



การศึกษาศักยภาพตลาดชายแดนไทยเพื่อเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สุภาวดี บุญฉัตร, ชาย สัญญาวิวัฒน์, วันทนา ภาคิน

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

E-mail: supawadee.boon@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

ประเทศไทยมีฐานเศรษฐกิจอิงการท่องเที่ยว โดยลักษณะทางภูมิศาสตร์กายภาพของประเทศไทยมีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 4 ประเทศ ทำให้มีตลาดชายแดนโดยมีชุมชนที่ติดต่อกันเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ แต่จากสถิติในจุดผ่านแดนแต่ละแห่ง ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติน้อย การดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นแนวทางที่ควรศึกษา การวิจัยเน้นการศึกษาศักยภาพชุมชนชายแดน เพื่อสรุปศักยภาพการพัฒนาให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการศึกษาศักยภาพในชุมชน เพื่อพัฒนาตลาดชายแดนให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวขยายวงกว้างมากขึ้น จากนั้นมีการเสนอแนะตลาดชายแดนที่มีศักยภาพ แนวทางการพัฒนา และเสนอรูปแบบตัวอย่างการพัฒนาเชิงกายภาพ การรวบรวมข้อมูลนั้น เริ่มจากการกำหนดเกณฑ์ประเมินตลาดในภาพกว้างจากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี (Mill and Morrison, 2012) แล้วจึงกำหนดแนวทางเชิงลึกโดยอ้างอิงลักษณะของเมืองน่าอยู่ 5 แนวทาง ที่มิวิจัยได้คัดเลือกตลาดชายแดนที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพียง 4 แห่งจากข้อมูลของตลาดทั้งหมด 19 แห่ง

คำสำคัญ : ตลาดชายแดนไทย ตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศักยภาพเพื่อพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์



Potential Study of a Thai Border Market as a Creative Economy-oriented Market

Supawadee Boonyachut, Chai Sunyavivat, Wuntana Parkthin

School of Architecture and Design, King Mongkut's University of Technology Thonburi

E-mail: supawadee.boo@kmutt.ac.th

ABSTRACT

Thailand's economy is based on tourism. The geographical characteristics of Thailand is defined by its four neighboring countries, resulting in the occurrence of border markets operating in terms of foreign trading, commodities exchanges, cross culture and identity transfer. Statistically, there are fewer foreign tourists. Thus, the creative economy should be studied to increase the number of foreign travelers. In the pursuit of developing a creative economy, the research emphasized the potential of border communities. It investigated the resources in the communities to develop border markets for all groups of travelers. Finally, this study selected border markets having potential, developed guidelines, and made recommendations for physical development. Data collection was defined in broad criteria, based on the definition of tourist destinations (Mill and Morrison, 2012). In-depth guidelines based on the five "characteristics of a livable city" were also determined in selecting markets that could be developed into creative economy-oriented markets. Hence, the research team selected only 4 potential border markets out of 19 studied border markets.

Keywords: Thai border market, creative economy-oriented Market, potential for creative
Economy - oriented market



บทนำ

ประเทศไทยมีฐานเศรษฐกิจที่อิงการท่องเที่ยวและมีรายได้จํานวนมหาศาลจากการท่องเที่ยว โดยที่พรมแดนด้านภูมิประเทศติดกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ กัมพูชา ลาว พม่า และมาเลเซีย ทำให้เกิดตลาดชายแดนโดยชุมชนของทั้งสองประเทศที่พรมแดนประชิดกันต่างติดต่อค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้า วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ท้องถิ่น เกิดการผสมผสานวัฒนธรรม และเชื้อชาติ การค้าชุมชนชายแดนจัดได้ว่าเป็นการค้าและการท่องเที่ยวต่างประเทศรูปแบบหนึ่ง (นพรัตน์ วงศ์วิทยาพนิชย์และคณะ, 2554) การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนการค้าชายแดนมากขึ้นโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นแนวทางที่ควรศึกษา

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพเบื้องต้นของชุมชนชายแดนในแต่ละแห่งที่สามารถพัฒนาให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อสร้างรายได้ของชุมชนและเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาฝีมือแรงงานอัตลักษณ์ของสินค้าประจำถิ่นที่คงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

งานวิจัยนี้กำหนดการศึกษาวิจัยตลาดชายแดนทั้งจุดผ่านแดนถาวร จุดผ่านแดนชั่วคราว และจุดผ่อนปรนที่มีแผนจะยกระดับ ในทุกภาคของประเทศยกเว้นภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือบางจังหวัดซึ่งยังไม่สงบตามชายแดนหรือการเชื่อมต่อ AEC เป็นไปได้ยากและต้องอาศัยเวลา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพชุมชน และสิ่งที่สามารถพัฒนาได้ในส่วนของทรัพยากร วัตถุดิบ สินค้าที่มีอยู่ หรืองานฝีมือและหัตถกรรม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความหลากหลายของเชื้อชาติ และสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบในกลุ่มย่อยจาก 4 สาขาหลักในขอบเขตคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Tourism Thailand, 2557)

2. ศึกษาศักยภาพของผู้คนในชุมชนท้องถิ่นที่จะพัฒนาตลาดชายแดนให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ขยายวงกว้างมากขึ้น หรือสามารถต่อเชื่อมเข้ากับประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) โดยคงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ (โชติ ภัลลณมิตร, 2539),

(นพดล ตั้งสกุล, 2557), (มุสดี ทิพทัส, 2535), (สืบพงศ์ จรรย์สืศรี, 2558, หน้า 2)

3. เสนอแนะศักยภาพ แนวทางการพัฒนา และตัวอย่างในการพัฒนาเชิงกายภาพ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยตลาดชายแดนตามขอบเขตที่กำหนดไว้มีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร / ผลการศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ภาพรวมตลาดการค้าชายแดนไทย
- ยุทธศาสตร์จังหวัด ซึ่งส่งเสริมศักยภาพในการพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทย เพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นในตลาดชายแดนแต่ละแห่งที่ได้รับการคัดเลือก

2. รวบรวมข้อมูลตลาดชายแดนอย่างเป็นระบบด้วยการ

- สํารวจ
- สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม
- สัมภาษณ์

ข้อมูลมี 8 ด้านหลักภายในขอบเขต 4 ส่วน ที่ประกอบขึ้นเป็นระบบการท่องเที่ยว ได้แก่ จุดหมายปลายทาง (Destination) การตลาด (Marketing) อุปสงค์ (Demand) และการเดินทาง (Travel) (Mill and Morrison, 2012) โดยจะดำเนินการเฉพาะสภาพทั่วไป ลักษณะทางกายภาพ Logistics สภาพสังคม-เศรษฐกิจ เสถียรภาพของตลาด ลักษณะลูกค้า องค์ประกอบแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตเพื่อพัฒนาตลาด รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยว

3. กำหนดหลักเกณฑ์ในภาพกว้างเพื่อประเมินศักยภาพตลาดชายแดน จากข้อมูลที่รวบรวมทั้ง 8 ด้าน ที่ว่าแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย (Mill and Morrison, 2012) สิ่ง



ดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ด้านระบบสื่อสารและสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี (Hospitality) ต่อนักท่องเที่ยวเกณฑ์การประเมินแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ สภาพการเดินทาง ขนส่งมวลชน สถานที่ท่องเที่ยว สินค้า และอาคาร

4. วิเคราะห์ข้อมูล สรุปศักยภาพในภาพกว้าง

5. กำหนดแนวทางการเลือกตลาดที่สามารถพัฒนาเป็น ตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นแนวคิดในการสร้างความเจริญเติบโตและพัฒนาการทางเศรษฐกิจ ด้วยการใช้สินทรัพย์จากความคิดสร้างสรรค์ โดยสินทรัพย์ในการศึกษานี้ หมายถึง วัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย สังคม เศรษฐกิจ ศิลปะ และการเมือง การปกครอง (ธิดา สารยา, 2552) ดังนั้นแนวทางในการเลือกตลาดจึงเป็นแนวทางในเชิงลึกเกี่ยวกับอำเภอที่ตลาดตั้งอยู่ซึ่งอ้างอิงจาก “ลักษณะของเมืองน่าอยู่” ของ สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานครประกอบด้วย

- มีประวัติศาสตร์ที่สามารถอยู่ร่วมกับวิถีชีวิตของประชาชนในปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน
- สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- เป็นอำเภอน่าอยู่ ทัศนียภาพงดงาม
- เป็นศูนย์การท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว
- ตลาด หมู่บ้าน ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง และหรือมีการบริหารจัดการที่ดีโดยภาครัฐระดับท้องถิ่น

