

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยว
และเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดนครปฐม

COMMUNITY ENTERPRISE PROMOTION TO ESTABLISH WAT RAI KHING RIVERSIDE
MARKET FOR TOURISM AND SUSTAINABLE COMMUNITY
ECONOMY IN NAKHON PATHOM PROVINCE

อุบล วุฒิพรโสภณ¹ พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ² ณัชชา ณัฐโชติภคิน³ และปิยวรรณ หอมจันทร์⁴
Ubol Wuthipornsopon¹, Phrapalad Prapoj Yusamran², Natcha Natthahotphakhin³,
and Piyawan Homchan⁴

^{1,2,3,4}วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

^{1,2,3,4}Buddhapanya Srithavaravadi Sangka Collage, Mahachulalongkomrajavidyalaya University

Received: April 8, 2021 / Revised: September 1, 2021 / Accepted: September 3, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง 2) ศึกษากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง 3) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด กับกลุ่มพ่อค้า ประชาชน นักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 27 คน กับผู้นำชุมชน เทศบาล พระสงฆ์ คณะกรรมการวัดไร่ขิงจำนวน 9 รูป/คน วิสาหกิจชุมชนและร้านค้า จำนวน 11 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 7 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง ภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคิดเห็นว่า วัดไร่ขิงมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีบรรยากาศที่ดี และสถานที่สะอาด จึงควรจัดตั้งตลาดขึ้น 2) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง ภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคิดเห็นว่าวัดไร่ขิงเป็นวัดมีชื่อเสียง การคมนาคมสะดวก มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น 3) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน พบว่า ต้องคัดสรรสินค้ามีคุณภาพ มีคุณธรรมทางการค้า มีการต่อยอดการท่องเที่ยว อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการ นำเทคโนโลยีมาใช้ส่งเสริมการค้า และเน้นการประชาสัมพันธ์พร้อมระบบสาธารณูปโภค ข้อเสนอแนะคือ ควรมีการประสานงานที่ดี สร้างเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ และเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง กลยุทธ์การท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the promotion of community enterprises by establishing Wat Rai Khing Riverside Market; (2) to study strategies for management of Wat Rai Khing Riverside Market that affect the decision to visit Wat Rai Khing; and (3) to study the development of community enterprises by establishing Wat Rai Khing Riverside Market for tourism and sustainable community economy. This study was a mixed-method research. Research data were collected by distributing 400 questionnaires to the groups of merchants, general public and tourists, and by conducting in-depth interviews of 27 people consisting of 9 community leaders, municipality personnel, monks, Wat Rai Khing Committee members, 11 community enterprise members and retail shop keepers, and 7 tourists.

The research findings showed that (1) the overall opinion toward the promotion of community enterprises by establishing Wat Rai Khing Riverside Market was at the highly agreeable level; the key research informants had opinions that Wat Rai Khing had the facilities, good atmosphere, and clean place; therefore the riverside market should be established; (2) the overall opinion toward strategies for management of Wat Rai Khing Riverside Market that affect the decision to visit Wat Rai Khing was at the highly agreeable level; the key research informants had opinions that Wat Rai Khing was a famous temple, with convenient transportation that was linked with other tourist attractions; and (3) regarding the development of community enterprises for tourism and sustainable community economy, it was found that the Market should sell only the selected products with high quality; the commercial transaction should be virtuous and ethical, tourism should be topped up; the entrepreneurs should be trained to equip them with more knowledge; technology should be applied for commercial promotion; there should be more emphasis on public relations and public utilities; the recommendations were that there should be good coordination, the creation of riverside market identity, and the emphasis on continuous public relations.

Keywords: Wat Rai Khing Riverside Market, Tourism Strategy, Community Enterprise

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนอย่างมาก ประชาชนต้องตกงานและขาดรายได้ หลายองค์กรต้องปิดตัวลง เครื่องชี้หนึ่งที่สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบันคือ ตัวเลขผู้เสมือนว่างงานหรือผู้ที่ทำงานไม่ถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน ในไตรมาสสองมีจำนวนสูงถึง 5.4 ล้านคนเพิ่มขึ้นถึง 3.4 ล้านคนจากระยะเดียวกันปีก่อน ซึ่งการที่แรงงานกลุ่มนี้ยังมีงานทำแต่

มีชั่วโมงทำงานอยู่ในระดับต่ำสะท้อนความเปราะบางของตลาดแรงงานไทยที่แม้หลายธุรกิจพยายามปรับโครงสร้างธุรกิจไว้โดยไม่เลิกจ้าง แต่ใช้วิธีลดเวลาการทำงาน แรงงานกลุ่มนี้จึงอาจได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลงและในที่สุดกลุ่มคนที่เสมือนว่างงานก็จะเปลี่ยนสถานภาพไปเป็นผู้ว่างงาน (National Statistical Office of Thailand, 2021) ด้านการค้าขายกับต่างประเทศต้องหยุดชะงักลง สินค้าที่เคยส่งออกไป

จำหน่ายต่างประเทศต้องหยุดการผลิต ภาคแรงงาน ขาดรายได้มาจนเกือบครบถ้วน โดยผลกระทบด้านการส่งออก EXIM Bank ได้สะท้อนมูลค่าส่งออกในเดือนพฤษภาคม 2563 ที่หดตัวถึง 22.5% ต่ำสุดในรอบกว่า 10 ปี ผลักดันให้การส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2563 หดตัว 3.7% (EXIM Bank, 2021) และด้านผลกระทบด้านการท่องเที่ยวและการบิน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งแต่เดือนมกราคม-ตุลาคม 2563 รวมทั้งสิ้น 6,692,775 คน เทียบกับปี 2019 ที่มียอด 32,582,548 คน ลดลงไปถึง 79.46% เฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนลดลงไปถึง 86.64% (National Statistical Office of Thailand, 2021) ด้านท่องเที่ยวที่เคยมีชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมถึงประชาชนภายในประเทศไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีรายได้ลดลง ต้องมีการประหยัดเงินเพื่อการใช้จ่ายในอนาคต และพ่อค้าแม่ค้าไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ เศรษฐกิจทั้งมหภาค เศรษฐกิจชุมชนต้องล้มหรือปิดตัวลง ประชาชนต้องพึ่งพาตัวเองเป็นหนี้เพื่อความอยู่รอดต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วในการดำรงชีวิตอยู่ ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ การลงทุนหรือภาคการค้าต่างประเทศติดลบ รวมทั้งจากสงครามการค้าและภัยแล้ง มีตัวที่ช่วยพยุงสถานการณ์อยู่เพียงปัจจัยเดียวคือ การอุปโภคบริโภคและการลงทุนภาครัฐ

“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศคือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคมนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการ เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ

ประกอบด้วย 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย 2) ชีตความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และ 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ (National Statistical Office of Thailand, 2021)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีแนวทางสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากและชุมชนเข้มแข็ง มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโดยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและวิสาหกิจชุมชน และความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อการสร้างองค์ความรู้ รูปแบบการจัดการเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของวิสาหกิจในระยะยาว รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนฐานรากพร้อมทั้งประสานงานกับจังหวัดและท้องถิ่นเพื่อขยายผลจากชุมชนต้นแบบให้มีการนำไปใช้ในชุมชนอื่น ๆ อย่างกว้างขวางเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำโดยเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์จากการพัฒนา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ภาคเอกชน และภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นในกระบวนการพัฒนา รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสังคมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและรองรับการเติบโตของพื้นที่ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการประสานความร่วมมือที่เริ่มต้นจากการทำงานในพื้นที่เล็ก ๆ และขยายกระบวนการเป็นเครือข่ายที่กว้างออกไป

ภาครัฐจึงมีนโยบายที่เน้นกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับมหภาคและจุลภาคลงมาสู่ท้องถิ่นและฐานราก

ในชุมชน เน้นการเพิ่มรายได้แก่ธุรกิจการค้าการลงทุน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวตามท้องถิ่นต่าง ๆ เน้นแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ ทั้งสถานที่ทางธรรมชาติ วัดที่สวยงาม และวัดที่มีชื่อเสียงเป็นเคารพนับถือของประชาชน เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวและเป็นการส่งเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยตรง

จังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพ เดินทางง่ายสะดวกสบาย อำเภอสามพรานมีวัดไร่ขิงเป็นวัดที่มีชื่อเสียง มีพระประธานสำคัญที่ประชาชนให้ความเคารพนับถือมาก และเดินทางมากราบไหว้บูชาอย่างต่อเนื่องและยาวนานคือ หลวงพ่อวัดไร่ขิง มีลักษณะเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ซึ่งผู้คนต่างให้ความเคารพศรัทธาทำให้พุทธศาสนิกชนหลังไหลมานมัสการตลอดทั้งปี วัดไร่ขิงยังมีแนวทางการพัฒนาวัดอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทำให้เป็นวัดที่สวยงาม มีจุดที่น่าสนใจและสำคัญนอกจากองค์หลวงพ่อวัดไร่ขิงคือ มีปลาหน้าวัดจำนวนมากในแม่น้ำท่าจีนที่ติดอยู่ด้านหน้าวัดทำให้มีธรรมชาติที่สวยงาม บรรยากาศเย็นสบาย มีท่อน้ำที่กว้างใหญ่สะดวกแก่การพักผ่อน และมีการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก จัดสถานที่พักผ่อนหย่อนใจรวมถึงการคมนาคม โดยจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับความต้องการให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อได้สะดวก และมีการจัดการเรื่องบำบัดน้ำเสีย มีโรงเก็บขยะและกำจัดขยะไม่ให้กระจายลงแม่น้ำ มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด ปลูกต้นไม้ใหญ่รอบ ๆ วัด สร้างความร่มรื่นให้กับนักท่องเที่ยว จัดร้านอาหารและราคาเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกระดับ (Talchroen, 2019)

ภาครัฐต้องการที่จะช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับประชาชน โดยจัดทำโครงการช่วยเหลือประชาชนทั้งที่เป็นโครงการเร่งด่วนเฉพาะหน้าเพื่อบรรเทาปัญหาระยะกลางและระยะยาวเพื่อสร้างความยั่งยืนและมั่นคงทางเศรษฐกิจ โดยที่ผ่านมามาภาครัฐได้ใช้ภาคการคลังและระบบสถาบันการเงิน เพื่อช่วยเหลือด้านสภาพคล่องและลดภาระหนี้ให้ครัวเรือนและธุรกิจ

ด้วยการออกมาตรการขนาดใหญ่เพื่อแก้ปัญหาและเร่งเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบในระยะสั้น ส่วนธนาคารแห่งประเทศไทยปรับลดอัตราดอกเบี้ย จนอยู่ในระดับต่ำเป็นประวัติการณ์ บทบาทภาครัฐในการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย (Bank of Thailand, 2020) ภาครัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณผ่านการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมให้จัดหาสถานที่ในการจัดสร้างตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าการเกษตรและเป็นแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชน จึงขอความร่วมมือกับเทศบาลเมืองไร่ขิงในการประสานความร่วมมือกับวัดไร่ขิง เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบครบวงจรเป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพและการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ชุมชนในท้องถิ่นมีสถานที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้อีกด้วย

ดังนั้นจึงมีความสำคัญยิ่งในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จากความร่วมมือจากหน่วยงาน กลุ่มวิสาหกิจ องค์กร ชุมชน และประชาชน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานและเป็นประโยชน์ในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงสู่การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับชุมชนมากที่สุด ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและเป็นการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลองและชุมชนริมน้ำให้เกิดความยั่งยืนต่อกลุ่มวิสาหกิจ ประชาชน เศรษฐกิจชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

3. เพื่อศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

บททวนวรรณกรรม

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งตนเอง “ทุน” ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (Pongpis, 2004) วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีการใช้ปัจจัยการผลิตในชุมชนให้ออกดอกออกผลในทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างรายได้และอาชีพ (Pongpis, 2004) จากความต้องการที่จะส่งเสริมและสร้างความมั่นคงแก่ชุมชน โดยใช้คนและทรัพยากรในชุมชน จึงได้มีการส่งเสริมเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพร้อมกับจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าการเกษตรโดยการก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นเพื่อความยั่งยืนของชุมชน

การเกิดและการดำรงอยู่ของตลาดน้ำจะมีความเกี่ยวเนื่องกับเงื่อนไขด้านระบบนิเวศและทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นด้วยระบบนิเวศน์ภาคกลางที่เต็มไปด้วยที่ราบลุ่มและแม่น้ำลำคลอง ผู้คนที่อยู่ในภาคกลางจึงมีวัฒนธรรมการตั้งบ้านเรือนและการทำมาหากินโดยอาศัยน้ำเป็นหลัก จะเห็นได้จากในภาคกลางจึงมักตั้งชื่อเรียกหน่วยทางสังคมหรือท้องถิ่นของตน โดยขึ้นต้นด้วยคำว่า “บาง” ซึ่งเป็นการสื่อถึงลักษณะของการตั้งถิ่นฐานของท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ตามริมแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ (Praynoi, 1989) ซึ่งสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบนฐานทุนทางสังคมที่มีอยู่เป็นการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิตด้วยกิจกรรมที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว การผลิต และจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของภาครัฐที่วางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชนหรือ

สนับสนุนท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว (Eisichaikul, 2009)

จากความต้องการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยมีผู้ประกอบการร้านค้ามาพบกับผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวโดยตรง พร้อมกับมีหน่วยงานและงบประมาณสนับสนุน ทำให้มีความพร้อมที่จะจัดตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าการเกษตรควบคู่กันและเพื่อความยั่งยืนต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวร่วมด้วยเพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการค้าและการตลาดที่ดี กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม แผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นกระบวนการนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน มิฉะนั้นแล้วการจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทาง และประสบความสำเร็จ (Suwan, 2006)

การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนในปัจจุบันโดยการบูรณาการศักยภาพด้านต่าง ๆ ของคนรุ่นใหม่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ (Phra Tampidok [P. O. Payutto], 1996) การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดีเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างผู้เกี่ยวข้องหรือมีส่วนร่วมได้ส่วนเสีย (Pongsabutr, 2003) จากการส่งเสริมการค้าแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่เป็นการสร้างความยั่งยืน ความมั่นคงด้านเศรษฐกิจพื้นฐานให้กับชุมชน และสามารถสืบสานส่งต่อให้คนในชุมชนรุ่นหลังได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีหลักการและลักษณะสำคัญเป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสนองความ

ต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็นองค์รวม โดยมองว่าการจะทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งอื่น ๆ ดังนั้นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จึงยึดหลักความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในทางสร้างสรรค์ หากพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจและการใช้เทคโนโลยีควบคุมและรุกรานธรรมชาติมากเกินไป สังคมมนุษย์ก็อาจถึงกาลอวสานรวดเร็วขึ้น หรือหากยึดถือการพัฒนาตามแนวทางความยั่งยืนที่ตระหนักว่า สรรพสิ่งเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อกันอย่างซับซ้อนและหลากหลาย สังคมโลกก็จะดำเนินไปด้วยกันระหว่างสรรพสิ่งและตัวมนุษย์ได้อย่างยั่งยืนยาวนาน เป็นต้น (Phra Sutee Rattanabundit [Suthit Apakro], 2018) จากแนวคิดการพัฒนาที่ใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยรวมตัวเป็นกลุ่มวิสาหกิจมีบุคลากร มีวัตถุประสงค์ และทรัพยากรภายในชุมชน มีสถานที่ที่เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาให้คงอยู่ ผสานกับความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐก็จะทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย

การศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ตามลักษณะการศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ วิธีการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม (Survey Research) กับนักท่องเที่ยว และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารเทศบาล ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ตัวแทนคณะกรรมการวัดไร่ขิง และนักท่องเที่ยว

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

(Questionnaires) เก็บข้อมูลจากประชาชน พ่อค้าแม่ค้า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มาวัดไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 923,200 คน (Wat Raiking Royal Temple, 2019) คำนวนจากสูตรของยามาเน (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาหาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยคัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ประกอบการร้านค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 11 คน ผู้บริหารหน่วยงานของรัฐ คณะสงฆ์และกรรมการวัดไร่ขิง ผู้นำชุมชน 9 รูป/คน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดไร่ขิง 7 คน (นักท่องเที่ยวไม่อนุญาตให้สัมภาษณ์เนื่องจากสถานการณ์โควิด) ข้อมูลนักท่องเที่ยวเป็นข้อมูลอ้อมตัว โดยมีคำตอบที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งหมด รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 27 รูป/คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลที่สอดคล้องกัน มีความสมบูรณ์ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาความสอดคล้องเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง โดยนำเสนอเป็นความเรียง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เศรษฐกิจและสังคม	4.13	0.375	มาก
2. การบริหารจัดการที่ดี	4.07	0.332	มาก
3. ความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดน้ำ	4.00	0.513	มาก
รวม	4.07	0.408	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.408) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เศรษฐกิจและสังคม การบริหารจัดการที่ดี ความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดน้ำมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.375, $\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.332, $\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.513 ตามลำดับ)

จากผลการตอบแบบสอบถามของประชาชนและนักท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.24	0.488	มาก
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.08	0.333	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.99	0.375	มาก
ด้านกิจกรรม	4.22	0.471	มาก
รวม	4.13	0.417	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.417) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. =

0.488, $\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.471, $\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.333, $\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.375 ตามลำดับ)

จากผลการตอบแบบสอบถามของประชาชนและนักท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความคิดเห็นด้าน กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาด ริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว วัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

ปัญหาและอุปสรรคการจัดตั้งตลาดน้ำวัดไร่ขิง คือ 1) การประสานงานหลายหน่วยงานในการจัดตั้งตลาดทำได้ยาก ควรต้องมีศูนย์กลางที่รับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานในการจัดตั้งตลาดจะทำให้ดำเนินงานได้สะดวกและดียิ่งขึ้น เพราะต้องมีการติดตามประสานงานมีค่าใช้จ่ายหรืองบประมาณในการดำเนินงาน 2) ด้านการจัดหาผู้ประกอบการร้านค้าต้องกระทำอย่างโปร่งใสมีระบบระเบียบชัดเจนและยุติธรรมเพราะจะมีผู้ประกอบการต้องการที่จะเข้ามาจำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมากทั้งจากชาวสวนโดยตรงและพ่อค้าคนกลางจึงต้องมีการดำเนินการอย่างไม่เล่นพรรคเล่นพวก มิเช่นนั้นก็จะก่อให้เกิดปัญหาตามมา ถ้ากรณีนี้ที่ผู้ประกอบการดำเนินการกันเองก็จะเกิดความขัดแย้งกันในพื้นที่หรือเกิดการหาผลประโยชน์ขึ้นได้ 3) การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงต้องใช้งบประมาณจากภาครัฐจำนวนมาก ต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบสนับสนุน ประสานงานการจัดตั้งตลาด โดยผู้ที่รับผิดชอบงบประมาณต้องดำเนินงานให้ชัดเจน โปร่งใส เพื่อง่ายต่อการตรวจสอบและติดตาม และ 4) เมื่อจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงเรียบร้อยแล้วนั้น ต้องมีการดำเนินงานประสานกับวัดไร่ขิงอย่างใกล้ชิด เพราะเป็นจุดที่ตั้งของตลาด โดยวัดไร่ขิงจะมอบหมายให้ฝ่ายใดรับผิดชอบดูแล ต้องมีการระบุอย่างชัดเจนโดยเฉพาะเทศบาลเมืองไร่ขิงซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐและเป็นผู้รับผิดชอบพื้นที่ตำบลไร่ขิงต้องจัดตั้งผู้รับผิดชอบดูแลประสานงาน การบริหารจัดการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงอย่างต่อเนื่องและจริงจังเพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ 1) ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้นมารับผิดชอบโดยเป็นตัวแทนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ติดตามการจัดตั้งตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม เช่น การคัดเลือกผู้ประกอบการ คัดเลือกประเภทสินค้า จัดเขตประเภทสินค้า เป็นต้น รวมถึงการจัดหาผู้ประกอบการมาขายสินค้า โดยต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชน ประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลัก 2) ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับตลาดน้ำให้มากในทุกช่องทาง โดยเฉพาะการประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3) ควรมีการพัฒนาให้ความรู้ อบรมผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องแนะนำสร้างกลยุทธ์ทางการค้า และให้เน้นที่ความสะดวก คุณภาพสินค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า และความ เป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด และ 4) ควรประสานกับกลุ่มมวลชน องค์กรในพื้นที่เพื่อมาร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาดริมน้ำไร่ขิง เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ทั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อเป็นเวทีการ แสดงกิจกรรมของกลุ่มต่าง ๆ และเพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าได้ด้วย

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาด ริมน้ำวัดไร่ขิง การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลสำคัญในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง ทุกท่านมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันคือ 1) ต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้น เพื่อเป็นสถานที่ถาวรในการจำหน่ายสินค้าการเกษตรจากชาวสวนหรือกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่ โดยเกษตรกรชาวสวนจะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร และสินค้าพื้นบ้านโดยตรง และควรให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีสิทธิในการจำหน่ายสินค้าที่ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงนี้ก่อนผู้ประกอบการที่มาจากนอกพื้นที่ 2) ควรมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่ายรวมถึงสินค้าโอท็อป ต้องมีคุณภาพที่ดี ราคาที่เหมาะสม มีสถานที่สะอาด สะดวกสบาย มีการตั้งคณะกรรมการประจำตลาดน้ำ มีการกำหนด

กฎระเบียบของตลาดที่ชัดเจน และ 3) ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามารับผิดชอบดูแลตลาดโดยตรง และควรมีการประสานงานให้มีการจัดกิจกรรมที่ตลาดร่วมกับกลุ่มมวลชนในพื้นที่ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสตรี จะได้มีเวทีในการแสดงออกในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง การสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารและผู้นำชุมชน

ผู้บริหารและผู้นำชุมชนในท้องถิ่นทุกท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า วัดไร่ขิงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ควรให้มีการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้น เพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชนเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรและชาวสวนได้เป็นอย่างดี โดยวัดไร่ขิงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมไหว้พระจำนวนมาก เหมาะแก่การท่องเที่ยว ถ้ามีการจัดตั้งตลาดริมน้ำขึ้นมาจะยิ่งเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การค้าขายก็จะดีขึ้น รายได้ทั้งคนและวัดจะตามมา และต้องส่งเสริมให้ชาวสวนหรือเกษตรกรในพื้นที่นำสินค้าเกษตรและสินค้าพื้นบ้านมาจำหน่ายเองโดยตรง ควรเน้นเป็นเกษตรกรหรือกลุ่มโอท็อปในพื้นที่เป็นกลุ่มแรกที่มาจำหน่ายสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี และมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดำเนินการจัดระเบียบในตลาด เพิ่มการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมการขายจะดียิ่งขึ้น มีหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเข้ามาบริหารจัดการดูแลตลาด ด้านความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการจราจร เป็นต้น

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง การสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดไร่ขิงมาจากหลากหลายสถานที่หลายจังหวัด แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด ทำให้นักท่องเที่ยวมีปริมาณไม่มากเท่าที่ควร แต่จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทุกท่านให้ข้อมูลมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าควรให้มีการเปิดตลาดริมน้ำขึ้น ต้องมีการจำหน่ายสินค้าโอท็อป

จำหน่ายอาหารการกิน สินค้าเกษตร สินค้าพื้นบ้าน มีความหลากหลายของสินค้า และสถานที่ที่มีความสะอาด ราคาไม่แพง สามารถเลือกซื้ออย่างสบายใจ หรือเน้นสินค้าที่เป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวกลับมาที่บ้าน ควรมีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวร่วมด้วย

ส่วนที่ 3 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงให้มีความยั่งยืนดังนี้ 1) ควรเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องมีคุณภาพดี ราคาไม่แพง มาจากสวนโดยตรง และมีการต่อยอดด้านการท่องเที่ยวโดยการพานักท่องเที่ยวเข้าชมสวน 2) ผู้ประกอบการต้องเข้ารับการอบรมรับความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเป็นระยะ ๆ เช่น ด้านการพัฒนา ทึบห่อ การใช้วัสดุธรรมชาติ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ทางการค้า เน้นการพูดจาไพเราะ น่าฟัง มีการแต่งกายที่เป็นพื้นบ้านชาวไร่ขิง สวยงามคล้าย ๆ กัน ทำให้เกิดความสวยงามในตลาด 3) ควรมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าคือ มีคุณธรรมทางการค้าการขาย รวมถึงมีการจัดมาตรฐานทางการค้า เช่น เครื่องชั่ง ตวง วัด 4) ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาดน้ำเพื่อการมีส่วนร่วมและการพบปะพูดคุยกันเองป้องกันความขัดแย้งในการจำหน่ายสินค้า และประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการเพิ่มการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และ 5) ควรจัดหาสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอพร้อมทั้งน้ำ ไฟ ห้องน้ำต้องสะอาดและเพียงพอ รวมถึงระบบการจัดเก็บขยะมูลฝอย มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย และมีอย่างพอเพียง และมีการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง

อภิปรายผล

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เพราะผู้ประกอบการต้องการมีสถานที่จำหน่ายสินค้าที่มั่นคงเป็นการถาวร สามารถ

สร้างรายได้มากขึ้น เป็นการสร้างความมั่นคงให้ตนเอง และสามารถต่อยอดสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น มีการจ้างงานมีการใช้บริการด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวต้องการมีแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้ การคมนาคมสะดวกและมีความหลากหลายในที่เดียว โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านการบริหารจัดการที่ดี และด้านความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดริมน้ำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Budbamrung (2009) ได้วิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการตลาดน้ำที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนในพื้นที่ที่เกิดการท่องเที่ยว: การประยุกต์ใช้บทเรียนเพื่อส่งเสริมความสำเร็จของตลาดน้ำสาขลา” ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการจัดการตลาดน้ำที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด ได้แก่ ตลาดน้ำที่มีบรรยากาศดี สถานที่สะอาด มีสินค้าหลากหลาย กิจกรรมหลากหลาย สินค้าอร่อยและสะอาด และอัยาศัยพ่อค้า แม่ค้า รองลงมาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สุขาสะอาดเพียงพอ ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ มีป้ายบอกทาง และสินค้าราคาถูก บทเรียนนวัตกรรมการจัดการตลาดน้ำที่เหมาะสม และเป็นจุดเด่นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) การมีประชาคม โดยให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการ แสดงความคิดเห็น รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาดูแลช่วยเหลือให้คำแนะนำ 2) ประชาชน พ่อค้าแม่ค้าคนในท้องถิ่น ต้องมีอัยาศัยไมตรีดี มีความเป็นมิตร 3) สร้างจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่น รักและดูแลความเป็นธรรมชาติและความเป็นเอกลักษณ์ ให้คงอยู่บรรยากาศดี รักษาความดั้งเดิมของท้องถิ่น 4) มีการประชาสัมพันธ์ครบวงจรผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต และปากต่อปาก 5) มีสินค้าหลากหลายโดยเฉพาะสินค้าของท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์รวมทั้งถูกหลักอนามัย ราคายุติธรรม และอาหารอร่อย 6) มีกิจกรรมหลากหลาย สามารถตอบสนองได้ทุกเพศทุกวัย 7) มีป้ายบอกทางชัดเจนและเดินทางสะดวก 8) มีที่จอดรถเพียงพอ ห้องสุขาเพียงพอ และการจัดการขยะที่ดี 9) ส่งเสริม

