

## การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา โดยทำการศึกษาแบบเชิงพรรณนา อรรถาธิบาย (Descriptive-Explanatory Research) โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รวมถึงยังใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นบันได (Stepwise Multiple Regression) สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. สถานภาพส่วนบุคคล

ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ด้านศาสนาส่วนมากนับถือศาสนาพุทธ การศึกษาส่วนมากมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา ด้านอาชีพหลักหมายถึงอาชีพที่มีรายได้ประจำหรือรายได้เป็นเดือน ส่วนมากประกอบอาชีพค้าขายในตลาดนัดชุมชน อาชีพเสริมหมายถึงอาชีพที่ทำเป็นครั้งคราวใช้เวลาว่างจากอาชีพหลัก ส่วนมากไม่ได้ประกอบอาชีพเสริม รายได้จากอาชีพหลักต่อเดือน ส่วนมากมีรายได้จากการประกอบอาชีพหลักไม่เกิน 5,000 บาท รายได้จากอาชีพเสริมต่อเดือน ส่วนมากไม่ได้มีรายได้จากอาชีพเสริม รายได้จากการขายสินค้าในตลาดนัดชุมชนหลังหักค่าใช้จ่ายต่อเดือน ส่วนมากมีรายได้จากการขายสินค้าในตลาดนัดชุมชนหลังหักค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 บาท ค่าเช่าแผงพื้นที่ตลาดนัดชุมชนต่อครั้ง ส่วนมากมีค่าเช่าแผงพื้นที่ตลาดนัดชุมชนระหว่าง 6-10 บาท ระยะเวลาในการเข้ามาทำกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน ส่วนมากมีระยะเวลาในการเข้ามาทำกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชนไม่เกิน 3 ปี ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาดนัดชุมชน ส่วนมากมีระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาดนัดชุมชนระหว่าง 1,001 - 5,000 เมตร ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักอาศัยมายังตลาดนัดชุมชน ส่วนมากใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักอาศัยมายังตลาดนัดชุมชนไม่เกิน 5 นาที แหล่งที่มาของสินค้า

## 1. สถานภาพส่วนบุคคล

ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ด้านศาสนาส่วนมากนับถือศาสนาพุทธ การศึกษาส่วนมากมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา ด้านอาชีพหลักหมายถึงอาชีพที่มีรายได้ประจำหรือรายได้เป็นเดือน ส่วนมากประกอบอาชีพค้าขายในตลาดนัดชุมชน อาชีพเสริมหมายถึงอาชีพที่ทำเป็นครั้งคราวใช้เวลาว่างจากอาชีพหลัก ส่วนมากไม่ได้ประกอบอาชีพเสริม รายได้จากอาชีพหลักต่อเดือน ส่วนมากมีรายได้จากการประกอบอาชีพหลักไม่เกิน 5,000 บาท รายได้จากอาชีพเสริมต่อเดือน ส่วนมากไม่ได้มีรายได้จากอาชีพเสริม รายได้จากการขายสินค้าในตลาดนัดชุมชนหลังหักค่าใช้จ่ายต่อเดือน ส่วนมากมีรายได้จากการขายสินค้าในตลาดนัดชุมชนหลังหักค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 บาท ค่าเช่าแผงพื้นที่ตลาดนัดชุมชนต่อครั้ง ส่วนมากมีค่าเช่าแผงพื้นที่ตลาดนัดชุมชนระหว่าง 6-10 บาท ระยะเวลาในการเข้ามาทำกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน ส่วนมากมีระยะเวลาในการเข้ามาทำกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชนไม่เกิน 3 ปี ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาดนัดชุมชน ส่วนมากมีระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาดนัดชุมชนระหว่าง 1,001 - 5,000 เมตร ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักอาศัยมายังตลาดนัดชุมชน ส่วนมากใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักอาศัยมายังตลาดนัดชุมชนไม่เกิน 5 นาที แหล่งที่มาของสินค้าส่วนมากรับสินค้ามาจากคนกลาง ประเภทสินค้าที่ขายภายในตลาดนัดชุมชน ส่วนมากมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร และจำนวนของตลาดนัดชุมชน (แห่ง) ที่ขายในรอบสัปดาห์ พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนส่วนมากเดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัดชุมชนภายในรอบสัปดาห์เป็นจำนวน 3 แห่ง

## 2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่าความคิดเห็นของผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนต่อปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านดังนี้ คือ

**2.1 ด้านการเมืองการปกครอง** พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเมืองการปกครองอยู่ในระดับต่ำ โดยการสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่นให้ค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบายของรัฐ และการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

**2.2 ด้านเศรษฐกิจ** พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน

เศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง โดยมีความเพียงพอของสินค้าและบริการให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความมั่นคงในอาชีพ และอำนาจการต่อรองและการแข่งขันให้ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดตามลำดับ

**2.3 ด้านเทคโนโลยี** พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง โดยความสามารถในการนำเทคโนโลยีดั้งเดิมมาใช้และ/หรือ ประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือความเพียงพอของเทคโนโลยี และความสามารถในการวางแผนและบริหารจัดการด้านการใช้เทคโนโลยีให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

**2.4 ด้านสังคมและวัฒนธรรม** พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมอยู่ในระดับสูง โดยความสัมพันธ์ภายในชุมชนให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด

โดยแยกเป็นประเด็นการพึ่งพาอาศัยกันภายในชุมชน และประเด็นความร่วมมือในกิจกรรมชุมชนตามลำดับ รองลงมาคือค่านิยมและความเชื่อให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุด โดยแยกเป็นประเด็นความขยันหมั่นเพียร อดทนในการทำมาหากิน ประเด็นการยึดมั่นในศาสนาและประเพณี และประเด็นความสามารถในการปรับตัวตามลำดับ

**2.5 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ** พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับสูง โดยลักษณะการเข้าถึงตลาดนัดชุมชนให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการกระจายตัวของตลาดนัดชุมชน สภาพการคมนาคม ขนาดของตลาดนัดชุมชน ระบบสาธารณูปโภค และทรัพยากรภายในชุมชนให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

**2.6 ด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน** พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง โดยพฤติกรรมของผู้ซื้อให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือพฤติกรรมของผู้ขาย และพฤติกรรมของผู้จัดนัดให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

### 3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่าความคิดเห็นของผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยสามารถแยกพิจารณาเป็นรายด้านดังนี้ คือ

### 3.1 ขั้นการก่อตั้งตลาดนัดชุมชน พบว่าความคิดเห็นของผู้ขายภายในตลาดนัด

ชุมชนอยู่ในระดับสูง หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเหมาะสมของที่ตั้งตลาดนัดชุมชนให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพการทำธุรกิจ สถานการณ์ที่นำไปสู่การก่อตั้งตลาดนัดชุมชน การสร้างความรู้สึกรับเป็นเจ้าของ สรรหาผู้นำที่ฉลาด เสียสละ และทำงานหนัก และบุคคลหรือกลุ่มคนที่ริเริ่มในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

### 3.2 ขั้นดำเนินกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าความคิดเห็นของผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับสูง หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การกำหนดวัตถุประสงค์ภายในตลาดนัดชุมชนให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การสร้างข้อตกลงร่วมและกฎระเบียบภายในตลาดนัดชุมชน การวางแผนกิจกรรมการค้าภายในตลาดนัดชุมชน การดำเนินกิจกรรมการค้าภายในตลาดนัดชุมชน โดยแยกเป็นประเด็นประเภทและสัดส่วนของกิจกรรม และการจัดการภายในตลาดนัดชุมชนของผู้จัดนัด ส่วนการพัฒนาผู้จัดนัด ผู้ขาย และประชาชนในระดับพื้นที่ให้มีจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

### 3.3 ขั้นการขยายกิจกรรมและพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่าง

ยั่งยืน พบว่าความคิดเห็นของผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดสรรผลประโยชน์ที่พอสมควรและเป็นธรรมแก่ผู้ขายและผู้จัดนัดให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การขยายกิจกรรมเพิ่ม (ผู้ขายและประเภทสินค้า) การพัฒนากลยุทธ์การจัดการด้านการตลาด การสร้างเครือข่ายพันธมิตรตลาดนัดชุมชน และสร้างกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาผู้จัดนัดรายใหม่ให้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

## 4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ กับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ กับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา สามารถอธิบายได้ดังนี้ คือ

### 4.1 ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ กล่าวคือ มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

### 4.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ กล่าวคือ ไม่

มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ กล่าวคือมี

ความ

สัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

#### 4.4 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ กล่าวคือ

มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

#### 4.5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนด

ไว้ กล่าวคือมีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

#### 4.6 ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน สอดคล้องกับสมมติฐาน

ที่

กำหนดไว้ กล่าวคือมีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

### 5. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา

ปัญหาและอุปสรรคในขั้นการก่อตั้งตลาดนัดชุมชน พบว่าสภาพพื้นที่ภายในตลาดนัดชุมชนมีการชำรุดมากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่ภายในตลาดนัดชุมชนมีน้ำท่วมขัง สภาพการจราจรแออัดโดยรอบบริเวณที่จัดตั้งตลาดนัดชุมชน ความสกปรกที่เกิดจากการละเลย เช่น ปัญหาขาดการจัดเก็บขยะหลังเลิกนัด และช่วงเวลาในการกำหนดการเปิดตลาดนัดชุมชนสั้นเกินไปน้อยที่สุด ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคในขั้นการดำเนินกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน พบว่ามีการขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ไม่มีที่จอดรถ ไม่มีห้องน้ำ ไม่มีถังขยะ ไม่มีบริการน้ำดื่ม น้ำใช้มากที่สุด รองลงมาคือ การวางสินค้าประเภทต่างๆ ภายในตลาดนัดชุมชนปะปนกัน ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย จำนวนผู้มาซื้อสินค้าภายในตลาดนัดชุมชนลดน้อยลง การแข่งขันด้านราคาสินค้าระหว่างผู้ขายด้วยกันเองภายในตลาดนัดชุมชน ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนไม่ได้รับการสนับสนุนในการทำกิจกรรมในด้านต่างๆ เช่น ขาดแคลนเงินทุน เทคโนโลยี และความรู้ที่ใช้ในการทำธุรกิจ มีความซ้ำซ้อนกันของสินค้าบางประเภท ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนไม่สามารถจัดหาพื้นที่ที่ไว้วางขายสินค้าได้ การขาดแคลนสาธารณูปโภคที่จำเป็นภายในตลาดนัดชุมชน การแย่งพื้นที่

ในการขายสินค้า และปัญหาเกี่ยวกับสินค้าที่จะนำมาวางขาย เช่น ขาดแคลนสินค้า หรือสินค้าที่นำมาขายไม่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อน้อยที่สุด ตามลำดับ

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในชั้นการขายกิจกรรมและพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ได้ พบว่าการมีตลาดนัดชุมชนเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกันมากเกินไปมากที่สุด รองลงมาคือผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนเพิ่มจำนวนมากจนเกินไปทำให้ขายสินค้าได้ยากมากขึ้น ขนาดพื้นที่จัดตลาดนัดชุมชนมีจำกัดทำให้เกิดความยากลำบากในการขยายตลาดนัดชุมชน และผลประโยชน์ระหว่างผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนไม่เหมาะสม เช่น เก็บค่าเช่าแผงขายสินค้าในแต่ละครั้งมีราคาสูงน้อยที่สุด ตามลำดับ

แนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะของกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน พบว่าควรจัดหาถังขยะและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพิ่มเติม เช่น ห้องน้ำ บริการน้ำดื่ม น้ำใช้มีมากที่สุด รองลงมาคือควรมีการสำรวจจำนวนตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ก่อนการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนแห่งใหม่ ปรับสภาพพื้นที่ให้เรียบร้อยโดยการถมดินหินหรือทรายเพิ่ม ควรมีการตัดสิทธิ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนในการเข้ามาขายเพื่อลดการแข่งขันระหว่างผู้ขายด้วยกันเอง ขยายพื้นที่ตลาดนัดชุมชนเพิ่มถ้ายังมีพื้นที่ว่างโดยรอบ ภาครัฐควรให้การสนับสนุนบางส่วนของการทำงานกิจกรรม เช่น ด้านเงินทุน ความรู้ต่างๆ ที่ใช้ในการทำธุรกิจ จัดแบ่งโซนประเภทสินค้าให้เป็นระเบียบ ควรจำกัดจำนวนประเภทสินค้าให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมและควรปรับพื้นที่ภายในตลาดนัดชุมชนโดยการทำทางระบายน้ำ จัดหาพื้นที่ที่ใช้จอดรถให้เป็นสัดส่วน ผู้จัดนัดควรลดราคาค่าเช่าแผงสินค้า ตกลงราคากลางในการขายสินค้าร่วมกันระหว่างผู้ขายสินค้าภายในตลาดนัดชุมชน จัดแบ่งพื้นที่ขายประจำให้ผู้ขายสินค้าและให้เป็นไปอย่างยุติธรรม และควรมีการปรับรูปแบบสินค้าที่ขายให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อในแต่ละตลาดนัดชุมชนมีน้อยที่สุด ตามลำดับ

**6. ผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้นำภายในท้องถิ่น ผู้จัดนัด ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบตลาดนัดชุมชน รวมถึงผลการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและผลการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพิ่มเติม**

การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้นำภายในท้องถิ่น ผู้จัดนัด ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบตลาดนัดชุมชน รวมถึงผลการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพิ่มเติม สามารถอธิบายความ

สัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

**6.1 ด้านการเมืองการปกครอง** พบว่าตลาดนัดชุมชนที่ถูกจัดตั้งและบริหารจัดการ โดยความรับผิดชอบของผู้นำท้องถิ่นและองค์การบริหารส่วนตำบลโดยตรงจะได้รับการสนับสนุน ในเรื่องการค้าเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดเก็บขยะรวมถึงการจัดตั้งสถานที่ค้าเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ส่วนตลาดนัดชุมชนที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนและประชาชนในชุมชนซึ่ง ไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบของผู้นำท้องถิ่นและองค์การบริหารส่วนตำบลโดยตรงนั้น ผู้จัดตั้งส่วนใหญ่จะบริหารจัดการภายในตลาดนัดชุมชนเองและเป็นผู้รับผลประโยชน์ที่ได้จากการค้าเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน นอกจากนี้ยังขาดความชัดเจนและความต่อเนื่องเกี่ยวกับนโยบายของรัฐ ส่วนใหญ่หน่วยงานจากภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนในการค้าเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการค้าเนินกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน เทคโนโลยี เงินทุน รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น อย่างเพียงพอ

**6.2 ด้านเศรษฐกิจ** กิจกรรมตลาดนัดชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะช่วยเหลือชาวบ้านในชุมชนให้มีอาชีพและมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงช่วยเพิ่มช่องทางที่ใช้ในการจำหน่ายสินค้าของชาวบ้านหรือเกษตรกร เนื่องจากมีการลงทุนต่ำ ง่ายในการเข้ามาค้าเนินธุรกิจ และความเสียน้อยกว่าการลงทุนประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ตลาดนัดชุมชนยังเป็นตัวกลางในการช่วยหมุนเวียนสินค้าให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตในชุมชน

**6.3 ด้านเทคโนโลยี** ปัจจุบันรูปแบบการประกอบอาชีพของผู้ขายและประเภทของ

สินค้าได้เปลี่ยนแปลงจากเดิมที่มีเพียงสินค้าทางการเกษตรมาเป็นสินค้าหลากหลายประเภทมากขึ้น นอกจากนี้เนื่องจากความสะดวกสบายของเทคโนโลยีนั้นทำให้ผู้ขายเดินทางเข้ามาขายสินค้าภายในตลาดนัดชุมชนได้ง่ายขึ้นและเดินทางได้ไกลขึ้น

