

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูง ในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่รายได้อันดับต้นๆ เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานก่อให้เกิดการกระจายรายได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น และก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิตสำหรับความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศเป็นการช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานของชุมชนท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย จากนโยบายในการพัฒนาบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) โดยได้กำหนดเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านสาธารณสุขูปโภค ที่พัก และสาธารณสุขพื้นฐานการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายการเสนอวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรี เป็นต้น เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าวที่มีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่ายที่มีส่วนได้เสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ และบรรลุเป้าหมายได้ประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรมและมีความยั่งยืน นโยบายดังกล่าวมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกระดับโดยเฉพาะในระดับท้องถิ่น ประกอบกับแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรวม 3 ภารกิจ ได้แก่ การวางแผนการท่องเที่ยว การปรับปรุงดูแล บำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2552 หน้า 21)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีให้เลือกมากมายหลายรูปแบบ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นภูเขา ทะเล น้ำตก และอุทยานประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียง ทำให้ชาวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทย เพราะอยากเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีที่สวยงามของคนไทย การท่องเที่ยวในประเทศไทยถือว่าเป็นหน้าต่างการเรียนรู้อีกอย่างหนึ่งของผู้คนในโลกที่ต้องการหาประสบการณ์และความทรงจำที่ดี ส่วนการท่องเที่ยวในต่างประเทศก็จะมีแตกต่างจากการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศจะมีความโดดเด่นหรือด้อยมากมายเพียงใด ก็อยู่ที่หน่วยงานภาครัฐของประเทศนั้นๆ ว่าจะมีนโยบาย และแนวทางในการดูแลพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวอย่างไร การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกุญแจไขปริศนาความเป็นมาของประเทศและทำให้เกิดการเรียนรู้ในประเทศนั้นๆ ประเทศไทยมีการจัดการท่องเที่ยวแบบถูกใจผู้คนมากแค่ไหนก็จะมีผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก นอกจากจะทำให้ผู้คนรู้จักประเทศของตนแล้ว ยังทำให้ชาวบ้านในละแวกนั้นๆ มีรายได้อีกทาง เห็นได้ว่าประเทศไทยมีการจัดการท่องเที่ยวแบบน่าสนใจ ประเทศนั้นเศรษฐกิจก็จะดีขึ้น การจัดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือต่างประเทศโดยส่วนมากจะเน้นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ของประชากรในประเทศนั้นๆ ปัจจุบันรูปแบบ

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ปรับเปลี่ยนไปหลายแนวทางนอกเหนือจากการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยมที่ทำกันมายาวนานที่มักจะไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักคุ้นเคยกันดี ก็ปรับเปลี่ยนมาเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่จำเพาะเจาะจงมากขึ้น ทุกวันนี้เรามีชุมชนเล็กๆ จำนวนมาก ที่เปิดตัวเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้กำลังเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการท่องเที่ยว เป็นทางเลือกใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นิยามการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยววันนั้นๆ และมีส่วนได้เสียที่เกิดจากการท่องเที่ยวซึ่งการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนนั้นมีจุดขายที่หลากหลาย ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต การอนุรักษ์รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบเพื่อสร้างความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง

การท่องเที่ยวที่ถูกกำหนดว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญแหล่งหนึ่งคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบของตลาดน้ำ ซึ่งมีข้อมูลที่น่าสนใจจากหนังสือเรื่องวิถีคนไทยในสมัยโบราณ ของ ส.พลายน้อย (2538 หน้า7) ที่ได้เขียนไว้ว่าแต่เดิมในสมัยโบราณ ผู้คนอาศัยอยู่กันอย่างง่าย ๆ รูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละชุมชนเป็นลักษณะของการพึ่งพา ต่อมาเมื่อบ้านเมืองพัฒนามากขึ้น การดำรงชีวิตของมนุษย์ก็เปลี่ยนไปมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกันทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน จากแหล่งชุมชนหนึ่งกับอีกแหล่งชุมชนหนึ่ง ทำให้เกิดสถานที่ที่เป็นแหล่งซื้อขายของชุมชนขึ้น กลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่เราเรียกว่า ตลาด ดังนั้นตลาดจึงเป็นสถานที่สำคัญที่จะขาดเสียมิได้โดยเฉพาะในชุมชนที่เป็นสังคมเมือง โดยทั่วไปแล้วตลาดจะประกอบด้วยร้านค้าและบ้านช่องที่อยู่อาศัยค้าขายสิ่งของต่างๆ เพื่อการบริโภคในชีวิตประจำวันตลาดที่ใกล้ชิดกับคนมากที่สุดน่าจะเป็นตลาดนัดซึ่งจะเปลี่ยนวัน เวลา สถานที่ในการติดตลาดไปเรื่อยๆ ตามนัด พ่อค้าแม่ค้าจากหลายถิ่นมีโอกาสนำสินค้ามาหลายไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน ชุมชนใดใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อไปมาหาสู่ตลาดอันเป็นแหล่งสำคัญในการแลกเปลี่ยนค้าขายก็จะเรียกว่าตลาดบก แต่ถ้าชุมชนไหนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางสัญจรเป็นส่วนใหญ่ก็จะเรียกตลาดที่เกิดขึ้นว่า “ตลาดน้ำ” ดังนั้น ตลาดน้ำ จึงหมายถึง ตลาดที่มีการค้าขายในน้ำ โดยอาศัยแพเป็นพาหนะบรรทุกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิต เช่น เสื้อผ้า อาหารมาขายตามแม่น้ำลำคลองที่มีผู้คนอาศัยอยู่

ตลาดน้ำภาคกลางมีหลายแห่งเนื่องจากภูมิประเทศของภาคกลางอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสายทั้งนี้อยู่ตามธรรมชาติและคนที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่ง ขยายพื้นที่เพาะปลูกและที่อยู่อาศัย การขุดคลองเพื่อย่นระยะทางของแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างอยุธยาปากน้ำทำกันมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลายแล้ว ไม่เพียงแต่รัฐบาลจะขุดคลองเพิ่มเติมยังบูรณะขุดลอกคลองที่มีอยู่แล้วให้ใช้ประโยชน์ได้ไม่ให้ต้นเงินอีกด้วย หลังปี พ.ศ. 2500 มีการตัดทางหลวงเชื่อมต่อระหว่างกรุงเทพฯ กับหัวเมืองต่างๆ แต่แทนที่จะสร้างความเจริญไปสู่ชนบท กลับนำไปสู่การหลั่งไหลของประชากรจากชนบทเข้ามายังเมืองเพื่อหางานทำในเมืองหลวงและนับวันก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นอาจเป็นเพราะความยากจน ขาดการศึกษา ขาดการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นไม่เข้มแข็งการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน กระแสวัตถุนิยมน่าจะเป็นสาเหตุทุกอย่างรวมกับการอพยพเข้าเมืองตลอดช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมาทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภคมากขึ้นเกิดเป็นชุมชนแออัดเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคมตามมา (พัชรพิมพ์ เสถบุตร.2551 หน้า 12-14) จากเหตุผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในสังคมที่มีทิศทางที่น่าวิตกไม่ว่าจะเป็นการเจริญเติบโตทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม และ

ทางวัตถุที่เจริญขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้เป็นปัญหาในระดับชาติหากการขยายตัวของประชากรมีมากขึ้น ความเป็นอยู่แออัดผู้คนสนใจคุณค่าทางวัตถุมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ ดังนั้นปัญหาดังกล่าวน่าจะได้รับการแก้ไข โดยการหันกลับไปดูแลถิ่นฐานบ้านเกิด เพื่อร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาถิ่นฐานให้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กำลังจะสูญหาย หากได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริมให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบที่เหมาะสมก็จะทำให้ปัญหาดังกล่าวลดลงได้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในส่วนของตลาดน้ำในภาคกลางมีหลายแห่ง เช่นเดียวกับตลาดบกที่มีอยู่ทั่วไปในชุมชน ตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี (ตลาดน้ำแห่งแรกของไทย) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพฯ เป็นต้น

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำในประเทศไทยที่เป็นรูปแบบของตลาดน้ำเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตที่ไม่มีอยู่ในวัฒนธรรมของพวกเขา ตลาดน้ำเป็นที่รู้จักกันดีทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากกว่า 30 ปี คือตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเริ่มต้นจากตลาดซึ่งเป็นชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเอง แล้วพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการให้เป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยว จากเดิมที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อดูวิถีชีวิตที่เป็นอยู่ตามปกติของชาวบ้านในพื้นที่ ต่อมาได้มีการสร้างกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย เช่นการลงเรือ หรือการเที่ยวชมคลองเพิ่มเติมขึ้น ความสำเร็จของเศรษฐกิจของตลาดน้ำแห่งนี้ได้กลายเป็นต้นแบบให้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำในแหล่งอื่นๆ ให้เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือเน้นการสรรหากิจกรรมต่างๆ มาบริการนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นซึ่งมีทั้งการปรับปรุงตลาดน้ำท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว การรื้อตลาดน้ำที่สูญหายไปแล้วขึ้นมาใหม่ หรือการจัดตั้งตลาดขึ้นมาใหม่เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งรูปแบบหลังนี้จะมีเกิดขึ้นเรื่อยๆ ในชุมชนริมน้ำหลายแห่งทั้งในเขตเมืองและในชนบท (มณีวรรณ ผิวนิ่มและคณะ. 2546 หน้า 1)

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปลายปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มว่าจะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเร่งพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะอยู่รอดในภาวะที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวโน้มว่าจะมีการแข่งขันสูงต่อไป จุดอ่อนของคนไทยที่จะต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ทักษะด้าน ภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ บุคลากรไทยยังต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจ วัฒนธรรมของประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไทยต้องสร้างความร่วมมือระหว่างกัน สร้าง พันธมิตรทางการค้า หรือรวมกันโดยควรวรรวมกิจการกัน เพื่อลดการแข่งขันกันเองและเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศได้ตระหนักดีว่า ภาคบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งทางด้านยุทธศาสตร์ ต่อการเติบโตด้านเศรษฐกิจของภูมิภาค ซึ่งเป็นการพัฒนาอาเซียนในความหลากหลายทางวัฒนธรรม สังคม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ อาเซียนจึงได้มีการตั้งเป้าหมายการเจรจาเปิดเสรีการค้า บริการและมีการจัดทำแผนงานและข้อตกลงต่างๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ภายในปี พ.ศ. 2558 (กรมการท่องเที่ยว, 2558) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัว

สูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายใน และภายนอกประเทศ โดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง ที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาจากหลายประเด็น อาทิเช่น การที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนที่กำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 และเป็นประเทศผู้ประสานงานหลักในด้าน การท่องเที่ยวและการบินในภูมิภาค เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของระบบเศรษฐกิจระดับภูมิภาคในอนาคตอันใกล้ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้คนไทย ภาครัฐ และภาคธุรกิจทุกแขนง ต้องตื่นตัว และเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโลกกว้าง และเป็นจุดเริ่มต้นการเตรียมความพร้อมก้าวสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในภาคกลางหลายแห่งก็มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน เช่น

จังหวัดปราจีนบุรีมีพื้นที่หนองปลาแขยง เป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่และสวยงามเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว โดยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลเมืองเก่า อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี จึงมีแนวคิดที่จะใช้พื้นที่ดังกล่าวสร้างเป็นตลาดน้ำอาเซียน เพื่อเป็นการรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 โดยจะมีการเชิญสถานทูตแต่ละประเทศเข้ามาจัดตลาดของแต่ละประเทศ สร้างเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของประเทศสมาชิกอาเซียน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัดปราจีนบุรีและประเทศไทย และเป็นจุดที่เหมาะสมเนื่องจากใกล้กับประเทศเพื่อนบ้านและสนามบินสุวรรณภูมิ การสร้างตลาดน้ำอาเซียน จะเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดปราจีนบุรีพัฒนาขึ้น และตลาดน้ำดำเนินสะดวกได้จัดทำแผนพัฒนาตลาดน้ำดำเนินสะดวก พ.ศ. 2557-2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ปี 2558 ไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 3.1 เรื่องการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้าบริการ การค้าและการลงทุน ทั้งในด้านศักยภาพการผลิต มาตรฐานสินค้าบริการของตลาดน้ำดำเนินสะดวก ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อใช้เป็นแนวทางศึกษาศักยภาพและการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำที่มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้เป็นแนวทางแก้ปัญหาเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง
2. ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาคกลางของประชาชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในตลาดน้ำ และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

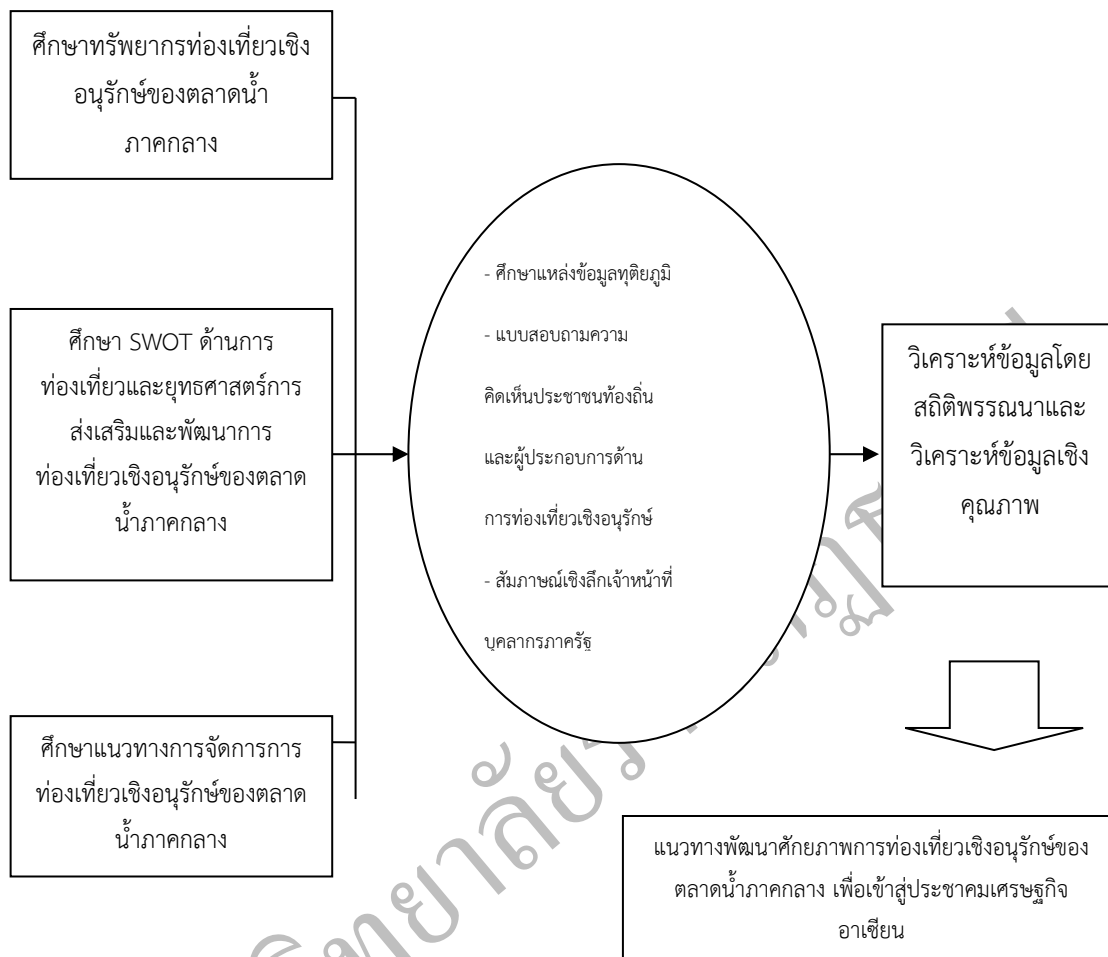
สำหรับแนวคิดการวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ใช้วิธีศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนร่วมกันค้นหาปัญหาสามารถตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แก้ไขปัญหาพัฒนาชุมชนในลักษณะพึ่งตนเองร่วมกัน เรียนรู้ทำให้รู้จักชุมชนตนเองมากขึ้น รู้ปัญหาของชุมชน สามารถร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันในทุกขั้นตอนระหว่างชุมชนกับผู้วิจัยสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยเป็น 2 ลักษณะ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการ Focus Group การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งมีขอบเขตด้านเนื้อหาดังนี้
 - 1.1 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง
 - 1.2 ปัญหาการจัดการตลาดน้ำโดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
 - 1.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการวิจัยครั้ง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้
 - 2.1 ประชาชน ได้แก่ นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 2) ตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดสมุทรปราการ 3) ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม 4) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
 - 2.2 ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการประเภทที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก การขนส่ง/ยานพาหนะ และการบริการนำเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 แห่ง
 - 2.3 เจ้าหน้าที่ของรัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 แห่ง
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ทำการศึกษา ได้แก่
 - 3.1 ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
 - 3.2 ตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดสมุทรปราการ
 - 3.3 ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม
 - 3.4 ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลา 12 เดือน (ตุลาคม 2559 – กันยายน 2560)

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย เรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นิยามคำศัพท์

ตลาดน้ำภาคกลาง หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดน้ำที่ตั้งอยู่ใน 4 จังหวัดของภาคกลาง ได้แก่ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 2) ตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดสมุทรปราการ 3) ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม และ 4) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการท่องเที่ยวที่เน้นการได้สัมผัสแหล่งวัฒนธรรม และเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองมีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลแต่ละยุคแต่ละสมัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการนำข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด นครปฐม และข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้จากการศึกษา นำมาสังเคราะห์กับ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) AEC หมายถึง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นเป้าหมายการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อเพิ่มอำนาจ ต่อรองกับคู่ค้า และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจระดับโลก รวมถึงมีการยกเว้นภาษี สินค้าบางชนิดให้กับประเทศสมาชิก ส่งเสริมให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่ง มั่นคง ประชาชนอยู่ดีกินดี

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงาน ภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง
2. เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บนพื้นฐานความต้องการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้ง เจ้าหน้าที่ภาครัฐผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในตลาดน้ำ
3. ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการของตลาดน้ำภาคกลาง ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ได้มีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาค กลาง