

A STUDY OF TOURISM POTENTIAL DEVELOPMENT OF BANMAI MARKET COMMUNITY, CHACHOENGSAO PROVINCE, THAILAND

Pinit Charitngam¹, Saranya Lertputtaruk^{1*}, Samart Deebhijarn¹

¹Graduated School Of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

This research aims to study ecotourism and commerce management of Banmai market community, Chachoengsao province, and to propose some ideas to enhance tourism potential of the community. This is a qualitative research using in-depth interviews to collect data from a sample comprising 12 community-related persons: 1 mayor, 1 community supervisor, 5 entrepreneurs, and 5 tourists.

The results reveal that the administrative policy of Banmai market is initiated by the mayor of Chachoengsao. It is divided into 2 stages, community recondition and preservation of old-time atmosphere, has been well supported by villagers, entrepreneurs, administrators, and all related persons. In addition, there is a market committee, elected by villagers, which is working to efficiently manage the earnings and set the directions for developing the market's competitiveness. Moreover, it is found that Banmai market has advantages in its vast natural resources, good location, beautiful environment, and convenient transport. However, the problems that need immediate resolutions are insufficient parking spaces, toilets, and direction signs, as well as inconvenient walkways within the market. Additionally, more public relations and information for tourist are needed to make Banmai market a well known place for tourism.

Keywords: Community potential, tourism development, tourism management, community management

การศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา, ประเทศไทย

พินิจ จริตงาม¹, ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์¹, สามารถ ดีพิวิจารณ์¹

¹วิทยาลัยพณิชยการ, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวบ้านและแหล่งการค้าของคนในชุมชนในปัจจุบัน 2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนตลาดบ้านใหม่จำนวน 12 คน โดยแบ่งออกเป็นผู้บริหารจากส่วนราชการคือนายกเทศมนตรีจำนวน 1 คน ผู้บริหารชุมชนจำนวน 1 คน ผู้ประกอบการจำนวน 5 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 5 คน ใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการวิจัยพบว่าการบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่นั้นเริ่มต้นจากการมอบนโยบายของนายกเทศมนตรี อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ที่ได้มอบนโยบาย 2 ช่วงเวลาคือ ระยะเวลาแรกเป็นการฟื้นฟูชุมชนตลาดบ้านใหม่ และระยะที่สองเป็นการรักษาตลาดให้มีบรรยากาศแบบเดิม ๆ เมื่อครั้งอดีต โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน นอกจากนี้ได้มีการบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่ โดยคณะกรรมการตลาดที่ผ่านการคัดเลือกจากชาวบ้านในชุมชน และยังได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการบริหารจัดการรายได้ที่มีประสิทธิภาพ และคำนึงถึงการวางแผนพัฒนาตลาดในอนาคตเพื่อรองรับการแข่งขันและเป็นทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว ส่วนเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่นั้นพบว่า ตลาดบ้านใหม่มีความได้เปรียบในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม อยู่ใกล้สถานท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด และการคมนาคมขนส่งสะดวกสบาย แต่ปัญหาที่ต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขคือ สถานที่จอดรถและห้องน้ำสำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เพียงพอ ทางเดินภายในตลาดที่ไม่สะดวก และควรเพิ่มเติมเรื่องการประชาสัมพันธ์ตลาด รวมถึงป้ายบอกทาง และป้ายสื่อสารภายในตลาด ตลอดจนข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ศักยภาพความพร้อมของชุมชน เพื่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยว, รูปแบบการบริหารจัดการนโยบายในการบริหารจัดการชุมชน

บทนำ/ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดบ้านใหม่เป็นตลาดที่มีอายุมากกว่า 100 ปี เป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของจังหวัดฉะเชิงเทราที่มีวิถีชีวิตเดิมที่โดดเด่นที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ กล่าวคือ บ้านเรือนที่มีเอกลักษณ์เก่าแก่ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครย้อนยุคของชุมชนชาวจีน เช่น อยู่กับก๋ง นางนาค เจ้าสัวสยาม ตลาดบ้านใหม่ ตั้งอยู่ที่ถนนสุขกิจ อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา เป็นตลาดเก่าอายุกว่า 100 ปี เดิมชื่อตลาดบน แต่เกิดเหตุไฟไหม้ครั้งใหญ่ จึงก่อสร้างตลาดใหม่ขึ้นมาแทน ชาวบ้านจึงเรียกว่า "ตลาดบ้านใหม่" บริเวณนี้เป็นที่ตั้งของชุมชนเก่าแก่ มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 8 ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน เมื่ออดีตสถานที่แห่งนี้มีความคับคั่งด้วยผู้คนที่มาประกอบอาชีพค้าขาย เป็นตลาดบกที่น้ำที่เจริญรุ่งเรืองมาก รวมทั้งเป็นจุดแลกเปลี่ยนสินค้าสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินด้วยเรือพระที่นั่ง เมื่อวันที่ 26 มกราคม รศ.126 (พ.ศ. 2450) (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศฯ สนจ.ฉช., 2552) ตลาดบ้านใหม่มีการเปิดจำหน่ายสินค้าของคนในชุมชน ประกอบด้วย ร้านขายของพื้นเมืองและร้านอาหารที่มีความหลากหลาย สะอาด รสชาติดี ทั้งอาหารจีน อาหารไทย รวมทั้งร้านกาแฟโบราณรสชาติเข้มข้นหอมหวาน

ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่พร้อมให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมวิถีชีวิตย้อนยุค ตั้งแต่วันเสาร์ที่ 23 ตุลาคม 2547 นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมและเลือกซื้อสินค้าได้ในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งในปัจจุบันตลาดบ้านใหม่เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นและมีนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศไปเยี่ยมชม

แต่อย่างไรก็ดี การบริหารจัดการ การวางแผน การประชาสัมพันธ์ การตลาด ยังต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงรวมทั้งชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนยังขาดทักษะในการขายและบริหารสินค้า ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ผู้บริหารชุมชนได้รับข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนการจัดการ เพราะการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาการบริหารเชิงคุณภาพรวมทั้งด้านการวิเคราะห์ทิศทาง การวางแผนดำเนินงาน การบริหารการตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริการสมาชิกชุมชน และกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ โดยทำการเก็บข้อมูลจากทั้งผู้บริหารจวกส่วนราชการ ผู้บริหารชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้เยี่ยมชม (นักท่องเที่ยว) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการที่ชัดเจนในการนำเสนอแนวทางการแก้ไข จากนั้นจะนำผลการวิจัยเสนอต่อผู้บริหารชุมชนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงชุมชนตลาดบ้านใหม่ รวมถึงสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวบ้านและแหล่งการค้าของคนในชุมชนในปัจจุบัน

2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรและความพร้อมทางการท่องเที่ยว

แนวคิดการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว



การเก็บข้อมูลในพื้นที่

ผู้บริหารจากส่วนราชการ ได้แก่ นายกเทศมนตรี หรือรองนายกเทศมนตรี

ผู้บริหารชุมชน หรือผู้นำชุมชน

ผู้ประกอบการ หรือผู้จำหน่ายสินค้า

นักท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่



การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ

การวิเคราะห์นโยบายในการบริหารจัดการชุมชน

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อนโยบายการบริหารจัดการชุมชนและผลกระทบ

การวิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรและความพร้อมทางการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์การบริหารจัดการชุมชน

การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน

การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการชุมชน

ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการชุมชน



แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตลาดบ้านใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อผู้ที่ทำการวิจัยในการพัฒนาทักษะในการวิจัย เสริมสร้างความสามารถในการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาในหลักสูตรบริหารจัดการธุรกิจมาประยุกต์ให้เข้ากับการศึกษาในสภาพการณ์ที่เป็นจริง
2. ประโยชน์ในการเป็นองค์ความรู้ในการวิจัย เพื่อการวิจัยต่อไป เพราะการวิจัยครั้งนี้จะให้ข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนบริหารจัดการ ซึ่งจะต้องศึกษาวิจัยในเชิงลึกแต่ละองค์ประกอบ การศึกษาวิจัยแบบมีส่วนร่วม และการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการ
3. ประโยชน์ในการบริการความรู้แก่ประชาชน โดยเฉพาะผู้บริหารชุมชนและผู้ประกอบการในบริเวณชุมชนตลาดบ้านใหม่
4. ประโยชน์ในการบริการความรู้แก่ภาคธุรกิจในการช่วยเหลือชุมชนและสร้างเครือข่ายร่วมกันในอนาคต รวมทั้งชุมชนอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลไปประกอบการบริหารจัดการชุมชนเช่นกัน
5. ประโยชน์ในการนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ สร้างรายได้ให้คนในชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าในชุมชน
6. ประโยชน์ต่อประชากรกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ ผู้บริหารชุมชนจะได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน ผู้ประกอบการจะได้รับข้อมูลเพื่อการพัฒนาศักยภาพของตนเอง นักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่ดี และชาวบ้านในชุมชนจะเห็นแนวทางในการประกอบอาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 44) แนวคิดดังกล่าวประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 5 ประการคือ
 1. การบริหารจัดการด้านการใช้ทรัพยากรของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการในการใช้ทรัพยากรและพลังงานของทรัพยากรท่องเที่ยว นั้นอย่างมีประสิทธิภาพ
 2. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการในการให้บริการสิ่งแวดล้อมในทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ตามความจำเป็นและอย่างมีประสิทธิภาพ
 3. การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงมาตรการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ
 4. การบริหารจัดการด้านบุคลากรและงบประมาณของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการในการบริหารบุคลากรและงบประมาณของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ
 5. การบริหารจัดการด้านให้การความรู้และสร้างจิตสำนึกของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงการมีมาตรการเผยแพร่ข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น และกาสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว ให้แก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ความสำคัญและดัชนีชี้วัดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว

ความสำคัญด้าน	คุณลักษณะที่สำคัญ	ดัชนีชี้วัดที่สำคัญ
การบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว	1. การบริหารจัดการด้านการใช้ทรัพยากรทรัพยากรท่องเที่ยว 2. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดของทรัพยากรท่องเที่ยว 3. การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของทรัพยากรท่องเที่ยว 4. การบริหารจัดการด้านบุคลากรและงบประมาณของทรัพยากรท่องเที่ยว 5. การบริหารจัดการด้านให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกของทรัพยากรท่องเที่ยว	1.1 การบริหารจัดการพื้นที่ในตลาด 1.2 มาตรการเฝ้าระวังและป้องกันผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้น 2.1 การจัดสร้างป้ายสื่อความหมายต่างๆ 2.2 ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ มีเพียงพอ 3.1 มีการพิจารณาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว 3.2 มีการติดป้าย/ สัญญาณ เพื่อเตือนภัยให้นักท่องเที่ยว 3.3 มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ 4.1 มีการจัดตั้งทีมบริหารตลาด 4.2 มีการพิจารณาความเหมาะสมและความพร้อมของผู้ประกอบการในตลาด 4.3 มีมาตรการสนับสนุนขวัญกำลังใจในการขายสินค้าของผู้ประกอบการ 4.4 ประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ และการบริหารงบประมาณ 5.1 มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 5.2 มีการจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว 5.3 มีกิจกรรมให้ความรู้และจิตสำนึกในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว

2. แนวคิดการประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 33) ในการประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว จะใช้การพิจารณาจากคุณลักษณะความสำคัญของของทรัพยากร

การท่องเที่ยว 4 ด้าน ด้วยกัน ซึ่งเป็นตัวแปรชี้วัดความสำคัญในแต่ละด้านของทรัพยากรท่องเที่ยว ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความสำคัญและดัชนีชี้วัดความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว

ความสำคัญด้าน	คุณลักษณะที่สำคัญ	ดัชนีชี้วัดที่สำคัญ
1. กายภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว	1.1 ที่ตั้งของทรัพยากรท่องเที่ยว 1.2 การเข้าถึงของทรัพยากรท่องเที่ยว	1.1.1 อยู่ห่างจากตัวเมือง 1.1.2 เป็นที่ยอมรับของประชาชนในท้องถิ่น 1.2.1 ความใกล้/ ไกลจากถนนสายหลัก/ รอง 1.2.2 ความปลอดภัยในการเดินทาง 1.2.3 คุณภาพของเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 1.2.4 ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางสู่ทรัพยากรท่องเที่ยว
2. คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว	2.1 คุณค่าทางเอกลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว 2.2 คุณค่าทางความสมบูรณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว 2.3 คุณค่าทางสังคมของทรัพยากรท่องเที่ยว	2.1.1 มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางธรรมชาติ 2.1.2 มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ 2.1.3 มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม 2.2.1 ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติและความเป็นสภาพดั้งเดิมของธรรมชาติ 2.2.2 ความสมบูรณ์ของโครงสร้าง รวมถึงสิ่งก่อสร้างทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี 2.2.3 ความสมบูรณ์ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและ กิจกรรมที่สืบทอดกันมา 2.3.1 ความเข้มแข็งในการดำรงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละประเภททรัพยากรท่องเที่ยว 2.3.2 ความผูกพันต่อชุมชนท้องถิ่น
3. ความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยว	3.1 ความมีชื่อเสียงของทรัพยากรท่องเที่ยว 3.2 ความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว	3.1.1 ระดับความมีชื่อเสียงของทรัพยากรท่องเที่ยว 3.1.2 การเผยแพร่ชื่อเสียงของทรัพยากรท่องเที่ยว 3.2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความสำคัญด้าน	คุณลักษณะที่สำคัญ	ดัชนีชี้วัดที่สำคัญ
	3.3 ภาพลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว	3.3.1 ภาพลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวในความนึกคิด และคาดหวังของนักท่องเที่ยว 3.3.2 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยว
4. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	4.1 การป้องกันการขึ้นราคาค่าบริการของทรัพยากรท่องเที่ยว 4.2 การดูแลด้านความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว	4.1.1 มีการกำหนดมาตรฐานและราคาค่าบริการอย่างเหมาะสม 4.1.2 มีการควบคุมตรวจสอบป้องกันการขึ้นราคาค่าบริการ 4.1.3 มีมาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืน 4.2.1 จำนวนเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย

ในการศึกษาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชน และสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่ ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดจากแนวคิดและทฤษฎีสามารถนำมากำหนดประเด็นต่าง ๆ เพื่อศึกษาสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านศักยภาพความพร้อมของชุมชนตลาดบ้านใหม่

2. ด้านการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว
4. ด้านการบริการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่

5. ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อมีการแลกเปลี่ยนทัศนะแนวทางการพัฒนาตลาด และผลกระทบต่าง ๆ โดยพิจารณาจากมติของทุกคน

6. ด้านการติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้อง

7. ด้านความพร้อมในการจัดหานักท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่จังหวัดฉะเชิงเทรา ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวบ้านและแหล่งการค้าของคนในชุมชน ใช้วิธีการวิจัยแบบ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการ purposive sampling และการสุ่มแบบก้อนหิมะ (Snowball sampling) เพื่อค้นหาข้อมูลประกอบการศึกษาเรื่องแนวทางบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่ และแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่ รวมถึง

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจาก

1. ผู้บริหารจากส่วนราชการ ได้แก่

นายกเทศมนตรีหรือรองนายกเทศมนตรี จำนวน 1 คน

2. ผู้บริหารชุมชน หรือผู้นำชุมชนโดยจะสัมภาษณ์ จำนวน 1 คน

3. ผู้ประกอบการ หรือผู้จำหน่ายสินค้า จะเลือกสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน โดยผู้จำหน่ายสินค้าจะต้องมีคุณสมบัติดังคือ มีประสบการณ์ในการจำหน่ายสินค้าในตลาดที่ผู้วิจัยเลือกมาเป็นกรณี ศึกษาไม่ต่ำกว่า 5 ปี

4. นักท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ จำนวน 5 คน

สรุปผลการวิจัย

การบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวบ้าน และแหล่งการค้าของคนในชุมชนในปัจจุบันนั้นพบว่า นโยบายที่เกี่ยวข้องชุมชนตลาดบ้านใหม่ เป็นนโยบายที่มอบคุณจากเทศบาลอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา โดยท่านนายกเทศมนตรี นโยบายที่มอบให้สามารถแบ่งออกได้ 2 นโยบาย แต่ละนโยบายมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดในแต่ละช่วงเวลาคือระยะแรกเป็นการฟื้นฟูชุมชนตลาดบ้านใหม่ และระยะที่สองเป็นการรักษาสถานที่ให้มีบรรยากาศแบบเดิม ๆ เมื่อครั้งอดีต ในระยะแรกนั้นจะเข้าไปทำความเข้าใจกับชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนตลาดบ้านใหม่ให้หันมาถืออาชีพที่บรรพบุรุษเคยทำเมื่อครั้งอดีต ในระยะนี้จะประสบปัญหาในการไม่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในชุมชนเท่าที่ควร เพราะชาวบ้านเหล่านั้นไม่เชื่อมั่นถึงผลที่จะได้รับ ทั้งนี้ทางทีมงานได้มีการวางแผน การศึกษาดูงาน และขั้นตอนการเตรียมงาน รวมถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นต่าง ๆ จนตลาดบ้านใหม่กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง ในระยะนี้ตลาดมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมถึงได้มีผู้ประกอบการรายอื่น ๆ เข้ามาเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้บรรยากาศของตลาดเริ่มเปลี่ยนไปจากแนวทางที่ได้วางเอาไว้ จึงได้มี

นโยบายระยะที่สองคือการดำรงรักษาสถานที่ให้มีบรรยากาศแบบเดิม ๆ เมื่อครั้งอดีต โดยมีการเข้าไปดูแลผู้ประกอบการมากขึ้นทั้งการจัดร้าน การนำสินค้ามาวางขาย ทางตลาดเองไม่ต้องการให้นำสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในท้องถิ่นมาวางจำหน่ายเพราะต้องการอนุรักษ์สินค้าต่าง ๆ ที่มีความเป็นมาและมีอยู่ดั้งเดิมในตลาดหรือในท้องถิ่น สำหรับผลกระทบจากนโยบายนั้นในช่วงแรกจะเกิดการต่อต้านอยู่บ้างจากชาวบ้านในตลาด เพราะเป็นการรบกวนการใช้ชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีผู้คนเดินทางมาตลาดมากขึ้นทำให้ความเป็นอิสระและส่วนตัวค่อย ๆ ลดลง แต่เมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งชาวบ้านเหล่านั้นได้มีการปรับตัวและหันมาให้ความร่วมมือในการพัฒนาตลาด ทำให้ตลาดมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงไป ในเรื่องการบริหารจัดการตลาดนั้นได้มีการจัดตั้งทีมงานคณะกรรมการดูแลตลาด โดยการเลือกตั้งจากผู้ประกอบการทุกคนในตลาด นอกจากนี้ได้มีการจัดตั้งชมรมรักษาสถานที่ตลาดบ้านใหม่ ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกตลาดโดยมีวัตถุประสงค์ในการร่วมกันพัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่ ได้มีการประชุมร่วมกันทุกเดือนเพื่อรับฟังปัญหาข้อเสนอนะ หรือลงมติกันในเรื่องต่าง ๆ ก่อนที่จะนำไปปฏิบัติ ซึ่งส่วนราชการคือทางเทศบาล ได้ส่งตัวแทนเข้าร่วมในการประชุมด้วยทุกครั้ง เรื่องประสิทธิภาพในการบริหารจัดการงบประมาณของตลาดนั้น รายได้หลักคือการจัดเก็บผู้ประกอบการทุกคนในตลาด ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี นอกจากนี้มีงบประมาณจากหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาบ้างแต่มีไม่มากเท่าที่ควร

แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชน และสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่นั้นในการวิจัยครั้งนี้จะแบ่งประเด็นศึกษาไว้ 7 ประเด็นด้วยกันคือ

1. ด้านศักยภาพความพร้อมของชุมชนตลาดบ้านใหม่ พบว่าสินค้าหลักที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาตลาดบ้านใหม่ประกอบด้วย 2 ปัจจัยคืออาคารบ้านเรือนภายในตลาด ที่ยังคงรักษาสภาพเดิม

เอาไว้เหมือนเมื่ออดีต 100 กว่าปีที่ผ่านมา และอาหารที่จำหน่ายภายในตลาดที่เป็นแบบย้อนยุค เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ อาหารเหล่านี้จะปรุงสด มีรสชาติอร่อยถูกปาก และราคาไม่แพง ในด้านทำเลที่ตั้งของตลาดนั้นพบว่า อยู่ในทำเลที่ดีมากเนื่องจากอยู่ใจกลางเมืองและอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ของจังหวัด และอยู่ติดริมแม่น้ำปากง ทำให้บรรยากาศของตลาดเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา นอกจากนี้ตลาดบ้านใหม่มีการวางแผนในการพัฒนาตลาดเอาไว้ในอนาคต เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวและรองรับการแข่งขันที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2. ด้านการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีถนนผ่านหน้าตลาด ทำให้การเดินทางมาตลาดมีความสะดวกมาก และนักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบของการเดินทางเพื่อมายังตลาดได้ทั้งทางบก ทางรถไฟ และทางเรือ นอกจากนี้ได้พบปัญหาที่สำคัญของตลาดคือเรื่องสถานที่จอดรถที่ไม่มีสถานที่จอดรถส่วนกลางของตลาด และไม่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามพบว่าทางตลาดเองได้มีการดำเนินการแก้ปัญหาในเรื่องนี้ทั้งระยะสั้นคือการเปิดพื้นที่ของเอกชน หรือแผนระยะยาวคือการขอเช่าพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พบว่าขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวนั้น ในปัจจุบันตลาดค่อนข้างหนาแน่นแล้ว ทั้งนี้ด้วยเหตุที่ทางเดินภายในตลาดบางช่วงคับแคบ และมีผู้ประกอบการบางรายได้นำสินค้าของตนมาวางขายริมทางเดินทำให้การสัญจรภายในตลาดไม่สะดวก นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่องปริมาณอาหารที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาช่วงบ่ายจะมีอาหารให้เลือกน้อย เพราะบางอย่างหมดแล้ว

4. ด้านการบริการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ พบว่าตลาดบ้านใหม่ไม่มีห้องนำส่วนกลาง

ของตลาดคอยบริการนักท่องเที่ยว แต่ในเรื่องนี้ก็ได้แก้ปัญหาโดยการให้ทุกร้านอนุญาตให้นักท่องเที่ยวใช้บริการได้ และในอนาคตได้มีแผนที่จะสร้างห้องนำบริเวณสถานที่จอดรถที่ทางเทศบาลวางแผนการสร้างเอาไว้ ในเรื่องสถานที่พักผ่อนนั้นทางตลาดได้มีการเตรียมเอาไว้แล้วแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์ในตลาดนั้นในปัจจุบันไม่ได้ดำเนินการ ซึ่งในเรื่องนี้มีการเสนอให้จัดเป็นชุมชนประชาสัมพันธ์ มีไกด์นำเที่ยวชมตลาดหรือเป็นเสียงตามสาย

5. ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อมีการแลกเปลี่ยนทัศนะ แนวทางการพัฒนาตลาด และผลกระทบต่างๆ โดยพิจารณาจากมติของทุกคน พบว่าได้มีการเรียกประชุมร่วมกันของคณะกรรมการตลาด ผู้บริหารชุมชน และตัวแทนจากทางเทศบาลทุก ๆ เดือน เพื่อรับฟังปัญหาและร่วมกันเสนอแนวทาง แล้วทำการลงมติ เพื่อนำแนวทางที่เป็นที่ยอมรับจากเสียงส่วนใหญ่ไปปฏิบัติร่วมกัน

6. ด้านการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีการประสานงานไปยังหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อขอความช่วยเหลือและสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ เช่น การของบประมาณมาพัฒนาตลาด หรือการประชาสัมพันธ์ตลาด ซึ่งได้รับการตอบสนองและช่วยเหลือเป็นอย่างดี แต่ที่ให้การช่วยเหลือตลาดมากที่สุดคือเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา

7. ด้านความพร้อมในการจัดหานักท่องเที่ยวและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาด พบว่ามีการดำเนินการเฉพาะในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดบางคน ไม่ได้เกิดขึ้นจากความร่วมมือกันหลายฝ่าย ที่ดำเนินการอยู่คือการนำแผ่นพับหรือโบว์ลาร์ไปแจกซึ่งยังไม่เพียงพอควรเพิ่มเติมป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมถึงป้ายบอกทางที่ในปัจจุบันมีน้อยเกินไป

การวิเคราะห์ความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขันของชุมชนตลาดบ้านใหม่พบว่า

1. จุดแข็งของตลาดบ้านใหม่ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งอาคารสถานที่และอาหาร นอกจากนี้เป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ร่ายล้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ทำให้ตลาดเป็นจุดหมายหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเข้ามา

2. จุดอ่อนของตลาดบ้านใหม่ คือ เรื่องของสถานที่ที่มีอยู่จำกัด ไม่สามารถขยายตลาดได้อีก ไม่สามารถสร้างสถานที่จอดรถ หรือห้องน้ำคอกบริการแก่นักท่องเที่ยว และที่สำคัญที่สุดคือเป็นตลาดของเอกชนทำให้เป็นอุปสรรคในการพัฒนาตลาดเนื่องจากหน่วยงานภายนอกไม่สามารถเข้าไปดำเนินการได้มากเท่าที่ควร

3. โอกาสของตลาดบ้านใหม่ คือ จังหวัดจะเชิงเทรมีการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องทุกปี มีผู้คนเดินทางเข้ามามากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ตลาดบ้านใหม่ จะสามารถขยายฐานลูกค้าและมีประชาชนสนใจมาเยี่ยมเยียนมากขึ้น นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้วัดโสธรธรรมหารวิหาร ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาสักการะเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ตลาดบ้านใหม่จะได้รับการเยี่ยมชมเยียนด้วยเช่นกัน

4. อุปสรรคของตลาดบ้านใหม่ คือ การที่หน่วยงานภายนอกไม่สามารถเข้ามาให้การช่วยเหลือและพัฒนาตลาดได้เต็มที่เพราะว่าตลาดเป็นตลาดเอกชน ทำให้ชุมชนตลาดบ้านใหม่มีการพัฒนาเติบโตช้ากว่า ตลาดอื่น ๆ ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวลักษณะเดียวกัน

อภิปรายผล

การบริหารจัดการชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัดจะเชิงเทร ในกาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวบ้าน และแหล่งการค้าของคนในชุมชนในปัจจุบันนั้นพบว่าการพัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับมอบนโยบายจากส่วนราชการคือเทศบาลอำเภอเมืองจะเชิงเทร ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคือการเพิ่มรายได้ของชาวบ้านในชุมชน และเป็น

การรื้อฟื้นความเป็นดั้งเดิมของตลาดเมื่อครั้งอดีตกลับคืนมา ซึ่งเป็นการร่วมมือในผลประโยชน์ด้านบุคคลและสังคมโดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน มาร่วมดำเนินการวางแผน มีการมอบหมายงานและปฏิบัติตามแผนที่ได้วางเอาไว้โดยให้ชาวบ้านทุกคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และขั้นตอนการดำเนินงานทุกขั้นตอนสอดคล้องแนวความคิดพื้นฐานในการพัฒนาชุมชน ของชรินทร์ อาสาดีรส และคณะ (2546) ในส่วนของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่มีรูปแบบการมีส่วนร่วมทางกรท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น เป็นแนวคิดของการกระจายอำนาจจากส่วนกลางลงมาสู่ท้องถิ่น หรือเป็นความพยายามที่จะให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจากส่วนล่างขึ้นสู่ส่วนบน ทั้งนี้เพราะชุมชนท้องถิ่นคือผู้ปัญหาและความต้องการของตนเองดีกว่าผู้อื่นสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชน ของบุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2548) และมีรูปแบบการบริหารจัดการตลาดสอดคล้องกับรูปแบบการบริหารจัดการตลาดดอนหวาย ซึ่งได้มีการศึกษาโดย จิราภรณ์ ใจเอื้อ (2549) ดังต่อไปนี้

1. มีการควบคุมและบริหารงบประมาณและรายได้ของชุมชนตลาดบ้านใหม่
2. มีคิดค้นและวางแผนแนวทางในการพัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่
3. มีบริหารจัดการความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในและภายนอกตลาด และรวมถึงควบคุมดูแลผู้ประกอบการในตลาดทุกคนให้ปฏิบัติตามกฎหมายต่าง ๆ อย่างเป็นระเบียบ
4. มีการประชุมหารือ รับฟังความคิดเห็นและขอมติในเรื่องต่าง ๆ จากองค์ประชุมก่อนนำไปปฏิบัติ โดยจัดให้มีการประชุมอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน
5. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการควบคุมกำหนดราคาสินค้าทุกประเภท ส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน

กำหนดคุณและโทษแม่ค้าหรือผู้ประกอบการ และประชุมหารือดำเนินการพัฒนาตลาดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชน และสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการของชุมชนตลาดบ้านใหม่นั้นในการวิจัยครั้งนี้จะแบ่งประเด็นศึกษาไว้ 7 ประเด็นด้วยกันคือ

1. ด้านศักยภาพความพร้อมของชุมชนตลาดบ้านใหม่ พบว่าสินค้าหลักที่ทำหน้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชุมชนตลาดบ้านใหม่สามารถแบ่งออกได้สองด้านด้วยกันคือ ด้านแรกเป็นอาคารบ้านเรือนในชุมชน ที่มีกลิ่นไอของวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมและความเป็นอยู่ของคนไทยเชื้อสายจีนเมื่อ 100 กว่าปีที่ผ่านมา ด้านสุดท้ายคืออาหารที่จำหน่ายในตลาดบ้านใหม่ อาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารย้อนยุค ที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ชื่อหารับประทานได้ยากในปัจจุบัน พร้อมทั้งสด สะอาด รสชาติถูกปาก และที่สำคัญราคาไม่แพง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา หล้าทอง และคณะ (2550) ที่ได้ศึกษาการจัดการทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ซึ่งได้ผลการศึกษาที่เหมือนกันในเรื่องนี้ ส่วนในเรื่องแผนการพัฒนาตลาดในอนาคตนั้นพบว่าบางโครงการมีการคัดค้านจากผู้ที่เกี่ยวข้องเพราะบุคคลกลุ่มนั้นได้รับผลกระทบจากการดำเนินการเหล่านั้น เพราะฉะนั้นทางตลาด โดยคณะกรรมการหรือผู้บริหารชุมชน จึงควรพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบ

2. ด้านการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่าชุมชนตลาดบ้านใหม่มีถนนผ่านหน้าตลาดทำให้การคมนาคมเพื่อเดินทางมาตลาดมีความสะดวกสบายและด้วยเหตุที่ตลาดตั้งอยู่ใจกลางเมืองฉะเชิงเทราทำให้อยู่ใกล้กับสถานที่ขนส่งต่าง ๆ เช่น สถานีขนส่งสถานีรถไฟ นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางมายังตลาดได้โดยทางเรือเพราะว่าตลาดนั้นตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกงและยังมีรถโดยสารสาธารณะวิ่งผ่านหน้าตลาด

ทุกๆ 5 นาที โดยภาพรวมแล้วจึงทำให้การเดินทางเข้าถึงตลาดสะดวกมากสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จึงจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุขในระหว่างการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับการศึกษาของจาวรณ อนงค์ทอง และคณะ (2552) เรื่องแนวทางจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอสองแพร่ง จังหวัดนครปฐม พบว่าแนวทางเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ควรที่จะมีการจัดการด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าถึงพื้นที่ แต่พบว่าตลาดบ้านใหม่นั้นมีปัญหาที่สำคัญคือ ไม่มีสถานที่จอดรถส่วนกลางของตลาด แต่อย่างไรก็ตามพบว่าทางตลาดเองมีการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวในระยะสั้นและระยะยาว โดยในระยะสั้นนั้นได้ขอความร่วมมือเอกชนให้เปิดบริการพื้นที่จอดรถ ส่วนในแผนระยะยาวได้มีการขอเช่าพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พบว่าการบริหารจัดการพื้นที่ภายในชุมชนตลาดบ้านใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันนี้ตลาดบ้านใหม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นจึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตลาดบ้านใหม่กันเป็นจำนวนมากส่งผลให้เกิดความแออัดภายในตลาดโดยเฉพาะบริเวณทางเดินตลาดบางช่วงที่คับแคบ ประกอบกับการที่มีผู้ประกอบการบางรายนำสินค้ามาวางจำหน่ายริมทางเดินปัญหานี้ส่งผลต่อความไม่สะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวซึ่งปัญหานี้ได้สอดคล้องกับการศึกษาของทัศนีย์ มูลสาร และคณะ (2552) เรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่าทางด้านของแนวทางการจัดการ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นต้องควรมีการจัดการเกี่ยวกับเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านค้าและบริการต่าง ๆ ให้เป็นที่เป็นทาง ซึ่งทางตลาดควรมีการดำเนินการแก้ไขปัญหานี้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องปริมาณอาหารที่ไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงบ่าย ทำให้นักท่องเที่ยวดังกล่าวไม่อยากเดินทางมาเที่ยวตลาดอีก ซึ่งทางตลาดควรดำเนินการแก้ไขปัญหานี้

4. ด้านการบริการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ พบว่าตลาดบ้านใหม่ไม่มีห้องนำส่วนกลางของตลาดคอยบริการนักท่องเที่ยวซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในเรื่องนี้ทางตลาดได้มีการดำเนินการแก้ปัญหาโดยการให้ทุกร้านอนุญาตให้นักท่องเที่ยวใช้บริการได้ และในอนาคตได้มีแผนที่จะสร้างห้องนำบริเวณสถานที่จอดรถที่ทางเทศบาลวางแผนการสร้างเอาไว้ ในเรื่องสถานที่พักผ่อนนักท่องเที่ยวได้มีการเตรียมเอาไว้แล้วแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์ในตลาดนั้นในปัจจุบันไม่ได้ดำเนินการ ซึ่งในเรื่องนี้มีการเสนอให้จัดเป็นชมรมประชาสัมพันธ์ มีไกด์นำเที่ยวชมตลาด หรือเป็นเสียงตามสาย แต่ในประเด็นหลังนี้มีความเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างว่า ไม่มีความจำเป็นเท่าที่ควรเพราะตลาดมีทางเดินทางเดียวเมื่อนักท่องเที่ยวมาเดินแล้วไม่สับสน และเสียงตามสายในตลาดก็ไม่จำเป็นต้องมีเพราะเป็นการรบกวนนักท่องเที่ยวภายในตลาดด้วยเหตุที่ตลาดมีเสียงดังมากพออยู่แล้ว

5. ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อมีการแลกเปลี่ยนทัศนะแนวทางการพัฒนาตลาด และผลกระทบต่าง ๆ โดยพิจารณาจากมติของทุกคน พบว่าได้มีการเรียกประชุมร่วมกันของคณะกรรมการตลาด ผู้บริหารชุมชนและตัวแทนจากทางเทศบาล ทุก ๆ เดือน เพื่อรับฟังปัญหาและร่วมกันเสนอแนวทาง แล้วทำการลงมติเพื่อนำแนวทางที่เป็นที่ยอมรับจากเสียงส่วนใหญ่ไป

ปฏิบัติร่วมกันซึ่งสอดคล้องกับกับแนวความคิดพื้นฐานในการพัฒนาชุมชน ของชรินทร์ อาสาธรส และคณะ (2546) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนหนึ่งของหลักการดำเนินงานพัฒนาชุมชน จากปรัชญาและแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนาชุมชนได้นำมาใช้เป็นหลักในการดำเนินงานพัฒนาชุมชน คือ ยึดหลักประชาธิปไตย ในการทำงานพัฒนาชุมชนจะต้องเริ่มด้วยการพูดคุย ประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน คิดร่วมกันในตัดสินใจ และทำร่วมกัน รวมถึงรับผิดชอบร่วมกัน

6. ด้านการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีการประสานงานไปยังหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อขอความช่วยเหลือและสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ เช่น การของบประมาณมาพัฒนาตลาด หรือการประชาสัมพันธ์ตลาด ซึ่งได้รับการตอบสนองและช่วยเหลือเป็นอย่างดี แต่ที่ให้การช่วยเหลือตลาดมากที่สุดคือเทศบาลเมืองจะเข้เพราะสำหรับภาคเอกชนที่ติดต่อมายังตลาดส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อทำการตลาดของตนแต่ทางตลาดก็ได้รับผลประโยชน์ได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตลาดมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิราภรณ์ ใจเอื้อ (2549) ที่ได้ศึกษา การสื่อสารการตลาดของธุรกิจชุมชนตลาดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่าความร่วมมือของชุมชนตลาดดอนหวายเป็นชุมชนที่มีความร่วมมือกันอย่างดีของประชาชนในชุมชนและองค์กรต่าง ๆ ภายในชุมชนทั้งภาครัฐและเอกชน

7. ด้านความพร้อมในการจัดหานักท่องเที่ยวและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตลาด พบว่ามีการดำเนินการเฉพาะในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดบางคนไม่ได้เกิดขึ้นจากความร่วมมือกันหลายฝ่าย ที่มีการดำเนินการอยู่คือการนำแผ่นพับหรือโบชัวร์ไปแจกให้นักท่องเที่ยวในโอกาสต่าง ๆ แต่ภายในตลาดไม่ได้ดำเนินการแจกให้นักท่องเที่ยว ซึ่งความเห็นจากกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ายังไม่เพียงพอ และมีความเห็นให้เพิ่มเติมป้ายประชาสัมพันธ์ รวมถึงป้ายบอกทาง และป้ายอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งเมื่อ

เทียบกับตลาดในประเภทเดียวกันที่เพิ่งเกิดขึ้นภายหลังพบว่ามีการดำเนินการในเรื่องนี้มากกว่าตลาดบ้านใหม่ และถือเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเที่ยวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่

1. ผู้บริหารส่วนราชการ โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพดังต่อไปนี้

1.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจถึงแนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อนำความรู้ไปพัฒนาในชุมชนตลาดบ้านใหม่ให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงสิ่งแวดล้อมต่างของชุมชนตลาดบ้านใหม่ เพื่อค้นหาสินค้าหลักของการท่องเที่ยว แล้วดำเนินการอนุรักษ์ และส่งเสริมรณรงค์ให้ทุกคนในชุมชนห่วงใยในสิ่งที่เป็นสินค้าหลักเหล่านั้น

1.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมในแนวทางใหม่ ๆ โดยการประสานงานหน่วยงานจากภายนอก เช่น นักวิชาการท่องเที่ยว หรือภาคเอกชนต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. ผู้บริหารชุมชน โดยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพ ดังต่อไปนี้

2.1 ควรจัดกิจกรรม และเพิ่มเติมความรู้เช่น การสัมมนา การทัศนศึกษาในรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนได้เรียนรู้และปฏิบัติร่วมกัน

2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมในแนวทางใหม่ ๆ โดยการประสานงานหน่วยงานจากภายนอก เช่น นักวิชาการท่องเที่ยว หรือภาคเอกชนต่าง ๆ เพื่อนำมา

พัฒนาชุมชนตลาดบ้านใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

3. ผู้ประกอบการ โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพ ดังต่อไปนี้

3.1 ควรมีความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชุมชนมีอยู่ และช่วยกันรณรงค์ให้ช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านั้นให้คงอยู่ยั่งยืนต่อไป

3.2 ควรมีการวางแผนและพัฒนาในการจัดการบริการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถบริการให้นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวทุกคน

3.3 ควรมีศึกษาหาความรู้ และสร้างทัศนคติใหม่ ๆ เพื่อสามารถนำความรู้เหล่านั้นไปพัฒนาชุมชนให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4. นักท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาชุมชนและสร้างเสริมศักยภาพ ดังต่อไปนี้

4.1 ควรมีการเพิ่มเติมเรื่องการให้ความรู้และข้อมูล ของชุมชนตลาดบ้านใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่า และเกิดความต้องการอนุรักษ์และห่วงใยทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านั้น

4.2 ควรดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวช่วยกันดูแลป้องกันในสิ่งที่จะเข้ามาทำอันตรายสิ่งแวดล้อมของชุมชน

4.3 ควรมีกิจกรรมรูปแบบอื่น ๆ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและวัฒนธรรมให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและสัมผัสได้ถึงคุณค่าของธรรมชาติและวัฒนธรรมเหล่านั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัด ฉะเชิงเทรา คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการ วิจัยดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเรื่องมาตรฐานของร้านอาหาร และสินค้าภายในชุมชนตลาดบ้านใหม่
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมในชุมชนตลาด บ้านใหม่
3. ควรมีการศึกษาเรื่องขีดความสามารถใน การรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนตลาดบ้านใหม่

บรรณานุกรม

- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศฯ สนจ.ฉช. (2552). *ท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วันที่ค้นข้อมูล 27 เมษายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.chachoengsao.go.th/>
- จารุวรรณ อนงค์ทอง และคณะ. (2552). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำดอนหวาย อำเภอ สามพราน จังหวัด นครปฐม*. วันที่ค้นข้อมูล 20 มีนาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://program.npru.ac.th/tourism/st/st.html>.
- จิราภรณ์ ใจเอื้อ. (2549). *การสื่อสารการตลาดของ ธุรกิจชุมชนตลาดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม*. วันที่ค้นข้อมูล 20 มีนาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://program.npru.ac.th/tourism/st/st.html>.

ชรินทร์ อาสาธีรส และคณะ. (2546). *ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง หลักสูตร นักบริหารงานพัฒนาชุมชนระดับตรน (นพต)*. วันที่ค้นข้อมูล 27 เมษายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.bannongjik.com/cddforums>.

ทัศนีย์ มูลสาร และคณะ. (2552). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. วันที่ค้นข้อมูล 20 มีนาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://program.npru.ac.th/tourism/st/st.html>.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)*. กรุงเทพฯ: เพลส แอนด์ ดีไซน์.

อัจฉรา หลาวทอง และคณะ. (2550). *การจัดการทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้*. วันที่ค้นข้อมูล 28 กุมภาพันธ์ 2553, เข้าถึงได้จาก <http://elibrary.trf.or.th>.