**6.4 ด้านสังคมและวัฒนธรรม** ตลาดนัดชุมชนเป็นกิจกรรมทางสังคมที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนและเป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของคนในชุมชนนั้นๆ นอกเหนือไปจากเป็นแหล่งในการซื้อขายสินค้า รวมถึงมีบทบาทสำคัญต่อวิถีการค้าเนินชีวิตของประชาชน ผู้ขายบางรายเข้ามาทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนเพราะอยากพบปะพูดคุยกับเพื่อนฝูงและคนในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนหรือละแวกใกล้เคียง ทำให้ผู้ขายกับผู้ซื้อหรือประชาชนในชุมชนมีความรู้จักมักคุ้นกันเป็นอย่างดี โดยส่วนใหญ่เดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัดชุมชนแห่งอื่นอย่างน้อย 3-5 แห่งในหนึ่งรอบสัปดาห์เพื่อเพิ่มรายได้และกระจายสินค้าที่เหลือ นอกจากนี้ผู้ขายมีการปรับตัวในการทำธุรกิจเป็นอย่างดีโดยใน

การนำสินค้าเข้ามาขายนั้น ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงศาสนาและประเพณีของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วย

### 6.5 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ขายจะเลือกไปขายยังตลาดนัดชุมชนที่มี

ความสะดวกของการเดินทางเป็นหลัก โดยต้องมีการเข้าถึงที่สะดวก มีช่องทางออกสู่ถนนสายหลัก ปัจจุบันมีตลาดนัดชุมชนแห่งใหม่เกิดขึ้นในชุมชนมากขึ้น โดยจะมีเปิดทำการเกือบทุกวันในบริเวณใกล้เคียงกันโดยรอบชุมชน ผู้ซื้อในแต่ละนัดลดน้อยลงเพราะผู้ซื้อสามารถออกมาซื้อสินค้าได้ทุกวันตามความสะดวก อย่างไรก็ตามตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่งก็มีการปรับตัวโดยการเลือกวันจัดนัดไม่ให้ซ้ำซ้อนกันกับตลาดนัดชุมชนแห่งอื่น เพื่อลดการแข่งขันระหว่างตลาดนัดชุมชนด้วยกันเองในพื้นที่เดียวกัน ตลาดนัดชุมชนยังขาดความสะดวกและความเพียงพอของสถานที่จอดรถ โดยตลาดนัดชุมชนบางแห่งจะตั้งอยู่บริเวณริมถนนทำให้เกิดการจราจรติดขัดในช่วงเวลาจัดนัด ปัจจุบันจำนวนผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม แต่มีความซ้ำซ้อนกันของสินค้าบางประเภทที่นำมาขาย นอกจากนี้สินค้าบางอย่างที่มีลักษณะและราคาใกล้เคียงกันนั้น จะเกิดการแย่งลูกค้ากันระหว่างผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน ทำให้ผู้ขายบางรายขายสินค้าได้ยากมากขึ้น นอกจากนี้จากการสำรวจตลาดนัดชุมชนโดยมากมักตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และมีแหล่งทรัพยากรโดยรอบอย่างอุดมสมบูรณ์

### 6.6 ด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน พฤติกรรมของผู้ซื้อ พบว่าผู้ซื้อ

จะ

เลือกตลาดนัดชุมชนที่ใกล้กับที่พักอาศัย หากที่จอดรถได้ง่าย หรือเป็นทางผ่านหลังเลิกงาน สำหรับพฤติกรรมของผู้ขาย พบว่าตลาดนัดชุมชนที่ผู้ขายนิยมเดินทางไปขายยังตลาดนัดชุมชนที่อยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัยของตนมากนัก เนื่องจากบ่อยครั้งที่ค่าใช้จ่ายจากการเดินทางมีราคาสูงสำหรับผู้ขาย เนื่องมาจากระยะทางจากบ้านนั้นห่างไกลจากที่ตั้งตลาด นอกจากนี้ผู้ขายเดินทางไปขายยังตลาดนัดชุมชนหลายแห่งหมุนเวียนกันไป เพราะต้องการเพิ่มรายได้และขายสินค้าที่เหลือเก็บให้หมดไป อีกสาเหตุหนึ่งของการเลือกตลาดนัดชุมชนของผู้ขายจะเลือกจากตลาดนัดชุมชนที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนเนื่องจากมีผู้ซื้อมาซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ส่วนพฤติกรรมผู้จัดนัด พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงจากอาชีพผู้จัดนัดไปประกอบอาชีพอื่น

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานการวิจัยกล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชนมีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน

จากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) พบว่าปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชนมีอิทธิพลต่อระดับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจไม่มีอิทธิพลต่อระดับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน

## การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา สามารถอธิบายได้ดังนี้ คือ

### 1. ขั้นการก่อตั้งตลาดนัดชุมชน

ขั้นการก่อตั้งตลาดนัดชุมชน โดยภาพรวมมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนย่อย พบว่าความเหมาะสมของที่ตั้งตลาดนัดชุมชนมีเกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับสูง สามารถอธิบายได้ว่า การก่อตั้งตลาดนัดชุมชนต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของตลาดนัดชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยจำเป็นต้องมีสถานที่และเวลาที่สามารถให้ความสะดวกแก่ผู้ที่มาร่วมกิจกรรม (ผู้ซื้อและผู้ขาย) เพื่อเป็นการเพิ่มกำลังการซื้อให้สูงขึ้น ซึ่งบริเวณดังกล่าวต้องมีการเข้าถึงที่สะดวก มีช่องทางออกสู่ถนน มีการคมนาคมขนส่งที่ดี เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ สะดวกสำหรับการขนส่งมวลชนทุกแบบ และสะดวกสำหรับคนเดินเท้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระนันท์ ชลเอกนิษฐ์ (2545 : 228-241) ที่กล่าวว่าปัจจัยในการเลือกพื้นที่สำหรับจัดตลาดนัดชุมชนคือตำแหน่งที่ตั้งซึ่งเป็นจุดรวมของผู้คนในชุมชน มีการสัญจรที่สะดวก และในงานเขียนของ ขวัญใจ เอมใจ (2538 : 153) ที่กล่าวถึง ที่ตั้งของตลาดว่ามักอยู่ในชุมชน ริมนนสายหลักของชุมชน หรือที่หมายที่คนในชุมชนรับรู้ทั่วกัน เช่น สามแยก สี่แยก ดังนั้นความสำเร็จหรือความล้มเหลวของตลาดนัดชุมชนจึงขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม (ชนทิรา ไทยพยัคฆ์, 2543 : 114-132)

สำหรับการสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพการทำธุรกิจ มีเกณฑ์เฉลี่ยรองลงมาโดยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนมีความเชื่อมั่นอย่างสูงในการทำธุรกิจค้าขายภายในตลาดนัดชุมชน เป็นการกระตุ้นให้ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนเกิดความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2542 : 246) ที่กล่าวถึงวิธีการที่จำเป็นในการกระตุ้นให้สมาชิกเห็นความจำเป็นในการเข้าร่วมกลุ่ม คือการสร้าง

ความศรัทธาความไว้วางใจของสมาชิกในการเข้าร่วมกลุ่ม สร้างแนวร่วมเพื่อเป็นแกนประสานหรือขับเคลื่อน

สำหรับสถานการณ์ที่นำไปสู่การก่อตั้งตลาดนัดชุมชน มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือการก่อตั้งตลาดนัดชุมชนนั้น เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนที่จะแก้ไขปัญหาเรื่องการทำมาหากินและช่องทางจำหน่ายสินค้าให้แก่คนในชุมชน เห็นได้ว่าตลาดนัดชุมชนเป็นกิจกรรมสำคัญที่มุ่งรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน เพื่อประโยชน์โดยตรงแก่ประชาชนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เมธี พยอมยงค์ (2544 : 20-27) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่กำหนดความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนนั้นต้องพิจารณาจากระบบเศรษฐกิจของชุมชน โดยจะต้องเป็นระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองและมุ่งตอบสนองความต้องการเพื่อการยังชีพของชุมชนเป็นหลัก โดยสามารถกำหนดการผลิตตามสภาพตน คือเน้นการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชน ภายใต้เทคโนโลยีและการจัดการที่เหมาะสม

นอกจากนี้ยังมีการสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของ มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูงพบว่า ผู้ขายในตลาดนัดชุมชนมีความรู้สึกผูกพันในกิจกรรมตลาดนัดชุมชน และมีความสนใจเต็มใจอย่างกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมภายในตลาดนัดชุมชน การที่ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนมีความผูกพันและสนใจเต็มใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชนนั้น เป็นการส่งเสริมให้เกิดความแน่นแฟ้นระหว่างกันภายในตลาดนัดชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แกรนโนเวตเตอร์ (Granovetter, M., 1985 : 481-510) ที่กล่าวว่าการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนนั้น จะต้องมีการสร้างความแน่นแฟ้นให้เกิดขึ้นระหว่างกันภายในชุมชน โดยมีตัวแปรหลักที่สำคัญ คือความถี่มากในการพบปะกันระหว่างสมาชิกในชุมชน มีความเป็นมาที่คล้ายกันและมีแนวคิดที่จะสร้างอนาคตให้เกิดขึ้นร่วมกัน รวมถึงการที่ชุมชนนั้นมีความผูกพันใกล้ชิดกันสูงและมีจิตสำนึกที่จะตระหนักถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการกระทำร่วมกัน

การสรรหาผู้นำที่ฉลาด เสียสละ และทำงานหนัก มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าผู้จัดการภายในตลาดนัดชุมชนยังขาดความเป็นผู้นำ เสียสละ และทำงานหนักเท่าที่ควร จากการสอบถามผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน จะเห็นว่าผู้จัดการตลาดนัดชุมชนขาดการบริหารจัดการที่ดีและความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ

ส่วนบุคคลหรือกลุ่มคนที่ริเริ่มในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน มีเกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุดโดยอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือบุคคลหรือกลุ่มคนที่ริเริ่มในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนไม่ได้เกิดจากความร่วมมือร่วมกันของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน แต่จากการสอบถามผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนพบว่าส่วนใหญ่บุคคลที่ริเริ่มในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนจะเป็นที่รู้จักกันดีของประชาชนภายในตลาดนัดชุมชน อาจอธิบายได้ว่า ตลาดนัดชุมชนส่วนใหญ่ก่อตั้งมานานจึงมีความเข้มแข็งและเป็นที่

รู้จักกันดีของคนในชุมชนอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชีรพงษ์ แก้วหาญ (2544 : 65-84) ที่กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพขององค์กรชุมชนนั้น ในกรณีของการจัดตั้งองค์กรชุมชนใหม่ รัฐและองค์กรพัฒนาภาคเอกชน ควรเข้าไปมีบทบาทกระตุ้นและอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดโอกาสในการรวมกลุ่ม สำหรับกรณีที่องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งอยู่แล้วควรส่งเสริมการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับองค์กรชุมชนอื่นๆ และหน่วยงานภายนอก

## 2. ขั้นตอนกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน

ขั้นตอนกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน โดยภาพรวมมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนย่อย พบว่าการกำหนดวัตถุประสงค์ภายในตลาดนัดชุมชนมีเกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับสูง สามารถอธิบายได้ว่าตลาดนัดชุมชนมีการกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนว่าใช้เป็นสถานที่ที่ผู้แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้ากันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การค้าขายซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองตามแนวทางทฤษฎีใหม่ (กรมการปกครอง, 2541 : 61-64 อ้างถึงใน อัครพล วรรณสุทธะ, 2543 : 32-34) ในการส่งเสริมกิจกรรมตลาดนัดชุมชน โดยจัดเป็นตลาดที่ให้ชาวบ้านนำผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในชุมชนมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ตลอดจนเป็นเวทีการเรียนรู้ของชาวบ้านที่จะได้แลกเปลี่ยนแนวทางในการผลิตรูปแบบและพัฒนาคุณภาพ เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนทางด้านวิชาการ ทักษะและประสบการณ์ต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตต่อไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานเขียนของ นันทิยา หุตานุวัตร และ ณรงค์ หุตานุวัตร (2545 : 87-88) ที่กล่าวว่าการสร้างตลาดนัดชุมชนเป็นรูปแบบของการสร้างตลาดในชุมชน โดยยึดหลักการสร้างตลาดที่เป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนผลผลิตระหว่างกันของคนในชุมชน เป็นแหล่งการซื้อขายสินค้าของชุมชนซึ่งมุ่งหวังที่ลดการเอาเปรียบด้านราคา แต่มีกำไรที่ยุติธรรม ทั้งนี้ก็เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

สำหรับการสร้างข้อตกลงร่วมและกฎระเบียบภายในตลาดนัดชุมชน มีเกณฑ์เฉลี่ยรองลงมาโดยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือภายในตลาดนัดชุมชนมีการสร้างข้อตกลงร่วมและกฎระเบียบภายในตลาดนัดชุมชนอย่างชัดเจน เพื่อทำให้การมาอยู่ร่วมกันเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเพื่อใ้บุคคลภายในตลาดนัดชุมชนยึดถือปฏิบัติในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจชุมชนของ นันทิยา หุตานุวัตร (Nuntiya Hutanutrat, 1998 : 163-207)

การวางแผนกิจกรรมการค้าภายในตลาดนัดชุมชน มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูงพบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนมีการวางแผนล่วงหน้าในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ซึ่งสอดคล้อง

คล้องกับขั้นตอนการดำเนินการในการเสริมสร้างหรือพัฒนากลุ่มของ จิตติ มงคลชัยอรัญญา (ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2542 : 236-238)

การดำเนินกิจกรรมการค้าภายในตลาดนัดชุมชน มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อาจอธิบายโดยแยกเป็นประเด็นประเภทและสัดส่วนของกิจกรรม และการจัดการภายในตลาดนัดชุมชนของผู้จัดนัดได้ว่า สำหรับประเภทและสัดส่วนของกิจกรรม จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าภายในตลาดนัดชุมชนยังขาดการกำหนดประเภทและสัดส่วนของกิจกรรมที่ดี ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนกันของสินค้าบางประเภท ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาสินค้า นอกจากนี้ประเด็นของการจัดการภายในตลาดนัดชุมชนของผู้จัดนัด พบว่าผู้จัดนัดยังขาดการจัดการที่ดีภายในตลาดนัดชุมชนในการจัดตำแหน่งร้านหรือแผงขายสินค้าภายในตลาดนัดชุมชน ทำให้การจัดวางประเภทสินค้าแต่ละประเภทปะปนกันและเกิดการแย่งพื้นที่ค้าขาย ส่งผลให้ผู้ซื้อเกิดความไม่สะดวกในการเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังพบว่าตลาดนัดชุมชนบางแห่งไม่มีการกำจัดขยะและทำความสะอาดตลาดนัดชุมชนหลังเลิกนัด

