

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีเป้าประสงค์การวิจัย เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้เป็นพื้นฐานสู่การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจที่เท่าเทียมและเป็นธรรมอย่างสร้างสรรค์ สมดุลและยั่งยืน โดยคำนึงถึงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะในกลยุทธ์การวิจัยที่ 4 พัฒนาศักยภาพระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อมโยงกับแผนงานวิจัยที่ 4.5 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาประเด็นปัญหาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวิถีทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวเส้นแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ตามนโยบายการบริหารราชการ ของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว แต่หลายปีที่ผ่านมาไม่สงบอันเกิดจากความคิดเห็นของกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศเสียหายเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเมื่อ 30 มิถุนายน 2557 ที่ผ่านมา สำนักข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ ได้เผยแพร่นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ได้ กำหนดให้ปี 2558 เป็นปี “ท่องเที่ยววิถีไทย” ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี ตอบรับนโยบาย คสช. คืนความสุขให้ประชาชน คาดการณ์เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวตามเดิม 2.2 ล้าน แต่จะต้องมีการปรับกลยุทธ์เพิ่มรายจ่ายต่อคนและเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ประเทศมีระบบเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวให้เพิ่มมากขึ้น(วีระพันธ์ วุฒิบุญญา,2557) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นรัฐบาลปัจจุบันกำลังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยววิถีไทย โดยเริ่มต้นในปี 2558 คาดว่าจะต่อเนื่อง ปี 2559 ซึ่งการท่องเที่ยววิถีไทยนี้ นโยบายที่นำการท่องเที่ยวลงสู่ชุมชนและพื้นที่ที่มีลักษณะของวัฒนธรรมที่แสดงความเป็นไทยได้โดดเด่น และเมื่อการท่องเที่ยวไม่ได้อยู่เฉพาะพื้นที่ในเมือง ศูนย์การค้า ภูเขา ชายทะเล สถานที่พักตากอากาศตามที่เคยเป็นเท่านั้น แต่ในยุคนี้การท่องเที่ยวจะถูกวางแนวทางในมุ่งเน้นวิถีไทยมองวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่มีค่าสามารถทำรายได้คล้ายกับหลายประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น วิถีไทยนี้เป็นสิ่งที่หาได้จากพื้นที่ที่มีกลุ่มประชาชนพักอาศัยอยู่เป็นเวลายาวนานมีการสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการในยุคที่ความเจริญทางเทคโนโลยีครอบคลุมไปทุกพื้นที่ คือ วัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิตแบบไทยที่เรียบง่าย ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชี้แนวโน้มว่า ปี “2558 นี้ ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าคนไทยและภาคธุรกิจทุกแขนง ต้องตื่นตัว และเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโลกกว้าง และเป็นจุดเริ่มต้นการเตรียมความพร้อมก้าวสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต” (ณิชาพันธ์ เอี่ยมเพชร, 2555) วัฒนธรรมและวิถีไทยที่รัฐบาลกำลังให้การสนับสนุนส่งเสริม สามารถพบได้ในหลายพื้นที่ของไทยโดยเฉพาะจากเส้นทางคมนาคมที่ในอดีตถือเป็นเส้นทางหลักนั้นปัจจุบันกลายเป็นแหล่งที่อยู่ของวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มากมาย ส่วนหนึ่งของกลุ่มเทมพทานคร คือ เขตตลิ่งชัน พื้นที่ที่เคยมีการสัญจรกันอย่างคึกคัก พื้นที่นี้มีลำคลองที่เชื่อมหากันจำนวนมาก ริมน้ำคลอง คือสถานที่สำคัญที่เก็บเอาวิถีความเป็นไทยเอาไว้ มีจุดเด่นและหลากหลายซึ่งผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่ชายฝั่งของกรุงเทพฯ ยังขาดสื่อที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในรูปแบบที่สื่อวิทัศน์ที่รวบรวมและแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวที่ครบสมบูรณ์ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่ส่วนใหญ่มีการนำเสนอในรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลเฉพาะแหล่งขาดการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางอย่างเป็นระบบ ทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาข้อมูลต้องใช้เวลาในการค้นหา วางแผนและเชื่อมต่อเส้นทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งอาจทำให้ไม่ครบถ้วนสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆที่ยังคงความเป็นธรรมชาติและมีความเป็นวัฒนธรรมชุมชนยังอาจถูกมองข้ามผ่านไป

