

238009

จุดประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาชุมชนตลาดริมน้ำอำเภอรัญบุรีของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 39.3 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท สมรสแล้วอยู่ด้วยกัน อาชีพหลัก ค้าขาย รายได้เฉลี่ยทั้งสิ้น 9489.08 บาทต่อเดือน เหตุผลที่อาศัยอยู่ในชุมชนปัจจุบัน อยู่ตั้งแต่รุ่นบิดามารดา และเห็นว่า ควรให้มีชุมชนตลาดริมน้ำปากคลอง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำให้ตลาดปากคลองกลับมาเป็นที่นิยมของชุมชนอีกครั้ง เห็นว่าควรทำการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ และควรจัดการส่งเสริมการขาย เมื่อศึกษาความคิดเห็นว่าหากมีชุมชนตลาดปากคลองแล้วจะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นตลาดริมน้ำเพื่อการท่องเที่ยวได้หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าได้ เกี่ยวกับวิธีการที่จะเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนตลาดริมน้ำ อำเภอรัญบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้ดีที่สุด คือ ทำประชาสัมพันธ์ตลาดริมน้ำ รักษาสภาพแวดล้อมของตลาดริมน้ำ ปลุกฝังเยาวชนให้ดูแลชุมชนให้ดำเนินการอย่างยั่งยืน สร้างกฎเกณฑ์ในการอยู่ร่วมกันในชุมชน ตั้งองค์กรเกี่ยวกับการดูแลตลาดริมน้ำในชุมชน สภาพแวดล้อมของตลาดริมน้ำและรักษาสภาพแวดล้อมของตลาดริมน้ำตามลำดับจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ยอมรับสมมุติฐานที่ว่าอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และการมีอาชีพเสริมมีผลต่อความคิดเห็นในการพัฒนาให้เป็นตลาดริมน้ำแตกต่างกัน

238009

This research aimed to study the community's need for developing the riverside market community at Thanyaburi District. The population consisted mostly of married males of about 39.3 years of age. The highest educational qualification of the group was a master's degree. Their main occupation was trading, with the average income of ฿ 9,489.08 a month. Their reason for living in the community was that they were handed down the houses from their ancestors. They also believed that public relations would help to revive "Pak Klong" riverside market. Most of them thought that "Pak Klong" riverside market could be developed to be a tourist attraction. The best ways of developing "Pak Klong" riverside market to be a sustainable tourist attraction were campaigning, preserving its environment, arousing the young's awareness, setting up rules, establishing a community organization. From the hypothesis, it was accepted that age, marital status, levels of education and side occupation led to different ideas of developing the riverside market.