

การพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

The Development of Ecosystem and Community Marketing Management of Community in Phrae Province

พระครูโสภณกิตติบัณฑิต^{1*}, ชีมา โยธากดี², เขมิกา วรวิฑูฒิกุล³

Phrakrusoponkittibundit¹, Teeka Yothapakdee², Khemika Varitwuttikul³

วิทยาลัยสงฆ์แพร่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย¹,

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ – แพร่ เฉลิมพระเกียรติ²,

วิทยาลัยสงฆ์แพร่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย³

Phrae Buddhist College, Mahachularongkorrajvidyalaya University¹,

Maejo University, Phrae Campus²,

Phrae Buddhist College, Mahachularongkorrajvidyalaya University³

*Corresponding Author Email: phdbns11@gmail.com

(Received: Aug 21, 2025; Revised: Oct 17, 2025; Accepted: Oct 21, 2025)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของบทความวิจัยนี้ เพื่อออกแบบผังตลาดและพัฒนาผังตลาดชุมชน เพื่อจัดการตลาดชุมชน และเพื่อประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยแบบเชิงปฏิบัติการ การวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ 25 คน การสนทนากลุ่มเฉพาะ 15 รูปหรือคน และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ 25 คน เครื่องมือที่ใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มเฉพาะ และแบบประเมิน การเก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์ สนทนากลุ่มเฉพาะ และการเก็บแบบประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูล เชิงคุณภาพใช้ Content Analysis เชิงปฏิบัติการใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการออกแบบผังตลาดได้ร่างแบบผังตลาดวัดมหาโพธิ์ ส่วนผลการพัฒนาผังตลาดได้ปรับปรุงแบบผังให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น
2. ผลการจัดการตลาดชุมชน ได้จัดโซนสินค้า ติดป้ายบอกราคา เน้นชุมชนนำสินค้ามาจำหน่าย ตรวจสอบราคา ทำเลที่ตั้ง จัดแผงขายสินค้าให้เรียบร้อย การร่วมมือกับวัดจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ทำแนวและทำป้ายจอดรถ ให้ชุมชนใกล้เคียงสามารถผลิตสินค้าทางการเกษตรมาจำหน่ายในตลาดได้ การส่งเสริมการตลาด ตั้งไลน์กลุ่มคณะกรรมการ และกลุ่มผู้ขายสินค้า ทำเว็บไซต์ตลาด ส่งเสริมให้คนในชุมชน และชุมชนใกล้เคียงนำสินค้ามาจำหน่าย ประชาชนมีความเข้มแข็งได้มีส่วนร่วมเป็นกรรมการพัฒนาตลาด

3. ผลการประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาตลาดอย่างเต็มความสามารถ

คำสำคัญ : การพัฒนาระบบนิเวศ; การจัดการตลาดชุมชน

Abstract

The purposes of this research article were to design a market plan and develop a community market plan, to manage the community market, and to evaluate the results of the development of the ecosystem and the management of the community market in Phrae Province. It was action research. The qualitative research used a structured interview with 25 key informants, focus group discussions with 15 people, and action research with 25 people. The instruments used were in-depth interviews, focus group discussions, and assessments. Data collection included interviews, focus group discussions, and assessments. Qualitative data analysis used Content Analysis, action research used mean and standard deviation.

The research result

1. The results of the market design had drawn up a market plan for Wat Mahapho. As for the results of the market plan development, the plan was improved to be more complete.

2. The results of the community market management were organized into product zones, price tags, emphasizing the community bringing products to sell, checking for toxic substances, and organizing the product stalls neatly. The collaboration with temples to organize promotional activities, create lines and make parking signs so that nearby communities can produce agricultural products to sell in the market. Marketing promotion, set up a LINE group for the committee and product sellers, and created a market website, to encourage people in the community and nearby communities to bring products to sell. The people were strong and participated as market development committees.

3. The results of the evaluation of the development of the ecosystem and the management of community markets in Phrae Province, it was found that overall, the average value was at the highest level of agreement, reflecting that people from all sectors participated in developing the market to their full potential.

Keywords: The Development of Ecosystem; Community Marketing Management

บทนำ

ตลาด ถือเป็นแหล่งรวมของสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค และเป็นศูนย์รวมของประชาชน ในการจับจ่ายซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ไม่ว่าจะเป็นอาหารสด อาหารแห้ง เนื้อสัตว์ผัก ผลไม้ต่าง ๆ รวมถึงอาหารที่มีการแปรรูปปรุงสำเร็จ การจัดให้มีตลาด การควบคุมดูแล และสนับสนุนตลาด ของเอกชนให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดถูกสุขลักษณะ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, มปป,) โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากตลาดชุมชนได้รับการพัฒนาให้เป็นตลาดที่น่าซื้อและสามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกใจจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาให้เป็นตลาดเชิงสร้างสรรค์ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ และผู้ขายสินค้า โดยมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตใหม่เพื่อสร้างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผลักดันเปลี่ยนแปลงแนวคิดการตลาดให้สร้างสรรค์มากขึ้น โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย (Functional) กับสุนทรียภาพทางอารมณ์ (Emotional) ไปพร้อม ๆ กัน (กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา, 2553)

นอกจากนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ได้กำหนดเป้าหมายหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจ ข้อ 3.1.1 ด้านการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญ ผ่านการผลักดันส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์ที่ 11 การยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ในกลยุทธ์ย่อยที่ 11.2 ยกระดับความเข้มแข็งและความสามารถในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมูลค่าของสหกรณ์การเกษตร กลุ่มเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งสนับสนุนบทบาทภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาทั้งระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษาในพื้นที่ในการเป็นผู้ให้บริการ ผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีและที่ปรึกษาทางธุรกิจเพื่อเชื่อมโยงข้อมูล องค์ความรู้ และเทคโนโลยีกับการปรับเปลี่ยนและต่อยอดธุรกิจการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง กลยุทธ์ที่ 12 การพัฒนากลไกเพื่อเชื่อมโยงภาคีต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชนส่วนราชการ กลุ่มเกษตรกร และนักวิชาการในพื้นที่ ในการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในการพัฒนาภาคเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน กลยุทธ์ย่อยที่ 12.1 สนับสนุนบทบาทขององค์กรหรือสภาเกษตรกรในกลไกความร่วมมือภาครัฐภาคเอกชน และภาควิชาการในแต่ละจังหวัด เพื่อเชื่อมโยงการผลิตของเกษตรกรและการดำเนินธุรกิจการเกษตรของสถาบันเกษตรกรในพื้นที่ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ ความต้องการของภาคเอกชนในระดับจังหวัดการดำเนินการกิจของส่วนราชการระดับจังหวัด และความเชี่ยวชาญของสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการแบ่งปันข้อมูล องค์ความรู้ ทักษะ และผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมและเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565 : 7-35)

