



แนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืน :  
กรณีศึกษาตลาดโบราณบางพลี อำเภอบางพลี  
จังหวัดสมุทรปราการ

An Approach of Sustainable Marketing Development :  
A Case Study of Bang Phli Ancient Market,  
Bang Phli District, Samut Prakan

ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม  
Duangthip Chan-uam



## แนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดโบราณบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

An Approach of Sustainable Marketing Development :  
A Case Study of Bang Phli Ancient Market,  
Bang Phli District, Samut Prakan

ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม<sup>1</sup>  
Duangthip Chan-uam

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตลาดโบราณบางพลี พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลีอย่างยั่งยืน ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการตลาด ได้แก่ พ่อค้า แม่ค้า นักท่องเที่ยว คณะกรรมการชุมชน ชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดูแลศูนย์วัฒนธรรม และใช้แบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่า ตลาดโบราณบางพลีเป็นตลาดริมน้ำเก่าแก่อายุกว่า 150 ปี ในอดีตมีความรุ่งเรือง ต่อมาเริ่มซบเซาเนื่องจากการตัดถนนเทพารักษ์ ทำให้การสัญจรทางน้ำลดบทบาทลง อีกทั้งมีห้างสรรพสินค้าบริเวณใกล้ตลาด ตลาดโบราณบางพลีได้รับการฟื้นฟูจากความร่วมมือของชุมชน สภาวัฒนธรรมตำบลบางพลีและเทศบาลตำบลบางพลี ชุมชนมีวิถีชีวิตผูกพันกับสายน้ำ มีวัฒนธรรมประเพณีที่มีชื่อเสียง คือ

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์)

ประเพณี รับประทาน เดิมประกอบอาชีพด้านการเกษตรแต่มีแนวโน้มประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมมากขึ้น การศึกษาด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ ใช้จ่ายเพื่อการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม ด้านความพึงพอใจพบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับแนวทางการพัฒนาการตลาดตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) ได้แก่ผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ คงความโบราณ และบรรจุภัณฑ์ควรทำจากวัสดุตามธรรมชาติ การแสดงป้ายราคาต้องชัดเจน จัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ สะอาด สวยงาม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพิ่มที่จอดรถ ปรับทางเดินภายในตลาดให้กว้างขึ้น จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย เพิ่มการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ปรับภูมิทัศน์ให้สะอาดสวยงาม รวมทั้งเพิ่มที่นั่งพักผ่อน เพื่อพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลีให้ยั่งยืนต่อไป

**คำสำคัญ :** การพัฒนาการตลาด; ตลาดโบราณบางพลี; ความยั่งยืน

## Abstract

The objectives of this research were to analyze the context of the community of Bang Phli Ancient Market in terms of its behavior, tourists' satisfaction and the opinion on sustainable marketing development. The mixed research methodology including observation, interview, survey using questionnaire as research tool, and group discussion consist of sellers, tourists, community board, community, government officers, head of cultural center were used by the researcher to come up with the sustainable marketing development approach. The results of the study revealed that Bang Phli Ancient Riverside Market was an ancient market of more than one hundred and fifty years. In the past, the market had been flourished. Later, it became sluggish due to the decrease of the river journey. The Thepharak Road was constructed to replace the river journey and the establishment of the department stores near the area. However, Bang Phli Ancient Market was restored with the participation and cooperation of Bang Phli Cultural Council, Bang Phli Sub-District, Bang Phli Sub-District Municipality and the Community. The Community of Bang Phli Ancient



Market was attached to the river. Their famous tradition was “Rup-Bua” which has been performed long time ago. In the past, the majority of the people in the community were agriculturists. However, at present they have gradually been changed to work in the industry. When focusing on behavior and preferences of tourists, it was found that on weekends, the place was dense with tourists who dropped by to appreciate the community lifestyle. Most tourists’ spending was mainly for purchasing food and beverages. Tourist’s preference for the market was moderate. In terms of the sustainable marketing development approach of product, it is suggested that the products need to be more diversified, have their own identity, and their traditional characteristics should be maintained. Besides, the shopkeepers should create the exotic foodstuffs made of the local raw materials, make use of the biodegradable containers and packaging and present easily seen price-tags. In terms of place, it should be neat and clean, well-organized and preserve the “Thai identity”, increase the parking lot area, widen the walk path in the Market, and improve the work of public relations. In terms of promotion, they should organize the activities to promote cultural preservation, increase the sales promotion, and install the wire broadcasting in the Market. In terms of place, they should improve the landscape, and increase the lounge chairs and seats for relaxation in order to propose a sustainable marketing development of Bang Phli Ancient Market.

**Keywords :** Marketing Development; Bang Phli Ancient Market; Sustainability

### บทนำ

กระแสการท่องเที่ยวย้อนยุคกำลังเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จากงานวิจัยของ University College London (UCL) เมื่อ ค.ศ.2007 พบว่า ร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเลือกที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ในอดีตมากกว่าสถานที่แห่งใหม่ที่ไม่เคยไปมาก่อน ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการโหยหาอดีต (Nostalgia Tourism) กำลังเป็นกระแสการ

ท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นทุกปี สำหรับสังคมไทยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา กระแสการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่โดดเด่น และถือเป็นการจุดกระแสให้หาดที่ดีในสังคมไทย คือ ตลาด 100 ปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี นับจากนั้นเป็นต้นมาการพัฒนาหรือ รื้อฟื้นตลาดเก่าได้แพร่หลายไปทั่วประเทศ เช่น ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดคลองสวน 100 ปี ตลาดบางน้ำผึ้งและอื่นๆ อีกหลายแห่งจนเกิดเป็นปรากฏการณ์ รำลึกถึงอดีต (ชาติรี ประกิจตุนนทการ, 2558 : 18 )