6. จัดกลุ่มตลาดตามเขตแดนประเทศเพื่อนบ้าน และคัดเลือกตลาดที่มีศักยภาพในการพัฒนา

7. วิเคราะห์ข้อมูล โดยยึดหลักการภาพกว้างจากอดีต ปัจจุบัน สู่ศักยภาพอนาคตในเชิงลึก

8. คัดเลือกตลาดชายแดนเพื่อนำเสนอกรอบแนวความคิดในการพัฒนา โดยพิจารณาคะแนนจากการวิเคราะห์อดีตและปัจจุบันซึ่งเป็นภาพกว้างร่วมกับเกณฑ์และแนวทางพัฒนาซึ่งเป็นเชิงลึกประกอบกับข้อคิดด้านโลจิสติกส์ที่ต้องเข้าถึงชุมชนได้ง่าย มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่นซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้สนใจและประทับใจ นอกจากนั้นสถาปัตยกรรม

ท้องถิ่นยังเป็นองค์ประกอบที่เชิดชูให้ท้องถิ่นนั้นเป็นชุมชนน่าอยู่ การมีผู้นำท้องถิ่นที่เข้มแข็งให้ความเอาใจใส่ยอมทำให้ชุมชนยั่งยืน พัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และรักษาความเป็นตัวตนของท้องถิ่นได้ตลอดไป

ผลการวิจัย

การศึกษารวบรวมข้อมูลและลงพื้นที่สำรวจเริ่มที่ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก จำนวน 14 ตลาดใน 11 จังหวัด ประกอบด้วย ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงราย ตลาดแม่สาย ตลาดเชียงแสน ตลาดนัดหน้าเทศบาลเวียงเชียงของ รวมทั้ง ตลาดบ้านห้วยผึ้ง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตลาดอรุณชัย อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ตลาดบ้านห้วยโก๋น จังหวัดน่าน ตลาดริมเมย จังหวัดตาก และตลาดบ้านภูตุ๋ ที่ จังหวัดอุตรดิตถ์

ภาคกลาง ได้แก่ ตลาดเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี และตลาดด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ภาคตะวันออก ได้แก่ ตลาดช่องทางตะโกบน จังหวัดราชบุรี ตลาดช่องผักกาด และตลาดบ้านแหลม จังหวัดจันทบุรี รวมทั้งตลาดบ้านหาดเล็ก จังหวัดตราด

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ตลาดอินโดจีน จังหวัดมุกดาหาร ตลาดอินโดจีน (ท่าเสด็จ) จังหวัดหนองคาย ตลาดช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี และตลาดท่าลี่ ที่ จังหวัดเลย

เกณฑ์ประเมินตลาดที่สำรวจด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สภาพการเดินทาง ขนส่งมวลชน สถานที่ท่องเที่ยว สินค้า อาคาร โดยให้น้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบเท่ากัน โดยอ้างอิงมิลล์ และมอร์ริสสัน (2012) ร่วมกับหลักการประเมินตามแนวทางของ Likert's scale (M. Nayanapriya Gunawardhana, Sadami Suzuki, and Takao Enkawa. 2015) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---------|-------|--|
| ระดับ 1 | ★ | ไม่มีคุณสมบัติ หรือรูปแบบที่ต้องการ |
| ระดับ 2 | ★★ | มีคุณสมบัติ หรือรูปแบบที่ต้องการอย่างน้อย 1 องค์ประกอบ |
| ระดับ 3 | ★★★ | มีคุณสมบัติ หรือรูปแบบที่ต้องการอย่างน้อย 2 องค์ประกอบ |
| ระดับ 4 | ★★★★ | มีคุณสมบัติ หรือรูปแบบที่ต้องการอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ |
| ระดับ 5 | ★★★★★ | มีคุณสมบัติ หรือรูปแบบที่ต้องการอย่างน้อย 4 องค์ประกอบ และ/หรือ มี |

เน้นความเป็นวัฏจักรของสังคมที่ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



คุณสมบัติบางประการร่วมกับคุณสมบัติ
 ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม หรือเอกลักษณ์
 ท้องถิ่น

รายละเอียดและหลักเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อประเมิน
 ศักยภาพในแต่ละองค์ประกอบ คือ

- ก) สภาพการเดินทาง : พิจารณาจากคุณสมบัติหลัก คือ
 - มีสภาพพื้นผิวถนนดี เช่น ถนนลาดยาง หรือ ถนนคอนกรีต
 ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ
 - เส้นทางมีความลาดชันและคดเคี้ยวน้อย
 - การเข้าถึงได้ง่าย สะดวกและไม่ซับซ้อน เช่น ใกล้ถนนสาย
 หลัก
 - ระหว่างทางมีป้ายบอกทางชัดเจน

ข) ขนส่งมวลชน : พิจารณาจากระบบและรูปแบบขนส่ง
 มวลชน คือ

- รถเมล์ประจำทาง
- รถสองแถว
- รถตู้
- รถรับจ้าง เช่น แท็กซี่ จักรยานยนต์ สามล้อ เป็นต้น

ค) สถานที่ท่องเที่ยว : พิจารณาจากประเภทสถานที่
 ท่องเที่ยว ในระยะ 50 กิโลเมตรรอบตลาด ได้แก่

- ธรรมชาติ และกิจกรรมสันทนาการ เช่น ล่องแก่ง ดูนก
 ปีนผา
- ศาสนสถาน
- วัฒนธรรมท้องถิ่น
- โบราณสถาน
- สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

ง) สินค้า : พิจารณาจากประเภทของสินค้าในตลาด
 ขายเด่น ได้แก่

- สินค้าอุปโภค บริโภคประจำวันทั่วไป
- หัตถกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น เช่น
 ย่านลิเภา หัตถกรรมชาวเขา ไร่แม่กิ๊
- หัตถกรรมทั่วไป เช่น ผลิตภัณฑ์จักสานเครื่องปั้นดินเผา
- สินค้าเกษตรกรรม เช่น ผัก ผลไม้
- สินค้าอื่นๆ เช่น กะปิ น้ำปลา ปลาร้า

จ) อาคาร : พิจารณาจากสภาพอาคารและพื้นที่โดยรอบ
 ของตลาด เช่น

- พื้นที่โดยรอบตลาดมีระบบสาธารณูปโภค
- อาคารร้านค้าที่เป็นถาวรวัตถุ
- การวางผังตลาดเป็นระบบและระเบียบ
- พื้นที่หรืออาคารในตลาด และ/หรือโดยรอบตลาดมี
 เอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น
 จากนั้นได้กำหนดแนวทางการคัดเลือกตลาดที่สามารถ
 พัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5 แนวทาง โดยอ้างอิง
 “ลักษณะของเมืองน่าอยู่” (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร,
 2556) ดังที่ระบุในระเบียบวิธีวิจัย

จากข้อมูลตารางที่ 1 สรุปได้ว่ามีตลาด 4 แห่งจาก 3 ภาค
 ได้รับการคัดเลือกดังนี้

1. ภาคตะวันตก ตลาดด่านสิงขร อำเภอเมือง จังหวัด
 ประจวบคีรีขันธ์ มีศักยภาพคิดเป็นร้อยละ 82 ได้คะแนน 20.5
 จาก 25 และเมื่อวิเคราะห์ด้วย 5 องค์ประกอบ ที่เป็นแนวทางใน
 การพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลาดด่านสิงขร
 มีศักยภาพ 4 แนวทาง คือ

- มีประวัติศาสตร์ที่สามารถอยู่ร่วมกับวิถีชีวิตของ
 ประชาชนในปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน
- สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- เป็นอำเภอน่าอยู่ ทัศนียภาพงดงาม
- เป็นศูนย์การท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว

2. ภาคเหนือ ตลาดเชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัด
 เชียงราย มีศักยภาพคิดเป็นร้อยละ 96 ได้คะแนน 24 จาก 25
 และเมื่อวิเคราะห์ด้วย 5 องค์ประกอบ ที่เป็นแนวทางในการ
 พัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลาดเชียงใหม่ มีศักยภาพ
 4 แนวทาง คือ

- มีประวัติศาสตร์ที่สามารถอยู่ร่วมกับวิถีชีวิตของ
 ประชาชนในปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน กล่าวคือ เมืองเชียง
 แสนมีโบราณสถานเก่าแก่อายุเป็นจำนวนมาก มีแหล่ง
 ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ภายในกำแพง
 เมืองและกระจายตามพื้นที่ต่างๆ จำนวนร้อยละ 70 มี
 ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่ประกอบด้วย แม่น้ำโขง
 สามเหลี่ยมทองคำ ทะเลสาบเชียงใหม่พื้นที่ชุ่มน้ำโลก



และมีวัดอยู่บนยอดเขาที่ล้อมรอบตัวเมือง ตลอดจนมีวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่งดงามของชาวล้านนา โยนก ชาวไทยลื้อ ชาวไต ขววยอง และชนเผ่าต่างๆ ที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีค่ายิ่ง

- สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- เป็นอำเภอนำอยู่ ทัศนียภาพงดงาม
- เป็นศูนย์การท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว

3. ภาคตะวันออก ตลาดบ้านหาดเล็ก อำเภอดงใหญ่ จังหวัดตราด มีศักยภาพคิดเป็นร้อยละ 76 ได้คะแนน 19 จาก 25 และเมื่อวิเคราะห์ด้วย 5 องค์ประกอบ ที่เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลาดบ้านหาดเล็ก มีศักยภาพ 4 แนวทาง คือ

- มีประวัติศาสตร์ที่สามารถอยู่ร่วมกับวิถีชีวิตของประชาชน ในปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน
- เป็นอำเภอนำอยู่ ทัศนียภาพงดงาม

- เป็นศูนย์การท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว
- ตลาด หมู่บ้าน ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง และ/หรือ มีการบริหารจัดการที่ดีโดยภาครัฐระดับท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตลาดอินโดจีน (ท่าเสด็จ) อำเภอเมือง จังหวัดหนองคายมีศักยภาพคิดเป็นร้อยละ 62 ได้คะแนน 15.5 จาก 25 และเมื่อวิเคราะห์ด้วย 5 องค์ประกอบ ที่เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลาดอินโดจีน (ท่าเสด็จ) มีศักยภาพ 4 แนวทาง คือ

- 1) มีประวัติศาสตร์ที่สามารถอยู่ร่วมกับวิถีชีวิตของประชาชนในปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน
- 2) เป็นอำเภอนำอยู่ ทัศนียภาพงดงาม
- 3) เป็นศูนย์การท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว
- 4) ตลาด หมู่บ้าน ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง และ/หรือ มีการบริหารจัดการที่ดีโดยภาครัฐระดับท้องถิ่น

ตาราง 1 สรุปศักยภาพตลาด 19 แห่ง

ชายแดน	ตลาด	ที่ตั้ง	เกณฑ์ประเมินศักยภาพตลาด ^a (ภาพกว้าง)	แนวทางคัดเลือกตลาดที่สามารถพัฒนาเป็นตลาดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (เชิงลึก) 5 องค์ประกอบ
ลาว	ตลาดเชียงแสน	อ. เชียงแสน จ. เชียงราย	20.5	4 องค์ประกอบ
	ตลาดนัดเทศบาลเวียงเชียงของ	อ. เชียงของ จ. เชียงราย	15.5	3 องค์ประกอบ
	ตลาดบ้านห้วยโก๋น	อ. เฉลิมพระเกียรติ จ. น่าน	14	2 องค์ประกอบ
	ตลาดบ้านภูตู๋	อ. บ้านโคก จ. อุดรดิตถ์	18	1 องค์ประกอบ
	ตลาดท่าลี่	อ. ท่าลี่ จ. เลย	15	3 องค์ประกอบ
	ตลาดอินโดจีน	อ. เมือง จ. มุกดาหาร	25	1 องค์ประกอบ
	ตลาดอินโดจีน (ท่าเสด็จ)	อ. เมือง จ. หนองคาย	23	4 องค์ประกอบ
	ตลาดช่องเม็ก	อ. สิรินคร จ. อุบลราชธานี	21	2 องค์ประกอบ
พม่า	ตลาดแม่สาย	อ. แม่สาย จ. เชียงราย	23.5	4 องค์ประกอบ
	ตลาดบ้านห้วยผึ้ง	อ. เมือง จ. แม่ฮ่องสอน	12	3 องค์ประกอบ

เน้นความเป็นวัฏจักรขององค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



ชายแดน	ตลาด	ที่ตั้ง	เกณฑ์ประเมินศักยภาพตลาด	แนวทางคัดเลือกตลาดที่สามารถพัฒนาเป็นตลาด
	ตลาดบ้านอรุณทัย	อ. เชียงดาว จ.เชียงใหม่	18	2 องค์ประกอบ
	ตลาดริมเมย	อ. แม่สอด จ.ตาก	20.5	3 องค์ประกอบ
	ตลาดเจดีย์สามองค์	อ. สังขละบุรี จ.กาญจนบุรี	20.5	4 องค์ประกอบ
	ตลาดช่องตะโกบน	อ. สวนผึ้ง จ.ราชบุรี	11	1 องค์ประกอบ
	ตลาดด่านสิงขร	อ. เมือง จ. ประจวบคีรีขันธ์	20.5	4 องค์ประกอบ
กัมพูชา	ตลาดบ้านคลองลึก	อ. อรัญประเทศ จ.สระแก้ว	23	2 องค์ประกอบ
	ตลาดช่องผักกาด	อ. โป่งน้ำร้อน จ. จันทบุรี	15	2 องค์ประกอบ
	ตลาดบ้านแหลม	อ. โป่งน้ำร้อน จ. จันทบุรี	15.5	2 องค์ประกอบ
	ตลาดบ้านหาดเล็ก	อ. คลองใหญ่ จ.ตราด	19	4 องค์ประกอบ

สรุปและอภิปรายผล

จากการสำรวจและสัมภาษณ์ตลาดชายแดนบางแห่งสามารถพัฒนาและเติบโตได้ในระยะเวลา 10-20 ปี แต่บางแห่งมีการเติบโตเพียงเล็กน้อย หรือไม่มีเลยขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศสำหรับจุดผ่านแดนที่เป็นช่องเขานั้น ชุมชนฝั่งตรงข้ามจะมีขนาดเล็ก และยังไม่พัฒนา การเชื่อมต่อ AEC ในจุดเหล่านี้จะพัฒนาได้ยากและต้องอาศัยเวลา ทำให้การค้าขายระหว่างประชาชนของประเทศเพื่อนบ้านไม่สูงมาก นอกจากนี้ระยะทางและสภาพเส้นทางจากจุดท่องเที่ยวหลักมาที่ตลาดเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ตลาดมีศักยภาพในการพัฒนา และเติบโตได้ถึงแม้มูลค่าการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนตามสถิติจะสูง ซึ่งเป็นมูลค่าในระดับมหภาคไม่ใช่รายย่อยโดยคนในชุมชน และหากพิจารณาตลาดชายแดนสองแห่งในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีขนาดใหญ่ ก็พบว่าเป็นตลาดที่ดำเนินการโดยเอกชนมีอาชีพ ส่วนตลาดชายแดนที่มุกดาหารถึงแม้ด่านถาวรจะย้ายห่างออกไป การสร้างตลาด 1688 โดยเอกชนในเส้นทางผ่านไปด่านถาวรไม่ประสบผลสำเร็จ ตลาดชายแดนริมน้ำโขงยังคงเป็นที่รู้จัก และนิยมของนักท่องเที่ยวเช่นเดิม ตลาดชายแดนบางแห่งเป็นตลาดชุมชนด้วย ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ได้จำนวนหนึ่ง ตลาดเช่นนี้สมควรได้รับการส่งเสริมแนวทางจัดการที่พิกที่มีคุณภาพ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยอาจจัดแบบโฮมสเตย์แทนห้องพักราคาถูกขนาด

เล็ก จากการสัมภาษณ์ ผู้ค้ารายย่อยในตลาดชายแดนหลายแห่งที่เพิ่งได้รับการยกระดับจากจุดผ่อนปรนเป็นด่านถาวร พบว่าผู้ค้ารายย่อยมีรายได้ลดลงเนื่องจากค่าภาษีและค่าผ่านแดนที่เพิ่มขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Thailand, 2557) ให้ยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงมิติทางวัฒนธรรมพื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ภาษา อาหาร สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิมของผู้คนในพื้นที่ ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญที่กระตุ้นการเติบโตของการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันต้องส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ช่วยกันสืบทอดวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัด ดังนั้นจึงมีตลาดชายแดนเพียงสี่แห่งที่ได้รับการคัดเลือกจากศักยภาพด้านวิถีชีวิต ภาษา อาหาร สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมดั้งเดิมของผู้คนในพื้นที่ และตลาดเหล่านี้บางแห่งมีนักท่องเที่ยวปริมาณมากอยู่แล้ว บางแห่งยังมีน้อย พื้นที่ทั้งสี่แห่งมีปัจจัยส่งเสริมการพัฒนาดังนี้

1. ตลาดเชียงแสน อำเภอเชียงแสน มีความได้เปรียบที่มีแหล่งทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว คือเมืองเก่าเชียงแสน รวมทั้งวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์และแสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ ภูมิศาสตร์และที่ตั้งตลาดมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมทั้งความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก



2. ตลาดบ้านหาดเล็ก จังหวัดตราด เป็นประตูสู่อินโดจีน ถนน R10 เชื่อมถนนสาย 318 ทำให้การเดินทางจากจังหวัดตราดสู่กรุงเทพมหานคร ใช้เวลาเพียง 4 ชั่วโมง สภาพธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตผลไม้ พื้นที่ชายฝั่งและแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ภูมิศาสตร์และที่ตั้งตลาดเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในตัวเมืองตราดสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

3. ตลาดด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นหนึ่งในสามจังหวัดของโครงการริเวียร่า ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมุ่งพัฒนาชายทะเลฝั่งอ่าวไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ การเปิดเที่ยวบิน กรุงเทพมหานคร – หัวหิน เมื่อปีพุทธศักราช 2554 แสดงให้เห็นว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การเดินทางโดยรถยนต์จากกรุงเทพมหานคร ไปยังด่านสิงขรใช้เวลาประมาณ 5 ชั่วโมง ภูมิศาสตร์และที่ตั้งตลาดมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวแบบวันเดียว ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอเมือง และอำเภอหัวหินสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

4. ตลาดอินโดจีน (ท่าเสด็จ) จังหวัดหนองคาย มีสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 1 เป็นประตูสู่เวียงจันทน์ เมืองหลวงของประเทศลาว ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขงห่างออกไปทางเหนือ 25 กิโลเมตร หนองคายได้รับการคัดเลือกจากวารสาร The US Magazine Modern Maturity ของสหรัฐอเมริกา และจัดอันดับเป็นเมืองน่าอยู่อันดับ 7 ของโลก ภูมิศาสตร์และที่ตั้งตลาดมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวรวมทั้งความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอการพัฒนาด้านกายภาพเป็นเพียงมุมมองด้านสถาปัตยกรรม นักวิจัยสามารถใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ศึกษาต่อยอดให้ตลาดและชุมชนตลาดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าวัฒนธรรมพื้นถิ่น และบริการที่มีเอกลักษณ์ เป็นการส่งเสริมตลาดให้เป็นหนึ่งในจุดหมายสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจจุลภาคในระดับชุมชนควบคู่ไปกับเศรษฐกิจมหภาคจากมูลค่าสินค้าผ่านแดน และบางจังหวัดสามารถศึกษาแนวทางเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยจักรยานสำหรับตัวจังหวัดและ/หรือตลาดชายแดนในกรณีตลาดใกล้กับตัวจังหวัด

References

- Bangkok Department of City Planning. (2013). The Character of the Livable City. Retrieved September 23 2013 from http://cpd.bangkok.go.th/lrup/cosmos/city_plan1_th.htm.
- Creative Tourism Thailand. (2014). About Creative Tourism. Retrieved September 19 2014 from http://www.creative tourism. com/c_main /about.
- Gunawardhana. M.N., Suzuki, S. and Enkawa, T. (2015). Effect of Business Model Complexity on Supply Chain Management: A Case Study of Apparel Value Networks. Journal of Economics, Business and Management, Vol. 3, No. 1, January.
- Junsuebsri, S. (2015). The Meaning of the Vernacular Architecture. The basic of the Vernacular Architecture. Thai Vernacular Architecture Subject Handout.
- Kanlayanamitr, C. (1996). Old Thai Style Architecture. Bangkok: Thammasat University Tha Prachan Campus.
- Mill, R.C., and Morrison, A. M. (2012). The Tourism System (7th ed). USA: Kendall Hunt Publishing Company.
- Nongkhai Technical College. (2014). Socio-Economic Information of Nong Khai Province. Retrieved September 19, 2014 from <http://www.nktc.ac.th/images /58/databasic/nongkhai.pdf>.
- Saraya, T. (2009). Thai Civilization. Bangkok: Muang Boran.
- Tippatus, P. (1992). Architecture: Viewing the Pass, Thinking the Future. Bangkok: Meka Press.



Tungsakul, N. (2014). Concepts of Contemporary Architectural Design for Local Identity. Retrieved from http://architservice.kku.ac.th/wp-content/uploads/2016/08/panuph_9-8-2559_15-04-38-5.pdf. [September 23, 2014].

Wongwittayapanich, N. and other. (2011). Research “Development of Thai Border Trading Market: The Case Study of Rong Kluea Market, Srakaew. Public Policy Studies Institute Chaing Mai University.