัศนียภาพของแพตลาดน้ำให้ดูสวยงาม ควรใช้วัสดุกันแดดฝนที่มีความกลมกลืนกับแพไม้ตลาดน้ำแทนการใช้ผ้าใบ

2. ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวและจัดทำสื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นภาษาต่างประเทศด้วย ในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติที่เป็นลักษณะสากล เนื่องจากเล็งเห็นว่าปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยือนเป็นจำนวนมากขึ้น และประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ดังนั้น การจัดทำให้มีมัลติเพล็กซ์ท้องถิ่นและสามารถจะอธิบายแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษได้นั้น ก็จะเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น เช่น ประวัติความเป็นมา ข้อควรปฏิบัติและคำแนะนำต่าง ๆ เป็นต้น

3. ด้านการเข้าถึงแหล่ง โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรปรับปรุงสภาพถนนบางตอนให้ดียิ่งขึ้น และอยากให้มีการขยายถนนท้องถิ่นให้กว้างขึ้น เพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการสร้างเพิ่มที่กัลปพฤกษ์บริเวณถนนรังสิต-นครนายกในลักษณะ U-Turn ในบริเวณที่ใกล้กับตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อให้การกลับรถของนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางเข้ามายังตลาดน้ำง่ายขึ้น และเกิดความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

4. ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรปรับปรุงแพนิทรรสการให้มีความดึงดูดและน่าสนใจกว่านี้ ควรลงทุนในการปรับปรุงจุดนี้มากกว่าจุดอื่นเพื่อเพิ่มคุณค่าและความดึงดูดใจซึ่งจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจใคร่อยากเข้าไปชมศึกษาเรียนรู้มากกว่าเพียงเพื่อมาแวะรับประทานอาหาร จะเป็นการเพิ่มเรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว ควรให้การดูแลรักษาพื้นที่และสภาพแวดล้อมในโซนแพนิทรรสการอย่างดีให้เกิดความรู้สึกดีซึ่งศรัทธาเคารพต่อคุณค่า ความศักดิ์สิทธิ์ของเรื่องราว ชิมช้บความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยวเพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้เกิดความรู้สึกดีซึ่งหล่อหลอมไปกับเรื่องราวซึ่งจะเป็นตำนานที่ส่งต่อไปยังรุ่นต่อ ๆ ไป

5. ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่สอดคล้องเหมาะสม ซึ่งในส่วนนี้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าตลาดน้ำนครรังสิตควรให้ความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่มากขึ้น อีกทั้ง กิจกรรมดังกล่าวควรที่จะสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมได้ เช่น กิจกรรมการประกวดร้องเพลงไทย การเล่นดนตรีไทย สาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น หรือการสาธิตปลูกต้นไม้ พืชและพันธุ์ไม้ต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวยังเห็นว่า การจัดกิจกรรมประจำเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางตลาดน้ำนครรังสิตจัด ทำให้สามารถดึงให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมได้ง่ายยิ่งขึ้น

2) นักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรมีกิจกรรมที่สามารถปลูกฝังให้เยาวชนและคนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีตลาดน้ำในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ และมีความรู้ความเข้าใจในการเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนช่วยสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันดีงาม

6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าตลาดน้ำนครรังสิตนั้นควรให้ความสนใจเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้

1) ป้ายบอกทางและสภาพถนน โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเพิ่มจุดให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และปรับปรุงสภาพถนนบางตอนให้ดียิ่งขึ้น หากเป็นไปได้ 2) ยอยากให้มีการขยายถนนท้องถิ่นให้กว้างขึ้น เพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว 2) พื้นที่จอดรถ โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำ และผู้รับผิดชอบดูแลตลาดน้ำควรจัดให้มีพื้นที่จอดรถเพิ่มมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคลได้อย่างพอเพียง 3) ห้องสุขา โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการตลาดน้ำนครรังสิตควรจัดให้มีห้องสุขาที่สะอาดและถูกสุขลักษณะไว้รองรับนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น แยกห้องสุขาหญิงชาย และไม่ควรถูกจัดให้มีเพียงจุดเดียว 4) ความเหมาะสมของจำนวนร้านค้า โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการตลาดน้ำนครรังสิตมีขนาดเล็กและคับแคบ ควรขยายพื้นที่ เพิ่มจำนวนร้านค้า และความหลากหลายของสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว 5) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการตลาดน้ำนครรังสิตควรจัดให้มีพื้นที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวที่มากเพียงพอ โดยควรจัดไว้ให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมและมีบรรยากาศดี

7. ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรควบคุมคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการ ให้ได้มาตรฐานและคุ้มค่างบเงินที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายไป เช่น ราคา ปริมาณ ความสะอาด ความอร่อย และถูกสุขอนามัย เป็นต้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังคิดเห็นว่าการตลาดน้ำควรมีการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายมากกว่านี้ เช่น สินค้า OTOP หรือของฝากจำพวกอาหาร ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร พืชพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ของที่ระลึกที่ผลิตจากชุมชน เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน และยังสามารถอนุรักษ์ความเป็นตลาดน้ำให้คงอยู่ได้ และนักท่องเที่ยวยังเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าควรได้รับการอบรมและเรียนรู้ในเรื่องการให้บริการลูกค้าที่ดีรวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการร้านค้ามีโอกาสให้การต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น จึงควรได้รับการอบรมในเรื่องภาษาต่างประเทศด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถให้การต้อนรับและบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างมีคุณภาพ

8. ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่ทุกฝ่ายในการช่วยกันอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิตให้คงอยู่ เช่น การร่วมมือกันรักษาลำคลองให้สะอาด ไม่ทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลลงในลำคลอง และเห็นว่าผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำนครรังสิตอย่างต่อเนื่อง

9. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยในส่วนนี้ นักท่องเที่ยวเห็นว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีความโดดเด่นในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นเน้นในด้านแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และอาหารที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นเป็นหลัก จึงควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้ในรูปแบบอื่นด้วยเช่นกัน เช่นการให้ความตามโครงการที่เกี่ยวกับด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับการสร้างอาชีพที่เป็นโครงการเด่น ๆ ของผู้บริหารตลาดน้ำ เช่น การเลี้ยงไส้เดือน การทำปุ๋ยชีวภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้และโอกาสทางการศึกษาแก่นักท่องเที่ยว และยังมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดรายได้แก่คนในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

ส่วนที่ 5 เสนอแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

โดยในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การจดบันทึกในประเด็นที่สำคัญ ๆ เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์ผล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Informant) และมีการบันทึกเสียงขณะที่มีการสัมภาษณ์ โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ได้แก่ นายกเทศมนตรีเทศบาลนครรังสิต หรือตัวแทนปลัดเทศบาลนครรังสิตหรือตัวแทน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้ดูแลตลาดน้ำนครรังสิต และ นักพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 4 คน กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 8 คน กลุ่มที่ 3 ภาคผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน กลุ่มที่ 4 ภาคชุมชน/ประชาชน โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนชาวบ้าน/ประชาชนที่อาศัยบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งทำการศึกษา และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุป โดยการจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป (Interpretation and Conclusion) ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยนำมาสรุปในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ สรุปได้ดังนี้

ควรมีการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตอย่างต่อเนื่อง การที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนนั้นจะต้องกระตุ้นจิตสำนึกทุกฝ่ายร่วมกันพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ไปพร้อมกับการอนุรักษ์ ควรมีการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น โดยการออกสื่อและประชาสัมพันธ์ไปยังทุกฝ่ายและทุกกลุ่มโดยเน้นในเรื่องของการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์ถ้วยเตี้ยเรือ อนุรักษ์ถ้ำคลองประวัติศาสตร์ อนุรักษ์ธรรมชาติ และ เรื่องอาหารพื้นถิ่นสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยต้องให้ข้อมูลความรู้ สร้างการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นหลังให้รับทราบ บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อให้รับรู้เพื่อเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกเพื่อที่อนุชนคนรุ่นหลังสามารถที่จะนำไปคิดและต่อยอดได้ เกิดการถ่ายทอดและอนุรักษ์สืบต่อกันไป โดยควรเน้นการอนุรักษ์ในทุกด้าน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน ด้านความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของคลองรังสิตประยูรศักดิ์ และที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการบูรณาการการท่องเที่ยวแบบองค์รวมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ควรสร้างความเข้มแข็งในภาครัฐบาลเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดความเข้มแข็งและความเป็นปึกแผ่นสู่ภาคประชาชน ควรสร้างการมีส่วนร่วมสนับสนุนให้ชุมชนได้มีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น ส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความรู้สึกรักผูกพันสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว ควรมีการปรับปรุงพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น และให้มีความน่าสนใจ ควรมีการสนับสนุนให้ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อชุมชนและสร้างรายได้ให้เกิดแก่ชุมชนมากกว่าการหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ ดำเนินการตามแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของทางเทศบาลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ เช่น แม่น้ำลำคลอง แบ่งฝ่ายงานรับผิดชอบ โดยทำเป็นนโยบายและมีการจัดตั้งคณะกรรมการทำงาน ทำการอบรมผู้ประกอบการทั้งรายย่อยและรายใหญ่ทั้งหมดภายในเขต เพื่อเป็นการอนุรักษ์รักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่วนวิถีชีวิตวัฒนธรรมควรมีการรณรงค์และสร้างการรับรู้ ปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนเห็นคุณค่า เกิดความรักหวงแหนในวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนพื้นถิ่น ให้การศึกษาแก่เยาวชน เยาวชนด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้ามาขายถ้วยเตี้ยเรือรังสิตก็เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาชาวบ้านอย่างหนึ่ง

ควรมีการขยายพื้นที่ตลาดน้ำเพื่อให้มีการประกอบกิจการ ส่งเสริมอาชีพของชุมชน ให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการอนุรักษ์เรื่องของคลองประวัติศาสตร์

และอาหารพื้นถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืนแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้คนเข้ามาเที่ยว ใช้จ่ายเงิน ชุมชนและประชาชนในพื้นที่ก็จะมีรายได้จากการท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน สรุปได้ดังนี้

ควรมีการพัฒนาและทำให้เป็นตลาดน้ำจริง ๆ และอย่างยั่งยืนให้ได้ ในทุก ๆ ด้าน ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มากกว่าที่เป็นอยู่ นอกเหนือจากกิจกรรมประจำปีตามเทศกาลงานประเพณีที่จัดทุก ๆ ปี กิจกรรมควรมีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะปัจจุบันนักท่องเที่ยวทรงตัวไม่เพิ่มขึ้น ควรขยายพื้นที่ตลาดน้ำเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าชุมชน สินค้าโอท็อป (OTOP) สินค้าการเกษตร ไม้ดอกไม้ประดับ ให้นักท่องเที่ยวได้เดินเลือกซื้อ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ไปยังจังหวัดใกล้เคียงให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถให้กว้างขึ้น ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าและนักท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมในการช่วยกันอนุรักษ์คลอง อนุรักษ์คุณภาพอาหารภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งรสชาติและความสะอาด ให้คงอยู่อย่างนี้ตลอดไป

กลุ่มที่ 3 ผู้นำชุมชน นักวิชาการ และปราชญ์ท้องถิ่น

ผู้นำชุมชนควรมีการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ทำหน้าที่เป็นแกนนำชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกบ้าน และนำลูกบ้านเข้าร่วมในการพัฒนา และอนุรักษ์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นักวิชาการ และปราชญ์ท้องถิ่น โดยร่วมกับสถาบันการศึกษาภายในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิชาการต่าง ๆ ในการเสนอแนะแนวทาง แสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและอนุรักษ์ด้านการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน ร่วมกับปราชญ์ท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องในการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมฟื้นฟูเรียนรู้และอนุรักษ์สืบต่อไปยังรุ่นลูกหลานสืบไป

กลุ่มที่ 4 ชุมชน ชาวบ้าน/ประชาชน

ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเขตพื้นที่เทศบาลนครรังสิตควบคู่กันไป เพื่อให้คนทั่วไปได้รู้จักและมาเที่ยว ควรพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำนครรังสิตให้ทัดเทียมกับตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ ควรเจาะกลุ่มตลาดน้ำให้เข้าถึงทุกกลุ่มรวมถึงกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ควรมีการร่วมมือกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวให้มากขึ้น ควรมีกิจกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ควรเร่งสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มากยิ่งขึ้น เทศบาลควรเอาใจจริงเอาใจกับผู้ที่ทำให้ล่าถอยน่าเสีย โดยการทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลลงในแม่น้ำลำคลอง ควรให้ความรู้กับเยาวชนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ควรสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรขยายพื้นที่ตลาดน้ำสร้างพื้นที่ทำมาค้าขายให้กับ

ชุมชนในพื้นที่เพื่อให้มีรายได้ ควรมีการอบรมให้กับชุมชนด้านการสร้างงานสร้างอาชีพ ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์เพิ่มเติมในส่วนของภาครัฐ ภาครัฐโดยเทศบาลนครรังสิต และสำนักปลัดเทศบาลนครรังสิตในฝ่ายงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิต มีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต โดยมีบทบาทในการส่งเสริม ดูแล อนุรักษ์วัฒนธรรม จารีตประเพณี อันติงามของท้องถิ่น และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดคุณค่ายั่งยืน เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว กว๊านเดี่ยวเรือรังสิต เป็นต้น ด้านงบประมาณ มีบทบาทในการจัดงานเทศกาลประเพณี และโครงการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และพิธีกรรมต่าง ๆ โดยสนับสนุนด้านงบประมาณ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยมีบทบาทในการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ของตลาดน้ำนครรังสิตและในเขตเทศบาลให้มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดสวยงาม ส่งเสริมประชาชนให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและร่วมกันดูแลสิ่งแวดล้อม ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว โดยมีบทบาทในการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และส่งเสริมอาชีพของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้กับประชาชนในเขตเทศบาล โดยเฉพาะการผลิตและพัฒนาคุณภาพสินค้าโอท็อป (OTOP) ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่ประชาชน ส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จัดตั้งเขื่อนทาวนรังสิต เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวคลองรังสิต ประโยชน์ที่ได้รับการดำเนินงานที่ผ่านมา ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว ชุมชน และ ประชาชนในพื้นที่ของตลาดน้ำนครรังสิต และชาวรังสิตทุกคน ได้รับประโยชน์ร่วมกัน โดยในส่วนของภาครัฐ บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนนโยบายท่องเที่ยวที่ได้วางไว้ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เนื่องจากตลาดน้ำนครรังสิตเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กที่มีการฟื้นฟูสร้างขึ้นมาใหม่ เพื่ออนุรักษ์ จึงมีลักษณะเฉพาะตัว จึงยังไม่พบปัญหาและอุปสรรคใด ๆ มากนัก เป็นเพียงปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่สามารถแก้ไขได้

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตในปัจจุบันสรุปได้ว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีสถานที่ตั้งที่เหมาะสม มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดี มีอาหารภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่เป็นตำนานเป็นที่เลื่องลือ เป็นจุดเด่นสร้างโอกาสทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมีหลายกลุ่ม ปัจจุบันตลาดน้ำนครรังสิตมีโครงการและกิจกรรมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดำเนินการอยู่หลายโครงการ และโครงการพัฒนาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตดั้งเดิมถูกเปลี่ยนแปลง การรุกกล้าที่ดิน การเพิ่มพื้นที่ใช้สอย ความหลากหลาย

และแนวทางการพัฒนาจังหวัดปทุมธานี และกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดปทุมธานี เพื่อนำมาบูรณาการให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันของเทศบาลนครรังสิต

จากผลการศึกษาทั้งหมด ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ตัวแทนภาครัฐโดยเทศบาลนครรังสิต ภาคเอกชนโดยผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต ภาคผู้นำชุมชนและประชาชนท้องถิ่น ภาคประชาชน โดยกลุ่มชุมชน ชาวบ้าน/ประชาชน ที่อาศัยบริเวณรอบ ๆ ตลาดน้ำนครรังสิต การลงพื้นที่สำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว และแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลเพื่อสรุปแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในภาพรวม แต่ละด้าน ดังนี้

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างยั่งยืน

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐโดยองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น คือ เทศบาลนครรังสิต ควรเร่งติดตามผลการเจรจากับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในการขอเพิ่มพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือในการที่จะทำให้การขยายพื้นที่ที่บรรลุผลเป็นรูปธรรมโดยเร็ว โดยที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย โดยควรมีการศึกษาผลกระทบในด้านต่าง ๆ และการทำประชาพิจารณ์ ให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และเพื่อประโยชน์โดยรวมของทุกฝ่าย โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นและประชาชนตลอดจนนักท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของการจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ขึ้นมา ควรปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพของที่อยู่อาศัยบริเวณรอบ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยวเท่าที่สามารถจะทำได้ โดยที่ไม่กระทบกับความเป็นอยู่หรือความเดือดร้อนของประชาชน เทศบาลนครรังสิตและชุมชนควรร่วมมือกันสร้างบรรยากาศของความเป็นตลาดริมน้ำของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนและพื้นที่โดยรวม ควบคุมการบริการของผู้ประกอบการให้มีมาตรฐาน เช่น อธยาศัยไมตรีของคนขาย และการให้บริการในทุกด้านแก่นักท่องเที่ยว เช่น ด้านคุณภาพ ด้านความสะอาด ด้านราคา และด้านรสชาติ ผู้ประกอบการร้านค้าซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นซึ่งถือเป็นทรัพยากรบุคคลทางการท่องเที่ยว ควรได้รับการอบรมและเรียนรู้ในเรื่องการให้บริการลูกค้าที่ดีรวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการร้านค้ามีโอกาสให้การต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้น จึงควรได้รับการอบรมในเรื่องภาษาต่างประเทศด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถให้การต้อนรับและบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างมีคุณภาพ

ควรมีการปรับปรุงแพนิทรรศการให้มีความดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าและความดึงดูดใจซึ่งจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจ อยากเข้าไปชม ศึกษาเรียนรู้

เรื่องราว ควรให้การดูแลรักษาพื้นที่และสภาพแวดล้อมในโซนแพนิทรรสการอย่างดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกซึ่งสรรหาเคารพต่อคุณค่า ความศักดิ์สิทธิ์ของเรื่องราว ชิมซบความน่าเชื่อถือ สร้างความประทับใจกลับไปบอกต่อ และกลับมาเที่ยวซ้ำ ปรับปรุงพัฒนาถนนเลียบริมคลองของท้องถิ่นให้กว้างขึ้น และปรับปรุงสภาพถนนบางจุดที่พื้นผิวขรุขระในส่วนถนนเลียบริมคลองที่คู่ขนานกับถนนใหญ่เส้นทางรังสิต-นครนายก ควรปรับปรุงด้านการจราจรที่ติดขัดในช่วงวันหยุดและช่วงเทศกาลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การจัดการเรื่องสภาพถนนและปัญหาการจราจรและขนาดของถนนเลียบริมคลองของท้องถิ่นที่คับแคบจึงเป็นเรื่องที่ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงและให้ความสำคัญในการแก้ไข ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทางควรมีการเพิ่มจุดให้เห็นชัดเจนในหลาย ๆ ที่ และให้เพิ่มภาษาอังกฤษเพื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวและจัดทำสื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นภาษาต่างประเทศช่วยในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติที่เป็นลักษณะสากล เนื่องจากปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนมากขึ้น และประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและสามารถจะอธิบายแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษได้นั้น เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น เช่น ประวัติความเป็นมา ข้อควรปฏิบัติและคำแนะนำต่าง ๆ เป็นต้น ควรจัดให้มีพื้นที่จอดรถเพิ่มมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคลได้อย่างพอเพียง ควรจัดให้มีห้องสุขาที่สะอาดและถูกสุขลักษณะไว้รองรับนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น แยกห้องสุขาหญิงชาย และไม่ควรจัดให้มีเพียงจุดเดียว

ด้านการเข้าถึงแหล่ง ควรมีการสร้างเพิ่มที่กลับรถบริเวณถนนรังสิต-นครนายกในลักษณะ U-Turn ในบริเวณที่ใกล้กับตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อให้การกลับรถของนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางเข้ามายังตลาดน้ำง่ายขึ้น และเกิดความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มจำนวนร้านค้าและความหลากหลายของสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีพื้นที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวที่มากเพียงพอในตำแหน่งที่เหมาะสม และมีบรรยากาศดี ควรมีการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายมากกว่านี้ เช่น สินค้าโอท็อป (OTOP) หรือของฝากจำพวกอาหาร ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร พืชพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ของที่ระลึกที่ผลิตจากชุมชน เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน และยังสามารถอนุรักษ์ความเป็นตลาดน้ำให้คงอยู่ได้

2. ด้านการบริหารจัดการ

เทศบาลนครรังสิตเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในเขตพื้นที่โดยตรงอยู่แล้ว และเป็นแกนนำหลักร่วมกับภาครัฐที่

เกี่ยวข้อง ในการเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงชักนำให้ทุกฝ่ายเข้ามาร่วมเจรจา แก้ไขปัญหา และขอความร่วมมือร่วมกันในการจัดการเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จและเกิดความยั่งยืน จากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นความคิดเห็นที่น่าสนใจสำหรับแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตได้ว่า ควรมีการกำหนดบทบาทของทุกฝ่ายที่ชัดเจน ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ โดยเทศบาลนครรังสิตควรให้ความสำคัญในการผลักดันให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการเพื่อการพัฒนาตลาดน้ำ เพื่อเป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วนในการทำหน้าที่ประสานงาน รวมถึงการสร้างความเข้าใจแก่ชุมชนและประชาชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เห็นประโยชน์ส่วนรวม และจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาและอนุรักษ์วัฒนธรรม ผลักดันให้มีการทำงานบูรณาการร่วมกันเพื่อร่วมกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตที่เหมาะสมอย่างเป็นรูปธรรม ควรมีการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือเพื่อทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ชื่นชอบแก่ผู้มาเยือน และควรจะต้องร่วมประสานเร่งสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีระหว่างกันของผู้ที่อยู่เดิมกับกลุ่มผู้ที่ย้ายเข้ามาอยู่ใหม่ ส่งเสริมให้มีการบูรณาการเชิงวัฒนธรรมระหว่างกัน

อย่างไรก็ตาม ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ โดยให้มีการขับเคลื่อนควบคู่กันไปด้วย เช่น ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านแผนการจัดการ ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการตลาดและบริการ ด้านเอกลักษณ์ของตลาดน้ำและการรักษาวิถีชีวิตท้องถิ่น ด้านการสร้าง ความสนใจต่อการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยควรจะต้องสร้างความเข้าใจใน วัฒนธรรมของท้องถิ่นแก่ทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดความรักหวงแหนและภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์ไว้ให้รุ่นต่อ ๆ ไป ควรเร่งณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้เห็นประโยชน์ในการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สร้างความเข้มแข็งและความ มั่นใจให้กับภาคประชาชน โดยให้มีบทบาทร่วมแสดงความคิดเห็น และร่วมโครงการกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลและหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น จะต้องณรงค์ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสถานที่และ สิ่งแวดล้อม เช่น ปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

การดำเนินงานการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยให้มีการประชุมทุกเดือน เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการร้านค้าซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น พุดคุยชี้แจงและทำความเข้าใจกัน เช่น เรื่องราคาอาหาร ต้องมีการพุดคุยกันอย่างใกล้ชิดไปในทิศทางเดียวกัน เป็นลักษณะขอความ

ร่วมมือ หากจุดสมดุลร่วมกัน อีกทั้งมีการสอบถามปัญหาต่าง ๆ และความต้องการที่จะให้มีการควบคุมการอนุรักษ์น้ำ เรื่องความสะอาด การจัดอบรมให้ความรู้ในแต่ละประเด็นซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ด้านการสร้างความสนใจต่อการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว โดยผู้บริหารและกลุ่มก้อนคณะทำงานทุกภาคส่วน จะต้องสนใจและให้ความสำคัญกับการจัดการเพื่อการพัฒนาด้านคุณค่าและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับต้น

ด้านแผนการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว เกี่ยวกับนโยบายและแผนงานนั้น ควรจะต้องสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจให้กับภาคประชาชน ให้เกิดการมีส่วนร่วมจากประชาชน โดยแสดงให้เห็นว่าชุมชนคือศูนย์กลาง หรือหัวใจของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจในบางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย เช่น ปัญหาการรुक้ำที่สาธารณะทั้งในส่วนของพื้นที่เอกชนและพื้นที่ราชการ ซึ่งภาครัฐมีความจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยควรให้โอกาส สร้างบรรยากาศของการประณีประนอม และให้ความช่วยเหลือในการเคลื่อนย้ายไปยังที่อยู่ใหม่ การจัดกิจกรรมโครงการที่ทำให้แต่ละชุมชนเข้ามาร่วมกิจกรรมเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างประชาชนด้วยกัน และระหว่างประชาชนกับภาครัฐ เกิดการรวมกลุ่ม และจะเป็นการลดช่องว่างของแต่ละฝ่ายที่ดีอีกทางหนึ่ง เช่น กิจกรรมการแข่งขันกีฬาระหว่างชุมชน กิจกรรมการแข่งขันด้านทักษะอาชีพ กิจกรรมการประกวดผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อป (OTOP) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน กิจกรรมสานสัมพันธ์น้องพี่ชาวรังสิต เป็นต้น เพื่อให้มีการปะทะสังสรรค์จากทุกภาคส่วน สร้างความเป็นเอกภาพของทุกฝ่าย เพื่อการดำเนินการพัฒนาชุมชน เกิดพลวัต เกิดความความร่วมมือจากภาคประชาชน ตลอดจนการบูรณาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องต่อไป

ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเขตพื้นที่เทศบาลให้คนทั่วไปได้รู้จักและมาเที่ยว ควรพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำนครรังสิตให้ทัดเทียมกับตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ ควรเจาะกลุ่มตลาดให้เข้าถึงทุกกลุ่มรวมถึงกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ควรมีการร่วมมือกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมาเที่ยวให้มากขึ้น ควรมีกิจกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ควรเร่งสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มากยิ่งขึ้น เทศบาลควรเอาจริงเอาจังกับผู้ที่ทำให้ล่าคล่องหน้าเสียโดยการทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลลงในแม่น้ำล่าคล่อง ควรให้ความรู้กับเยาวชนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ควรสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรขยายพื้นที่ตลาดน้ำสร้างพื้นที่ทำมาค้าขายให้กับชุมชนในพื้นที่เพื่อให้มีรายได้ ควรมีการอบรมให้กับชุมชนด้านการสร้างงานสร้างอาชีพ ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยเทศบาลนครรังสิต ผู้นำชุมชน ประชาชนท้องถิ่น นักวิชาการในท้องถิ่น เอกชนผู้ประกอบการร้านค้าในท้องถิ่น ชุมชนและประชาชนคนท้องถิ่น จะต้องสร้างการมีส่วนร่วมโดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานมีเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สร้างการรับรู้ และมีการบูรณาการร่วมกัน มีการจัดแบ่งภาระหน้าที่ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม เทศบาลนครรังสิตต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนในชุมชนโดยการจัดกิจกรรมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความมั่นใจ กล้าที่จะร่วมแสดงความคิดเห็นในการร่วมจัดการการท่องเที่ยว ความร่วมมือของทุกฝ่ายเป็นเครื่องมือสำคัญในการรณรงค์ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่ได้ดี ควรบริหารจัดการให้มีการรวบรวมและจัดตั้งชุมชนของผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่โดยทุกฝ่ายร่วมมือกันจะสร้างประโยชน์และเป็นผลดีต่อการเชื่อมต่อประสานแห่งการประสานงานที่สะพานเชื่อมของชุมชนเก่าและชุมชนใหม่ อีกทั้งยังสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ ความรู้สึกอบอุ่นและปลอดภัยภายในเขตพื้นที่เทศบาลนครรังสิตอีกด้วย

4. ด้านกิจกรรมการเรียนรู้

ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่มากขึ้น อีกทั้ง กิจกรรมดังกล่าวควรที่จะสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมได้ เช่น กิจกรรมการประกวดร้องเพลงไทย การเล่นดนตรีไทย สาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น หรือการสาธิตปลูกต้นไม้ พืช และพันธุ์ไม้ต่าง ๆ กิจกรรมการเที่ยวท่องเที่ยวท่องเที่ยวท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ ควรให้มีการจัดกิจกรรมประจำเทศกาลต่าง ๆ ที่ทางตลาดน้ำนครรังสิตจัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายยิ่งขึ้น ควรมีกิจกรรมที่สามารถปลูกฝังให้เยาวชนและคนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีตลาดน้ำในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ และมีความรู้ความเข้าใจในการเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนช่วยสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันดีงาม ตลาดน้ำนครรังสิตมีความโดดเด่นในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีลักษณะเฉพาะตัว จึงควรเน้นในด้านแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และอาหารที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นเป็นหลัก อีกทั้ง ควรมีการสร้างสรรคกิจกรรมทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจ และควรปรับปรุงกิจกรรมที่มีอยู่เดิมให้มีความพร้อมสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม ควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้ในรูปแบบอื่นด้วยเช่นกัน เช่นการให้ความรู้ในโครงการที่เกี่ยวกับด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับการสร้างอาชีพที่เป็นโครงการเด่น ๆ ของผู้บริหารตลาดน้ำ เช่น การเลี้ยงไส้เดือน การทำปุ๋ยชีวภาพ การเรียนรู้สวนพฤกษศาสตร์ไทยโบราณ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้และโอกาส

ทางการศึกษาแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจทั่วไป และยังมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดรายได้แก่คนในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

แนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างยั่งยืน

ในส่วนของแนวทางในการอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เกิดความยั่งยืนนั้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเห็นว่าควรสร้างจิตสำนึกที่ดีและพร้อมให้ความร่วมมือกันในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ช่วยกันดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ ตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์ มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน มีมาตรการในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและธรรมชาติให้ทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือ โดยให้ความสำคัญและคำนึงถึงเรื่องสังคมและวัฒนธรรม ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนให้เกิดความตระหนักและเห็นผลประโยชน์ส่วนรวมของการเข้าร่วมมือในการอนุรักษ์ในด้านต่าง ๆ ร่วมกันอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความยั่งยืน เช่น

ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีการอนุรักษ์โดยการเรียนรู้ เช่น ควรมีการบรรจุหลักสูตรการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นตามโรงเรียน และสถาบันการศึกษา ในเขตพื้นที่ ธรรมชาติให้รักษา และสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง สร้างคุณค่าทางสังคม และควรสอดแทรกความรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นในทุก ๆ กิจกรรมที่จัดขึ้น เทศบาลนครรังสิตควรรีความสำคัญกับการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศาสนาและความเชื่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยควรมีการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง เชิญชวนให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมให้มากขึ้น ต่อยอดกิจกรรมเดิมที่เคยได้รับความสำเร็จในเรื่องของการอนุรักษ์ให้เกิดความต่อเนื่อง เช่น การอบรมให้ความรู้เรื่องการบำบัดน้ำเสีย เราชักคลองรังสิต คนรังสิตรักกัน โครงการคลองสวยน้ำใส โครงการบ่อดักไขมัน เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นให้คงอยู่ เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว กว๊านเดียวเรือรังสิต เป็นต้น ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น เช่น งานประเพณีสงกรานต์ งานทำบุญตักบาตรปีใหม่ งานประเพณีลอยกระทง งานเทศกาลถือศีลกินเจ งานเทศกาลทำบุญเทกระจาด งานเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น ส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรม และการจัดพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น โครงการอุปสมบทหมู่ตามฤดูกาล โครงการบวชสามเณรภาคฤดูร้อน งานทำบุญเข้าพรรษา ออกพรรษา เป็นต้น ควรมีการจัดงานเป็นประจำทุกปี สนับสนุนให้ทุกภาคส่วนร่วมกิจกรรม และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวงาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

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

5.2 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการวิจัยครั้งนี้ พื้นที่ที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย พื้นที่บริเวณตลาดน้ำนครรังสิต และเขตเทศบาลนครรังสิต ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตและบริบทที่เกี่ยวข้อง ศึกษาปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตจากองค์ประกอบต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป ขอบเขตด้านประชากร ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ประชากรผู้ตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต

5.3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นั้น ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การจดบันทึกเพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์ผล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Informant) คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดน้ำนครรังสิต จำนวนไม่น้อยกว่า 34 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งทำการศึกษาและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป (Interpretation and Conclusion) ส่วนระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) นั้น ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จำนวน 400 คน ใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Coham ที่ค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ยอมให้มีความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่เลือกใช้ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยหลังจากที่ทราบค่าสถิติแล้วผู้วิจัยจะทำการสรุปผลในรูปแบบตารางแสดงข้อมูลประกอบกับคำบรรยาย เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการบรรยายสรุปประเด็นตามคำถามที่ได้กำหนดไว้

5.4 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต สามารถสรุปได้ ดังนี้

ผลการศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตที่ถ่ายทอดไว้ ณ แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ทำให้ทราบว่ามรดกทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตมีคุณค่าและความสำคัญยิ่ง มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ทั้งสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี และสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต โดยวัตถุประสงค์ที่จะให้อนุชนรุ่นหลังได้ศึกษา

เรียนรู้ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรม สังคม วิถีชีวิตดั้งเดิมของบรรพบุรุษ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่จะช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดต่อไป โดยคุณค่าและความสำคัญ สรุปประเด็นได้ ดังนี้

คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (History and Cultural Value) “ทุ่งหลวง” หรือ “ทุ่งรังสิต” มีประวัติศาสตร์มายาวนานที่บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์การสร้างเมือง การเมืองและการปกครอง สภาพเศรษฐกิจ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สังคมและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของคนพื้นถิ่น การอพยพโยกย้ายถิ่น การประกอบอาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี และเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์และการพัฒนาการ โดยมีหลักฐานทางเอกสารที่ได้มีการบันทึกไว้ ทำให้ทราบความเป็นมา ที่สามารถถ่ายทอดมายังคนรุ่นหลังให้ได้มีโอกาสศึกษา

คุณค่าทางด้านวิชาการ (Informational Value) เรื่องราวของ “ทุ่งหลวง” หรือ “ทุ่งรังสิต” มีความสำคัญทางด้านการใช้อ้างอิงทางวิชาการ การเรียนรู้วิจัยและวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตและผลที่สืบเนื่องตามมาในปัจจุบัน เช่น การพัฒนาที่ดินและผลกระทบทางสังคม ในการสร้างคลองรังสิต เป็นต้น

คุณค่าทางด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic Value) มรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่รังสิต ประกอบด้วยคุณค่าทั้งทางรูปธรรม และนามธรรม สิ่งที่เป็นรูปธรรมประเมินได้ด้วยความรู้สึก และสร้างความประทับใจ และความรู้สึกจรใจ อาทิ ทัศนียภาพของสายน้ำคลองประวัติศาสตร์ ภาพวิถีชีวิตคนพื้นถิ่น การทำมาหากิน ภาพประตูลาน้ำจุฬาลงกรณ์สิ่งสร้างทางประวัติศาสตร์ สะท้อนความรู้สึกรำลึกเหตุการณ์ย้อนอดีต ส่วนรูปแบบนามธรรม คือ การแสดงออกแห่งความเชื่อและเลื่อมใสศรัทธาทั้งในทางศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมของชาวรังสิต

คุณค่าด้านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (Rarity and Uniqueness Value) นครรังสิต มีเอกลักษณ์วัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารที่ขึ้นชื่อ คือ ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตที่เป็นที่เลื่องลือเล่าขาน และมีการถ่ายทอดมายังลูกหลานให้สืบสานเพื่อการทำมาหากินและสร้างชื่อเสียงให้กับท้องถิ่นจากสูตรการทำแบบดั้งเดิมที่เป็นมรดกตกทอด รวมถึงเรื่องราวสมันพันธุ์หายากที่ปัจจุบันสูญพันธุ์ไปแล้ว ซึ่งแต่ก่อนเคยอาศัยชุกชุมในพื้นที่รังสิต จนเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น

คุณค่าทางด้านสังคม (Social Value) นครรังสิต มีคลองสายน้ำประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมทางด้านประเพณี สังคม และวัฒนธรรม มีวัดที่เป็นโบราณสถานทางศาสนาที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและเป็นสถานที่ใช้ทำกิจกรรมและประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบูรณะปฏิสังขรณ์ร่วมกันดูแลรักษาสืบมา เป็นศูนย์รวมแห่งศรัทธา สามัคคีมีการใช้สอยทำกิจกรรมตามวาระประเพณีอันดีงาม จากอดีตสู่ปัจจุบัน

คุณค่าทางด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Value) โดยทำให้เกิดประโยชน์ต่อการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของคนในปัจจุบันได้ การที่นำเอาเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่ง

มีคุณค่าในรูปแบบนามธรรม มาผนวกผสานกับคุณค่าทางรูปธรรมของสายน้ำคลองประวัติศาสตร์ สร้างเรื่องราวให้เกิดความน่าสนใจ ฟื้นฟูให้เกิดมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อชุมชน ทำให้เกิดศักยภาพในอันที่จะส่งเสริมคุณค่าด้านเศรษฐกิจชุมชน จึงเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ก่อประโยชน์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้เกิดแก่ชุมชนในท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังพื้นที่ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น และกิจการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ปัจจุบันสิ่งบ่งบอกถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่ยังคงปรากฏให้เห็นในด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพื้นที่รังสิต ทั้งมรดกวัฒนธรรมเดิมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritages) มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritages) และสิ่งสร้างขึ้นใหม่เพื่อการฟื้นฟูอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (New Building to Preserve Cultural Heritages) ได้แก่ ตลาดน้ำนครรังสิต ประติมากรรมจับกัง-กุลิจีน ประติมากรรมสมัน ประติมากรรมโกฮับ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต สามารถสรุปแต่ละประเด็นในภาพรวมได้ ดังนี้

ด้านประวัติศาสตร์ พบว่า ตลาดน้ำนครรังสิต สร้างขึ้นเพื่อต้องการฟื้นฟูอนุรักษ์ พัฒนา และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวรังสิตตลอดจนผู้สัญจรไปมาได้เรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โดยที่คลองรังสิตประยูรศักดิ์นั้นเป็นคลองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงเป็นปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยที่แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตเป็นองค์ประกอบหลักในการเชื่อมโยงการถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์นั้น

ด้านแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคม และวัฒนธรรม พบว่า ตลาดน้ำนครรังสิต จัดโซนนิทรรศการแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น ความเป็นมาของชุมชนวิถีชีวิตชาวคลองรังสิตในอดีต จัดแสดงพิพิธภัณฑ์ถ้วยเตี้ยและเรือถ้วยเตี้ยจำลอง จึงเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ สังคม และวัฒนธรรม ของผู้คนสมัยก่อน ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษา

ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี พบว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีการจัดกิจกรรมด้านขนบธรรมเนียมประเพณีที่สร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในพื้นที่ ตามนโยบายของผู้บริหารที่สนับสนุน ส่งเสริม และอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณี และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดคุณค่า คือ ส่งเสริม อนุรักษ์ประเพณีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นต่อเนื่องทุกปีเพื่อให้ชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญ ๆ จึงเป็นการสืบสานขนบธรรมเนียม และประเพณีที่ดีงาม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับท้องถิ่น

ด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” มีประวัติและชื่อเสียงมายาวนาน ผู้คนทั่วไปรู้จักรังสิตก็เพราะก๋วยเตี๋ยวเรือที่มีเอกลักษณ์และเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหารตลาดน้ำนครรังสิตชูประเด็น “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” ขึ้นมาเป็นจุดเด่นในการขายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม แปลงภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับแหล่งท่องเที่ยว ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตจึงเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีบริการนวดแผนโบราณรังสิต และสินค้าโอท็อป (OTOP) ท้องถิ่นอีกด้วย

ด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรม พบว่า มีโครงการและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเทศบาลนครรังสิต เป็น “แผนกิจกรรมประจำปี” เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต เป็นต้น ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น โดยตลาดน้ำนครรังสิตเป็นจุดสำคัญอีกจุดหนึ่งที่มีการจัดกิจกรรมตามนโยบายโครงการและกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ จึงเป็นปัจจัยวัฒนธรรมด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมภายในพื้นที่

ด้านการวางแผนการจัดการ การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่า นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และส่งเสริมอาชีพของประชาชน โดยเฉพาะการผลิต และพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่ประชาชน ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต จัดตั้งไชน่าทาวน์รังสิตเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวต้องคลองรังสิต มีการวางแผนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง จึงเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังพื้นที่ตลาดน้ำและพื้นที่เชื่อมโยง

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบัน สามารถสรุปแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

การจัดการด้านการสร้างรายได้และผลประโยชน์แก่ชุมชน พบว่า ในการบริหารจัดการมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และมุ่งหมายให้เกิดการสร้างรายได้และผลประโยชน์และการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการ มีการลงทะเบียนผู้ประกอบการในแพตลาดน้ำอย่างเป็นระบบ และจัดเก็บค่าเช่าที่เหมาะสมโดยนำรายได้จากค่าเช่ามาใช้ดูแลตลาดน้ำและจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชน

การจัดการด้านการฝึกอบรมและให้ความรู้ พบว่า มีการจัดฝึกอบรมบุคลากรและชุมชนอย่างต่อเนื่อง ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบธุรกิจการท่องเที่ยวแบบใหม่แก่

ผู้ประกอบการที่เป็นคนภายในท้องถิ่น การให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านอาชีพ และด้านอื่น ๆ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ มีการเข้าร่วม ของผู้ประกอบการในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเองและเผยแพร่สินค้าการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตที่ผู้ประกอบการผลิตขึ้นให้เป็นที่รู้จัก เผยแพร่ตามสถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ

การจัดการด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม พบว่า มีการจัดระเบียบของสถานที่ที่เหมาะสมในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านการจัดพื้นที่โซนนิ่งของเพนิทรรศการด้านประวัติศาสตร์ พื้นที่ในส่วนของประติมากรรมก๋วยเตี๋ยวเรือ พื้นที่จัดแสดงพันธุ์ปลาพื้นเมืองและพันธุ์ปลาในคลองรังสิตประยูรศักดิ์ การจัดโซนนิ่งร้านค้าในแพเป็นสัดส่วน โซนนิ่งกลุ่มนวดแผนไทย การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ทุกแพร้านค้ากำหนดให้มีการติดตั้งบ่อดักไขมัน ระบบการจัดเก็บขยะที่ดี มีการคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ ขยะเปียกที่เป็นเศษอาหารทางเทศบาลนครรังสิตจะนำไปเลี้ยงเพาะพันธุ์ไส้เดือน และทำปุ๋ยชีวภาพ มีการจัดวางถังขยะเป็นจุด ๆ เพิ่มความสะดวกในการทิ้งขยะแก่นักท่องเที่ยว

การจัดการด้านแผนการจัดการ พบว่า มีการจัดทำแผนการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิตเป็นแผนระยะยาว มีการจัดสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ทำสถิติ และจัดเก็บเป็นฐานข้อมูล เพื่อทบทวนการจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เพื่อให้เกิดดุลยภาพระหว่างกัน โดย อีกทั้งข้อกำหนดในการบริหารงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการภายในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

การจัดการด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชุมชน พบว่า มีการนำจุดเด่นในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น เรื่องอาหารประจำถิ่นที่ขึ้นชื่อ “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” ขึ้นมาเป็นจุดขาย การสร้างบรรยากาศของการถวิลหาอดีตให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยกลางคน และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจากนิทรรศการและประติมากรรมแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวและกลุ่มเยาวชน นักเรียนและนักศึกษาเป็นพิเศษ มีการวางแผนการจัดการด้านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความลงตัวที่สอดคล้องกับประเด็นและบรรยากาศดังกล่าว

การจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม พบว่า ที่ตั้งของตลาดน้ำนครรังสิตที่มีความโดดเด่นเป็นทางผ่านเข้าออกไปสู่ทุกภูมิภาค มีการจัดการให้ความรู้ด้านความสำคัญทางประวัติศาสตร์ นิทรรศการก๋วยเตี๋ยวเรือและประติมากรรมก๋วยเตี๋ยวเรือโกฮับ และเรื่องราวริมคลองในอดีตเพื่อสร้างความโดดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยว สินค้าพื้นเมือง และบริการนวดแผนไทย การเดินทางที่มีความสะดวก การจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน การปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้ของชุมชนและเยาวชน การจัดการด้านราคาสินค้า มีการควบคุมไม่ให้มีราคาที่สูง มีผู้รับฟังความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการ

การจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีการจัดการในส่วนของข้อมูลประชาสัมพันธ์เส้นทาง จัดทำคู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ และการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ในเว็บไซต์ของเทศบาลนครรังสิต และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว มีการแจ้งเส้นทางที่ชัดเจน มีแผนที่ พร้อมคำอธิบายการเดินทางให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ของตลาดน้ำนครรังสิตและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในเขตเทศบาลและที่ใกล้เคียงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วจากเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย

การจัดการด้านการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้บริหารมีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริม คุณแลอนุรักษวัฒนธรรม จารีตประเพณี ทัศนคติของท้องถิ่น และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดคุณค่า ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีการบริหารจัดการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาทิ มีป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำแพร้านค้า ที่จอดรถ จำนวนร้านค้าเหมาะสมกับจำนวนแพ มีการแบ่งสัดส่วนการให้บริการ มีรถสุขาเคลื่อน มีการบริการด้านระบบรักษาความปลอดภัย มีระบบสื่อสารแจ้งข้อมูลที่รวดเร็วและทันสมัย ด้านมาตรฐานแพมีโครงสร้างแข็งแรงมีมาตรฐาน มีที่นั่งพักผ่อนและให้อาหารปลา มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว จัดตั้งผู้รับข้อมูลแบบแสดงความคิดเห็น ด้านการพัฒนาพื้นที่บริเวณตลาดน้ำนครรังสิต มีนโยบายที่จะขยายพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบสัญญาณ และโทรศัพท์ ทางลงสู่แพและระหว่างแพมีการเชื่อมต่อเพื่อความสะดวก

การจัดการด้านการตลาดและบริการ พบว่า ด้านการตลาดจะมุ่งเน้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก โดยขอความร่วมมือสื่อในการช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และช่วยเหลือในเรื่องของการตลาดให้กับผู้ประกอบการ พร้อมกับมีการให้ความรู้ให้การอบรมผู้ประกอบการในเรื่องของการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว การมีจิตบริการ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็ก จึงปรับให้เหมาะสมกับสถานที่

ประโยชน์ที่ได้รับ คือการได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทุกภาคส่วน ตามวัตถุประสงค์ ตลาดน้ำนครรังสิตเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วน ช่วยลดปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด ตลาดน้ำนครรังสิตมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิต

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) กลุ่มตัวแทนทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็น ได้ดังนี้ 1) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีบริเวณที่เล็กแคบ การปรับปรุงด้านภูมิทัศน์ และทัศนียภาพของตลาดน้ำก็ทำได้อย่างจำกัด 2) ด้านเอกลักษณ์ของตลาดน้ำและการรักษาวิถีชีวิตของท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่นและผู้ที่ย้ายเข้ามาใหม่ยังไม่สามารถแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสร้างความกลมกลืนไปด้วยกันได้ง่าย 3) การดำเนินงานด้านการจัดการด้านนโยบายควบคุมราคาขายของผู้ประกอบการร้านค้าทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันและบางครั้งนำไปสู่ความขัดแย้ง 4) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่บางส่วนยังไม่ได้มีการจัดตั้งเป็นชุมชน ยังอยู่ในระดับต่ำ และประชากรแฝง ผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่ขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น 5) ด้านนักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสนใจต่อการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นมากนัก 6) ถนนท้องถิ่นมีขนาดแคบและบางจุดที่พื้นผิวขรุขระ และปัญหาด้านการจราจร 7) ด้านแผนการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ขาดความเข้าใจของภาคประชาชน จึงทำให้ขาดการมีส่วนร่วมจากประชาชนซึ่งบางเรื่องก็นำไปสู่ความขัดแย้ง อาทิ ปัญหาการรुक้าที่สาธารณะทั้งในส่วนในพื้นที่เอกชนและพื้นที่ราชการ เช่น ริมคลองรังสิต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิต

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้แสดงความความคิดเห็นว่าเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทุกฝ่ายที่จะต้องเข้าร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อให้การจัดการบรรลุผลสำเร็จและเกิดความยั่งยืน โดยควรมีการกำหนดบทบาทที่ชัดเจนของทุกฝ่ายในส่วนที่ต้องรับผิดชอบในแต่ละประเด็นปัญหา และร่วมกันแก้ไขอย่างจริงจัง

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไปมากที่สุด ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และมีที่พำนักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจำนวน 2-4 ครั้ง และส่วนใหญ่เดินทางมา กับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน โดยเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มากที่สุด นอกจากนี้ พบว่า ผู้ที่มีส่วน สำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด รองลงมา คือ ญาติ/ คนในครอบครัว โดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อต้องการทานอาหารขึ้นชื่อของตลาด น้ำนครรังสิต มากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของแหล่ง ท่องเที่ยวจากบุคคลในครอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการ พัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนา และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในภาพรวมจากค่าเฉลี่ยสูงสุดตามลำดับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตในด้านคุณค่าและ ความดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.35$) รองลงมาเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก มี ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.10$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.08$) ด้าน การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.97$) ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ($\bar{x} = 3.87$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.65$) และด้านการเข้าถึงแหล่ง ($\bar{x} = 3.45$) ส่วนที่เหลืออีก 1 ด้านเป็นความคิดเห็นที่มี ต่อแนวทางการพัฒนาในระดับน้อย คือ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 2.15$)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายประเด็นของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแต่ละด้าน พบว่า

ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการ พัฒนาในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านบรรยากาศและความสวยงาม ($\bar{x} = 4.27$) และด้านความ สะอาดและเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 4.24$) รองลงมาคือ ด้านทัศนียภาพของตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 4.07$) ด้านความสะดวกในการเดินชมและเลือกซื้อสินค้า ($\bar{x} = 4.04$) และด้านสัดส่วนของพื้นที่ให้บริการ ($\bar{x} = 3.91$) โดยทั้ง 3 ด้านที่กล่าวนี้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาอยู่ในระดับ มาก

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาใน ระดับมากทุกด้าน คือ ความน่าสนใจของข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากช่องทางต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.20$) รองลงมาคือ ด้านความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{x} = 4.14$) และด้านความชัดเจนและการ เข้าถึงได้ของการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ ($\bar{x} = 3.91$) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงแหล่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาด้านความคล่องตัวในการเดินทางถึงตลาดน้ำนครรังสิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) รองลงมาคือด้านสภาพของถนนบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.47$) อยู่ในระดับปานกลาง และด้านสภาพเส้นทางถนนสู่ตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.27$) ตามลำดับ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนา ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน คือ ด้านการสืบสานทางวัฒนธรรมและประเพณีให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องสืบไป ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 4.41$) และด้านข้อมูลความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องและผูกพันกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ค่านานอาหาร ความเชื่อ ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่จัดแสดงบนแพ ($\bar{x} = 4.34$) ตามลำดับ ส่วนด้านสิ่งปลูกสร้างของตลาดน้ำเพื่อให้มีความโดดเด่น กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$)

ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรมีการพัฒนาในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านแพที่จัดนิทรรศการเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.41$) และด้านความสอดคล้องเหมาะสมของพื้นที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำในเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ($\bar{x} = 4.23$) รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องเหมาะสมของกิจกรรมกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของผู้คนในชุมชน ($\bar{x} = 4.14$) โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเป็นมิตรและอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น/พื้นที่ ($\bar{x} = 2.70$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ควรพัฒนา ด้านที่นั่งพักผ่อนในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต อยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ($\bar{x} = 4.32$) รองลงมาอันดับ 2 อยู่ในระดับมาก มี 4 ด้าน คือ ด้านความสะอาดและจำนวนห้องน้ำรถสุขาในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 4.11$) ด้านความเหมาะสมของจำนวนร้านค้าในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 4.01$) ด้านป้ายบอกทางในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.91$) ด้านสถานที่จอดรถในบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต ($\bar{x} = 3.78$) และด้านการบริการด้านระบบความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับ 3 ($\bar{x} = 3.31$) มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านผู้ให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยว/มรดกเทศก์ ($\bar{x} = 2.13$) มีระดับความคิดเห็นว่าควรพัฒนาน้อย

ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ควรพัฒนา ด้านความเหมาะสมของราคาสินค้าและของที่ระลึกในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 2.70$) ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 2.11$)

ด้านอรรถศาสตร์ไม้ตรีของคณชายในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 1.93$) และด้านคุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม
ในบริเวณตลาดน้ำ ($\bar{x} = 1.86$) ซึ่งจัดว่าอยู่ในระดับน้อย เช่นกัน

ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ควร
พัฒนาด้านการจัดการในด้านการฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ($\bar{x} =$
4.52) รองลงมาอันดับ 2 คือ ด้านศักยภาพของพื้นที่ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.90$) มีระดับความ
คิดเห็นอยู่ในระดับมาก และอันดับ 3 คือ การกำหนดเขตในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เป็นสัดส่วน
ระหว่างพื้นที่นันทนาการ พื้นที่พักอาศัย และพื้นที่สวน ($\bar{x} = 3.50$) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ใน
ระดับมาก เช่นกัน

ตอนที่ 4 สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ในภาพรวม
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา
คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และไม่กลับมาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ โดย
นักท่องเที่ยวให้เหตุผลของความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำว่า เป็นเพราะอาหารอร่อย สถานที่ที่เป็น
ทางผ่านและไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและสถานที่พักของนักท่องเที่ยว การเดินทางสะดวก มี
บรรยากาศที่เรียบง่าย เงียบสงบ และเหตุผลที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการกลับมาแน่นอนนั้น
นักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่า มีสินค้าให้เลือกชมและเลือกซื้อน้อย ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเหมือน
ตลาดน้ำแห่งอื่น สถานที่ภายในแพและบริเวณตลาดน้ำคับแคบแออัด รถมอเตอร์ไซด์เพียงคันเดียวและไม่
ค่อยสะอาด ที่จอดรถไม่เพียงพอ

4.2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางพัฒนาของนักท่องเที่ยว สรุปเป็น
ประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว
และจัดทำสื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นภาษาต่างประเทศด้วย จัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่พูดภาษาอังกฤษ
ได้ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่ง ควรมีการจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนใน
หลาย ๆ จุด ให้มีภาษาอังกฤษด้วย และปรับปรุงขยายถนนท้องถิ่นให้กว้างขึ้น ควรเพิ่มพื้นที่จอดรถ
ควรจัดให้มีห้องสุขาที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ ควรมีที่จอดรถในบริเวณที่ใกล้กับตลาดน้ำนคร
รังสิต ควรจัดให้มีพื้นที่นั่งพักผ่อนที่เพียงพอเหมาะสม ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามสอดคล้อง
กลมกลืน 3) ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควรควบคุมคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการ ควร
มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายมากกว่านี้ พ่อค้าและแม่ค้าควรได้รับการอบรมการให้บริการลูกค้าและ
การใช้ภาษาต่างประเทศด้วย เพื่อให้สามารถให้การต้อนรับและบริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย
และชาวต่างชาติได้อย่างมีคุณภาพ 4) ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่ และกิจกรรมที่ปลูกฝังให้เยาวชนและคนในพื้นที่ตระหนัก

ถึงความสำคัญของการมีตลาดน้ำในท้องถิ่น 5) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้ในรูปแบบอื่นด้วยเช่นกัน เช่นการให้ความรู้ตามโครงการที่เกี่ยวกับด้าน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับการสร้างอาชีพที่เป็นโครงการเด่น ๆ ของผู้บริหารตลาดน้ำ

ส่วนที่ 5 เสนอแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตของผู้ที่เกี่ยวข้องสรุป ได้ คือ

ภาครัฐ ควรมีการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตอย่างต่อเนื่อง จะต้องกระตุ้นจิตสำนึกทุก ฝ่ายร่วมกันพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ไปพร้อมกับการอนุรักษ์ ควรมีการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวให้ มากยิ่งขึ้น โดยการออกสื่อและประชาสัมพันธ์ไปยังทุกฝ่ายและทุกกลุ่มควรสร้างความเข้มแข็งใน ภาครัฐบาลสู่ภาคประชาชน ควรสร้างการมีส่วนร่วมสนับสนุนให้ชุมชนได้มีบทบาทในการแสดง ความคิดเห็น ส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความรู้สึกรักผูกพันสามัคคี ควรมีการ ปรับปรุงพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้น่าสนใจมากขึ้น ควรมีการสนับสนุนให้ ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อชุมชนและสร้างรายได้ให้เกิด แก่ชุมชนมากกว่าการหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ ควรมีการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการ ทำงาน อบรมผู้ประกอบการในการอนุรักษ์รักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองและด้านความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ควรมีการขยายพื้นที่ตลาดน้ำ ส่งเสริมอาชีพของชุมชน ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว ให้คนเข้ามาเที่ยวและใช้จ่ายเงิน

ภาคเอกชน ควรมีการพัฒนาและทำให้เป็นตลาดน้ำจริง ๆ และอย่างยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มากกว่าที่เป็นอยู่ นอกเหนือจากกิจกรรมประจำปี กิจกรรมควรมี ความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรขยายพื้นที่ตลาดน้ำและเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ชุมชน สินค้าโอท็อป (OTOP) สินค้าการเกษตร ไม้ดอกไม้ประดับ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ไป ยังจังหวัดใกล้เคียงให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ควรปรับปรุงที่จอดรถ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกให้กับร้านค้าและนักท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมในการช่วยกันอนุรักษ์คลอง อนุรักษ์คุณภาพ อาหารภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งรสชาติและความสะอาด ให้คงอยู่อย่างนี้ตลอดไป

ผู้นำชุมชน นักวิชาการ และปราชญ์ท้องถิ่น โดยผู้นำชุมชนควรมีการร่วมแสดง ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ทำหน้าที่เป็นแกนนำชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับ ลูกบ้าน และนำลูกบ้านเข้าร่วมในการพัฒนาและอนุรักษ์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นักวิชาการ และปราชญ์ท้องถิ่น ควรร่วมกับสถาบันการศึกษาภายในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ ความรู้ด้านวิชาการต่าง ๆ ในการเสนอแนะแนวทาง แสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการ

พัฒนาและอนุรักษ์ด้านการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน ร่วมกับปราชญ์ท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องในการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมฟื้นฟูเรียนรู้และอนุรักษ์ต่อยอดไปยังรุ่นลูกหลานสืบไป

ชุมชน ชาวบ้าน/ประชาชน ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเขตพื้นที่เทศบาลนครรังสิตควบคู่กันไป เพื่อให้คนทั่วไปได้รู้จักและมาเที่ยว ควรพัฒนาปรับปรุงตลาดน้ำนครรังสิตให้ทัดเทียมกับตลาดน้ำแห่งอื่น ๆ ควรเจาะกลุ่มตลาดให้เข้าถึงทุกกลุ่ม รวมถึงกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ควรมีการร่วมมือกับภาคธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวให้มากขึ้น ควรมีกิจกรรมที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ควรเร่งสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้มากยิ่งขึ้น เทศบาลควรเอาใจจริงเอาใจกับผู้ที่ทำให้ล่าคลองน่าเสีย โดยการทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลลงในแม่น้ำล่าคลอง ควรให้ความรู้กับเยาวชนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ควรสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรขยายพื้นที่ตลาดน้ำสร้างพื้นที่ท่ามาค้าขายให้กับชุมชนในพื้นที่เพื่อให้มีรายได้ ควรมีการอบรมให้กับชุมชนด้านการสร้างงานสร้างอาชีพ ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

จากผลการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลและสรุปแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในแต่ละด้าน ดังนี้

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างยั่งยืน

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐควรเร่งดำเนินการขยายพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต ควรปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพ ควบคุมการบริการของผู้ประกอบการท้องถิ่นให้มีมาตรฐาน อบรมภาษาต่างประเทศในการต้อนรับและบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปรับปรุงแพนัทรสการให้มีความดึงดูดใจ ปรับปรุงสภาพถนนท้องถิ่น ขยายถนนส่วนที่คับแคบ จัดการเรื่องปัญหาการจราจร ควรเพิ่มป้ายบอกทางให้เห็นชัดเจนและเพิ่มภาษาอังกฤษบนป้าย ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาต่างประเทศให้เป็นสากล ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ภาษาอังกฤษ เพิ่มพื้นที่จอดรถ ห้องสุขาที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ เพิ่มที่กักบริเวณใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มจำนวนร้านค้าและความหลากหลายของสินค้า ปรับปรุงพื้นที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายมากกว่านี้ เพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนและอนุรักษ์ความเป็นตลาดน้ำให้คงอยู่ได้

2. ด้านการบริหารจัดการ เทศบาลนครรังสิตควรเป็นแกนนำหลักร่วมกับภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในการเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงชักนำให้ทุกฝ่ายเข้ามาร่วมเจรจา แก้ไขปัญหา และขอความร่วมมือร่วมกันในการจัดการเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จและเกิด

ความยั่งยืน ควรมีการกำหนดบทบาทของทุกฝ่ายที่ชัดเจน ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในด้านอื่น ๆ ควบคู่กันไป

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมโดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานมีเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สร้างการรับรู้ และมีการบูรณาการร่วมกัน จัดแบ่งภาระหน้าที่ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม จัดตั้งชุมชนของผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่และร่วมมือกันสร้างประโยชน์และผลดีต่อกันโดยรวม

4. ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่มากขึ้น ที่จะสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมได้ ควรมีกิจกรรมที่สามารถปลูกฝังให้เยาวชนและคนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีตลาดน้ำในท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ และมีความรู้ความเข้าใจในการเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนช่วยสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันดีงาม ควรมีการสร้างสรรค์กิจกรรมทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจ และควรปรับปรุงกิจกรรมที่มีอยู่เดิมให้มีความพร้อมสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม ควรมีการส่งเสริมการให้ความรู้ในรูปแบบอื่นด้วยเช่นกัน เช่นการให้ความรู้ในโครงการที่เกี่ยวกับด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับการสร้างอาชีพที่เป็นโครงการเด่น ๆ ของผู้บริหารตลาดน้ำ

แนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างยั่งยืน

ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรมีจิตสำนึกที่ดีและพร้อมให้ความร่วมมือกันในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ช่วยกันดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ดี ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์ มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน มีมาตรการในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและระดมแรงค์ให้ทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือ โดยให้ความสำคัญและคำนึงถึงเรื่องสังคมและวัฒนธรรม ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนให้เกิดความตระหนักและเห็นผลประโยชน์ส่วนรวมของการเข้าร่วมมือในการในอนุรักษ์ในด้านต่าง ๆ ร่วมกันอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความยั่งยืนสืบไป

5.5 อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ทำให้ทราบประเด็นของผลการศึกษาที่ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. คุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต พบว่า คุณค่าทางวัฒนธรรม สังคม และความเป็นมาของมรดกทาง

วัฒนธรรมของชาวรังสิตที่ถ่ายทอดไว้ ณ แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ทำให้ทราบว่ามรดกทางวัฒนธรรมของชาวรังสิตมีคุณค่าและความสำคัญยิ่ง โดยผลการศึกษาค้นพบว่า สิ่งบอกเล่าของพื้นที่ “ทุ่งรังสิต” เป็นเรื่องราวการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ทั้งสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต โดยวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้นุชนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรม สังคม วิถีชีวิตดั้งเดิมของบรรพบุรุษ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่จะช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับสายันต์ ไพรชาญจิตร (2550) ที่ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับธรรมชาติของวัตถุทางวัฒนธรรม และทรัพย์สินทางวัฒนธรรมใด ๆ ไม่ได้มีคุณค่าฝังติดอยู่ในตัวของสิ่งนั้น ๆ มนุษย์เป็นผู้ศึกษาและกำหนดคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ซึ่งก็มักจะมีคุณค่าแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับกรอบเกณฑ์ของปัญญา ประวัติศาสตร์ ประสบการณ์ และจิตวิทยาสังคมในแต่ละวัฒนธรรมที่ยึดถือ โดยปัจเจกชน หรือกลุ่มคน ในลำดับแรกเรากำหนดคุณค่าของวัตถุทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรมไว้ในฐานะที่เป็นทรัพยากร ก็เพราะเรามองเห็นศักยภาพที่จะใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ได้ทั้งกาลปัจจุบันและในกาลอนาคต ซึ่งศักยภาพของวัตถุทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรมนั้น ๆ อาจจะไม่ใช่ศักยภาพดั้งเดิมในสมัยที่ถูกสร้างขึ้นมาก็ได้ โดยคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมและสังคมที่ได้ถูกถ่ายทอดไว้ ณ ตลาดน้ำนครรังสิต ทั้งด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ด้านวิชาการ ด้านสุนทรียศาสตร์ เอกลักษณ์ของท้องถิ่น สังคม และเศรษฐศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิลเลียม ดี ไลป์ (อ้างถึงใน สายันต์ ไพรชาญจิตร 2550) ที่ระบุว่าทรัพยากรวัฒนธรรมมีคุณค่า 4 แบบ คือ 1) คุณค่าที่แสดงนัยของอดีต 2) คุณค่าทางวิชาการ 3) คุณค่าทางด้านความงามหรือสุนทรีย์ ที่ในมุมมองของคนในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ มีมาตรวัดและกำหนดคุณค่าของความสวยงามแตกต่างกันออกไป 4) คุณค่าทางเศรษฐศาสตร์ของทรัพยากรวัฒนธรรม ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของคนในปัจจุบันได้ ขณะที่งานวิจัยของสุนทรี อาสะไวย์ เรื่อง “ประวัติคลองรังสิต: การพัฒนาที่ดินและผลกระทบต่อสังคม พ.ศ. 2431–2457 และ บทความของพิพัฒน์ กระแจะจันทร์ ในหนังสือศิลปวัฒนธรรม (2554) ได้อ้างอิงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของ “ทุ่งรังสิต” เพื่อกล่าวถึงสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เป็นการส่องให้เห็นคุณค่าด้านต่าง ๆ และเน้นความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม “ทุ่งรังสิต” ที่ปรากฏชัดเจนขึ้น

ปัจจุบันสิ่งบ่งบอกถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่ยังคงปรากฏให้เห็นในพื้นที่รังสิต ได้สร้างคุณค่า ความศรัทธา เอกลักษณ์ สร้างการเรียนรู้และประโยชน์ให้ชุมชนและท้องถิ่น อาทิ มรดก

วัฒนธรรมเดิมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritages) และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritages) รวมถึงสิ่งๆ ที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อการฟื้นฟูอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (New Building to Preserve Cultural Heritages) สอดคล้องกับแนวคิดของชนิก เลิศชาญฤกษ์ (2552) ที่ได้กล่าวว่า มรดกวัฒนธรรมหรือทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นมีอยู่ 2 ประเภท ซึ่งแบ่งตามลักษณะที่ปรากฏอยู่หรือมีอยู่ อันได้แก่ ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Resource) และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Resource)

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรมด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต ผลจากการศึกษาพบว่า คลองรังสิตประยูรศักดิ์นั้นเป็นคลองที่มีความสำคัญเป็นสัญลักษณ์บอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัยของชาวรังสิต โดยตลาดน้ำนครรังสิตเป็นจุดหนึ่งของการสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการจัดกิจกรรมด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ที่สร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุดชีวัน นันทวัน ฅณอยุธยา (2552) ที่ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และได้พบว่า ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้ เพราะมีความเห็นว่าการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีแบบดั้งเดิมไว้จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งวัฒนธรรมงานประเพณี เทศกาล ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” นั้น มีประวัติและชื่อเสียงมายาวนาน ผู้คนทั่วไปรู้จักรังสิตก็เพราะก๋วยเตี๋ยวเรือที่มีเอกลักษณ์และเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหารตลาดน้ำนครรังสิตชูประเด็น “ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต” ขึ้นมาเป็นจุดเด่นในการขายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม แปลงภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ให้กับแหล่งท่องเที่ยว ก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตจึงเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านอาหารที่เปรียบเสมือนแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว สอดคล้องกับประหยัด ตะคอนรัมย์ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษากรณีตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม โดยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ รสชาติอาหารและความงามเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ และเปลวเทียน เจษฎาชัยยุทธ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการเศรษฐกิจชุมชนข้าวหลามบ้านอาสาม ตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน เพื่อศึกษาศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจ ชุมชนของกิจการข้าวหลามบ้านอาสาม โดยพบว่า ปัจจุบันข้าวหลามบ้านอาสามมีคุณค่าทางเศรษฐกิจสูงมาก และกลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งในระดับชุมชนหมู่บ้านอาสาม ตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวัง

ผา และจังหวัดกระบวนการผลิตและการจำหน่ายข้าวหลามเชื่อมโยงภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมที่สำคัญ ได้แก่ประชากรในครอบครัวและชุมชนที่ เป็นผู้ผลิตข้าวหลาม และผู้ผลิตวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องเนื่องมีงานทำและมีรายได้เลี้ยงชีพตลอดปี จึงอาจอธิบายในส่วนนี้ได้ว่า อาหารประจำถิ่นในแต่ละท้องถิ่นที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมประจำถิ่นที่เป็นจุดเด่น และเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวและเป็น โอกาสที่แหล่งท่องเที่ยวจะนำเสนอการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ไปด้วย เป็นการสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจชุมชนอันสืบเนื่องจากอาหารประจำถิ่น

นอกจากนั้น ตลาดน้ำนครรังสิต ยังมีบริการนวดแผนโบราณ เป็นกลุ่มอาชีพกลุ่มแม่บ้านเทศบาลนครรังสิต สินค้าโอท็อป (OTOP) กิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การแข่งเรือพายพื้นบ้าน การแข่งเรือยาว กว๊ายเตี้ยเรือรังสิต และด้านอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว ดังที่ Swarbrooke (1999) ซึ่งได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมแต่ละประเภท จะมีความเชื่อมโยงและเกี่ยวพันกัน

3. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต พบว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีการจัดการการท่องเที่ยวในหลาย ๆ ด้าน อาทิ โดยการจัดการด้านการสร้างรายได้และผลประโยชน์แก่ชุมชน ทำให้เกิดการสร้างรายได้และผลประโยชน์แก่ชุมชน มีการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุดชีวัน นันทวัน ณ อุชฺฐยา (2552) ที่ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทราบดีว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำรายได้หลักให้กับจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ ด้านการบริหารจัดการ มีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ และมุ่งหมายให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการ การจัดการด้านการฝึกอบรมและให้ความรู้ เทศบาลนครรังสิต มีการจัดฝึกอบรมบุคลากรและชุมชนอย่างต่อเนื่อง นโยบาย และแผนการจัดการ กำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ทุกแพร้านค้ากำหนดให้มีการติดตั้งบ่อดักไขมัน ระบบการจัดเก็บขยะที่ดี และการคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ การจัดการด้านแผนการจัดการรับผิดชอบโดยสำนักปลัดเทศบาล งานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดการด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชุมชน โดยนำจุดเด่นในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น เรื่องอาหารประจำถิ่นที่ขึ้นชื่อ “กว๊ายเตี้ยเรือรังสิต” ขึ้นมาเป็นจุดขาย รวมทั้งการสร้างบรรยากาศวิลหาอดีต และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจากนิทรรศการและประติมากรรมแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม มีการวางแผนการจัดการด้านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความลงตัวที่สอดคล้องกับประเด็นและบรรยากาศดังกล่าว และการจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม โดยสถานที่ที่มีความโดดเด่น วิถีชีวิตท้องถิ่น ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ นิทรรศการกว๊ายเตี้ยเรือ

และประติมากรรมกัวยเตี้ยเรือโกฮับ และเรื่องราวในอดีตเป็นตัวชูรสให้ความโดดเด่นของวิถีชีวิตริมคลองนั้นเด่นชัดยิ่งขึ้น การปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้และความรู้สึกสำนึกรักท้องถิ่นแก่ชุมชนและเยาวชน การจัดการด้านราคาสินค้า มีการควบคุมไม่ให้มีราคาที่สูง มีผู้รับฟังความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์เพื่อการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ ศิลพัชรนันท์ (2553) ได้แสดงทรรศนะว่า การฟื้นฟูตลาดน้ำและตลาดริมน้ำขึ้นอยู่กับทรัพยากรของท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงสร้างของตลาดริมน้ำเป็นทุนเดิม โดยในปัจจุบัน มักดำเนินการประชาสัมพันธ์มากขึ้น มีการจัดพิธีเปิดตลาด มีการจัดการแสดงทางวัฒนธรรมประกอบในช่วงเปิดตลาดเพื่อสร้างความสนใจ การฟื้นฟูตลาดริมน้ำ ทำให้อาคารร้านค้าริมน้ำเริ่มปรับตัวโดยให้บริการที่ตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การขายอาหาร ขนม ของที่ระลึก การนวด การพยากรณ์ โชคชะตา ฯลฯ โดยอาศัยจุดแข็งของทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น และความสามารถในการประกอบอาหาร

อย่างไรก็ตาม พบปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพื้นที่ของตลาดน้ำนครรังสิตมีบริเวณที่คับแคบ จึงไม่สามารถทำอะไรได้มากนัก ส่วนการปรับปรุงด้านภูมิทัศน์และทัศนียภาพของตลาดน้ำก็ทำได้อย่างจำกัด เนื่องจากมีพื้นที่ส่วนบุคคลทั้งที่เป็นของคนท้องถิ่นเองและที่ขายให้กับบุคคลอื่น รูปแบบตามสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ที่ไม่สอดคล้องกลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่เดิมก็มีการแต่งเติมดัดแปลง จึงทำให้บรรยากาศของความเป็นตลาดริมน้ำของแหล่งท่องเที่ยวถูกลดทอนลง การจัดการด้านเอกลักษณ์ของตลาดน้ำและการรักษาวิถีชีวิตของท้องถิ่นนั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในท้องถิ่น และชุมชนผู้ที่ย้ายเข้ามาใหม่ไม่เข้าใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผนวกกับคนพื้นถิ่นบางส่วนมีการปรับเปลี่ยนค่านิยมไปตามยุคสมัย วัฒนธรรมบางอย่างถูกคัดลอกเลียนไปกับสภาพแวดล้อมของการพัฒนาเมือง เป็นอุปสรรคและทำให้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตหลาย ๆ ส่วนที่เป็นความดั้งเดิมได้เลือนหายไป ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวเองก็ไม่ค่อยให้ความสนใจต่อการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Butler (1998) ที่เชื่อว่าขณะที่แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาดำเนินไปจะเกิดปัญหาต่าง ๆ เนื่องจากคนนอกพื้นที่เริ่มเข้าไปควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น การปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนท้องถิ่นกับผู้เข้าไปเยือนก็จะเปลี่ยนไปเป็นแบบทางการมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของธีราภรณ์ นกแก้ว (2555) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง ส่วนหนึ่งได้แก่ ปัญหาเรื่องความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ ทำให้สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วทำให้ตลาดน้ำถูกลดบทบาทลงไปพร้อมกับ การสัญจรทางน้ำ โดยหันมาใช้การสัญจรทางบก และย้ายขึ้นมาขายของบนบกแทน ที่ผ่านมามี

ความพยายามหลายครั้งในการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมาแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ พ่อค้า แม่ค้าก็ขาดทุน จึงทยอยถอนตัวออกไปทีละราย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 ที่สำนักงานเขตจอมทองเข้ามาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรนั้น เริ่มมี การนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้ามา จึงเกิดโครงการที่ต้องการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่าของตลาดน้ำให้คงอยู่ต่อไป ต้องการส่งเสริมอาชีพสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ในขณะที่งานวิจัยของจารุเชษฐ์ เรื่องสุวรรณ (2546) ศึกษาการประเมินคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้พบว่า ชุมชนยี่สารเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่มีแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวในชุมชนเกิดจากความต้องการของคนในชุมชนมีการเตรียมความพร้อมและการบริการตามความต้องการของชุมชน เช่น เงินทุนมัคคุเทศก์อาสาสมัครเล่าเรื่องราวในชุมชน การเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและดูแลสวัสดิภาพแก่นักท่องเที่ยว การดำเนินการอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการซึ่งคัดเลือกจัดตั้งกรรมการชุมชน ผลการศึกษาความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่มาร่วมกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี

ส่วนการดำเนินงานการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต ในเรื่องราคาจากนโยบายควบคุมราคาขายของผู้ประกอบการร้านค้าโดยผู้บริหาร เพื่อให้มีความเหมาะสมและเกิดความเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว ซึ่งบางครั้งทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของตลาดน้ำที่ลงพื้นที่ชี้แจงกับผู้ประกอบการร้านค้าและนำไปสู่ความขัดแย้ง ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่บางส่วนยังไม่ได้มีการจัดตั้งเป็นชุมชน การมีส่วนร่วมยังอยู่ในระดับต่ำ ลักษณะทางสังคมจึงเป็นแบบต่างคนต่างอยู่ ด้านแผนการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว หลายส่วนที่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการและไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ส่วนหนึ่งเกิดจากขาดความเข้าใจของภาคประชาชน จึงทำให้ขาดการมีส่วนร่วมจากประชาชนซึ่งบางเรื่องก็นำไปสู่ความขัดแย้ง เช่น ปัญหาการรื้อกล้าที่สาธารณะริมคลองรังสิต ล้วนแต่เป็นจุดอ่อนที่เทศบาลไม่สามารถเข้าไปบริหารจัดการพัฒนาพื้นที่ โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากเป็นปัญหาเชิงนโยบาย และนำไปสู่ข้อขัดแย้งระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน อีกอย่างคือพื้นที่รังสิตค่อนข้างกว้าง ประชาชนมีความหลากหลายทำให้เกิดการรวมกลุ่มยาก การพัฒนาชุมชนค่อนข้างยาก ความร่วมมือน้อย ตลอดจนการบูรณาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ยังไม่ต่อเนื่อง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุดชีวิต นันทวัน อยุธยา (2552) ที่พบว่า การเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนเจ้าของท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมาก และภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น ส่วนปัญหาและอุปสรรคของปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม 8 ประการ ในอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางประการที่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนให้เป็นปัจจัยดึงดูดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพบปัญหาทั้งทางด้านบุคลากรที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมีอยู่น้อย คนในชุมชนและเยาวชนรุ่นใหม่ ยังคงเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวน้อย ในขณะที่งานวิจัยของมธุวรรณ พลวัน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม กลับพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การล่องเรือขายสินค้าผลผลิตจากการเกษตร วิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ และพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทิวทัศน์ และบรรยากาศของตลาดน้ำ และชุมชนริมน้ำ พึงพอใจค่อนข้างมากในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางสะดวกปลอดภัย ในส่วนที่พึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ถึงขยะและสุขาสาธารณะ ในส่วนของอหิชาศัยของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในด้านความเป็นมิตรและยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความช่วยเหลือ และไม่ตรีจิต ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคา จึงอาจอธิบายได้ว่า ชุมชนท้องถิ่นคือหัวใจหลัก เป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรการท่องเที่ยว และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญในการผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในภาคประชาชนและชุมชนในท้องถิ่นอย่างจริงจัง

4. สรุปผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต โดยจากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไปมากที่สุด ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และมีที่พำนักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างภาคประชาชนส่วนใหญ่เป็นหญิง มีสถานภาพโสด โดยมีอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นพนักงานบริษัท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจำนวน 2-4 ครั้ง และส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน โดยเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสภณ สุขสำอางค์ (2554) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมกรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะส่วนตัว นอกจากนั้น พบว่า ผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด รองลงมา คือญาติ/คนในครอบครัว โดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อต้องการทานอาหารขึ้นชื่อของตลาดน้ำนครรังสิต มากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลในครอบครัว/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด สอดคล้องกับมธุวรรณ พลวัน (2546) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอมัทวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในประเด็นที่ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำท่าคาจากแหล่งข้อมูลประเภทสื่อบุคคล (เพื่อน/บุคคลในครอบครัว)

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตในด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่ง ส่วนที่เหลืออีก 1 ด้านเป็นความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาในระดับน้อย คือ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในประเด็นด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ ดังกล่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรพัฒนา ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน คือ ด้านการสืบสานทางวัฒนธรรมและประเพณีให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องสืบไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ในประเด็นที่ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเห็นว่าควรพัฒนาและสืบสานวัฒนธรรมประเพณีให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนบริเวณตลาดน้ำนครรังสิต และด้านข้อมูลความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องและผูกพันกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ด้านานอาหาร ความเชื่อ ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่จัดแสดงบนแพ ตามลำดับ ซึ่งส่วนนี้อาจอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งตัวแทนส่วนหนึ่งของคนทั้งประเทศมีความรักหวงแหนในประเพณีและวัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์

เฉพาะถิ่นที่อาจคล้ายหรือแตกต่างกันในแต่ละถิ่นและต้องการให้มีการสืบทอดไปยังรุ่นต่อ ๆ ไป เป็นลำดับแรก เพื่อให้สิ่งที่ดีงามเหล่านี้คงอยู่คู่คนไทยอย่างต่อเนื่องยั่งยืน

5. เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างยั่งยืน จากผลการศึกษาทั้งหมด อภิปรายผลได้ ดังนี้ 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรเพิ่มพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความคับแคบ ปรับปรุงภูมิทัศน์และทัศนียภาพ ควบคุมการบริการของผู้ประกอบการให้มีมาตรฐาน ผู้ประกอบการควรได้รับการอบรมและเรียนรู้ ปรับปรุงแพนิทรรสการ ถนนเลียบริมคลอง การจราจร เพิ่มป้ายบอกทางพร้อมภาษาอังกฤษ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเป็น ภาษาต่างประเทศด้วย เพิ่มพื้นที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อน ห้องสุขาที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ จำนวน ร้านค้า และความหลากหลายของสินค้าโดยเฉพาะสินค้าชุมชน 2) ด้านการบริหารจัดการ ควรมีการ กำหนดบทบาทของทุกฝ่ายที่ชัดเจน ผลักดันให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสนับสนุนและส่งเสริม การจัดการเพื่อการพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิต เพื่อเป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วนในการทำหน้าที่ ประสานงาน สร้างความเข้าใจแก่ชุมชนและประชาชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เห็นประโยชน์ ส่วนรวม สร้างจิตสำนึกในการร่วมพัฒนาและอนุรักษ์วัฒนธรรม ผลักดันให้มีการทำงานบูรณาการ ร่วมกัน ควรมีการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือเพื่อทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่ชื่นชอบแก่ผู้มาเยือน ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ โดยให้มีการขับเคลื่อนควบคู่กันไปด้วย ควร สร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรมีการอบรมให้กับ ชุมชนด้านการสร้างงานสร้างอาชีพ ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องเพราะเป็น ประโยชน์ต่อชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Weaver และคณะ (2000) ที่ได้กล่าวว่าหากจะ ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยแนวทางและหลักการของ “การท่องเที่ยว เชิงนิเวศ” (ecotourism) โดยได้แสดงทรรศนะถึงหลักการที่สำคัญในการสนับสนุนและผลักดันการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบสำคัญที่ต้องพิจารณา คือ การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ การกระจายรายได้ 3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน โดยเทศบาลนครรังสิต ผู้นำชุมชน ประชาชนท้องถิ่น นักวิชาการในท้องถิ่น เอกชนผู้ประกอบการร้านค้าในท้องถิ่น ชุมชน และประชาชนคนท้องถิ่น จะต้องสร้างการมีส่วนร่วมโดยมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกของการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การดำเนินงานมีเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สร้างการ รับรู้ และมีการบูรณาการร่วมกัน มีการจัดแบ่งภาระหน้าที่ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ และเปิด โอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง ความร่วมมือของทุกฝ่ายเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการรณรงค์ปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้ที่เข้ามา อยู่ใหม่ได้ดี ควรบริหารจัดการให้มีการรวบรวมและจัดตั้งชุมชนของผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่โดยทุกฝ่าย

ร่วมมือกันจะสร้างประโยชน์และเป็นผลดีต่อการเชื่อมต่อก่อสะพานแห่งการประสานงานที่ดีระหว่างกันของชุมชนเก่าและชุมชนใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และประเจต อำนาง (2547) ที่ได้กล่าวถึงหลักการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดึงมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง คือ สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมกันทั้งระบบ ตั้งแต่การคิด วางแผน ทำกิจกรรม ติดตามประเมินผล เรียนรู้และรับประโยชน์ร่วมกัน ที่สำคัญคือ องค์กรชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมที่จะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ เป็นเรื่องของ การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน 4) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่มากขึ้น อีกทั้ง กิจกรรมดังกล่าวควรที่จะสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมได้ เช่น กิจกรรมการประกวดร้องเพลงไทย การเล่นดนตรีไทย สาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น หรือการสาธิตปลูกต้นไม้ พืชและพันธุ์ไม้ต่าง ๆ กิจกรรมการเที่ยวท่องเที่ยวคลองคลองรังสิต เป็นต้น ควรมีกิจกรรมที่สามารถปลูกฝังให้เยาวชนและคนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีตลาดน้ำในท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ และมีความรู้ความเข้าใจในการเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนช่วยสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ซึ่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันดีงาม อีกทั้ง ควรมีการสร้างสรรคกิจกรรมทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจ และควรปรับปรุงกิจกรรมที่มีอยู่เดิมให้มีความพร้อมสมบูรณ์

ส่วนแนวทางการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอย่างยั่งยืน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรมีจิตสำนึกที่ดีและพร้อมให้ความร่วมมือกันในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ช่วยกันดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ดี ผู้บริหารจะต้องมีวิสัยทัศน์ตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการอนุรักษ์ มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีมาตรการในการควบคุมดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือ โดยให้ความสำคัญและคำนึงถึงเรื่องสังคมและวัฒนธรรม ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนให้เกิดความตระหนักและเห็นผลประโยชน์ส่วนรวมของการเข้ามาร่วมมือในการในอนุรักษ์ในด้านต่าง ๆ ร่วมกันอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความยั่งยืนสืบไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิลาส เตชะไพฑูลย์ (2538) ที่แสดงทรรศนะว่า การวางแผน และจัดการในเรื่องการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ ในขณะที่ พงศ์สานต์ พิทักษ์มหาเกตุ (2538) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 5 ประการ คือ 1) ต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมศิลปวัฒนธรรม

ตลอดจนขนบธรรมเนียม และประเพณีของคนในท้องถิ่น 2) ต้องให้ความรู้และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของสื่อต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์ 3) ต้องให้ผลประโยชน์แก่ชาวบ้านในท้องถิ่นในการจ้างงานโดยตรงและทางอ้อม 4) ต้องให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นของเขา 5) ต้องให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ การสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์และความพึงพอใจในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว

5.6 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

บทบาทของภาครัฐ

ตลาดนันทนรงค์สิตมีศักยภาพในการที่จะส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยมีความพร้อมทั้งด้านคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม ความพร้อมของภาครัฐ โดยองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นคือเทศบาลนครรังสิต ด้านผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ และมีความเข้มแข็ง มีนโยบายและแผนพัฒนาที่ชัดเจน ในด้านการบริหารจัดการ เทศบาลนครรังสิต ได้ดำเนินการในการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งด้านการวางแผนงาน กำหนดทิศทางท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ทุกระดับทั้งระดับจังหวัดภูมิภาค และระดับประเทศ และความต้องการของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการองค์กร ทั้งด้านการให้ความสำคัญกับบุคลากร กำหนดความรับผิดชอบ มีแผนและงบประมาณรองรับการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การประสานงานกับองค์กรภาคีทั้งในพื้นที่และภายนอกอย่างต่อเนื่อง สร้างโอกาสการมีส่วนร่วมจากประชาชน ชุมชน เพื่อบริการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนด้านการจัดการความรู้ ได้แก่ การมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว หรือมีประสบการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยว รับรู้ เข้าใจปัญหา และแนวทางพัฒนาเผยแพร่ นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประชาชนในพื้นที่รับรู้พัฒนาการบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก อาหาร ความสะอาด การตลาด การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ควรรักษามาตรฐานการทำงานที่ดีนี้ไว้และให้มีความต่อเนื่องให้เกิดการต่อยอดในงานพัฒนาให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ส่วนในเชิงปฏิบัติ ควรเร่งดำเนินงานในหลายส่วนเพื่อให้เกิดความเป็นรูปธรรม (เช่น เพิ่มภาษาอังกฤษบนป้ายบอกทาง การประชาสัมพันธ์ที่มีภาษาต่างประเทศด้วย ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ พัฒนาสินค้าโอท็อป (OTOP) ให้มีความหลากหลาย การผลิตของที่ระลึก และ ขาย

ของที่ระลึก การปรับปรุงและพัฒนาขยายพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต ปรับปรุงโฉมนิทรรศการให้มีความดึงดูดใจ และปรับปรุงสภาพถนนท้องถื่น เป็นต้น) เป็นผู้ประสานสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเก่าและใหม่และส่วนร่วมทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาให้ตลาดน้ำนครรังสิตเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (เช่น การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้มีการปะทะสังสรรค์ระหว่างชุมชน เช่น กิจกรรมด้านการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ การประกวดสินค้าชุมชน สินค้าโอท็อป (OTOP) ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม การแข่งขันกีฬาพื้นบ้านและกีฬาอื่น ๆ เพื่อสร้างความสามัคคี เป็นต้น) เพื่อเชื่อมโยงนำมาสู่การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านต่าง ๆ ควรส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นมาของท้องถื่น ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้บุคคลทั่วไปได้รู้จัก การอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ การอนุรักษ์ส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถื่น และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

บทบาทของภาคเอกชน

เอกชน ที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าภายในสถานที่ท่องเที่ยว ควรจะต้องเข้าใจในวัตถุประสงค์ในการเปิดตลาดน้ำแห่งนี้ เข้าใจกฎระเบียบปฏิบัติ และให้ความร่วมมือ เดินไปในทิศทางเดียวกัน ทำตามกฎระเบียบ แสดงความคิดเห็นในการประชุมแต่ละครั้ง ร่วมสร้างจิตสำนึกที่ดีร่วมกัน ช่วยทางเทศบาลฯ เกี่ยวกับเรื่องของการอนุรักษ์ และการจัดการที่ได้มีการตั้งกฎระเบียบไว้ทุกอย่าง ด้วยความเต็มใจและยินดี รวมถึงโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลฯ จัดขึ้น บทบาทในการช่วยจัดการด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (เช่น การจัดการด้านขยะ การทิ้งขยะ ช่วยในการรณรงค์แนะนำ และประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวในเรื่องของการไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำลำคลอง) ให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ การติดตั้งบ่อดักไขมัน และบ่อบำบัดน้ำเสีย และไม่ทิ้งเศษสิ่งปฏิกูลและน้ำเสียลงในลำคลอง และต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด บทบาทในการช่วยจัดการด้านพื้นที่ เช่น ผู้ประกอบการสามารถจะบริหารจัดการพื้นที่ของตนเองได้ (เช่น การนำสินค้ามาจัดวางจำหน่ายหรือปรุงประกอบ แต่ต้องให้ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย มีการแบ่งสัดส่วนทางเดินที่นั่งทานอาหาร ที่นั่งพักผ่อนภายในแพ โดยไม่ไปรุกล้ำส่วนพื้นที่ที่เป็นส่วนรับผิดชอบดูแลของผู้อื่น) บทบาทในการมีส่วนร่วม ควรเข้าร่วมประชุมรับฟังนโยบายทุกครั้ง ร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอความคิดในการร่วมช่วยจัดการในอันที่จะทำให้ตลาดน้ำฯ เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงในทางที่ดีในทุก ๆ ด้าน บทบาทในการจัดการเรื่องการพัฒนาคุณภาพและการบริการที่ดี เช่น ด้านการมีอชชาตย์ไมตรี ด้านการให้บริการที่ดี ราคาสมเหตุสมผล โดยราคาสินค้าต้องมีความยุติธรรม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปรับปรุงคุณภาพสินค้าและอาหาร กำเนียงถึงเรื่องความสะอาดของสินค้า อาหาร และสถานที่ ตลอดจนหลักสุขอนามัยที่ดี ให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะ และติดตั้งถังดักไขมัน ภาชนะหม้อก๋วยเตี๋ยวต้องใช้แบบสแตนเลส ไม่มีสารตะกั่ว เป็น

ดัน บทบาทด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรการที่ตั้งไว้ เช่น การลาหยุด หรือ ขอลาหยุด ต้องมีเหตุผลที่สมควรและต้องได้รับอนุมัติจากทางเทศบาลฯ เมื่อมีการพิจารณาเห็นสมควรให้หยุดจึงสามารถหยุดได้ และต้องมีผู้มาขายแทนได้ในช่วงที่ขอลาหยุดไป บทบาทในการให้ความร่วมมือกับทางเทศบาล ตามนโยบายและแผนดำเนินงาน ในอันที่จะสร้างชื่อเสียงให้กับการท่องเที่ยวของเทศบาลนครรังสิต เช่น ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมที่สำคัญ ๆ อย่างต่อเนื่อง และเต็มใจ ร่วมกับทางเทศบาลฯ ในอันที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเมื่อมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแล้วกลับไปบอกต่อ และอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก บทบาทในการเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวของพื้นที่ ผู้ประกอบการท้องถิ่น ณ ตลาดน้ำนครรังสิต คือตัวแทนของชาวรังสิต ที่ไม่ใช่เป็นเพียงแต่ผู้ค้าขายเท่านั้น แต่ส่วนที่สำคัญกว่านั้นคือเขาเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของตัวแทนทรัพยากรการท่องเที่ยวของคนทั้งรังสิต เขาจะต้องรู้สึกอย่างนั้น และภาคภูมิใจที่จะนำเสนอและทำด้วยใจ โดยต้องมีจิตสำนึกรับผิดชอบตรงส่วนนี้ และภาคภูมิใจในส่วนนี้อย่างยิ่ง เพราะเท่ากับเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าที่เขาขายด้วย รายได้ก็จะเข้ามามากขึ้น ชื่อเสียงก็จะตามมามากขึ้น

บทบาทของเอกชนภายนอกอื่น ๆ

บทบาทของเอกชนภายนอกอื่น ๆ สามารถเข้ามามีบทบาทโดยช่วยในด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำนครรังสิตในช่องทางต่าง ๆ ที่ไม่ขัดต่อดัชนีทฤษฎีความหมาย มีความบริสุทธิ์ใจ และที่ไม่มุ่งหวังในด้านธุรกิจส่วนตัวแต่ฝ่ายเดียวหรือผลประโยชน์แอบแฝง

บทบาทของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น

ชุมชนและประชาชนยังขาดความชัดเจนด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญต่อการพัฒนาในพื้นที่ตลาดน้ำนครรังสิต หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งประสานสร้างความเข้าใจในภาคประชาชนให้เกิดความร่วมมือที่ดี เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นควรมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต โดยช่วยด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่และจากที่อื่นด้วยอัธยาศัยไมตรี ให้ความช่วยเหลือเท่าที่มีโอกาส เช่น นักท่องเที่ยวถามทางเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือ ไปยังพื้นที่อื่น ๆ ช่วยแนะนำสถานที่แก่นักท่องเที่ยว ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของพื้นที่แก่นักท่องเที่ยว และเมื่อมีกิจกรรมต่าง ๆ เพราะการประชาสัมพันธ์จากปากต่อปากของคนในพื้นที่ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และมีความต่อเนื่อง ชุมชนและประชาชนในพื้นที่นั้นย่อมรู้ดีอยู่แล้วว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของตนเป็นอย่างไร ชุมชนและประชาชนจึงเป็นแกนหลักที่เป็นหัวใจสำคัญในการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ ช่วยด้านการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวตามนโยบายของเทศบาล โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลจัดขึ้น ควรมีส่วนร่วมในการดูแลช่วยสอดส่องแจ้งเหตุเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

มีจิตสำนึกรักท้องถิ่น ช่วยให้ความร่วมมือในการที่จะสร้าง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามที่ สามารถจะทำได้ ให้ความสนใจในทิศทางการพัฒนา ร่วมแสดงความคิดเห็นเมื่อถูกเชิญให้เข้าร่วม ประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็น ส่วนที่จะทำให้ท้องถิ่นมีชื่อเสียง เช่น การแสดงออกถึงสัญลักษณ์ เดิม ๆ เอกลักษณ์เดิม ๆ ทางด้านวัฒนธรรม ควรช่วยกันรักษาวัฒนธรรมเดิมไว้ให้คงอยู่ ต้องช่วยกัน สืบสานต่อและอนุรักษ์ไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมอันดีงาม และชื่อเสียงของชาวรังสิต

บทบาทของโรงเรียน/สถาบันการศึกษาในชุมชน

บทบาทของโรงเรียน/สถาบันการศึกษาชุมชน ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการ พัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของชาวรังสิตให้แก่เด็กและเยาวชน ดังนั้นทางโรงเรียน/ สถาบันการศึกษา โดยครู อาจารย์ ควรให้ความสำคัญในการจัดหลักสูตรการเรียนการสอน ที่มุ่งเน้น ให้นักเรียนได้ศึกษาแหล่งเรียนรู้ในชุมชน ปลูกฝังเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ให้กับเด็ก เยาวชนได้เรียนรู้เข้าใจรากเหง้า เรื่องราวความเป็นมาของท้องถิ่น บรรพบุรุษ และสภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ในอดีตของแผ่นดินที่เขาเกิด การปลูกฝังความรู้เป็นเรื่องที่ดี เป็นการสร้างรากฐานที่ แข็งแกร่ง ทำให้เขาเกิดความภาคภูมิใจ เกิดความรักหวงแหนในถิ่นเกิด เพื่อที่เขาเหล่านี้จะสามารถ ทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดี ที่จะเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในถิ่นเกิดของเขา ไปยังผู้อื่นต่อไป ควรกิจกรรมทัศนศึกษา เรียนรู้ ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนคร รังสิต และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอื่น ๆ ในเขตรังสิต จัดกิจกรรมพานักเรียนทำความสะอาด เช่น ช่วยเก็บขยะ อนุรักษ์คลองรังสิตประจวบศักดิ์ และตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อเป็น การปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนมีความรัก หวงแหนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนให้มี ปรากฏท้องถิ่น มาเป็นวิทยากรสำหรับถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ให้แก่เด็กและเยาวชนได้ศึกษาและเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้และสืบทอด ต่อไป

บทบาทของผู้นำชุมชน และปราชญ์ท้องถิ่น

ผู้นำชุมชน คือ ผู้นำทางความคิดของชุมชน ถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจะ นำพาสมาชิกในชุมชนของตนเข้ามาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ร่วมทำงานในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต และ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอื่น ๆ ในเขตรังสิตให้เกิดความยั่งยืน ผู้นำชุมชนควรจะต้องมีบทบาทใน การโน้มน้าวลูกบ้านหรือชุมชนของตนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยส่งเสริมสนับสนุนการ ท่องเที่ยวตามนโยบายของเทศบาลฯ การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ปลูกเร้า กระตุ้นจิตสำนึกรักท้องถิ่น จิตอาสา เชิญชวนให้ชาวบ้าน ประชาชนในชุมชนให้ความร่วมมือใน

การทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของตนอย่างจริงจัง เป็นผู้นำในการปฏิบัติและชักจูงให้มีส่วนร่วมในการดูแลช่วยสอดส่องแจ้งเหตุเรื่องความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว ชักจูงให้เกิดความร่วมมือในการที่จะสร้าง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตาม ที่สามารถจะทำได้ ให้ความสนใจในทิศทางการพัฒนา กระตุ้นให้สมาชิกชุมชนร่วมแสดง ความคิดเห็นเมื่อถูกเชิญให้เข้าร่วมประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็นในส่วนที่จะทำให้ท้องถิ่นมีชื่อเสียง ผู้นำ ชุมชนจะต้องให้ความสำคัญในการสร้างกลุ่ม สร้างเครือข่ายในระดับชุมชนให้เกิดเป็นรูปธรรม แล้วร่วมกันกำหนดกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอต่อตัวแทนภาครัฐอย่าง สม่าเสมอ เป็นผู้นำในการเรียกนัดหมายการประชุมร่วมกับสมาชิกในชุมชน เพื่อชี้แจง ถ่ายทอด นโยบายกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจาก ตัวแทนภาครัฐ โดยเทศบาลนครรังสิตให้ชุมชนทราบ มีการจัดทำเวทีประชาคมในหมู่บ้าน เพื่อให้ ชาวบ้านลงมติ และแสดงความคิดเห็นร่วมกันในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมให้ พ่อแม่ ผู้ปกครองของเด็กและเยาวชน และส่งเสริม เชิญชวนให้คนในชุมชน ถ่ายทอดภูมิปัญญา ท้องถิ่นให้แก่เด็กและเยาวชนในชุมชนอย่างจริงจัง โดยให้ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เฒ่า ผู้แก่ ผู้รู้ในชุมชน มาถ่ายทอดความรู้ การบอกเล่าถ่ายทอดความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ท้องถิ่น วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงาม เป็นต้น ปราชญ์ท้องถิ่น ถือเป็นบุคคลสำคัญที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชาวรังสิตเป็นอย่างดี ดังนั้น ปราชญ์ท้องถิ่นควรให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โรงเรียนและ สถาบันการศึกษาในชุมชน ตลอดจนผู้นำชุมชน เพื่อร่วมกันเผยแพร่ประสบการณ์ความรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีของชาวรังสิตให้แก่กลุ่มเด็กและเยาวชนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง และ ควรให้ความสำคัญในการหาผู้สืบทอด หรือถ่ายทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับภูมิ ปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีของชาวรังสิต ให้แก่ลูกหลาน หรือผู้ที่สนใจเรียนรู้ อย่างเต็มที่ พร้อมกับเขียน หรือบันทึกองค์ความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนชาวรังสิต เป็นลายลักษณ์ เพื่อให้ลูกหลาน เด็กและเยาวชน ตลอดจน ผู้ที่สนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้ เพื่อให้ได้ข้อมูล ในอันจะนำข้อมูลนั้นมาเก็บรวบรวมและนำมาพัฒนาใน รูปแบบต่าง ๆ เช่น นิทรรศการ ประติมากรรม การสร้างสรรค์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมแห่งใหม่ ๆ เพราะสิ่งเหล่านี้ จะเป็นการถ่ายทอดให้คนที่เข้ามาที่เข้ามาท่องเที่ยว ได้ศึกษา เรียนรู้ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บทบาทของนักท่องเที่ยว

ควรเข้ามาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำนครรังสิต ทานอาหารของท้องถิ่น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ วัฒนธรรม ศึกษาเรียนรู้ความเป็นมาของท้องถิ่น ชมบรรยากาศริมคลองประวัติศาสตร์ เพลิดเพลิน กับกิจกรรมท้องถิ่นที่ทางตลาดน้ำจัดขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างมีความสุข

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา เที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำนครรังสิต

2.2 ควรมีการศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำในลักษณะภาคีเครือข่าย โดย เชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว โดยควรมีการศึกษา เส้นทางและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวทางน้ำด้วย

2.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของตลาดน้ำนครรังสิตกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งอื่น ๆ

2.4 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีในมิติ ของพหุวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ม.ป.ป.). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว
ธันวาคม 2558*.