สำหรับการพัฒนาผู้จัดนัด ผู้ขาย และประชาชนในระดับพื้นที่ให้มีจิตสำนึกในการทำงานร่วมกัน ให้เกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุดโดยอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าภายในตลาดนัดชุมชนยังขาดการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ระหว่างผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนเท่าที่ควร แต่จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่ามีการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ระหว่างผู้ขายและผู้ขายภายในตลาดนัด รวมถึงระหว่างผู้ขายกับประชาชนในชุมชนเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนและประชาชนในชุมชนเป็นคนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง และรู้จักกันเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณี ปัญญาวิสิทธิ์กุล (2539 : 113-155) ได้ศึกษาถึงขอบข่ายความสัมพันธ์ของตลาดนัดชุมชนได้ 3 ความสัมพันธ์ คือความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าเร่กับพ่อค้าเร่ พ่อค้าเร่กับผู้จัดนัด และพ่อค้าเร่กับผู้ซื้อ โดยมีทั้งลักษณะที่ร่วมมือกันและขัดแย้งกัน เช่น พ่อค้าเร่ที่ตั้งร้านอยู่ใกล้กันก็มักจะค้าขายยังตลาดนัดเดียวกัน เพราะมีโอกาสได้พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารของตลาดนัดแห่งอื่น เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกไปค้าขายยังตลาดนัดอื่น ส่วนกรณีที่ขัดแย้งกัน คือการแข่งขันกันลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้า

### 3. ขั้นการขยายกิจกรรมและพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ขั้นการขยายกิจกรรมและพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยภาพรวมมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนย่อย พบว่าการจัดสรรผลประโยชน์ที่พอสมควรและเป็นธรรมแก่ผู้ขายและผู้จัดนัดมีเกณฑ์เฉลี่ยสูงสุด โดยอยู่ในระดับสูง

สามารถอธิบายได้ว่า การจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนและผู้จัดนัดมีความเหมาะสมและเป็นธรรม จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนและผู้จัดนัด พบว่าลักษณะการทำธุรกิจเป็นแบบพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ได้หวังผลกำไร เช่น ราคาเช่าแผงเหมาะสมโดยขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่นำมาขายในแต่ละครั้ง

สำหรับการขยายกิจกรรมเพิ่ม (ผู้ขายและประเภทสินค้า) มีเกณฑ์เฉลี่ยรองลงมา โดยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือภายในตลาดนัดชุมชนมีการขยายกิจกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านจำนวนของผู้ขายสินค้า ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่นำมาขายและจำนวนผู้มาซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอิล พี สกอตต์ (Scott, 1972 : 317-319) ที่ได้จำแนกลำดับศักยภาพของตลาดนัดชั่วคราว โดยคำนึงถึงชนิดของสินค้า นอกจากนี้งานวิจัยของ ริชาร์ด ไชแมนสกี (Symanski, 1972 : 261-295) กล่าวว่า การแบ่งลำดับศักยภาพของตลาดนัดชั่วคราวสามารถพิจารณาจากปริมาณการซื้อขายในวันเปิดทำการค้าขาย จำนวนพ่อค้า อำนาจการดึงดูดผู้บริโภคของตลาด และขอบเขตของสินค้า ส่วนเกณฑ์การแบ่งลำดับศักยภาพของ วิลเลียม จี สกินเนอร์ (Skinner, 1965 : 363-399) พิจารณาโดยยึดถือชนิดของสินค้า และจำนวนประชากรที่มาสสนับสนุน และ เวทน์ แม็คคิม (McKim, 1972 : 337) กล่าวว่า การแบ่งลำดับศักยภาพนั้น อาจพิจารณาจากจำนวนร้านค้าได้อีกด้วย

การพัฒนากลยุทธ์การจัดการด้านการตลาด มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อาจอธิบายได้ว่า ตลาดนัดชุมชนยังขาดการพัฒนากลยุทธ์การจัดการด้านการตลาดที่ดีพอ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าการทำธุรกิจของตลาดนัดชุมชนนั้นเกิดจากการรวมตัวของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งยังขาดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจและด้านการตลาด รวมถึงยังไม่มีผู้จัดการตลาดนัดชุมชนมืออาชีพเข้ามาบริหารจัดการ

การสร้างเครือข่ายพันธมิตรตลาดนัดชุมชน มีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อธิบายได้ว่า ตลาดนัดชุมชนยังขาดการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ รวมถึงประสบการณ์ในการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่ง แต่อย่างไรก็ตามผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนเห็นว่าการเข้ามาทำธุรกิจภายในตลาดนัดชุมชนเป็นหนทางในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านการทำมาหากินมากกว่าเป็นการทำเพื่อความร่ำรวยของคนใดคนหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เมธี พยอมยงค์ (2544 : 20-27) ที่กล่าวว่าระบบความสัมพันธ์ที่มุ่งให้ความสำคัญกับคนมากกว่าผลประโยชน์ จะส่งผลต่อความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนและอยู่ร่วมกันในลักษณะพึ่งพา

สำหรับการสร้างกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาผู้จัดนัดรายใหม่ ให้เกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุด โดยอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือภายในตลาดนัดชุมชนยังขาดการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ รวมถึงขาดการพัฒนาผู้จัดนัดรายใหม่เข้ามาบริหารจัดการ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัด

และผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าผู้จัดนัดส่วนใหญ่เป็นคนดั้งเดิมที่ทำมานาน และใช้ระบบเครือญาติในการสรรหาผู้จัดนัดรายใหม่ในการเข้ามาบริหารจัดการแทนคนเดิม

สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน ในจังหวัดสงขลา พิจารณาตามตัวแปรอธิบาย (Explanatory Variables) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยเรียงลำดับตามความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย กล่าวคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการเมืองการปกครองตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ คือ

### 1. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วยความสามารถในการนำเทคโนโลยีดั้งเดิมมาใช้ และ/หรือประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความเพียงพอของเทคโนโลยี รวมถึงความสามารถในการวางแผนและบริหารจัดการด้านการใช้เทคโนโลยี โดยอยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) มากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่า ความสามารถในการนำเทคโนโลยีดั้งเดิมมาใช้และ/หรือประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดและอยู่ในระดับปานกลาง จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนพบว่า ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนมีการนำเทคโนโลยีดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มปริมาณการขายสินค้าและเกิดความสะดวกสบายในการประกอบอาชีพ ส่งผลต่อรูปแบบการประกอบอาชีพของผู้ขายและประเภทของสินค้าก็เปลี่ยนแปลงจากเดิมที่มีเพียงสินค้าทางการเกษตรมาเป็นสินค้าหลากหลายประเภทมากขึ้น นอกจากนี้เนื่องจากความสะดวกสบายของเทคโนโลยีนั้นทำให้ผู้ขายเดินทางเข้ามาขายสินค้าภายในตลาดนัดชุมชนได้ง่ายขึ้นและเดินทางได้ไกลขึ้น เช่น การใช้ยานพาหนะในการเดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัดชุมชนแห่งอื่นในบริเวณใกล้เคียง ไม่จำกัดเฉพาะตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ จะเห็นได้จากผู้ขายสินค้าประเภทปลาทะเลสดหรือกะปิ ส่วนใหญ่จะเดินทางมาจากอำเภอจะนะซึ่งเป็นพื้นที่ที่ประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก ประเด็นความเพียงพอของเทคโนโลยีมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางพบว่า ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนมีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพเพียงพอตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชีรพงษ์ แก้วหาญ (2544 : 63-88) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนคือ สามารถระดมวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเด็นความ

สามารถในการวางแผนและบริหารจัดการด้านการใช้เทคโนโลยีให้เกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุดโดยอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนมีการวางแผนและบริหารจัดการด้านการใช้เทคโนโลยีพอสมควร แต่ผู้ขายบางรายไม่สามารถวางแผนการใช้เทคโนโลยีได้เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุน

## 2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วยลักษณะการเข้าถึงตลาดนัดชุมชน การกระจายตัวของตลาดนัดชุมชน สภาพการคมนาคม ขนาดของตลาดนัดชุมชน ระบบสาธารณูปโภค และทรัพยากรภายในชุมชน โดยอยู่ในระดับสูง มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) อันดับสอง สามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะการเข้าถึงตลาดนัดชุมชนให้เกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับสูง คือความต่อเนื่องของตลาดนัดชุมชนกับถนนสายหลักในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่สุด จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนพบว่าผู้ขายจะเลือกไปขายยังตลาดนัดชุมชนที่มีความสะดวกของการเดินทางเป็นหลัก โดยต้องมีการเข้าถึงที่สะดวก มีช่องทางออกสู่ถนนสายหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรชัย พงศ์ประยูร (2527 : 108) ที่กล่าวว่ากิจกรรมการค้าและบริการมักจะตั้งตรงจุดหรือบริเวณที่เข้าถึงสะดวกที่สุดเพราะสะดวกสำหรับผู้ที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะและการขนส่งมวลชนทุกรูปแบบ รวมถึงสะดวกสำหรับการเดินเท้า ส่วนประเด็นการกระจายตัวของตลาดนัดชุมชนมีเกณฑ์อยู่ในระดับสูงกล่าวคือ การกระจายตัวและความหนาแน่นของตลาดนัดชุมชนแห่งอื่นบริเวณใกล้เคียงมีสูง จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าปัจจุบันมีตลาดนัดชุมชนแห่งใหม่เกิดขึ้นในชุมชนมากขึ้น โดยจะมีเปิดทำการเกือบทุกวันในบริเวณใกล้เคียงกันโดยรอบชุมชน ทำให้เกิดการกระจายของจำนวนผู้ซื้อขึ้นระหว่างตลาดนัดชุมชน ผู้ซื้อในแต่ละนัดลดน้อยลงเพราะผู้ซื้อสามารถออกมาซื้อสินค้าได้ทุกวันตามความสะดวก อย่างไรก็ตามตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่งก็มีการปรับตัวโดยการเลือกวันจัดนัดไม่ให้ซ้ำซ้อนกันกับตลาดนัดชุมชนแห่งอื่น เพื่อลดการแข่งขันระหว่างตลาดนัดชุมชนด้วยกันเองในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โทมัส เอช เอ็ม (Eighmy, 1972 : 306-309) ที่กล่าวว่าตลาดนัดที่ก่อตั้งขึ้นใหม่จะเปิดทำการค้าขายก่อนหน้าวันนัดประจำของตลาดนัดที่มีลำดับศักดิ์สูงที่สุดในรอบนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับตลาดนัดลำดับศักดิ์สูงที่ตั้งมาก่อน ประเด็นสภาพการคมนาคมอยู่ในระดับสูง กล่าวคือตลาดนัดชุมชนส่วนใหญ่มีสภาพการคมนาคมสะดวก มีถนนหลายสายตัดผ่านและมีคิวรถโดยสารสาธารณะ จากการสัมภาษณ์ผู้ขายและประชาชนในชุมชน พบว่าตลาดนัดชุมชนยังขาดความสะดวกและความเพียงพอของ

สถานที่จอดรถ โดยตลาดนัดชุมชนบางแห่งจะตั้งอยู่บริเวณริมถนนทำให้เกิดการจราจรติดขัดในช่วงเวลาจัดนัด บางครั้งไม่สามารถนำยานพาหนะออกจากบริเวณนัดได้ สำหรับประเด็นขนาดของตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับสูง กล่าวคือตลาดนัดชุมชนส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่เมื่อพิจารณาจากจำนวนพ่อค้าและจำนวนของประเภทสินค้าที่มีขาย ตลาดนัดส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ขายเพิ่มขึ้นและมีความหลากหลายของประเภทสินค้าที่ขาย ทำให้สามารถดึงดูดผู้ซื้อได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เวทน์ แม็คคิม (McKim, 1972 : 339) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดลำดับศักดิ์สูงกว่าเพราะมีโอกาสเลือกสินค้าได้มากกว่า แม้จะต้องเดินทางไกลกว่าเล็กน้อย นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าปัจจุบันจำนวนผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม แต่มีความซ้ำซ้อนกันของสินค้าบางประเภทที่นำมาขาย ส่งผลให้เกิดความต้องการของผู้ซื้อและเกิดการแข่งขันด้านราคากับผู้ขายรายอื่นที่มีสินค้าประเภทเดียวกัน นอกจากนี้สินค้าบางอย่างที่มีลักษณะและราคาใกล้เคียงกันนั้น จะเกิดการแย่งลูกค้ากันระหว่างผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน ทำให้ผู้ขายบางรายขายสินค้าได้ยากมากขึ้น ส่วนประเด็นระบบสาธารณูปโภคมีเกณฑ์อยู่ในระดับสูง กล่าวคือภายในตลาดนัดชุมชนส่วนใหญ่มีความพร้อมในด้านระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็น ไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา หรือโทรศัพท์สาธารณะ เนื่องจากตลาดนัดชุมชนโดยมากมักตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ซึ่งความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคนี้จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดผู้ขายและลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงเสริมความพร้อมในเชิงพาณิชย์กรรม ส่วนประเด็นทรัพยากรภายในชุมชนให้เกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุดโดยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือทรัพยากรภายในชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์และเพียงพอตามความต้องการในการดำรงชีพของประชาชน มีการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาใช้และบำรุงรักษาอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยูวัลนิ วูลไมเอรี (2542 : 23-26) ที่กล่าวว่าทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนจะต้องมีและนำมาใช้ตอบสนองความต้องการในเชิงอุปโภคบริโภคของคนในชุมชน รวมถึงคนในชุมชนต้องรู้ เข้าใจและชำนาญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีอยู่ เพิ่มพูนและคืนสภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีส่วนช่วยให้ชุมชนเข้มแข็ง

### 3. ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน

ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน ประกอบด้วยพฤติกรรมของผู้ซื้อ พฤติกรรมของผู้ขาย และพฤติกรรมของผู้จัดนัด โดยอยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับระดับ

ความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) อันดับสาม สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อให้เกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับสูง กล่าวคือพฤติกรรมของผู้ซื้อ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการมาซื้อสินค้า ความถี่ในการมาซื้อสินค้า รวมถึงความต้องการซื้อสินค้าของผู้ซื้อ จะเป็นตัวกำหนดความอยู่รอดของตลาดนัดชุมชน ส่วนใหญ่ผู้ซื้อมีความสะดวกในการมาซื้อสินค้า และมาซื้อสินค้าเป็นประจำ และจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อและประชาชนในชุมชน พบว่าผู้ซื้อจะเลือกตลาดนัดชุมชนที่ใกล้กับที่พักอาศัย หาที่จอดรถได้ง่าย หรือเป็นทางผ่านหลังเลิกงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลซไค เจ คิง (Leslie J. King, 1985 : 28-37) ที่กล่าวว่าความถี่ในการมาตลาดของผู้บริโภค จะขึ้นอยู่กับระยะทางและเวลา ถ้าระยะทางในการเดินทางเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคลดความถี่ในการมาใช้บริการลง กล่าวคือผู้บริโภคเลือกสินค้าจากตลาดนัดชั่วคราวเพราะอยู่ใกล้บ้าน หาที่จอดรถง่าย และสามารถไปรับบริการในเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดและประชาชนในชุมชน พบว่าตลาดนัดชุมชนบางแห่งนั้นจะกำหนดช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายสินค้าโดยคำนึงถึงผู้ซื้อและประชาชนในชุมชนเป็นหลักกล่าวคือ ในบางพื้นที่ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและประกอบอาชีพทำสวนยางพาราในช่วงเช้า จึงเป็นเหตุให้ตลาดนัดชุมชนจะกำหนดช่วงเวลาในการเปิดทำการค้าขายสินค้าตั้งแต่ช่วงบ่ายจนถึงเย็น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาร์ มิลเลอร์ (Miller, 1972 : 350) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคว่ามีผลต่อการเกิดตลาดนัดอีกด้วย ในส่วนประเด็นพฤติกรรมของผู้ขายมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือพฤติกรรมของผู้ขายโดยส่วนใหญ่เข้ามาประกอบอาชีพค้าขายมานาน และจะเดินทางไปขายยังตลาดนัดชุมชนที่อยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัยของตนมากนัก จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าบ่อยครั้งที่ค่าใช้จ่ายจากการเดินทางมีราคาสูงสำหรับผู้ขาย เนื่องมาจากระยะทางจากบ้านนั้นห่างไกลจากที่ตั้งตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติพิศ ชวนะเวสสกุล (2540 : 14) ที่กล่าวว่าผู้ขายสามารถเลือกตลาดที่จะไปจำหน่ายสินค้าและบริการได้มากมาย แต่มีปัจจัยที่บังคับให้ผู้ขายเหล่านี้เลือกที่ตั้งตลาดนั้นๆ โดยสังเกตได้จากที่พักอาศัยของผู้ขาย และยังคงสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ริชาร์ด ซิเมนสกี (Symanski, 1974 : 209) ที่กล่าวว่าพ่อค้าเร่จะไม่เคลื่อนที่ไปขายในตลาดนัดที่ห่างไกลไปมากๆ ดังนั้นจึงเลือกเดินทางไปขายในตลาดนัดใกล้ๆ นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าผู้ขายเดินทางไปขายยังตลาดนัดชุมชนหลายแห่งหมุนเวียนกันไป เพราะต้องการเพิ่มรายได้และขายสินค้าที่เหลือเก็บให้หมดไป โดยเฉพาะสินค้าประเภทเน่าเปื่อยได้ง่าย เช่น ผักสด ผลไม้สด และอาหารทะเลสด เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ริชาร์ด เจ โคลี และ ปีเตอร์ แฮ็กเก็ท (Chorley, 1967 : 320-322) ที่กล่าวว่าพ่อค้าจะตัดสินใจเร่ขายสินค้าไปตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้บริการสินค้าแก่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึงระยะทางและ

จำนวนครั้งของการเคลื่อนย้าย นอกจากนี้พอค้าจะได้กำไรเพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าหลายแห่ง (Goodman, 1968 : 212-216) นอกจากนี้ก็อีกสาเหตุหนึ่งของการเลือกตลาดนัดชุมชนของผู้ขายจะเลือกจากตลาดนัดชุมชนที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนและส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่จะขายสินค้าภายในตลาดนัดชุมชน จากการสัมภาษณ์ผู้ขายในตลาดนัดชุมชนพบว่า ตลาดนัดชุมชนที่เป็นที่รู้จักนั้นจะมีผู้ซื้อมาซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ในส่วนประเด็นพฤติกรรม ผู้จัดนัดมีเกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุดโดยอยู่ในระดับต่ำ สามารถอธิบายได้ว่าผู้จัดนัดไม่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ใช้จัดตลาดนัดชุมชน และไม่มีความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงจากอาชีพผู้จัดนัดไปประกอบอาชีพอื่น ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดนัดชุมชนจะยังคงมีอยู่ในชุมชน ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ได้มีธุรกิจเป็นของตนเอง ส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

#### 4. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วยความสัมพันธ์ภายในชุมชน ค่านิยมและความเชื่อ โดยอยู่ในระดับสูง มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) อันดับสี่ สามารถอธิบายได้ว่าความสัมพันธ์ภายในชุมชนให้เกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดโดยอยู่ในระดับสูง โดยแยกเป็นประเด็นการพึ่งพาอาศัยกันภายในชุมชนและความร่วมมือในกิจกรรมชุมชนตามลำดับ พบว่าตลาดนัดชุมชนเป็นกิจกรรมทางสังคมที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนและเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของคนในชุมชนนอกเหนือไปจากเป็นแหล่งในการซื้อขายสินค้า จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน จะเห็นได้ว่าผู้ขายบางรายเข้ามาทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนเพราะอยากพบปะเพื่อนฝูงและคนในชุมชนเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติพิทย์ ชวนะเวสสกุล (2540 : 129-131) กล่าวถึงสาเหตุในการมาจำหน่ายสินค้าของผู้ขาย โดยส่วนมากมาจากการชักชวนของเพื่อนและการสืบทอดจากบิดามารดา นอกจากนี้ส่วนใหญ่เห็นว่ากิจกรรมตลาดนัดชุมชนเป็นกิจกรรมที่ช่วยเหลือและเสริมรายได้ให้แก่ชาวบ้าน จากการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชน พบว่าประชาชนในชุมชนรู้สึกคุ้นเคยและเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างดี ส่วนประเด็นค่านิยมและความเชื่อให้เกณฑ์เฉลี่ยรองลงมาโดยอยู่ในระดับสูง โดยแยกเป็นประเด็นความขยันหมั่นเพียรอดทนในการทำมาหากิน การยึดมั่นในศาสนาและประเพณี และความสามารถในการปรับตัวตามลำดับ พบว่าผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่มีความขยันหมั่นเพียรในการทำกิน จากการสัมภาษณ์ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน พบว่าส่วนใหญ่เดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัดชุมชนแห่งอื่นอย่างน้อย 3-5 แห่งในหนึ่งรอบสัปดาห์เพื่อเพิ่มรายได้และกระจายสินค้าที่เหลือ บางรายเข้ามาค้า

ขายเพื่อเป็นอาชีพเสริมนอกเหนือไปจากการประกอบอาชีพหลักคือเกษตรกรรม ส่วนใหญ่มีความยึดมั่นในศาสนาและประเพณี รวมถึงสามารถปรับตัวในการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี กล่าวคือในการนำสินค้าเข้ามาขายนั้น ผู้ขายสินค้าต้องคำนึงถึงศาสนาและประเพณีของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วย กล่าวคือตลาดนัดชุมชนบางแห่ง เช่น ตลาดนัดชุมชนตำบล นาทับและตลาดนัดชุมชนตำบลเกาะแก้ว เป็นต้น ผู้ซื้อรวมถึงประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม สินค้าที่นำมาขายจึงสะท้อนและสอดคล้องกับวัฒนธรรมของศาสนาอิสลามไม่ว่าจะเป็น สินค้าประเภทอาหาร ผ้าถุง รวมถึงเสื้อผ้าก็จะต้องมีรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เมธี พยอมยงค์ (2544 : 20-27) ที่กล่าวว่าค่านิยมและความเชื่อในศาสนาเป็นตัวกำหนดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนที่จะสร้างทัศนคติให้คนเคารพธรรมชาติ มีความพึงพอใจกับการพึ่งพาตนเอง โดยจะส่งผลให้สามารถรักษาความเข้มแข็งของชุมชนไว้ได้

##### 5. ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง

ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น ความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบายของรัฐ รวมถึงการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยอยู่ในระดับต่ำ มีความสัมพันธ์กับระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชนอย่างมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) น้อยที่สุด สามารถอธิบายได้ว่าประเด็นการสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่นให้เกณฑ์เฉลี่ยสูงสุดและอยู่ในระดับต่ำ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง พบว่าตลาดนัดชุมชนบางแห่งถูกจัดตั้งและดำเนินกิจกรรมโดยผู้นำท้องถิ่นและองค์การบริหารส่วนตำบลโดยตรง จึงได้รับการสนับสนุนในเรื่องการดำเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดเก็บขยะ การจัดตั้งสถานที่ดำเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ส่วนตลาดนัดชุมชนบางแห่งที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนและประชาชนในชุมชนนั้น มักไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับประเด็นความชัดเจนและต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำพบว่า มีความชัดเจนพอสมควรแต่ยังขาดความต่อเนื่องเกี่ยวกับนโยบายของรัฐ ส่วนประเด็นการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกณฑ์เฉลี่ยต่ำสุดและอยู่ในระดับต่ำ พบว่าหน่วยงานจากภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน เทคโนโลยี เงินทุน รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอย่างเพียงพอ โดยที่ผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนจะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในตลาดนัดชุมชนด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อดุลย์ วังศรีคุณ (2543 : 14-16) ที่กล่าวว่าความเข้มแข็งของชุมชนนั้น คือชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ โดยสมาชิกชุมชนสามารถร่วมกันตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนด้วยตัวของชุมชนเองโดย

อิสระ ปราศจากการควบคุมจากภายนอกและมีอำนาจต่อรองกับภายนอกชุมชน และแนวคิดของ เมธี พยอมยงค์ (2544 : 43-47) ที่กล่าวว่า การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนนั้น เป็นการดำเนินธุรกิจที่ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการเองตามความสามารถแต่ละชุมชน โดยภาครัฐเข้าไปช่วยเหลือบางเรื่อง เช่น การหาตลาด การสนับสนุนเงินทุน วัตถุดิบและข้อมูล

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัด สงขลา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับ ตลาดนัดชุมชนดังนี้คือ

#### ขั้นการก่อตั้งตลาดนัดชุมชน

1. ควรมีการสรรหาผู้นำที่ฉลาด เสียสละ และทำงานหนักเข้ามาบริหารจัดการตลาดนัด ชุมชน รวมถึงควรส่งเสริมการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและด้านการทำธุรกิจให้แก่ผู้ จัดการตลาดนัดชุมชน เพราะผู้จัดการตลาดนัดชุมชนที่มีความรู้ความสามารถจะส่งเสริมให้ตลาด นัดชุมชนมีความเข้มแข็งได้

2. ในการริเริ่มสำหรับการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนแห่งใหม่นั้น ภาครัฐและองค์กรพัฒนา ภาคเอกชน ควรเข้าไปมีบทบาทกระตุ้นและอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดโอกาสในการรวมกลุ่ม สำหรับตลาดนัดชุมชนที่จัดตั้งขึ้นและมีความเข้มแข็งอยู่แล้ว ควรส่งเสริมกิจกรรมเครือข่ายร่วมกับตลาดนัดชุมชนแห่งอื่นๆ

3. ควรเน้นการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกให้มากขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานทั้ง ภาครัฐและเอกชน ควรเข้าไปสนับสนุนด้านเงินทุน รวมถึงความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่จำเป็นให้ แก่ตลาดนัดชุมชน

#### ขั้นดำเนินกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน

4. ตลาดนัดชุมชนควรมีการกำหนดประเภทและสัดส่วนของสินค้าที่ขายในการ ทำ

กิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนกันของสินค้าบางประเภท

5. การจัดการภายในตลาดนัดชุมชน ผู้จัดนัดควรจัดวางผังตำแหน่งร้านหรือแผงขาย สินค้าภายในตลาดนัดชุมชน โดยควรมีการจัดแบ่งประเภทสินค้าแต่ละประเภทเป็นโซน เช่น โซน สินค้าประเภทอาหารที่เป็นอาหารสด โซนสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ โซนสินค้าประเภทเสื้อผ้า โซนสินค้าประเภทเครื่องประดับ โซนสินค้าประเภทของใช้เบ็ดเตล็ด เป็นต้น เพื่อลดการแย่งพื้นที่

ที่ค้าขาย และเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ซื้อเกิดความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า

6. ตลาดนัดชุมชนควรมีการกำจัดขยะ และทำความสะอาดตลาดนัดชุมชนหลังเลิกนัด

เพื่อส่งเสริมสุขลักษณะที่ดีภายในตลาดนัดชุมชน โดยควรจัดหาถังขยะไว้บริการแก่ผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน หรือขอความช่วยเหลือจากผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนในการจัดเก็บขยะของตนมาทิ้งลงในถังขยะที่จัดเตรียมไว้ให้

7. ควรมีการจัดห้องน้ำไว้บริการด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ เพราะ

ตลาดนัดชุมชนบางแห่งไม่ได้มีการจัดเตรียมสิ่งเหล่านี้ไว้ให้

8. ผู้จัดนัดภายในตลาดนัดชุมชนควรมีการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะ และ

ประสบการณ์ระหว่างผู้จัดนัดและผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชนด้วย นอกจากนี้ควรส่งเสริมการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ระหว่างผู้ขายและผู้ขาย รวมไปถึงระหว่างผู้ขายกับประชาชนในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ขึ้นการขยายกิจกรรมและพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

9. ตลาดนัดชุมชนควรมีการพัฒนากลยุทธ์การจัดการด้านการตลาดในการทำธุรกิจให้มากขึ้น โดยอาจจะสรรหาผู้จัดการตลาดนัดชุมชนมืออาชีพเข้ามาบริหารจัดการเนื่องจากมีความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจและด้านการตลาดเป็นอย่างดี

10. ตลาดนัดชุมชนยังควรจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ รวมถึงประสบการณ์

ในการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่ง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างตลาดนัดชุมชน

11. ควรมีการพัฒนาผู้จัดนัดรายใหม่เข้ามาบริหารจัดการ โดยการสรรหาคณรุ่นใหม่เข้ามาบริหารจัดการแทนคนดั้งเดิมที่ทำมานาน เนื่องจากคนรุ่นใหม่จะมีแนวความคิดที่แตกต่างไปจากเดิมหรือมีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการพัฒนา ทั้งนี้เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาผู้จัดนัดรายใหม่

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน

12. การตัดสินใจเลือกพื้นที่ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนนั้น ผู้จัดนัดควรมีการสำรวจตลาดนัดชุมชนที่มีอยู่ในบริเวณใกล้เคียงว่ามีตลาดนัดชุมชนกระจายอยู่บริเวณนั้นมากน้อยเท่าใด และเปิดดำเนินการในวันใดบ้าง เพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดการจัดตลาดนัดชุมชนซ้ำซ้อนกันมากเกินไป
13. ควรจัดหาพื้นที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน ถ้าตลาดนัดชุมชนใดมีพื้นที่ว่างเพียงพอ ควรจัดพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อบริการแก่ผู้ซื้อด้วย ส่วนตลาดนัดชุมชนใดที่มีพื้นที่จำกัดต้องจอดรถอยู่ตามริมถนน ควรจัดให้มีผู้ดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ และป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในการสัญจรด้วย
14. คนในชุมชนควรมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชนให้มียุ่เพิ่มพูน และคืนสภาพอย่างต่อเนื่อง
15. ควรมีการจำกัดประเภทสินค้าที่ขายไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน เพื่อลดการแข่งขันด้านราคาด้วยกันเองภายในตลาดนัดชุมชนระหว่างผู้ขายที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน
16. ผู้นำท้องถิ่นและองค์การบริหารส่วนตำบล ควรให้การจึ่ได้รับการสนับสนุนในเรื่องการดำเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดเก็บขยะ การจัดตั้งสถานที่ดำเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน
17. ควรมีความชัดเจนและมีความต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน
18. หน่วยงานจากภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในตลาดนัดชุมชน ด้านเทคโนโลยี ด้านเงินทุน รวมถึงข้อมูลข่าวสารทางการตลาดที่จำเป็นอย่างเพียงพอ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา โดยเน้นการศึกษาเชิงปริมาณจากตลาดนัดชุมชนจำนวน 16 แห่งในจังหวัดสงขลา ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาให้ครอบคลุมและกว้างขวางยิ่งขึ้น โดยอาจทำการศึกษาจากจำนวนตลาดนัดชุมชนทั้งหมดที่มีภายในจังหวัดสงขลา หรืออาจทำการศึกษาโดยเน้นการศึกษาเชิงคุณภาพแบบเจาะลึกจากตลาดนัดชุมชนเฉพาะกรณี ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้นและจะสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนต่อไป

## 2. จากผลการศึกษาดัชนีแปรอธิบาย (Explanatory Variables) ทั้ง 5 ตัว กล่าวคือ

ปัจจัย

ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการเมืองการปกครองที่มีความสัมพันธ์กับระดับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน (Y) สามารถอธิบายความผันแปรของระดับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนได้ร้อยละ 52.7 จึงควรทำการศึกษาต่อไปเพื่อค้นหาปัจจัยอื่นๆ ที่เหลือและส่งผลกระทบต่อระดับความเข้มแข็งของตลาดนัดชุมชน ซึ่งจะทำให้อำนาจการอธิบายของตัวแปรมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น