

The Enhancement of Community Market Areas for Making Learning Place and Creative Economy of Community in Phrae Province

การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน
ในจังหวัดแพร่

Received: Aug 21, 2025

Revised: Sep 27, 2025

Accepted: Oct 3, 2025

Somjit Konwong (สมจิต ขอนวงศ์)*

Phrae Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

วิทยาลัยสงฆ์แพร่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

PhraMahaThongchai Vachirayano (พระมหาธงชัย วชิรญาโน)

Phrae Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

วิทยาลัยสงฆ์แพร่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Supitchaya Kanka (สุพิชญา กันกา)

Phrae Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

วิทยาลัยสงฆ์แพร่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

*Corresponding Author Email: jit_kw@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research are: 1) To investigate the development of activities that foster participatory community markets as both learning resources and centers for the community's creative economy in Phrae Province. 2) To examine the development of a network for managing model activities that establish these participatory community markets as learning resources and hubs for the creative economy in Phrae Province. For this qualitative inquiry, data were collected via in-depth interviews with 25 key informants, a focus group discussion involving 13 individuals, and a seminar attended by 11 participants. Content analysis was employed as the primary analytical technique. This process included presenting the findings within their context and moving from a broad overview to a detailed analysis of sub-issues, following established guidelines for qualitative research.

The research Finding

1. The organization of activities for enhancing community market to be community learning resources and creative economy was based on context, input, management processes, and

marketing promotion activities through social culture. The development of Pa Maet market is an example of upgrading the market to become a distribution center for agricultural and local products, including consumer goods. It not only provides jobs and income for community members but also encourages people from other areas to experience the unique local lifestyle and culture. The results of the seminar on activities for enhancing participatory community market to be learning resources and creative economy were as follows. The experimental and prototype market was based on multi-agency cooperation to ensure that it met standard requirements in terms of public health, budget, and cooperation from all sectors. The systematic planning was created to increase market popularity.

2. In terms of network development for organizing prototype activities of participatory community market, network creation was based on participatory community brainstorming, coordinating between community leaders and government agencies, and building network covenants through social capital. A Memorandum of Understanding (MOU) was signed by three Phrae community markets to strengthen networks for participatory community market development.

Keyword: Community Market; Learning Resource; Creative Economy

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การพัฒนากิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ 2) การพัฒนาเครือข่ายในการจัดการกิจกรรมต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ ในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 25 คน การสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 13 คน และกิจกรรมประชุมสัมมนา จำนวน 11 คน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบบริบทนำเสนอและการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาพบว่า

1. การจัดกิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงบริบทของตลาดชุมชน ปัจจัยนำเข้า กระบวนการบริหารจัดการ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านวัฒนธรรมทางสังคมการพัฒนาตลาดชุมชนป่าแม่ตเป็นตัวอย่างของการยกระดับตลาดให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และสินค้าอุปโภคบริโภคภายในชุมชน ซึ่งไม่เพียงสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็น การส่งเสริมให้ผู้คนต่างถิ่นได้สัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการ สัมมนาการพัฒนากิจกรรมต้นแบบการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนเป็นความร่วมมือจากหลาย

หน่วยงานเพื่อสร้างตลาดต้นแบบให้ได้มาตรฐาน ทั้งด้านสาธารณสุข งบประมาณ และความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยมีการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อให้ตลาดเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2. การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจากการมีส่วนร่วมระดมสมองของชุมชนและการประสานงานระหว่างผู้นำชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการสร้างพันธมิตรภายในเครือข่ายผ่านทุนทางสังคมการสร้างคามเข้มแข็งให้กับเครือข่ายในการพัฒนาตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะตลาดต้นแบบตลาดบวบกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เกิดจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนในชุมชน

คำสำคัญ: ตลาดชุมชน; แหล่งเรียนรู้; เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

บทนำ

ตลาด เป็นที่แรก ๆ ที่เราจะตามหาเสมอเมื่อเดินทางไปยังต่างเมือง และเป็นสถานที่ที่คนต่างถิ่นอย่างเราต้องเดินตามหาเพื่อสัมผัสรสชาติอาหารธรรมชาติในท้องถิ่น กลิ่นอายของธรรมชาติ วัตถุของที่สดใหม่ อยู่เสมอ ตลาด จึงเป็นกระจกสะท้อน กลิ่นอายของศิลปวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น ตลาดในย่านชุมชนที่ซ่อนปรากฏการณ์ทางสังคมที่บอกเล่าเรื่องราวของเมืองนั้น ๆ แม้กระทั่งตัวชี้วัดการพัฒนาของชุมชนได้ในหลายมิติ ตั้งแต่การจัดการเศรษฐกิจชุมชน การกระจายชนสังคมชน การเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะคุณภาพชีวิตและสุขภาวะของคนภายในชุมชนก็จะสะท้อนถึงการจัดการตลาดภายในชุมชนนั้นเช่นเดียวกัน

ตลาดสดชุมชนมหาโพธิ์ ตำบลป่าเมต อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เป็นตลาดสดของชุมชนได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบันรวมเป็นระยะเวลา 25 ปี ได้บริหารจัดการตลาดสดมาอย่างต่อเนื่องโดยใช้ทุนทางทรัพยากร และวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนเป็นหลัก ซึ่งตลาดสดชุมชนมหาโพธิ์เป็นศูนย์กลางของชุมชนในการแลกเปลี่ยนสินค้าโดยมีผู้ขายในพื้นที่ตำบลป่าเมต จำนวน 15 หมู่บ้าน มีการเปิดโอกาสให้ผู้ขายสินค้าในชุมชนได้นำเอาสินค้าพื้นบ้านมาวางจำหน่ายที่หลากหลายประเภททั้งอาหาร ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ขายสินค้าในชุมชน และชุมชนใกล้เคียงซึ่งทางชุมชนมีทุนทางทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่หลายประการ โดยเฉพาะพืชผลทางเกษตรซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในชุมชนตำบลป่าเมต แต่ยังไม่ได้รับการนำมาจัดการจัดการให้นำมาเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากเท่าที่ควร และที่สำคัญชุมชนในตำบลป่าเมตยังมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านอาหารพื้นบ้าน ด้านการผ้าทอ ด้านดนตรีพื้นบ้าน จากการศึกษาสำรวจเบื้องต้นเมื่อปีพุทธศักราช 2562 (กองการศึกษา เทศบาลตำบลป่าเมต, 2562).

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ โดยศึกษากระบวนการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และ

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเปิดพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตลาดของชุมชนในจังหวัดแพร่ให้กับผู้นำและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพัฒนากิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาเครือข่ายในการจัดการกิจกรรมต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาด

ตลาดในความหมายของ (สุตารัตน์ พิมลรัตนกาญจน์, 2557 : 120-124) อธิบายว่า ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์มีความหมายกว้างกว่าเพราะหมายถึงการที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถตกลงซื้อขายสินค้าและบริการกันได้ จากคำจำกัดความดังกล่าวเห็นว่าตลาดไม่ได้หมายถึงสถานที่ทำการซื้อขายเพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงการซื้อขายโดยไม่มีสถานที่ด้วย เช่นการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ซึ่งบางครั้ง ผู้ซื้อและผู้ขายไม่เคยพบปะกันเลย สอดคล้องกับแนวคิดของ (วรณี จิเจริญ และบุญธรรม ราชรักษ์, 2562 : 323) ได้อธิบายว่าตลาดโดยทั่วไป หมายถึงสถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะติดต่อซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน แต่ในทางเศรษฐศาสตร์ ตลาด หมายถึงสถานการณ์ที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องมาพบปะกัน การตกลงซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนอาจเกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการรวมทั้งปัจจัยการผลิตโดยผ่านเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับแนวคิดของ (ถวิล นิลใบ และคณะ, 2562 : 130) ได้กล่าวถึงตลาดว่าเป็นการจัดสรร หรือการจัดการที่ผู้ซื้อและผู้ขายพบหรือติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ตลาดเป็นช่องทางที่ผู้ซื้อและผู้ขายในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องพบปะกันและส่งผ่านธุรกรรมเพียงอย่างเดียว เช่น ผู้ซื้อสามารถเลือกสินค้าผ่านแคตตาล็อก ผ่านอีเมลหรือโทรศัพท์ และการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และดำเนินการชำระเงินด้วยการโอนเงินหรือหักบัตรเครดิต เป็นต้น

จากความหมายของการตลาด จึง หมายถึง สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน มักจะมีชื่อตามสถานที่หรือที่ตั้งของตลาดนั้น ๆ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดสดต่าง ๆ

แต่ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการซื้อขายสินค้าไม่ได้จำกัดสถานที่และเวลา แม้ว่าผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ต่างสถานที่กันก็สามารถซื้อขายกันได้

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดชุมชน

คำว่า ชุมชน ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ในมิติต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป ผู้ศึกษาจึงได้นำความหมายของชุมชนมาอธิบายถึงความเป็นชุมชน ดังต่อไปนี้

ชุมชน ตามความหมายของ (สุชาติ น้าใจดี, 2552 : 9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คือ ชุมชนที่สนับสนุนและผลักดันเพื่อก่อให้เกิดการสร้าง การถ่ายทอดและการใช้องค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ (สนธยา พลศรี, 2553 : 22) กล่าวถึงชุมชนกลุ่มทางสังคมที่อยู่อาศัย ร่วมกันในอาณาบริเวณเดียวกัน เช่น ครอบครัว ละแวกบ้าน หมู่ บ้าน ตำบล หรือเรียกเป็นอย่างอื่นมีความ เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน มีการติดต่อสื่อสารและเรียนรู้ ร่วมกัน มีความผูกพัน เอื้ออาทรกัน ภายใต้บรรทัดฐานและ วัฒนธรรมเดียวกัน ร่วมมือและพึ่งพาอาศัยกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน นอกจากนี้ (ปรีชา วงศ์ทิพย์, 2555 : 8) ได้ให้ความหมายของชุมชนไว้ว่า ชุมชนหมายถึง ถิ่นฐานอันเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพทางภูมิศาสตร์และระบบความสัมพันธ์ในสังคม ซึ่งอิงอาศัยความเอื้ออาทร ความผูกพันและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นเครื่องมือดำเนินการเพื่อให้มีชีวิตที่ดีร่วมกัน

ฉะนั้น แนวคิดเกี่ยวกับตลาดชุมชน เป็นผลมาจากการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนสมัยอดีตที่อาศัยอยู่ในละแวกเดียว มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กัน ทั้งในความสัมพันธ์เชิงระบบเศรษฐกิจที่มีผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค และนอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมในมิติต่าง ๆ การกิน การใช้ชีวิต ความเป็นเจ้าของชุมชนที่บ่งบอกด้วยลักษณะกายภาพและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ที่ออกมาให้รูปแบบของกิจกรรมการค้าขายหรือที่เรียกว่า “ตลาดชุมชน” ซึ่งนอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้นิยามความหมายของคำว่า ตลาดชุมชนในมิติต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ (ไพศาล ช่วงฉ่ำ, 2553) กล่าวว่า ตลาดชุมชน เป็นการสนับสนุนผู้ผลิต พืช ผัก ผลไม้ต่าง ๆ ในชุมชน และแม่ค้าในชุมชนนั้นได้มีการจัดตลาดขึ้น เพื่อนำผลผลิตมาซื้อขายกันใน ชุมชน โดยมีการ จัดตั้งองค์กร กฎกติการ่วมกัน ซึ่งใกล้เคียงกับ กิตติชัย นวลทอง ได้ให้ความหมายตลาดชุมชนว่า เป็นสถานที่หรือแหล่งเรียนรู้ ทางการค้าของชุมชน เป็นกระบวนการสร้างรายได้ลดรายจ่าย อีกทั้งให้ชุมชนมีความ ผูกพันซึ่งกันและกัน โดยมีกระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่ก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายจากชุมชนหนึ่งรวมกับอีกชุมชนหนึ่ง

กล่าวโดยสรุป ตลาดชุมชน จึงเป็นถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมผู้ซื้อและผู้ขายที่รวมตัวกันจัดตั้งตลาดขึ้น ในการนำเอาผลผลิตในท้องถิ่น มาซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนกันภายในชุมชนโดยมีการทำข้อตกลงร่วมกันภายใต้กฎกติกาของชุมชน ตลาดจะใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับชุมชนนั้นๆ หรือจำนวนสินค้าที่นำมาจำหน่ายภายในชุมชน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เริ่มเป็นที่ยอมรับและถูกพูดถึงกันอย่างมากจากงานเขียนของ John Howkins ในหนังสือชื่อ The Creative Economy ซึ่งให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) หมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ นอกจากนี้ หน่วยงานสำคัญ ๆ ได้ให้คำนิยามไว้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา The United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD (ประวีร์ ประพันธ์วงศ์, ออนไลน์) ได้ให้คำนิยาม “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ว่าเป็นแนวคิดการพัฒนาบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นกระบวนการสำคัญในการกระจายรายได้ การสร้างงานและสร้างรายได้จากต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมให้สังคมเกิดความสมานฉันท์ เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ฐานความรู้ดั้งเดิมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในทุกระดับ”

องค์การยูเนสโก ได้ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมดั้งเดิมหรือการนำแนวคิดพื้นฐานมาพัฒนา เป็นการปรับกลยุทธ์เศรษฐกิจไทยให้ก้าวไกลไปสู่ระดับสากล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 25 คน และสนทนากลุ่ม จำนวน 13 รูปหรือคน

2. พื้นที่การวิจัย ตลาดชุมชนมหาโพธิ์ ตำบลป่าเมต อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

– แบบสัมภาษณ์ (Interviews) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

– สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion – FGD) โดยดำเนินการสนทนากลุ่มย่อยระหว่างผู้วิจัย ผู้ปกครองท้องถิ่น นักการเมืองท้องถิ่น เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลป่าเมต คณะกรรมการตลาดสดวัดมหาโพธิ์ และผู้ประกอบการ

4. การเก็บข้อมูลการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสร้างตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน โดยดำเนินการใน 4 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 การเตรียมการวิจัย เรื่องการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

1) ศึกษาข้อมูลชุมชน ประวัติความเป็นมา บริบท การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ และสร้างความเข้าใจในการมาทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อต้องการศึกษาเรื่องอะไร ชุมชนจะมีบทบาทต่อการศึกษาอย่างไร สภาพของตลาดชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตั้งแต่อดีต ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันวิธีคิด

2) ศึกษาปัจจัยส่งเสริม และอุปสรรคการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

3) ดำเนินการประสานงานผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ขายของ ผู้นำชุมชน ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการและตัวแทนหน่วยงานการศึกษา

4) เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล เมื่อได้แนวคำถามแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความเที่ยง ตรงของเนื้อหา นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้จัดเตรียมกล้องบันทึกภาพนิ่ง รวมทั้งเครื่องบันทึกแถบเสียง

ระยะที่ 2 การดำเนินการพัฒนาการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

1) วิเคราะห์สภาพบริบท ประวัติความเป็นมา กระบวนการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

2) ศึกษาปัญหาและความต้องการในการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

3) ศึกษาตลาดชุมชนในพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

4) ค้นหาแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัด โดยดำเนินการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) ระหว่างผู้วิจัย ผู้นำชุมชน พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ พระสงฆ์ หน่วยงานด้านการศึกษา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด ท้องเที่ยวจังหวัดและอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามลักษณะการเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม รวมจำนวนทั้งสิ้น เพื่อหาแนวทางร่วมกัน

5) สรุปแนวทางการกิจกรรมและโครงการ โดยให้ผู้เข้าร่วมประชุมช่วยเพิ่มเติมให้สมบูรณ์

ระยะที่ 3 การลงมือปฏิบัติ โดยการประชุมสัมมนาทางวิชาการ กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาเครือข่ายในการจัดการกิจกรรมต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การจัดสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หรือพื้นที่เรียนรู้เสมือนจริง หรือผสมผสาน เพื่อชุมชนจะได้พื้นที่การเรียนรู้ตลาดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ระยะที่ 4 การถอดบทเรียนและสรุปโครงการวิจัย

1) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม ในตลาดชุมชนมหาโพธิ์ ตำบลป่าเมต อำเภอมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เพื่อถอดองค์ความรู้กระบวนการเสริมสร้างตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

2) สัมมนาวิชาการการพัฒนากิจกรรมตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ เพื่อเสริมสร้างตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ ณ ตลาดมหาโพธิ์ ตำบลป่าเมต อำเภอมืองแพร่ จังหวัดแพร่

3) การคืนข้อมูลสู่ตลาดชุมชนการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่

4) ส่งเคราะห์องค์ความรู้และเสนอร่างสมบูรณ์ต่อมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) นั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) นั้น มาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (Documentary research) โดยวิธีการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ อันได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major themes) หรือแบบแผนหลัก (Major pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์ โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion) นั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย โดยได้ทำการถอดข้อความจากการบันทึกข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis Technique) อธิบายเป็นความเรียง

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย “การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่” นักวิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. การพัฒนานักกิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ ผลการศึกษาพบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน มีการประชุมคณะกรรมการตลาด องค์ปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ตัวแทนผู้ชาย ตัวแทนผู้หญิง และเครือข่ายตลาดจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการในการจัดกิจกรรมเสริมสร้างพื้นที่ต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อมาวางแผนจัดเวทีประชาคมเพื่อเปิดรับข้อมูล ปัญหาและความต้องการจากประชาชนและผู้มาใช้บริการตลาด ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ พบว่าในการดำเนินการขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ตัวแทนผู้ชาย ตัวแทนผู้หญิง และเครือข่ายการตลาดที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมร่วมกันกำหนดพื้นที่จำหน่าย แสดงศิลปะวัฒนธรรม จัดนิทรรศการท้องถิ่น เกี่ยวกับคุณค่าของอาหารที่ประโยชน์กับวัฒนธรรมชุมชน จัดการเสวนา เศรษฐกิจชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดแสดงจำหน่ายสินค้าจากคนในชุมชนจะมีการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้านการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและติดตามผล พบว่า หลังจากการดำเนินงานคณะกรรมการได้มีการประเมิน ติดตามผลและการตรวจสอบนั้น เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดกิจกรรมมีการแก้ไขปัญหาให้ความร่วมมือกับเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมตั้งแต่เริ่มต้นด้านการมีส่วนร่วมในการปรับปรุง พบว่า หน่วยงานภาครัฐ ประชาชน ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ตัวแทนผู้ชาย ตัวแทนผู้หญิง และเครือข่ายตลาดให้ความสำคัญในการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการปรับปรุงแก้ไข

การสัมมนาวิชาการการพัฒนานักกิจกรรมต้นแบบการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า ด้านบริบท พบว่า มีการกำหนดกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของผู้ร่วมกิจกรรมในหลากหลายช่วงวัย เลือกรับใช้ในการจัดกิจกรรมที่ที่มีการเดินทางสะดวกสบาย ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า คำนึงถึงจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ การจัดทำป้าย ขนาดตัวอักษร การใช้สื่อสารสนเทศด้านกระบวนการ พบว่า การจัดกิจกรรมจะต้องดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอน ไม่เร่งรีบ หรือยืดเยื้อเกินไป จนทำให้การผู้ชมเกิดความเบื่อหน่าย

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การพัฒนาเครือข่ายในการจัดการกิจกรรมต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่า การจัดการเครือข่ายทางการตลาดยังไม่มีเรื่องกระบวนการเครือข่ายที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน หรือโดดเด่น ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงให้คนมาจับจ่ายใช้สอย ในการจัดกิจกรรม

ทางการตลาดมักจะดำเนินเป็นระยะๆ ซึ่งไม่ต่อเนื่อง จำนวนสินค้าจะเป็นไปตามเทศกาลต่าง ๆ การวางแผนการดำเนินงานรูปแบบการทำงาน กระบวนการดำเนินการเครือข่ายยังไม่ชัดเจน การจัดกิจกรรมเครือข่ายของชุมชนยังขาดความร่วมมือจากหน่วยงาน องค์กรและชุมชน ขาดการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมในรูปแบบของเครือข่าย เช่นการเปิดพื้นที่การแสดงศิลปวัฒนธรรมของคนในชุมชน เพื่อให้ผู้คนได้สัมผัสวัฒนธรรมตลาด บรรยากาศของตลาดอย่างแท้จริง รูปแบบของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตลาดชุมชนยังไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมของชุมชนที่หลากหลายตามบริบทของชุมชน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย “การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่” นักวิจัยจึงนำผลการศึกษามาทบทวน สรุป ดังนี้

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การพัฒนากิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ พบว่าในการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนจะต้องคำนึงถึงบริบทของตลาดภายในชุมชน ปัจจัยนำเข้าภายในชุมชน กระบวนการบริหารจัดการภายในชุมชน การจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดภายในชุมชนผ่านวัฒนธรรมทางสังคม เข้าช่วยในการสร้างสรรค์ผลงาน การปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยนำเอาผลิตภัณฑ์ สินค้าภายในท้องถิ่นมาจัดแสดง การนำรสชาติภายในท้องถิ่นออกสู่ท้องตลาดภายในชุมชน เพื่อให้เป็นที่ประจักษ์แก่ชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ (สอวช, ออนไลน์) ที่กล่าวถึงการนำความคิดสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญา มาเชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม วางแผนการกำหนดกิจกรรม เลือกรูปแบบของกิจกรรม ให้สอดคล้องกับบริบทของตลาดชุมชน การกำหนดกิจกรรมผ่านภาคีเครือข่าย โดยมีชุมชนต้นแบบเป็นฐานการดำเนินงาน กระบวนการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานที่จัดวางไว้ร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ สอดคล้องกับแนวคิดของ (สนธยา พลศรี, 2540 : 22) ทำให้ประชาชนในชุมชนเกิดความรักและหวงแหน รับผิดชอบและเป็นเจ้าของชุมชน เป็นกระบวนการสำคัญในการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ ช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาล เพราะเป็นการพัฒนาคนในชุมชน โดยคนในชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ รัฐบาล องค์กรหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ช่วยเหลือหรือสนับสนุนในบางส่วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (วิชชุดา เขียวเกตุ, 2559 : (1)) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษาตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ตลาดริมน้ำคลองแดนได้พลิกฟื้นขึ้นมาใหม่อีกครั้งด้วยกลุ่มเล็ก ๆ ในชุมชน ใช้กระบวนการทำงานร่วมกันที่เรียกว่า “วชร” ชุมชนเรียนรู้ร่วมกันผ่านเครื่องมือ งานวิจัยชุมชน เริ่มจากการฟื้นฟูวัดคลองแดน สู่ชุมชน และขยายผลต่อยอดมาสู่พื้นที่ตลาดริมน้ำคลองแดนให้เป็นพื้นที่ทำกิจกรรมของชุมชน ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การจัดการตนเองของตลาดริมน้ำเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นจากชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มจาก 1) การรวมกลุ่ม 2) แผนและ

ข้อมูลชุมชน 3) การขับเคลื่อนแผน และ 4) การบูรณาการแผน การจัดการตนเองที่เกิดขึ้นภายในตลาดริมน้ำคลองแดนนั้น กลไกที่เข้ามามี บทบาทและสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ 1) บุคคลในชุมชน 2) เครือข่ายภาคี และ 3) ทุนชุมชน ชุมชนคลองแดนมีทุนของชุมชนถือเป็นฐานสำคัญที่นำไปสู่การจัดการในทุก ๆ ด้านของ ชุมชน ทั้ง ทุนวัฒนธรรม ทุน มนุษย์ ทุนความรู้ภูมิปัญญาและทุนธรรมชาติ ด้วยความเข้าใจในชุมชน ตนเอง จึงได้เห็นถึงศักยภาพของชุมชน เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จนทำให้เกิดการจัดการทุน ชุมชน นำมาสู่การบูรณาการเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การพัฒนาเครือข่ายในการจัดการกิจกรรมต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ การสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายในการพัฒนาเครือข่ายการจัดกิจกรรมต้นแบบตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนซึ่งพัฒนามาจากตลาดต้นแบบตลาดบวกรไปรง อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่ โดยความร่วมมือของคนในชุมชน ร่วมกับหน่วยงาน องค์การชุมชน ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ (ธีระ รุญเจริญ, 2554 : 8) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมตั้งแต่การคิดโครงการ กิจกรรม โดยการเริ่มต้นปัญหาสาเหตุ วางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการระดมทรัพยากร กำหนดเป้าหมาย สรุปบทเรียน ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ (สุชตา แดงสุวรรณ, 2558 : 21) การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วม ดำเนินกิจกรรม ในการจัดการศึกษาตั้งแต่การศึกษาปัญหา การวางแผน ดำเนินการ การตัดสินใจ การแก้ปัญหา และการประเมินร่วมกัน เพื่อขับเคลื่อนให้การจัดการศึกษานั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักการการมีส่วนร่วม คือ หลักการคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ ร่วมรับผิดชอบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พระนำโชค อานนุโธ(ทองดี), 2560 : ก) ได้ศึกษาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนของภาครัฐและภาคประชาชนในตำบลกระทุ่มล้ม อำเภอสองแพร่ง จังหวัดนครปฐม ในด้านการพัฒนาเครือข่าย โดยการวางกรอบความร่วมมือ การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ การสนธิความร่วมมือ และการระดมความร่วมมือ เนื่องจากมีการเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจ มีการขยายตัวความเป็นเมือง หมู่บ้าน โรงงาน มีการใช้พื้นที่ในชุมชนมากขึ้นสภาพแวดล้อมในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้วิถีชีวิตในชุมชนดั้งเดิมเปลี่ยนไปเกิดความไม่เท่าเทียมกันในการกระจายรายได้ ผู้คนหันมาประกอบอาชีพอุตสาหกรรมมากขึ้น ควร มุ่งเน้นการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนในการส่งเสริมอาชีพให้หน่วยงาน ของรัฐมีการจัดเวทีประชาคมในทุกๆ เดือนเพื่อกำหนดเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ร่วมกัน ผลักดัน ประชาชนเห็นความสำคัญของความร่วมมือ เพื่อร่วมกันหาแนวทาง ปรับปรุง แก้ไข ในการพัฒนา เศรษฐกิจชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่” ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย
(ที่มา: สมจิต ขอนวงศ์ และคณะ, 2568)

จากภาพที่ 1 นักวิจัยได้ศึกษาและเสนอองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยซึ่งอธิบายได้ดังนี้ องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาการเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ จุดประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายตลาดโดยความร่วมมือของผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่ทำมาค้าขายหรือได้ประโยชน์จากตลาด โดยคำนึงถึงผลได้จากการทำเครือข่ายตลาด จากการสนับสนุนและให้การช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ให้ความร่วมมือเพื่อให้เป็นตลาดเครือข่ายที่สมบูรณ์

ผลการวิเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาภายหลังจากการเปิดพื้นที่ทางการตลาด พบว่า การสร้างความร่วมมือเครือข่ายตลาดมหาโพธิ์ ตำบลป่าเมต อำเภอมือแพร จังหวัดแพร่ ล้วนอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ส่วนราชการภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้บริโภค ประชาชนผู้มีส่วนได้เสียภายในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมร่วมกันเพื่อกระบวนการเสริมสร้าง

พื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในจังหวัดแพร่ ตั้งแต่การประชุมปรึกษาหารือ วางแผน กำหนดระยะเวลา เวทีเสวนา รูปแบบงาน ประเมินและติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อปรับปรุงพัฒนา สอดคล้องกับแนวคิดของ กวีชรา ทองสุก ที่ได้กำหนดเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง วัดได้ บรรลุได้จริง และมีเวลาจำกัด ซึ่งช่วยให้ธุรกิจมุ่งเน้นความตั้งใจไปในทิศทางเดียว และสุดท้ายจะพิสูจน์ประสิทธิภาพโดยรวมของแคมเปญการตลาดต่างๆ การมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแคมเปญควบคู่ไปกับเป้าหมายที่วัดได้คือกุญแจสู่ความสำเร็จ และได้เน้นย้ำถึงความสำเร็จโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ปวีร์ ประพันธ์วงศ์ ได้ศึกษากระบวนการทางการตลาด Marketing Process ในการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Database) โดยการรวบรวมข้อมูล รายละเอียด รสนิยม พฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าของลูกค้าเพื่อพัฒนาเป็นคลังข้อมูลอันจะเกิดประโยชน์ในการนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป เนื่องจากว่าการทำการตลาดทุกวันนี้เพื่อตอบสนอง ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ซึ่งจะมีอยู่ 5 คน คือ 1)ลูกค้า 2)ผู้ถือหุ้น 3) พนักงาน 4) Supplier และ 5) ชุมชน จะต้องตอบสนองให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครบทุกคนจึงจะสามารถจะดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดในยุคของการแข่งขันที่สูงมากขึ้นในปัจจุบัน

สรุปและขอเสนอแนะ

การเสริมสร้างพื้นที่ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของ ชุมชนในจังหวัดแพร่เป็นการการพัฒนาตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเชื่อมโยงกับบริบทท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรในพื้นที่ เครือข่ายตลาดชุมชนเกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการใช้ทุนทางสังคมในการสร้างพันธสัญญาาร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนตลาด และยกระดับตลาดอย่างต่อเนื่อง

1. ขอเสนอแนะจากผลการวิจัย

- 1) ควรยกระดับตลาดชุมชนให้เป็น “ศูนย์เรียนรู้ประจำท้องถิ่น” โดยใช้ตลาดเป็นพื้นที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาชาวบ้าน และการประกอบอาชีพ สู่เยาวชนและผู้สนใจทั่วไป
- 2) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจ เช่น การจัดกิจกรรมตลาดนัด วัฒนธรรม การแสดงพื้นบ้าน หรือเวิร์กช็อปศิลปะท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 3) พัฒนาองค์ความรู้และทักษะของผู้ประกอบการในตลาดโดยจัดอบรมด้านการตลาดดิจิทัล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการลูกค้า เพื่อให้ผู้ค้าสามารถแข่งขันได้ทั้งในตลาดท้องถิ่นและออนไลน์
- 4) ควรมีการวางระบบบริหารจัดการตลาดอย่างเป็นรูปธรรมเช่น การจัดระเบียบพื้นที่ขาย การดูแลสุขอนามัย และการสร้างระบบการเก็บข้อมูลสถิติการขาย เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาตลาดต่อเนื่อง
- 5) ควรสร้าง “คณะทำงานเครือข่ายตลาดชุมชน” อย่างถาวรประกอบด้วยผู้นำชุมชน ตัวแทน

ผู้ค้า หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อวางแผนการพัฒนาลาดรวมกันอย่างต่อเนื่อง

6) ควรมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงแนวทางการทำงาน และขยายผลไปยังชุมชนอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) กำหนดนโยบายพัฒนาลาดชุมชนให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2) ชุมชนสามารถใช้ตลาดเป็นพื้นที่สำหรับถ่ายทอดองค์ความรู้ท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน การทำเกษตรอินทรีย์ หรือการผลิตสินค้า OTOP
- 3) จัดอบรมหรือพัฒนาอาชีพเสริมให้แก่ประชาชน เช่น การแปรรูปสินค้า การตลาดออนไลน์ และการสร้างแบรนด์ชุมชน
- 4) สร้างการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กร เช่น เทศบาล พัฒนาชุมชน สาธารณสุข และการท่องเที่ยว
- 5) พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนสร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากรระหว่างผู้ค้าชุมชน
- 6) มีการติดตามและประเมินผลระยะยาวของตลาดชุมชนต้นแบบ เพื่อวัดผลความยั่งยืนและปรับปรุงกิจกรรมในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมภายใต้แผนงานวิจัย เรื่องการพัฒนาระบบนิเวศน์และการจัดการตลาดชุมชนของชุมชนในจังหวัดแพร่ ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ที่ได้ให้คำปรึกษาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเป็นรูปเล่มสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- กองการศึกษา เทศบาลตำบลป่าเมต. (2562). *เอกสารสรุปผลการสำรวจตลาดชุมชนมหาโพธิ์*.แพร่ : กองการศึกษา เทศบาลตำบลป่าเมต
- โกวิทย์ พวงงาม. (2553). *การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์.
- ชัยญารักษ์ หล้าแหล่ง. (2560). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อย (SMEs) ในพื้นที่ภาคใต้เพื่อยกระดับคุณภาพการแข่งขันเชิงพาณิชย์. *รายงานการวิจัย*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธีระ รุญเจริญ. (2554). *สภาพปัจจุบันและปัญหาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานนโยบายและแผนการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

- ประวีร์ ประพันธ์วงศ์. กระบวนการทางการตลาด Marketing Process. [ออนไลน์] <
<https://www.gotoknow.org/posts/606948>>. [21 พฤษภาคม 2025].
- ปรีชา วงศ์ทิพย์. (2555). *การพัฒนาชุมชนประยุกต์ : แนวคิดการบูรณาการ*. พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ.
 กรุงเทพมหานคร: สถาบันเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.).
- พระนำโชค อานนโท(ทองดี). (2560). การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนของ
 ภาครัฐและภาคประชาชนในตำบลกระทู้มั่ง อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม. *วิทยานิพนธ์พุทธ
 ศาสตรมหาบัณฑิต*. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ไพศาล ช่างฉ่า. (2553). *เรื่องเล่าทางดงหลวง*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อ เกษตรกรรม.
- วิชชุดา เขียวเกตุ. (2559). การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอรโนด
 จังหวัดสงขลา. *วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัชร ทอสุข. (2565). “9 องค์ประกอบสำคัญของ Marketing Campaign การตลาดที่ประสบความสำเร็จ.
 [ออนไลน์] <https://talkatalka.com/blog/essential-elements-of-marketing-campaign/>>.
 [27 ตุลาคม 2565]
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business
 World.
- สนธยา พลศรี. (2550). *เครือข่ายการเรียนรู้ในงานพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- สนธยา พลศรี. (2553). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- สอวช. (2564). *Creative Economy พาเศรษฐกิจไทยก้าวไกลสู่สากล*. [ออนไลน์] ข่าวประชาสัมพันธ์ สอวช.
 [13 ตุลาคม 2021].
- สุทธา แดงสุวรรณ. (2558). การศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษา
 ขั้นพื้นฐานในจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด. *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต*. จันทบุรี :
 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สุชาดา น้ำใจดี. (2552). กระบวนการพัฒนาไปสู่ชุมชนการเรียนรู้. *วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต*.
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.
- สุดารัตน์ พิมพ์รัตนกานต์. (2557). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.