



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่
เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิทยานิพนธ์
ของ
ชวนใจ สุวันลาตี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

เมษายน 2569

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่
เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิทยานิพนธ์

ของ

ชวันใจ สุวันลาสี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

เมษายน 2569

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

FACTORS AFFECTING VENDOR'S PARTICIPATION IN MANAGING
THE LARGE MARKET IN THAKHEK, KHAMMOUANE PROVINCE,
LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC

BY

KHOUANCHAY SOUVANLASY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Master of Art in Public and Private Management
at Sakon Nakhon Rajabhat University

April 2026

All Rights Reserved by Sakon Nakhon Rajabhat University

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ที่กรุณาแนะนำ เสนอแนะ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการสอบเค้าโครงและสอบป้องกันทุกท่าน ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พร้อมให้คำแนะนำการพัฒนาวิธีดำเนินการวิจัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงทางวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม

ขอขอบพระคุณ แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ตลอดจนผู้ขายสินค้าภายในตลาดสุขสมบูรณ์ แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวทุกท่านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และญาติพี่น้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน ทั้งด้านกำลังใจและกำลังทรัพย์ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและคอยให้กำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา มารดาของผู้วิจัย และบูรพาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนจนผู้วิจัยสามารถดำรงตนและบรรลุผลสำเร็จในปัจจุบัน

ขวัญใจ สุวันลาสี

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ผู้วิจัย	ชวนใจ สุวันลาสี
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง
ปริญญา	ศศ.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปีที่พิมพ์	2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสด และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด (2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด (3) เสนอแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 295 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาพรวมของปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางสังคมจัดอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางการเมืองการปกครองจัดอยู่ในระดับปานกลาง และการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดจัดอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคม มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายการมีส่วนร่วมได้ร้อยละ 49.20 และ (3) แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ประกอบด้วย แนวทางการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ แนวทางการส่งเสริมด้านสังคม และแนวทางการส่งเสริมด้านการเมืองการปกครอง

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม, ผู้ขายสินค้า, การจัดการตลาดสด, เมืองท่าแขก, แขวงคำม่วน

TITLE	Factors affecting vendor participation in large-scale fresh market management in Thakhek District, Khammouane Province, Lao People's Democratic Republic
AUTHOR	Khouanchay Souvanlasy
ADVISORS	Assoc. Prof. Dr. Jitti Kittilertpaisan (Thesis Advisor) Asst. Prof. Dr. Denchai Sompong (Thesis Co-advisor)
DEGREE	The Master of Art in Public and Private Sector Management
INSTITUTION	Sakon Nakhon Rajabhat University
YEAR	2026

ABSTRACT

This research aimed to (1) study the level of factors promoting fresh market management and the level of vendor participation in fresh market management; (2) analyze the factors affecting vendor participation in fresh market management; and (3) propose guidelines for promoting vendor participation in the management of the large-scale fresh market in Thakhek District. The sample consisted of 295 vendors in Suksomboon Market, Thakhek District, Khammouane Province, Lao People's Democratic Republic. Stratified random sampling was conducted. A questionnaire was used as the data collection instrument. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The research results found that (1) the overall factors promoting the large-scale fresh market management in Thakhek District were at a high level, with economic and social factors at a high level, while political and administrative factors were at a moderate level, whereas vendor participation in the fresh market management was at a high level; (2) political and administrative, economic, and social factors had a statistically significant influence on the vendor participation in the large-scale fresh market management in Thakhek District at the .01 level, which could together predict participation at 49.20%; (3) guidelines for promoting the vendor participation in the large-scale fresh market management in Thakhek District included economic, social and political and administrative promotion guidelines.

Keywords: Participation, Vendors, Fresh market management, Thakhek District, Khammouane Province

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
คำถามของการวิจัย	3
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ	17
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม	20
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง	23
บริบทของตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ระยะที่ 1 การศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการ	
ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตย	
ประชาชนลาว	37
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ระยะที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการ ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว	47
ระยะที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาด สดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว	51
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	54
การศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการ ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว	64
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
สรุปผลการวิจัย	69
อภิปรายผลการวิจัย	72
ข้อเสนอแนะการวิจัย	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์	84
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญ	88
ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	90
ภาคผนวก ง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม	97
ประวัติย่อของผู้วิจัย	100

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม	14
2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	38
3 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม	39
4 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปรปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการ ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก	40
5 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปร ปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาด สดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	40
6 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปรปัจจัยทางการเมืองการปกครองใน การจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	41
7 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปรการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการ จัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	41
8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ.....	50
9 แสดงสมมติฐานในการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลการมีส่วน ร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	51
10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	55
11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	55
12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาด ใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	56
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการ ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว.....	56
14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสด ขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	57
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการ จัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก	58

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	58
17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	59
18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	60
19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	61
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	61
21 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรต้น และระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม.....	63
22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	63
23 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย.....	64
24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายข้อกับค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	65
25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายข้อกับค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	66
26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายข้อกับค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก.....	66

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดของการวิจัย	5

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) กำลังเผชิญกับความท้าทายจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ แม้ว่าในปี ค.ศ. 2024 ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศจะมีการขยายตัวที่ร้อยละ 4.1 ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตในภาคบริการ ไฟฟ้า เหมืองแร่ เกษตรกรรม และอุตสาหกรรมการผลิต แต่ประเทศยังคงเผชิญปัญหาหนี้สาธารณะที่อยู่ในระดับไม่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับภาวะเงินเฟ้อที่ยังคงอยู่อย่างต่อเนื่อง (World Bank, 2025) ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติในการเปลี่ยนผ่านประเทศจากสถานะไม่มีทางออกสู่ทะเล (Land-locked) ให้เป็นประเทศเชื่อมโยงทางบก (Land-linked) โดยมุ่งเน้นการลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน สอดรับกับนโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 9 (ค.ศ. 2021-2025) ที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (กระทรวงแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 2564) ทั้งนี้ "แขวงคำม่วน" นับเป็นหนึ่งในพื้นที่เป้าหมายสำคัญในการเชื่อมโยงภูมิภาคผ่านการขับเคลื่อนโครงการยุทธศาสตร์ "ท่าเรือบกท่าแขก" (Thakhek Dry Port) ที่มีเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์เชื่อมโยงการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเวียดนาม ลาว และไทย

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของแขวงคำม่วน ส่งผลให้เกิดการตื่นตัวทางการค้าและการบริโภคในพื้นที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจฐานรากอย่าง "ตลาดสด" ปัจจุบันแขวงคำม่วนมีตลาดที่เป็นรูปแบบตลาดรายวัน (Daily Market) จำนวน 30 แห่ง (แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 1 แห่ง ขนาดกลาง 12 แห่ง ขนาดเล็ก 17 แห่ง) และตลาดนัดชุมชนที่ไม่มีโครงสร้างถาวรอีกกว่า 40 แห่ง อย่างไรก็ตาม ตลาดส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาการจัดระเบียบตามหลักสุขาภิบาลที่ดี แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล จึงได้ออกข้อตกลงและแต่งตั้งคณะกรรมการจัดสรรและคุ้มครองตลาด เพื่อยกระดับมาตรฐานตลาดให้มีความสะอาด ปลอดภัย และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยมุ่งเป้าการพัฒนาไปที่ "ตลาดสุขสมบูรณ์" (ตลาดหลัก 3) ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองท่าแขก ให้เป็นต้นแบบของการพัฒนา ตลาดแห่งนี้ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1991 บริหารงานโดยภาคเอกชน มีพื้นที่กว้างถึง 4 เฮกตาร์ และมีร้านค้าอยู่รวมกว่า 1,120 แผง ครอบคลุมสินค้าอุปโภคบริโภคทุกประเภท ตั้งแต่อาหารสด ของชำ ไปจนถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าและทองคำ ทว่าในปัจจุบัน ตลาดสุขสมบูรณ์กำลังเผชิญกับวิกฤตทางกายภาพอย่างหนัก ทั้งปัญหาความแออัดของพื้นที่ขาย การขาดระบบระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพ การจัดการขยะที่ไม่ได้มาตรฐานจนกลายเป็นแหล่งสะสมเชื้อโรคและส่งกลิ่นเหม็น ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาวะของผู้ค้าและผู้ซื้อ รวมถึงความล่าช้าของสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกที่ไม่สามารถรองรับการเติบโตของเมืองท่าแขกในระยะยาวได้ การเร่งแก้ไขปัญหาและยกระดับมาตรฐานตลาดแห่งนี้จึงเป็นวาระเร่งด่วน (แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน, 2568)

ในการพัฒนาตลาดสดขนาดใหญ่ให้ยั่งยืนจำเป็นต้องขับเคลื่อนด้วยการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผนและตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับประโยชน์ และการติดตามและประเมินผล (ปวิตร จงนภาศิริกุล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Cohen & Uphoff, 1980) โดยในบริบทของตลาดสุขสมบูรณ์ ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ค้ารายย่อยที่มีบทบาทสำคัญต่อการค้าขายแลกเปลี่ยนในตลาดสดท้องถิ่น เป็นผู้เชื่อมโยงกับหน่วยย่อยต่าง ๆ ในระบบตลาดหลายส่วน และทำหน้าที่เป็นหน่วยย่อยลำดับสุดท้ายในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค (กฤษดา ปัจจำนัย และคณะ, 2564) ซึ่งเป็นแรงงานนอกระบบที่มาตรการในการคุ้มครองแรงงานของภาครัฐดูแลไม่ทั่วถึง (Khammouane Provincial Department of Industry and Commerce, 2025) จึงมักประสบปัญหาด้านการทำงาน อาทิ ค่าตอบแทนน้อย สภาพแวดล้อมในการทำงานไม่ดี และไม่มีความมั่นคงในการทำงาน (ธนิษฐ์รัฐ ไชยพัฒน์เดชากร และคณะ, 2568) การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าที่จำกัดและส่วนใหญ่เป็นการให้คำปรึกษา และมักรู้สึกถูกละเลยในขั้นตอนการวางแผนที่สำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้การให้บริการ การจัดสรรทรัพยากร และความยั่งยืนของโครงการไม่ดี เนื่องจากการสร้างความไว้วางใจและความรับผิดชอบร่วมกันอย่างจำกัด (Ninsiima et al., 2025)

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า ประกอบด้วย ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง และปัจจัยทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพ การมีงานทำ การมีรายได้ การได้รับการกระจายรายได้และทรัพยากรด้วยความเป็นธรรม และภาวะหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับตัวเงินและผลประโยชน์ทางการเงิน ซึ่งส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ทุนทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้า ความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ และความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด การเชื่อมประสานเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานและการแก้ไขปัญหาาร่วมกันขององค์กร ปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่นำมาประยุกต์ใช้ และปัจจัยทางด้านการยอมรับการเรียนรู้องค์ความรู้จากสังคมภายนอกทำให้เกิดการจัดกาทุนชุมชน นำมาสู่การบูรณาการทำงานในการจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วม (มะร่อเซะ เลี้ยว และ คณะ, 2568; Ninsiima et al., 2025) และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ได้แก่ ความโปร่งใสของนโยบาย งบประมาณพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการอำนวยความสะดวกทางกฎหมายจากภาครัฐ (Ninsiima et al., 2025) โดยนโยบายภาครัฐท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน และการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น วางแผน ติดตามและตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา (ทิวารรรถ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ, 2565)

อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจแขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังไม่มีการศึกษาใดที่ทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครองนั้น ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ของผู้ขายสินค้าหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งความสนใจที่จะศึกษาระดับการมีส่วนร่วมและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ให้แก่หน่วยงาน

ภาครัฐและเอกชน ในการออกแบบแนวทางการบริหารจัดการตลาดสดที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต สร้าง ความเป็นธรรม และกระตุ้นให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อพลิกฟื้นตลาดสุข สมบูรณ์ให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นที่ได้มาตรฐาน และสร้างความเป็นธรรมกับผู้ขายสินค้า และผู้บริโภคต่อไป

คำถามของการวิจัย

คำถามของการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีดังนี้

1. ปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ และการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จัดอยู่ในระดับใด
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือไม่ อย่างไร
3. แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ควรเป็นอย่างไร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความสำคัญ ดังนี้

1. การวิจัยนี้ช่วยขยายขอบเขตความเข้าใจในทฤษฎีการจัดการภาครัฐและเอกชน และทฤษฎีการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในบริบทของเศรษฐกิจนอกระบบของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจกลไกความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางและเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง กับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในอนาคต

2. ผลการวิจัยจะให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่จำเป็นสำหรับหน่วยงานภาครัฐในแขวงคำม่วน และผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการยกระดับมาตรฐานตลาดที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม โดยจะช่วยให้ภาครัฐสามารถออกแบบโครงการและกลไกที่เหมาะสมเพื่อสื่อสารและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและครอบคลุม ลดความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการรายย่อยจะถูกผลักดันออกจากระบบเศรษฐกิจ และช่วยให้รัฐบาลบรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยแบบผสมวิธีระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 1,120 คน (แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน, 2568)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1967) ได้จำนวน 295 คน และทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ มี 3 ปัจจัย ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การเป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้า การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และการลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขาย

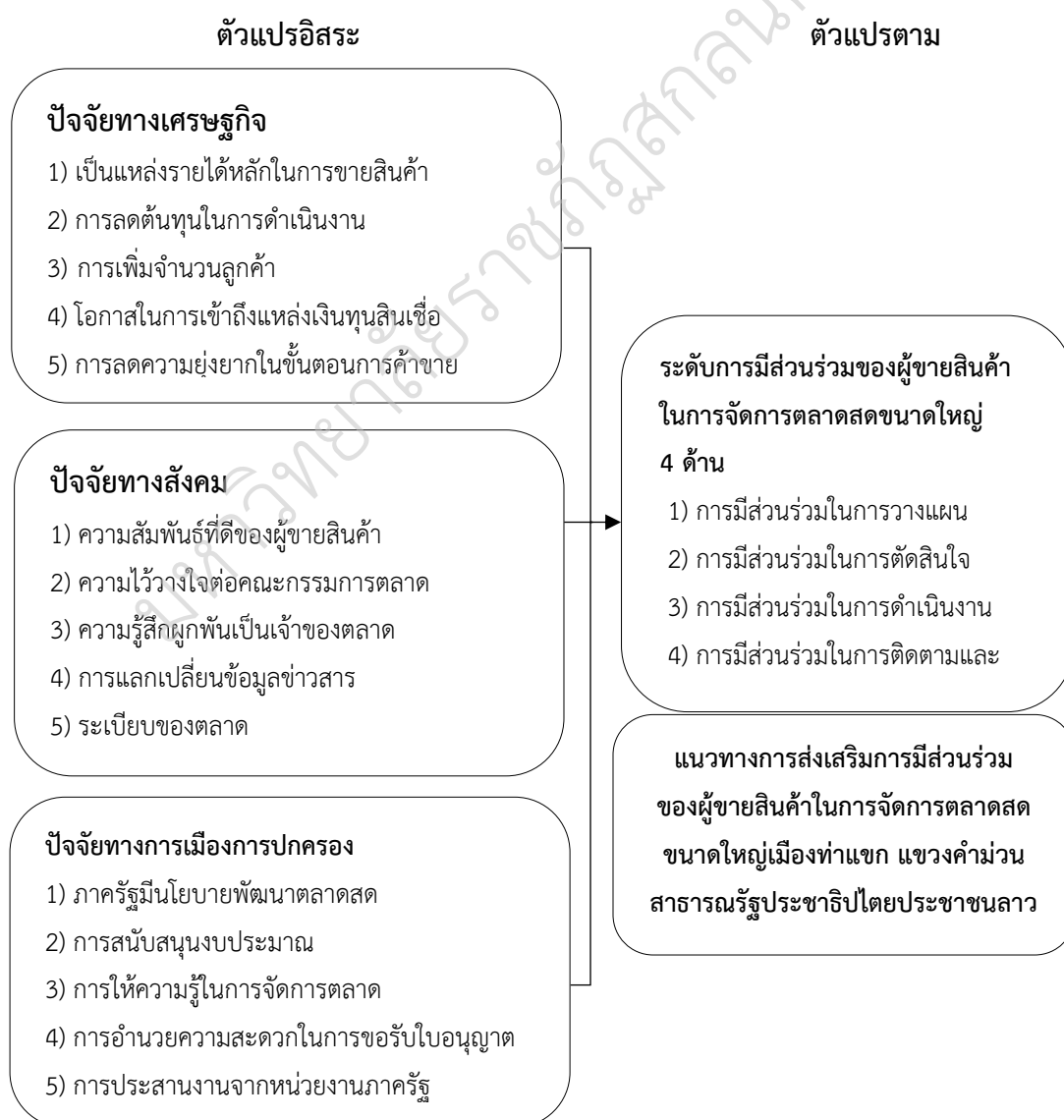
2.1.2 ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ที่ดีของผู้ขายสินค้า ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม

2.1.3 ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ประกอบด้วย ภาครัฐมีนโยบายพัฒนา ตลาดสด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการ ขอรับใบอนุญาต และ การประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ

2.2 ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขก ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ และ การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการ จัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยนี้ได้กำหนดนอยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดสด หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขก ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับประโยชน์ และการติดตามและประเมินผล ดังนี้

1.1 การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้เข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด ร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาด ร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการพัฒนาตลาดในอนาคต เสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด และร่วมพิจารณาแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ

1.2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ ร่วมปฏิบัติในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้อื่นรับทราบ รวมถึงร่วมมือในการดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด

1.3 การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้ประโยชน์จากการพัฒนาตลาดเช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ คณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้า กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้า มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาตลาด และได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้านายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด

1.4 การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้ร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด แจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการตลาดให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงานและร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกเป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้า การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ผู้ขายสินค้าลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้า ทำให้ผู้ขายสินค้านี้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น และช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่

3. ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกมี ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้านรายอื่นในตลาด ใ้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด รู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของ ตลาดแห่งนี้ ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้านรายอื่น และรู้สึกว่ระเบียบของตลาดมีความ ชัดเจนและเป็นธรรม

4. ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง หมายถึง ในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำ ม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น มีการสนับสนุน บประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต และการประสานงานภาครัฐมีความสะดวก คล่องตัว

5. ตลาดสดขนาดใหญ่ หมายถึง ตลาดสุขสมบูรณ์ (ตลาดหลัก 3) ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่เมืองท่า แขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

6. ผู้ขายสินค้า หมายถึง พ่อค้า แม่ค้า และผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งที่เป็นทางการและไม่ เป็นทางการ ที่เข้าพื้นที่หรือตั้งแผงจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ ภายในบริเวณตลาดสุขสมบูรณ์ (ตลาด หลัก 3) เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

7. แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด หมายถึง ข้อเสนอเพื่อการส่งเสริมให้ผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกมีส่วนร่วมในการจัดการตลาด สดเพิ่มมากขึ้น โดยเป็นแนวทางที่ได้จากการศึกษาปัจจัยส่งผลต่อส่วนร่วมในการจัดการตลาดสด ประกอบด้วย แนวทางการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม
 - 1.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม
 - 1.2 ความหมายของการมีส่วนร่วม
 - 1.3 ความสำคัญของการมีส่วนร่วม
 - 1.4 องค์ประกอบและตัวชี้วัดของการมีส่วนร่วม
 - 1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม
 2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ
 - 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ
 - 2.2 ความหมายของปัจจัยทางเศรษฐกิจ
 - 2.3 ความสำคัญของปัจจัยทางเศรษฐกิจ
 - 2.4 องค์ประกอบและตัวชี้วัดของปัจจัยทางเศรษฐกิจ
 - 2.5 อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการมีส่วนร่วม
 3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม
 - 3.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม
 - 3.2 ความหมายของปัจจัยทางสังคม
 - 3.3 ความสำคัญของปัจจัยทางสังคม
 - 3.4 องค์ประกอบและตัวชี้วัดของปัจจัยทางสังคม
 - 3.5 อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมต่อการมีส่วนร่วม
 4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง
 - 4.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง
 - 4.2 ความหมายของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง
 - 4.3 ความสำคัญของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง
 - 4.4 องค์ประกอบและตัวชี้วัดของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง
 - 4.5 อิทธิพลของปัจจัยทางการเมืองการปกครองต่อการมีส่วนร่วม
 5. บริบทของตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก
 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

ทฤษฎีวัฏจักรการมีส่วนร่วม มีสาระสำคัญว่า การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้นไม่ใช่เพียงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว (Single Event) แต่เป็นกระบวนการพลวัตที่มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เรียกว่า วัฏจักรการมีส่วนร่วม (Participation Cycle) ซึ่งได้มีการนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการนโยบายสาธารณะและการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล (พิสัย กาละจักร และพรเทพ โฆษิตวรภูติ, 2567; ปวิตร จงนภาศิริกุล และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Cohen & Uphoff, 1980)

1.1 การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ (participating in planning and decision making) เป็นจุดเริ่มต้นที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาร่วมค้นหาปัญหา ระบุความต้องการที่แท้จริง และกำหนดวิสัยทัศน์หรือทิศทางของโครงการร่วมกัน เป็นกระบวนการที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับสิทธิและอำนาจในการพิจารณาทางเลือก การจัดลำดับความสำคัญ และการลงมติเพื่อกำหนดกติกาหรือนโยบายที่เหมาะสมที่สุด

1.2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (participating in implementation) เป็นการแปลงแผนงานไปสู่การลงมือปฏิบัติจริง ผ่านการสนับสนุนทรัพยากร การอุทิศแรงกายแรงใจ และการร่วมมือกันขับเคลื่อนกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย

1.3 การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ (participating in receiving benefits) เป็นผลต่อเนื่องที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับสิ่งตอบแทนจากการร่วมดำเนินงานทั้งที่เป็นสิ่งของ เช่น เงิน ของรางวัล เป็นต้น และที่ไม่ใช่เงิน เช่น การยกย่องชมเชย สิทธิพิเศษ การได้รับการยอมรับ เป็นต้น

1.4 การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล (participating in monitoring and evaluation) เป็นขั้นตอนสำคัญในการตรวจสอบความโปร่งใส การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และการร่วมประเมินผลสัมฤทธิ์เพื่อนำบทเรียนที่ได้ไปปรับปรุงการบริหารงานในรอบต่อไป

ทั้งนี้ การบูรณาการกระบวนการทั้ง 4 มิติดังกล่าวเข้าด้วยกัน จะช่วยเปลี่ยนสถานะของผู้ปฏิบัติการจาก ผู้รับคำสั่ง มาเป็น หุ้นส่วนการพัฒนา ซึ่งจะช่วยก่อให้เกิดความโปร่งใส ลดความขัดแย้ง และสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน (Sense of Ownership) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้นำกรอบทฤษฎีวัฏจักรการมีส่วนร่วมของ Cohen & Uphoff มาเป็นแกนหลักในการศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด เพื่อให้ครอบคลุมการประเมินในทุกมิติอย่างรอบด้านและเป็นระบบ

2. ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการเริ่มต้นที่เปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลในพื้นที่หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาปัญหา ระบุความต้องการ ร่วมกำหนดวิสัยทัศน์ และระดมสมองเพื่อสร้างเป้าหมายร่วมกัน (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024; Ninsiima et al., 2025) ตลอดจนการมอบอำนาจให้ผู้ค้ำมีส่วนในการออกเสียง ลงมติ เลือกทางเลือก และมีอิสระในการต่อรองจัดการพื้นที่ของตนเอง (กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; ปวีตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Marjoyo et al., 2024) รวมถึงการลงมือปฏิบัติจริง ทั้งการเสียสละอุทิศเงินทุน จัดหาอุปกรณ์ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ มาตรฐานด้านสุขอนามัย (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิริสิริ, 2567; Ninsiima et al., 2025) และการเปิดพื้นที่ให้ผู้ค้ำสามารถร้องเรียน ตรวจสอบความโปร่งใส และนำผลลัพธ์มาถอดบทเรียนร่วมกันเพื่อการพัฒนา (ปวีตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; มะรอแะชะ เล้าและ และคณะ, 2568; Marjoyo et al., 2024)

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอนของการบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะ ครอบคลุมตั้งแต่การร่วมระบุปัญหา วางแผน ตัดสินใจ ลงมือปฏิบัติ และตรวจสอบประเมินผล เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง

3. ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

3.1 เป็นเครื่องมือสร้างความโปร่งใส หลักธรรมาภิบาล สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกัน และเปลี่ยนแรงต่อต้านให้เป็นความร่วมมือที่เกิดจากความเต็มใจ (กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024)

3.2 เป็นหัวใจหลักที่ทำให้โครงการพัฒนาเกิดผลลัพธ์เป็นรูปธรรม ช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุนที่สูงเกินไป ลดภาระงบประมาณของรัฐ และช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มรายได้ในระบบเศรษฐกิจ (ธราดล ศรีสุข, 2566; ปวีตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Saragih et al., 2022; Ninsiima et al., 2025)

3.3 เป็นการสร้างระบบตรวจสอบและถ่วงดุล ช่วยให้สามารถมองเห็นจุดอ่อนของแผนงานเพื่อแก้ไขนโยบายได้อย่างแม่นยำ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถปรับตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงได้ (วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; ปวีตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; Marjoyo et al., 2024)

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมถือเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จและรากฐานค้ำยันการบริหารจัดการที่ช่วยสร้างความชอบธรรม ลดช่องว่างความขัดแย้ง และเป็นหลักประกันว่าการดำเนินงานต่าง ๆ จะบรรลุเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

4. องค์ประกอบและตัวชี้วัดของการมีส่วนร่วม

องค์ประกอบที่สำคัญของการมีส่วนร่วม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล และแต่ละองค์ประกอบมีตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

4.1 การมีส่วนร่วมในการวางแผน (Participation in Planning) คือ การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้เข้ามามีบทบาทในการริเริ่ม แลกเปลี่ยนข้อมูล และร่วมกำหนดทิศทางของการดำเนินงาน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกเริ่ม (เชาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; Cohen & Uphoff, 1980; Ninsiima et al., 2025) ประกอบด้วยตัวชี้วัด ดังนี้

- 1) การเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังข้อมูล แจ้งปัญหา หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
- 2) การร่วมเสนอความคิดเห็น ให้ข้อมูล หรือสะท้อนความต้องการที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนงาน
- 3) การร่วมกำหนดเป้าหมาย นโยบาย หรือทิศทางในการดำเนินกิจกรรมและโครงการ

4.2 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Participation in Decision Making) คือ การเข้ามามีบทบาทร่วมพิจารณาและเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง ทั้งในมิติของการบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากร (กฤษดา ปัจจำเญย์ และคณะ, 2564; Cohen & Uphoff, 1980; Marjoyo et al., 2024) ประกอบด้วยตัวชี้วัด ดังนี้

- 1) การร่วมวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย และพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา
- 2) การมีส่วนร่วมในการออกเสียง ลงมติ หรือให้ความเห็นชอบในประเด็นสำคัญของส่วนรวม
- 3) การร่วมตัดสินใจในการบริหารและจัดสรรทรัพยากร เช่น งบประมาณ บุคลากร หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน

4.3 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Participation in Implementation) คือ การลงมือปฏิบัติงานจริงหรือให้การสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้กิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายและแผนงานที่ได้ตัดสินใจร่วมกันไว้ (กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; Cohen & Uphoff, 1980; Saragih et al., 2022) ประกอบด้วยตัวชี้วัด ดังนี้

- 1) การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น เช่น การสมทบทุน การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ หรือสถานที่ เป็นต้น
- 2) การสละเวลาและสนับสนุนกำลังแรงงานในการร่วมลงมือปฏิบัติกิจกรรมให้สำเร็จ
ลุล่วง
- 3) การร่วมประสานงาน ให้ความร่วมมือ และช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน

4.4 การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล (Participation in Monitoring and Evaluation) คือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบความก้าวหน้า รับทราบผลสัมฤทธิ์ ตลอดจนสะท้อนข้อบกพร่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนา (ปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Cohen & Uphoff, 1980) ประกอบด้วยตัวชี้วัด ดังนี้

- 1) การร่วมตรวจสอบและสังเกตการณ์ความก้าวหน้าของการดำเนินงานว่าตรงตามแผนที่วางไว้หรือไม่
- 2) การเข้าร่วมรับฟังการรายงานผล แจ้งปัญหา อุปสรรค และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบ
- 3) การร่วมให้ข้อเสนอแนะ สรุปบทเรียน และหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสำหรับการดำเนินงานในอนาคต

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรตามของการวิจัย คือ การมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับประโยชน์ และการติดตามและประเมินผล ดังนี้

การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้เข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด ร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาด ร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการพัฒนาตลาดในอนาคต เสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด และร่วมพิจารณาแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ ร่วมปฏิบัติในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้อื่นรับทราบ รวมถึงร่วมมือในการดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด

การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้ประโยชน์จากการพัฒนาตลาดเช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ คณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้า กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้า มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาตลาด และได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้านายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด

การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล หมายถึง ผู้จำหน่ายสินค้าได้ร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด แจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการตลาดให้

เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงานและร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมมีหลายปัจจัย ดังนี้

5.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายต่อรองผลประโยชน์ ลดความเสี่ยงทางต้นทุน ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้ค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและร่วมตัดสินใจเพื่อปกป้องความมั่นคงทางอาชีพของตน (กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565) และการมองเห็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือการเพิ่มจำนวนลูกค้า จะส่งอิทธิพลเชิงบวกที่กระตุ้นให้ผู้ค้ายินยอมและเต็มใจที่จะลงมือปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดอย่างเคร่งครัด รวมถึงมีความตื่นตัวในการให้ข้อมูลเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของส่วนรวม (ธราดล ศรีสุข, 2566; Saragih et al., 2022; Ninsiima et al., 2025)

5.2 ปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม โดยปัจจัยทางสังคม จะทำให้เกิดความรู้สึกรักและหวงแหนพื้นที่ รวมถึงความไว้วางใจซึ่งกันและกัน อันเป็นแรงผลักดันเชิงบวกที่ทำให้ผู้ค้ามีความกล้าที่จะส่งเสียงสะท้อนปัญหา และยินดีสละเวลาเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและการตัดสินใจ (กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; มะร่อแซะ เล้าะ และคณะ, 2568; Ninsiima et al., 2025) และโครงสร้างสังคมแบบพึ่งพาอาศัย ค่านิยมของชุมชน รวมถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ค้า จะมีอิทธิพลอย่างมหาศาลในการกระตุ้นให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ดี ทำให้ผู้ค้ามีวินัยในการลงมือปฏิบัติงาน รักษาสิ่งแวดล้อม และกระตือรือร้นในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตลาดไปด้วยกัน (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; Marjoyo et al., 2024; Ninsiima et al., 2025)

5.3 ปัจจัยทางการเมืองการปกครองมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม โดยปัจจัยทางการเมืองการปกครอง จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากการมีนโยบายที่โปร่งใส การให้การรับรองสถานะอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะส่งอิทธิพลให้ผู้ค้าเกิดความไว้วางใจและกล้าที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการเพื่อมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจร่วมกับรัฐ (ปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Marjoyo et al., 2024; Ninsiima et al., 2025) และการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน การจัดสรรงบประมาณ การจัดอบรมให้ความรู้ ตลอดจนความคล่องตัวในการอำนวยความสะดวกจากเจ้าหน้าที่รัฐ จะช่วยลดแรงเสียดทานและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ กระตุ้นให้ผู้ค้ายินยอมลงมือปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเต็มใจ และให้ความร่วมมือในกระบวนการตรวจสอบประเมินผลอย่างสร้างสรรค์ (ปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วีสิริสิริ, 2567; เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; Marjoyo et al., 2024)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมดังกล่าว ได้นำมาวิเคราะห์แจกแจงในตาราง 1 ต่อไปนี้

ตาราง 1 (ต่อ)

นัก วิชาการ	ปริญญ์ สมธง (2567)	ธราดล ศรีสุข (2566)	กฤษณะ ดาราเรือง (2567)	กฤษดา ปัจจำนัย (2564)	ปิวิตร จงนภาศิริกูร (2567)	พิมพ์รสร์ เต็ดชาด (2565)	มะรอนเฒะ เล้าและ (2568)	พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ (2565)	วิลาษา ภูจินดา (2565)	เชาวลิต อยู่เกิด (2564)	Marjoyo et al. (2024)	Ninsiima et al. (2025)	Saragih et al. (2022)	รวม (ความถี่)
2. ปัจจัยทางสังคม														
2) ความ ไว้วางใจ และความ สัมพันธ์ที่ดี กับคณะ กรรมการ					✓		✓				✓			3
3) ความรู้สึก เป็น เจ้าของ และความ ผูกพันกับ ตลาด						✓		✓						2
4) การ แลกเปลี่ยน ข้อมูล และ ประสบ การณ์ ระหว่างผู้ ประกอบ การ				✓										1
5) ระเบียบ ของตลาด			✓		✓				✓	✓				4

ตาราง 1 (ต่อ)

นัก วิชาการ	ป๋จยั	ป๋รพพ รรณง (2567)	ธรรดล ศรืสุย (2566)	กฤษณณ ดรรารรณง (2567)	กฤษดดา ป๋จจ่าณย์ (2564)	ป๋รพตร จงนณภาศรืกร (2567)	พมมร้สสร เต็ดดา (2565)	มรรรณเรเตะ เล้าะและ (2568)	พรรครู้เบฏฐภาวพชาญ วรสุทโธ (2565)	วรสชา ภูจมนดา (2565)	เชาวลลลต อญเกด (2564)	Marjoyo et al. (2024)	Ninsiima et al. (2025)	Saragih et al. (2022)	รรม (ควมรล)
3. ป๋จยัทางกการเม้องการปกรรณง															
1) นโยบบาย ทลเ้ออต่อ การ จ้ดการ ตลลล	✓	✓											✓		3
2) การ สนบสนุน งบประ มาณ		✓													1
3) การให้ ควมรู้ใน การ จ้ดการ ตลลล	✓		✓							✓		✓			4
4) การ อำนวย ควมสะ ดวกใน การขอรับ ใบอนญญาต	✓														1
5) การ ประสาน งานจาก หน่วยงา นภาครฐ							✓								1

จากตาราง 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม ที่มีความถี่และน้ำหนักความสำคัญสูงสุด จากการสังเคราะห์ตัวชี้วัดย่อย คือ ปัจจัยทางสังคม (12 คะแนน) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยทางการเมือง การปกครอง (10 คะแนน) และปัจจัยทางเศรษฐกิจ (7 คะแนน) ตามลำดับ

ดังนั้น ในการวิจัยนี้จึงได้กำหนดให้ปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย

ปัจจัยทางสังคม (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; ปวีตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; มะรอมแซะ เล้าและ และคณะ, 2568; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; เขวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; Marjoyo et al., 2024; Ninsiima et al., 2025)

ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วีสิริสิริ, 2567; ธราดล ศรีสุข, 2566; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; วิสาชา ภูจินดา และ คณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024; Ninsiima et al., 2025)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ธราดล ศรีสุข, 2566; กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565; Saragih et al., 2022)

โดยกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด ไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด รู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้ ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น และรู้สึกว่ารเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม

ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง หมายถึง ในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต และการประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกเป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้า การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ผู้ขายสินค้าลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้า ทำให้ผู้ขายสินค้ามีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น และช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐกิจในบริบทของการบริหารจัดการตลาดสด ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีแรงจูงใจทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Incentive Theory) และแนวคิดความอยู่รอดทางธุรกิจ (Business Survival Concept) ซึ่งอธิบายว่าผู้ประกอบการหรือผู้ค้าในตลาด

ย่อมมีเป้าหมายหลักในการแสวงหาความมั่นคงทางรายได้ การสร้างผลกำไรสูงสุด (Profit Maximization) และการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน (Cost Minimization) ภายใต้ทรัพยากร และพื้นที่ที่มีข้อจำกัด ดังนั้น แนวคิดทางเศรษฐกิจในมิตินี้จึงมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุน รายได้ และความคุ้มค่าในการประกอบอาชีพ ซึ่งถือเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางสังคม แรงจูงใจ และการตัดสินใจที่จะให้ความร่วมมือของผู้ค้าในการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อพัฒนาพื้นที่ส่วนรวม (กฤษฎา ปัจจาเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565)

นอกจากนี้ ทฤษฎีทางเศรษฐกิจยังครอบคลุมไปถึงพลวัตของโครงสร้างส่วนประสมทาง การตลาดและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) โดยมองว่าตลาดสดคือระบบ นิเวศทางเศรษฐกิจ (Economic Ecosystem) ที่มีการแข่งขันสูง โดยที่การมีสภาพคล่องทางการเงิน การมีโอกาเข้าถึงแหล่งเงินทุน การบริหารความเสี่ยงทางโลจิสติกส์ และความสามารถในการดึงดูด กำลังซื้อของผู้บริโภค ล้วนเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ค้ารายย่อยต้องเกิดการปรับตัว มีการ รวมกลุ่มสร้างเครือข่ายพึ่งพาอาศัยกัน และยินยอมปฏิบัติตามกฎกติกาของส่วนรวมเพื่อแลกกับความ มั่นคงทางอาชีพและยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน (ธราดล ศรีสุข, 2566; Saragih et al., 2022)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจดังกล่าว ในงานวิจัยนี้จึงจะได้มีการ วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีต่อจิตวิทยาและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้คน การบริหารจัดการตลาด อันจะก่อให้เกิดแรงจูงใจเชิงบวกที่ดึงดูดให้ผู้ขายสินค้าให้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนใน การพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

2. ความหมายของปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกำไรสุทธิและความคุ้มค่าในการประกอบอาชีพของผู้ค้า ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนพื้นฐานทางธุรกิจ ครอบคลุมถึงความสามารถในการลดต้นทุนการจัดการส่วน บุคคล และการเพิ่มยอดขายจากกำลังซื้อของผู้บริโภค (ธราดล ศรีสุข, 2566; Saragih et al., 2022) รวมถึงความพร้อมในเชิงทุนทรัพย์และสิทธิในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อในระบบ ซึ่งเป็น สิ่งจำเป็นต่อการรักษาสภาพคล่อง หมุนเวียนสินค้า และการต่อยอดธุรกิจของกลุ่มผู้ค้ารายย่อยให้อยู่ รอด (กฤษฎา ปัจจาเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565) ตลอดจน ความสามารถในการรักษารฐานลูกค้าเก่าและดึงดูดลูกค้าใหม่ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ สินค้าให้ตรงใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัล รวมถึงความสะดวกในการทำธุรกรรมซื้อขาย (ธราดล ศรีสุข, 2566; Saragih et al., 2022)

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถใน การสร้างรายได้ การบริหารต้นทุน โอกาสในการได้รับสินเชื่อ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า อันเป็น ตัวขับเคลื่อนและแรงจูงใจในการดำเนินกิจกรรมทางการค้าของผู้ขายสินค้านวมถึง โครงสร้าง สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อรายได้และความมั่นคงในการดำรงชีพของผู้ค้า ครอบคลุมถึงความสามารถใน

การเพิ่มรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย

3. ความสำคัญของปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ มีความสำคัญดังนี้

3.1 ด้านการสร้างแรงจูงใจเพื่อความร่วมมือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่า ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนหรือการเพิ่มกำไร ถือเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดในการสร้างแรงจูงใจ หากนโยบายของตลาดตอบโจทย์เรื่องปากท้อง ผู้ค้าก็必将มีความกระตือรือร้นและเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือปฏิบัติตาม (พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565; Saragih et al., 2022)

3.2 ด้านการสร้างภูมิคุ้มกันและอำนาจต่อรอง สภาพเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง การมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการต่อรองราคาแบบรวมกลุ่ม มีความสำคัญอย่างยิ่งในการปกป้องผู้ค้าจากการถูกเอาเปรียบ และช่วยให้ตลาดสดท้องถิ่นสามารถยืนหยัดสู้กับการรุกคืบของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ได้ (กฤษฎา ปัจจาเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565)

3.3 ด้านการยกระดับมาตรฐานและความโปร่งใส ความมั่นคงทางรายได้และการกำหนดกลไกราคาที่เป็นธรรม มีความสำคัญในการลดแรงกดดันที่บีบให้ผู้ค้าต้องทุจริตคุณภาพสินค้า ทำให้ผู้ค้าหันมามุ่งเน้นการแข่งขันด้วยคุณภาพสินค้าและความสะอาดแทน (ธราดล ศรีสุข, 2566; Saragih et al., 2022)

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีความสำคัญในฐานะการเป็นแกนกลางที่คอยขับเคลื่อนพฤติกรรมของมนุษย์ในพื้นที่พาณิชย์กรรม หากการบริหารจัดการตลาดสามารถเอื้อประโยชน์ในการลดต้นทุน เพิ่มโอกาสในการขาย และสร้างเสถียรภาพทางการเงินได้ ย่อมส่งผลให้ระดับการตื่นตัวและการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ค้าในทุก ๆ ด้านสูงขึ้นตามไปด้วย

4. องค์ประกอบและตัวชี้วัดของปัจจัยทางเศรษฐกิจ

องค์ประกอบของปัจจัยทางเศรษฐกิจ มี 5 องค์ประกอบ และแต่ละองค์ประกอบมีตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

4.1 การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย เป็นความสามารถในการสร้างผลกำไรหรือรายรับสุทธิที่สูงขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นแรงจูงใจหลักในการดำรงชีพ (พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565; Saragih et al., 2022)

4.2 การลดต้นทุนในการดำเนินงาน เป็นความสามารถในการบริหารจัดการรายจ่าย เช่น การลดค่าเช่าพื้นที่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา หรือค่าจัดส่งสินค้าให้คุ้มค่าที่สุด เป็นต้น (กฤษฎา ปัจจาเนย์ และคณะ, 2564)

4.3 การเพิ่มจำนวนลูกค้า คือปริมาณผู้บริโภคที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยในตลาดสด ซึ่งส่งผลดีต่อสถานะเศรษฐกิจและกำลังซื้อหมุนเวียนในภาพรวม (ธราดล ศรีสุข, 2566)

4.4 โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ เป็นช่องทางที่ผู้ค้าสามารถขอกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน หรือกองทุนตลาด เพื่อนำมาต่อยอด หมุนเวียน หรือขยายกิจการแผ่ขยายของตน (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565)

4.5 ความสะดวกในการค้าขาย คือโครงสร้างทางกายภาพ ทำเลที่ตั้ง และระบบโลจิสติกส์ที่เอื้อให้การซื้อขาย การขนถ่ายสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่ติดขัด (Saragih et al., 2022)

5. อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่อการมีส่วนร่วม

ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม โดยจะทำให้เกิดแรงผลักดันที่ส่งอิทธิพลให้ผู้ค้าต้องรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างเครือข่ายพึ่งพาอาศัยกัน เจาะต่อรอง และกระตุ้นให้พวกเขาต้องการเข้ามามีบทบาทในการร่วมตัดสินใจนโยบายต่าง ๆ เพื่อปกป้องผลประโยชน์และความมั่นคงทางอาชีพของตนเอง (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565) และเมื่อผู้ค้าเล็งเห็นโอกาสในการเพิ่มจำนวนลูกค้าและการเพิ่มขึ้นของรายได้ จะผลักดันให้ผู้ค้ายินยอมและเต็มใจที่จะลงมือปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดอย่างเคร่งครัด รวมถึงตื่นตัวในการประเมินผลและเปิดเผยข้อมูลร่วมกับส่วนรวม หากการบริหารจัดการตลาดนั้นสามารถสร้างเสถียรภาพทางการเงินและสร้างรายได้ที่ดีให้กับพวกเขา (ธราดล ศรีสุข, 2566; Saragih et al., 2022)

ดังนั้น จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรต้นของการวิจัย คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขกเป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้า การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ผู้ขายสินค้าลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้า ทำให้ผู้ขายสินค้ามีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น และช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม

การศึกษาบริบทของการจัดการพื้นที่สาธารณะและตลาดสด มีรากฐานอยู่บน ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital Theory) และ แนวคิดความผูกพันต่อสถานที่ (Sense of Place and Belonging) ซึ่งอธิบายว่า พฤติกรรมและระดับความร่วมมือของมนุษย์ไม่ได้ถูกขับเคลื่อนด้วยผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังถูกกำหนดโดยโครงสร้างความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ปฏิบัติการในพื้นที่ การหล่อหลอมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ยาวนานนี้ จะส่งผลให้เกิด ทุนทางสังคม และ ความเชื่อใจ (Trust) ระหว่างบุคคล ซึ่งไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นเสมือนระบบอุปถัมภ์ที่คอยช่วยเหลือเกื้อกูลและเป็นเกราะคุ้มกันความเสี่ยงให้แก่กันเหนียวแน่นอีกด้วย (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; มะรอมแซะ เล้าและ และคณะ, 2568)

นอกจากนี้ ทฤษฎีทางสังคมในมิตินี้ยังให้ความสำคัญกับกลไกการควบคุมและการจัดระเบียบทางสังคม (Social Control and Norms) ผ่านการสร้างกติกากฎหรือบรรทัดฐานร่วมกันของชุมชน การที่กลุ่มผู้ค้ามีความรู้สึกรัก ห่วงแหน และผูกพันต่อพื้นที่ค้าขายประจำเป็นบ้านของตนเอง จะก่อให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) ที่ทรงพลัง จิตสำนึกดังกล่าวจะกระตุ้นให้เกิดการยอมรับในกฎกติกา การประนีประนอมเพื่อลดความขัดแย้ง ตลอดจนเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัยเพื่อปรับตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมดังกล่าว ในงานวิจัยนี้จึงจะได้มีการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมที่มีต่อจิตวิทยาและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า ซึ่งหากกระบวนการบริหารจัดการตลาดสามารถรักษาโครงข่ายความสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง สร้างความไว้วางใจ และสนับสนุนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพได้ ย่อมเป็นแรงผลักดันเชิงบวกที่ลดการต่อต้าน และทำให้ผู้ค้ายินดียินยอมเวลาเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดด้วยความเต็มใจ

2. ความหมายของปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคม หมายถึง สายใยการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การพึ่งพาอาศัยกัน และความเชื่อใจที่มีต่อคณะกรรมการ ซึ่งก่อให้เกิดทุนทางสังคมที่เป็นเสมือนเกราะคุ้มกันในการประกอบอาชีพ (กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; ปวีตร จงนภาศิริกุล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Ninsiima et al., 2025) ตลอดจนความรู้สึกรักในถิ่นฐาน ความรู้สึกผูกพันต่อพื้นที่ค้าขาย มีค่านิยมและวัฒนธรรมร่วมที่ผลักดันให้เกิดการเสียสละเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมและผลประโยชน์ส่วนรวม (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565) รวมถึงกลไกการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการ และการรวมกลุ่มกันสร้างข้อตกลงหรือระเบียบทางสังคมที่ยืดหยุ่น เพื่อดูแลความสงบเรียบร้อยและปรับตัวเข้าหากัน (วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024)

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางสังคม หมายถึง เครือข่ายความสัมพันธ์เชิงซ้อนที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ ความผูกพันต่อสถานที่ และการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งหลอมรวมกันเป็นทุนทางสังคมที่มีอิทธิพลในการขับเคลื่อนพฤติกรรมและการอยู่ร่วมกันของผู้คนอย่างสันติ เป็นโครงข่ายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ต่าง ๆ ครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ที่ตระหว่งสมาชิกที่มีต่อคณะกรรมการ ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของพื้นที่ การมีพื้นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการยินยอมพร้อมใจที่จะปฏิบัติตามระเบียบร่วมกัน

3. ความสำคัญของปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคม มีความสำคัญดังนี้

3.1 ด้านการสร้างความยืดหยุ่นและระบบอุปถัมภ์ โครงข่ายทางสังคมและความเชื่อใจระหว่างเพื่อนร่วมอาชีพ เป็นกลไกที่ช่วยหล่อเลี้ยงให้ผู้ค้ารายย่อยสามารถประคับประคองธุรกิจของตน

ไปได้ในช่วงวิกฤต เช่น การให้สินเชื่อ หรือการแผ้วถางความปลอดภัย เป็นต้น (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; มะรอแซะ เล้าและ และคณะ, 2568)

3.2 ด้านการสร้างจิตสำนึกและการขับเคลื่อนจากภายใน ความรู้สึกผูกพันต่อพื้นที่และการมีจิตสำนึกของชุมชน มีความสำคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้นให้ผู้ค้าเต็มใจอุทิศตนเพื่อส่วนรวมและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างยั่งยืน โดยไม่ต้องอาศัยการบังคับขู่เข็ญ (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024)

3.3 ด้านการเรียนรู้และการปรับตัว การมีเครือข่ายสังคมช่วยให้การสื่อสารระหว่างกันเป็นไปอย่างรวดเร็ว ลดความไม่เข้าใจในนโยบายรัฐ และเป็นช่องทางให้ผู้ค้าได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อเพิ่มทักษะและปรับตัวให้ทันสถานการณ์ใหม่ ๆ (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; Ninsiima et al., 2025)

สรุปได้ว่าปัจจัยทางสังคม มีความสำคัญคือช่วยลดความตึงเครียดของระบบทุนนิยมทุนทางสังคมที่เข้มแข็งจะส่งเสริมให้เกิดความยืดหยุ่น จิตสำนึกสาธารณะ และการพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งทำให้ชุมชนมีความเคลื่อนไหวต่อเนื่องและต่อรองกับความเปลี่ยนแปลงได้

4. องค์ประกอบและตัวชี้วัดของปัจจัยทางสังคมในบริบทการจัดการตลาดสด

องค์ประกอบของปัจจัยทางสังคม มี 5 องค์ประกอบ และแต่ละองค์ประกอบมีตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในตลาด คือ ความสนิทสนม การช่วยเหลือเกื้อกูลกันแบบเครือญาติ และการพึ่งพาอาศัยในยามคับขันของผู้ค้าภายในตลาดเดียวกัน (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564; Ninsiima et al., 2025)

4.2 ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด คือ ความเชื่อมั่นที่ผู้ค้ามีต่อผู้บริหารตลาดในการปฏิบัติหน้าที่อย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่เอารัดเอาเปรียบ (ปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; มะรอแซะ เล้าและ และคณะ, 2568; Marjoyo et al., 2024)

4.3 ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด คือ ทัศนคติเชิงบวก ความรัก ความหวงแหนสถานที่ และความตระหนักที่จะต้องร่วมกันปกป้องรักษาผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมของตลาดให้ดีอยู่เสมอ (พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ, 2565)

4.4 การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบการ เป็นกลไกการสื่อสาร การให้คำปรึกษา การแบ่งปันความรู้เรื่องแหล่งวัตถุดิบและแนวโน้มของผู้บริโภคระหว่างผู้ขายสินค้า (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564)

4.5 ระเบียบของตลาด คือ การเคารพในกติกาทางสังคมและวัฒนธรรมส่วนรวม ทั้งระเบียบทางการและข้อตกลงแบบไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยในการอยู่ร่วมกัน (กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; ปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564)

5. อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมต่อการมีส่วนร่วม

ปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม โดยจะทำให้ความรู้สึกรักและหวงแหนพื้นที่ รวมถึงความไว้วางใจที่สูง เป็นแรงผลักดันเชิงบวกที่ทำให้ผู้ค้ามีความกล้าที่จะส่งเสียงสะท้อนปัญหา และยินดีใช้เวลาเข้ามาในคณะกรรมการเพื่อร่วมตัดสินใจในเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม (พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; มะรอมชะ เล้าและ และคณะ, 2568; Ninsiima et al., 2025) และโครงสร้างสังคมแบบพึ่งพาอาศัยและการมีกฎระเบียบชุมชนที่ชัดเจน มีอิทธิพลอย่างมหาศาลต่อการควบคุมพฤติกรรมปัจเจกบุคคล การเลียนแบบพฤติกรรมที่ดีและจิตสำนึกต่อชุมชน จะกระตุ้นให้ผู้ค้ามีวินัยลงมือปฏิบัติงาน เช่น การจัดการขยะ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024) ตลอดจนเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้บริโภค และความไว้วางใจระหว่างกัน จะส่งอิทธิพลในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางธุรกิจ ทำให้ตลาดสดมีเสถียรภาพและกระตุ้นให้ผู้ค้ายินดีมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประเมินผลตนเองเพื่อแข่งขันกับภายนอก (กฤษฎา ปัจจำเนย์ และคณะ, 2564)

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรต้นของการวิจัย คือ ปัจจัยทางสังคม หมายถึง ผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด ไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด รู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้ ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น และรู้สึกว่าจะระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีทางการเมืองการปกครองในบริบทของการบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะและตลาดสด วางรากฐานอยู่บนแนวคิด รัฐประศาสนศาสตร์แนวใหม่ (New Public Management) หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) และ แนวคิดการกระจายอำนาจ (Decentralization) ซึ่งอธิบายว่า หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทเป็นทั้ง ผู้ควบคุมกติกา (Regulator) และผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) ที่คอยสนับสนุนและเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วมกันพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้น แนวคิดทางการเมืองการปกครองในบริบทของการจัดการตลาดสด จึงมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์โครงสร้างเชิงสถาบัน กระบวนการออกนโยบาย การสนับสนุนจากภาครัฐ และกฎระเบียบข้อบังคับ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างการบริหารและเป็นตัวกำหนดทิศทางการให้บริการในพื้นที่สาธารณะ (ปรัชพร สมธง และวิราสิริ วสีวีร์, 2567; ธราดล ศรีสุข, 2566; Ninsiima et al., 2025)

นอกจากนี้ ทฤษฎีการบริหารจัดการภาครัฐยังให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรส่วนกลาง ทั้งในด้านการสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การให้

ความรู้ในการจัดการตลาด ความคล่องตัวในการบริการสาธารณะ ตลอดจนความโปร่งใสของระบบราชการ การที่รัฐใช้อำนาจตามกฎหมายในการรับรองสถานะของผู้ค้าอย่างเป็นทางการ การอำนวยความสะดวกและลดความซับซ้อนของขั้นตอนการขอรับใบอนุญาต การประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรม ถือเป็นกระบวนการที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความชอบธรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน (พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมืองการปกครองดังกล่าว ในงานวิจัยนี้จึงจะได้มีการวิเคราะห์หิทธิพลของปัจจัยทางการเมืองการปกครองที่มีต่อความเชื่อมั่นของผู้ขายสินค้าในตลาดสด โดยถ้าหากระบบราชการมีนโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมจะช่วยในการลดแรงเสียดทาน ขจัดความขัดแย้ง และเปลี่ยนสถานะของผู้ขายสินค้าจากการเป็นเพียงผู้รับคำสั่ง ให้กลายมาเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ที่พร้อมจะให้ความร่วมมือในการพัฒนาตลาดสดไปพร้อมกับภาครัฐ

2. ความหมายของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง หมายถึง ทิศทางนโยบายของรัฐ กรอบข้อกฎหมาย และพระราชบัญญัติที่กำหนดบทบาทอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและคณะกรรมการตลาด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล รักษาความสงบเรียบร้อย และเอื้อต่อนโยบายการจัดการ (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วีสิริสิวี, 2567; ธราดล ศรีสุข, 2566; Ninsiima et al., 2025) รวมถึงบทบาทความรับผิดชอบของรัฐในการนำรายได้มาจัดสรรเพื่อสนับสนุนงบประมาณส่วนกลาง การจัดระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยว (ธราดล ศรีสุข, 2566; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024) ตลอดจนครอบคลุมถึงความคล่องตัวและประสิทธิภาพของระบบราชการในการให้บริการประชาชน เช่น การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาตประกอบการ และการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพจากเจ้าหน้าที่รัฐ (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วีสิริสิวี, 2567; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565)

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง หมายถึง โครงสร้างเชิงสถาบัน นโยบายรัฐ และประสิทธิภาพการบริหารงานของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ควบคุมกฎกติกา ผู้สนับสนุนงบประมาณ และผู้อำนวยความสะดวกในการจัดระเบียบให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ความสำคัญของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง มีความสำคัญ ดังนี้

3.1 ด้านการสร้างมาตรฐานและความชอบธรรม นโยบายที่ชัดเจน การมีโครงสร้างบริหารที่รัดกุม และการบังคับใช้กฎกติกาอย่างเป็นธรรมจากฝ่ายปกครอง เป็นหลักประกันสำคัญที่จะ

ช่วยจัดความขัดแย้ง ป้องกันการทุจริต และสร้างระบบนิเวศทางการค้าที่ได้รับการยอมรับ (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิวีร์, 2567; Ninsiima et al., 2025)

3.2 ด้านการสนับสนุนงบประมาณและโครงสร้างพื้นฐาน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญในฐานะผู้จัดสรรทรัพยากรส่วนกลาง การนำรายได้มาเปลี่ยนเป็นงบประมาณเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภค เช่น การกักตุนน้ำเสีย และการซ่อมแซมอาคารตลาด เป็นรากฐานที่สร้างความเข้มแข็งซึ่งผู้ค้าไม่สามารถดำเนินการเองได้ (ธราดล ศรีสุข, 2566) 4.3.3 ด้านการอำนวยความสะดวกและการประสานงาน การที่ระบบราชการทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก ลดขั้นตอนความยุ่งยากของเอกสาร และประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มความคล่องตัวให้การประกอบธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิวีร์, 2567; พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565)

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง มีความสำคัญทั้งในด้านการสร้างมาตรฐานความชอบธรรม การสนับสนุนงบประมาณและโครงสร้างพื้นฐาน หากภาครัฐมีนโยบายที่สนับสนุนโปร่งใส และอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมสร้างความเชื่อมั่น กระตุ้นให้ประชาชนเคารพกฎหมาย และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการพัฒนาสู่มาตรฐาน

4. องค์ประกอบและตัวชี้วัดของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

องค์ประกอบของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง มี 5 องค์ประกอบ และแต่ละองค์ประกอบมีตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

4.1 นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการ ได้แก่ ความมีวิสัยทัศน์และการออกกฎระเบียบของรัฐที่ยืดหยุ่น ปกป้องสิทธิ และส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชาชน (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิวีร์, 2567; ธราดล ศรีสุข, 2566; Ninsiima et al., 2025)

4.2 การสนับสนุนงบประมาณ ได้แก่ การที่ภาครัฐจัดสรรเงินทุนเพื่อพัฒนาและซ่อมแซมโครงสร้างพื้นฐานหรือระบบสาธารณูปโภคอย่างเพียงพอ (ธราดล ศรีสุข, 2566)

4.3 การให้ความรู้ในการจัดการ เป็นการที่หน่วยงานรัฐหรือคณะกรรมการจัดโครงการอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านต่าง ๆ ให้แก่ประชาชน (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิวีร์, 2567; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024)

4.4 การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต เป็นการลดขั้นตอนความซับซ้อนของทางราชการ ให้สามารถเข้าถึงบริการ ชื่นชอบ หรือจ่ายค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและเป็นธรรม (ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิวีร์, 2567)

4.5 การประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร การรับฟังปัญหา และความใส่ใจของเจ้าหน้าที่รัฐที่ลงพื้นที่มาปฏิบัติงานในพื้นที่ (พิมภัสสร เต็ดขาด และคณะ, 2565)

5. อิทธิพลของปัจจัยทางการเมืองการปกครองต่อการมีส่วนร่วม

ปัจจัยทางการเมืองการปกครองมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม โดยจะทำให้นโยบายที่โปร่งใสและการเปิดพื้นที่ของหน่วยงานรัฐเป็นตัวแปรกำหนดความกล้าในการแสดงออก หากรัฐให้ความสำคัญและรับรองสถานะของประชาชนอย่างเป็นทางการ จะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและกล้าที่จะเข้ามาร่วมออกความคิดเห็นหรือวางแผนโครงการต่าง ๆ ร่วมกับรัฐ (ปรีชพร สมธง และ วิราสิริ วสีวีรสิริ, 2567; ธราดล ศรีสุข, 2566; Ninsiima et al., 2025) และการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานงบประมาณ การจัดอบรมให้ความรู้ ตลอดจนความสะดวกในการขึ้นทะเบียนใบอนุญาต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการลดอุปสรรคในการค้าขาย สิ่งเหล่านี้จะกระตุ้นให้ผู้ค้ายินยอมที่จะลงมือปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดอย่างเต็มใจ (ปรีชพร สมธง และ วิราสิริ วสีวีรสิริ, 2567; ธราดล ศรีสุข, 2566; กฤษณะ ดาราเรือง, 2567; วิสาชา ภูจินดา และคณะ, 2565; Marjoyo et al., 2024) รวมถึงประสิทธิภาพในการประสานงานและการลงพื้นที่อย่างเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่รัฐยังมีอิทธิพลอย่างสูงในการลดแรงเสียดทาน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์เพื่อปรับปรุงการทำงานของส่วนรวม (พิมพ์สสร เต็ดขาด และคณะ, 2565)

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรต้นของการวิจัย คือ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง หมายถึง ในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต และการประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว

บริบทของตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

1. สภาพทั่วไป

ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก คือ ตลาดสุขสมบูรณ์ หรือ ตลาดหลัก 3 เป็นศูนย์กลางการค้าขายที่สำคัญที่สุดของแขวงคำม่วน ก่อตั้งขึ้นในปี 1991 โดยภาคเอกชนเป็นผู้บริหาร เป็นจุดรวมศูนย์ในการซื้อการขายแลกเปลี่ยนสินค้าของประชาชนและผู้ประกอบการจากทั่วทั้งแขวงคำม่วนและจากต่างประเทศ มีพื้นที่ 4 เฮกตาร์

2. จำนวนร้านค้าในตลาด

ตลาดแห่งนี้มีร้านค้า 1,120 ร้าน เป็นร้านค้าของคนลาว 578 ร้าน ร้านค้าของคนเวียดนาม 315 ร้าน และร้านค้าของคนจีน 19 ร้าน โดยแบ่งตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย ได้แก่ ขายเสื้อผ้าและรองเท้า 176 ร้าน ขายเครื่องนอน 13 ร้าน ขายเครื่องทำบุญ 11 ร้าน ขายเครื่องประดับ 18 ร้าน ขายทองคำ 22 ร้าน ขายโทรศัพท์และลำโพงพร้อมการซ่อม 23 ร้าน ขายถุงพลาสติก 5 ร้าน

ขายถ้วยชาม 11 ร้าน ขายของชำ 255 ร้าน ขายอาหารแช่แข็งและอาหารทะเล 25 ร้าน ขายเส้น ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยจั๊บ และขนมจีน 82 ร้าน ขายอาหารปรุงสุก 14 ร้าน ขายผลไม้ 41 ร้าน ขายข้าว 17 ร้าน ขายปลา 29 ร้าน ขายเนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อควาย 47 ร้าน ไช้ 23 ร้าน ขายปลาร้า 12 ร้าน และขายผัก 196 ร้าน (แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน, 2025)

3. ปัญหาของตลาดสุขสมบูรณ์

ปัญหาของตลาดสุขสมบูรณ์ ประกอบด้วย ปัญหาความแออัดของพื้นที่ขายสินค้าและพื้นที่ทางเดิน การขาดระบบระบายน้ำที่ดีและมีประสิทธิภาพ การจัดการขยะที่ไม่เป็นระเบียบและไม่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดกลิ่นเหม็นและเป็นแหล่งแพร่เชื้อโรค ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ขายและผู้ซื้อ รวมถึงการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย ระยะยาว จึงมีความต้องการจัดการปัญหาเหล่านั้นอย่างเร่งด่วน และรวมถึงต้องทำการยกระดับตลาดให้ถูกสุขลักษณะ มีความทันสมัย และสามารถรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองท่าแขกได้ในระยะยาว

4. คณะกรรมการผู้รับผิดชอบตลาด

แขวงคำม่วนได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดสรรและคุ้มครองตลาดขึ้นแขวง และ คณะอนุกรรมการจัดสรรและคุ้มครองตลาด ดังนี้

4.1 คณะกรรมการจัดสรรและคุ้มครองตลาดขึ้นแขวง เป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดสุขสมบูรณ์ ทั้งการวางแผน ติดตาม พัฒนา ส่งเสริม แนะนำเอกชน เจ้าของตลาดให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐ โดยมีรองเจ้าแขวงคำม่วนเป็นหัวหน้า มีหัวหน้าแผนกอุตสาหกรรมและการค้าเป็นรองหัวหน้า และมีคณะกรรมการอีก 9 คน ประกอบด้วย รองหัวหน้ากองบัญชาการ ปกส.แขวง รองหัวหน้าแผนกโยธาธิการและขนส่งแขวง รองหัวหน้าแผนกสาธารณสุขแขวง รองหัวหน้าแผนกสิทธิกรรมและป่าไม้แขวง รองหัวหน้าแผนกทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแขวง รองหัวหน้าแผนกพลังงานและบ่อแร่ รองหัวหน้าส่วยสาอากรประจำแขวง รองประธานสภาการค้าและอุตสาหกรรมแขวง และรองประธานองค์การพัฒนาและบริหารตัวเมืองท่าแขก

4.2 คณะอนุกรรมการเป็นผู้ช่วยคณะกรรมการจัดสรรและคุ้มครองตลาดขึ้นแขวง มีหน้าที่รวบรวมนิติกรรมของแต่ละแผนกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดสด จัดทำแผนประสานงาน รายงานผล และควบคุมการจัดการตลาด ให้เป็นไปตามกฎหมาย ซึ่งคณะอนุกรรมการ มีจำนวน 13 คน จากหัวหน้าและนักวิชาการจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีรองหัวหน้าแผนกอุตสาหกรรมและการค้าเป็นหัวหน้าคณะอนุกรรมการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

กฤษฎา ปัจจำเณย์ และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปฏิสัมพันธ์ของผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดท้องถิ่นอีสานผ่านมุมมองแนวคิดความไว้วางใจ งานวิจัยฉบับนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปฏิสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจสังคมของผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดท้องถิ่นอีสานผ่านมุมมองแนวคิดความไว้วางใจ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ หน่วยการวิเคราะห์ในการวิจัย คือระดับปัจเจกบุคคล และระดับสถาบัน พื้นที่วิจัยคือตลาดสดท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดนครพนมและจังหวัดขอนแก่นจำนวน 6 ตลาด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือผู้ค้าในตลาดสดท้องถิ่น จำนวน 49 ราย ผู้บริหารตลาด จำนวน 24 ราย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมอยู่ทั้งหมด 3 ลักษณะ คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ารายย่อยกับผู้ผลิตการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ารายย่อยกับพ่อค้าคนกลาง ผู้ค้าส่งผู้ประกอบการภาคธุรกิจ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ารายย่อยกับผู้บริโภค ในตลาดสดท้องถิ่นปฏิสัมพันธ์เหล่านี้ ส่งผลทำให้เกิดความไว้วางใจซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างปฏิสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมอยู่ด้วยกัน โดยร่วมกันขับเคลื่อนตลาดสดท้องถิ่นให้เป็นพื้นที่สำหรับผู้คนในการประกอบอาชีพต่อไป ดังนั้น ระบบการจัดการตลาดสดที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นต้องคำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของพวกเขาร่วมด้วย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางสังคมเป็นเสมือนทุนทางสังคมในการยึดโยงผู้คน สภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรง ได้บีบบังคับให้ผู้ค้ารายย่อยต้องปรับตัวจนเกิดปฏิสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัย ซึ่งนำไปสู่การสร้างควมไว้วางใจและเกิดระบบการอุปถัมภ์รวมถึงการให้สินเชื่อระหว่างกลุ่มผู้ค้าเพื่ออุดหนุนการขาดโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทุนทางสังคมเหล่านี้เป็นอิทธิพลเชิงบวกที่กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันปกป้องพื้นที่ตลาดท้องถิ่นให้อยู่รอด

เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืน: กรณีศึกษารูปแบบการจัดการขยะชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืนในชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร (2) เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืนในชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการขยะชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บและรวบรวมข้อมูลจากแม่ค้าในชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ จำนวน 189 แผง รวมทั้งสิ้น 189 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งทำการพิสูจน์สมมติฐานการวิจัย ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือการมีส่วนร่วมในการวางแผน รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล ส่วนข้อที่มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุดคือการมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากขยะมูลฝอย ผลการศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของชุมชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับแนวทางการจัดการขยะนั้น ควรส่งเสริมบทบาทของผู้จัดการ

ตลาดในการจัดการขยะ มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของตลาด ส่งเสริมการจัดการขยะภายในตลาดของผู้ค้า สร้างคู่มือและประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะในช่องทางต่าง ๆ มีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ค้าในการคัดแยกขยะ และจัดระเบียบพื้นที่ตลาดให้เป็นหมวดหมู่เดียวกันตามชนิดสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการรวบรวมและคัดแยกขยะ ซึ่งผลการวิจัยนี้พบว่า แม้การมีส่วนร่วมในการจัดการของชุมชนตลาดสดโดยภาพรวมจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่การพัฒนาตลาดต้องอาศัยปัจจัยทางสังคม โดยการส่งเสริมบทบาทผู้จัดการตลาดในการให้ความรู้ สร้างแรงจูงใจ และการจัดระเบียบพื้นที่ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งเป็นกลไกที่ทำงานควบคู่ไปกับทุนทางสังคมในการดึงดูดการมีส่วนร่วมให้ยั่งยืน

พระครูใบฎีกาวิภาญ วิสุทโธ และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชนสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก งานวิจัยนี้ดำเนินการผ่านระเบียบวิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยมีขอบเขตการศึกษาครอบคลุมแนวคิดตลาดนัดชุมชน การวางรากฐานของระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ดีต้องเริ่มจากเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน การสร้างรายได้ของคนในชุมชนเป็นวิธีการที่แก้ไขปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมได้เป็นอย่างดี ด้วยการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาชุมชน ตลาดนัดชุมชนถือเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าของคนในชุมชน อาทิ ผักพื้นบ้าน ผลไม้ เนื้อสัตว์ สัตว์น้ำ ตลอดจนวัตถุดิบในการประกอบอาหารต่าง ๆ ที่มีการผลิตสินค้าไว้เพื่อบริโภคและจำหน่ายในชุมชน ตลาดนัดชุมชนได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากสินค้ามีความสด ใหม่ และราคาถูก และเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในชุมชนให้มีรายได้ เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ มาร่วมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งต่อไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การที่รัฐมีนโยบายที่เอื้ออำนวย ช่วยเหลือเรื่องต้นทุนในการประกอบอาชีพ และมอบความรู้ในการบริหารจัดการเป็นเสาหลักสำคัญในการสร้างความรู้สึกร่วมกันและกระตุ้นให้ผู้ค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและร่วมประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรม

วิสาชา ภูจินดา และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจตลาดสด 3 ประเภท ได้แก่ ตลาดชุมชน ตลาดเอกชน และตลาดรัฐวิสาหกิจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือการบริหารจัดการประสิทธิภาพและความยั่งยืนขององค์กร (Sustainable Balanced Scorecard: SBSC) 6 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพ มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มิติการบริหารจัดการ มิติการเรียนรู้และพัฒนา มิติสังคม และมิติการจัดการสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทยแต่ละประเภทแตกต่างกัน

ในรายละเอียดของมิติการบริหารจัดการ มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมิติการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งนำไปสู่ มิติประสิทธิผลที่แตกต่างกัน โดยตลาดเอกชนและตลาดรัฐวิสาหกิจสามารถบริหารจัดการขยะพลาสติก ได้อย่างครบวงจรและต่อเนื่อง จากนโยบายที่ชัดเจนและความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สร้าง แรงจูงใจในการขับเคลื่อนกิจกรรมลดการใช้ถุงพลาสติก และเพิ่มมูลค่าของขยะพลาสติกทั้งในรูปของตัว เงินหรือด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ตลาดชุมชนภายใต้การดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังมีอุปสรรคและข้อจำกัด ซึ่งงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครองที่โปร่งใส นโยบาย ของหน่วยงานรัฐที่ชัดเจน การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จพร้อมการอบรมให้ความรู้ และการ ประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ถือเป็นกุญแจสำคัญในการลดอุปสรรค สร้าง แรงจูงใจ และทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเชื่อมั่นพร้อมให้ความร่วมมือ

พิมภัสสร เด็ดขาด และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบตลาด วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสำรวจและสังเคราะห์รูปแบบตลาด วัฒนธรรมท้องถิ่น (2) ศึกษาแนวทางการจัดการตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่น (3) ถ่ายทอดและนำเสนอ ตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่ม ชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการ สอนทนากลุ่ม (Focus Group) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักท่องเที่ยวและกลุ่ม ผู้ใช้บริการตลาด จำนวน 9 แห่ง ตัวแทนตลาด ผู้นำท้องถิ่น พระสงฆ์ ปรมาจารย์ชุมชน ตัวแทน สถานศึกษาในพื้นที่ และตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของ ตลาดมีทั้งแบบโรงเรือน กึ่งโรงเรือน และหาบเร่/แผงลอย ขนาดของตลาดขึ้นอยู่กับพื้นที่และจำนวน ของประชากร เวลาทำการของตลาดมีทั้งเปิดทุกวันและเปิดบางวันผสมกันไป จุดประสงค์การมาตลาด อันดับสูงสุดที่สุด คือ ซื้อสินค้า จำนวน 540 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ ท่องเที่ยว จำนวน 441 คน คิดเป็นร้อยละ 81.67 และพบปะเพื่อนฝูง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.96 โดยตลาดที่ผู้ตอบ แบบสำรวจเคยใช้บริการมากที่สุดคือตลาดขายสินค้าและบริการทั่วไปและตลาดแผงลอย/เปิดตามวัน จำนวน 540 คน คิดเป็นร้อยละ 100 การสังเคราะห์รูปแบบพบว่า การบริหารจัดการต้องอาศัยการมี ส่วนร่วมเชิงพหุภาคี ผลการสนทนากลุ่มชี้ให้เห็นว่า การจัดการตลาดต้องสะท้อนศักยภาพของชุมชน ท้องถิ่น เข้าถึงหลักการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมเอกลักษณ์และความงดงามทางวัฒนธรรม ปัจจัยที่จะช่วย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจคือการเพิ่มขีดความสามารถในการท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐาน และการปรับปรุง การเผยแพร่เพื่อส่งเสริมการขายตลาดในโลกออนไลน์ สำหรับแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย (1) แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนท้องถิ่น (2) การส่งเสริมด้านวัฒนธรรม (3) การสร้างศักยภาพของ ชุมชน (4) การรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และ (5) การสร้างเครือข่ายตลาดเชิงการท่องเที่ยว ซึ่ง แสดงให้เห็นว่า การจัดการตลาดให้ยั่งยืนควรให้ความสำคัญกับการรักษาทุนทางสังคมและความรู้สึก ผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การบริหารจัดการควรดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเชิงพหุภาคี โดย

ภาครัฐต้องปรับบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการประสานงาน สนับสนุนนโยบาย และเปิดพื้นที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับฐานราก

ธราดล ศรีสุข (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 11 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ (2) เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และ (3) จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาดหรือผู้ค้าในตลาดสดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 – มีนาคม พ.ศ. 2566 ตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์จากจังหวัดภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มละ 60 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ Independent t-test กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เล็กแบบเจาะจงจำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ตลาดสดเข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 29 แห่ง ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 55.17 ไม่ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 44.83 โดยกลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ร้อยละ 100.00 ตลาดสดไม่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงาน ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล มากที่สุด ร้อยละ 76.92 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการด้วยแนวคิด McKinsey 7-S Framework พบว่า ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม และภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาพบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบาย จัดสรรงบประมาณ ส่งเสริมให้ใช้ระบบ Food Handler จัดอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการส่งเสริมพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสด และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย โดยคำนึงถึงปัจจัยการจัดการของตลาดสดในการพัฒนาเป็นตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และการสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการจากกระทรวงสาธารณสุข

ซึ่งสอดคล้องกับผลการอภิปรายที่แสดงให้เห็นว่า หากภาครัฐมีนโยบายการจัดสรรงบประมาณที่ชัดเจน โปร่งใส ตลอดจนมีกลยุทธ์ที่ช่วยเปิดโอกาสในการเพิ่มลูกค้าและรายได้ จะเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ค้ามีความเชื่อมั่นและยินดีให้ความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน

ปวิตร จงนภาศิริกุล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วม ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และ ความเชื่อมั่น ของผู้ประกอบการในการ

บริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร (2) เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ (3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 385 คน ใช้สถิติพรรณนา, t-test, F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า (1) การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ความรู้ ความเชื่อมั่น ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก และทัศนคติ อยู่ในระดับปานกลาง (2) ผู้ประกอบการที่มีอายุ และประเภทร้านต่างกัน มีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรที่แตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน (3) ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครองมีความสำคัญ โดยปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และทัศนคติต่อการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐ (กรุงเทพมหานคร) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถร่วมกันทำนายการมีส่วนร่วมได้ถึงร้อยละ 37.80 และสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) ที่ว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องครบวงจรวัฏจักร ทั้งการรับผลประโยชน์ การตัดสินใจ การดำเนินงาน และการประเมินผล

ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วสิริวิสิ (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดของผู้ค้า ตำบลแม่สุ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดของผู้ค้า ตำบลแม่สุ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ค้าตลาดสด ตำบลแม่สุ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 255 คน สุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามระหว่างวันที่ 1 เดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2566 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ไคสแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดของผู้ค้า อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 65.49 อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.16 และอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 2.35 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดของผู้ค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสด และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการค้าขาย ผลการศึกษครั้งนี้ เสนอแนะให้หน่วยงานที่รับผิดชอบมาตรฐานตลาดสดควรเพิ่มนโยบายด้านสถานที่ค้าขาย โดยสร้างแรงจูงใจและให้ความรู้แก่ผู้ค้าตลาดสดในการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสด และควบคุมผู้ค้าตลาดสด ด้านระเบียบวินัยและความสะอาดในการค้าขาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการที่หน่วยงานภาครัฐเพิ่มนโยบายด้านสถานที่ค้าขาย สร้างแรงจูงใจ และให้ความรู้แก่ผู้ค้าตลาดสด มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการผลักดันให้ผู้ค้าเข้ามาปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานของตลาดร่วมกันอย่างเคร่งครัด

กฤษณะ ดาราเรือง (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาตัวบ่งชี้มาตรการป้องกัน การแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 และการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการป้องกันหลังการแพร่ ระบาดในตลาดสด เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ วัดฤประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการปฏิบัติตาม มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ในตลาดสด เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ (2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวบ่งชี้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ในตลาดสด ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ (3) สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันการแพร่ระบาด ไวรัส COVID-19 ในตลาดสด เขตเทศบาลนครนครสวรรค์เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิง ปริมาณเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำนวน 385 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการศึกษา พบว่า (1) การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ในตลาดสด ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (2) ตัวบ่งชี้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ในตลาดสด ซึ่งประกอบด้วย ด้านการคัดกรอง ด้านการกำหนดทางเข้า-ออก ด้านการสวมหน้ากากอนามัย ด้านการบริการเจล แอลกอฮอล์/จุดล้างมือ ด้านการทำความสะอาดบริเวณพื้นตลาด ด้านการเว้นระยะห่าง ด้าน สภาพแวดล้อมในตลาด และด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดย พิจารณาจากค่าสัดส่วน $\chi^2/df = 1.28$ ซึ่งไม่เกิน 2 และ χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} = 0.1871$) $RMSEA = 0.050$ ซึ่งเกณฑ์กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 0.100 และมีค่าอำนาจ องค์ประกอบ >0.60 ทุกตัวแปร และ (3) การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันการแพร่ ระบาดไวรัส COVID-19 ในตลาดสด ประกอบด้วย (1) การมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการ และแผน ป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ร่วมกับผู้แทนผู้ประกอบการร้านค้า (2) การสื่อสาร และจัด กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ไวรัส COVID-19 (3) การสุ่มตรวจ ATK ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาด และ (4) การประชาสัมพันธ์ ความสำเร็จของมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และผลการอภิปรายเน้นย้ำว่า การเปิดพื้นที่ให้ผู้ค้ามีส่วนร่วมในการวางแผน ร่วมกำหนดเป้าหมาย และ เสนอแนวคิดตั้งแต่จุดเริ่มต้น ตลอดจนการร่วมติดตามประเมินผลและสื่อสารแบบสองทาง เป็นการ สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่ประสบความสำเร็จและช่วยลดแรงต่อต้านจากผู้ปฏิบัติงาน

มะรอมะ แล๊ะและ และคณะ (2568) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการตลาดชุมชน แบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับความมั่นคงทางอาหารของครัวเรือนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตำบล ห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินความมั่นคง ทางอาหารของครัวเรือนในจังหวัดกาญจนบุรี (2) ศึกษาความมั่นคงทางอาหารของครัวเรือนและ สถานภาพการจัดการตลาดชุมชนตำบลห้วยเขย่ง และ (3) พัฒนาตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่ อยกระดับความมั่นคงทางอาหารของครัวเรือนชุมชนตำบลห้วยเขย่ง ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่ม

ตัวอย่าง จำนวน 400 ครั้วเรือน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนและวิธีการคัดเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ใช้เครื่องมือแบบสอบถาม ประกอบกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 ครั้วเรือน ใช้การสัมภาษณ์เดี่ยวแบบเจาะลึกและการสนทนากลุ่มย่อย ใช้วิธีสร้างข้อสรุปผลการวิจัยแบบอุปนัย ผลการวิจัยพบว่า (1) ข้อมูลเศรษฐกิจของครั้วเรือนมีอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด สถานการณ์การเงินมีรายได้แค่พอสำหรับใช้จ่าย ครั้วเรือนมีความวิตกกังวลด้านการเข้าถึงอาหาร (2) ครั้วเรือนส่วนใหญ่มีการบริโภคอาหารที่มีความหลากหลาย กลุ่มผู้ค้าที่เงินทุนน้อย มีรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย ตลาดชุมชนมีบทบาทเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อครั้วเรือน โดยมีคณะทำงานทำหน้าที่บริหารจัดการและสามารถนำปัจจัยทุนชุมชนมาสู่การดำเนินการจัดการตลาดชุมชน โดยระบบสภาองค์กรชุมชนทำหน้าที่เชื่อมประสานเครือข่ายความร่วมมือ (3) การพัฒนาตลาดชุมชนผ่านกิจกรรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร การปรับปรุงด้านกายภาพของตลาดชุมชน การพัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน การพัฒนากลไกการจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ และการจัดแสดงสินค้าชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาตลาดชุมชน คือ ความร่วมมือของผู้นำชุมชนในสภาองค์กรชุมชน ตำบลห้วยเขย่งและองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยเขย่งและการสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางสังคมและการสร้างกลไกความไว้วางใจ ตลอดจนการพึ่งพาอาศัยกันทางสังคม เป็นเงื่อนไขสำคัญที่กระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน บริหารจัดการ และลงมือปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อกระตุ้นรายได้และยกระดับความมั่นคงทางอาชีพอย่างยั่งยืน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Saragih & Meak (2022) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Post-revitalization of traditional market in a marketing perspective การฟื้นฟูตลาดแบบดั้งเดิมเป็นหนึ่งในความพยายามของรัฐบาลในการปฏิรูปสภาพของตลาดแบบดั้งเดิมทั้งในด้านกายภาพและด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กายภาพ ตลาดแบบดั้งเดิมบาดุง (Badung Traditional Market) เป็นหนึ่งในตลาดที่ได้รับการฟื้นฟูตามระเบียบกระทรวงพาณิชย์แห่งสาธารณรัฐอินโดนีเซีย ว่าด้วยแนวทางการพัฒนาและการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้ค้าและผู้บริโภค ภายหลังการฟื้นฟูตลาดบาดุง ตลอดจนบทบาทของบริษัทระดับภูมิภาค (Regional Company: PD) ในการบริหารจัดการตลาดภายหลังการฟื้นฟูดังกล่าว งานวิจัยนี้ดำเนินการศึกษา ณ ตลาดบาดุง เมืองเดนปาซาร์ (Denpasar City) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research design) ผู้ค้า ผู้บริโภค และผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Research informants) ผลการวิจัยพบว่า ภายหลังการฟื้นฟูตลาดบาดุง ตลาดได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ การรับรู้ของผู้ค้าและผู้บริโภคตอบสนองในเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านกายภาพและด้านที่ไม่ใช่กายภาพของตลาด ในด้านกายภาพ ตลาดบาดุงมีสภาพที่ดีขึ้นด้วยอาคารที่ทันสมัยซึ่งสอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ในขณะที่ด้านที่ไม่ใช่กายภาพ ตลาดได้ให้ความรู้แก่ผู้ค้าให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีขึ้น มีความ

ตลาดหลักแหลมมากขึ้น รวมถึงมีการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบโรงเรียนในตลาด (Market school facilities) สำหรับบุตรหลานของพนักงานบริการขนส่งสินค้า ทั้งนี้ การฟื้นฟูตลาด บาดุงได้ส่งผลกระทบต่อ การเพิ่มขึ้นของยอดขาย (Turnover) ของกลุ่มผู้ค้าผักบริเวณชั้น 2 ซึ่ง ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดต่อพฤติกรรมมนุษย์ ความสามารถในการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย และความสะดวกในการค้าขาย เป็นแรงจูงใจ พื้นฐานที่ทำให้ผู้ค้ามีความตื่นตัว เมื่อผู้ค้าเล็งเห็นถึงผลกำไรสุทธิและความคุ้มค่าในการประกอบอาชีพ พวกเขาจะมีความเต็มใจและยินยอมที่จะให้ความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติงานและพร้อมมีส่วนร่วมใน การประเมินผลการทำงาน ประกอบกับการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาดจะช่วยให้ลูกค้าเกิด ความสะดวกสบาย นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของรายได้ผู้ค้า

Marjoyo et al. (2024) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Public Participation in the Management of Traditional Markets from the Perspective of Local Governance: A Case Study of Panorama Market in Bengkulu City, Bengkulu Province งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารจัดการตลาดพาโนรามา (Panorama Market) ในเมืองเบงกูลู (Bengkulu City) อย่างครอบคลุมและลึกซึ้งจากมุมมองของการ อภิบาลท้องถิ่น การศึกษาใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบพรรณนา (Qualitative descriptive method) ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วย ผู้ค้าในตลาด ผู้จัดการตลาด และเจ้าหน้าที่รัฐในระดับท้องถิ่น อีกทั้งยังมีการสังเกตการณ์โดยตรง การจดบันทึก ภาคสนาม และศึกษาเอกสารอื่น ๆ เพื่อทำความเข้าใจพลวัตการบริหารจัดการตลาดให้ดียิ่งขึ้น การ วิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) เพื่อระบุรูปแบบและ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การมีส่วนร่วม แนวทางนี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสำรวจประสบการณ์ รับรู้ถึงอุปสรรค และหาโอกาสในการยกระดับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและการอภิบาลท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารจัดการตลาดแบบ ดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ชุมชน และภาคเอกชน ถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ด้วยการ ประยุกต์ใช้หลักการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและการอภิบาลท้องถิ่น การบริหารจัดการตลาดแบบ ดั้งเดิมจะสามารถได้รับการยกระดับเพื่อให้พร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผล การศึกษานี้พบว่า การเปิดพื้นที่สนทนาให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก แนวทางที่เหมาะสมกับตนเองตั้งแต่ต้น ถือเป็นหัวใจหลักที่ทำให้โครงการเกิดความโปร่งใส เกิดการ ยอมรับ และช่วยลดแรงต่อต้านจากผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนภาครัฐควรปรับบทบาทเป็นผู้อำนวยการความสะดวก โดยการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้ การสื่อสารแบบสองทางที่เปิดเผย และการจัดเตรียมพื้นที่ สำหรับการสนทนาเพื่อความโปร่งใสของข้อมูลข่าวสาร

Ninsiima et al. (2025) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Levels of Stakeholder Participation in Urban Central Market Planning Process: A Case Study of Kabale and Mbarara การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสืบค้นระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในกระบวนการวางแผนเพื่อการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพของตลาดกลาง Kabale และ Mbarara ในประเทศยูกันดา การวิจัยนี้ใช้รูปแบบกรณีศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive case study design) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังมีอยู่อย่างจำกัดและมักอยู่ในลักษณะของการให้คำปรึกษาเป็นหลัก โดยมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจในระดับที่น้อยมาก ผู้ค้าในตลาดมักรู้สึกวุ่นวายและเหนื่อยในขั้นตอนการวางแผนที่สำคัญ เช่น การวิจัยตลาด การจัดทำงบประมาณและการจัดสรรทรัพยากร ตลอดจนการนำไปปฏิบัติ และการควบคุม การถูกกีดกันดังกล่าวได้ส่งผลกระทบให้เกิดความบกพร่องในการให้บริการ การจัดสรรทรัพยากร และความยั่งยืนของโครงการ อีกทั้งยังจำกัดการสร้างควมไว้วางใจและความรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในขั้นตอนการดำเนินงาน การศึกษานี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับใช้แนวทางการวางแผนที่ครอบคลุมและเน้นการมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพในการอภิบาลตลาด (Market governance) ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ การเสริมสร้างกระบวนการจัดทำงบประมาณแบบมีส่วนร่วม การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการวิจัยตลาด และการพัฒนาระบบข้อมูลป้อนกลับ (Feedback loops) เพื่อสนับสนุนการวางแผนตลาดร่วมกัน อันจะนำไปสู่การอภิบาลตลาดที่ประสบความสำเร็จด้วยการตระหนักว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นตัวแสดงสำคัญ (Critical actors) ในกระบวนการวางแผน หน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นจะสามารถเสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม ยกระดับการดำเนินงานของตลาด และส่งเสริมการบริหารจัดการตลาดสาธารณะอย่างยั่งยืนได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้พบว่า โครงสร้างนโยบายรัฐที่เอื้ออำนวย เป็นตัวแปรเชิงบวกที่ผลักดันให้ผู้ค้ามีความกล้าที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน และร่วมประเมินผลนโยบาย การที่รัฐเปิดให้ผู้ค้ามีส่วนร่วมตัดสินใจจะช่วยสร้างความผูกพันและลดแรงต่อต้านจากมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางกลับกัน การที่โครงสร้างการบริหารในท้องถิ่นผูกขาด การตัดสินใจและกีดกันผู้ค้าออกจากกระบวนการวางแผนที่สำคัญตั้งแต่จุดเริ่มต้น จะส่งผลกระทบให้ผู้ค้าเกิดความรู้สึกถูกละเลย ขาดความไว้วางใจ ไม่ให้ความร่วมมือ และนำไปสู่ความบกพร่องในการรับผิดชอบร่วมกัน นอกจากนี้เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่แข็งแกร่งในกลุ่มผู้ค้าจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจ และเป็นตัวกระตุ้นที่คอยอำนวยความสะดวกให้เกิดการมีส่วนร่วม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้กำหนดการวิจัยเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย

ระยะที่ 1 การศึกษาระดับปัจจัยและการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ระยะที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ระยะที่ 3 การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

รายละเอียดในแต่ละขั้นตอนมี ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การวิจัยในระยะที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 1,120 ร้าน ๆ ละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 1,120 คน (แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน, 2568)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973; Uakarn, et al., 2021) ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม (0.05) หรือ 5%

แทนค่าขนาดของประชากร จำนวน 1,120 คน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{1,120}{1+(1,120) (0.05)^2}$$

$$n = 294.73 = 295 \text{ คน}$$

1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยจำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย แสดงดังตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ลำดับ	ประเภทสินค้าที่จำหน่าย	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เสื้อผ้าและรองเท้า	176	46
2	เครื่องนอน	13	3
3	เครื่องทำบุญ	11	3
4	เครื่องประดับ	18	5
5	ทองคำ	22	6
6	โทรศัพท์และลำโพงพร้อมการซ่อม	23	6
7	ถุงพลาสติก	5	1
8	ถัวยขาม	11	3
9	ของชำ	255	67
10	ขายปลาร้า	12	3
11	อาหารแช่แข็งและอาหารทะเล	25	7
12	เส้นก๋วยเตี๋ยวก๋วยจั๊บและขนมจีน	82	22
13	อาหารปรุงสุก	14	4
14	ผลไม้	41	11
15	ข้าว	17	4
16	ปลา	29	8
17	เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อควาย	47	12
18	ไข่	23	6
19	ผัก	196	52
20	สินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	100	26
	รวม	1,120	295

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา และประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่าย ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ส่วนอายุ และระยะเวลาในการประกอบการ เป็นการเติมตัวเลข ซึ่งระดับการวัด และเกณฑ์การแบ่งกลุ่ม ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตาราง 3 ต่อไปนี้

ตาราง 3 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1. เพศ	Nominal	1 = ชาย 2 = หญิง
2. อายุ.....ปี	Ratio	-
3. ระดับการศึกษา	Ordinal	1 = ประถมศึกษา 2 = มัธยมศึกษา 3 = สูงกว่ามัธยมศึกษา
4. ประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่าย	Nominal	1 = อาหารสด/เนื้อสัตว์ 2 = ผัก/ผลไม้ 3 = เสื้อผ้า/เครื่องประดับ 4 = สินค้าเบ็ดเตล็ด/ของใช้ 5 = อื่น ๆ
5. ระยะเวลาในการประกอบการ.....ปี	Ratio	-

2.2 ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale ดังแสดงในตาราง 4 ต่อไปนี้

ตาราง 4 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปรปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 1. ตลาดแห่งนี้เป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของท่าน 2. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ 3. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้าของท่าน 4. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ทำให้ท่านมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น 5. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.3 ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม

ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale ดังแสดงในตาราง 5 ต่อไปนี้

ตาราง 5 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปร ปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
ปัจจัยทางสังคม 1. ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด 2. ท่านไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด 3. ท่านรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้ 4. ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น 5. ระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.4 ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale ดังแสดงในตาราง 6 ต่อไปนี้

ตาราง 6 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปรปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง 1. ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น 2. มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ 3. มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด 4. เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต 5. การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.5 ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด

ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale ดังแสดงในตาราง 7 ต่อไปนี้

ตาราง 7 ระดับการวัดและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของตัวแปรการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1. การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ 1.1 ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด 1.2 ท่านร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาด 1.3 ท่านร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการพัฒนาตลาดในอนาคต 1.4 ท่านเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1.5 ท่านร่วมพิจารณาแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ 2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 2.1 ท่านได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด 2.2 ท่านได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ 2.3 ท่านได้ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น 2.4 ท่านได้สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด 2.5 ท่านได้ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด 2.6 ท่านได้สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด 2.7 ท่านได้ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้อื่นรับทราบ 2.8 ท่านร่วมมือในการดูแลความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด
3. การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ 3.1 การพัฒนาตลาดทำให้ท่านได้ประโยชน์เช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ 3.2 คณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้าของท่าน 3.3 กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าของท่าน 3.4 ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการการพัฒนาตลาด 3.5 ท่านได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้านายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล 4.1 ท่านร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด 4.2 ท่านแจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ 4.3 ท่านร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการตลาดให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ 4.4 ท่านเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
4.5 ท่านเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงาน และร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต	Interval	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.4 ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Form)

3. วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

3.1 ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร นิยามศัพท์เฉพาะ และงานวิจัยเกี่ยวข้อง รวมทั้งระเบียบวิธีวิจัย เพื่อหาแนวทางในการกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม และข้อคำถาม

3.2 สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยจากการสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยการนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการยกระดับมาตรฐานตลาดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กำหนดเป็นตัวแปรอิสระ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินค่าตามความคิดเห็น

3.3 กำหนดองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของข้อคำถามโดยการสังเคราะห์การนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการยกระดับมาตรฐานตลาดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ออกมาเป็นข้อคำถามวัดระดับเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจแก้ไขเนื้อหา และความถูกต้อง

3.5 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นนักวิชาการที่มีประสบการณ์การวิจัยทางสังคมศาสตร์ หรือ การสอนในมหาวิทยาลัย ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ประกอบด้วย

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

3) ดร.วงไขษะนะ ไชยะกุมมาน หัวหน้าห้องการบริหาร แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน

ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นนำมาหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้ (วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ, 2565)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item congruency)

R หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยที่ ค่า +1 หมายถึงข้อคำถามสามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน, ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้ และค่า -1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ส่วนข้อใดมีค่าน้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนั้น ข้อคำถามทุกข้อ จึงผ่านความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 คนที่ได้ตรวจสอบและเห็นว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้านและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป (วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ, 2565)

3.6 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในตลาดขนาดใหญ่ในเมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจะศึกษา จำนวน 30 คน

3.7 นำข้อคำถามจากแบบสอบถามตอนที่ 2-3 มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ด้วยวิธีการของ Cronbach ทั้งนี้ทำการวิเคราะห์แบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ต้องมากกว่า 0.70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นใช้ได้ โดยมีสูตร ดังนี้ (Alpha Coefficient Method)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

เมื่อ α แทน ค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม

k แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนแต่ละข้อของแบบสอบถาม

s^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมของผู้ตอบแต่ละคน

$$s^2 = \frac{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}{n(n-1)}$$

โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังนี้

1) แบบสอบถามภาพรวมทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93

2) แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.94

3) แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.95

ค่าความเชื่อมั่น (reliability) ดังกล่าว สูงกว่า 0.70 ถือว่ามี เป็นที่ยอมรับได้ (เฉลิมพล ศรีหงษ์, 2565)

3.8 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้มาทำการปรับปรุงเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

4.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ถึง แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าอยู่ในตลาดสุขสมบูรณ์เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

4.2 ผู้วิจัยจะลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยจะเข้าพบกลุ่มตัวอย่างเพื่อชี้แจงความมุ่งหมายของการวิจัยและรายละเอียดของแบบสอบถาม แล้วแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง

4.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบแล้ว โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล ณ พื้นที่วิจัย

4.4 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล ดังนี้

5.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

5.2 ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วลงรหัส

5.3 ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล ตามแบบสอบถาม ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประเภท สินค้าที่จำหน่าย ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลอายุ และ ระยะเวลาในการประกอบการ ใช้สูงสุด ต่ำสุด และค่าเฉลี่ย

5.3.2 การวิเคราะห์ระดับ ประกอบด้วย

1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2) ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของคำถามเป็นรายข้อและรายด้าน โดยใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของชั้น และมีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{พิสัย (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

นำคะแนนที่ได้มาจัดแบ่งระดับ ดังนี้ (ละเอียด ศิลาน้อย และกันทิมาลย จินดาประเสริฐ, 2562)

คะแนน 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด

คะแนน 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมมาก

คะแนน 2.61-3.40 หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง

คะแนน 1.81-2.60 หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมน้อย

คะแนน 1.00-1.80 หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

6.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

6.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ P คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย

f คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

6.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม

N คือ จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

6.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X คือ ค่าคะแนน

n คือ จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม

Σ คือ ผลรวม

ระยะที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การวิจัยในระยะนี้ เป็นการนำข้อมูลการวิจัยในระยะที่ 1 มาทำการวิเคราะห์เชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการหาความสัมพันธ์และวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง กับตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อตรวจสอบระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ ตลอดจนตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์กันเองสูงระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยมีเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระน้อยกว่า .80 และมีค่า VIF (Variance inflation factor) ไม่เกิน 10 (Chan et al., 2022; Otse et al., 2025) และค่า Tolerance มากกว่า 0.2 จึงจะไม่ทำให้เกิดปัญหาภาวะพหุสัมพันธ์ร่วม (Multicollinearity) ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Adhikari, 2022) ก่อนนำไปวิเคราะห์การถดถอย

1.2 การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) แบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Method) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในระยะนี้เป็นสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม และนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ไปใช้พยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูลได้ แบ่งออกได้ดังนี้

2.1 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

2.1.1 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยมีสูตร ดังนี้ (บำรุงศักดิ์ เฟื่อนอารีย์ และคณะ, 2567)

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} เป็น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

$\sum X$ เป็น ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1 (X)

$\sum Y$ เป็น ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)

$\sum XY$ เป็น ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลตัวแปรที่ 1 และ 2

$\sum X^2$ เป็น ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1

$\sum Y^2$ เป็น ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2
 N เป็น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.1.2 การทดสอบนัยสำคัญ

สมมติฐานของการทดสอบ

$H_0 : \rho = 0$ (ตัวแปร X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน)

$H_1 : \rho \neq 0$ (ตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กัน)

2.1.3 สถิติทดสอบ t เป็นการทดสอบแบบสองทาง

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}, df = n-2$$

อาณาเขตวิกฤตและการสรุปผล

จะปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับค่า $t_{\alpha, n-2}$ ที่เปิดจากตาราง หรือ t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า $-t_{\alpha, n-2}$

หรือ นำค่า r_{xy} ที่ได้ไปเทียบกับค่าวิกฤต r_{xy} จากตารางสำเร็จรูปโดยใช้

$df = n-2$

ถ้าค่า r_{xy} มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ ค่าวิกฤต r_{xy} จะปฏิเสธ H_0

2.1.4 ในเบื้องต้นจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเพื่อป้องกันการเกิดความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูงมาก อาจส่งผลให้สมการตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามคลาดเคลื่อน ดังนั้น จึงต้องตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อให้แน่ใจว่า ตัวแปรอิสระสามารถคงอยู่ในสมการตัวแปรได้ โดยกำหนด ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

2.1.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะพิจารณาจากค่า Sig. (2-tailed) หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน ในทางตรงกันข้าม หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน หลังจากนั้นจึงจะทำการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยจะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.91 - 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.71-0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปาน

กลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตามและกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามการใช้ตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียวมาอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามนั้นอาจจะไม่พอเพียง โดยมีตัวแบบ (Model) ของสมการดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ k หมายถึง จำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้ในสมการ

$\hat{Y}$ หมายถึง ค่าประมาณหรือค่าทำนาย

b_0 หมายถึง แทนค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

$b_1, \dots, b_k$ หมายถึง น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง ตัวที่ k ตามลำดับ

$X_1, \dots, X_k$ หมายถึง คะแนนตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 ถึง ตัวที่ k

ตาราง 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

แหล่งความแปรปรวน (Source of Variance)	องศาอิสระ (df)	ผลบวกกำลังสอง (Sum Square: SS)	ผลบวกกำลังสองเฉลี่ย (Mean Square: MS)	F-Statistic
การถดถอย (Regression)	K	SSR	$MSR = \frac{SSR}{K}$	$F = \frac{MSR}{MSE}$
ความคลาดเคลื่อน (Error / Residual)	$n-k-1$	SSE	$MSE = \frac{SSE}{n-k-1}$	$F = \frac{MSR}{MSE}$
ผลรวม (Total)	$n-1$	SST		

เมื่อ k หมายถึง จำนวนตัวแปรอิสระ

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

SST (Sum Square of Total) หมายถึง ค่าความแปรปรวนทั้งหมดของผลบวกกำลังสอง

$$Y = \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2$$

SSR (Sum Square of Regression) หมายถึง ค่าแปรปรวนของ Y เนื่องจาก

อิทธิพลของ $X_1, \dots, X_k$

SSE (Sum Square of Error / Sum Square of Residual) หมายถึง ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจาก อิทธิพลอื่น ๆ

$$SSE = \sum_{i=1}^n (Y_i - \hat{Y}_i)^2$$

MSR (Mean Square of Regression) หมายถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ $X_1, \dots, X_k$

MSE (Mean Square of Error) หมายถึง ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น

F หมายถึง ค่าสถิติทดสอบที่พิจารณาการแจกแจงแบบ F

(F-distribution) จะปฏิเสธ H_0 เมื่อ ค่า F ที่คำนวณได้ค่า

มากกว่า $F_{1-\alpha, k, n-k-1}$

สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ (Multiple Coefficient of

Determinant: R^2) คือ สัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ที่ตัวแปรอิสระ $X_1, \dots, X_k$

สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ Y โดยใช้ค่าจากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว คือ

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

โดยที่ R^2 เข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับ Y มาก

R^2 เข้าใกล้ 0 แสดงว่า $X_1, \dots, X_k$ มีความสัมพันธ์กับ Y น้อย

ตาราง 9 แสดงสมมติฐานในการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทางสังคม และทางการเมืองการปกครองมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	Multiple Regression Analysis

ระยะที่ 3 แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การวิจัยในระยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการวิจัยเชิงปริมาณ (ระยะที่ 1 และ 2) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด) มาดำเนินการสังเคราะห์เพื่อสร้างเป็นข้อเสนอแนะและแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมแหล่งข้อมูลเพื่อการสังเคราะห์

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในระยะก่อนหน้า เพื่อใช้เป็นข้อมูลหลักในการสร้างแนวทาง ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม โดยคัดเลือกเฉพาะประเด็นข้อคำถามที่มีค่าคะแนนการประเมิน "ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม" ในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมืองการปกครอง มาเป็นจุดเน้นสำคัญที่ต้องได้รับการพัฒนา

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพจากระยะที่ 1 นำข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้จากคำถามปลายเปิดในตอนท้ายของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 295 คน มารวบรวมเพื่อสะท้อนความต้องการที่แท้จริงของผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่

2. ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทาง

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากขั้นตอนที่ 1 มาดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ดังนี้

2.1 นำข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำถามปลายเปิดมาวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ข้อความให้สอดคล้องกับมิติของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมืองการปกครอง

2.2 นำข้อมูลที่จัดหมวดหมู่แล้ว มาเชื่อมโยงบูรณาการกับประเด็นข้อคำถามเชิงปริมาณที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ เพื่ออธิบายสาเหตุและค้นหาวิธีการแก้ไขปัญา

2.3 ผู้วิจัยทำการยกร่าง "แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก" โดยเขียนอธิบายในรูปแบบของข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการที่มีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และสามารถนำไปใช้ขับเคลื่อนนโยบายได้จริง

3. ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบและจัดทำแนวทางฉบับสมบูรณ์

3.1 นำร่างแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่ผ่านการสังเคราะห์แล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความสมเหตุสมผล ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และความชัดเจนในการใช้ภาษา

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุงแก้ไขร่างแนวทางตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และจัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปรายงานผลการวิจัยต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้อันดับการวิเคราะห์ข้อมูล ไว้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการ

ตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R	แทน	ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ
R^{2Adj}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแล้ว
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานของตัวพยากรณ์
ECO	แทน	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
SOC	แทน	ปัจจัยทางสังคม
POL	แทน	ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

PAR แทน ผลรวมของการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด
ขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว

EF₁ แทน การมีส่วนร่วมในการวางแผน

EF₂ แทน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

EF₃ แทน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

EF₄ แทน การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

P-Value แทน คำนัยสำคัญทางสถิติ/ค่าความน่าจะเป็น

Sig. แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก
แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์
เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับ
การศึกษา ประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่าย และระยะเวลาในการประกอบการ รายละเอียดดังตาราง
10-11

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

(n=295)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	80	27.11
- หญิง	215	72.88
2. ระดับการศึกษา		
- มัธยมศึกษาตอนต้น	101	34.2
- มัธยมศึกษาตอนปลาย	109	36.9
- ประกาศนียบัตรชั้นต้น	28	9.5
- ประกาศนียบัตรชั้นสูง	57	19.3
3. ประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่าย		
- เนื้อสัตว์	32	10.8
- ปลาและสัตว์น้ำ	46	15.6
- อาหารปรุงสำเร็จ	24	8.1
- ข้าวสาร อาหารแห้ง	16	5.4
- เสื้อผ้า/เครื่องประดับ	46	15.6
- เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	33	11.2
- อื่น ๆ	98	33.2

จากตาราง 10 พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีจำนวนทั้งสิ้น 295 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 72.88 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่ายเป็นประเภทอื่น ๆ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

(n=295)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ต่ำที่สุด	สูงที่สุด	เฉลี่ย
- อายุ (ปี)	25	61	41.94
- ระยะเวลาในการประกอบกิจการ (ปี)	2	35	15.08

จากตาราง 11 พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุเฉลี่ย 41.94 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 25 ปี สูงสุด 61 ปี มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ เฉลี่ย 15.08 ปี โดยมีระยะเวลาในการประกอบกิจการต่ำสุด 2 ปี สูงสุด 35 ปี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก
แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวรายละเอียดดังตาราง 12-15

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมือง
ท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

(n=295)

ด้านที่	ปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	4.09	0.50	มาก
2	ปัจจัยทางสังคม	3.85	0.54	มาก
3	ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง	3.30	0.50	ปานกลาง
รวม		3.75	0.51	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกในภาพรวมจัด
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยปัจจัยที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.09$) และ
ปัจจัยทางสังคม ($\bar{X} = 3.85$) ส่วนปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ($\bar{X} = 3.30$) จัดอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการตลาดสดขนาด
ใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

(n=295)

ข้อที่	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ตลาดแห่งนี้แหล่งรายได้หลักในการขายสินค้า ของ ท่าน	4.36	0.61	มากที่สุด
2	การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการ ดำเนินงานได้	3.93	0.66	มาก
3	การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ ร้านค้าของท่าน	3.92	0.68	มาก
4	การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ทำให้ท่านมีโอกาสเข้าถึง แหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น	4.36	0.61	มากที่สุด
5	การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากใน ขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่	3.90	0.67	มาก
รวม		4.09	0.50	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ภาพรวมของระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ตลาดแห่งนี้เป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของท่าน และการขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ทำให้ท่านมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 4.36$) ส่วนข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ($\bar{X} = 3.93$) การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้าของท่าน ($\bar{X} = 3.92$) และการขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่ ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

(n=295)

ข้อที่	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด	3.86	.69	มาก
2	ท่านไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด	3.83	.74	มาก
3	ท่านรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้	3.85	.70	มาก
4	ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น	3.87	.73	มาก
5	ระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม	3.85	.72	มาก
รวม		3.85	.54	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ภาพรวมของระดับปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และข้อความถามจัดอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น ($\bar{X} = 3.87$) ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด ($\bar{X} = 3.86$) ท่านรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้ และระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม ($\bar{X} = 3.83$) และท่านมีไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

(n=295)

ข้อที่	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น	2.91	.65	ปานกลาง
2	มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ	3.88	.62	มาก
3	มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด	2.90	.66	ปานกลาง
4	เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต	3.90	.67	มาก
5	การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว	2.93	.65	ปานกลาง
รวม		3.30	.50	ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต ($\bar{X} = 3.90$) มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.88$) ส่วนข้อที่จัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว ($\bar{X} = 2.93$) ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 2.91$) และมีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด ($\bar{X} = 2.90$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รายละเอียดดังตาราง 16-20

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

(n=295)

ด้านที่	การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ	3.50	0.51	มาก
2	การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	3.52	0.48	มาก
3	การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์	3.51	0.50	มาก
4	การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล	3.90	0.51	มาก
รวม		3.60	0.37	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ภาพรวมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) โดยการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ($\bar{X}=3.52$) การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ ($\bar{X}=3.51$) และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

(n=295)

ข้อที่	ข้อคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด	3.88	.68	มาก
2	ท่านร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาด	3.90	.66	มาก
3	ท่านร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทาง การพัฒนาตลาดในอนาคต	2.92	.67	ปานกลาง
4	ท่านเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด	2.92	.64	ปานกลาง
5	ท่านร่วมพิจารณาแผนงาน โครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ	3.88	.63	มาก
	รวม	3.50	.51	มาก

จากตาราง 17 พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการวางแผนและตัดสินใจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.90$) เข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด และร่วมพิจารณาแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ ($\bar{X}=3.88$) ส่วนข้อที่จัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทาง การพัฒนาตลาดในอนาคต และเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด ($\bar{X}=2.92$)

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

(n=295)

ข้อที่	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ท่านได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด	3.88	.67	มาก
2	ท่านได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ	3.91	.67	มาก
3	ท่านได้ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น	2.89	.66	ปานกลาง
4	ท่านได้สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด	2.88	.65	ปานกลาง
5	ท่านได้ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด	2.92	.61	ปานกลาง
6	ท่านได้สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด	3.89	.66	มาก
7	ท่านได้ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้อื่นรับทราบ	3.91	.64	มาก
8	ท่านร่วมมือในการดูแลความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด	3.90	.66	มาก
รวม		3.52	.48	มาก

จากตาราง 18 ภาพรวมการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ และได้ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้อื่นรับทราบ ($\bar{X}=3.91$) ร่วมมือในการดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด ($\bar{X}=3.90$) สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.89$) และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด ($\bar{X}=3.88$) ตามลำดับ ส่วนข้อจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=2.92$) ได้ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น ($\bar{X}=2.89$) ได้สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=2.88$) ตามลำดับ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

(n=295)

ข้อที่	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	การพัฒนาตลาดทำให้ท่านได้ประโยชน์เช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ	3.89	.61	มาก
2	คณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้าของท่าน	2.91	.64	ปานกลาง
3	กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าของท่าน	2.93	.62	ปานกลาง
4	ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาตลาด	3.92	.67	มาก
5	ท่านได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้านรายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด	3.89	.67	มาก
รวม		3.50	.50	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ภาพรวมการมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.92$) การพัฒนาตลาดทำให้ท่านได้ประโยชน์เช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ และ ท่านได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้านรายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด ($\bar{X}=3.89$) ตามลำดับ ส่วนที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าของท่าน ($\bar{X}=2.93$) และคณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้าของท่าน ($\bar{X}=2.91$) ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

(n=295)

ข้อที่	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ท่านร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด	3.87	.65	มาก
2	ท่านแจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ	3.89	.66	มาก
3	ท่านร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการตลาดให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้	3.91	.65	มาก
4	ท่านเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	3.92	.69	มาก
5	ท่านเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงานและร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต	3.91	.66	มาก
รวม		3.89	.51	มาก

จากตาราง 20 พบว่า ภาพรวมการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) โดยคำถามรายข้อจัดอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากการดำเนินงานที่ผ่านมา ($\bar{X}=3.92$) ท่านร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการตลาดให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ และท่านเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงานและร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต ($\bar{X}=3.91$) ท่านแจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ($\bar{X}=3.87$) และท่านร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.87$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รายละเอียดดังตาราง 21-22

ในเบื้องต้นจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา เพื่อป้องกันการเกิด Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูงมาก อาจส่งผลให้สมการตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้น จึงต้องตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อให้แน่ใจว่า ตัวแปรอิสระสามารถคงอยู่ในสมการตัวแบบได้ โดยกำหนด ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะพิจารณาจากค่า Sig. (2-tailed) หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน ในทางตรงกันข้าม หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน หลังจากนั้นจึงจะทำการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยจะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.91 - 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.71-0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รายละเอียดดังตาราง 21

ตาราง 21 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรต้น และระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม

ตัวแปร	ECO	SOC	POL	PAR
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ECO)	1	.393**	.331**	.517**
ปัจจัยทางสังคม (SOC)		1	.373**	.517**
ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (POL)			1	.565**
การมีส่วนร่วม (PAR)				1

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครองมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับปานกลาง ($r = .331 - .393$) และมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกในระดับปานกลาง ($r = .517 - .565$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ซึ่งตัวแปรต้นทั้ง 3 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กันในระดับที่อยู่ในเกณฑ์ข้อจำกัดหรือต่ำกว่า 0.80 ไม่ทำให้เกิดปัญหาภาวะพหุสัมพันธ์ร่วม (Multicollinearity) ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อแรงในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และไม่ส่งผลให้สมการตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปร ขณะเดียวกันตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ เนื่องจากค่า VIF (Variance inflation factor) ไม่เกิน 10 และค่า Tolerance เข้าใกล้ 1

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แสดงดังตาราง 22

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. error	β	t	P-value	Collinearity	
						Tolerance	VIF
(Constant)	1.113	.150		7.415	< .001		
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	.214**	.034	.291	6.284	< .001	.806	1.240
ปัจจัยทางสังคม	.181**	.032	.265	5.630	< .001	.780	1.283
ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง	.274**	.034	.370	8.055	< .001	.821	1.219

$R = .705$, $R^2 = .497$, $R^{2Adj} = .492$, $F = 95.738$, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (POL) ($\beta = .370$) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ECO) ($\beta = .291$) และปัจจัยทางสังคม (SOC) ($\beta = .265$) มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม

ของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ร้อยละ 49.20 ($R^{2Adj} = .492$) โดยสามารถสร้างสมการในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังต่อไปนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.113 + .274(POL) + .214(ECO) + .181(SOC)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = .370(POL) + .291(ECO) + .265(SOC)$$

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ดังตาราง 23

ตาราง 23 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน		ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.	ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ยอมรับสมมติฐาน
2.	ปัจจัยทางสังคมส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ยอมรับสมมติฐาน
3.	ปัจจัยทางการเมืองการปกครองส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ยอมรับสมมติฐาน

จากตาราง 23 สรุปได้ว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ได้สังเคราะห์ขึ้นค่าอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมือง

การปกครอง ที่มีต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ร่วมกับการพิจารณาระดับของปัจจัยเหล่านั้น โดยคัดเลือกประเด็นข้อคำถามที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย "ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม" ตลอดจนข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากข้อเสนอแนะในแบบ สอบถามปลายเปิด มาจัดทำแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ดังแสดงในตารางที่ 27-29

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายข้อกับค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยรวม	แนวทาง
1. ตลาดแห่งนี้เป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของท่าน	4.36	สูงกว่า	ควรส่งเสริม
2. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการดำเนินงานได้	3.93	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
3. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้าของท่าน	3.92	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
4. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ทำให้ท่านมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น	4.36	สูงกว่า	ควรส่งเสริม
5. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่	3.90	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
ภาพรวม	4.09		

จากตาราง 24 พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมมี 3 ข้อ ได้แก่ การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ($\bar{X} = 3.93$) การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้าของท่าน ($\bar{X} = 3.92$) และการขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่ ($\bar{X} = 3.90$) จึงนำมาจัดทำร่างแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังนี้ (1) การลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยคณะกรรมการตลาดควรพิจารณามาตรการช่วยเหลือหรือบริหารจัดการโครงสร้างค่าเช่าพื้นที่และค่าธรรมเนียมให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรม รวมถึงส่งเสริมการใช้ทรัพยากรส่วนรวมอย่างคุ้มค่าเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ขายสินค้า (2) การเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Sales Promotion) อาทิ การจัดงานเทศกาลสินค้า หรือการปรับปรุงภูมิทัศน์ของตลาดสดให้มีความน่าสนใจ สะอาด และปลอดภัย เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น และ (3) การลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขาย ควรปรับปรุงระบบการจัดการพื้นที่รับ-ส่งสินค้า (Logistics) และลดขั้นตอนความซับซ้อนในการติดต่อกับคู่ค้ารายใหญ่หรือการค้าส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายข้อกับค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	เปรียบเทียบ กับค่าเฉลี่ยรวม	แนวทาง
1. ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด	3.86	สูงกว่า	ควรส่งเสริม
2. ท่านไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด	3.83	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
3. ท่านรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้	3.85	เท่ากัน	ควรส่งเสริม
4. ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น	3.87	สูงกว่า	ควรส่งเสริม
5. ระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม	3.85	เท่ากัน	ควรส่งเสริม
ภาพรวม	3.85		

จากตาราง 25 พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมมี 1 ข้อ คือ ท่านไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ($\bar{X} = 3.83$) จึงนำมาจัดทำร่างแนวทางการทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านสังคมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก โดยคณะกรรมการตลาดควรจัดให้มีการประชุมหรือเวทีพบปะพูดคุยกับตัวแทนผู้ขายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงาน การใช้จ่ายงบประมาณของตลาด และรับฟังความคิดเห็นอย่างเปิดเผย

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายข้อกับค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	เปรียบเทียบ กับค่าเฉลี่ยรวม	แนวทาง
1. ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น	2.91	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
2. มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ	3.88	สูงกว่า	ควรส่งเสริม
3. มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด	2.90	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
4. เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต	3.90	สูงกว่า	ควรส่งเสริม
5. การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว	2.93	ต่ำกว่า	ควรพัฒนา
ภาพรวม	3.30		

จากตาราง 26 พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมมี 3 ข้อ ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด ($\bar{X}=2.90$) ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น ($\bar{X}=2.91$) การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว ($\bar{X}=2.93$) จึงนำมาจัดทำร่างแนวทางการทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านสังคมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก คือ (1) สร้างนโยบายพัฒนาตลาดที่ชัดเจน โดยภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นแขวงคำม่วน ควรกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดสดสุขสมบูรณ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานสุขอนามัย (2) การส่งเสริมองค์ความรู้ ภาครัฐควรบูรณาการความร่วมมือกับนักวิชาการ จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ขายสินค้าในด้านการจัดการตลาดสดยุคใหม่ สุขาภิบาลอาหาร และการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม และ (3) การเพิ่มความสะดวกในการประสานงาน ควรจัดตั้งช่องทางการสื่อสารแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ภายในตลาด หรือมีเจ้าหน้าที่ตัวแทนภาครัฐลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความล่าช้าในการขอรับใบอนุญาตต่าง ๆ และทำให้การประสานงานระหว่างผู้ขายสินค้ากับภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัวสูงสุด

สรุปแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ ดังนี้

1. แนวทางการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ

1.1 การลดต้นทุนการดำเนินงาน คณะกรรมการตลาดควรพิจารณามาตรการช่วยเหลือหรือบริหารจัดการโครงสร้างค่าเช่าพื้นที่และค่าธรรมเนียมให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรม รวมถึงส่งเสริมการใช้ทรัพยากรส่วนรวมอย่างคุ้มค่าเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ขายสินค้า

1.2 การเพิ่มจำนวนลูกค้า ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Sales Promotion) เช่น การจัดงานเทศกาลสินค้า หรือการปรับปรุงภูมิทัศน์ของตลาดสดให้มีความน่าสนใจ สะอาด และปลอดภัย เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

1.3 การลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขาย ควรปรับปรุงระบบการจัดการพื้นที่รับ-ส่งสินค้า (Logistics) และลดขั้นตอนความซับซ้อนในการติดต่อกับคู่ค้ารายใหญ่หรือการค้าส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ

2. แนวทางการส่งเสริมด้านสังคม

2.1 การสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดี โดยคณะกรรมการตลาดควรจัดให้มีการประชุมหรือเวทีพบปะพูดคุยกับตัวแทนผู้ขายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงาน การใช้จ่ายงบประมาณของตลาด และรับฟังความคิดเห็นอย่างเปิดเผย ซึ่งจะช่วยยกระดับความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้ผู้ขายอยากเข้ามามีส่วนร่วมกับส่วนรวมมากขึ้น

3. แนวทางการส่งเสริมด้านการเมืองการปกครอง

3.1 การสร้างนโยบายพัฒนาตลาดที่ชัดเจน ภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นแขวงคำม่วน ควรกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดสดสุขสมบูรณ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานสุขอนามัย

3.2 การส่งเสริมองค์ความรู้ ภาครัฐควรบูรณาการความร่วมมือกับนักวิชาการ จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ขายสินค้าในด้านการจัดการตลาดสดยุคใหม่ สุขภาพอาหาร และการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม

3.3 การเพิ่มความสะดวกในการประสานงาน ควรจัดตั้งช่องทางการสื่อสารแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ภายในตลาด หรือมีเจ้าหน้าที่ตัวแทนภาครัฐลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความล่าช้าในการขอรับใบอนุญาตต่าง ๆ และทำให้การประสานงานระหว่างผู้ขายสินค้ากับภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัวสูงสุด

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ผลสรุป ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สรุปผล ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีจำนวนทั้งสิ้น 295 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 72.88 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 ประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่าย ส่วนใหญ่เป็นประเภทอื่น ๆ (สินค้าเบ็ดเตล็ด) จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 มีอายุเฉลี่ย 41.94 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 25 ปี สูงสุด 61 ปี และมีระยะเวลาในการประกอบการเฉลี่ย 15.08 ปี โดยมีระยะเวลาในการประกอบการต่ำสุด 2 ปี สูงสุด 35 ปี

2. ปัจจัยส่งเสริมการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกโดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.09$) และปัจจัยทางสังคม ($\bar{X} = 3.85$) จัดอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ($\bar{X} = 3.30$) จัดอยู่ในระดับปานกลาง

2.1 ภาพรวมของระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ตลาดแห่งนี้เป็นแหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของท่าน และการขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ทำให้ท่านมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 4.36$) ส่วนข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ($\bar{X} = 3.93$) การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้าของท่าน ($\bar{X} = 3.92$) และการขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่ ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

2.2 ภาพรวมของระดับปัจจัยทางสังคมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก จัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และข้อคำถามจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก

ไปน้อย ได้แก่ ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น ($\bar{X}=3.87$) ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด ($\bar{X}=3.86$) ท่านรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้ และระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม ($\bar{X}=3.83$) และ ท่านมีไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ($\bar{X}=3.83$) ตามลำดับ

2.3 ภาพรวมของปัจจัยทางการเมืองการปกครองในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับใบอนุญาต ($\bar{X}=3.90$) มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาคส่วนต่าง ๆ ($\bar{X}=3.88$) ส่วนข้อที่จัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว ($\bar{X}=2.93$) ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น ($\bar{X}=2.91$) และมีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด ($\bar{X}=2.90$) ตามลำดับ

3. ภาพรวมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) โดยการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ($\bar{X}=3.52$) การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ ($\bar{X}=3.51$) และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

3.1 การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการวางแผนและตัดสินใจในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.90$) เข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาด และร่วมพิจารณาแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ ($\bar{X}=3.88$) ส่วนข้อที่จัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการพัฒนาตลาดในอนาคต และเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด ($\bar{X}=2.92$)

3.2 ภาพรวมการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ และได้ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้มารับทราบ ($\bar{X}=3.91$) ร่วมมือในการดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด ($\bar{X}=3.90$) สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.89$) และให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด ($\bar{X}=3.88$) ตามลำดับ ส่วนข้อจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=2.92$) ได้ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น ($\bar{X}=2.89$) ได้สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=2.88$) ตามลำดับ

3.3 ภาพรวมการมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) โดยข้อที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านมีรายได้

เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.92$) การพัฒนาตลาดทำให้ท่านได้ประโยชน์เช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ และ ท่านได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้ารายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด ($\bar{X}=3.89$) ตามลำดับ ส่วนที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าของท่าน ($\bar{X}=2.93$) และคณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้าของท่าน ($\bar{X}=2.91$) ตามลำดับ

3.4 ภาพรวมการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) โดยคำถามรายข้อจัดอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ท่านเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ($\bar{X}=3.92$) ท่านร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการตลาดให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ และท่านเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงานและร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต ($\bar{X}=3.91$) ท่านแจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ ($\bar{X}=3.87$) และท่านร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด ($\bar{X}=3.87$) ตามลำดับ

4. ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (POL) ($\beta=.370$) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ECO) ($\beta=.291$) และปัจจัยทางสังคม (SOC) ($\beta=.265$) มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ร้อยละ 49.20 สามารถสร้างสมการในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.113 + .274(POL) + .214(ECO) + .181(SOC)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = .370(POL) + .291(ECO) + .265(SOC)$$

5. แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ดังนี้

5.1 แนวทางการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ

5.1.1 การลดต้นทุนการดำเนินงาน คณะกรรมการตลาดควรพิจารณามาตรการช่วยเหลือหรือบริหารจัดการโครงสร้างค่าเช่าพื้นที่และค่าธรรมเนียมให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรม รวมถึงส่งเสริมการใช้ทรัพยากรส่วนรวมอย่างคุ้มค่าเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ขายสินค้า

5.1.2 การเพิ่มจำนวนลูกค้า ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Sales Promotion) เช่น การจัดงานเทศกาลสินค้า หรือการปรับปรุงภูมิทัศน์ของตลาดสดให้มีความน่าสนใจ สะอาด และปลอดภัย เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

5.1.3 การลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขาย ควรปรับปรุงระบบการจัดการพื้นที่รับ-ส่งสินค้า (Logistics) และลดขั้นตอนความซ้ำซ้อนในการติดต่อกับคู่ค้ารายใหญ่หรือการค้าส่งเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ

5.2 แนวทางการส่งเสริมด้านสังคม

5.2.1 การสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดี โดยคณะกรรมการตลาดควรจัดให้มีการประชุมหรือเวทีพบปะพูดคุยกับตัวแทนผู้ขายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงาน การใช้จ่ายงบประมาณของตลาด และรับฟังความคิดเห็นอย่างเปิดเผย ซึ่งจะช่วยยกระดับความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้ผู้ขายอยากเข้ามามีส่วนร่วมกับส่วนรวมมากขึ้น

5.3 แนวทางการส่งเสริมด้านการเมืองการปกครอง

5.3.1 การสร้างนโยบายพัฒนาตลาดที่ชัดเจน ภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นแขวงคำม่วน ควรกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดสดสุขสมบูรณ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานสุขอนามัย

5.3.2 การส่งเสริมองค์ความรู้ ภาครัฐควรบูรณาการความร่วมมือกับนักวิชาการ จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ขายสินค้าในด้านการจัดการตลาดสดยุคใหม่ สุขภาพอาหาร และการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม

5.3.3 การเพิ่มความสะดวกในการประสานงาน ควรจัดตั้งช่องทางการสื่อสารแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ภายในตลาด หรือมีเจ้าหน้าที่ตัวแทนภาครัฐลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความล่าช้าในการขอรับใบอนุญาตต่าง ๆ และทำให้การประสานงานระหว่างผู้ขายสินค้ากับภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัวสูงสุด

อภิปรายผล

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก มีปัจจัยด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับมากนั้น แสดงว่าผู้ขายสินค้าเห็นความสำคัญในการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย สอดคล้องกับ กานต์มณี การินทร์ และคณะ (2566) ที่พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเกี่ยวข้องกับการมีรายได้จากอาชีพหลัก ลดลง ความต้องการหารายได้ให้เพียงพอกับรายจ่าย ค่าครองชีพในชีวิตประจำวันสูงขึ้น และสอดคล้องกับ Saragih & Meak (2022) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด เมื่อผู้ขาย

สินค้าเล็งเห็นถึงผลกำไรและความสะดวกในการค้าขาย ก็จะมีใจร่วมมือปฏิบัติงานและ
ประเมินผล เพื่อรักษาเสถียรภาพของพื้นที่ค้าขายให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน และ

สำหรับปัจจัยด้านสังคมที่จัดอยู่ในระดับมากนั้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง
ผู้ขายสินค้าในตลาด มีความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การ
แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาด ซึ่งเป็นเสมือนทุนทางสังคมที่ยึดโยงผู้ขายสินค้าให้มี
กิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน สอดคล้องกับ กฤษดา ปัจจำเณย์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ความสัมพันธ์อันดี
ระหว่างบุคคล ความเชื่อมั่น การช่วยเหลือเกื้อกูล การพึ่งพาอาศัยกัน มีส่วนช่วยยึดโยงและส่งผลต่อ
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนในตลาดสดท้องถิ่นให้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันมาอย่างต่อเนื่อง

ส่วนปัจจัยด้านการเมืองการปกครองที่จัดอยู่ในระดับปานกลางนั้น แสดงถึงการที่
นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด
การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐที่ผู้ขาย
สินค้าได้รับนั้นยังมีไม่มากนัก แต่ก็พื้นฐานรากสำคัญในการสร้างความร่วมมือได้ สอดคล้องกับ
กานต์มณี การินทร์ และคณะ (2566) ที่เสนอว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้คนในชุมชนเห็นถึง
ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริมอย่างเป็นรูปธรรม ในชุมชนให้มีความเข้มแข็งและ
ยั่งยืน สอดคล้องกับ ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วีสิริสวัสดิ์ (2567) ที่เสนอแนะว่า องค์กรปกครองส่วน
ท้องถิ่นควรกำหนดนโยบายเรื่องการพัฒนามาตรฐานตลาดสดโดยขอความร่วมมือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำชุมชนร่วมกันวางแผนเพื่อพัฒนาและยกระดับตลาดสดในพื้นที่ และ
สอดคล้องกับ Ninsiima et al. (2025) ที่พบว่า โครงสร้างนโยบายรัฐที่เอื้ออำนวยและเปิดให้ผู้ขาย
สินค้ามีสิทธิร่วมตัดสินใจ จะช่วยสร้างความผูกพันและลดแรงต่อต้านจากมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการติดตามและประเมินผล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นถึงความ
ตื่นตัวของผู้ขายสินค้าในการตรวจสอบความโปร่งใสและพร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงตลาด
ในขณะที่ด้านการวางแผนและตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า โครงสร้างการบริหารจัดการ
ตลาดอาจยังไม่เปิดพื้นที่หรือมอบอำนาจให้ผู้ขายสินค้าเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดทิศทางตั้งแต่เริ่มต้น
สอดคล้องกับ รัตนา พลเสน และคณะ (2568) ที่พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นใน
ระดับมาก มีทั้งความสอดคล้องและแตกต่างจาก พัฒนา ภาสอน และคณะ (2568) ที่พบว่า ในตลาดสี่
เหลี่ยมชุมชนมีการร่วมคิดและวางแผนในระดับปานกลาง โดยมีโอกาสเสนอความคิดเห็นและ
ข้อเสนอแนะในการประชุมของตลาด แต่ยังคงขาดทักษะการวางแผนเชิงกลยุทธ์และข้อมูลประกอบการ
ตัดสินใจ เวทีไม่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตัดสินใจเชิงนโยบายจำกัดอยู่เฉพาะแกนนำ
สมาชิกตลาดมีส่วนร่วมระดับสูงในการจัดเตรียมพื้นที่ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การจำหน่าย การ
ประชาสัมพันธ์ตลาด และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ในระดับสูง
ทั้งรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้างเครือข่ายการตลาดที่กว้างขึ้น

แต่มีการร่วมติดตามและประเมินผลในระดับปานกลาง โดยมีโอกาสเข้าร่วมการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคและประสิทธิภาพการดำเนินงานตลาด แต่แตกต่างจาก ทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ (2565) ที่พบว่าการเข้ามามีส่วนร่วมสาธารณะของชุมชนยังอยู่เพียงแค่ระดับการรับทราบข้อมูลข่าวสาร และระดับการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่หน่วยงาน แต่เข้าไม่ถึงระดับการมีส่วนร่วมในการติดตามและตัดสินใจแก้ไขปัญหา เนื่องจากผู้ที่กำหนดนโยบายและวางแผนยังคงเป็นหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก และแตกต่างจาก Ninsiiim et al. (2025) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังคงมีจำกัดและส่วนใหญ่เป็นการให้คำปรึกษา โดยส่งผลน้อยมากในการตัดสินใจ จึงทำให้ผู้ขายสินค้าในตลาดมักรู้สึกว่าคุณมองข้ามในขั้นตอนการวางแผนที่สำคัญ

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคม ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 49.70 แสดงให้เห็นว่า หากตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกได้รับการสนับสนุนปัจจัยทั้งสามด้านจะทำให้ผู้ขายสินค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ

ปัจจัยด้านการเมืองการปกครองที่ประกอบด้วยนโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ มีค่าอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมสูงสุด แสดงให้เห็นว่า สิ่งแรกที่ผู้ขายสินค้าต้องการคือความเชื่อมั่นจากนโยบายของรัฐที่โปร่งใส การได้รับการรับรองสถานะที่ชัดเจน และความสะดวกในการประสานงานจากเจ้าหน้าที่อื่นจะช่วยให้ผู้ขายสินค้ามีส่วนร่วมในการจัดการตลาดมากขึ้น สอดคล้องกับ ทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ (2565) ที่พบว่า นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะ และยังส่งผลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะเมื่อส่งผ่านความตระหนักในชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับ ปวีตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล (2567) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นและทัศนคติต่อการบริหารงานของภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการบริหารจัดการตลาดนัด สอดคล้องกับพิสัย กาละจักร และพรเทพ โฆษิตวรวิทย์ (2567) ที่พบว่า การสนับสนุนจากรัฐบาลส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับ Ninsiiima et al. (2025) ที่ค้นพบว่า โครงสร้างนโยบายของรัฐที่เอื้ออำนวย เป็นตัวแปรเชิงบวกที่ผลักดันให้ผู้ค้ามีความกล้าที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและร่วมประเมินผลนโยบาย การที่รัฐเปิดให้ผู้ค้ามีสิทธิร่วมตัดสินใจจะช่วยสร้างความผูกพันและลดแรงต่อต้านจากมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขายส่งผลให้ผู้ขายสินค้ามีส่วนร่วมในการจัดการตลาดมากขึ้น สอดคล้องกับ เรืองวิทย์ ครองยุติ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน สอดคล้องกับ

เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ (2564) ที่พบว่าบุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืนในชุมชนตลาดสด สอดคล้องกับ กานต์มณี การินทร์ และคณะ (2566) ที่พบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริม โดย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนากลุ่มอาชีพต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน และสอดคล้องกับ Saragih & Meak (2022) ที่ระบุว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดต่อพฤติกรรมมนุษย์ ความสามารถในการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย และความสะดวกในการค้าขาย เป็นแรงจูงใจพื้นฐานที่ทำให้ผู้ค้ามีความตื่นตัว เมื่อผู้ค้าเห็นถึงผลกำไรสุทธิและความคุ้มค่าในการประกอบอาชีพ ผู้ขายสินค้าจะมีความเต็มใจและยินยอมที่จะให้ความร่วมมือในการลงมือปฏิบัติงาน และพร้อมมีส่วนร่วมในการประเมินผลการทำงานเพื่อรักษาเสถียรภาพของพื้นที่ค้าขายส่วนรวมให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

ปัจจัยด้านสังคมที่ประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาด ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาดส่งผลให้ผู้ขายสินค้ามีส่วนร่วมในการจัดการตลาดมากขึ้น สอดคล้องกับ กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ผู้ค้ารายย่อยต้องปรับตัวจนเกิดปฏิสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัย ซึ่งนำไปสู่การสร้าง ความไว้วางใจ และเกิดระบบการอุปถัมภ์อันเป็นทุนทางสังคมที่มีอิทธิพลเชิงบวกที่กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันปกป้องพื้นที่ตลาดท้องถิ่นให้อยู่รอด สอดคล้องกับ รัตนา พลเสน โสริยา สุภาพล ลัดดาวัลย์ สำราญ (2568) ที่พบว่า ความเข้มแข็งเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น สอดคล้องกับ มะร่อแซะ เล้าะและ และคณะ (2568) ที่พบว่า คณะกรรมการตลาดชุมชนถือเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงอยู่และการปรับตัวของตลาดชุมชน และสอดคล้องกับ Ninsiiima et al. (2025) ที่พบว่า เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่แข็งแกร่งในกลุ่มผู้ขายสินค้า จะช่วยเพิ่มความไว้วางใจ และเป็นตัวกระตุ้นให้อำนวยความสะดวกต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนและจัดการพื้นที่ส่วนรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. จากผลการวิจัยที่พบว่าแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ประกอบด้วย (1) แนวทางการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ โดยการลดต้นทุนการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า และการลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขาย (2) แนวทางการส่งเสริมด้านสังคม โดยการสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดี อย่างเปิดเผยในการยกระดับความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้ผู้ขายอยากเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และ (3) แนวทางการส่งเสริมด้านการเมืองการปกครอง โดยการสร้างนโยบายพัฒนาตลาดที่ชัดเจน การส่งเสริมองค์ความรู้ และการเพิ่มความสะดวกในการประสานงานนั้น แสดงให้เห็นว่า การจะส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องอาศัยกลไกการขับเคลื่อนที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับ เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ (2564) ที่เสนอว่า ควรส่งเสริมบทบาทของผู้จัดการตลาด มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของตลาด ส่งเสริมการ

จัดการขยะภายในตลาดของผู้ค้า สร้างคู่มือและประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะในช่องทางต่าง ๆ มีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ค้าในการคัดแยกขยะ และจัดระเบียบพื้นที่ตลาดให้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้เกิดความสะดวก ซึ่งการพัฒนาตลาดต้องอาศัยปัจจัยทางสังคม โดยการส่งเสริมบทบาทผู้จัดการตลาดในการให้ความรู้ สร้างแรงจูงใจ และการจัดระเบียบพื้นที่ให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งเป็นกลไกที่ทำงานควบคู่ไปกับทุนทางสังคมในการดึงดูดการมีส่วนร่วมให้ยั่งยืน สอดคล้องกับ พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และคณะ (2565) ที่เสนอว่า การที่รัฐมีนโยบายที่เอื้ออำนวย ช่วยเหลือเรื่องต้นทุนในการประกอบอาชีพ และมอบความรู้ในการบริหารจัดการ เป็นเสาหลักสำคัญในการสร้างความรู้สึกร่วมกันและกระตุ้นให้ผู้ค้าเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับ วิสาขา ภูจินดา และคณะ (2565) ที่เสนอว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครองที่โปร่งใส นโยบายของหน่วยงานรัฐที่ชัดเจน การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จพร้อมการอบรมให้ความรู้ และการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ถือเป็นกุญแจสำคัญในการลดอุปสรรค สร้างแรงจูงใจ และทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเชื่อมั่นพร้อมให้ความร่วมมือ สอดคล้องกับ ธราดล ศรีสุข (2566) ที่เสนอว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบาย จัดสรรงบประมาณ จัดอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสด และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย หากภาครัฐมีนโยบายการจัดสรรงบประมาณที่ชัดเจน โปร่งใส ตลอดจนมีกลยุทธ์ที่ช่วยเปิดโอกาสในการเพิ่มลูกค้าและรายได้ จะเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ค้ามีความเชื่อมั่นและยินดีให้ความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ปรัชพร สมธง และ วิราสิริ วีสิริสิริ (2567) ที่เสนอแนะว่า หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มนโยบายด้านสถานที่ค้าขาย โดยสร้างแรงจูงใจและให้ความรู้แก่ผู้ค้าตลาดสด ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการผลักดันให้ผู้ค้าเข้ามาปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดอย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับ มะรอมแซะ เล้าะและ และคณะ (2568) ที่เสนอว่า ปัจจัยทางสังคมและการสร้างกลไกความไว้วางใจ ตลอดจนการพึ่งพาอาศัยกันทางสังคม เป็นเงื่อนไขสำคัญที่กระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน บริหารจัดการ และลงมือปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อกระตุ้นรายได้และยกระดับความมั่นคงทางอาชีพอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ Marjoyo et al. (2024) ที่ระบุว่า ภาครัฐควรปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้อำนวยความสะดวก โดยมุ่งเน้นการจัดอบรมให้ความรู้ การเปิดช่องทางการสื่อสารแบบสองทางอย่างเปิดเผย ตลอดจนการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการสนทนา เพื่อสร้างความโปร่งใสของข้อมูลข่าวสารและลดการบิดเบือนข้อมูล การที่ภาครัฐมีประสิทธิภาพในการประสานงาน เปิดรับฟังข้อเสนอแนะ และเป็นเครือข่ายสนับสนุนที่ดี ถือเป็นเสาหลักสำคัญในการสร้างความไว้วางใจ ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้ค้าเกิดความเต็มใจและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมแผนยกระดับศักยภาพของตลาดให้ประสบความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครองมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมสูงสุด ดังนั้น แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน และหน่วยงานท้องถิ่น ควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ

1.2 คณะกรรมการบริหารตลาดควรพิจารณาส่งเสริมให้ผู้ขายสินค้ามีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย โดยกำหนดค่าเช่าพื้นที่หรือค่าส่วนกลางให้เป็นธรรมและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

1.3 คณะกรรมการบริหารตลาดควรส่งเสริมกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาด ให้เกิดความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด มีความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และยอมรับระเบียบของตลาดร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นหรือการประชุมตัวแทนผู้ขายสินค้าอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง

1.4 จากผลประเมินระดับการมีส่วนร่วมที่พบว่า "ด้านการวางแผนและตัดสินใจ" มีคะแนนต่ำที่สุด ดังนั้น คณะกรรมการบริหารตลาดและภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ตัวแทนผู้ค้า เข้าไปมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการหรืออนุกรรมการตั้งแต่ขั้นตอนการ "ริเริ่มโครงการ" เพื่อให้ผู้ค้าได้ร่วมกำหนดเป้าหมายและการแก้ปัญหาที่ตรงกับบริบทจริงของพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เจาะลึกเพิ่มเติมกับกลุ่มผู้บริหารตลาดและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐแขวงคำม่วน เพื่อทำความเข้าใจถึงข้อจำกัด อุปสรรค และความเป็นไปได้ในการนำนโยบายการจัดระเบียบตลาดไปปฏิบัติจริง

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในตลาดสดระดับขนาดกลางและขนาดเล็กพื้นที่อื่น ๆ ภายในแขวงคำม่วน หรือเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ค้าระบบดั้งเดิมกับกลุ่มผู้ค้ายุคใหม่

2.3 ควรมีการศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการตลาดสด เช่น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป หรือนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการตลาดและช่องทางการชำระเงิน เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณะ ดาราเรือง. (2567). การพัฒนาตัวบ่งชี้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 และการสร้าง กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการป้องกันหลังการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ใน ตลาดสดเขตเทศบาลนครนครสวรรค์. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 7(3), 223–238.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/266897/182468>
- กฤษดา ปัจจำเนย์, มุกดา วงศ์อ่อน, บัณฑิต พรหมพักพิง, และนิลวดี พรหมพักพิง. (2564). การศึกษา ปฏิสัมพันธ์ของผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดท้องถิ่นอีสานผ่านมุมมองแนวคิดความไว้วางใจ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 38(1), 26–52.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HUSO/article/view/247730/167117>
- กานต์มณี การินทร์, ฐิติพร วรฤทธิ์, แก้วมณี อุทัยมัย, กนกเกล้า แก้วกล้า, และภักธินา อภิศุภกรกุล. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(1), 25-36.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/257778/174157>
- เฉลิมพล ศรีหังษ์. (2565). การประเมินความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม: จะทำอย่างไรให้ ถูกต้อง. *วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์*, 5(1), 28-47.
<https://so16.tci-thaijo.org/index.php/RJPA/article/view/2123/1339>
- เขาวลิต อยู่เกิด, วิจิตรา ศรีสอน, และศิริโรจน์ ภาคสุวรรณ. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการ จัดการแบบยั่งยืน: กรณีศึกษารูปแบบการจัดการขยะชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(2), 712–726.
https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/249759/170728
- ทิววรรณ ศิริเจริญ กัณหา และแสงแข บุญศิริ. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม สาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์. *Parichart Journal*, 35(3), 110-128.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/252645/175455>
- ธนินทร์รัฐ ไชยพัฒน์เดชากร, อธิษฐ์ สิริวิศรา, และรัชยา ภักดีจิตต์. (2568). การจัดการแรงงาน นอกระบบกลุ่มหาบเร่แผงลอยในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐ และเอกชน*, 7(1), 150–165. <https://doi.org/10.14456/jappm.2025.11>

- ธราดล ศรีสุข. (2566). การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 11. *วารสารศาสตร์สุขภาพและการศึกษา*, 3(3), 18–35.
<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JHSP/article/view/262898/18-35>
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2567). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 20). *ปัสซิเนสอาร์แอนด์ดี*.
- ปวิตร จงนภาศิริกุล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 10(2), 134–147.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/view/260448>
- ปรัชพร สมธง และวิราสิริ วสีวีร์. (2567). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดของผู้ค้าตำบลแม่สุ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุขชุมชน*, 7(1), 45–56.
<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jhscph/article/view/265555/183242>
- พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ, และ ภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). การขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชนสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 13(2), 1–14.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/gajasara/article/view/259441/175146>
- พิมภัสสร เต็ดขาด, เขมินทรา ตันธิกุล, และ นพรัตน์ กันทะพิกุล. (2567). การพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรม ท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารพุทธจิตวิทยา*, 9(1), 85–98. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jbp/article/view/269474>
- พิสัย กาละจักร และพรเทพ โฆษิตวรุฒิ. (2024). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 21(1), 101–114. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/272475/183896>
- มะร่อชะ เล้าะและ, วีระวัฒน์ อุดมทรัพย์, ขวัญนรี กล้าปราบโจร, จิตพร พระโพธิ์, สร้อยเพชร ลิสนิ, และวีระ ยุคนธร. (2568). การจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับความมั่นคงทางอาหารของครัวเรือนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 8(1), 106–121. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/bim/article/view/279802>
- รัตน พลเสน, โสรยา สุภาพล, และลัดดาวัลย์ สำราญ. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น: กรณีศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *Local Administration Journal*, 18(4), 549–562.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/colakkujournals/article/view/281107/190420>

- เรืองวิทย์ ครองยุติ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาล จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 13(2), 222–237.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ptujournal/article/view/252582/173029>
- ละเอียด ศิลาณอย และกันทิมาลย จินดาประเสริฐ. (2562). การไขมาตรประมาณค่าในการศึกษาวิจัย ทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ การโรงแรม และการท่องเที่ยว. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 8(15), 112-126. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/196862/137606
- วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ. (2565). การศึกษาเปรียบเทียบการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของ เครื่องมือวิจัย ด้วยเทคนิค IOC, CVR และ CVI. *วารสารรังสิตสารสนเทศ*, 28(1), 169–192.
<https://rilj.rsu.ac.th/journal/57/article/281>
- วิสาชา ภูจินดา, ศราพร ไกรยะปักษ์, และศาลิมาร์ เกิดกลิ่นหอม. (2565). การเปรียบเทียบการบริหาร จัดการขยะพลาสติกในตลาดสดของประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 48(2), 59–72.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/253345/177509>
- แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน. (2025). *บทสรุปข้อมูลสถิติตลาดสดเมืองท่าแขก ประจำปี 2024. แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน.* (เอกสารภาษาลาว)
- Adhikari, G. P. (2022). Interpreting the Basic Results of Multiple Linear Regression. *Scholars' Journal*, 5(1), 22–37.
<https://doi.org/10.3126/scholars.v5i1.55775>
- Chan, J.Y.-L.; Leow, S.M.H.; Bea, K.T.; Cheng, W.K.; Phoong, S.W.; Hong, Z.-W.; Chen, Y.-L. (2022). Mitigating the Multicollinearity Problem and Its Machine Learning Approach: A Review. *Mathematics*, 10, 1283.
<https://doi.org/10.3390/math10081283>
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3), 213–235.
[https://doi.org/10.1016/0305-750X\(80\)90011-X](https://doi.org/10.1016/0305-750X(80)90011-X)
- Cronbach, L. J. (1951). *Coefficient alpha and the internal structure of tests.* *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Khammouane Provincial Department of Industry and Commerce. (2025). *Summary of market statistics in Tha Khaek, 2024.* Khammouane Provincial Department of

- Industry and Commerce, Lao People's Democratic Republic (Lao language document).
- Marjoyo, D., Juli Andi Gani, A., Noor, I., & Hanafi, I. (2024). *Public participation in the management of traditional markets from the perspective of local governance. International Journal for Multidisciplinary Research*.
<https://www.ijfmr.com/papers/2024/3/22734.pdf>
- Ministry of Planning and Investment, Lao People's Democratic Republic. (2021). *The 9th Five-Year National Socio-Economic Development Plan (2021-2025)*.
<https://rtm.org.la/wp-content/uploads/2024/10/ENG-9th-NSEDP-2021-2025.pdf>
- Ninsiima, N., Katusiimeh, M. W., Oketch, C., & Barigye, G. (2025). Levels of stakeholder participation in urban central market planning process: A case study of Kabale and Mbarara. *Scholars Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 13(4), 68–75. <https://doi.org/10.36347/sjahss.2025.v13i04.002>
- Otse, E. J., Obunadike, G. N., & Abubakar, A. (2025). Linear Regression Approach to Solving Multicollinearity and Overfitting in Predictive Analysis. *Journal of Science Research and Reviews*, 2(1), 108-117.
<https://doi.org/10.70882/josrar.2025.v2i1.35>
- Saragih, L. S., & Meak, S.V. (2022). Post-revitalization of traditional market in a marketing perspective. *Review of Management Accounting and Business Studies*, 1(2), 58–67. <https://doi.org/10.38043/revenue.v1i2.3737>
- Uakarn, C., Chaokromthong, K., & Sintao, N. (2021). Sample size estimation using Yamane and Cochran and Krejcie and Morgan and green formulas and Cohen statistical power analysis by G* Power and comparisons. *Apheit international journal of interdisciplinary social sciences and technology*, 10(2), 76-86.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ATI/article/view/254253>
- World Bank Group. (2025). *Lao Economic Monitor, May 2025 - Weathering Risks: Key Findings*. <https://www.worldbank.org/en/country/lao/publication/lao-economic-monitor-may-2025-weathering-risks-key-findings>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๑๙๓๕



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๒๘ ธันวาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กรอบแนวคิดการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะ
๒. เครื่องมือการวิจัย
๓. แบบประเมินเครื่องมือการวิจัย

ด้วย Mr. Khoanchay Souvanhlasy รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๗๔๒๒๔๓๔๑๐๑ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อให้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ที่นักศึกษาได้จัดทำขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เจริญศรี)

รองผู้อำนวยการฝ่ายแผนงานและงบประมาณ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน Mr. Khoanchay Souvanhlasy โทรศัพท์เคลื่อนที่ +๘๕๖ ๒๐ ๕๕๖๕ ๕๑๒๒



ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/๒๔๔

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย

เรียน เจ้าของตลาดสุขสมบูรณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย Mr. Khoanchay Souvanhlasy รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๗๔๒๒๔๓๔๑๐๑ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ทั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย เพื่อหาความเชื่อมั่นในการศึกษาวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ดังนั้น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์ท่านอนุญาตให้นักศึกษาทำการทดลองใช้เครื่องมือวิจัยดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรศักดิ์ แสนทวีสุข)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๙๗ ๐๒๒๙

โทรสาร ๐ ๔๒๙๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน Mr. Khoanchay Souvanhlasy โทรศัพท์เคลื่อนที่ +๘๕๖ ๒๐ ๕๕๖๕ ๕๑๒๒

ที่ อว 0621.12/277



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
680 ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร 47000

21 กุมภาพันธ์ 2569

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน เจ้าของตลาด สุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย Mr.Khuoanchay Souvanlasy รหัสประจำตัวนักศึกษา 67422434101 ซึ่งเป็น นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษา และทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงขอความ อนุเคราะห์จากท่านให้นักศึกษารายดังกล่าวได้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรศักดิ์ แสนทวีสุข)
ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0 4297 0229

โทรสาร 0 4297 0032

ผู้ประสานงาน Mr.Khuoanchay Souvanlasy โทรศัพท์เคลื่อนที่ +856 20 5565 1228

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย

- 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ
อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล
อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- 3) ดร.วงไชชนะ ไชยะกุ่มมาน
หัวหน้าห้องการบริหาร แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่า
แขวง คำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริม และการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขวง คำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า

ในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามนี้ตามข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่าน
พร้อมทั้งข้อคิดเห็น (ถ้ามี) ซึ่งจะเป็นประโยชน์นำไปประกอบการวิจัย

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาตอบแบบสอบถามนี้

ชวันใจ สุวันลาตี

ผู้วิจัย

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

อีเมลล์ khouanchay8993@gmail.com

Tel: +856 2055651228

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ หรือเติมจำนวนในช่องว่าง ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ..... ปี
3. ระดับการศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ ประกาศนียบัตรชั้นต้น ☐ ประกาศนียบัตรชั้นสูง
4. ประเภทธุรกิจ/สินค้าที่จำหน่าย ☐ เนื้อสัตว์ ☐ ปลาและสัตว์น้ำ ☐ อาหารปรุงสำเร็จ ☐ ข้าวสาร อาหารแห้ง ☐ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ ☐ เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด ☐ อื่น ๆ
5. ระยะเวลาในการประกอบการ..... ปี

คำชี้แจง ในตอนที่ 2-5 โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ

รายการ	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
1. ตลาดแห่งนี้แหล่งรายได้หลักในการขายสินค้าของท่าน					
2. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยให้ท่านลดต้นทุนในการดำเนินงานได้					
3. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าให้แก่ร้านค้าของท่าน					
4. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ทำให้ท่านมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อได้ง่ายขึ้น					
5. การขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ช่วยลดความยุ่งยากในขั้นตอนการค้าขายกับคู่ค้ารายใหญ่					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม

รายการ	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
1. ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายสินค้ารายอื่นในตลาด					
2. ท่านไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด					
3. ท่านรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาดแห่งนี้					
4. ท่านได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ขายสินค้ารายอื่น					
5. ระเบียบของตลาดมีความชัดเจนและเป็นธรรม					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมืองการปกครอง

รายการ	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
1. ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาตลาดสดให้ดีขึ้น					
2. มีการสนับสนุนงบประมาณพัฒนาตลาดจากภาค ส่วนต่าง ๆ					
3. มีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาให้ความรู้ในการจัดการตลาด					
4. เจ้าหน้าที่ของรัฐอำนวยความสะดวกในขอรับ ใบอนุญาต					
5. การประสานงานภาครัฐมีความสะดวกคล่องตัว					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด

รายการ	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ					
1. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น เกี่ยวกับการพัฒนาตลาด					
2. ท่านร่วมให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผน พัฒนาตลาด					
3. ท่านร่วมกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการพัฒนา ตลาดในอนาคต					
4. ท่านเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะเพื่อการ ปรับปรุงและวางแผนพัฒนาตลาด					
5. ท่านร่วมพิจารณาแผนงานหรือโครงการต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจ					

รายการ	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน					
6. ท่านได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาด					
7. ท่านได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานตลาดของภาครัฐ					
8. ท่านได้ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตลาดจัดขึ้น					
9. ท่านได้สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด					
10. ท่านได้ร่วมเป็นแรงงานช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด					
11. ท่านได้สละทรัพยากรส่วนตัวเพื่อช่วยในกิจกรรมการพัฒนาตลาด					
12. ท่านได้ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของตลาดให้ผู้อื่นรับทราบ					
13. ท่านร่วมมือในการดูแลความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ส่วนรวมของตลาด					
การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์					
14. การพัฒนาตลาดทำให้ท่านได้ประโยชน์ เช่นเดียวกับผู้ขายสินค้าคนอื่น ๆ					
15. คณะกรรมการตลาดได้ส่งเสริมการขายสินค้าของท่าน					
16. กฎระเบียบใหม่ ๆ ของตลาดเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าของท่าน					
17. ท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาตลาด					
18. ท่านได้รับการยอมรับเชื่อถือจากผู้ขายสินค้ารายอื่นให้เป็นตัวแทนผู้ขายสินค้าตลาด					

รายการ	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย มาก ที่สุด
การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล					
19. ท่านร่วมให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเพื่อใช้ในการ ประเมินผลโครงการพัฒนาตลาด					
20. ท่านแจ้งปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการ ดำเนินงานตามมาตรฐานใหม่ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ					
21. ท่านร่วมตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการ ตลาดให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้					
22. ท่านเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงจากผล การดำเนินงานที่ผ่านมา					
23. ท่านเข้าร่วมรับฟังการรายงานผลการดำเนินงาน และร่วมวางแผนแก้ไขในอนาคต					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ส่งแบบสอบถามและผู้วิจัย

นายขวัญใจ สุวันลาสี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

อีเมลล์ khouanchay8993@gmail.com

Tel: +856 2055651228

ภาคผนวก ง

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม

แบบสรุปผลการหาค่า IOC แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการ
จัดการตลาดสดขนาดใหญ่เอกชนเมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	การแปลผล
		1	2	3			
2	1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2	5	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	5	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3	6	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4	5	+1	0	+1	3	0.67	ใช้ได้
5	1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	5	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5	6	0	+1	+1	3	0.67	ใช้ได้

ตอนที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	การแปลผล
		1	2	3			
5	7	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	8	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	9	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	10	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	11	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	12	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	13	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	14	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	15	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	16	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	17	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	18	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	19	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	20	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	21	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	22	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	23	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายวันใจ สุวันลาสี
วัน เดือน ปีเกิด	2 ธันวาคม 2517
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 080 หมู่ 05 หมู่บ้านสุขสวรรค์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว
ตำแหน่งปัจจุบัน	หัวหน้าแผนกการค้าภายใน แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
สถานที่ทำงาน	แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน สปป.ลาว
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2528	ชั้นประถมศึกษา โรงเรียนประถมจอมแจ้ง เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว
พ.ศ. 2531	ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนมัธยมจอมแจ้ง เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว
พ.ศ. 2534	ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมัธยมท่าแขก เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว
พ.ศ. 2540	ระดับชั้นปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยแห่งชาติ นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว
พ.ศ. 2569	ปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2553	ตำแหน่งรองหัวหน้าแผนกสถิติแผนการ แผนกอุตสาหกรรม และการค้า แขวงคำม่วนสปป.ลาว
พ.ศ. 2556	ตำแหน่งรองหัวหน้าแผนกอุตสาหกรรม แผนกอุตสาหกรรม และการค้า แขวงคำม่วนสปป.ลาว
พ.ศ. 2566	หัวหน้าแผนกการค้าภายใน แผนกอุตสาหกรรมและการค้า
ถึงปัจจุบัน	แขวงคำม่วน สปป.ลาว