สืบค้น จาก <https://www.google.co.th/search?newwindow=1&espv=2&q>

กรมการพัฒนาชุมชน. (2526). *คู่มือการปฏิบัติงานพัฒนาชุมชนสำหรับนักพัฒนากร*. กรุงเทพฯ:
กระทรวงมหาดไทย.

กรมศิลปากร. (2542). *วัฒนธรรม อารยธรรม ภูมิปัญญาและเทคโนโลยี*. กรุงเทพฯ: กรม.

กองการท่องเที่ยว. (2555). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558 (รายงาน
บทสรุปฉบับผู้บริหาร)*. กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ.

กอบกุล ศรีวงศ์เจริญ. (2544). *ความพร้อมของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษา: ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

กฤษดา ชู้อยากัย. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ ตำบลลวง
เหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต)*. เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. การวิเคราะห์สถิติ. สถิติสำหรับการ
บริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: สภาคาทอติกแห่งประเทศไทย
ไทยเพื่อการพัฒนา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539ก). *นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
(Ecotourism) ปี พ.ศ. 2538-2539*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539ข). *การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน-การท่องเที่ยวแห่งทศวรรษหน้า*.
กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*.

สืบค้น จาก <http://www.tat.or.th>.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). “ท่องเที่ยวไทย 2541-2542”. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: (สำเนา).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). คู่มือการท่องเที่ยว 15 ตลาดบก 16 ตลาดน้ำ. กองข่าวสารท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช่าง.
- โครงการวิจัยนำร่องร้อยปีคลองรังสิต พ.ศ.2545. เอกสารอัดสำเนา.
- โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมภาคเหนือ. (2541). แผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ (เชียงใหม่). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จารุเชษฐ์ เรื่องสุวรรณ. (2546). การประเมินคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จ่านงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคณะ. (2540). สังคมวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรพรรณ กาญจนะจิตรา. (2530). การพัฒนาชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จุฑามาศ จิเจริญ. (2545). บทบาทที่ปฏิบัติจริงและบทบาทที่คาดหวังในการพัฒนาการท่องเที่ยวศึกษาเฉพาะกรณี: องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดเลย (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- จุฑามาศ ไชยสร. (2536). การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จรี จุละเกศ. (2516). มานุษยวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: แพรววิทยา.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนัญ วงษ์วิภาค และคณะ. (2550). การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2547). ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2550). *วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2548). “Eco-Tourisms: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”. *จุลสารการท่องเที่ยว*, (20), 52-55.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2549). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ชิตจันทร์ หังสสุต. (2532). *หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. คณะบริหารธุรกิจ กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณรงค์ศักดิ์ บุญมาติก . (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ*.
สืบค้น จาก <http://onzonde.mutiply.com>
- ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. (2539). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แนวคิด หลักการ และความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในอุทยานแห่งชาติ. *เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาอุทยานแห่งชาติกับนันทนาการและการท่องเที่ยวในทศวรรษหน้าเพื่อทรัพยากรยั่งยืน*, 27- 28 พฤษภาคม 2539. กรุงเทพฯ: กรมป่าไม้.
- ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์. (2550). *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ และคณะ. (2534) *การพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติการ*. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์
ทองคำ พันนัทธี. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสัมภาษณ์*. 31 มีนาคม 2542.
สืบค้น จาก http://www.culture.go.th/pculture/pathumthani/5_11.html
- ทองคำ พันนัทธี. (ม.ป.ป.). *ชัยบุรีในอดีต*. สารคดี.
- เทศบาลนครรังสิต. (2554). *ตลาดน้ำนครรังสิต*. สืบค้น จาก <http://www.rangsit.org/local.php>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *เชิงรายรำลึก: ฐานรากสู่อนาคตการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ชนกฤต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนิก เลิศชาญฤกษ์. (2552). *แนวคิดและทฤษฎีในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม*. สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม. คณะโบราณคดี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ธีรกิติ นวรัตน์ ฌ อยุธา. (2549) การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระนุช มีอยู่เต็ม. (2547). การปรับปรุงฟื้นฟูตลาดริมน้ำเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดริมน้ำลำ
พญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีราภรณ์ นกแก้ว. (2555, บทคัดย่อ). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร
กรุงเทพมหานคร
สืบค้น จาก <http://www.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/5082>
- นโยบายด้านการท่องเที่ยวและบริการของรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ. (2552). จุลสารการท่องเที่ยว,
1 – 3.
- นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรมการฝึกหัดครู.
กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัทโอ
เอส พรินติ้งเฮาส์.
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหา
วิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). คณะมนุษยศาสตร์. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊คสแตนดาร์ด.
- ประชุม รอดประเสริฐ. (2535). การบริหารโครงการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
ประวัติคลองรังสิตเต็มฉบับ. สืบค้น จาก <http://www.openbase.in.th/files/tbpj055.pdf>
ประวัติคลองรังสิตประยูรศักดิ์. สืบค้น จาก <http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>
ประวัติเมืองธัญบุรี. สืบค้น จาก <http://www.rangsit.org/linkrangsit.php>
- ประเวศ วะสี. (2540). การพัฒนาพลังสร้างสรรค์องค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ประเวศ วะสี. (2540). ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นคน ศักยภาพแห่งการสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
หมอชาวบ้าน.

- ประหยัด ตะคอนรัมย์. (2544). *แนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญญา พรหมมินทร์. (2543). *บทบาทของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ฟ้า แอนด์ โฟร์.
- พระธรรมปิฎก. (2539). *การพัฒนาที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก. มูลนิธิพุทธธรรม.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2546). *กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- เปลวเทียน เจษฎาชัยยุทธ์. (2553). *การจัดการเศรษฐกิจชุมชนข้าวหลามบ้านอาสาม ตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พงศ์สานต์ พิทักษ์มหาเกตุ. (2538). *ชาวบ้านกับช่องทางประกอบธุรกิจท่องเที่ยว แนวคิดในการจัดตั้งสหกรณ์บริการนาเที่ยวแนวอนุรักษ์แห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- พจนา สวานศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Handbook)*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พยอม ธรรมบุตร . (2549). *เอกสารประกอบการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). *การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี* (ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พระราชบัญญัติโบราณสถานโบราณวัตถุ พ.ศ. 2504. สืบค้น จาก <http://www.finearts.go.th>.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม*. การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- พิพัฒน์ กระแจะจันทร์. (2554). *ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. ข้อมูลจากหนังสือศิลปวัฒนธรรม, 33(2), 142-157.

- ไพรัตน์ เจริญรินทร์. (2524). *การบริหารงานพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด.
- ภราเชช พัทฒวิเชียร. (2539). พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. *จุดสารการท่องเที่ยว*, 15 (2), 17.
- มณีวรรณ พุทธรเสถียร. (2548). *ความต้องการของประชาชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนในอำเภอมายายจันทรเกษม จังหวัดนครราชสีมา* (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มติชน กรุ๊ป. สืบค้น จาก <https://soclaimon.wordpress.com/tag/%E0%B8%A5%E0%B9%8>
- มธุวรรณ พลวัน. (2546). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำท่าเสา ตำบลท่าเสา อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). สาขาวิทยาการจัดการ. *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1 – 8*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2553). สาขาวิทยาการจัดการ. *การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1 – 7*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2553). สาขาวิทยาการจัดการ. *การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 8 – 15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2556). สาขาวิชาศิลปศาสตร์. *วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1 – 8*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2556). สาขาวิชาศิลปศาสตร์. *วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9 – 15*. นนทบุรี (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เมืองชัยบุรี 111 ปี. (2556). บริษัท อัลลิเมนต์ พรินติ้ง จำกัด.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2538). ECOTOURISM การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. *จุดสารการท่องเที่ยว*, 10 (3), 8.
- รติกา อังกูร และคณะ. (2547). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น*. งานวิจัยทุนสนับสนุนงบประมาณแผ่นดิน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชนิกร เศรษฐโส. (2522). *สังคมวิทยาชนบท*. คณะสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). *พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
สืบค้น จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=28&chap=3&>
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพ การจัดการการท่องเที่ยว=Professional experience in tourism management*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราตรี โตพงษ์พัฒน์. (2543). *ตลาดน้ำ: วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง*. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2549). *เอกสารบทความเรื่อง หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2549). *เอกสารเผยแพร่เรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21. กองส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2553). *คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์. การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วรรณ วลัยวานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. คณะสังคมศาสตร์. ภาควิชาภูมิศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิลาส เตชะไพบุลย์. 2538. “การท่องเที่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ใน *สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2538. บรรณาธิการโดย สมัย อภาภิรม*. กรุงเทพฯ ฯ: มูลนิธิโลกสีเขียว.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนาง. (2547). *ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วีระพล ทองมา. (2547). “*การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้*”.
สืบค้น จาก <http://www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc>.
- ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์. (2553). *คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง. ตลาดน้ำ: ตลาดน้ำท้องถิ่นในบริบทสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชนเขตที่ 3. (2535).
สืบค้น จาก http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/23/lesson_doc/lesson_1.doc.
- สถาบันไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2537). *ร้อยปีคลองรังสิต โครงการวิจัยนำร่องเฉลิมฉลองวโรกาสกาญจนาภิเษก*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สถาบันดำรงราชานุภาพ. (2541). *โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล และสภาตำบล*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ คณะกรรมการจัดทำหนังสือวิถีไทย. (2543). *วิถีไทย*. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2544). *การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- สนธยา พลศรี. (2533). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมัย อภาภิรม, และเขาวินันท์ เชษฐรัตน์, บรรณาธิการ. (2538). *สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2538 State of the Thai environment 1995*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโลกสีเขียวในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์.
- สว่าง เลิศฤทธิ. (2547). *โบราณคดี: แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526) *การพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สายันต์ ไพเราะญจิตร. (2550). *การจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีในงานพัฒนาชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภารการพิมพ์.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว.
สืบค้น จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/>
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. *โครงการศึกษา และจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน*.
สืบค้น จาก <http://www.osmsouth-w.moi.go.th/index.php?l=th>
- สำนักแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*.
สืบค้น จาก <http://www.sme.go.th/th/>
- สินธุ์ สโรบล. (2546). *ชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ข้อเสนอเพื่อปรับตัวของชุมชนดีเด่น ด้านการท่องเที่ยวไทย. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*.
- สิริวิมล มรกตจินดา. (2552). *แนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองจินดา*. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. (การค้นคว้าอิสระ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุชาดา วงษ์ชัยภูมิ (2551). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านประสาธน์ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สุดชีวัน นันทวัน ณ อยู่ชยา. (2552). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง* (การค้นคว้าอิสระ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุดาพร วรพล. (2538). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: วิธีผู้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว. 14.*
- สุธีรัตน์ กษสวัสดิ์. (2549). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยสี จังหวัดแม่ฮ่องสอน* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุธีวงศ์ พงษ์ไพบูลย์. (2542). *หลักภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุนทรี่ อาสะไวย์. (2530). *ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและผลกระทบต่อสังคม พ.ศ. 2431-2457*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2542). *สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยมครอบครัว ศาสนา ประเพณี*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2545). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2548). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมิตร สุวรรณ. (2552). *การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ*. สืบค้น จาก <http://onzonde.multiply.com>
- สุรพงษ์ ลือทองจักร. (2552). *หลักมานุษยวิทยาและหลักสังคมวิทยา. ทัศนะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุรธานี.
- เสรี เวชบุษกร. (2538). *ส่วนนันทนาการและสื่อความหมาย สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช*.
สืบค้น จาก http://www.dnp.go.th/npa/html/Tour/Eco_Tour.html
- โสภณ สุขสำอางค์.(2554). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กรณีศึกษา: ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
สืบค้น จาก www.dasta.or.th/creativetourism/th/article/154-notice2.html
- อมรา พงศาพิชญ์. (2547). *ความหลากหลายทางวัฒนธรรม: กระบวนทัศน์และบทบาทในประชาคม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัศวิน แสงพิบูล. (2556). คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อานนท์ อากาศิรมย์. (2516). *สังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

Bernard, chester I. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Haward University Press. The Ecotourism Society. (1991). A Collection of Ecotourism Guidelines. Vermont. The Ecotourism Society.

Butler, R., Hall, C.M. & Jenkins, J. (1998). *Tourism and Recreation in Rural Areas*. John Wiley & Sons. Chichester.

Mc Arthur, S, & Gardner, T. (comp). (1994). *Tourism in Tasmanian state Forrest: A Discussion Paper*, Tasmania. Forrest Tasmania.

Simond, Herbert. (1960). *The New Science of Management Decision*. New York: Harper & Row.

Swarbrooke & John. (1999). *Sustainable Tourism: Management*. CABI Publishing. Oxford.

The International Ecotourism Society. (1991). *The Ecotourism Society's definition*. The Ecotourism Society Newsletter. (Spring).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

**“แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน”
(สำหรับภาครัฐ โดยองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น)**

.....
ผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ - สกุล.....

ตำแหน่งในปัจจุบัน.....

สถานที่ทำงาน.....

แนวทางคำถามในการสัมภาษณ์

1. คลองรังสิตมีความเป็นมาอย่างไร และตลาดน้ำนครรังสิตริเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อใด ผู้ใดเป็นผู้ริเริ่ม และด้วยวัตถุประสงค์ใดบ้าง เหตุผลในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคืออะไร

2. ปัจจุบันทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต ยังมีอยู่หรือไม่ และมากน้อยเพียงใด มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างไร อะไรทำให้เปลี่ยนแปลง

3. สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมที่มีต่อนักท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบันมีอะไรบ้าง ทำไมถึงดึงดูดใจ และดึงดูดใจอย่างไร (เช่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของคนในชุมชน มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และความเป็นมิตรและความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในชุมชนท้องถิ่น)

4. ตลาดน้ำนครรังสิตมีความโดดเด่นอย่างไร และด้านไหนบ้าง (เช่น ด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านภูมิปัญญาชาวบ้านท้องถิ่น และองค์ความรู้ ด้านความเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งปลูกสร้างบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ด้านสินค้าพื้นเมือง และสินค้าโอท็อป และด้านสภาพแวดล้อม)

5. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตมีอะไรบ้าง ท่านคิดว่า ตลาดน้ำนครรังสิต มีกิจกรรมใดที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

6. ในความเห็นของท่าน ควรทำอย่างไรให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตยังคงอยู่ และควรมีการพัฒนาอย่างไรให้เกิดความยั่งยืน

7. มีการส่งเสริมและสนับสนุนทางการตลาดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร และตลาดน้ำนครรังสิตควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนทางการตลาดแบบไหน และอย่างไร

8. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเป็นอย่างไร และภาพรวม (เช่น ด้านความสวยงาม ลักษณะเด่น สภาพภูมิทัศน์ และวิถีชีวิต) เป็นอย่างไรบ้าง

