

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยววิถีชุมชนเข้มแข็งในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

Guidelines of the Development of Potential to Travel Way of Live Strong Community in Bang Phli District, Samut Prakan Province

วันที่รับบทความ: 11 มิถุนายน 2569

พิมพ์กา เพ็งนาเรนทร์^{1*}

วันที่แก้ไขบทความ: 11 กรกฎาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ: 20 กรกฎาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยเพื่อศึกษา 1) ศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลชุมชน 2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนเพื่อรองรับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยววิถีชุมชนเข้มแข็ง วิธีการวิจัย ข้อมูลเชิงปริมาณโดยแจกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในชุมชนตลาดโบราณบางพลี จำนวน 385 คน ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การสนทนากลุ่ม จำนวน 10 คน และสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 5 คน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการร้านค้าที่อยู่ตลาดชุมชน ผลการวิจัยพบว่า 1) ตลาดโบราณบางพลีเป็นชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น แม้ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม แต่ยังคงมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นฐานข้อมูลชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนในอำเภอบางพลี โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง 3) สภาพปัญหาการจัดการตลาดชุมชนมีจุดแข็งและจุดอ่อนอยู่ในระดับปานกลาง มีโอกาสและอุปสรรคอยู่ในระดับมาก และ 4) แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนในอำเภอบางพลีโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ข้อเสนอแนะการวิจัยคือ ชุมชน ผู้ดูแลตลาดและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีแนวทางการพัฒนาตลาดโบราณบางพลีที่ชัดเจน จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน และการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไม่เพียงพอ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยววิถีชุมชนเข้มแข็ง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

* ผู้ประสานงานหลัก e-mail: pimpanga.p@dru.ac.th

Guidelines of the Development of Potential to Travel Way of Live Strong Community in Bang Phli District, Samut Prakan Province

Received: June 11, 2026

Pimpanga Phangnaren ^{1*}

Revised: July 11, 2026

Accepted: July 20, 2026

Abstract

This research aimed to study: 1) the tourism potential based on local community identity to serve as a community database; 2) tourists' opinions toward tourism potential based on community identity to support ecotourism standards; and 3) guidelines for developing the potential of strong community-based tourism. The research methodology employed a mixed-methods approach. Quantitative data were collected using questionnaires distributed to 385 tourists visiting the Bang Phli Ancient Market community. Qualitative data were gathered through a focus group discussion with 10 participants and in-depth interviews with 5 key informants, including government officials, community leaders, and local shop entrepreneurs. The research findings revealed that: 1) Bang Phli Ancient Market possessed significant tourism potential derived from its historical heritage, traditional riverside way of life, cultural identity, and local wisdom. Although the community was affected by socio-economic changes, it maintained strong potential for development into a community database to support sustainable tourism; 2) the overall tourism potential based on community identity in Bang Phli District was rated at a moderate level across all aspects; 3) regarding community market management, internal factors (strengths and weaknesses) were evaluated at a moderate level, whereas external factors (opportunities and threats) were perceived at a high level; and 4) the overall guidelines for developing the tourism potential of community markets in Bang Phli District were rated at a high level across all aspects. Based on these findings, it was recommended that the local community, market administrators, and local administrative organizations establish clear development guidelines and formulate a comprehensive community tourism development plan. Furthermore, existing public relations efforts were deemed

¹ Lecturer, Bachelor of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thonburi Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail: pimpanga.p@dru.ac.th

insufficient; therefore, online communication channels should be expanded to promote local tourism more effectively.

Keywords: potential development guidelines, strong community-based tourism, Bang Phli District, Samut Prakan Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับต้น ๆ เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อีกทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูง ตลอดจนภาครัฐยังให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ผ่านยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ ได้แก่ ระดับนานาชาติ เช่น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (พ.ศ. 2559-2568) แผนการตลาดการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (พ.ศ. 2558-2563) กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศอื่น ๆ เช่น Cambodia, Lao PDR, Myanmar, Vietnam, Thailand (CLMVT) กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม ไทย ระดับนโยบาย เช่น แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) (ASEAN, 2015, p. 18) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงานบริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ ด้านการเรียนรู้ (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2564, หน้า 26) ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นความพยายามหนึ่งของการสร้างทางเลือกในการพัฒนาในประเด็นการท่องเที่ยว ที่จะให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากท่องเที่ยว และมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากแผนพัฒนาดังกล่าวได้ส่งผลให้เกิดกระแสการปรับตัวของหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566, หน้า 22)

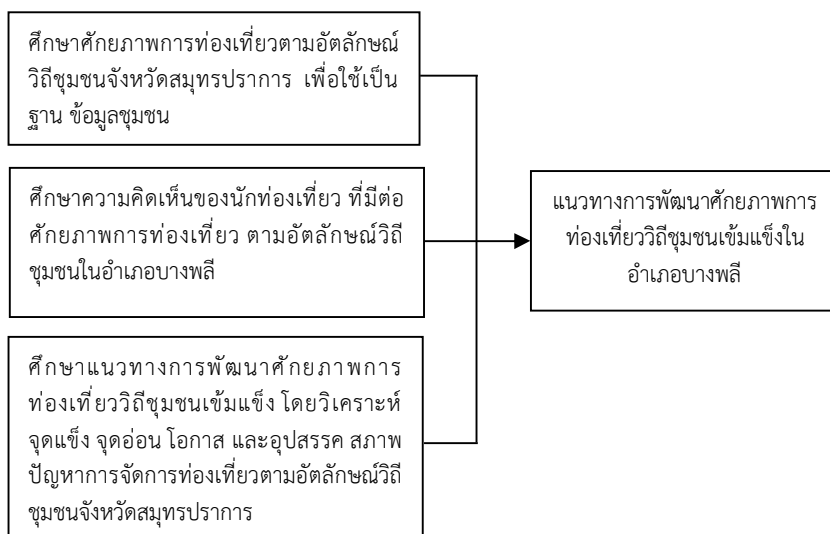
จังหวัดสมุทรปราการมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศ และประเพณีที่สำคัญมีพื้นที่ติดต่อกับกรุงเทพฯ และจังหวัดปริมณฑลที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถเดินทางไปกลับได้เพียง 1 วันแบบ One Day Trip จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางและในอนาคตจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินทางที่สะดวกจากรถไฟฟ้าและการจัดระบบจราจรที่มีประสิทธิภาพ (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัด, 2566, หน้า 28) การท่องเที่ยววิถีชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรและอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจากทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และทำเลที่ตั้งที่เอื้อต่อการเข้าถึงแต่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ และการบูรณาการความร่วมมือ ส่งผลให้ไม่สามารถใช้ศักยภาพได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งเสนอแนวทางการท่องเที่ยววิถีชุมชนให้เข้มแข็ง โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อสร้างรายได้ อนุรักษ์วัฒนธรรม และนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ผนวกกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ จะเห็นได้จากประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี ในประเด็นส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าการบริการและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและ

ประทับใจของนักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันเพื่อให้ตรงตามยุทธศาสตร์การวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มีความสอดคล้องกับแผน นโยบาย และยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยชาติ ทั้งในมิติของภารกิจ (function base) และบริบทของพื้นที่ที่มหาวิทยาลัยรับผิดชอบ (area base) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและนำศักยภาพของชุมชนไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ที่ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจของชุมชน จังหวัดสมุทรปราการ สืบไป และในการทำวิจัยเรื่องนี้เมื่อสำเร็จแล้วจะก่อให้เกิดความสำคัญมีคุณค่า ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสมุทรปราการ บนพื้นฐานความต้องการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนจังหวัดสมุทรปราการเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลชุมชน
2. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนจังหวัดสมุทรปราการเพื่อรองรับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยววิถีชุมชนเข้มแข็ง โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สภาพปัญหาการจัดการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวความคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวในชุมชนตลาดโบราณบางพลี จำนวน 405 คน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้การเก็บตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) ตามสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (infinite population) (Roscoe, 1975, p. 157) โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 คน สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ที่มีความรู้ ประสบการณ์ และมีบทบาทเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนประชาชน ผู้นำท้องถิ่น ผู้แทนหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยดำเนินการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมตามหลักการสนทนากลุ่ม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ (Krueger & Casey, 2015, pp. 101-103) และดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้ การกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นไปตามหลักความอิ่มตัวของข้อมูล (data saturation) กล่าวคือ เมื่อข้อมูลที่ได้รับมีความซ้ำและไม่พบประเด็นใหม่ที่มีนัยสำคัญ จึงถือว่าจำนวนผู้ให้ข้อมูลมีความเพียงพอสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Guest, Bunce, & Johnson, 2006, pp. 78)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อรองรับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก ตัวแทนประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวของชุมชนและผู้ประกอบการ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของชุมชน (SWOT) และวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงรุก (TOWS Matrix) เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชน โดยนำข้อมูลไปทำแผนชุมชนและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

3.1 การตรวจสอบข้อมูลเชิงปริมาณ

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปหาความเที่ยงตรง (validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบด้านเนื้อหา (content validity) และหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ปรากฏว่าแบบสอบถามทั้งชุดมีค่าระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งแสดงว่าคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหา แล้วนำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try-out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลมาหาค่าความเชื่อมั่น

ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาได้ความเที่ยง 0.937 (Cronbach, 1970, p. 161) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างต่อไป

3.2 การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ คือ การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (credibility) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2548; Miles & Huberman, 1994; Graneheim & Lundman, 2004, pp. 105-112) และการตรวจสอบข้อสรุปด้วยการยืนยันผล ดังนี้ 1) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (credibility) 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (methodological triangulation) และ 4) การยืนยันผล (confirm ability)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยการหาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสภาพปัญหาการจัดการตลาดชุมชนโดยการวิเคราะห์ SWOT หาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้ไปแปลความหมายโดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดของ เบสท์ (John W. Best) (นภาพร คงคาหลวง, 2548, หน้า 79; อ้างถึงใน Best, 1981)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ตรวจสอบข้อมูลนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตีความแบบอุปนัย (analytic induction) เพื่อสร้างข้อสรุปในการวิจัยซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์เป็นข้อความบรรยาย (descriptive) ซึ่งได้จากการสนทนากลุ่ม การสังเกต การสัมภาษณ์และจดบันทึก

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนจังหวัดสมุทรปราการเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลชุมชน ตลาดโบราณบางพลี เป็นชุมชนตลาดริมน้ำที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 160 ปี มีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมเรือนไม้ วิถีชีวิตริมคลองสำโรง วัฒนธรรม ประเพณี และอาหารพื้นถิ่น อีกทั้งได้รับรางวัลด้านสถาปัตยกรรมชุมชนพื้นถิ่น สะท้อนคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่ แม้ว่าตลาดจะประสบเหตุเพลิงไหม้ในปี พ.ศ. 2557 และได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเมือง การเกิดห้างสรรพสินค้า การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของชุมชนลดลง แต่ด้วยความร่วมมือของเทศบาล วัด ชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการฟื้นฟูพื้นที่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีรับบัว การล่องเรือ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ทำให้ตลาดกลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดทั้งผลเชิงบวกและเชิงลบ กล่าวคือ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ อนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนสร้างคุณค่าให้กับอัตลักษณ์ของชุมชน ขณะเดียวกันก็ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตและรูปแบบการประกอบอาชีพจากเศรษฐกิจชุมชนไปสู่เศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ดังนั้น การพัฒนาตลาดโบราณบางพลีในอนาคตจึงควรมุ่งสร้างความสมดุลระหว่างการส่งเสริม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การคงไว้ซึ่ง อัตลักษณ์และวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เกิดความยั่งยืน

2. ระดับศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อรองรับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีผลรวมดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ระดับ	ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด
1. ด้านพื้นที่	3.47	ปานกลาง	สภาพน้ำบริเวณตลาดน้ำมีความสะอาด	พื้นที่ขายสินค้าของตลาดชุมชนมีความเหมาะสม
2. ด้านสินค้า	3.44	ปานกลาง	สินค้าประเภทอาหารมีรสชาติดี	สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์
3. ด้านกิจกรรม	3.43	ปานกลาง	มีกิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติ	มีกิจกรรมชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน
4. ด้านผู้ประกอบการ	3.42	ปานกลาง	ผู้ประกอบการมีความเป็นกันเอง	ผู้ประกอบการแต่งกายสุภาพเหมาะสม
5. ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.08	ปานกลาง	มีระยะทางในการเดินทางที่เหมาะสม	มีป้ายบอกทางชัดเจน
6. ด้านการเผยแพร่ข่าวสาร	2.77	ปานกลาง	การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารยังไม่ทั่วถึง
โดยรวม	3.27	ปานกลาง		

ตารางที่ 1 ระดับศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนในอำเภอบางพลี โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)=3.27 เมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด ดังนี้ 1) ด้านพื้นที่ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)=3.47 ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านพื้นที่ คือ สภาพน้ำในบริเวณตลาดน้ำมีความสะอาด ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ขายสินค้าของตลาดชุมชนมีความเหมาะสม 2) ด้านสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)=3.44 ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านสินค้า คือ สินค้าประเภทอาหารที่นำมาขายในตลาดชุมชนมีรสชาติดี ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านสินค้า คือ สินค้าที่นำมาขายในตลาดชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์ 3) ด้านกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)=3.43 ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านกิจกรรม คือ ตลาดชุมชนจัดให้มีกิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติ ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านกิจกรรม คือ ตลาดชุมชนจัดให้มีกิจกรรมชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน 4) ด้านผู้ประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)=3.42 ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการที่นำสินค้ามาขายในตลาดชุมชนมีความเป็นกันเอง ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการที่นำสินค้ามาขายในตลาดชุมชนแต่งกาย

สภาพเหมาะสม 5) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.08$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ตลาดชุมชนมีระยะทางในการเดินทางที่เหมาะสม ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การเดินทางเข้ามาที่ตลาดชุมชนมีป้ายบอกทางชัดเจน และ 6) ด้านการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}=2.77$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านการเผยแพร่ข่าวสาร คือ ตลาดชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่ดีและทั่วถึง และข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านการเผยแพร่ข่าวสาร คือ ตลาดชุมชนมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารยังไม่ทั่วถึง

3. สภาพปัญหาการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนโบราณบางพลี จุดแข็ง คือ ตลาดมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นเฉพาะตัว มีศักยภาพสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตและบรรยากาศของตลาดชุมชนได้ จุดอ่อน คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดมาตรการบังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โอกาส คือ กระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ให้ความสนใจกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีมากขึ้น เป็นโอกาสของตลาดชุมชนในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว อุปสรรค คือ ปัจจุบันมีตลาดชุมชนหลายแห่งเกิดขึ้นในเมืองไทย ทำให้ตลาดชุมชนบางพลีต้องพัฒนาตลาดให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดชุมชนแห่งอื่น ส่วนการวิเคราะห์เมทริกซ์ (TOWS Matrix) ของตลาดโบราณบางพลี ได้ผลการวิจัยดังนี้

3.1 กลยุทธ์จุดแข็ง-โอกาส (S-O) สร้างสินค้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับทรัพยากรในชุมชน และเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้มากขึ้น

3.2 กลยุทธ์จุดอ่อน-โอกาส (W-O) จัดอบรมผู้ประกอบการในชุมชน สำรวจแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตลาดโบราณบางพลีให้มีความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

3.3 กลยุทธ์จุดแข็ง-อุปสรรค (S-T) สร้างจิตสำนึกรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนตลาดโบราณบางพลี สร้างความร่วมมือของภาคีเครือข่ายธุรกิจชุมชนทั้งภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น

3.4 กลยุทธ์จุดอ่อน-อุปสรรค (W-T) วางแผนการสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าชุมชนตลาดโบราณบางพลีเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ประสานความร่วมมือกับเทศบาลเพื่อแก้ปัญหาที่ทิ้งขยะและห้องสุขาที่มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว

4. แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.70$) เมื่อพิจารณาระดับความต้องการแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด คือ ด้านการประสานงานเครือข่ายอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.98$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านการประสานงานเครือข่าย คือ ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดในพื้นที่ตั้งของตลาดชุมชนในอำเภอบางพลี ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านการประสานงานเครือข่าย คือ ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พัก รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาบุคลากรอยู่

ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.82$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านการพัฒนาบุคลากร คือ การเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริการให้กับนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่รัฐ และสถานประกอบการ ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านการพัฒนาบุคลากร คือ การฝึกอบรมความรู้และประสบการณ์ด้านมัคคุเทศก์ให้กับสถานประกอบการ รองลงมา คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.79$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา คือ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดชุมชนในอำเภอบางพลีโดยองค์กรภาครัฐและองค์กรต่างประเทศ ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา คือ การใช้แผ่นพับและแผ่นโปสเตอร์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ และสถานีรถไฟ และมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.20$) ข้อที่มีความคิดเห็นสูงสุดของด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย คือ การอำนวยความสะดวกด้านร้านอาหารที่ถูกสุขอนามัย ข้อที่มีความคิดเห็นน้อยสุดของด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย คือ การอำนวยความสะดวกด้านที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์วิถีชุมชนในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อรองรับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนว่าชุมชนมีทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่สามารถพัฒนาต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ แต่ยังจำเป็นต้องยกระดับการบริหารจัดการ การบริการ และการสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืน ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดวงจรชีวิตแหล่งท่องเที่ยวของ Butler (1980) ที่อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวในระยะพัฒนาต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตติ จิตจำเริญพร พจนา สวนศรี และกฤตดา ธีราทิติกุล (2559) ที่พบว่า แหล่งท่องเที่ยวชุมชนของประเทศไทยส่วนใหญ่ยังมีศักยภาพในระดับปานกลาง เนื่องจากข้อจำกัดด้านการจัดการ การบริการ และการประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยเฉพาะความสะอาดของน้ำบริเวณตลาดน้ำ ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) อย่างไรก็ตาม การจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้ายังไม่เหมาะสม จึงควรพัฒนาให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้านสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยอาหารท้องถิ่นเป็นจุดเด่นที่สะท้อนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Armstrong (2018) ที่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สามารถสร้างความแตกต่างทางการตลาดได้ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังขาดการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการเล่าเรื่อง (storytelling) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและสร้างความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวชมธรรมชาติได้รับการประเมินสูงสุด เนื่องจากสะท้อนวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน ขณะที่กิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านยังได้รับคะแนนต่ำ แสดงให้เห็นว่าชุมชนควรพัฒนากิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Murphy (1985) ที่ให้ความสำคัญกับการมี

ส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านผู้ประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการมีอัตราค้ำประกันตนเอง ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังคงพัฒนาบุคลิกภาพและมาตรฐานการให้บริการ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวสำหรับ ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก แม้ว่าการเดินทางจะสะดวก แต่ระบบป้ายบอกทางยังไม่ชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของ Inskeep (1991) ที่ชี้ว่าระบบการเข้าถึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ขณะที่ ด้านการเผยแพร่ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด สะท้อนว่าชุมชนยังมีข้อจำกัดด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาด โดยเฉพาะการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) และผลการศึกษาของ เมธาวิจำเนียร (2562) ที่ชี้ว่า การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดและการเข้าถึงนักท่องเที่ยวของชุมชน

2. ผลการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนโบราณบางพลี ผลการศึกษพบว่า ตลาดชุมชนโบราณบางพลีมีจุดแข็งด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ Murphy (1985) ที่อธิบายว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดจากการใช้อัตลักษณ์ วิถีชีวิต และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นฐานสำคัญ รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ที่พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้อย่างไรก็ตามตลาดชุมชนโบราณบางพลียังมีข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายและการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาภัยขาดประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Inskeep (1991) ที่ชี้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องอาศัยระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถกมล (2554) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในการพัฒนาชุมชน ในด้านโอกาส พบว่ากระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ตลาดชุมชนโบราณบางพลีพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Butler (1980) ที่อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงของความต้องการนักท่องเที่ยวสามารถเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมชาย สนั่นเมือง (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนมากขึ้น สำหรับด้านอุปสรรค การเพิ่มขึ้นของตลาดชุมชนในหลายพื้นที่ส่งผลให้การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวทวีความรุนแรงขึ้น ตลาดโบราณบางพลีจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างและยกระดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Armstrong (2018) ที่ระบุว่า การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เมธาวิจำเนียร (2562) ที่ชี้ว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจนช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์ (TOWS Matrix) สะท้อนว่า กลยุทธ์ จุดแข็ง-โอกาส (S-O) ควรมุ่ง

พัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบสนองความต้องการของตลาด สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ขณะที่กลยุทธ์ จุดอ่อน-โอกาส (W-O) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัญชลี ศรีเกตุ และปิยะนุช เงินคล้าย (2564) ที่ชี้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนกลยุทธ์ จุดแข็ง-อุปสรรค (S-T) และจุดอ่อน-อุปสรรค (W-T) ควรมุ่งส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากร การสร้างความร่วมมือของภาคีเครือข่าย การพัฒนาอัตลักษณ์สินค้าชุมชน และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen (1988); Inskeep (1991) ที่เห็นว่าการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. ผลการศึกษาศาสนาปัญหาการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนโบราณบางพลี พบว่าตลาดชุมชนโบราณบางพลีมีจุดแข็งด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความร่วมมือของชุมชน ซึ่งเป็นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Murphy (1985) และงานวิจัยของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ที่ชี้ว่า อัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ การบังคับใช้กฎหมาย และการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Inskeep (1991) และ อรรถัย กิกผล (2554) ที่เน้นความสำคัญของการบริหารจัดการและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านโอกาส พบว่ากระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเอื้อต่อการพัฒนาตลาดโบราณบางพลีให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต สอดคล้องกับ Butler (1980); สมชาย สนั่นเมือง (2558) ขณะที่อุปสรรคสำคัญคือการแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่น ทำให้จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างและยกระดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Kotler, 2017) นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix ชี้ให้เห็นว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมคือ การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler and Keller (2016); Cohen (1988); Inskeep (1991) ที่เสนอว่า การบูรณาการการตลาด การพัฒนาศักยภาพชุมชน และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

4. ผลการศึกษานโยบายการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนในอำเภอบางพลี พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ Inskeep (1991) ที่เสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการวางแผน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การประสานงานเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนความสำคัญของการบูรณาการความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคีเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับ Murphy (1985); อรรถัย กิกผล (2554) ขณะที่การพัฒนา

บุคลากร เน้นการยกระดับทักษะการบริการและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Cohen (1988); สมชาย สนั่นเมือง (2558) ส่วนการประชาสัมพันธ์ ควรมุ่งใช้สื่อดิจิทัลและเครือข่ายออนไลน์ มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ตามแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ขณะที่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย แม้อยู่ในระดับมาก แต่ยังคงพัฒนาที่พักและมาตรฐานด้านสุขอนามัยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ชุมชนในอำเภอบางพลีอยู่ในระดับปานกลาง แม้มีจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก จึงเสนอข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรร่วมกันจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนและแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
3. พัฒนาสินค้า บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ชุมชน และวิถีชีวิตริมน้ำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างทางการท่องเที่ยว
4. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมจัดทำสื่อหลายภาษา เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
5. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถ จุดพักผ่อน และระบบจัดการขยะ ให้ได้มาตรฐานและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลไปพัฒนาการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ควรศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่อื่น เพื่อเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตลาดโบราณบางพลี
3. ควรศึกษาการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการเข้าถึงนักท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัด. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)*. สำนักจังหวัดสมุทรปราการ.
- คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ฐิติ ฐิตีจำเริญพร, พงนา สวนศรี และกฤตดา ชีราติตยกุล. (2559). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ *โครงการวิจัยย่อยที่ 1 การศึกษาความต้องการของตลาดที่มีศักยภาพเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและอาเซียน*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นภาพร คงคาหลวง. (2548). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์*. โอเดียนสโตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เมธาวี จำเนียร. (2562). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 6(1), หน้า 235-256.
- สมชาย สนั่นเมือง. (2558). ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว. *การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*.
- สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2564). *คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- สุภากร จันทรวานิช. (2548). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 13). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรทัย กักพล. (2554). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน*. สถาบันพระปกเกล้า.
- อัญชลี ศรีเกตุ และปิยะนุช เงินคล้าย. (2564). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(1), หน้า 250-262.
- ASEAN. (2015). *ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025*. ASEAN Secretariat.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), pp. 5-12.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), pp. 371-386.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. Harper & Row.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), pp. 105-112.

- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), pp. 59-82.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Wiley.
- Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research* (5th ed.). SAGE.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (2nd ed.). SAGE.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Methuen.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*. Holt Rinehart and Winston.