



การบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย ตำบลชี้เหล็ก อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่  
The Management of Mae Malai Fresh Market in Khilek Subdistrict,  
Mae Taeng District, Chiang Mai Province

ชนิษฐา ใจมูล  
ธรรมพร ตันตรา  
สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล  
วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
Kanitta Jaimoon  
Thammaporn Tantra  
SuriyajasTechatunminasakul  
School of Administrative Studies, Maejo University  
Corresponding Author, Email: mju6605405001@mju.ac.th

รับบทความ: 13 พฤษภาคม 2569; แก้ไขบทความ 30 มิถุนายน 2569; ตอรับบทความ: 7 กรกฎาคม 2569  
Received: May 13, 2026; Revised: June 30, 2026; Accepted: July 7, 2026

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ประวัติความเป็นมาและกระบวนการก่อเกิดของตลาดสดแม่มาลัย 2) รูปแบบการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย และ 3) แนวทางที่เหมาะสมในการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยให้มีความยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 56 คน ประกอบด้วยคณะกรรมการบริหารตลาด ผู้นำชุมชน ผู้ค้า และผู้บริโภค โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ตลาดสดแม่มาลัยเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชนในการเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าและประกอบอาชีพ จนพัฒนาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่ การบริหารจัดการตลาดดำเนินการในรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยคณะกรรมการบริหารตลาดทำหน้าที่กำหนดระเบียบจัดสรรพื้นที่ค้า ดูแลสาธารณูปโภค และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น ผลการศึกษพบว่าประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาดขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ศักยภาพของคณะกรรมการบริหารตลาด การมีส่วนร่วมของผู้ค้าและประชาชน และการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่น ดังนั้น แนวทางการพัฒนาตลาดสดแม่มาลัยให้เกิดความยั่งยืนควรมุ่งเสริมสร้างศักยภาพของคณะกรรมการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน เพื่อให้ตลาดสามารถดำรงบทบาทเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

**คำสำคัญ :** การจัดการตลาดชุมชน; ตลาดสดแม่มาลัย; การมีส่วนร่วมของชุมชน; การบริหารตลาด

### Abstract

This research article aimed to study: 1) the history and development of Mae Malai Fresh Market; 2) the management of Mae Malai Fresh Market; and 3) appropriate approaches for the sustainable management of Mae Malai Fresh Market. This study employed a qualitative research approach. Data were collected from 56 key informants, including market committee

members, community leaders, vendors, and consumers, through in-depth interviews. The data were analyzed using content analysis.

The findings revealed that Mae Malai Fresh Market was established in response to the community's need for a place to exchange goods and conduct business, and it has gradually developed into an important economic center of the area. The market is managed through a community participatory approach, in which the market committee is responsible for establishing regulations, allocating trading spaces, maintaining public utilities, and coordinating with local government agencies. The study also found that the effectiveness of market management depends on three key factors: the capacity of the market committee, the participation of vendors and community members, and support from local government agencies. Therefore, sustainable management of Mae Malai Fresh Market should focus on strengthening the capacity of the market committee, promoting the participation of all stakeholders, and improving the management system in accordance with the local community context. These efforts will enable the market to continue serving as a local economic center and contribute to strengthening the community in the long term.

**Keywords:** Community Market Management; Mae Malai Fresh Market; Community Participation; Market Management

## บทนำ

ตลาดสดเป็นกลไกสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชน โดยเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน รวมทั้งเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น (Kotler, 2003) อีกทั้งยังเป็นระบบเศรษฐกิจฐานรากที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนในแต่ละพื้นที่ (Geertz, 1978) ในบริบทประเทศไทย ตลาดสดยังคงมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม ตลาดสดจำนวนมากกำลังเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ซึ่งมีความได้เปรียบด้านความสะดวก การบริการ และรูปแบบการจัดการ ส่งผลให้พฤติกรรมบริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป และกระทบต่อบทบาทของตลาดสดในหลายพื้นที่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

นอกจากนี้ ประเด็นด้านสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัยของผู้บริโภคยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ภาครัฐให้ความสำคัญ โดยกระทรวงสาธารณสุขและกรมอนามัยได้กำหนดแนวทางและมาตรฐานด้านสุขาภิบาลตลาด เพื่อยกระดับคุณภาพตลาดให้มีความสะอาด ปลอดภัย และเหมาะสมต่อการใช้งานของประชาชน (กรมอนามัย, 2565) ขณะเดียวกันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังมีบทบาทในการกำกับดูแลและพัฒนาตลาดสดในพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2566) จากสถานการณ์ดังกล่าว รัฐบาลได้ส่งเสริมการพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้และสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ตลาด

สดหลายแห่งยังคงประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการ เช่น การจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้า การดูแลสาธารณูปโภค และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของตลาด

ตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนาตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นตลาดที่มีบทบาทสำคัญต่อชุมชนในฐานะแหล่งประกอบอาชีพและศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้าในชีวิตประจำวัน แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่ายังมีข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ การจัดระเบียบพื้นที่ และการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค รวมถึงการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

ดังนั้น การศึกษาการจัดการตลาดสดแม่มาลัยจึงมีความสำคัญ เพื่อให้เข้าใจถึงประวัติความเป็นมา รูปแบบการบริหารจัดการ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของตลาด รวมถึงแนวทางในการพัฒนาให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ อันจะนำไปสู่การยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาด และทำให้ตลาดสามารถดำรงบทบาทเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการของตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่
3. เสนอแนวทางการพัฒนาตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่

### การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษา โดยประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการตลาด ทฤษฎีการบริหาร แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ ทฤษฎีความพึงพอใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดสด

จากการศึกษาพบว่า แนวคิดทางการตลาดให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การสร้างคุณค่า และการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจการตลาดสด เนื่องจากตลาดสดเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ต้องตอบสนองความต้องการของประชาชนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ทฤษฎีการบริหารยังเป็นแนวทางสำคัญในการจัดการองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย โดยครอบคลุมการวางแผน การจัดองค์การ การบริหารบุคลากร การอำนวยการ และการควบคุมการดำเนินงาน ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการตลาดสด เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

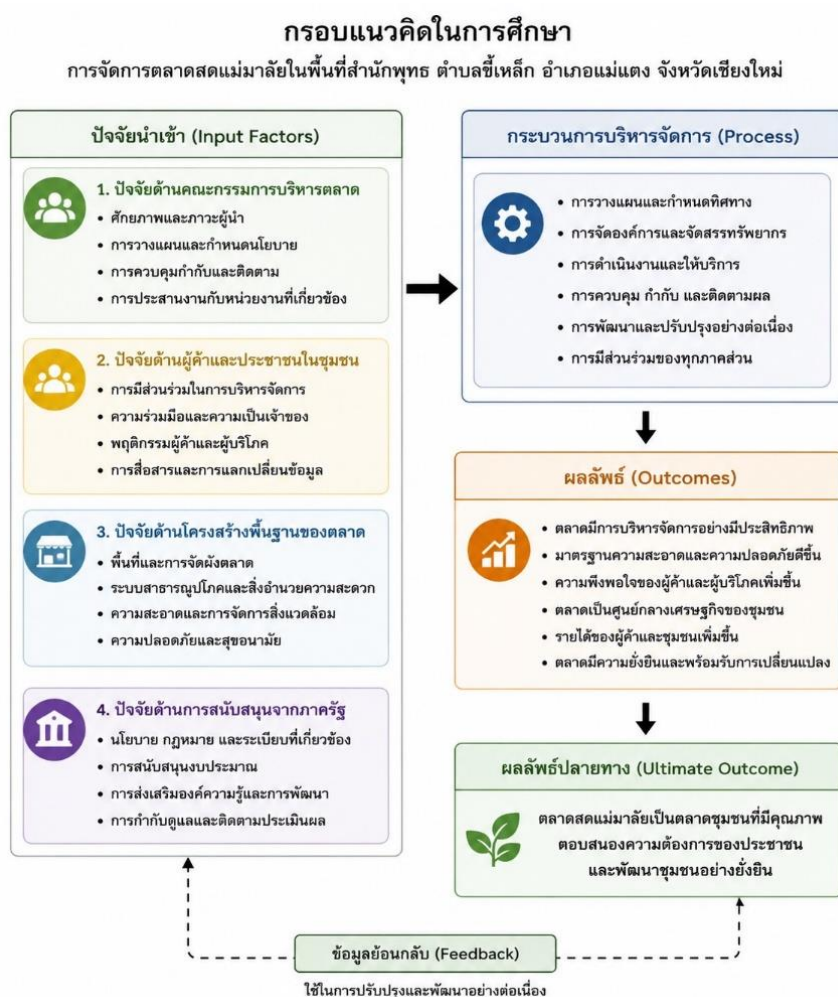
สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการบริการและความพึงพอใจ พบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึง

พอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด ซึ่งความพึงพอใจดังกล่าวจะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดในระยะยาว

ขณะเดียวกัน การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การบริหารจัดการตลาดสดให้มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้า การรักษาความสะอาด การจัดการขยะ การจัดระเบียบจราจรและพื้นที่จอดรถ การดูแลสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ค้า ผู้บริโภค ผู้นำชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาสังเคราะห์เป็นแนวทางในการศึกษาประวัติความเป็นมาของตลาดสดแม่มาลัย สภาพการบริหารจัดการ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

## กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

### 1. สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ตลาดสดแม่มาลัย ตั้งอยู่ในพื้นที่ของพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนาตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ โดยตลาดแม่มาลัยตั้งอยู่บนถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 107 (เชียงใหม่-ฝาง) และอยู่ในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลสันมหาพน ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยหมู่บ้านจำนวน 12 หมู่บ้าน เหตุผลที่เลือกพื้นที่ดังกล่าว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ผู้วิจัยมีความคุ้นเคยในบริบทของชุมชน สามารถเข้าถึงข้อมูลและให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถสะท้อนสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนได้ตรงตามบริบทของพื้นที่ศึกษา

### 2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจ มีประสบการณ์ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย หรือเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยได้

เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย 1) เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย หรือเป็นผู้ให้บริการตลาดสดแม่มาลัยโดยตรง 2) อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับตลาดสดแม่มาลัยไม่น้อยกว่า 1 ปี 3) มีความสนใจในการให้ข้อมูล และ 4) สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการบริหารจัดการ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาตลาดสดแม่มาลัยได้อย่างชัดเจน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนทั้งสิ้น 56 คน ประกอบด้วย ประธานและคณะกรรมการผู้ดูแลตลาดสดแม่มาลัย จำนวน 4 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 3 คน นายกเทศมนตรี จำนวน 1 คน สมาชิกสภาเทศบาล จำนวน 3 คน ผู้นำกลุ่มองค์กรชุมชน จำนวน 5 คน พ่อค้าแม่ค้า จำนวน 20 คน และผู้บริโภคน จำนวน 20 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และเพศหญิง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 35-70 ปี สำหรับอาชีพของผู้ให้ข้อมูล กลุ่มผู้บริโภคนประกอบด้วยแม่บ้าน จำนวน 10 คน เกษตรกร จำนวน 5 คน และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว จำนวน 5 คน ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการเป็นพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาดสดแม่มาลัย จำนวน 20 คน นอกจากนี้ยังประกอบด้วยผู้บริหารตลาด ผู้นำชุมชน และผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยโดยตรง จึงสามารถให้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครอบคลุม

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อกำหนดประเด็นในการรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 5 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาดสดแม่มาลัย ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลด้านการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด

เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการแก้ไข และตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบและรอบคอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการวิจัยได้อย่างเหมาะสม โดยมีขั้นตอนดังนี้ คือ 1) การติดต่อประสานงานและกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับคณะกรรมการบริหารตลาด ผู้นำชุมชน ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มองค์กรชุมชน พ่อค้าแม่ค้า และผู้บริโภคในพื้นที่ พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจ และกำหนดนัดหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามให้มีความยืดหยุ่น เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้อย่างอิสระ และดำเนินการสัมภาษณ์ในสถานที่ที่สะดวกต่อผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งมีการจดบันทึกและบันทึกเสียง (เมื่อได้รับอนุญาต) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง และ 3) การตรวจสอบและสรุปข้อมูลเบื้องต้น โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และความสอดคล้องของเนื้อหา ก่อนนำมาสรุปและจัดระเบียบข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 56 คน ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการบริหารตลาด ผู้นำชุมชน ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มองค์กรชุมชน พ่อค้าแม่ค้า และผู้บริโภค ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การจดบันทึกภาคสนาม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลมาถอดความ ตรวจสอบความถูกต้อง และจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ ประวัติความเป็นมาและการก่อเกิดของตลาดสดแม่มาลัย การบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย และแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัย

หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และตีความข้อมูล โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่ม รวมทั้งเชื่อมโยงข้อมูลกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบการพรรณนาความเรียง (Descriptive Analysis)

#### ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพัฒนาการของตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะแตง จังหวัดเชียงใหม่ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ตลาดสดแม่มาลัยเกิดขึ้นจากความต้องการของประชาชนในชุมชนที่ต้องการพื้นที่สำหรับการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน โดยในระยะแรกเป็นเพียงพื้นที่ค้าขายขนาดเล็กที่ชาวบ้านนำผลผลิตทางการเกษตรและสินค้าพื้นบ้านมาจำหน่าย ต่อมาเมื่อชุมชนมีการขยายตัวและมีประชาชนเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ตลาดจึงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจน

กลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งซึ่งเป็นผู้นำชุมชน กล่าวว่า “ตลาดแม่มาลัยเป็นศูนย์กลางการค้าของคนในพื้นที่มานาน ชาวบ้านส่วนใหญ่นำผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่าย และเป็นสถานที่ที่สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2568)

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ตลาดสดแม่มาลัยมีพัฒนาการจากพื้นที่ค้าขายขนาดเล็กของชุมชน สู่การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญของตำบลหลักและพื้นที่ใกล้เคียง

2. ผลการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนาตำบลหลัก อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า การบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยดำเนินการโดยคณะกรรมการบริหารตลาด ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้า การจัดระเบียบพื้นที่ค้าขาย การจัดเก็บค่าเช่าพื้นที่ และการดูแลสาธารณูปโภคภายในตลาด โดยมีลักษณะเป็นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมที่อาศัยความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการตลาด ผู้ค้า ประชาชนในชุมชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งซึ่งเป็นคณะกรรมการบริหารตลาด กล่าวว่า “การบริหารตลาดต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งคณะกรรมการ ผู้ค้า และหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อให้ตลาดสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระเบียบและตอบสนองความต้องการของประชาชน” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2568)

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยเป็นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยคณะกรรมการบริหารตลาดเป็นกลไกหลักในการดำเนินงานและประสานความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

3. ผลการศึกษานโยบายการพัฒนาตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลหลัก อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาตลาดสดแม่มาลัยแตกต่างกันตามบทบาทและประสบการณ์ในการใช้ประโยชน์จากตลาด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้นำชุมชนและผู้ใหญ่บ้านให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่า ปัญหาสำคัญของตลาด คือ ปัญหาความสะอาด การจัดการขยะ และการระบายน้ำเสีย ซึ่งในบางช่วงเวลาส่งกลิ่นไม่พึงประสงค์และส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมโดยรอบ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า “ปัญหาที่พบอยู่เป็นประจำคือเรื่องขยะและน้ำเสีย โดยเฉพาะในช่วงที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ทำให้เกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของตลาด” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2568) ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้บริโภครายหนึ่งให้ความเห็นตรงกันว่า แม้ตลาดจะได้รับการปรับปรุงพื้นที่บางส่วนแล้ว แต่ภาพรวมของตลาดยังคงมีลักษณะเก่า มีสภาพค่อนข้างมืด และการจัดโซนจำหน่ายสินค้ายังไม่ชัดเจน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า “แม้ว่าจะมีการปรับปรุงพื้นที่ทางเดินภายในตลาดแล้ว แต่ภาพรวมของตลาดยังคงดูเก่าและมีสภาพไม่แตกต่างจากในอดีต อีกทั้งการจัดโซนสินค้ายังไม่ชัดเจน ทำให้เลือกซื้อสินค้าได้ไม่สะดวก” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2568) ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มพ่อค้า แม่ค้าให้ข้อมูลว่า ตลาดมีการปรับปรุงและพัฒนาดีขึ้นจากเดิม โดยเฉพาะการปรับปรุงพื้นที่ทางเดินและพื้นที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกในการประกอบอาชีพ อย่างไรก็ตาม ผู้ค้าส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการพัฒนาโครงสร้างของตลาดเพิ่มเติม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายหนึ่งกล่าวว่า “ปัจจุบันตลาดมีการปรับปรุงและพัฒนาดีขึ้นจากเดิม โดยเฉพาะด้านพื้นที่จำหน่ายสินค้าและความสะดวกในการค้าขาย แต่ยังควรพัฒนาโครงสร้างโดยรวมของตลาดเพิ่มเติม” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2568)

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า แนวทางการพัฒนาตลาดสดแม่มาลัยควรมุ่งเน้นการปรับปรุงระบบจัดการขยะและน้ำเสีย การพัฒนาสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของตลาด การเพิ่มแสงสว่างภายในตลาด และการจัดโซนจำหน่ายสินค้าให้เป็นสัดส่วนและชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์ของตลาดให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนในปัจจุบัน

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ประวัติความเป็นมาและการก่อเกิดตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะเณง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ตลาดสดแม่มาลัยเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เดิมซึ่งเคยเป็นที่ตั้งของวัดสันป่าสัก ก่อนจะถูกปรับเปลี่ยนมาเป็นพื้นที่ค้าขาย โดยอาศัยความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งที่อยู่บนเส้นทางคมนาคมสายหลักที่เชื่อมต่อระหว่างอำเภอสาคัญ เช่น เชียงใหม่ ฝาง และปาย ส่งผลให้พ่อค้าแม่ค้าและประชาชนในพื้นที่เข้ามาใช้พื้นที่ในการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างต่อเนื่อง จนค่อย ๆ พัฒนาเป็นตลาดถาวรในเวลาต่อมา ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดเกี่ยวกับตลาดท้องถิ่นของ Geertz (1978) ที่มองว่าตลาดไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และการปรับตัวของคนในชุมชน โดยการเกิดขึ้นของตลาดมักมีพื้นฐานมาจากความต้องการของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ ซึ่งในกรณีของตลาดแม่มาลัยสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการปรับตัวตามบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณวัฒน์ อุทัยเลิศ (2551) ที่พบว่า การก่อเกิดของตลาดชุมชนมักเริ่มต้นจากการรวมตัวของคนในพื้นที่ และมีการพัฒนาไปตามความต้องการทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม จุดที่แตกต่างจากงานวิจัยดังกล่าวคือ ตลาดแม่มาลัยมีลักษณะการก่อเกิดจากการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ทางศาสนาไปสู่พื้นที่ทางเศรษฐกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของพื้นที่ที่มีความเฉพาะตัว และแสดงถึงความยืดหยุ่นของชุมชนในการปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละช่วงเวลา

2. การบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบลชี้เหล็ก อำเภอมะเณง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยมีลักษณะเป็นการบริหารแบบภายใน โดยมีผู้ดูแลตลาดและคณะกรรมการเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น การจัดสรรพื้นที่ค้าขาย การควบคุมไม่ให้สินค้าซ้ำซ้อน การจัดเก็บค่าเช่า และการดูแลระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้าและน้ำประปา การกำหนดหน้าที่ดังกล่าวช่วยให้การดำเนินงานของตลาดเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และลดความขัดแย้งระหว่างผู้ค้าได้ในระดับหนึ่ง

ในด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าตลาดมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานบางส่วน เช่น การเปลี่ยนพื้นจากดินลูกรังเป็นพื้นคอนกรีต การติดตั้งระบบไฟฟ้า และการจัดให้มีห้องน้ำ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดในบางประเด็น เช่น ปัญหาความแออัด การจัดโซนสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบในบางพื้นที่ รวมถึงปัญหาด้านสุขอนามัยและการระบายน้ำในบางจุด ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการของ Kotler (2003) ที่ระบุว่าการจัดระบบการบริหารและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่พบว่า การมีผู้ดูแลหรือคณะกรรมการที่มีบทบาทชัดเจน จะช่วยให้การบริหารจัดการตลาดมีความต่อเนื่องและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดของ World Health Organization (2006) ที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมของตลาด

สด พบว่าตลาดแม่มาลัยยังมีข้อจำกัดในบางด้าน โดยเฉพาะในเรื่องความสะอาดและการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจเป็นผลมาจากลักษณะการบริหารที่เป็นตลาดเอกชน ทำให้การพัฒนาต้องอาศัยศักยภาพของผู้ดูแลตลาดเป็นหลัก และไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกอย่างเต็มที่เหมือนตลาดที่อยู่ภายใต้การดูแลของภาครัฐ

3. แนวทางที่เหมาะสมในการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยในพื้นที่สำนักงานพระพุทธศาสนา ตำบล ขี้เหล็ก อำเภอมะแตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แนวทางที่เหมาะสมในการบริหารจัดการตลาดสดแม่มาลัยควรมุ่งเน้นการพัฒนาในด้านความสะอาด การจัดระเบียบพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของผู้ค้าภายในตลาด เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานของตลาด และภาพลักษณ์โดยรวมในสายตาของผู้บริโภค

ในด้านความสะอาดและสิ่งแวดล้อม พบว่ายังมีบางจุดที่ต้องปรับปรุง หากมีการจัดการอย่างเป็นระบบ จะช่วยยกระดับคุณภาพของตลาดได้อย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน การจัดระเบียบพื้นที่ เช่น การแบ่งโซนสินค้า หรือการกำหนดพื้นที่ทางเดินให้เหมาะสม จะช่วยลดปัญหาความแออัด และทำให้ตลาดมีความเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ผู้ค้าภายในตลาดเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลและพัฒนาตลาด ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากผู้ค้าเป็นผู้ที่ใช้พื้นที่โดยตรง หากมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางหรือกฎระเบียบ จะช่วยให้เกิดความร่วมมือและลดปัญหาความขัดแย้งในการดำเนินงาน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่เน้นให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทในการจัดการทรัพยากรร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้การบริหารจัดการมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณวัฒน์ อุทัยเลิศ (2551) ที่เสนอว่าการพัฒนาตลาดชุมชนควรให้ความสำคัญทั้งด้านกายภาพและด้านการบริหารจัดการควบคู่กัน อย่างไรก็ตาม ในกรณีของตลาดแม่มาลัย แนวทางการพัฒนายังคงต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของพื้นที่ และรูปแบบการบริหารที่เป็นตลาดเอกชน ซึ่งแตกต่างจากตลาดที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น การพัฒนาจึงควรเป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป และสอดคล้องกับศักยภาพของผู้ดูแลตลาดและผู้ค้าในพื้นที่

### องค์ความรู้ใหม่

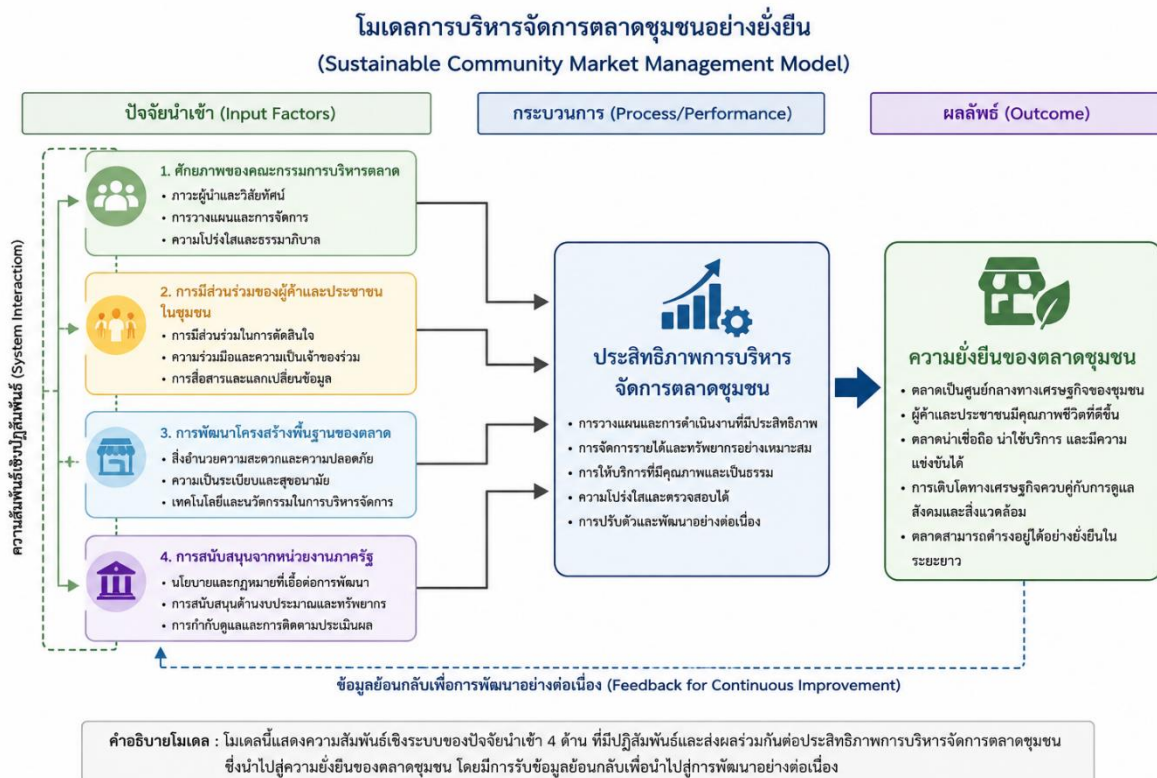
จากการศึกษาการจัดการตลาดสดในชุมชน สามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ “โมเดลการบริหารจัดการตลาดชุมชนอย่างยั่งยืน” (Sustainable Community Market Management Model) โดยแสดงความสัมพันธ์เชิงระบบขององค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพของคณะกรรมการบริหารตลาด การมีส่วนร่วมของผู้ค้าและประชาชนในชุมชน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของตลาด และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวทำหน้าที่เป็นปัจจัยนำเข้า (Input Factors) ที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อกันในลักษณะเชิงบูรณาการ

โดยศักยภาพของคณะกรรมการบริหารตลาดเป็นกลไกหลักในการกำหนดนโยบาย วางแผน และกำกับการดำเนินงาน ขณะที่การมีส่วนร่วมของผู้ค้าและประชาชนในชุมชนเป็นแรงสนับสนุนที่ช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของตลาดเป็นปัจจัยเชิงกายภาพที่ส่งผลต่อความสะดวก ความเป็นระเบียบ และความน่าใช้บริการของตลาด และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเป็นปัจจัยเชิงนโยบายที่ช่วยส่งเสริมด้านงบประมาณ การกำกับดูแล และการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้ ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะของระบบ (System Interaction) และส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาดชุมชน (Process/Performance) ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ปลายทาง คือ การ

พัฒนาตลาดชุมชนให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว (Outcome/Sustainability)

ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ของการบริหารจัดการตลาดชุมชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการตลาดสดในบริบทชุมชนต่อไปได้



## แผนภาพที่ 2 สรุปองค์ความรู้จากการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถสังเคราะห์กรอบแนวคิด “โมเดลการบริหารจัดการตลาดชุมชนอย่างยั่งยืน” โดยพบว่าองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการตลาดสดในชุมชนให้มีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย 4 ด้านหลักที่มีความสัมพันธ์กันเชิงระบบ ได้แก่ ศักยภาพของคณะกรรมการบริหารตลาด การมีส่วนร่วมของผู้ค้าและประชาชนในชุมชน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของตลาด และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

**ศักยภาพคณะกรรมการบริหารตลาด** เป็นกลไกสำคัญในการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการตลาด โดยมีบทบาทในการวางแผน การกำหนดนโยบาย และการกำกับติดตามการดำเนินงาน รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะในการบริหารจัดการจะส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานโดยรวมของตลาด

**การมีส่วนร่วมของผู้ค้าและประชาชนในชุมชน** เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญในการสร้างความร่วมมือและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยการเปิดโอกาสให้ผู้ค้าและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

การวางแผน และการดำเนินกิจกรรมภายในตลาด จะช่วยให้การบริหารจัดการตลาดมีความสอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชนมากยิ่งขึ้น

**การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของตลาด** เป็นปัจจัยเชิงกายภาพที่มีบทบาทในการยกระดับคุณภาพของตลาด ทั้งด้านความเป็นระเบียบ ความสะอาด ความสะดวกในการใช้บริการ รวมถึงการจัดการพื้นที่จำหน่ายสินค้า ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการค้าขายและการใช้บริการของประชาชน

**การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ** เป็นปัจจัยเชิงนโยบายที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมทั้งด้านงบประมาณ การกำหนดนโยบาย การกำกับดูแล และการส่งเสริมองค์ความรู้แก่คณะกรรมการบริหารตลาดและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

ทั้งนี้ องค์ประกอบทั้ง 4 ด้านดังกล่าวมีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะของระบบ (System Interaction) และส่งผลต่อประสิทธิภาพกระบวนการบริหารจัดการตลาดชุมชน (Process/Performance) ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ปลายทาง คือการพัฒนาตลาดชุมชนให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว (Outcome/Sustainability)

ดังนั้น องค์ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ของการบริหารจัดการตลาดชุมชนอย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการตลาดสดในบริบทชุมชนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการบริหารจัดการตลาดสดในชุมชน พบว่าการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งคณะกรรมการบริหารตลาด ผู้ค้าประชาชนในชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการบริหารตลาด การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การบริหารจัดการตลาดควรคำนึงถึงบริบทของพื้นที่และความต้องการของประชาชนเป็นสำคัญ เพื่อให้ตลาดสามารถทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1.1 ควรกำหนดแนวทางหรือมาตรฐานในการกำกับดูแลตลาดให้มีความเป็นระเบียบ
- 1.2 ควรมีการวางแผนพัฒนาตลาดให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่
- 1.3 ควรสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการบริหารตลาด

### 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 2.1 ควรจัดระเบียบพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้เป็นสัดส่วน
- 2.2 ควรดูแลความสะอาดภายในตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- 2.3 ควรจัดให้มีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอ เช่น น้ำและไฟฟ้า
- 2.4 ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ค้าในการดูแลตลาด
- 2.5 ควรสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ค้าและประชาชนในพื้นที่

### 3. ข้อเสนอแนะเชิงการบริหารจัดการ

- 3.1 คณะกรรมการบริหารตลาดควรพัฒนาความรู้และทักษะด้านการบริหาร
- 3.2 ควรกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการให้ชัดเจน

- 3.3 ควรมีการวางแผนการบริหารจัดการตลาดอย่างเป็นระบบ
- 3.4 ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง
- 3.5 ควรมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาด
- 3.6 ควรส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ ผู้ค้า และชุมชน

#### 4. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 4.1 ควรมีการศึกษาการบริหารจัดการตลาดสดในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทแตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินงานและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการตลาดในแต่ละพื้นที่
- 4.2 ควรศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในตลาดสด เพื่อให้เข้าใจความต้องการและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดให้ตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น
- 4.3 ควรศึกษาบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดในเชิงลึก เพื่อให้เห็นถึงรูปแบบความร่วมมือและแนวทางการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.4 ควรศึกษาผลกระทบของตลาดสดที่มีต่อเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งในด้านรายได้ของผู้ค้าและการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาตลาด
- 4.5 ควรศึกษารูปแบบและแนวทางการพัฒนาตลาดสดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อให้ตลาดสามารถปรับตัวและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

#### เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2566). *แนวทางการบริหารจัดการตลาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย.
- กรมอนามัย. (2565). *มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อและแนวทางการพัฒนาสุขาภิบาลตลาด*. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- ปานวัฒน์ อุทัยเลิศ. (2551). *การจัดการธุรกิจชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวาย* [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *รายงานภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนไทย พ.ศ. 2564*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Geertz, C. (1978). The bazaar economy: Information and search in peasant marketing. *American Economic Review*, 68(2), 28–32.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Prentice Hall.
- World Health Organization. (2006). *Five keys to safer food manual*. WHO Press.