9. ท่านคิดว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมและสังคมของตลาดน้ำนครรังสิตมีความดึงดูดใจอย่างไรบ้าง และมากน้อยแค่ไหน
10. ท่านคิดว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีสิ่งบ่งบอกถึงการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมอย่างไร ด้านไหนบ้าง และมีความเป็นมาอย่างไร จะสามารถสืบทอดให้คงอยู่ได้ยาวนานเพียงใด และด้วยวิธีไหนบ้าง
11. ท่านคิดว่า การเดินทางมายังตลาดน้ำนครรังสิต มีความสะดวกหรือไม่อย่างไร ควรมีการปรับปรุงพัฒนาเส้นทางการเดินทางมายังตลาดน้ำนครรังสิต หรือไม่ อย่างไร การเดินทางมายังตลาดน้ำนครรังสิตมีหลายช่องทางหรือไม่ ช่องทางไหนบ้าง
12. ข้อมูลการเดินทางมายังตลาดน้ำนครรังสิตมีหรือไม่ สามารถค้นหาได้ง่ายเพียงใด ช่องทางไหนบ้าง สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในการค้นหาหรือไม่ อย่างไร
13. มีการบริหารจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่อย่างไร ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับตลาดน้ำนครรังสิตแบบไหน และอย่างไร
14. ที่ผ่านมาในอดีต ท่านมีบทบาทอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต
15. ที่ผ่านมา การดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต มีผลเป็นอย่างไรบ้าง พบปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้าง และมีแนวทางแก้ไขอย่างไร
16. ท่านคิดว่า ภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เอกชน มีบทบาทอย่างไรบ้างในการจัดการเพื่อพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตให้เกิดความสมบูรณ์ (ในส่วนของภาครัฐ โดยเทศบาลนครรังสิต เช่น ด้านการวางแผนกำหนดทิศทาง ด้านการจัดองค์กรรับผิดชอบ ด้านการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ด้านการควบคุมตรวจสอบการดำเนินงาน และผลการทำงาน และด้านการประสานงานระหว่างกลุ่มบุคคลในชุมชน) มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพียงใด
17. ท่านมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐ/ เอกชน ในการจัดการเพื่อพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตให้เกิดความสมบูรณ์ได้อย่างไร
18. ท่านคิดว่า ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำนครรังสิต มีส่วนร่วมกับการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร (เช่น ด้านภูมิปัญญาดั้งเดิม ด้านความพร้อมในการถ่ายทอด ด้านการเรียนรู้ ด้านการดูแลรักษา ปกป้อง พื้นฟูและส่งเสริมคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณี สิ่งแวดล้อม ให้คงอยู่อย่างเหมาะสม เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ผลิตผลพื้นบ้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความเป็นมิตรของนักท่องเที่ยวกับชุมชน และชุมชนกับชุมชน)

19. ท่านคิดว่า ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำนครรังสิต ควรมีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ อย่างไรบ้าง
20. ท่านคิดว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำนครรังสิตมีเพียงใด และเป็นอย่างไร มีการจัดทำแผนนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือไม่ แบบไหน และเป็นแผนระยะใด
21. ท่านคิดว่าในอนาคต การบริหารจัดการตลาดน้ำนครรังสิต ควรจะเป็นอย่างไร
22. ท่านคิดว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำนครรังสิต มีด้านการจัดการภัยธรรมชาติที่อาจกระทบการท่องเที่ยวหรือไม่อย่างไร เช่น ภัยจากน้ำท่วม และท่านเห็นว่าควรจะเป็นอย่างไร
23. ท่านคิดว่า รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบันมีความเหมาะสมแล้วหรือไม่เพียงใด และท่านเห็นว่าควรจะเป็นอย่างไร
24. ท่านคิดว่า ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดน้ำนครรังสิตมีหรือไม่ ด้านไหน และอย่างไร และท่านคิดว่าควรแก้ไขอย่างไร
25. ในความเห็นของท่าน ตลาดน้ำนครรังสิตก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างสมดุลหรือไม่ และอย่างไร
26. ท่านคิดว่า ผลกระทบด้านลบต่อตลาดน้ำนครรังสิตมีหรือไม่ และอย่างไร และควรแก้ไขอย่างไร
27. ขณะนี้มีการพัฒนาทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ อย่างไร และท่านคิดว่าควรมีการพัฒนาอย่างไร (บรรจุไว้ในแผนพัฒนาหรือไม่)
28. ท่านคิดว่า มีแผนในการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร และควรอนุรักษ์และรักษาอย่างไร เน้นในด้านไหน (บรรจุไว้ในแผนพัฒนาหรือไม่)
29. ท่านคิดว่า ควรส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พัฒนา และจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร แนวทางไหน

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

**“แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน”
(สำหรับภาคเอกชน โดยผู้ประกอบการร้านค้าในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว)**

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อ – นามสกุล.....
2. เพศ.....อายุ.....สถานภาพ.....
3. ที่อยู่ (ปัจจุบัน)
4. การศึกษา.....
5. การประกอบอาชีพอื่นๆ.....
6. ห้วงระยะเวลาในการประกอบการในตลาดน้ำนครรังสิต.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง เพราะอะไรจึงเลือกนำมาจำหน่าย และนำมาจากแหล่งผลิตที่ได้
2. ในความเห็นของท่าน สินค้าที่ท่านจำหน่ายมีความโดดเด่นด้านไหน มีส่วนที่ต้องปรับปรุงหรือไม่ และอย่างไร
3. ท่านคิดว่าสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบันมีอะไรบ้าง ทำไมถึงดึงดูดใจ และดึงดูดใจอย่างไร (เช่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของคนในชุมชน มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และความเป็นมิตรและความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในชุมชนท้องถิ่น)
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตในความเห็นของท่านคืออะไร ท่านคิดว่า มีกิจกรรมใดที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกครั้ง
5. สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในอดีตเป็นอย่างไร และปัจจุบันเป็นอย่างไร เพราะอะไรทำให้ท่านคิดอย่างนั้น
6. จากการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิต ท่านคิดว่ามีส่วนช่วยเหลือและส่งเสริมกิจการของท่านหรือไม่ และอย่างไร
7. ท่านคิดว่าอะไรคืออุปสรรคและปัญหาในการประกอบกิจการของท่านในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

8. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร
9. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตให้คงอยู่ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนหรือไม่ และอย่างไร
10. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวควรจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ อย่างไร ไม่มากน้อยแค่ไหน
11. ที่ผ่านมา ท่านมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร
12. จากที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่นี้ ท่านคิดว่ามีผลกระทบต่อชุมชนที่ท่านอาศัยอยู่หรือไม่ และอย่างไร และควรแก้ไขอย่างไร เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม
13. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

“แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน”
(สำหรับผู้นำชุมชน / ปราชญ์ท้องถิ่นในเขตพื้นที่)

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อ – นามสกุล.....
2. เพศ.....อายุ.....สถานภาพ.....
3. ระดับการศึกษา.....
4. อาชีพ.....
5. สถานะในครอบครัว.....
6. ห้วงระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านคิดอย่างไรกับการที่มีการจัดการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ที่ท่านได้อาศัยอยู่
2. ท่านมีบทบาทในการนำชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวหรือไม่ และอย่างไร
ในความเห็นของท่าน ชุมชนในพื้นที่ควรเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้วยหรือไม่ และอย่างไร
3. ท่านคิดว่าสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบันมีอะไรบ้าง ทำไมถึงดึงดูดใจ และดึงดูดใจอย่างไร (เช่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของคนในชุมชน มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และความเป็นมิตรและความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในชุมชนท้องถิ่น)
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตในความเห็นของท่านคืออะไร และท่านคิดว่า มีกิจกรรมใดที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกครั้ง
5. ท่านมีบทบาทในการนำชุมชนเข้าไปร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร

6. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตให้คงอยู่และมีส่วนร่วมในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนหรือไม่ และอย่างไร
7. สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในอดีตเป็นอย่างไร และปัจจุบันเป็นอย่างไร
8. ท่านคิดว่า คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเป็นอย่างไร และภาพรวม (เช่น ด้านความสวยงาม ลักษณะเด่น สภาพภูมิทัศน์ และวิถีชีวิต) เป็นอย่างไรบ้าง
9. ท่านคิดว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมและสังคมของตลาดน้ำนครรังสิตมีความดึงดูดใจอย่างไรบ้าง และมากน้อยแค่ไหน
10. ท่านคิดว่า ตลาดน้ำนครรังสิตมีสิ่งบ่งบอกถึงการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมอย่างไร ด้านไหนบ้าง และมีความเป็นมาอย่างไร ท่านจะช่วยสืบทอดอย่างไรให้คงอยู่ได้ในแนวทางไหน และด้วยวิธีใดบ้าง
11. ที่ผ่านมา ท่านมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร
12. จากที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่นี้ ท่านคิดว่ามีผลกระทบต่อชุมชนที่ท่านอาศัยอยู่หรือไม่ และอย่างไร และควรแก้ไขอย่างไร เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม
13. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

**“แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน”
(สำหรับชุมชน / ประชาชนในเขตพื้นที่)**

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อ – นามสกุล.....
2. เพศ.....อายุ.....สถานภาพ.....
3. ระดับการศึกษา.....
4. อาชีพ.....
5. สถานะในครอบครัว.....
6. ห้วงระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านคิดอย่างไรกับการที่มีการจัดการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ที่ท่านได้อาศัยอยู่
2. ในความเห็นของท่าน ชุมชนในพื้นที่ควรเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวด้วยหรือไม่ และอย่างไร
3. ท่านคิดว่าสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตปัจจุบันมีอะไรบ้าง ทำไมถึงดึงดูดใจ และดึงดูดใจอย่างไร (เช่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของคนในชุมชน มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และความเป็นมิตรและความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในชุมชนท้องถิ่น)
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตในความเห็นของท่านคืออะไร ท่านคิดว่า มีกิจกรรมใดที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีกครั้ง
5. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร
6. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตให้คงอยู่ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนหรือไม่ และอย่างไร
7. สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในอดีตเป็นอย่างไร และปัจจุบันเป็นอย่างไร

8. ท่านคิดว่า คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตเป็นอย่างไร และภาพรวม (เช่น ด้านความสวยงาม ลักษณะเด่น สภาพภูมิทัศน์ และวิถีชีวิต) เป็นอย่างไรบ้าง
9. ท่านคิดว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมและสังคมของตลาดน้ำนครรังสิตมีความดึงดูดใจอย่างไรบ้าง และมากน้อยแค่ไหน
10. ที่ผ่านมา ท่านมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดน้ำนครรังสิตหรือไม่ และอย่างไร
11. จากที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่นี้ ท่านคิดว่ามีผลกระทบต่อชุมชนที่ท่านอาศัยอยู่หรือไม่ และอย่างไร และควรแก้ไขอย่างไร เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม
12. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับการอนุรักษ์และพัฒนาตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
(สำหรับนักท่องเที่ยว)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้สำหรับเป็นเครื่องมือสำคัญของการศึกษาวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ตลาดน้ำนครรังสิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” โดยข้อมูลและความคิดเห็นของท่าน ผู้วิจัยจะได้นำไปวิเคราะห์สร้างประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ โดยข้อมูลที่ท่านคิดเห็นถือเป็นสิ่งสำคัญ และจะถูกปิดเป็นความลับ โดยจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ความความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 20 - 35 ปี

3) 36 - 50 ปี

4) 51 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส 3) หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี
 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) 10,000 บาทหรือต่ำกว่า 2) 10,001 - 20,000 บาท
 3) 20,001 -30,000 บาท 4) 30,001 บาทขึ้นไป

7. ปัจจุบันท่านพำนักอาศัยอยู่ที่ใด

- 1) ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ในเขตจังหวัดปทุมธานี
 3) ในเขตจังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

1. ท่านมาเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตแล้วกี่ครั้ง

- 1) ครั้งแรก 2) 2 – 4 ครั้ง
 3) มากกว่า 4 ครั้ง ขึ้นไป

2. ท่านเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตครั้งนี้กับใคร

- 1) ตามลำพัง 2) คู่ญาติ / คนในครอบครัว
 3) เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน 4) แฟน

3. ท่านเดินทางมาตลาดน้ำนครรังสิตด้วยวิธีใด

- 1) รถตู้ หรือรถเช่า 2) รถโดยสารประจำทาง
 3) จักรยานยนต์รับจ้าง 4) รถยนต์ส่วนตัว

4. ใครที่ช่วยท่านตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต
- 1) ตัวท่านเอง 2)ญาติ / คนในครอบครัว
- 3) เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน 4) แฟน
5. ท่านเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตในครั้งนี้เพื่อจุดประสงค์ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ
- 2) ต้องการศึกษา/เรียนรู้ ประวัติความเป็นมาของคลองรังสิตและตลาดน้ำรังสิต
- 3) ต้องการชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ชุมชนริมคลองรังสิต
- 4) ต้องการรำลึกอดีต
- 5) ต้องการเดินเลือกซื้อสินค้า และผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 6) ต้องการทานอาหารที่ขึ้นชื่อของตลาดน้ำนครรังสิต
6. ท่านรู้จักตลาดน้ำนครรังสิตจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) บุคคลในครอบครัว / เพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน 2) วิทยุ / โทรทัศน์
- 3) หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร 4) อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์
- 5) แผ่นพับ / ป้ายโฆษณา 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 3 การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยในแต่ละหัวข้อขอให้เลือกเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต	ระดับความคิดเห็น				
	ควรมีการพัฒนามากที่สุด (5)	ควรมีการพัฒนา มาก (4)	ควรมีการพัฒนา ปานกลาง (3)	ควรมีการพัฒนา น้อย (2)	ควรมีการพัฒนา น้อยที่สุด (1)
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม					
1. ทักษะคุณภาพของตลาดน้ำ					

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต	ระดับความคิดเห็น				
	ควรมีการ พัฒนามาก ที่สุด (5)	ควรมีการ พัฒนา มาก (4)	ควรมีการ พัฒนาปาน กลาง (3)	ควรมีการ พัฒนา น้อย (2)	ควรมีการ พัฒนาน้อย ที่สุด (1)
2. ความสะอาดและเป็นระเบียบ					
3. บรรยากาศและความสวยงาม					
4. สัดส่วนของพื้นที่ให้บริการ					
5. ความสะดวกในการเดินชมและเลือกซื้อ สินค้า					
ด้านการประชาสัมพันธ์					
6. ความน่าสนใจของข้อมูลการ ประชาสัมพันธ์จากช่องทางต่างๆ					
7. ความชัดเจน และการเข้าถึงได้ของการ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์					
8. ความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร					
ด้านการเข้าถึงแหล่ง					
9. ความคล่องตัวในการเดินทางถึงตลาดน้ำ					
10. สภาพเส้นทางถนนสู่ตลาดน้ำ					
11. สภาพของถนนบริเวณตลาดน้ำ					
ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ					
12. ด้านสิ่งปลูกสร้างของตลาดน้ำ เพื่อให้มี ความโดดเด่น					
13. การสืบสานทางวัฒนธรรมและประเพณี ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องสืบไป					

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต	ระดับความคิดเห็น				
	ควรมีการ พัฒนา มากที่สุด (5)	ควรมีการ พัฒนา มาก (4)	ควรมีการ พัฒนา ปานกลาง (3)	ควรมีการ พัฒนา น้อย (2)	ควรมีการ พัฒนา น้อยที่สุด (1)
14. ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา เกี่ยวข้องและผูกพันกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ตำนาน อาหาร ความเชื่อ ความ เป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่จัดแสดงบนแพ					
15. สภาพแวดล้อมทางวิถีชีวิต และ วัฒนธรรมชุมชน บริเวณตลาดน้ำ					
<u>ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต</u>					
16. ความสอดคล้องเหมาะสมของกิจกรรมกับ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของผู้คน ในชุมชน					
17. ความสอดคล้องเหมาะสมของพื้นที่ ท่องเที่ยวตลาดน้ำในเชิงวัฒนธรรมและวิถี ชีวิต					
18. แพที่จัดนิทรรศการเพื่อการเรียนรู้ทาง วัฒนธรรม					
19. ความเป็นมิตรและอัธยาศัยไมตรีของคน ในท้องถิ่น/ พื้นที่					
<u>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</u>					
20. สถานที่จอดรถในบริเวณตลาดน้ำ					
21. ความเหมาะสมของจำนวนร้านค้าใน บริเวณตลาดน้ำ					
22. ป้ายบอกทางในบริเวณตลาดน้ำ					

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต	ระดับความคิดเห็น				
	ควรมีการ พัฒนา มากที่สุด (5)	ควรมีการ พัฒนา มาก (4)	ควรมีการ พัฒนา ปานกลาง (3)	ควรมีการ พัฒนา น้อย (2)	ควรมีการ พัฒนา น้อยที่สุด (1)
23. ความสะอาดและจำนวนห้องน้ำรถสุขาในบริเวณตลาดน้ำ					
24. การบริการด้านระบบรักษาความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน					
25. ที่นั่งพักผ่อนในบริเวณตลาดน้ำ					
26. ผู้ให้ความรู้แหล่งท่องเที่ยว/ มัคคุเทศก์					
<u>ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ</u>					
27. ความเหมาะสมของราคาสินค้าและของที่ระลึกในบริเวณตลาดน้ำ					
28. ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณตลาดน้ำ					
29. คุณภาพอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณตลาดน้ำ					
30. อธยาศัยไมตรีของคนขายในบริเวณตลาดน้ำ					
<u>ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว</u>					
31. การกำหนดเขตในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เป็นสัดส่วน ระหว่างพื้นที่นันทนาการ พื้นที่พักผ่อน และพื้นที่สวน					
32. สักยภาพของพื้นที่ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว					
33. การจัดการในด้านการฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมของตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากการท่องเที่ยวที่ยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิต

4.1 ท่านจะกลับมาเที่ยวตลาดน้ำนครรังสิตอีกหรือไม่

- 1) กลับมาอีกแน่นอน (เพราะ.....)
- 2) ไม่แน่ใจ (เพราะ.....)
- 3) ไม่กลับมาแน่นอน (เพราะ.....)

4.2 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา

ข้อเสนอแนะ.....

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

วิบูลย์ศักดิ์ พิกุล

ประวัติการศึกษา

ปีที่สำเร็จการศึกษา 2530 การศึกษาระดับบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

รองผู้จัดการทั่วไป โรงแรมดิฟิว เพลส

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต