

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน

พิมพ์กา เพ็งนาเรนทร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2561

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง 2) ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาคกลางของประชาชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในตลาดน้ำ และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ วิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่ายจากนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 พื้นที่ จำนวน 405 คน โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการ สอนหน้ากลุ่ม Focus Group ประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการร้านค้าที่อยู่ในตลาดน้ำภาคกลาง พื้นที่ละ 10 คน รวมทั้งหมด 4 พื้นที่ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นักท่องเที่ยว ผู้นำท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำภาคกลาง ในเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พื้นที่ละ 3 คน ทั้ง 4 พื้นที่

ผลการวิจัยพบว่า

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด คือด้านพื้นที่ ด้านสินค้า ด้านผู้ประกอบการ ด้านกิจกรรม ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการเผยแพร่ข่าวสาร

2. สภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เมื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ผลดังต่อไปนี้ การวิเคราะห์จุดแข็งอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครหรือมีที่ตั้งที่ในกรุงเทพมหานครทำให้สะดวกในการเดินทาง วิถีชีวิตของคนในชุมชนตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งยังคงสภาพวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเน้นการดูแลพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน คนในชุมชนมีอุปนิสัยโอบอ้อมอารีรักความสงบ คนในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มีถิ่นฐานอยู่ในชุมชนมาอย่างยาวนานเป็นคนเก่าแก่ที่อยู่กันมาจากรุ่นสู่รุ่นจึงมีความรักและผูกพันกันสามารถพึ่งพาอาศัยกันได้ มีความหวงถิ่นฐานของตนเอง และตลาดทั้ง 4 แห่งมีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นธรรมชาติจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีบรรยากาศที่ดี มีความร่มรื่นอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครทำให้เดินทางสะดวก สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีราคาไม่แพงเพราะสินค้าส่วนใหญ่มาจากผลผลิตในชุมชนโดยเฉพาะสินค้าตามฤดูกาล การ

วิเคราะห์จุดอ่อนอยู่ในระดับปานกลาง มีดังนี้ ตลาดบางแห่งค่อนข้างขาดแคลนพ่อค้าแม่ค้าที่จะเข้ามาขายสินค้าในตลาดเพราะจากสภาพวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่เกิดการเปลี่ยนแปลงเพราะคนรุ่นใหม่ต้องการที่จะไปทำงานในอาชีพอื่นมากกว่าต้องการเป็นพ่อค้าแม่ค้าอยู่ในตลาด ระบบการบริหารจัดการภายในตลาดหรือการบริหารงานของคณะกรรมการพ่อค้าแม่ค้าและหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีการประสานที่ดีทางเดินที่ให้นักท่องเที่ยวเดินซื้อสินค้าค่อนข้างแคบ ไม่มีศูนย์สำหรับคอยให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีพิพิธภัณฑ์สำหรับจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาด ตลาดน้ำบางแห่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ ทำให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักตลาดน้ำเท่าที่ควร การวิเคราะห์โอกาสอยู่ในระดับมาก ดังนี้ พื้นที่ของตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทำให้ตลาดน้ำสามารถเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดได้ และตลาดน้ำแต่ละแห่งมีความเป็นเอกลักษณ์ ตลาดน้ำบางแห่งที่เปิดให้บริการทุกวันเช่นตลาดน้ำดอนหวายทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวได้ตามสะดวกและทำให้ผู้ประกอบการร้านค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น และวิเคราะห์อุปสรรคอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งยังไม่มีสิ่งดึงดูด (จุดขาย) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจในความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดมีสินค้าและบริการที่เหมือนกันอาจทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากันได้ ตลาดน้ำบางแห่งยังไม่มีบริการที่พักแบบโฮมสเตย์

3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก และผลจากการศึกษามีดังนี้ 1) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐและสถานประกอบการให้มีความรู้สามารถเพิ่มมากขึ้น ควรจัดทำคู่มือที่มีข้อมูลของตลาดน้ำเป็นภาษาอังกฤษ ควรเพิ่มพูนความรู้ด้านการให้บริการของสถานประกอบการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ควรจัดทำป้ายต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกหรือสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และควรมีหน่วยรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด การใช้แผ่นพับหรือแผ่นโปสเตอร์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น 4) ด้านการประสานงานเครือข่าย ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ มีตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดในพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ ควรมีเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พัก ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. เทศบาล และควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ตลาดน้ำภาคกลาง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

The research of process about a development of tourism potential of floating market in central region to join the Asean Economic Community
 Pimpanga Phangnarean
 Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University
 2018

The research of process about a development of tourism potential of floating market in central region to join the Asean Economic Community. It aims to..

1) To study the opinions of tourists on potential of tourism resource management of floating market in central region.

2) To study the problems of floating market management for cultural tourism in the central region of the local population, floating market entrepreneurs and government officials by analyze Strength, Weakness, Opportunity and Threat of the tourism floating market in central region.

3) To study the potential development of tourism floating market in central region to join the Asean Economic Community. The research methodology is divided into 2 types are 1) Quantitative research, the research use the sampling method by simple random from the tourists in 4 floating market in central region for 405 people. By give a questionnaire to representative sample. 2) Qualitative research, the researcher use method about focus group. Focus group of local people, local leader and shop operator in floating market in central region, 10 people per area, total 4 areas. And In-depth interview, tourists, local leader and government official who relate with the development in floating market in central region about the development of tourism potential of floating market in central region to join the Asean Economic Community 3 people per area, total 4 areas.

The research found that..

1. The tourism potential of the floating market in central region to join the Asean Economic Community overall are in good level. When considering the level of tourism potential of floating market in central region to join the Asean Economic Community in each part sort by the highest average to the lowest average is public relation.

2. The management problems of floating market in central region to join the Asean Economic Community by analyze the Strenght, Weakness, Opportunity and Threat. When analyze the management problems of floating market in central region to join the Asean Economic Community the results are as follows, the strength analysis is in high level thus

all 4 floating markets near Bangkok or locate in Bangkok make it easy to travel. Lifestyle of people in the community all 4 floating market still maintain a simple lifestyle, focus on interdependent. People in the community are generous and peacefulness. Most people in the community are a long-term residents who went through thick and thin together, they love and deep bond the community. They can dependable and value highly the abode. And all 4 floating market have a natural environment then it be an ecotourism. It have a good vibe, shady, near Bangkok, easy to travel, product are cheap and most of the products come from community products, especially seasonal products. The weakness analysis is in middle level thus some floating market quite lack of seller who will come to sell the product in the market. Because from the lifestyle of people in modern times has change, people in modern times they want to work in different career more than being a seller. The management system within the market or management of the board of merchants and the government agencies are not well coordinate. And the walkway for tourists is quite narrow, no tourist services, no museums for exhibiting the history of the market and some floating market still lack of public relation so people or tourist do not know the floating as it should. The opportunity analysis is in high level thus the location of 4 floating market are locate in the area of the province with famous tourist attraction of the province and each floating market is unique. Some floating market is open every day such as Don Wai floating market, tourists can come to travel easily and the seller has increased revenue. And the threat analysis is in high level thus all 4 floating market they are no attraction to make the tourist impress with the unique of market. And the same service can make the seller snatch the customers. The floating market they are does not have a home stay service.

3. The development of tourism potential of floating market in central region to join the Asean Economic Community, the tourists have the opinion about the development of tourism potential of floating market in central region to join the Asean Economic Community. Overall, all parts are in high level and the results are as follows 1) Human resources development should develop government officials and establishment to have more knowledge, should have a manual that contains the information of floating market in English, should increase the knowledge of service of the establishment to satisfy tourists and local guides should be provided to educate tourists about the local culture. 2) The facilitation and safety, they should have a label to facilitate and make it safe both Thai and English. And should have currency exchange. 3) The public relations and advertising should promote the tourism of floating market in central region by various media such as television,

internet, radio broadcasting and use a brochure or poster to reach the target faster. 4) The network coordination should establish a network between establishment with the government agencies, they should have the representatives of the provincial tourisms and sports office in the area of floating market. They should have a network between establishment and private such as hotel and accommodation. They should have a network between establishment and local administration such as Subdistrict Administration Organization (SAO), Provincial Administration Organization (PAO) and municipality. And they should have a network between establishment and tourist attraction.

KEYWORDS: Floating Markets in the Central Region, Guidelines for Tourism Potential Development, The ASEAN Economic Community

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี