

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนที่	ช
สารบัญภาพ	ซ
สารบัญแผนภูมิ	ณ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	2
2 ทบทวนวรรณกรรม	4
พื้นที่ศึกษา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	4
แนวคิดแนวความคิดด้านการท่องเที่ยว	5
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	9
บทความที่เกี่ยวข้อง	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
3 วิธีดำเนินการศึกษา	14
ลักษณะของแหล่งข้อมูล	14
ขั้นตอนการศึกษา	14
วิธีดำเนินการวิจัย	14
เครื่องมือและเทคนิคในการวิเคราะห์	15
ความคิดรวบยอด (Conceptual Framework)	16
4 ผลการศึกษา	17
การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดคลาตริมแม่น้ำนครชัยศรีในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	17
การประเมินศักยภาพคลาตริมน้ำ เพื่อพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	19



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
5 สรุปและอภิปรายผล	35
สรุปผลศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรี ในเขตอำเภอ	35
บางเลน จังหวัดนครปฐม	
สรุปผลการประเมินศักยภาพตลาดริมน้ำ เพื่อพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	36
ข้อจำกัดทางการศึกษา	39
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	39
บรรณานุกรม	40
ภาคผนวก	42

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดตลาดริมแม่น้ำนครชัยศรีในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2	ศักยภาพในแต่ละด้านของตลาดน้ำวัดลำพญา
3	ศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงตลาดน้ำวัดลำพญา
4	ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำวัดลำพญา
5	ศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำวัดลำพญา
6	ศักยภาพด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่นของตลาดน้ำวัดลำพญา
7	ศักยภาพด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอกของตลาดน้ำวัดลำพญา
8	ศักยภาพในแต่ละด้านของตลาดบางหลวง
9	ศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงของตลาดบางหลวง
10	ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดบางหลวง
11	ศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมของตลาดบางหลวง
12	ศักยภาพด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่นของตลาดบางหลวง
13	ศักยภาพด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอกของตลาดบางหลวง
14	วิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของตลาดน้ำวัดลำพญา
15	วิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของตลาดน้ำวัดลำพญา
16	วิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของตลาดบางหลวง
17	วิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของตลาดบางหลวง
18	สรุปผลการประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดลำพญาโดยภาพรวม
19	สรุปผลการประเมินศักยภาพของตลาดบางหลวงโดยภาพรวม



สารบัญแผนที่

แผนที่ที่	หน้า
1 แสดงที่ตั้งของตลาดน้ำวัดคำพญาและตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	4

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบความคิดในการศึกษา (Conceptual Framework)	16
2 ลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำวัดลำพญา	19
3 ลักษณะทางกายภาพของตลาดน้ำวัดลำพญา	19
4 ลักษณะทางกายภาพของตลาดบางหลวง	26
5 ลักษณะทางกายภาพของตลาดบางหลวง	26
6 ตลาดน้ำวัดลำพญา	46
7 ตลาดน้ำวัดลำพญา (บนแพ)	46
8 อาหารทั้งคาวและหวานที่ตลาดน้ำวัดลำพญา	47
9 ผู้ขายและสินค้าในตลาดน้ำวัดลำพญาบริเวณริมแพ	47
10 สินค้าที่จำหน่ายในตลาดฝั่งบนบก	48
11 กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนสองฝั่งแม่น้ำ ของตลาดน้ำวัดลำพญา	48
12 ถนนที่ตัดผ่านทำให้การเข้าถึงตลาดน้ำวัดลำพญาทำได้สะดวก	49
13 ป้ายบอกทางที่มีอยู่จำนวนมากของตลาดน้ำวัดลำพญา	49
14 ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122	50
15 ชุมชนในตลาดบางหลวง	50
16 อาหารทั้งคาวและหวานที่ตลาดบางหลวง	51
17 ผู้ขายในตลาดบางหลวงเป็นผู้ที่อาศัยในชุมชน โดยตั้งร้านบริเวณบ้านของตนเอง	51
18 ชุมชนชาวจีนในตลาดบางหลวง	52
19 ขนมขุมนเปียะ ขนมดั้งเดิมของชาวจีนในชุมชนบางหลวง	52
20 “บ้านเก่าเล่าเรื่อง” แหล่งรวมของเก่าโบราณในชุมชนตลาดบางหลวง	53
21 อาจารย์ชาติ ศรีพุทธาธรรม เจ้าของบ้านเก่าเล่าเรื่อง	53
22 กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนสองฝั่งแม่น้ำ ของตลาดบางหลวง	54
23 ตลาดบางหลวงสามารถเข้าถึงได้สะดวก จากการที่มีถนนตัดผ่านและรถโดยสารประจำทาง	54



สารบัญแนภูมิ

แนภูมิที่	หน้า
1 ศักยภาพในแต่ละด้านของตลาดน้ำวัดลำพญา	20
2 ศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงตลาดน้ำวัดลำพญา	21
3 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดน้ำวัดลำพญา	22
4 ศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำวัดลำพญา	23
5 ศักยภาพด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่นของตลาดน้ำวัดลำพญา	24
6 ศักยภาพด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอกของตลาดน้ำวัดลำพญา	25
7 ศักยภาพในแต่ละด้านของตลาดบางหลวง	27
8 ศักยภาพด้านความสะดวกในการเข้าถึงของตลาดบางหลวง	28
9 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดบางหลวง	29
10 ศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมของตลาดบางหลวง	30
11 ศักยภาพด้านการตอบรับของคนในท้องถิ่นของตลาดบางหลวง	31
12 ศักยภาพด้านการพัฒนาและการจัดการจากองค์กรภายนอกของตลาดบางหลวง	32