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชัน พบว่า ในเขตตลิ่งชัน มีตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในขณะนี้ถึง 5 ตลาด ได้แก่ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดจำปา อุทยาน ร.3 ตลาดน้ำวัดสะพานและตลาดน้ำคลองลัดมะยม เส้นทางการท่องเที่ยวมีเรือบริการนักท่องเที่ยวตามตลาดนัดต่างๆ ซึ่งจะไปเชื่อมกับสถานที่ท่องเที่ยวแบบวิถีไทยและวัฒนธรรม เช่น วัดสวนกล้วยไม้ เป็นต้น ที่พักโฮมสเตย์มีให้บริการอยู่พอสมควร แม้จะไม่มากนัก การเดินทางท่องเที่ยวอาจแบ่งได้หลายเส้นทางและอาจเที่ยวได้ไม่ครบในหนึ่งวัน(One day Trip)และสิ่งที่ต้องการความร่วมมือจากนักวิชาการที่มีความชำนาญ คือ การจัดทำสื่อเพื่อแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็นเส้นทางให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกเดินทางตามระยะเวลาหรือความสนใจ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและการก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน

ด้าน ทวีศักดิ์ หว่างจันทร์ (2559,บทสัมภาษณ์) ในฐานะเจ้าของบ้านสว่างจันทร์ ที่เป็นแหล่งผู้สืบทอดศิลปะการแทงหยวก และศิลปะการผลิตเครื่องหอมที่ขึ้นชื่อ ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจมองว่าโฮมสเตย์เป็นสถานที่ในการเปลี่ยนบรรยากาศในการ กินดื่ม แต่ในความเป็นจริงแล้วโฮมสเตย์ควรเป็นสถานที่พักผ่อนเพื่อชื่นชมและซึมซับวิถีความเป็นไทยมากกว่า ประเด็นนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญ การท่องเที่ยวควรให้นักท่องเที่ยวปรับตัวเพื่อเข้ากับชุมชนไม่ควรให้ชุมชนปรับตัวเพื่อรับนักท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว การท่องเที่ยวเส้นในคลองบางระมาดในพื้นที่เขตตลิ่งชัน สามารถเชื่อมต่อกันเส้นอื่นได้หลายเส้นทางกรณีสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบอกเล่าเส้นทางก็จะเป็นประโยชน์ ในแนวทางเดียวกันชาวบ้านชุมชนวัดจำปามีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่

ยังคงเน้นไปที่ตลาดน้ำ ซึ่งบางแห่งเป็นที่รู้จักกันอยู่ แต่บางแห่งนักท่องเที่ยวยังรู้จักน้อย ขาดการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและต่อเนื่อง หากได้รับการแก้ไขปัญหาด้านนี้ก็จะช่วยให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวและยังได้แสดงออกถึงวิถีไทยผ่านผลิตภัณฑ์ของชุมชน วัฒนธรรมประเพณี อาหารและสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

จากข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้บริหารเขต ผู้นำชุมชน ชาวบ้านและผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่สรุปได้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามวิถีไทยในเส้นในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ยังมีสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่อีกมาก สิ่งที่ยังขาดคือ การจัดระบบข้อมูลและการแนะนำเส้นทาง การท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมและวิถีไทย ตามนโยบายของรัฐบาล หากพื้นที่เขตตลิ่งชันยังขาดความร่วมมือจากนักวิชาการหรือภาครัฐ ปัญหาด้านการขาดการประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางที่เป็นระบบและครอบคลุมจะยังคงไม่ได้รับการแก้ไข ซึ่งอาจทำให้สูญเสียรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของชาวบ้านในพื้นที่และขาดโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรมและวิถีไทยในช่วงเวลาของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน วาระนี้ถือเป็นโอกาสในสำคัญในการทำให้เกิดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามเส้น การร่วมกันแบบสหวิทยาการทั้งสาขาการท่องเที่ยว สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตผลงานวิจัยด้านการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตลาดน้ำและเส้นทางท่องเที่ยวถือเป็นเป็นการร่วมกันเพื่อใช้องค์ความรู้เฉพาะสาขาร่วมกันสร้างสรรค์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาของพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยในฐานะนักวิชาการที่มองเห็นปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของชุมชนในมิติของการท่องเที่ยวที่คาดหวังว่าจะช่วยพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวเส้นแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครให้บังเกิดผลเป็นรูปธรรมอันจะส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวและเกิดประโยชน์สูงสุดในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาวิถีชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวตามวิถีไทยภายใต้นโยบายของรัฐบาล

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80
2. เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

## 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

### 1.3.1 ด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศาสนสถาน โบราณสถาน โฮมสเตย์ ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี วิถีและ

ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตั้งอยู่บนเส้นทางการเดินทาง โดยเน้นกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

### 1.3.2 ประชากรที่ศึกษา

ประชากร คือ ประชากรที่พักอาศัยในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวนมากกว่า 100,000 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของผู้พักอาศัยซึ่งไม่มีรายชื่ออยู่ในรายงานจำนวนประชากรได้ (ข้อมูลสถิติเขตตลิ่งชันพ.ศ.2555 จำนวนประชากรจำนวน 106,532 คน)

### 1.3.3 กลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกจากประชากรที่มีลักษณะเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ชาวบ้านในชุมชน
2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
3. ผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการนักท่องเที่ยว
4. ปรากฏซ์ท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยว

จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 40 คน ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเส้นทางและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง(Unstructured interviews) จนครบหรือจนกว่าข้อมูลที่ได้รับจะซ้ำ

ส่วนการดำเนินการกระบวนการการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ทำการคัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 15 คน เพื่อทำการจัดกลุ่มสนทนา(Focus Group) โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมตามแนวทางการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม(จินตวีร์เกษมสุข, 2554) เพื่อลงความเห็นหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

### 1.3.4 พื้นที่ที่จะศึกษาวิจัย

เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ครอบคลุมตลาดน้ำ 5 ตลาด ได้แก่ ตลาดน้ำวัดสะพาน, ตลาดน้ำวัดจำปา อุทยาน ร.3, ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน, ตลาดน้ำตลิ่งชัน, ตลาดน้ำคลองลัดมะยม, และส่วนต่อขยายซึ่งจะพบจากการศึกษาข้อมูลระหว่างดำเนินการวิจัย

### 1.3.5 ระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในช่วงเดือนตุลาคม 2558– กันยายน 2559

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการบริการความรู้ที่ได้แก่ภาคธุรกิจซึ่งผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
2. ได้รับสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวที่ได้มาจากการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจากชุมชนในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพซึ่งสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ประกอบการด้านธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องและจะได้มอบสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ให้แก่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

#### 1.5 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยมีคำสำคัญที่จะต้องนิยาม ดังต่อไปนี้

1. **สื่อวีดิทัศน์** หมายถึง สื่อ วีดิทัศน์ 2 ภาษา ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว ที่สามารถให้ความรู้ ข้อมูล และคำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ตลาดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเส้น ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

2. **สื่อออนไลน์** หมายถึง สื่อออนไลน์ 2 ภาษา ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวที่สามารถให้ความรู้ ข้อมูล และคำแนะนำเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ตลาดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเส้น ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

3. **แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติศาสนา ศิลปวัฒนธรรมแหล่งจำหน่ายสินค้าอาหารและของที่ระลึกเส้นในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร