



ISSN: 2774-0390 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

Homepage: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU>

e-mail: [jmssnru@gmail.com](mailto:jmssnru@gmail.com)



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่  
เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Factors affecting vendor participation the management of the large – scale  
fresh market in Tha Khek, Khammouane Province,  
Lao People's Democratic Republic

ขวัญใจ สุวันลาลี<sup>1</sup>, จิตติ กิตติเลิศไพศาล<sup>2</sup>, เด่นชัย สมปอง<sup>3</sup>, พิศดาร แสนชาติ<sup>4\*</sup>

Khouanchay Souvanlasy<sup>1</sup> Jitti Kittilertpaisan<sup>2</sup>, Denchai Sompong<sup>3</sup>, Pissadarn Saenchat<sup>4\*</sup>

<sup>1</sup>หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

<sup>2, 3, 4</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

<sup>1</sup>Master of Arts program on public and private sector management, Sakon Nakhon Rajabhat University

<sup>2, 3, 4</sup>Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

\*Corresponding author's e-mail: [pissadarn@snru.ac.th](mailto:pissadarn@snru.ac.th)<sup>4\*</sup>

Received: June 12, 2026

Revised: July 16, 2026

Accepted: July 17, 2026

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครองของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก 2) ศึกษาระดับของการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ขายสินค้าในตลาดสุขสมบูรณ์ เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน จำนวน 295 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และสุ่มแบบเป็นระบบ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของปัจจัยทางเศรษฐกิจจัดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยทางสังคมจัดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยทางการเมืองการปกครองจัดอยู่ในระดับปานกลาง 2) การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมาก และ 3) ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคม ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าได้ร้อยละ 49.70

**คำสำคัญ:** การมีส่วนร่วม, การจัดการตลาดสด, แฉวงค้าม่วน

### Abstract

This research aimed to 1) examine the level of economic, social, and political factors among vendors in the large fresh market in Tha Khaek; 2) evaluate the level of vendor participation in market management of the large fresh market in Tha Khaek; and 3) determine the factors affecting vendor participation in managing the large fresh market in Tha Khaek. The sample consisted of 295 vendors in Suksomboon Market, Tha Khaek, Khammouane Province, Lao People's Democratic Republic, selected using stratified and systematic sampling. A questionnaire was used as the data collection instrument. Data were analyzed using mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results indicated that: 1) the level of economic and social factors was high, while political factors were moderate; 2) vendor participation in the management of the large fresh market in Tha Khaek was at high level; and 3) political, economic, and social factors significantly affected vendor participation in market management of the large fresh market in Tha Khaek at the .01 statistical significance level. These three factors explained 49.70% of the variance in vendor participation.

**Keywords:** participation, fresh market management, Khammouane province

### ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในปี ค.ศ. 2024 เศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวขยายตัวร้อยละ 4.1 จากการเติบโตของภาคบริการ ไฟฟ้า เหมืองแร่ เกษตรกรรม และอุตสาหกรรมการผลิต แต่ยังคงมีปัญหานี้สาธารณะและภาวะเงินเฟ้ออย่างต่อเนื่อง (World Bank Group, 2025) รัฐบาลจึงกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศจาก “Land-locked” สู่ “Land-linked” โดยมุ่งลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 9 (ค.ศ. 2021–2025) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Ministry of Planning and Investment, 2021) ซึ่งแฉวงค้าม่วนเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญผ่านโครงการ “ท่าเรือบกท่าแขก” (Tha Khek Dry Port) ที่มุ่งพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์เชื่อมโยงการค้าระหว่างเวียดนาม ลาว และไทย ทำให้เศรษฐกิจในเมืองท่าแขกที่เป็นเมืองเอกของแฉวงค้าม่วนขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดตลาดสดเอกชนขนาดใหญ่บนพื้นที่ 4 เฮกตาร์ คือ ตลาดสุขสมบูรณ์ หรือ ตลาดหลัก 3 ที่มีร้านค้าแผงลอยกว่า 1,120 แผง และขยายการเติบโตจนไม่สามารถควบคุมได้ ขาดการจัดระเบียบตามหลักสุขาภิบาล และเกิดวิกฤตทางกายภาพทั้งความแออัด ระบบระบายน้ำและการจัดการขยะที่ไร้ประสิทธิภาพ กระทั่งต่อสู่ภาวะของผู้ขายสินค้าและผู้บริโภค แผนอุตสาหกรรมและการค้าแฉวงค้าม่วนจึงตั้งคณะกรรมการยกระดับมาตรฐานตลาดเป็นวาระเร่งด่วน (Khammouane Provincial Department of Industry and Commerce, 2025)