ตลาดสดชุมชนมหาโพธิ์ ตำบลป่าเมต อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เป็นตลาดสดของชุมชน ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบันรวมเป็นระยะเวลา 27 ปี ได้บริหารจัดการตลาดสดอย่างต่อเนื่องโดยใช้ทุนทางทรัพยากร และวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนเป็นหลัก ซึ่งตลาดสดชุมชนมหาโพธิ์เป็นศูนย์กลางของชุมชนในการแลกเปลี่ยนสินค้าโดยมีผู้ขายในพื้นที่ตำบลป่าเมต จำนวน 15 หมู่บ้าน มีการเปิดโอกาสให้ผู้ขายสินค้าในชุมชนได้นำเอาสินค้าพื้นบ้านมาวางจำหน่ายที่หลากหลายประเภททั้งอาหาร ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ขายสินค้าในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง ซึ่งทางชุมชนมีทุนทางทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่หลายประการ โดยเฉพาะพืชผลทางเกษตรซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในชุมชนตำบลป่าเมต แต่ยังไม่ได้รับการนำมาจัดการจัดการให้นำมาเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากเท่าที่ควร และที่สำคัญชุมชนในตำบลป่าเมตยังมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านการผ้าทอ ด้านดนตรีพื้นบ้าน ซึ่งตลาดสดวัดมหาโพธิ์ยังมีปัญหาเกี่ยวกับระบบนิเวศและการจัดการตลาด ได้แก่ ด้านการจัดผังตลาดยังไม่ได้มาตรฐาน อีกทั้งด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดวางขายของยังไม่มีระบบ ด้านพื้นที่ตลาดที่แคบ อีกทั้งด้านพื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาจับจ่ายซื้อสินค้ายังไม่เพียงพอ ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งยังไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ในการรับรองให้เป็นตลาดสดน่าซื้อ (กองการศึกษา เทศบาลตำบลป่าเมต, 2562)

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอย่างเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาระบบนิเวศ และการบริหารจัดการตลาดสดชุมชนมหาโพธิ์ ซึ่งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลป่าเมตที่จะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับระเบียบข้อกฎหมายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทรวงมหาดไทยร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดและถูกสุขลักษณะตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ซึ่งได้บัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมดูแลการประกอบกิจการตลาด โดยให้อำนาจแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดท้องถิ่นเพื่อใช้ในการควบคุมกำกับประกอบกิจการตลาดในเขตรับผิดชอบให้ถูกสุขลักษณะ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, มปป : 1)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นนัยสำคัญของการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดสดมหาโพธิ์ โดยการนำนวัตกรรมทางการตลาด ตามมาตรฐาน เป็นตลาดสดน่าซื้อ จึงต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ เพื่อนำไปตอบคำถามที่ว่า จะมีนวัตกรรมอะไรที่สามารถพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ เพื่อรองรับให้เป็นตลาดสดน่าซื้อเชิงสร้างสรรค์ที่ได้มาตรฐานเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากวัฒนธรรมให้กับชุมชนได้มีอาชีพ สามารถเพิ่มรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาแบบผังตลาดชุมชนมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่
2. เพื่อจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่
3. เพื่อประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการออกแบบตลาด

การออกแบบตลาดจะประสบความสำเร็จได้ ซึ่งต้องประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. หลักการจัดกลุ่มพื้นที่อาคาร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ๆ ได้ดังนี้ (1) ส่วนที่เป็นโครงสร้างหลัก (2) ส่วนสัญจรของยานยนต์ (vehicle areas) (3) ส่วนสัญจรทางเท้า (pedestrian areas) (4) ส่วนภูมิสถาปัตยกรรม (landscape areas) 2. มีการวางแผนการจราจร โดยคำนึงถึงความคล่องตัวของรถให้ได้มากที่สุด 3. การออกแบบทางเข้าโครงการ การกำหนดทางเข้าออกโครงการ เป็นสิ่งแรกๆ ที่ควรคำนึงถึง ได้แก่ (1) ทิศนวิสัย (2) ความสะดวกในการเข้าถึงจากพื้นที่จอดรถ (3) ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ประกอบการ 4. การเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่จอดรถกับตัวอาคาร การออกแบบที่ดีนั้นส่งผลทำให้ผู้ขับขี่สามารถมองเห็นและรับรู้ได้ว่าจะเดินเข้าสู่ตัวอาคารได้อย่างไร (สาธิต ดิลกคุณานันท์, 2558 : 12)

สรุปได้ว่า การออกแบบศูนย์การค้าที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งประกอบไปด้วยทำเลที่ตั้ง ระบบการจราจร การออกแบบ ได้แก่พื้นที่อาคาร การวางแผนการจราจร การออกแบบทางเข้าโครงการ การเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่จอดรถกับตัวอาคาร และความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ประกอบการกับการวางแผนศูนย์การค้า

2. แนวคิดการจัดการจัดการตลาดชุมชน

ในการจัดการตลาดชุมชนที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้นย่อมต้องอาศัยแนวทางในหลาย ๆ ด้านเพื่อช่วยให้ตลาดชุมชนดำเนินไปอย่างยั่งยืน ได้แก่ สินค้า ทำเลที่ตั้ง สภาพชุมชนใกล้เคียง การส่งเสริมการตลาด และความเข้มแข็งของคนในชุมชน ซึ่งส่วนประกอบทั้งสี่ประการดังกล่าวข้างต้นสามารถเพิ่มศักยภาพในการจัดการตลาดชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ (พัชรินทร์ ฤชวรารักษ์ และคณะ, 2564 : 227-250)

สรุปได้ว่า ตลาดชุมชนที่จะสามารถดำเนินกิจการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้นั้น ประกอบไปด้วยสินค้าที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมเป็นศูนย์กลางของชุมชน และชุมชนใกล้เคียง และมีสถานที่แวดล้อมอื่น ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการไปใช้บริการ มีการส่งเสริมการตลาด และมีความเข้มแข็งของชุมชนในการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการตลาดชุมชน

3. แนวคิดการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้นขั้นตอนการทำงานหรือการมีส่วนร่วมก็เป็นที่สำคัญในการขับเคลื่อนงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลของโครงการต่าง ๆ การวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา และติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการ และนำมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Cohen, J. M., & Uphoff, N. T., 1980)

สรุปได้ว่า ขั้นตอนการมีส่วนร่วมมีตั้งแต่รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุของปัญหา การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การแก้ไขปัญหา การติดตามและประเมินผลความสำเร็จ และปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ

4. แนวคิดระบบนิเวศ

ระบบนิเวศน์ผู้ประกอบการปัจจุบันถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจซึ่งมีความสัมพันธ์ในหลายมิติที่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย 1) ภาคนโยบาย ประกอบด้วย 2 ประเด็นย่อย คือภาวะผู้นำ และภาครัฐ 2) ภาคนโยบาย คือ การสนับสนุนทางด้านทุนทางการเงิน 3) ด้านวัฒนธรรม 4) สิ่งสนับสนุนต่าง ๆ เช่น สาธารณูปโภค การสนับสนุนเฉพาะด้าน การสนับสนุนต่าง ๆ ที่ไม่ได้ถูกกำหนดโดยภาครัฐ 5) ด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ภาคนโยบายและสถาบันการศึกษา 6) ภาคนโยบายตลาดมาส่งเสริมการขายให้เข้ากับระบบนิเวศน์ผู้ประกอบการมีความประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น (Sarma, S. & Sunny, S.A.: 843-853)

สรุปได้ว่า ระบบนิเวศน์ผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการประกอบการด้านธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จเป็นการร่วมแรงร่วมใจกันในการทำให้ผู้ประกอบการบรรลุผลทั้งทางด้านการเงิน ด้านผู้ประกอบการ ด้านผู้มีส่วนร่วมทั้งชุมชน ด้านวัฒนธรรมประเพณี ด้านสิ่งสนับสนุนความพร้อมด้านต่าง ๆ อย่างครบครัน ตลอดจนทั้งหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ปกครองท้องที่ ภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนสนับสนุนระบบนิเวศน์ผู้ประกอบการจนสามารถทำให้ผู้ประกอบการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยฉบับนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเชิงคุณภาพ (Key Informant) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการเจาะจง (Purposive Selection) ตามความสำคัญของประเด็นที่ศึกษา ซึ่งเป็นผู้มีความรู้สามารถในด้านการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดและเกี่ยวข้องกับประชาชนในชุมชนตำบลป่าเมตโดยตรง ดังนี้

1.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ขายของ จำนวน 4 คน 2) กลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น จำนวน 6 คน 3) กลุ่มผู้ประกอบการตลาดชุมชน จำนวน 9 คน 4) กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 6 คน เพื่อทราบการออกแบบและพัฒนาแบบผังตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ 2. ตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย 1) พระสงฆ์ จำนวน 1 รูป 2) ผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน 3) นักการเมืองท้องถิ่น จำนวน 1 คน 4) เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 6 คน 5) ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 3 คน 6) ตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาดชุมชน จำนวน 1 คน รวมจำนวน 15 รูปหรือคน เพื่อทราบการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

1.1.2 กลุ่มตัวแทนประชาชนแกนนำต้นแบบในเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ ตัวแทนประชาชนประกอบด้วย ผู้ประกอบการ จำนวน 9 คน และผู้ขายของ จำนวน 7 คน ผู้ปกครองท้องที่ จำนวน 6 คน

ผู้บริโภคร่วม 3 คน จำนวน 25 คน เพื่อประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม และแบบประเมิน ซึ่งผู้วิจัยสร้างโดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

2.1 แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อออกแบบและพัฒนาแบบผังตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

2.2 สันทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

2.3 แบบประเมินผลการปฏิบัติการกับผู้แทนประชาชน ผู้ประกอบการ และผู้ขายของ เพื่อประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 3 ประเภท ดังนี้ 2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 25 คน การสนทนา กลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 รูปหรือคน 3) ข้อมูลเชิงปฏิบัติการอบรมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ โดยเชิญประชาชนที่เป็นตัวแทนของชุมชนจำนวน 25 คน และทำการประเมินผลการปฏิบัติการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนา กลุ่มเฉพาะมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา นำผลการศึกษาเชิงปฏิบัติการมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และแบบประเมินที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การออกแบบผังตลาดและพัฒนาผังตลาดชุมชน พบว่า ได้แบบผังตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นแบบตลาดประเภทที่ 1 มีส่วนประกอบในการออกแบบผังตลาด ได้แก่ พื้นที่ส่วนตลาด มีทางเข้า ทางออก ทางเดินซื้อสินค้า โครงสร้างอาคารตลาด ทางระบายน้ำ ที่ระบายอากาศ พื้นที่ขายของ พื้นที่ส่วนร้านค้า มีแผงขายสินค้า พื้นที่ส่วนที่จอดรถ มีบริเวณจอดรถ พื้นที่ส่วนบริการ มีห้องน้ำ ที่เก็บขยะ แสงสว่าง กล้องวงจรปิด อุปกรณ์ดับเพลิง ที่ล้างอาหารสด อ่างล้างมือ ที่ซังน้ำหนักลงไว้บริการแก่ผู้มาซื้อของที่ตลาด

ผลการพัฒนาแบบผังตลาดชุมชนมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า ได้แบบผังตลาดชุมชนมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ที่สมบูรณ์มากขึ้น ด้านพื้นที่ส่วนตลาดส่วนทางเข้า ทางออกยังไม่ได้มาตรฐาน ยังไม่มีป้ายบอกที่ชัดเจน ยังมีร้านค้ากีดขวางทางทำให้ไม่สะดวกในการเข้าออก ทางเดินซื้อสินค้ายังไม่ได้มาตรฐานยังไม่มีป้ายบอกให้กับผู้บริโภค โครงสร้างอาคารตลาดเป็นโครงสร้างที่ได้มาตรฐานแบบอาคารโครงเหล็กมีความมั่นคงแข็งแรง ทางระบายยังไม่พอสำหรับทำความสะอาดในรอบบริเวณตลาดอีกทั้งยังไม่มีฝาท่อเพื่อไม่ให้ส่งกลิ่นฟุ้งกระจาย ที่ระบายอากาศยังไม่พอเพียงสำหรับระบายอากาศ พื้นที่ขายของเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยปูนซีเมนต์เหมาะสมและเพียงพอต่อการให้บริการผู้ขายของ พื้นที่ส่วนร้านค้าด้านแผงขายสินค้าเป็นแผงที่ทำมาจากวัสดุไม้ในท้องถิ่น พื้นที่ส่วนจอดรถ ด้านบริเวณจอดรถยังไม่เพียงพอต่อการบริการผู้บริโภค พื้นที่ส่วนบริการมีห้องน้ำแต่ยังไม่เพียงพอ ที่เก็บขยะยังไม่เพียงพอต่อจำนวนการเก็บขยะ แสงสว่างบางจุดนอกพื้นที่ตลาดยังต้องเพิ่มแสงสว่างให้มากขึ้น ถังรองรับน้ำยังไม่เพียงพอกับบริเวณตลาด ที่ล้างอาหารสดยังไม่เพียงพอกับประเภทของอาหารสด อ่างล้างมือมีจำนวนไม่เพียงพอสำหรับผู้บริโภค ที่ซึ่งน้ำหนักกลางมีสภาพที่ใช้งานได้สะดวกแก่ผู้มาซื้อของ

ด้านแบบผังใหม่ตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ พื้นที่ส่วนตลาดส่วนทางเข้า ทางออกมีความเหมาะสมสมควรทำป้ายกำกับไว้ ทางเดินซื้อสินค้ามีความเหมาะสมสมควรทำสัญลักษณ์แสดงไว้ โครงสร้างอาคาร มีความเหมาะสมควรยกหลังคาให้สูงขึ้นเพื่อระบายอากาศได้ดีขึ้น รางระบายน้ำมีความเหมาะสม ที่ระบายอากาศมีความเหมาะสมในการระบายอากาศได้ดี พื้นที่ขายของมีความเหมาะสมและเพียงพอในการขายของ พื้นที่ส่วนร้านค้ามีความเหมาะสมและพอเพียง พื้นที่ส่วนจอดรถ บริเวณจอดรถมีความเหมาะสมควรป้ายจอดรถบอก ป้ายบอกที่จอดรถควรป้ายบอกที่จอดรถควรเพิ่ม พื้นที่ส่วนบริการด้านห้องน้ำมีความเหมาะสมและจำนวนที่พอเพียง ที่เก็บขยะตั้งอยู่ในที่เหมาะสมและมิดชิดดีอยู่ห่างจากผู้ขายของ แสงสว่างมีความเหมาะสมกับบริเวณตลาด ถังรองรับน้ำอุปโภคบริโภคมีความเหมาะสมกับการใช้งาน ที่ล้างอาหารสด อ่างล้างมือ ที่ซึ่งน้ำหนักกลาง รั้วล้อมตลาด ป้ายประชาสัมพันธ์ ตู้รับฟังความคิดเห็น ตั้งป้ายตลาดอยู่ในที่เหมาะสม

ด้านปัญหา อุปสรรคในการออกแบบผังใหม่ตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ ที่จอดรถไม่พอเพียง ทางเข้า ทางออกยังไม่มีชัดเจน แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับตลาดไม่มี แผงขายสินค้าอยู่ติดกับถนนสาธารณะมากทำให้เป็นปัญหาในการสัญจร บริเวณลานจอดรถยังเป็นลูกรังทำให้มีน้ำแช่ขังเวลาฝนตก บริเวณลานจอดรถด้านนอกตลาดกลางคืนยังไม่มีแสงสว่างไม่เพียงพอ และขอเสนอแนะควรหาที่บริเวณจอดรถเพิ่ม ควรกำหนดทางเข้าทางออกในการเข้าตลาดยังให้ชัดเจนและทำป้ายกำกับ ควรสร้างแหล่งเรียนรู้ตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ ควรทำรั้วล้อมบริเวณตลาด ควรขยับแผงขายสินค้าเข้าด้านในห่างจากถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 เมตร ควรทำการปรับปรุงบริเวณลานจอดรถด้วยการเทคอนกรีตเสริมเหล็ก ควรทำการเพิ่มแสงสว่างบริเวณลานจอดรถด้านนอกตลาดให้มีแสงสว่างมากขึ้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า ด้านสินค้าได้จัดโซนสินค้าให้เป็นประเภท ให้ผู้ขายสินค้าติดราคาสินค้าทุกชนิด ให้ชุมชนนำสินค้าในชุมชนมาขายที่ตลาดมุ่งเน้นให้ชุมชนนำสินค้าที่สด ปลอดภัย และมีราคาถูกมาจำหน่าย จัดตรวจสารพิษที่ตกค้างในพืชผักสด เนื้อสัตว์ ประชาสัมพันธ์ด้านการตรวจสารพิษตกค้างในสินค้าในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ทำเลที่ตั้งปรับแผงขายสินค้าให้ห่างจากถนนสาธารณะ ปรับแผงขายของให้เป็นระเบียบ ร่วมมือกับวัดมหาโพธิ์

เป็นสถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาด ทำแนวจอตระก ทำป้ายสำหรับจอตระกให้กับผู้บริโภค ด้านสภาพชุมชนใกล้เคียง ส่งเสริมให้คนชุมชนใกล้เคียงนำสินค้ามาจำหน่าย ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวสาร ด้านตลาดในชุมชนใกล้เคียงทราบ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้มีการตั้งไลน์ (Line) กลุ่มคณะกรรมการตลาด และกลุ่มผู้ขายสินค้า รมรงค์ให้ผู้ขายติดป้ายบอกราคาสินค้า จัดทำเว็บไซต์ (Website) ตลาดวัดมหาโพธิ์ (<https://talad.watmahapo.com/>) ส่วนด้านความเข้มแข็งของชุมชน ได้ดำเนินการตั้งคณะกรรมการพัฒนา ตลาด เชิญนักการเมืองท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลป่าเมตเป็นตัวแทนเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษา คณะกรรมการพัฒนาตลาด การจัดประชุมให้กับผู้ขายของในตลาด ส่งเสริมให้ชุมชน หน่วยงานวิสาหกิจชุมชน นำผลิตภัณฑ์มาขาย ติดตั้งตู้แสดงความคิดเห็น และส่งเสริมให้ชุมชนร่วมทำความสะอาดตลาด

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของ ชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า ผู้ประกอบการ ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น ตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ และผู้บริโภคได้ความรู้ระบบนิเวศ 3 ด้าน 1) ด้านสุขภาพสิ่งแวดล้อมได้แก่ สุขลักษณะทั่วไปของตลาด การจัดการมูลฝอย การจัดการน้ำดื่ม น้ำใช้ การจัดการน้ำเสีย การจัดการสิ่งปฏิกูล การป้องกันควบคุมสัตว์ พาหนะนำโรค การจัดการบริหารสิ่งแวดล้อม สุขวิทยาส่วนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านความปลอดภัยอาหาร แผงจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์การตรวจสอบสารปนเปื้อน คือ การตรวจไม่พบสารปนเปื้อน ยาฆ่าแมลงตรวจ พบปนเปื้อนที่ปลอดภัย การตรวจไม่พบสารเร่งเนื้อแดง ในเนื้อหมู 3) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การจัดให้มีสถานที่จัดบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องที่เกี่ยวกับอาหารปลอดภัย โภชนาการ และสุขลักษณะของตลาด การจัดให้มีจุดทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ การจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการ ผู้บริโภคในตลาด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ส่วนการจัดการตลาดชุมชน ด้านคณะกรรมการบริหารตลาดชุมชน มหาโพธิ์มีบทบาทหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้ขายของ ผู้บริโภค เทศบาลตำบลป่าเมต กำหนดกฎกติกา แนวทางปฏิบัติให้กับผู้ขายของในตลาด จัดหางบประมาณในการพัฒนาตลาด ประชาสัมพันธ์ตลาด แก้ไขปัญหา สนับสนุน รับฟังความคิดเห็นของทุกภาคส่วน ผู้ขายสินค้ามีบทบาทนำสินค้าที่มีคุณภาพมาขาย การปฏิบัติตามหลักสุขอนามัย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ติดป้ายราคาให้ชัดเจน ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของตลาด ดูแลความสะอาดตลาด ร่วมตั้งกลุ่มไลน์เพื่อรับทราบข่าวสารข้อมูล ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้บริโภคควรมีบทบาทการใช้ ถู่งผ้าใส่ของเพื่อลดการใช้พลาสติก เคารพกฎระเบียบตลาด รักษาสิ่งแวดล้อม เสนอแนะความคิดเห็นต่อ การจัดการตลาด นอกจากนี้การบริหารจัดการที่เน้นการใช้หลักเมตตาคุณธรรมโดยยึดหลักสุจริต 3 คือการมี ความซื่อสัตย์ทางกายคือมุ่งส่งเสริมให้ผู้ขายของในตลาดเป็นผู้มีสุขภาพอนามัยที่ดีในการขายของ ช่วยดูแลระบบ นิเวศสิ่งแวดล้อมตลาดให้เรียบร้อย วาจาคือมุ่งส่งเสริมให้ผู้ขายของมีการสนทนากับผู้บริโภคอย่างเมตตาธรรม ใจคือมีจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยบริสุทธิ์ที่นำสินค้ามาขายอย่างมีคุณภาพให้กับผู้บริโภคเป็นหลัก

ผลการศึกษาการประเมินผลการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ สามารถสรุปภาพรวมตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลป่าแมต อำเภอเมืองแพร่ต่อการประเมินการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ โดยภาพรวม

การประเมินการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่	ระดับปฏิบัติการ		การแปลผล
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านบริบท	4.73	0.34	มากที่สุด
2. ด้านปัจจัยนำเข้า	4.74	0.26	มากที่สุด
3. ด้านกระบวนการ	4.66	0.39	มากที่สุด
4. ด้านผลผลิต	4.76	0.25	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.77	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลป่าแมต อำเภอเมืองแพร่ ต่อระดับการประเมินการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ด้านผลผลิต รองลงมาได้แก่ ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านบริบท และน้อยที่สุด ได้แก่อ ด้านกระบวนการ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย “การพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่” นักวิจัยจึงนำผลการศึกษามาอภิปราย ดังต่อไปนี้

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การออกแบบผังตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ พบว่า ได้แบบผังตลาดซึ่งเป็นตลาดสด (ประเภทที่ 1) ที่มีความพร้อมในการรองรับผู้มาซื้อสินค้าที่ตลาดได้ ได้แก่ พื้นที่ส่วนตลาด มีทางเข้า ทางออก ทางเดินซื้อสินค้า โครงสร้างอาคารตลาด ทางระบายน้ำ ที่ระบายอากาศ พื้นที่ขายของ พื้นที่ส่วนร้านค้า มีแผงขายสินค้า พื้นที่ส่วนที่จอดรถ มีบริเวณจอดรถ พื้นที่ส่วนบริการ มีห้องน้ำ ที่เก็บขยะ แสงสว่าง กล้องวงจรปิด อุปกรณ์ดับเพลิง ที่ล้างอาหารสด อ่างล้างมือ ที่ซังน้ำหนักรกลาง ไว้บริการแก่ผู้มาซื้อของที่ตลาด ผลการวิจัยสะท้อนว่าตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ในปัจจุบันได้แบบผังตลาดที่มีส่วนประกอบที่มีความพร้อมในการรองรับผู้มาซื้อสินค้าที่ตลาด ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชีวพร ไชยพันธ์ และกสิณ รังสิกรพุม (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยและแผนผังตลาดสดด้วยกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับขั้นและแบบจำลองมอนติคาโล กรณีศึกษาตลาดเอกชนและตลาดเทศบาล

พบว่า ผู้บริโภคให้ค่าน้ำหนักความสำคัญ ปัจจัยด้านอาคารและสถานที่ ผู้ประกอบการให้ค่าน้ำหนักความสำคัญปัจจัยด้านราคาเช่าและความคุ้มค่า และผู้กำหนดนโยบายให้ค่าน้ำหนักความสำคัญปัจจัยด้านสุขลักษณะที่ดี (GMP) คิดเป็นร้อยละ 24.80, 54.89 และ 50.20 ตามลำดับ นอกจากนี้ผลการจำลองสถานการณ์ระยะทางการเดินเปรียบเทียบแผนผังทั้ง 3 แบบ พบว่า แผนผังที่ออกแบบตามพฤติกรรมของผู้บริโภคมีประสิทธิภาพที่สุด เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.5

ผลการพัฒนาแบบผังตลาดชุมชนมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า ได้แบบผังตลาดชุมชนมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น ด้านพื้นที่ส่วนตลาดส่วนทางเข้า ทางออก มีความเหมาะสมดีควรทำป้ายกำกับไว้ ทางเดินซื้อสินค้ามีความเหมาะสมดีควรทำสัญลักษณ์แสดงไว้ โครงสร้างอาคาร มีความเหมาะสมควรยกหลักค้ำให้สูงขึ้นเพื่อระบายอากาศได้ดีขึ้น รางระบายน้ำมีความเหมาะสม ที่ระบายอากาศมีความเหมาะสมในการระบายอากาศได้ดี พื้นที่ขายของมีความเหมาะสมและเพียงพอในการขายของ พื้นที่ส่วนร้านค้ามีความเหมาะสมและพอเพียง พื้นที่ส่วนจอดรถ บริเวณจอดรถมีความเหมาะสมควรป้ายจอดรถบอกป้ายบอกที่จอดรถควรป้ายบอกที่จอดรถควรเพิ่ม พื้นที่ส่วนบริการด้านห้องน้ำมีความเหมาะสมและจำนวนที่พอเพียง ที่เก็บขยะตั้งอยู่ในที่เหมาะสมและมิดชิดอยู่ห่างจากผู้ขายของเพื่อให้มีสิ่งแวดล้อมที่สะอาด แสงสว่างมีความเหมาะสมกับบริเวณตลาด กล้องวงจรปิด อุปกรณ์ดับเพลิงมีความเหมาะสมกับการใช้งาน ที่ล้างอาหารสดอ่างล้างมือ ที่ซั่งน้ำหนักกลาง รั้วล้อมตลาด ป้ายประชาสัมพันธ์ ตู้รับฟังความคิดเห็น ตั้งป้ายตลาดอยู่ในที่เหมาะสม ซึ่งถือได้ว่าเป็นแบบผังตลาดที่มีความสมบูรณ์ค่อนข้างดี นอกจากนี้ตลาดยังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 จึงได้ดำเนินการปรับตัวในในการพัฒนาผังตลาดและการจัดการตลาดสดที่สามารถป้องกันและควบคุมโรคโควิด 19 ตามหลักมาตรการต่าง ๆ ของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค สามารถจัดระบบนิเวศและจัดการตลาดได้อย่างเหมาะสมและได้เปรียบในการจัดการตลาดที่เน้นการจัดการด้านระบบนิเวศด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ผลการวิจัยสะท้อนว่าการปรับปรุงแบบผังตลาดด้านสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิทยา ภัทรเมธากุล และคณะ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การสีเขียวและผลการปฏิบัติงานขององค์การสีเขียวของอาคารประหยัดพลังงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า (1) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การสีเขียว (3) ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การสีเขียวมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การสีเขียว

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า ด้านสินค้าได้จัดโซนสินค้าให้เป็นประเภท ให้ผู้ขายสินค้าติดราคาสินค้าทุกชนิด ให้ชุมชนนำสินค้าในชุมชนมาขายที่ตลาด มุ่งเน้นให้ชุมชนนำสินค้าที่สด ปลอดภัย และมีราคาถูกมาจำหน่าย จัดตรวจสอบราคา

ตกค้างในพืชผักสด เนื้อสด ประชาสัมพันธ์ด้านการตรวจสอบพืชตกค้างในสินค้าในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ทำเลที่ตั้งปรับแผงขายสินค้าให้ห่างจากถนนสาธารณะ ปรับแผงขายของให้เป็นระเบียบ ร่วมมือกับวัดมหาโพธิ์เป็นสถานที่จัดกรรมกรรรมส่งเสริมการขายที่ตลาด ทำแนวจอดรถ ทำป้ายสำหรับจอดรถให้กับผู้บริโภค ด้านสภาพชุมชนใกล้เคียง ส่งเสริมให้คนชุมชนใกล้เคียงนำสินค้ามาจำหน่าย ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวสารด้านตลาดในชุมชนใกล้เคียงทราบ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้มีการตั้งไลน์ (Line) กลุ่มคณะกรรมการตลาด และกลุ่มผู้ขายสินค้า รณรงค์ให้ผู้ขายติดป้ายบอกราคาสินค้าจัดทำเว็บไซต์ (Website) ตลาดวัดมหาโพธิ์ (<https://talad.watmahapo.com/>) ส่วนด้านความเข้มแข็งของชุมชนได้ดำเนินการตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาด เชิญนักการเมืองท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลป่าเมตเป็นตัวแทนเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการพัฒนาตลาด การจัดประชุมให้กับผู้ขายของในตลาด ส่งเสริมให้ชุมชน หน่วยงานวิสาหกิจชุมชนนำผลิตภัณฑ์มาขาย ติดตั้งตู้แสดงความคิดเห็น และส่งเสริมให้ชุมชนร่วมทำความสะอาดตลาด ผลการวิจัยสะท้อนว่า ตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ ได้มีคณะกรรมการวัด ชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมาช่วยจัดการตลาดการและอาศัยสื่อมีเดียช่องทางต่าง ๆ มาดำเนินการทำให้ได้การจัดการเป็นไปด้วยดี

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของพัชรินทร์ ฤชวรารักษ์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนาการและการปรับตัวของตลาดชุมชน : ทางเลือกเพื่อการพัฒนาเกษตรผสมผสาน พบว่า ปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของตลาดชุมชน ประกอบด้วย 1) ชนิดสินค้าที่หลากหลาย และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น 2) ทำเลที่ตั้ง และสภาพชุมชนใกล้เคียง 3) ระบบการตลาดอื่นในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียงที่ช่วยเสริมให้ตลาดชุมชนมั่นคงมากขึ้น เช่น ร้านค้าในชุมชน และตลาดนัดคลองถม เป็นต้น และสุดท้ายปัจจัยสำคัญที่สุด คือ 4) ความเข้มแข็งของคนในชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้ตลาดชุมชนมั่นคงมากขึ้น ควรมีการยกระดับศักยภาพการบริหารจัดการตลาดให้มีสีสันและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างแรงจูงใจขยายฐานลูกค้าจากภายนอก

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การพัฒนาระบบนิเวศตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่าผู้ประกอบการ ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น ตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาดได้ความรู้ระบบนิเวศประกอบด้วยด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมได้แก่ สุขลักษณะทั่วไปของตลาด การจัดการมูลฝอย การจัดการน้ำดื่ม น้ำใช้ การจัดการน้ำเสีย การจัดการสิ่งปฏิกูล การป้องกันควบคุมสัตว์พาหนะนำโรค การจัดการบริหารสิ่งแวดล้อม สุขวิทยาสวนบุคคลด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยอาหาร แผงจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์ การตรวจสอบสารปนเปื้อน คือ การตรวจไม่พบสารปนเปื้อน ยาฆ่าแมลงตรวจพบปนเปื้อนที่ปลอดภัย การตรวจไม่พบสารเร่งเนื้อแดง ในเนื้อหมู ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ การจัดให้มีสถานที่จัดบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องที่เกี่ยวกับอาหารปลอดภัย โภชนาการ และสุขลักษณะของตลาด การจัดให้มีจุดทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ การจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ส่วนการจัดการตลาดชุมชน ด้านคณะกรรมการบริหารตลาดชุมชนมหาโพธิ์ มีบทบาทหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้ขายของ ผู้บริโภค เทศบาลตำบลป่าเมต กำหนดกฎกติกา แนวทาง

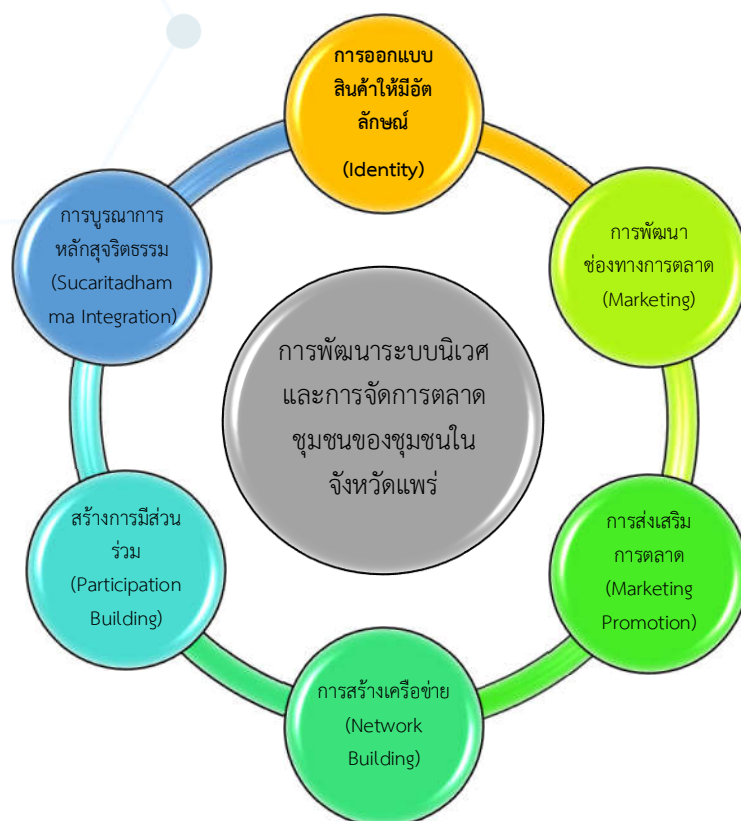
ปฏิบัติให้กับผู้ขายของในตลาด จัดทางงบประมาณในการพัฒนาตลาด ประชาสัมพันธ์ตลาด แก้ไขปัญหา สนับสนุน รับฟังความคิดเห็นของทุกภาคส่วน ผู้ขายสินค้ามีบทบาทนำสินค้าที่มีคุณภาพมาขาย การปฏิบัติตามหลักสุขอนามัย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตัดป้ายราคาให้ชัดเจน ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของตลาด ดูแลความสะอาดตลาด ร่วมตั้งกลุ่มไลน์เพื่อรับทราบข่าวสารข้อมูล ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้บริโภคควรมีบทบาท การใช้ถุงผ้าใส่ของเพื่อลดการใช้พลาสติก เคารพกฎระเบียบตลาด รักษาสิ่งแวดล้อม เสนอแนะความคิดเห็นต่อการจัดการตลาด ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการมีกระบวนการจัดการอบรมในการพัฒนาให้ความรู้ที่ดี ด้านระบบนิเวศโดยเน้นจิตอาสาและการมีส่วนร่วมจึงส่งผลให้มีระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปรานทิพย์ ตันศิริ และอภิสม อินทรลาวัณย์ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดสด: กรณีศึกษา ตลาดสดเทศบาล 1 นครเชียงราย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า แนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาตลาดสดเทศบาล 1 นครเชียงราย มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดสด ต้องตระหนักถึงหน้าที่และสิ่งที่ควรปฏิบัติของตนเพื่อเป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนในการพัฒนาตลาด เช่น พนักงานเทศบาลนครเชียงราย ควรปฏิบัติหน้าที่และมีมาตรการในการดำเนินการจัดการดูแลอย่างจริงจังคณะกรรมการตลาดควรทำหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางระหว่างเทศบาลกับผู้ประกอบการภายในตลาด เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ ในการติดต่อสื่อสารแจ้งเรื่องร้องทุกข์กับเทศบาล และเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการภายในตลาดควรมีวินัยและจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด รวมไปถึงการให้ความร่วมมือ มีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ประชาชนที่เข้าใช้บริการจับจ่ายใช้สอยภายในตลาดควรช่วยกันรักษาความสะอาดภายในตลาด

ผลการประเมินการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ โดยภาพรวม พบว่า การประเมินการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลการวิจัยสะท้อนว่า กระบวนการให้ความรู้ที่ดีเน้นการมีส่วนร่วมจึงส่งผลให้มีระดับเห็นด้วยมากที่สุด ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มาลินี กลีบทอง และคณะ (2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตเพื่อความเป็นเลิศของกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของไทย พบว่า 1. การพัฒนาองค์กรเพื่อสร้างความเป็นเลิศ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ การมุ่งเน้นบุคลากร การนำองค์กร การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ การ มุ่งเน้นลูกค้า ผลลัพธ์ และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ 2. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ การสร้างความเป็นเลิศ พบว่า นิเวศอุตสาหกรรม การบริการแห่งอนาคต และหลักธรรม สุจริต 3 มีอิทธิพลทางตรงทางอ้อม ส่งผลต่อการสร้างความเป็นเลิศในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 3. รูปแบบการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการ ตาม โมเดล 4S ประกอบด้วย 1) องค์กร ความเป็นเลิศอัจฉริยะ 2) นิเวศ อุตสาหกรรมอัจฉริยะ 3) การให้บริการแห่งอนาคตอัจฉริยะ และ 4) หลักสุจริตธรรมอัจฉริยะ (2566)

องค์ความรู้จากการวิจัย

การพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ ซึ่งตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ได้แบบผังตลาดที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนตลาดพื้นที่ขายของ พื้นที่ส่วนร้านค้า พื้นที่ส่วนที่จอดรถ พื้นที่ส่วนบริการ มีการจัดการตลาดโดยกรรมการวัดร่วมกับผู้ปกครองท้องที่ ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการ มีผลการประเมินการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนวัดมหาโพธิ์ของชุมชนในจังหวัดแพร่อยู่ในระดับที่ดีในระดับหนึ่ง ซึ่งก็มีข้อจำกัดทั้งในด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับงบประมาณ ในการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่สำเร็จมากยิ่งขึ้นนั้น ผู้ประกอบการวัดควรให้ประชาชนทุกภาคส่วนมาร่วมทั้งในการออกแบบสินค้าให้มีอัตลักษณ์ การพัฒนาช่องทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด การสร้างเครือข่าย สร้างการมีส่วนร่วมและนำเอาหลักสุจริตธรรมมาบูรณาการการให้มากขึ้น ดังแสดงแผนภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 องค์ความรู้การพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่
(ที่มา : พระครูโสภณกิตติบัณฑิต และคณะ)

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผู้ประกอบการตลาดวัดมหาโพธิ์ควรมีนโยบายในส่งเสริมการมีส่วนร่วมโดยการสำรวจความต้องการของประชาชนในการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดวัดมหาโพธิ์อย่างต่อเนื่อง

1.2 ผู้ประกอบการตลาดวัดมหาโพธิ์ควรมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วม

ในการสร้างความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดวัดมหาโพธิ์อย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ผู้ประกอบการตลาดวัดมหาโพธิ์ควรควรเปิดรับฟังความคิดเห็นประชาชนเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญกับความต้องการของประชาชนในการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดวัดมหาโพธิ์

2.2 ผู้ประกอบการตลาดวัดมหาโพธิ์ควรจัดกิจกรรมอบรมให้ประชาชนได้มีส่วนจัดลำดับชั้นกำหนดการในการวางแผนงานการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดวัดมหาโพธิ์

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาระบบนิเวศและการจัดการตลาดของชุมชนในจังหวัดแพร่ตามหลักทฤษฎีการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนในภาคเหนือตอนบน

3.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและยกระดับการจัดการตลาดนำซื้อแบบมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนในภาคเหนือตอนบน

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น (มปป). กระทรวงมหาดไทย. *มาตรฐานตลาด*, มปป.

กองการศึกษา เทศบาลตำบลป่าเมต. (2562). *เอกสารสรุปผลการสำรวจตลาดชุมชนมหาโพธิ์*.

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา. (2553). *กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพ.

ชีวาพร ไชยพันธ์ และกสิณ รังสิกรพุม. (2564). การศึกษาปัจจัยและแผนผังตลาดสดด้วยกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นและแบบจำลองมอนติคาโลกรณีศึกษาตลาดเอกชนและตลาดเทศบาล. *วารสารวิจัย มช. (ฉบับบัณฑิตศึกษา)*. (21)4, 48-60.

พัชรินทร์ ฤชวรารักษ์ และคณะ, จตุพร ดอนโสม และอพิชัย โสสุทธิ์. (2564). พัฒนาการและการปรับตัวของตลาดชุมชน: ทางเลือกเพื่อการพัฒนาเกษตรผสมผสาน, *มนุษย์สังคมสาร (มสส.)*. (19)1, 227-250.

มาลินี กลีบทอง และคณะ. (2566). รูปแบบการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตเพื่อความ เป็นเลิศของกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของไทย. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*. (6)1, 102-115.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับ 13. *ราชกิจจานุเบกษา*. (2565) เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง. 1 พฤศจิกายน หน้า 7-35.

วิทยา ภัทรเมธากุล และคณะ. (2564). อิทธิพลของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นผู้นำด้านสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การสีเขียวและผลการปฏิบัติงานขององค์การสีเขียวของอาคารประหยัดพลังงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*. (7)1, 135-150.

สาริต ดิลกคุณานันท์. (2558). แนวทางการออกแบบตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชา
สถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

ปรางทิพย์ ตันศิริ และอภิสม อินทรลาวัณย์. แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดสด: กรณีศึกษา ตลาดสดเทศบาล 1
นครเชียงราย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย. [ออนไลน์]. <https://postgrads.mfu.ac.th/wp-content/uploads/2022/12/>. [20 กุมภาพันธ์ 2568]

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). *Participation place in rural development: Seeking clarity through specificity, world development*, New York: Cornell University.

Sarma, S. and Sunny, S.A. (2017). Civic entrepreneurial ecosystems: Smart city emergence in Kansas City, *Business Horizons*. 60(6), 843-853.