

50921572: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา/ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ การมีส่วนร่วมของชุมชน

สุวิมล หวังรุ่งกิจ: แนวทางการพัฒนาตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน (COMMUNITY PARTICIPATION
IN IMPROVING BANMAI MARKET, MAUNG DISTRICT, CHACHOENGSAO PROVINCE
TO BE CULTURE TOURIST ATTRACTION) อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย,
D.B.A. 114 หน้า. ปี พ.ศ. 2552.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพร้อมของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา และ
ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเปรียบเทียบความพร้อมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการ โดยชุมชนที่ส่งผลต่อศักยภาพ
ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ และวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 2 ชุด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ
เทศบาลเมืองฉะเชิงเทราจำนวน 1 ราย ชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่จำนวน 1 ราย และผู้ประกอบการตลาดบ้านใหม่ จำนวน 120 ราย
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย
ของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ในโปรแกรมสำเร็จรูป ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ
ประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
จำหน่ายอาหารคาว มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยรวมมีความเห็นว่า ตลาดบ้านใหม่มีความพร้อมของชุมชน ในด้านการบริหารจัดการ โดย
ชุมชน นอกจากนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า โดยรวมแล้วตลาดบ้านใหม่มีความพร้อมทางด้านศักยภาพในการเป็นแหล่ง
ท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง แต่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจำเป็นต้องมีการปรับปรุงในบางเรื่อง เช่น เพิ่มปริมาณ
ห้องน้ำ ตู้โทรศัพท์ และที่นั่งพักผ่อน นอกจากนั้นจากการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า ความพร้อมของชุมชนด้านการบริหารจัดการ
โดยชุมชนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้บริหารตลาดบ้านใหม่ มีความพยายามที่จะทำตลาดบ้านใหม่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยการมีเน้นจุดขายในด้าน การซ่อมแซมบ้านเรือนให้มีความ
เป็นแบบดั้งเดิม การพยายามอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนในชุมชนให้แบบดั้งเดิม มีการจัดระเบียบร้านค้าของผู้ประกอบการอย่างเหมาะสม
นอกจากนั้นยังมีการจัดให้ผู้ประกอบการทุกรายได้เข้าร่วมประชุมประจำเดือนเพื่อเสนอความคิดเห็นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไข
ปัญหา การพัฒนาตลาดบ้านใหม่ให้ดีขึ้น โดยที่ผู้ประกอบการจะเป็นคนกำหนด กฎ ข้อเสนอแนะต่างๆ แล้วนำไปปฏิบัติร่วมกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้พบว่า จากการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถนำแนวทางการปฏิบัติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมา
ปรับใช้ได้ ดังนี้ 1. ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว 2. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของ
ประชาชนเพื่อจัดการการท่องเที่ยว ส่งเสริมการรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อจัดการการท่องเที่ยว 3. ให้องค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่มี
ส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน 4. จัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับพื้นที่ 5. จัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับพื้นที่เป็นกลไกที่
สำคัญในการถ่ายทอดประสานงาน 6. จัดหาเงินทุนเพื่อดำเนินการบริหาร 7. แนะนำและวางระบบให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวมีส่วน
ร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น 8. จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม 9. จัด
ฝึกอบรมการเก็บข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยว 10. ติดตามตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง

50921572: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: IMPROVING / CULTURE TOURIST ATTRACTION / COMMUNITY
PARTICIPATION

SUWIMON WANGRUNGKIT: COMMUNITY PARTICIPATION IN IMPROVING
BANMAI MARKET, MAUNG DISTRICT, CHACHOENGSAO PROVINCE TO BE A
CULTURAL TOURIST ATTRACTION. ADVISER: VUTTICHAT SUNTHORNSAMAI, D.B.A.
114 P. 2009.

The objects of this research were to study readiness and potential to be a cultural tourist attraction of Banmai Market Community, Maung District, Chachoengsao Province, to compare the community's readiness in administration with other communities that affect the potential of Banmai Market Community, and to analyze the possibility of developing BMC to be a cultural tourist attraction through community participation.

The inventories in this study consisted of 2 sets of questionnaires for data collection. The samples were a municipality officer, a member of Banmai Market Conservation Group, and 120 new entrepreneurs of Banmai Market. Statistics applied in data analysis included percentages, averages, standard deviation, Pearson's simple correlation analysis at .05 with the ready-made program.

The findings concerning general demographic data of the entrepreneurs revealed that the majority of the new entrepreneurs in Banmai Market, Mueng District, Chachoengsao Province are females, selling main courses of meal, earning the average monthly income of 5,000- 10,000 Baht, and completing the highest degree of high school. Most of the entrepreneurs thought that Banmai Market Community has qualification in the aspect of community management. Most of them also believed that generally Banmai Market has potential as a tourist attraction, including attractions and accessibility, except facilities which need improvement in some areas, such as the numbers of restrooms, telephone booths, and benches. The hypothesis test also showed that the readiness in community management by different communities has no significant impact on the potential of becoming a tourist attraction.

The interview revealed that the manager of Banmai Market attempts to transform it to be a cultural tourist attraction so as to promote income of people in the community, by emphasizing on the strong point of traditional housing restoration, conservation of the old way of living, setting the proper disciplines for entrepreneurs. In addition, every business owners can take part in the monthly meeting to offer opinions in various dimensions, e.g. solutions to problems or improvement of Banmai Market. The entrepreneurs themselves will set the rules and suggestions before implementation to practice together.

The suggestions for this research was that from the analysis of community participation in developing Banmai Market to be a cultural tourist attraction, the guidelines of Tourism Authority of Thailand can be adapted in practice: 1. Allow local communities to take part in directing the potential for tourism development 2. Promote congregation of people as a group to manage tourism 3. Allow other local organizations to partake in promotion of the projects 4. Establish local tourism networks 5. Set up regional tourism networks as a main mechanism for cooperation 6. Raise funds for management 7. Advise and set the system so that tourism entrepreneurs can collaborate more with communities in local tourism management 8. Provide trainings in environment and culture 9. Organize trainings in data collection for tourism development and 10. Follow up continuously.