ผลจากการพัฒนาและรื้อฟื้นตลาดเก่าทำให้ตลาดบางแห่งได้รับความนิยม และสามารถสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก แต่ความมีเสน่ห์ของการใช้ ความโบราณเป็นจุดขายกลับได้รับผลกระทบจากกระแสธุรกิจ เนื่องจากการแปรสภาพ ตลาดโบราณให้เป็นตลาดสมัยใหม่ในหลายพื้นที่ สำหรับตลาดโบราณบางพลีซึ่งเป็น ตลาดโบราณริมน้ำเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 150 ปี ในอดีตมีความรุ่งเรืองและมีวัฒนธรรม ประเพณีที่น่าประทับใจ สามารถตอบสนองกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยการคง ความงดงามของตลาดเรือไม้โบราณ และวิถีชีวิตริมน้ำที่หาได้ยากในปัจจุบัน จึงถือเป็นจุดขายที่โดดเด่นของตลาดโบราณบางพลี แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย กอปรกับการตัดถนนเทพารักษ์ทำให้การคมนาคมทางน้ำถูกลดบทบาทลง และ อีกเหตุผลหนึ่งคือ การเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามตลาดโบราณบางพลี นับจากวันนั้น คนในชุมชนส่วนใหญ่ต่างเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า ทำให้ตลาดโบราณบางพลีถูกลดบทบาทความสำคัญลงไปเป็นอย่างมาก

ตลาดโบราณบางพลีได้รับการรื้อฟื้นขึ้นอีกครั้ง โดยความร่วมมือของคนใน ชุมชน การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารตลาด การฟื้นฟูการจัดกิจกรรมตามเทศกาล ต่างๆ นำไปสู่การกระตุ้นให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการฟื้นฟูตลาดอย่างจริงจัง และนับจากจุดเริ่มต้นนี้ตลาดโบราณบางพลีจึงกลับมามีชีวิตอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตลาดโบราณบางพลีจะได้รับการฟื้นฟูดังกล่าว แต่ด้วยกระแสการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการมีตลาดโบราณที่เป็นทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยว ในหลายพื้นที่ ซึ่งแต่ละแห่งต่างสร้างจุดขายที่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เป็นจำนวนมาก แต่สำหรับตลาดโบราณบางพลีนั้น กลับเผชิญกับความเสื่อมสภาพ ตามกาลเวลา อีกทั้ง คนรุ่นเก่าเมื่อยุคสร้างตลาดได้ให้ลูกหลานทำการค้าขายแทน ซึ่งลูกหลานบางรายยังคงสืบทอดการค้าเช่นเดียวกับบรรพบุรุษ แต่บางรายเลือกที่



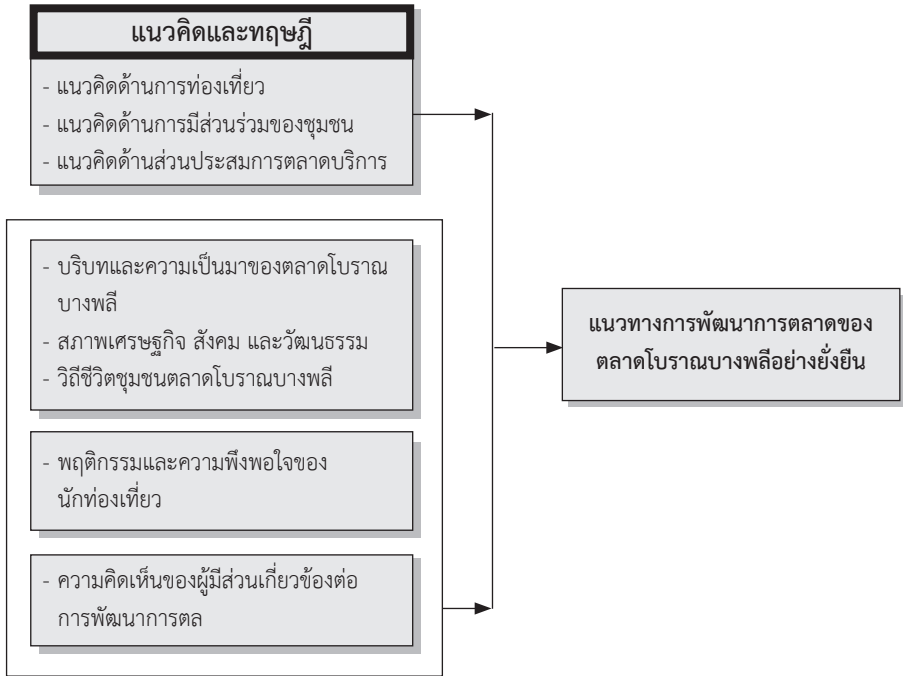
จะให้บุคคลภายนอกเข้าบ้านในตลาดเป็นที่ค้าขายแทน (ธนวัฒน์ กล้าพรหมราช, 2557 : 26-29) จากกาลเวลาที่ผ่านพ้นมายาวนานปัญหาต่างๆ ย่อมเกิดขึ้น โดยเฉพาะปัญหา ด้านการตลาด ซึ่งนับเป็นปัญหาหนึ่งที่เหมาะสมได้รับการแก้ไขและศึกษาหาแนวทางการพัฒนา เพื่อให้ตลาดยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาบริบทชุมชน ตลาดโบราณบางพลี พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลี ให้ดำรงอยู่กับชุมชนและสามารถยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการได้อย่างยั่งยืนสืบไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตลาดโบราณบางพลี ด้านความเป็นมาของตลาดโบราณบางพลี สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนตลาดโบราณบางพลี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดโบราณบางพลี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืนสำหรับตลาดโบราณบางพลี

### แนวคิดทฤษฎีและกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน แนวคิดตลาดน้ำ ตลาดบก การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและข้อมูลพื้นฐานต่างๆ นำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ประยุกต์กับแนวคิดทฤษฎีสวนประสมการตลาดบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) ร่วมกับแนวคิด SWOT Analysis ของ Albert S Humphrey เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของตลาดโบราณบางพลีเพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาดใน TOWS Matrix การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการตลาด เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลีต่อไป



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบสัดส่วนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในตลาดโบราณบางพลี ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมรับให้เกิดขึ้น ร้อยละ 5 และเนื่องจากไม่มีสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552 : 46)

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P) (z)^2}{e^2}$$

จากการแทนค่าในสูตรได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย และเพื่อต้องการให้มีความเชื่อมั่นสูงขึ้นจึงเพิ่มขนาดกลุ่มเป็น 400 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) สถิติที่ใช้ คือค่าร้อยละ



(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการตลาดแบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1. พ่อค้า แม่ค้า 2. นักท่องเที่ยว 3. คณะกรรมการชุมชน 4. ชุมชน 5. เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 6. ผู้ดูแลศูนย์วัฒนธรรม อำเภอบางพลี

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเกี่ยวกับบริบทชุมชนตลาดโบราณบางพลี พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดโบราณบางพลี รวมทั้งแนวทางการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลี ดังนี้

### 1. บริบทชุมชนตลาดโบราณบางพลี

ตลาดโบราณบางพลีเป็นตลาดเรือนไม้สองชั้นตั้งอยู่ริมคลองสำโรง ซึ่งเป็นคลองที่ขุดสมัยขอมเรืองอำนาจ สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2400 นับรวมถึงปัจจุบันจึงมีอายุเก่าแก่กว่า 150 ปี สันนิษฐานว่าเจ้าของตลาดเป็นพ่อค้าชาวจีน เดิมชื่อ “ตลาดศิริโสภณ” เป็นตลาดที่ยังคงรักษารูปทรงทางสถาปัตยกรรมแบบจีนปนไทย หลังคาทรงปั้นหย่าทำจากกระเบื้องงาว ประตูบานเฟี้ยม พื้นตลาดทำจากไม้สามารถเดินติดต่อกันได้ประมาณ 500 เมตร วิถีชีวิตชุมชนผูกพันกับสายน้ำ ในอดีตตลาดโบราณบางพลีเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มีความรุ่งเรือง เป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารจากภาคตะวันออก ชายฝั่งทะเลสู่กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันชุมชนตลาดโบราณบางพลีมีรายได้หลักจากการประกอบอาชีพค้าขาย ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน อาทิ เครื่องใช้ในการทำสวน เครื่องจักสาน เครื่องสังฆภัณฑ์ อาหารคาวหวานโบราณ เสื้อผ้าและการให้บริการต่างๆ อาทิ การตัดผม การดูดวงทำนายโชคชะตา การให้บริการล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองสำโรง การนวดแผนโบราณ นอกจากนี้ ยังรับราชการและประกอบอาชีพรับจ้าง ชุมชนตลาดโบราณบางพลีมีลักษณะครอบครัวแบบขยาย แต่มีแนวโน้มของการเป็นครอบครัวแบบเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น มีประธานชุมชนเป็นตัวแทนในการบริหารจัดการตลาด สำหรับด้านวัฒนธรรมประเพณีที่เก่าแก่ มีชื่อเสียงและมีแห่งเดียวในโลก คือประเพณีรับบัว มีองค์หลวงพ่อโตประดิษฐานอยู่ในพระอุโบสถวัดบางพลีใหญ่ใน และมีพระพุทธรูปปางไสยาสน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยประดิษฐานอยู่ในวัดบางพลีใหญ่กลาง ซึ่งทั้งสองวัดดังกล่าวตั้งอยู่ใกล้ตลาดโบราณบางพลี วิถีชีวิตชุมชน คือวิถีชีวิตชานา เนื่องจากมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ เป็นชีวิตที่สงบเรียบง่าย เป็นสังคม



แห่งความเอื้ออาทรเพราะมีกิจกรรมและการผลิตที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน แม้ว่าปัจจุบันวิถีชีวิตชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญของยุคสมัย แต่ยังคงมีภาพเก่าสะท้อนให้เห็นได้จากชุมชนตลาดโบราณบางพลี ปัจจุบันชุมชนยังดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมอาศัยอยู่ในบ้านไม้ที่เป็นทั้งบ้านและร้านค้าริมคลอง มีวัดอยู่ใกล้บ้าน มีวัฒนธรรมประเพณีแบบพื้นบ้านที่คนรุ่นหลังช่วยกันอนุรักษ์และเป็นชีวิตจริงที่ยังดำรงอยู่ (พัฒนาพงศ์ จงรักดี, 2557 : 4)

**2. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดโบราณบางพลี**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มักเดินทางมาวันเสาร์และวันอาทิตย์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนและสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัว และใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1-2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่ซื้ออาหารและเครื่องดื่ม ดังปรากฏรายละเอียดด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ของผู้บริโภคในการมาท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ในการมาท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี	จำนวน	ร้อยละ
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	329	82.25
ค่าซื้อของฝากและของที่ระลึก	197	49.25
ค่าพาหนะ	193	48.25
ค่าอาหารปลา	126	31.50
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงหรือแก๊ส	113	28.25
ค่าพยากรณ์ดวงชะตา	19	4.75
ขนาดแผนโบราณ	15	3.75
อื่นๆ	7	1.75

ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจระดับมากอันดับแรก คือด้านการจัดจำหน่าย และอันดับสุดท้าย คือด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือคุณภาพของสินค้าและของฝาก อันดับสุดท้ายคือบรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติ ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับ



ปานกลาง อันดับแรก คือราคามีความเหมาะสมกับขนาดและชนิดของสินค้า อันดับสุดท้าย คือการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือการเดินทางมีความสะดวก อันดับสุดท้าย คือห้องน้ำมีเพียงพอและถูกสุขลักษณะ ด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก คือมีการจัดงานตามเทศกาลต่างๆ อันดับสุดท้าย คือมีการให้ส่วนลดหรือของแถมกับลูกค้า ด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือมรรยาทและอัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น อันดับสุดท้าย คือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือสภาพแวดล้อมภายในตลาดสะอาด สวยงาม อันดับสุดท้าย คือระบบการระบายน้ำ การกำจัดน้ำเสีย ด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ อันดับสุดท้าย คือ มีศูนย์ประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำหรือให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ดังปรากฏในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดโบราณบางพลีโดยรวม และรายด้าน

(n = 400)

ความพึงพอใจ	X	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	3.52	0.643	มาก	2
ด้านราคา	3.39	0.730	ปานกลาง	6
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.53	0.726	มาก	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23	0.804	ปานกลาง	7
ด้านบุคลากร	3.43	0.759	มาก	5
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.44	0.798	มาก	4
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.45	0.759	มาก	3
รวม	3.43	0.643	มาก	

### จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของตลาดโบราณบางพลี

การเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของตลาดโบราณบางพลี ต่อจากนั้นได้นำผลการวิเคราะห์กำหนดเป็นกลยุทธ์การตลาดใน TOWS Matrix ดังนี้

ปัจจัยภายใน (Internal Factor)	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายนอก (External Factor)	S1 เป็นตลาดแห่งประวัติศาสตร์ รักษาและคงความเป็นสถาปัตยกรรมแบบโบราณไว้อย่างสมบูรณ์	W1 ทางเดินภายในตลาดคับแคบ ร้อนอบอ้าวไม่สะดวกต่อการเลือกซื้อ สินค้า
	S2 ราคาสินค้าและบริการเหมาะสม	W2 ความสะอาดของคลองสำโรง บริเวณตลาดยังไม่มากพอ
	S3 ตั้งอยู่ใกล้วัดบางพลีใหญ่ใน ซึ่งมีหลวงพ่อดำศักดิ์สิทธิ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	W3 ภาษาของรับชียะมีจำนวนน้อยและตำแหน่งการวางยังไม่เหมาะสม
	S4 กิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงน่าสนใจ อาทิ การล่องเรือเพื่อชมวิถีชีวิตริมคลองสำโรง	W4 สินค้าไม่มีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากตลาดโบราณอื่น อีกทั้งสินค้าพื้นเมืองหรือสินค้า OTOP ค่อนข้างน้อยไม่ดึงดูดใจ
	S5 พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีดี	W5 บรรจุก้นที่ไม่สะท้อนความเป็นตลาดโบราณเนื่องจากใช้วัสดุที่ทำจากธรรมชาติเพื่อการหีบห่อ
	S6 สถานที่ตั้งไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร การคมนาคมสะดวกและสามารถเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ง่าย	W6 ขาดการวางแผนระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีและยังไม่ได้มาตรฐาน อาทิ ด้านการป้องกันอัคคีภัย
	S7 มีคณะกรรมการชุมชนที่เข้มแข็งดูแลเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการตลาดเป็นอย่างดี	W7 การแจ้งราคาสินค้ายังไม่ชัดเจน
		W8 ป้ายประชาสัมพันธ์เส้นทาง การมาตลาดโบราณบางพลียังไม่ชัดเจน
		W9 สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์และรถส่วนใหญ่ร้อนอบอ้าวเนื่องจากไม่มีหลังคาบังแสงแดด
		W10 ห้องนิทรรศการและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ ขาดการดูแลอย่างต่อเนื่องและข้อมูลสำหรับบริการนักท่องเที่ยวน้อย อีกทั้งมีการอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าในห้องนิทรรศการ



		<p><b>W11</b> ร้านค้าบางร้านงดให้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ทำให้ตลาดขาดความน่าสนใจและไม่เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ</p> <p><b>W12</b> การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ การแสดงดนตรีไทย การละเล่นพื้นบ้าน การแสดงเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไม่โดดเด่นและดำเนินการไม่ต่อเนื่อง</p>
<p><b>โอกาส (O)</b></p> <p><b>O1</b> ชุมชนรอบตลาดโบราณบางพลีเป็นชุมชนที่ยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่มีความผูกพันกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p> <p><b>O2</b> กระแสสังคมนิยมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม</p> <p><b>O3</b> รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม</p> <p><b>O4</b> สื่อมวลชนทุกแขนงและสื่อออนไลน์ช่วยประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลีให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง</p> <p><b>O5</b> เส้นทางคมนาคมมายังตลาดโบราณบางพลีมีทั้งทางบกและทางน้ำทำให้สะดวกต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว</p> <p><b>O6</b> การจัดประเพณีรับบัวซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่และมีหนึ่งเดียวในโลกทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดโบราณบางพลีเป็นจำนวนมาก เนื่องจากพื้นที่ของตลาดอยู่ใกล้ กับการจัดประเพณีรับบัว</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประชาสัมพันธ์จุดขายของตลาดโบราณบางพลีที่มีความเก่าแก่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง (S1, O4)</li> <li>2. ประชาสัมพันธ์จุดขายด้านการจำหน่ายสินค้าที่อนุรักษ์ความโบราณ ราคาเหมาะสม และอภัยภัยไม้ตรีที่ตีของพ่อค้า แม่ค้า (S1, S5, O1, O2)</li> <li>3. จัดกิจกรรมวันเดียวเที่ยวครบ (One day trip) โดยเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลีกับและสถานที่สำคัญต่างๆ ของอำเภอบางพลี (S4, O2)</li> <li>4. เน้นการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี (S1, O3, O7)</li> <li>5. ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (S3, O1, O6)</li> </ol>	<p><b>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปรับปรุงทางเดินภายในตลาดให้กว้าง ชื่น จัดระเบียบการวางสินค้ารวมทั้งปรับปรุงระบบการระบายอากาศเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า (W1, O2)</li> <li>2. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์แก้ไขปัญหาด้านความสะอาดของตลาดโบราณบางพลีและคลองสำโรงอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง (W2, O2, O7)</li> <li>3. จัดประชุมและมอบนโยบายให้พ่อค้าแม่ค้าจำหน่ายสินค้าที่สะท้อนเอกลักษณ์ของตลาดโบราณปรับปรุงบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติและแจ้งราคาสินค้าให้ชัดเจน (W4, W5, O2, O4)</li> <li>4. เสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรณรงค์การประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลีอย่างจริงจังและต่อเนื่อง (W7, O1, O3, O4, O7)</li> </ol>

<p>O7 เทศบาลตำบลบางพลีดูแลรับผิดชอบและจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลีอย่างต่อเนื่อง</p>		<p>5. เสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการหามาตรการช่วยเหลือพ่อค้าแม่ค้าที่ประสบปัญหาจากเพลิงไหม้ตลาดโดยกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมในการจำหน่ายสินค้าอย่างถาวร (W10, O7)</p> <p>6. ประสานเพื่อขอรับการสนับสนุน ภาชนะรองรับขยะให้มากขึ้นและกำหนดตำแหน่งการวางให้เหมาะสม (W4, O7)</p>
<p><b>ข้อจำกัด (T)</b></p> <p>T1 จำนวนคู่แข่งมีมากเนื่องจากมีการฟื้นฟูและพัฒนาตลาดโบราณในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ</p> <p>T2 ห้างบิ๊กซีเปิดให้บริการใกล้ตลาดโบราณบางพลี ทำให้ยอดขายลดน้อยลง เนื่องจากลูกค้านิยมซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าสมัยใหม่แทน</p> <p>T3 การบริหารจัดการของภาครัฐด้านการป้องกันอุบัติเหตุต่างๆ เช่น ป้องกันอัคคีภัยยังไม่ได้มาตรฐาน</p> <p>T4 กระแสวัตถุนิยม การบริโภคที่เกินพอดีและวัฒนธรรมของคนเมืองทำให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนตลาดโบราณบางพลีเริ่มเปลี่ยนแปลงไป</p> <p>T5 ปัญหาด้านมลพิษต่างๆ ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในตลาดโบราณบางพลี</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</b></p> <p>1. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ตลาดโบราณบางพลีเป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวางและเน้นความโดดเด่น แตกต่างจากตลาดโบราณอื่น (S1, S3, T1, T2)</p> <p>2. ประสานขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวรวมทั้งคนในชุมชน (S7, T3)</p> <p>3. รณรงค์และสร้างจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดและการลดมลพิษไปยังพ่อค้า แม่ค้า ประชาชนในชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยว (S7, T5)</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</b></p> <p>1. ประสานขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุง ทางเดิน ความสะอาด ทั้งภายในและบริเวณโดยรอบตลาดรวมทั้งปรับปรุงระบบการระบายอากาศ (W1, W2, T1, T5)</p> <p>2. ประสานขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มที่จอดรถ ปรับปรุงระบบการจราจร บริเวณที่จอดรถให้สะดวกคล่องตัว และเพิ่มความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (W9, T2)</p> <p>3. เสนอไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงห้องนิทรรศการให้มีข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของตลาดโบราณบางพลีหรืออำเภอบางพลีให้น่าสนใจ (W10, W12, T1, T2)</p> <p>4. จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (W10, W12, T1, T2)</p>

จาก TOWS Matrix สามารถสรุปกลยุทธ์แต่ละประเด็นได้ดังนี้  
**กลยุทธ์เชิงรุก (SO)** กำหนดให้ผู้รับผิดชอบประชาสัมพันธ์จุดขายด้านการเป็นตลาดโบราณที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ในสื่อต่างๆ อย่างจริงจัง จัดโปรแกรมการ



ท่องเที่ยวลักษณะวันเดียวเที่ยวครบ (One day trip) และสร้างการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)** ปรับปรุงทางเดินภายในตลาดให้กว้างขึ้น จัดระเบียบการวางจำหน่ายสินค้า รวมทั้งปรับปรุงระบบการระบายอากาศ รมณรงค์แก้ไขปัญหาด้านความสะอาด การประสานขอความร่วมมือในการจัดหาภาชนะรองรับขยะเพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าที่สะท้อนเอกลักษณ์ของความโบราณ รณรงค์มาตรการช่วยเหลือพ่อค้า แม่ค้าที่ประสบเพลิงไหม้เพื่อให้มีแหล่งจำหน่ายสินค้าอย่างถาวร

**กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)** ประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยเน้นความแตกต่างจากตลาดโบราณอื่น ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งคนในชุมชน

**กลยุทธ์เชิงรับ (WT)** ประสานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงระบบการระบายอากาศ ระบบการจราจร เพิ่มที่จอดรถ ปรับปรุงห้องนิทรรศการให้น่าสนใจ จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

### ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาการตลาด

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่ายมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลี โดยสรุปเป็นประเด็นตามส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ควรเน้นความโบราณและควรนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ เน้นความสดใหม่ ควรสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเชิญชวนให้นำรับประทานและบรรจุภัณฑ์ควรทำจากวัสดุธรรมชาติ จัดให้มีบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรรื้อฟื้นการจำหน่ายสินค้าทางน้ำ ด้านราคาควรทำป้ายแจ้งราคาสินค้าและบริการต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจนเพื่อป้องกันการตัดสินใจ ด้านการ**จัดจำหน่าย** ควรดูแลรักษาความสะอาด ปลอดภัยบริเวณตลาดโบราณ จัดให้มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน ปรับทางเดินภายในตลาดให้กว้างขึ้น มาตรการในการป้องกันอัคคีภัย อนุรักษ์ความโบราณเพื่อสร้างจุดขาย ด้านการ**ส่งเสริมการตลาด** ควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มสีสันการมาท่องเที่ยว เช่น การแข่งขันร้องเพลง การแสดงดนตรีย้อนยุค การจัดงานมหัศจรรย์แห่งสายน้ำ การแข่งเรือ การตักบาตรพระทางเรือ และทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

