

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา ตลาดโบราณนครเนื่องเขต

อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา

จิรศักดิ์ รัตนวงษ์¹ และชนิสรา แก้วสวรรค์²

¹ อาจารย์ประจำ โครงการจัดตั้งคณะพาณิชยศาสตร์และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

GUIDELINES FOR THE TOURISM MANAGEMENT BY THE COMMUNITY: A CASE STUDY OF NAKHON NEUNG KHET ANCIENT MARKET MUEANG CHACHOENGSAO DISTRICT, CHACHOENGSAO PROVINCE

Jeerasak Rattanawong¹ and Chanisara Kaewsawan²

¹ Lecture of Management of Project of Establishing Faculty of Commerce and Business Administration
Burapha University.

² Lecture of Graduate School of Commerce, Burapha University

Corresponding author email: Jeerasakbuu@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 17 มีนาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 20 เมษายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 13 สิงหาคม 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพของตลาดโบราณนครเนื่องเขต และ 2. เพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขต โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานการศึกษา และคนในชุมชน ตลาดโบราณนครเนื่องเขต จำนวน 15 คน และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผลการศึกษา พบว่า ตลาดโบราณนครเนื่องเขตมีศักยภาพที่ดีทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความร่วมมือของคนในชุมชน 2. ด้านการบริหารจัดการในชุมชน 3. ด้านการมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน 4. ด้านความสะดวกในการเดินทาง 5. ด้านโอกาสในการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว 6. ด้านโอกาสในการเข้าถึงของความรู้และแหล่งเงินทุน ส่วนศักยภาพที่ยังต้องการการพัฒนามี 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการประชาสัมพันธ์ และ 2. ด้านการเรียนรู้และการจัดทำบัญชี ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์ และการอบรมการจัดทำบัญชีเบื้องต้นให้กับคนในชุมชนตลาดโบราณนครเนื่องเขต และจากผลการดำเนิน พบว่าชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 20 และคนในชุมชนสามารถจัดทำบัญชีการเงินอย่างมีมาตรฐาน เพื่อใช้ในการบริหารชุมชนต่อไปได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการท่องเที่ยวตลาดโบราณ ชุมชนตลาดโบราณนครเนื่องเขต

Abstract

The objectives of this research for 1. To study the potential of Nakhon Nueang Khet Antique Market and 2. To Find a way to manage tourism by the community of Nakhon Nueang Khet Ancient Market by qualitative research method (Focus group discussions) with government agencies, private sectors, education agencies and 15 people in Nakhon Nueng Khet Ancient Market Community and participatory action research (PAR). The results of the study found that Nakhon Nueang Khet Antique Market has good potential in all 6 areas: 1. The cooperation of the people in the community 2. The management in the community 3. The uniqueness and identity of the community 4. The convenience of traveling 5. The opportunity to reach tourists 6. The opportunity in Access to knowledge and funding sources. As for the potential that still needs development, there are 2 aspects: 1. Public relations and 2. Learning and accounting. Which the researcher has prepared a public relations guideline and basic accounting training for people in Nakhon Nueang Khet Ancient Market community and from the results of the operation, it was found that the community's income increased by more than 20 percent and people in the community can prepare financial accounts with a standard. to be used in community administration as well.

Keywords: The management in the community, Tourism management of the ancient market, Nakhon Nueang Khet Ancient Market Community.

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศและเป็นสิ่งที่ภาครัฐให้ความสำคัญ และสนใจในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากในหลาย ๆ ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างเม็ดเงินเป็นจำนวนมหาศาล จากข้อมูลจำนวนการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 1.93 ล้านล้านบาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 4.24 เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2561 และมีนักท่องเที่ยวชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย 5 อันดับแรก คือ จีน มาเลเซีย รัสเซีย อินเดีย และเกาหลีใต้ ตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) แต่สำหรับในปี พ.ศ. 2563 เกิดสถานการณ์การระบาดของโคโรนาไวรัส (COVIC-19) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากมาตรการกำหนดการจำกัดการเดินทาง (Travel restrictions) ของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมายังต่างประเทศ และรัฐบาลในหลายประเทศทั่วโลกออกมาตรการปิดเมือง (Lockdown) เพื่อควบคุมการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งผลให้การท่องเที่ยวเกิดการชะงักในทันที ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมทั่วโลกเผชิญกับภาวะวิกฤตอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั่ว

โลกหัตถ์รุนแรงเป็นประวัติการณ์ร้อยละ 74 จากปี พ.ศ. 2562 โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ลดลงถึงร้อยละ 84% โดยคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับมาสู่ระดับใกล้เคียงกับปี พ.ศ. 2562 ในปี พ.ศ. 2567 ด้วยเหตุผลหลาย ๆ ประการ (Puttachard Lunkam, 2564)

ทำให้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเปลี่ยนนโยบายใหม่ เพื่อรักษาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นการด่วน โดยเป็นการกระตุ้นให้คนในประเทศออกท่องเที่ยวในประเทศไทยแทนการรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ทำให้รัฐบาลได้ออกโครงการมากระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศหลาย ๆ โครงการ เช่น การเพิ่มวันหยุด โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในรูปแบบใกล้ชิดธรรมชาติ และการใช้ชีวิตตามวิถีชุมชนดั้งเดิมที่มีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศศิขมาหมตมลทิล, 2562) ทำให้ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างมาก และมีการจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561- 2565 โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในระดับชุมชนเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปสู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทยพัฒนาสู่สากลอย่างมีเอกภาพบนฐานการรักษา และจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืนสู่ชุมชนแห่งความสุข” นั้นเอง (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

สำหรับภาคตะวันออกได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยจัดทำแผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง สู่การท่องเที่ยวระดับโลกรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และกลุ่มเชิงสุขภาพ โดยมีพัทยา สัตหีบ และระยอง เป็นวงแหวนการท่องเที่ยวหลัก ขยายสู่ฉะเชิงเทราซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และขยายสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561) ทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทราที่เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัดวาอาราม และแหล่งท่องเที่ยวที่ยังอนุรักษ์ความเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้อย่างมากมาย

ดังนั้นบทความนี้จะมุ่งเน้นศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากกรณีศึกษา ตลาดโบราณนครเนื่องเขต อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา เนื่องจากมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่สมัยของรัชกาลที่ 5 มีการอนุรักษ์อาคารบ้านเรือน วิธีการดำเนินชีวิตริมสองฝั่งคลองที่ผู้คนยังใช้ชีวิตรูปแบบเดิม ๆ และปัจจุบันได้มีการพัฒนาขึ้นเพื่อกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อคนในชุมชนเหล่านั้นอย่างแท้จริง แต่ถึงอย่างไรก็ตามการแข่งขันในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวมีค่อนข้างสูง ทำให้ในช่วงที่เปิดแรก ๆ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปนักท่องเที่ยวกลับลดลง ส่งผลให้รายได้ของคนในชุมชนลดลงตามลงไปด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อวิเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และทันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและมาท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไปได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของตลาดโบราณนครเนื่องเขต อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา
2. เพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขต อ.เมืองฉะเชิงเทรา จ.ฉะเชิงเทรา

แนวคิดและทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศศิชา หมดมลทิล (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมโดยเป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วย เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมที่เข้ามาสนับสนุนอาชีพหลักหรือวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนโดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตเดิมหรือทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่เดิม สอดคล้องกับกับบุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล และคณะ (2563) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนหมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการและเป็นเจ้าของกิจกรรมโดยมีความโดดเด่นของเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และวิถีชีวิตที่เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนนั้น ๆ โดยความร่วมมือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นหลัก

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – based tourism)

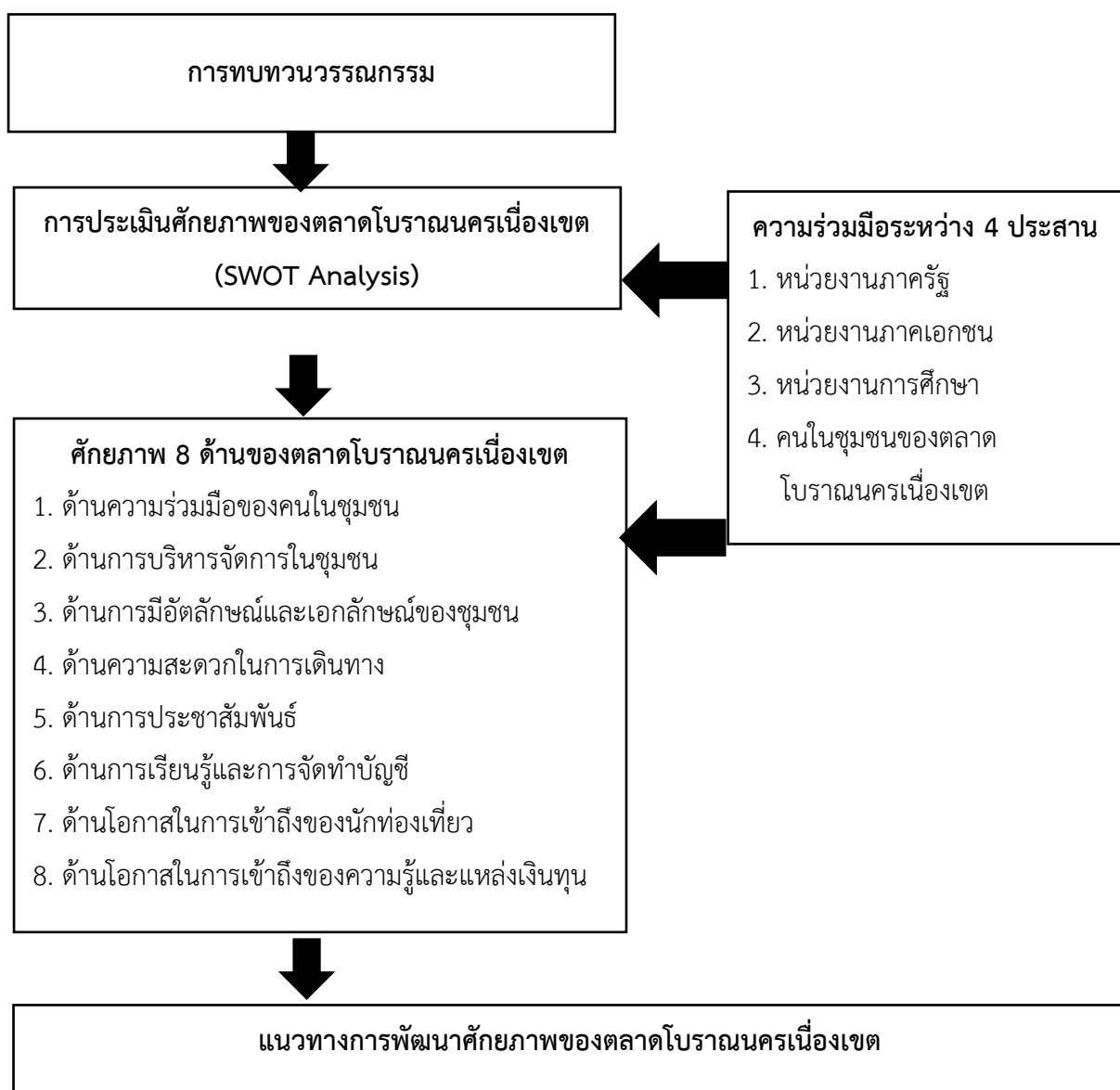
สำหรับหลักการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนเกิดการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วม เกิดความตระหนักถึงการอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2560) มี 10 ประการ ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางท้องถิ่นและตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิตและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
5. มีความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม
6. ชุมชนยังคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรม
7. ให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

ประวัติของตลาดโบราณนครเนื่องเขต

ตลาดโบราณนครเนื่องเขต เป็นตลาดเก่าแก่ริมสองฟากฝั่งคลองนครเนื่องเขตที่มีมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ลักษณะเป็นบ้านเรือนไม้และตลาดของชุมชนไทย จีน ขนานไปกับริมคลอง และมีทางเดินเท้าและสะพานเชื่อมถึงกัน เทศบาลตำบลนครเนื่องเขต ได้ฟื้นฟูสภาพวิถีชีวิตของชุมชนชาวตลาดริมคลองขึ้นมาใหม่ โดยจัดให้มีการจำหน่ายสินค้าพื้นบ้านอาหาร พื้นเมื่อนานาชนิด อาทิ ข้าวแกง กว๊วยเตี๋ยว ขนม กาแฟโบราณ ผลไม้ และพืชผัก มีทั้งร้านค้าบนบกและเรือพายขายอาหารในลำคลอง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ การสนทนากลุ่ม (Focus group) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยเริ่มจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากนั้นจึงทำการสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและคนในชุมชนตลาดโบราณนครเนื่องเขต และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการร่วมมือกันของผู้นำชุมชน คนในชุมชนตลาดโบราณนครเนื่องเขต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 15 คน หลักจากนั้นผู้วิจัยทำการศึกษาพัฒนาเพื่อค้นหาศักยภาพและวิเคราะห์ SWOT analysis โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ คำถามในการสนทนากลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในช่วงเดือนสิงหาคม 2563 – พฤศจิกายน 2563 เพื่อรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นต่าง ๆ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์เพื่อสรุปการพัฒนาศักยภาพของเพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขต

ผลการวิจัย

จากการสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและคนในชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขตผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของตลาดโบราณนครเนื่องเขตได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของตลาดโบราณนครเนื่องเขต

SWOT analysis	สรุปผลการวิเคราะห์จากการสนทนากลุ่ม
จุดแข็ง (Strengths)	ด้านความร่วมมือของคนในชุมชน 1. คนในชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขตมีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง ด้านการบริหารจัดการในชุมชน 2. มีการกำหนดแนวทางในการบริหารงานอย่างชัดเจน 3. ร้านค้ามีจำนวนมาก สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าภายในชุมชน และมีราคาถูก ด้านการมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน 4. ตลาดโบราณนครเนื่องเขตมีเอกลักษณ์ และคงไว้ความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

SWOT analysis	สรุปผลการวิเคราะห์จากการสนทนากลุ่ม
จุดแข็ง (Strengths)	5. ตลาดโบราณนครเนื่องเขตมีการอนุรักษ์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่แบบบริมฝั่งน้ำ และมีการอนุรักษ์ธรรมชาติเป็นอย่างดี ด้านความสะดวกในการเดินทาง 6. การเดินทางมายังตลาดโบราณนครเนื่องเขตมีความสะดวก สามารถมาได้ทั้งรถสาธารณะและรถยนต์ส่วนตัว โดยห่างจากจากตัวเมืองฉะเชิงเทราเพียง 12 กิโลเมตรเท่านั้น และไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร
จุดอ่อน (Weaknesses)	ด้านความสะดวกในการเดินทาง 1. ที่จอดรถบริเวณตลาดโบราณนครเนื่องเขตมีค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่นำรถยนต์มาเอง ด้านการมีเอกลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน 2. สินค้าที่วางจำหน่าย มีความคล้ายคลึงกัน และยังไม่มีอัตลักษณ์ความเป็นของชุมชนมากนัก ทำให้ไม่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. ยังไม่มีการสร้างจุดเด่น เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตลาดโบราณนครเนื่องเขตมากนัก ทำให้ไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้ ด้านการประชาสัมพันธ์ 4. การประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีความต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมากเพียงช่วงแรกเท่านั้น และนักท่องเที่ยวที่มาเริ่มลดลงเรื่อย ๆ หลังจากการประชาสัมพันธ์ที่ลดลง ด้านการจัดทำบัญชี 5. ขาดความรู้และทักษะในการจัดการระบบบัญชีและการเงิน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

SWOT analysis	สรุปผลการวิเคราะห์จากการสนทนากลุ่ม
โอกาส (Opportunities)	ด้านโอกาสในการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว 1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมากขึ้นจากการจัดตั้งเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ด้านโอกาสในการเข้าถึงของความรู้และแหล่งเงินทุน 2. มีความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของตลาดโบราณนครเนื่องเขต ด้านการมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน 3. การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ยังเป็นสถานที่ในยุคสมัยเก่า ที่ยังคงไว้แบบไม่ปรุงแต่งใด เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน
อุปสรรค (Treats)	ด้านการมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน 1. การแข่งขันของตลาดโบราณที่เพิ่มมากยิ่งขึ้นเนื่องจากในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีหลายตลาด เช่น ตลาดบ้านใหม่ ตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นต้น ทำให้ต้องสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดโบราณนครเนื่องเขต 2. การขาดนักพัฒนาที่มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพในองค์กรของตลาดตลาดโบราณนครเนื่องเขตอย่างแท้จริง ทำให้ส่งผลต่อความยั่งยืนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังตลาดโบราณนครเนื่องเขต

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการนำผลการวิเคราะห์ จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) มาทำการสนทนากลุ่มร่วมกันกับผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขตเพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขต โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อพัฒนาศักยภาพของของตลาดโบราณนคร
เมืองเขต

ปัญหาของตลาดโบราณนครเมืองเขต	แนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนคร เมืองเขต
1. ด้านการเรียนรู้และการจัดทำบัญชี 1.1 วิสาหกิจชุมชนขาดองค์ความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือน	1. ด้านการเรียนรู้และการจัดทำบัญชี 1.1 การจัดอบรมการทำบัญชีครัวเรือนให้แก่คนในชุมชนตลาดโบราณนครเมืองเขตร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การจัดแจงค่าใช้จ่ายได้ง่ายมากขึ้น และสามารถตรวจสอบหรือรับรู้ถึงรายรับรายจ่ายที่จะต้องได้อย่างชัดเจน
2. ด้านการประชาสัมพันธ์ 2.1 เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของตลาดไม่มีความต่อเนื่อง ทำให้การถึงนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย 2.2 สร้างความสะดวกและความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวอื่น ๆ รู้จัก	2. ด้านการประชาสัมพันธ์ 2.1 ทำการตลาดทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง เช่น การโฆษณาทาง Facebook, การติดป้ายโฆษณาในหลาย ๆ จุดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เป็นต้น 2.1.1 โฆษณาผ่านหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น 2.2 สร้างแผนที่สำหรับทางเดินในตลาดเพื่อสร้างเป็นกิจกรรมระหว่างเดินในตลาดโบราณนครเมืองเขต 2.2.1 ทำของที่ระลึกแจกนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังตลาดนครเมืองเขต เมื่อมีการทำกิจกรรมเสร็จ หรือมีการแชร์สถานที่ใน Facebook ส่วนตัว เพื่อรับของที่ระลึก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัญหาของตลาดโบราณนครเนื่องเขต	แนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนคร เนื่องเขต
3. ด้านการมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของ ชุมชน 3.1 การสร้างความแตกต่างของร้านค้าให้มี ความแตกต่างและหลากหลาย	3. ด้านการมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของ ชุมชน 3.1 ควรทำแผนผังของในการขายสินค้า เพื่อ ไม่ให้ร้านค้าขายของที่คล้าย ๆ กันติดกัน จนเกินไป และต้องหาจุดเด่นของสินค้าในชุมชน เพื่อสร้าง อัตลักษณ์ของสินค้า และสร้างจุดสนใจเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว
3.2 การสร้างความแตกต่างของตลาดโบราณ นครเนื่องเขต	3.2 ควรมีการประชุมร่วมกันกับผู้ เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน คนในชุมชน และหน่วยงานการศึกษา ในพื้นที่ เพื่อทำการวิจัยเพื่อหาจุดอ่อนของชุมชน และทำการพัฒนาแนวทางด้านต่าง ๆ และ ปรับปรุงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมชุมชน
4. ด้านความสะดวกในการเดินทาง 4.1 ความสะดวกของพื้นที่จอดรถในตลาด โบราณนครเนื่องเขต ยังเป็นการจอดริมถนน ทำให้ ไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยวมา	4. ด้านความสะดวกในการเดินทาง 4.1 ควรจัดหาพื้นที่จอดรถสำหรับผู้ ที่นำรถยนต์ส่วนตัวให้กับนักท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า จากการวิเคราะห์ SWOT analysis ทำให้ทราบถึงศักยภาพที่มีอยู่ตลาดโบราณนครเนื่องเขต ซึ่งมีจุดแข็งที่สำคัญ คือ ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างเข้มแข็ง สอดคล้องกับ นิตยา งามยิ่งยง และละเอียต ศิลาน้อย (2560) ได้ทำการวิจัย เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี กล่าวว่า ชุมชนมีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนรักชุมชน มีการประชุมประชาสมาคมเพื่อเสนอแนะ และรับฟังแนวทางต่าง ๆ ในการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ โดยในการดำเนินกิจกรรมในชุมชนมีการประชุมปรึกษาหารือเรื่องต่าง ๆ ในการผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านการมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์

ของชุมชน คนในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบริมฝั่งน้ำแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นสิ่งที่หาได้ยากในปัจจุบัน และด้านความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากห่างจากตัวเมืองฉะเชิงเทราเพียง 12 กิโลเมตร และยังไม่ไกลจากกรุงเทพ ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้ สอดคล้องกับ นรินทร์ สังข์รักษา (2559) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภทและรูปแบบ เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และวิถีชีวิต มีแม่เหล็กดึงดูด เอกลักษณ์/ อัตลักษณ์เฉพาะ มีความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว การคมนาคมไม่ไกลจากกรุงเทพ มีศักยภาพสูง เป็นเมืองพักผ่อน ตกอากาศ อากาศดี มีเสน่ห์ และอาหารอร่อย ส่วนจุดอ่อนที่สำคัญ คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีความไม่ต่อเนื่อง ส่งต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวยังตลาดโบราณนครเนื่องเขต สอดคล้องกับกับ ญัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ที่กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างกระตุ้นทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้งแบบบุคคล และไม่ใช้บุคคล เพื่อสร้างการรับรู้และการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนร่วม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการออกแบบและจัดทำป้ายโฆษณาใหม่ เพื่อให้มีความชัดเจน สร้างแผนที่ภายในตลาดโบราณนครเนื่องเขต นอกจากนี้ยังได้จัดทำกิจกรรมร่วมสนุกกับนักท่องเที่ยวโดยการประทับตราตามจุดต่าง ๆ ในตลาด และนำมารับของที่ระลึกเมื่อนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมเสร็จเรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาและเป็นการโฆษณาตลาดอีกทางหนึ่งด้วย และยังพบว่า การจัดทำบัญชีในชุมชนยังไม่มีมาตรฐาน ขาดความรู้และทักษะในการจัดการระบบบัญชี และการเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ด้วยการจัดอบรมการทำบัญชีครัวเรือนให้แก่คนในชุมชนตลาดโบราณนครเนื่องเขต และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การจัดแจงค่าใช้จ่ายได้ง่ายมากขึ้น และสามารถตรวจสอบหรือรับรู้ถึงรายรับรายจ่ายที่จะต้องได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับ อภิญา วิเศษสิงห์ (2556) กล่าวว่า การจัดทำบัญชีช่วยให้กิจการสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายลงได้ และสามารถลดความผิดพลาดในการบริหารธุรกิจได้ นอกจากนี้ พบว่า เมื่อผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการติดตามผล และทำการประเมินผลร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานการศึกษา และคนในชุมชน พบว่า ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 20 และคนในชุมชนสามารถจัดทำบัญชีการเงินอย่างมีมาตรฐาน เพื่อใช้ในการบริหารภายในชุมชนต่อไปได้

ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้น ไม่เพียงแต่ใช้ความร่วมมือในชุมชนอย่างเดียวเท่านั้น แต่จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานการศึกษา ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อระดมความคิดในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การดึงดูดของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง นำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดโบราณนครเนื่องเขตต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย พบว่า หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัย คนในชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรทำโครงการที่ส่งเสริมศักยภาพในด้านที่ต้องการส่งเสริมอย่างแท้จริง โดยเป็นโครงการที่ศึกษาในระยะยาว เพื่อทราบให้ถึงศักยภาพในด้านต่าง ๆ และนำมาประเมิน ปรับปรุงและแก้ไข จนประสบความสำเร็จได้

2. จากผลการวิจัย พบว่า การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การอนุรักษ์ อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของชุมชนให้คงเดิม เพื่อให้คนรุ่นใหม่ที่มาท่องเที่ยวและสนใจศึกษา และต้องคำนึงถึงการวางแผนของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่แบบสมบูรณ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาจุดเด่นของชุมชน อาจจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์หรือสถานที่ เพื่อสร้างอัตลักษณ์และเป็นหนึ่งเดียวในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อใช้เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวยังตลาดโบราณนครเนื่องเขตได้

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562*. เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20200123132729.pdf.

ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2).

นรินทร์ สังข์รักษา (2559). รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2), เมษายน - มิถุนายน 2559.

นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองตาเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), มกราคม-เมษายน 2560.

บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 10(3), กรกฎาคม-กันยายน 2563.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2561) *แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก*, เข้าถึงได้จาก <https://www.eeco.or.th/th/tourism-development-and-promotion>.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561). แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561- 2565. เข้าถึงได้จาก https://secretary.mots.go.th/news_view.php?nid=1481.

ศศิชา หอมมลทิล (2562) ท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีสู่ความยั่งยืน. หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานรากศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. สืบค้นจาก https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2019/10/GR_report_travel_detail.pdf.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2560). CBT ทำอย่างไรให้ยั่งยืน. กรุงเทพฯ:

อภิญา วิเศษสิงห์ (2556). การจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาษีเจริญ

กรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ 2556.

Puttachard Lunkam (2564) แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจโรงแรม. เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/IO/io-hotel-21>.