ให้มีความร่วมมือกับชุมชน แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน นำทัวร์มาเที่ยว 10) มีโฮมสเตย์แบบธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวสามารถพักได้ และ 11) การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ได้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวันหยุดช่วงดังกล่าว ส่วนใหญ่พักบริเวณปริมณฑลและกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่จิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อาจสืบเนื่องจากการจัดตั้งตลาดต้องมีปัจจัยที่พร้อมในหลายด้านทั้งด้านงบประมาณ การบริหารจัดการ การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจ เหล่านี้ต้องทำให้เกิดขึ้นที่ตลาดแห่งนี้ เพราะจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวได้ตลอดปี มาได้หลายครั้ง และมีการใช้จ่ายในตลาดเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Naipinit et al. (2013) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมามากที่สุดคือ เดินทางมาวัดเพื่อการตักบาตรถวายทาน เวียนเทียนในวันสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา ส่วนมากเดินทางมาวัดโดยรถยนต์ส่วนตัว ศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ มีดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบด้านที่พัก 4) องค์ประกอบด้านความปลอดภัย 5) องค์ประกอบด้านกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว กิจกรรมสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา จะมีมากในช่วงเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา 6) องค์ประกอบด้านรายการนำเที่ยว และ 7) องค์ประกอบทางด้านสังคม อย่างไรก็ตามจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบการจัดการระบบการเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวให้เป็นโปรแกรม รวมถึงการจัดการผลประโยชน์ให้ลงไปถึงชุมชนเพิ่มขึ้นด้วย

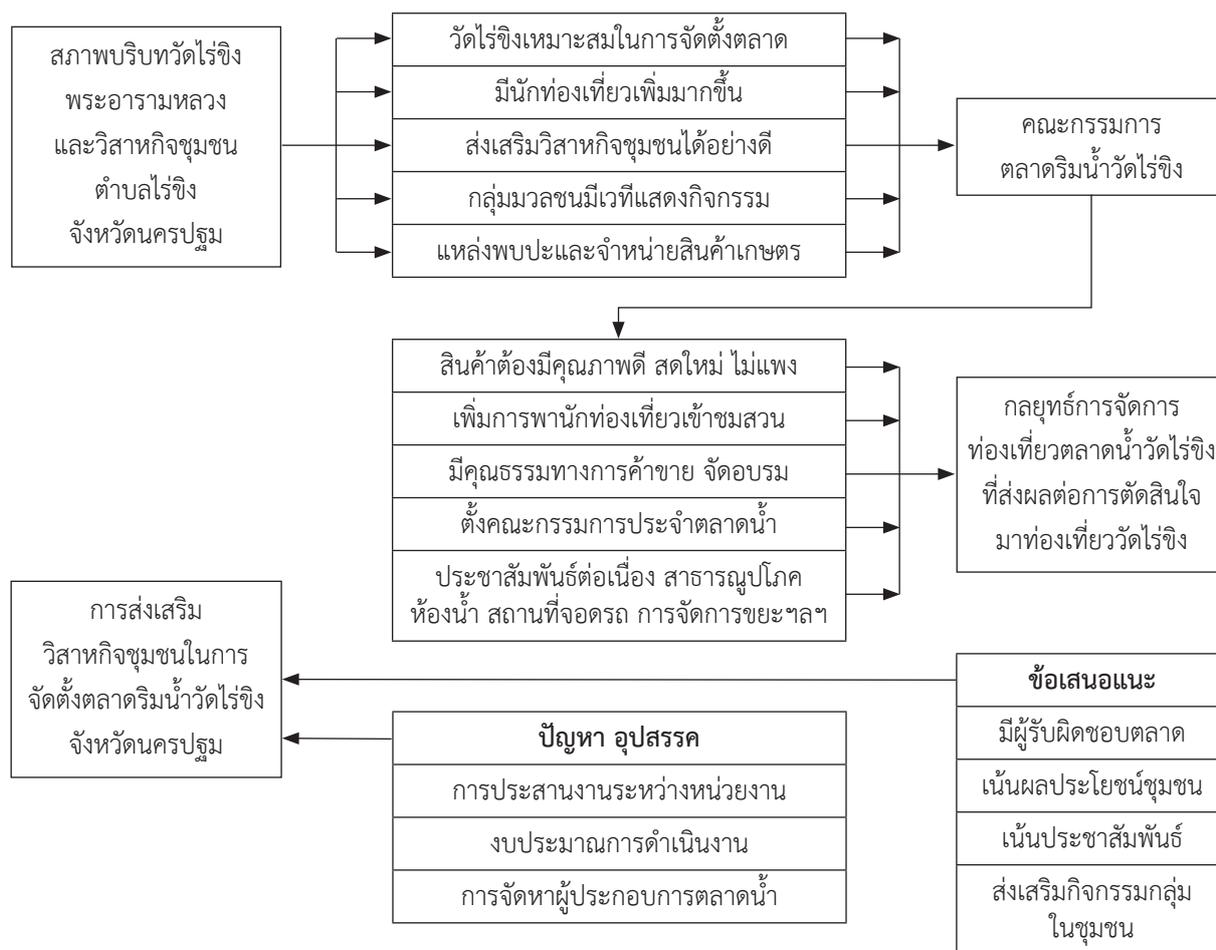
การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน เน้นเรื่องคุณภาพของสินค้ามีการต่อยอดด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการต้องเข้ารับการอบรมรับความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ การใช้วัสดุธรรมชาติ และ การใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ทางการค้า รวมถึงมีการจัดมาตรฐานทางการค้า มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาดน้ำ มีสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบายและมืออย่างพอเพียง มีการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง การมีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบโดยตรงในการประสานงานและดำเนินการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Grinhmervai (2015) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนลำปางหลวงมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนลำปางหลวง ตำบลลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จำแนกได้ 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจพบว่า ประชาชนในชุมชนต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความน่าสนใจและใช้อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงมีการจัดการด้านพื้นที่รองรับด้านประโยชน์การใช้สอยของพื้นที่และบริเวณโดยรอบของชุมชนอย่างเป็นระบบ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนมีส่วนร่วมในการให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์และให้คำแนะนำข้อมูลต่าง ๆ แก่ นักท่องเที่ยว และ 4) ด้านการบริการเสริมและการมี

ส่วนร่วมของประชาชน เน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว มีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งองค์การการท่องเที่ยวขึ้นในชุมชนและเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเบื้องต้น ทำให้ได้รับความรู้จากการวิจัยนำมาสรุปเป็นองค์ความรู้คือ การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จะเป็นการส่งเสริมเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรชาวสวนในพื้นที่และเขตใกล้เคียงเป็นการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนโดยตรง รวมถึงประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น รถรับจ้าง การขนส่ง การเพิ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาทำบุญที่วัดไร่ขิง ฯลฯ ผู้ประกอบการที่จะมาจำหน่ายสินค้าควรเป็นบุคคลในพื้นที่ก่อน ต้องเน้นคุณภาพสินค้า ประเภทสินค้า ความสะอาดของตลาด สาธารณูปโภคเพียงพอรวมถึงสถานที่จอดรถ ความเป็นระเบียบภายในตลาด มีการวางระเบียบปฏิบัติของตลาดชัดเจน มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาด โดยมีตัวแทนจากหลายหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วม และต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงประสานงาน ทั้งก่อนและหลังจากจัดตั้งตลาด เปิดโอกาสให้กลุ่มชุมชนในพื้นที่ได้มีเวทีการแสดงกิจกรรมของกลุ่ม

เมื่อจัดตั้งตลาดแล้วควรมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องหรือขยายออกสู่กิจกรรมอื่นหรือพื้นที่ข้างเคียง เช่น การพานักท่องเที่ยวเข้าชมสวนผลไม้ การบริการท่องเที่ยวทางน้ำ เส้นทางปั่นจักรยาน เป็นต้น ต้องมีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง จริงจัง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้เกี่ยวกับตลาด มีการคัดสรรสินค้าที่จะมาจำหน่ายอย่างเป็นระบบ ควรเน้นผลประโยชน์ของประชาชนและกลุ่มวิสาหกิจเป็นอันดับแรก



ภาพที่ 1 องค์กรความรู้จากการวิจัย

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่องการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดนครปฐม สรุปผลได้ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสียมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้น เพื่อเป็นสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าการเกษตรจากชาวสวนหรือกลุ่มวิสาหกิจและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพราะวัดไร่ขิงเป็นพื้นที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ถ้ามีการจัดตั้งตลาดริมน้ำขึ้นมาจะยิ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยจะทำให้ประชาชนและวัดไร่ขิง

จะมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเน้นให้เกษตรกรชาวสวนเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าพื้นบ้านรวมถึงกลุ่มโอท็อปในพื้นที่ เน้นสินค้าที่เป็นของฝากและมีเอกลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี และต้องมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยต้องมีคุณภาพที่ดี ราคาที่เหมาะสม มีสถานที่สะอาด สะดวกสบาย มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการจรรยาบรรณดี และควรมีการประสานงานให้มีการจัดกิจกรรมที่ตลาดร่วมกับกลุ่มมวลชนในพื้นที่

ปัญหาและอุปสรรคการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงคือ การประสานงานหลายหน่วยงานในการ

จัดตั้งตลาดกระทำได้อย่างโปร่งใสมีระบบระเบียบชัดเจน และยุติธรรมเพราะจะมีผู้ประกอบการต้องการที่จะเข้ามาจำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมากทั้งจากชาวสวนโดยตรงและพ่อค้าคนกลาง จึงต้องมีการดำเนินการอย่างไม่เล่นพรรคเล่นพวก การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง ต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยผู้ที่จะรับผิดชอบต่อปริมาณต้องดำเนินงานให้ชัดเจน โปร่งใส เพื่ออำนวยความสะดวกและติดตาม และต้องมีการดำเนินงานประสานกับวัดไร่ขิงอย่างใกล้ชิด ต้องจัดตั้งผู้รับผิดชอบดูแลประสานงาน การบริหารจัดการตลาดน้ำไร่ขิงอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่

ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้นมารับผิดชอบโดยเป็นตัวแทนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่ติดตามการจัดตั้งตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม รวมถึงการจัดหาผู้ประกอบการมาขายสินค้าต้องกระทำด้วยความโปร่งใส ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชน ประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลัก มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำให้มากในทุกช่องทาง โดยเฉพาะการประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีการพัฒนาให้ความรู้อบรมผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง แนะนำสร้างกลยุทธ์ทางการค้า และให้เน้นที่ความสะอาด คุณภาพสินค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด ควรประสานกับกลุ่มมวลชน องค์กรในพื้นที่เพื่อมาร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาดริมน้ำ ทั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อเป็นเวทีการแสดงกิจกรรมของกลุ่มต่าง ๆ และเพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าได้ด้วย

โดยแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงให้มีความยั่งยืน โดยต้องเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้า

ที่มีคุณภาพดี ราคาไม่แพง มาจากสวนโดยตรง มีการต่อยอดด้านการท่องเที่ยวโดยการพานักท่องเที่ยวเข้าชมสวน ต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการจากผู้เชี่ยวชาญ การพัฒนาหีบห่อ การใช้วัสดุธรรมชาติและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า เน้นการพูดจาไพเราะ น่าฟัง มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านสวยงาม และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าคือ มีคุณธรรมทางการค้า รวมถึงมีการจัดมาตรฐานทางการค้า เช่น เครื่องชั่ง ตวง วัด มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาดริมน้ำเพื่อการมีส่วนร่วมและการพบปะพูดคุย ป้องกันความขัดแย้งของผู้ประกอบการและทำหน้าที่ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงควรจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงมารับผิดชอบโดยเป็นตัวแทนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่ติดตามการจัดตั้งตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชน ประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลัก
2. การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยเฉพาะการประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. การพัฒนาให้ความรู้มีการอบรมผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง แนะนำสร้างกลยุทธ์ทางการค้า และให้เน้นสถานที่ที่มีความสะอาด คุณภาพสินค้าที่ดี การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด ควรประสานกับกลุ่มมวลชน องค์กรในพื้นที่เพื่อมาร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง

References

- Bank of Thailand. (2020). *World economy, Thai economy after COVID-19: Global revolutionary disease overhaul to the future, a new way of life (BOT Phra Siam Magazine Issue 3, May-June, 2020)*. https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_CoverStory.aspx
- Budbamrung, C. (2009). *Floating market management innovation affected the quality of life sustainably in tourism-prone areas: Application of lessons to promote the success of the Salaya floating market*. Suansunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Eisichaikul, R. (2009). *Specialized tourism management*. Sukhothai Thammathirat University. [in Thai]
- EXIM Bank. (2021). *A total of 5 impacts of COVID-19 in 2020*. <https://www.news.trueid.net/detail/VGJ91QAKKvqN>
- Grinhmervai, K. (2015). *Lampang Luang community tourism management guidelines Kohka District Lampang Province*. Lampang Intertech College. [in Thai]
- Naipinit, A., Maneenetr, T., Promsaka Na Sakolnakorn, T., & Kroeksakul, P. (2013). A study of the potential of religious tourism of temples in Roi Kaen Sarasin Group Province. *Panyapiwat Journal*, 5(1), 31-40. [in Thai]
- National Statistical Office of Thailand. (2021). *National strategy 2018-2037, Office of the Secretary of the National Strategy Board Office of the National Economic and Social Development Board*. http://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2020). *Summary of operating results according to the risk management plan 2020*. Office of the National Economic and Social Development Board. [in Thai]
- Phra Sutee Rattanabundit (Suthit Apakro). (2018). *Research project education research: Component model and the process of creating a research network for sustainable development*. Buddhist Research Institute Mahachulalongkornrajavidyalaya University. [in Thai]
- Phra Tampidok (P. O. Payutto). (1996). *Sustainable development (2nd ed.)*. Komolkemthong Printing Publisher.
- Pongpis, S. (2004). *A hundred words to know*. Chreonvit Printing. [in Thai]
- Pongsabutr, P. (2003). *Guide training handbook*. The Continuing Education Center Chulalongkorn University.
- Praynoi, S. (1989). *Canal life*. Ton Aou. [in Thai]
- Suwan, M. (2006). *Tourism environmental management: Principle and concept*. Odeanstore. [in Thai]
- Talchroen, K. (2019). *Volunteer travel together development Nakhonpathom Province*. <https://www.jitarsabank.com/job/detail/4947>

- Wat Raking Royal Temple. (2019). *Annual report Wat Raking 2019*. Wat Raking Office. [in Thai]
- Wat Raking Royal Temple. (2021). Top 10 places to visit. http://www.nakhonpathom.go.th/travel_top10/detail/7
- Wongnai. (2021). *Wat Raking Royal temple*. <https://www.wongnai.com/attractions/334244aB>
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.



Name and Surname: Ubol Wuthipornsopon
Highest Education: Ph.D. (Public and Private Management),
 Christian University of Thailand
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Public Administration and Local Organization



Name and Surname: Phrapalad Prapoj Yusamran
Highest Education: Ph.D. (Development Education),
 Silpakorn University
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Development Education and Social
 Management



Name and Surname: Natcha Natthahotphakhin
Highest Education: Master Degree (Public Administration),
 Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Local Organization Management



Name and Surname: Piyawan Homchan
Highest Education: Master Degree (Public Administration),
 Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Local Organization Management and Buddhist
 Management