**ด้านบุคลากร** เห็นว่าการพัฒนาการตลาดต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนและมีการประชุมชุมชนอย่างต่อเนื่อง ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ประสานความร่วมมือเพื่อรักษาลำคลองสำโรงให้สะอาด สวยงาม ด้าน**ลักษณะทาง**

**กายภาพ** ควรสรรหางบประมาณเพื่อบูรณะซ่อมแซมตลาด มีระบบการกำจัดและรีไซเคิลขยะ หามาตรการจัดการปัญหาน้ำเน่าเสีย มีระบบการกำจัดฝักตบขวา ยุ้ง และควรเพิ่มพื้นที่สีเขียวบริเวณโดยรอบตลาด ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดพื้นที่การจำหน่ายให้เป็นระเบียบ อีกทั้งพ่อค้า แม่ค้าควรให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความรวดเร็ว มีน้ำใจดีเสมือนเป็นเจ้าบ้านที่คอยดูแลนักท่องเที่ยว

### แนวทางการพัฒนาการตลาดของตลาดโบราณบางพลีอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาบริบทชุมชนตลาดโบราณบางพลี พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด การสังเกต การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืนของตลาดโบราณบางพลี ได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** ควรเน้นความโบราณ โดดเด่น สร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากตลาดโบราณอื่น ควรใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นมาทำเป็นอาหารคาว-หวานหรือของฝาก ควรสาธิตให้เห็นถึงกรรมวิธีการปรุงอาหารเพื่อแสดงถึงความสดใหม่หรือแสดงขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการในการซื้อ ควรสนับสนุนและให้ความรู้แก่ชุมชนในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP เน้นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดขายที่แตกต่าง อาทิ ใบตอง ใบบัว กระจับปี่และควรหลีกเลี่ยงการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก จัดให้มีการท่องเที่ยวชุมชนบริเวณใกล้เคียง เช่น การล่องเรือชมพื้นที่ทางการเกษตรสวนผัก ผลไม้ ดอกไม้ วัดที่อยู่บริเวณใกล้เคียง รวมทั้งศึกษาวิถีชีวิตชุมชนบางพลี เช่น การเลี้ยงและการทำปลาสด เนื่องจากเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีชื่อเสียงของอำเภอบางพลีมาช้านาน **ด้านราคา (Price)** ควรจัดประชุมพ่อค้า แม่ค้าเพื่อให้นโยบายการจำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรมและแสดงป้ายราคาสินค้าและบริการต่างๆ ให้ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ควรกำหนดมาตรการการตรวจสอบหรือสอดส่องดูแลร้านค้าต่างๆ เพื่อมิให้จำหน่ายสินค้าเกินราคาหรือเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค **ด้านการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place)** ควรดูแลรักษาความสะอาดและความปลอดภัยในพื้นที่ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน สถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย รื้อฟื้นการจำหน่ายสินค้าทางน้ำเพื่อเพิ่มสีสันการท่องเที่ยว ปรับปรุงทางเดินภายในตลาดให้กว้างขึ้น ติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการการแบ่งเขตพื้นที่การขายที่แยกออกจากพื้นที่ทางเดินอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จัดการระบบการระบายอากาศภายในตลาด เพื่อลดความร้อนอบอ้าวด้วยการติดตั้งพัดลมระบายอากาศ หรือพัดลมไอน้ำ จัดระเบียบ



การวางสินค้าให้สวยงามเป็นระเบียบ รวมทั้ง ควรทำป้ายบริเวณปากทางเข้าตลาด เพื่อแจ้งตำแหน่งร้านค้าต่างๆ ภายในตลาดซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผน การเลือกซื้อได้สะดวกมากขึ้น กำหนดมาตรการที่ชัดเจนเพื่อช่วยเหลือพ่อค้า แม่ค้า ที่ประสบอัคคีภัย เพื่อให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมและถาวรในการจำหน่ายสินค้า ปรับปรุง ทัศนียภาพและความสะอาดบริเวณริมคลองสำโรงและควรเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้มากขึ้น ควรปรับปรุงห้องนิทรรศการและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้น่าสนใจ อีกทั้งควรจัดทำ เอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านต่างๆ อาทิ ประวัติหลวงพ่อโต ประวัติคลองสำโรง ประวัติประเพณีรับบัว หรือจัดแสดงเครื่องมือประกอบอาชีพในอดีต ภาพตลาดโบราณ บางพลีเมื่อแรกสร้าง รวมทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของตลาดโบราณบางพลี

**ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ควรประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อ ทำให้ตลาดโบราณบางพลีเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เน้นจุดขายในการเป็นตลาดโบราณ ที่เก่าแก่และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววันเดียว เที่ยวครบ (One day trip) ทั้งทางบกและทางน้ำ ณ ตลาดโบราณบางพลีและสถานที่ สำคัญต่างๆ ของอำเภอบางพลีในลักษณะการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยง จัดกิจกรรมอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมไทยเพื่อสะท้อนการเป็นตลาดแห่งประวัติศาสตร์ อาทิ การละเล่น พื้นบ้าน การฟ้อนรำ หรือการแสดงดนตรีพื้นบ้าน และควรทำการประชาสัมพันธ์ใน สื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง จัดให้มีเสียงตามสายภายในตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ที่มีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว เช่น การพลัดหลงหรือทรัพย์สินสูญหาย ใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ตลาด หรือประชาสัมพันธ์บริเวณวัดบางพลีใหญ่ใน เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้ง ควรเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์เส้นทางมาร ตลาดโบราณบางพลีให้มากขึ้น อีกทั้งควรประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลีจากการ ได้รับรางวัลหมู่บ้านท่องเที่ยว “OTOP VILLAGE CHAMPION : OVC” ซึ่งเป็นรางวัล ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2548 ประเภท “ชุมชนพื้นถิ่น” โดยสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ควรประสานขอความร่วมมือจากพ่อค้า แม่ค้าเพื่อเพิ่มกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลด แลก แจก แถมแก่นักท่องเที่ยว ทำป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีแก่ตลาด อาทิ ป้ายห้ามจำหน่ายหรือรับประทานของมีนเมาภายในตลาด ควรแต่งตั้ง คณะกรรมการเพื่อพิจารณาการมอบรางวัลสำหรับร้านค้าดีเด่นเป็นประจำทุกเดือน เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่พ่อค้าแม่ค้า และเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว **ด้าน บุคลากร (People)** ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดโบราณบางพลี



อย่างจริงจัง ควรมีวางแผนร่วมกันระหว่างชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กำหนดมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่างๆ อาทิ การป้องกันอัคคีภัย การรักษาความสะอาดของคลองสำโรงและสิ่งแวดล้อมโดยรอบตลาด ประสานไปยังภาครัฐ เพื่อดูแลรับผิดชอบบทบาทด้านต่างๆ อาทิ การประชาสัมพันธ์ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ลานจอดรถ การจราจรบริเวณลานจอดรถ ห้องน้ำที่สะอาด ภาชนะรองรับขยะที่เพียงพอและกำหนดพื้นที่การวางภาชนะที่เหมาะสม เป็นต้น และควรออกมาตรการหรือกฎระเบียบต่างๆ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

**สำหรับด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** ควรพัฒนาลักษณะทางกายภาพในภาพรวม เพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อให้ทัศนียภาพของตลาดโบราณบางพลีสวยงาม สดใส น่าท่องเที่ยว ซ่อมแซมบูรณะสถานที่ต่างๆ จัดการปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหาการทิ้งขยะ ปัญหาขยะชุมชน การกำจัดผักตบชวา รณรงค์และสร้างจิตสำนึกด้านการรักษาความสะอาดและการลดมลพิษต่างๆ ไปยังพ่อค้า แม่ค้า ประชาชนในชุมชนและนักท่องเที่ยว จัดตกแต่งลักษณะทางกายภาพเพื่อสะท้อนความโบราณ อาทิ การนำเรือโบราณซึ่งที่เป็นพาหนะในอดีตของชุมชนมาจอดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หรือสัมผัสถึงบรรยากาศในอดีตที่มีการค้าขายทางน้ำ ดูแลรักษาและร่วมกันอนุรักษ์ให้ลักษณะทางกายภาพของตลาดโบราณบางพลีคงสภาพความโบราณอย่างยั่งยืน

**ด้านกระบวนการให้บริการ (Procedure)** จัดระเบียบพ่อค้า แม่ค้า หาบเร่ แผงลอยเพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เน้นการให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจ ควรจัดทัศนศึกษาหรือดูงานตลาดโบราณอื่นๆ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการด้านการตลาดของตลาดโบราณบางพลีต่อไป

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดโบราณบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** สินค้าที่จำหน่ายควรเป็นสินค้าที่เน้นความโบราณ โดดเด่น แตกต่าง และควรใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นมาทำเป็นอาหารหรือของฝาก เน้นความสดใหม่ แสดงกรรมวิธีการปรุงเพื่อกระตุ้นความต้องการในการรับประทาน และบรรจุภัณฑ์ควรทำจากวัสดุธรรมชาติ กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบวันเดียวเที่ยวครบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรา บุคสีทา (2553) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง การจัดการด้านการตลาดการ



ห้องเที่ยวชมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่าการจัดการด้านการตลาด ควรมีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแพ็คเกจตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขาย และสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

**ด้านราคา** กำหนดราคาอย่างเหมาะสมและแสดงป้ายราคาให้ชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภันทิลา วิษาโห่ง (2554) ซึ่งวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของฝาก ของที่ระลึกยังคงค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า นักท่องเที่ยวจึงต้องการราคาสินค้าที่เหมาะสมและแสดงป้ายราคาให้เห็นอย่างชัดเจน

**ด้านการจัดจำหน่ายหรือสถานที่** ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อบริการนักท่องเที่ยว สถานที่ที่เป็นระเบียบ สะอาด ปลอดภัย เพิ่มที่จอดรถ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตย์ สัมมาพันธ์ และคณะ (2550) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ ควรมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบทั้งด้านความสะดวกสบาย ความเป็นระเบียบของร้านค้า สถานที่จอดรถ รวมทั้งห้องสุขาที่สะอาดเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว และมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการ ลด แลก แจก แถม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ คณาคุณิยวงโป่งแก้ว และคณะ (2554) ซึ่งวิจัยเรื่อง ปัญหาทางการตลาดของตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่าตลาดโบราณบางพลีประสบปัญหาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งคู่แข่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ และสอดคล้องกับงานวิจัย มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ (2556) ซึ่งวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาถนนคนเดินตลาด 200 ปี ปราณบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการวิจัยพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเสนอของบประมาณเพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องและทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในชุมชนอย่างทั่วถึงเพื่อเพิ่มการรับรู้ของชุมชนและนักท่องเที่ยว

**ด้านบุคลากร** ควรจัดให้มีการประชุมชุมชนอย่างต่อเนื่อง และควรกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน พ่อค้า แม่ค้าควรให้บริการที่น่าประทับใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา บัวงาม และคณะ (2546) ซึ่งวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการพื้นที่ควรเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและชุมชนควรเป็นเจ้าของที่ดี และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2549) ซึ่งวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน : ศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่าแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวควรกำหนด บทบาทและหน้าที่ของทุกฝ่ายให้ชัดเจนและต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนในพื้นที่

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** ควรมีงบประมาณที่เหมาะสมในการพัฒนา ซ่อมแซม ตลาด การรีไซเคิลขยะ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้สะอาด สวยงาม การจัดการปัญหา น้ำเน่าเสีย ปัญหาผักตบชวา ปัญหาขยะชุมชน ปรับปรุงทางเดินภายในตลาดให้กว้างขึ้น และเห็นว่าควรเพิ่มพื้นที่สีเขียว รวมทั้งความสะอาดของลำคลอง ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พัชรินทร์ เสริมการดี (2556) ซึ่งวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดนและบ้านโดนปาหนัน ผลการวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวของ ชุมชนบ้านทุ่งมะปรางและบ้านโดนปาหนันเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มี ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องคำนึงถึง ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การนำธรรมชาติมาเป็นจุดขาย ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไปยังนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน

**ด้านกระบวนการให้บริการ** จัดระเบียบพ่อค้า แม่ค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวมี ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ให้บริการด้วยความรวดเร็วประทับใจ ควรจัดทัศนศึกษา ตลาดโบราณอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาตลาดโบราณบางพลี ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของ นิตย์ สัมมาพันธ์ และคณะ (2550) ซึ่งวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่าปัญหาต่างๆ ของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ ไม่ทำงานเป็นทีม อีกทั้ง ปัญหาด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบของร้านค้าที่ส่ง ผลต่อการให้บริการที่ล่าช้า

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรร่วมกันกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้กับตลาดโบราณบางพลีเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
2. สร้างเครือข่ายกับชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยให้ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างตลาดโบราณ บางพลีกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ



3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน หรือระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม รวมทั้งสนับสนุนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

4. พัฒนาระบบการบริหารจัดการและศึกษาผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

#### ข้อเสนอแนะสำหรับชุมชน

1. ชุมชนควรต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต และช่วยกันอนุรักษ์ความโบราณของตลาดโบราณบางพลีเพื่อให้เป็นจุดขายอย่างยั่งยืน

2. คณะกรรมการชุมชนควรทำงานอย่างเข้มแข็ง และการออกกฎ ระเบียบ ต่างๆ ควรเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน

3. ร่วมกันอนุรักษ์ตลาดโบราณบางพลีให้คงความโบราณและทรงคุณค่า ควรจัดอบรมหรือทัศนศึกษาดูงานตลาดโบราณอื่นๆ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์มาพัฒนาตลาด

4. ประชาสัมพันธ์ตลาดในหลากหลายสื่อ ปรับปรุงห้องนิทรรศการและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้น่าสนใจ อาทิ การจัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชนในอดีต ภาพถ่ายหรือเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดโบราณบางพลี

#### ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดโบราณบางพลี ใช้พื้นที่ศึกษาเฉพาะตลาดโบราณบางพลีเป็นสำคัญ จึงเป็นไปได้ว่าผลลัพธ์จากการศึกษาพื้นที่อื่นที่คล้ายกันหรือแตกต่างกันย่อมนำมาซึ่งแนวคิดหรือมุมมองของการพัฒนาการตลาดที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าการศึกษาค้นคว้าในบริบทหรือแง่มุมต่างๆ ยังมีความน่าสนใจที่สามารถนำไปสู่การศึกษาวิจัยอื่นๆ ต่อไปในอนาคต ดังนี้

1. ควรศึกษาตลาดโบราณแห่งอื่นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีข้อสรุปที่ครอบคลุมกว้างขวาง รอบด้านมากยิ่งขึ้น รวมทั้ง ควรศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการการตลาด

2. ควรศึกษาต่อไปว่าหากตลาดโบราณบางพลีได้รับการพัฒนาตามกลยุทธ์จากผลการศึกษาแล้ว จะมีความยั่งยืนเพียงใดและจำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุงอย่างไร

## เอกสารอ้างอิง

- คณาวุฒิ ยวงโป่งแก้ว และคณะ. (2554). *ปัญหาการตลาดของตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ*. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพฯ.
- ธนวัฒน์ กล้าพรหมราช. (2557). @SAMUTPRAKARN TRAVEL. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์ แอนด์ดี.
- นิตา บัวงาม และคณะ. (2546). *การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.
- นิตย์ สัมมาพันธ์ และ เอมอร ณรงค์. (2550). *แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม*. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พัชรินทร์ เสริมการดี. (2556). *การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อ.ควนโดนและบ้านโตนป่าหน้น. สุทธิปริทัศน์, 27(83), 97-112.*
- พัฒนพงศ์ จงรักดี. (2557). *เล่าเรื่องบางพลีวิถีมรดกไทย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ปีกไอเดีย คัม ทูไลฟ์.
- เพชร บุดสีทา. (2553). *การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร*. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, กำแพงเพชร.
- กันทิลา วิชาโห่ง. (2554). *แนวทางการพัฒนาการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่*. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. (2549). *แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม*. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.



ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ :  
โรงพิมพ์ธรรมสาร จำกัด. *SWOT Analysis*. (19 มกราคม 2559) สืบค้นจาก  
[http://application.creativeengland.co.uk/assets/public/re-  
source/85.pdf](http://application.creativeengland.co.uk/assets/public/resource/85.pdf).

*Retro Market ในกระแส Nostalgia Tourism*. (5 มิถุนายน 2558) สืบค้นจาก  
<https://issuu.com/etaljournal/docs/tat22556>