ในการพัฒนาตลาดสดขนาดใหญ่ให้ยั่งยืนจำเป็นต้องขับเคลื่อนด้วยการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การวางแผนและตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับประโยชน์ และการติดตามและประเมินผล (ปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Cohen & Uphoff, 1980) โดยในบริบท

ของตลาดสุขสมบูรณ์ ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ขายสินค้ารายย่อยที่มีบทบาทสำคัญต่อการค้าขายแลกเปลี่ยนในตลาดสดท้องถิ่น เป็นผู้เชื่อมโยงกับหน่วยย่อยต่าง ๆ ในระบบตลาดหลายส่วน และทำหน้าที่เป็นหน่วยย่อยลำดับสุดท้ายในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค (กฤษดา บัจจาเนย์ และคณะ, 2564) ซึ่งเป็นแรงงานนอกระบบที่มาตรการในการคุ้มครองแรงงานของภาครัฐดูแลไม่ทั่วถึง (Khammouane Provincial Department of Industry and Commerce, 2025) จึงมักประสบปัญหาด้านการทำงานอาทิ ค่าตอบแทนน้อย สภาพแวดล้อมในการทำงานไม่ดี และไม่มีความมั่นคงในการทำงาน (ธนิษฐ์รัฐ ไชยพัฒน์เดชากร และคณะ, 2568) การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าที่จำกัดและส่วนใหญ่เป็นการให้คำปรึกษา และมักรู้สึกว่าถูกมองข้ามในขั้นตอนการวางแผนที่สำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้การให้บริการ การจัดสรรทรัพยากร และความยั่งยืนของโครงการไม่ดี เนื่องจากการสร้างความไว้วางใจและความรับผิดชอบร่วมกันอย่างจำกัด (Ninsiima et al., 2025)

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า ประกอบด้วย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง กล่าวคือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพ การมีงานทำ การมีรายได้ การได้รับการกระจายรายได้และทรัพยากรด้วยความเป็นธรรม และภาวะหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับตัวเงินและผลประโยชน์ทางการเงิน ซึ่งส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ทุนทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้า ความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ และความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด การเชื่อมประสานเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานและการแก้ไขปัญหาาร่วมกันขององค์กร ปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่นำมาประยุกต์ใช้ และปัจจัยทางด้านกายภาพการยอมรับการเรียนรู้องค์ความรู้จากสังคมภายนอกทำให้เกิดการจัดการทุนชุมชน นำมาสู่การบูรณาการทำงานในการจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วม (มะร่อแซะ เลี้ยวและคณะ, 2568; Ninsiima et al., 2025) และ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ได้แก่ ความโปร่งใสของนโยบายงบประมาณพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการอำนวยความสะดวกทางกฎหมายจากภาครัฐ (Ninsiima et al., 2025) โดยนโยบายภาครัฐท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน และการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น วางแผน ติดตามและตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา (ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ, 2565)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา งานวิจัยส่วนใหญ่เกี่ยวกับการจัดการตลาดสดมักดำเนินการในบริบทของประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมหรือในประเทศไทย ซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางสังคม แต่ในบริบทของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีโครงสร้างทางการเมืองการปกครองแบบสังคมนิยมซึ่งรัฐมีบทบาทนำในการบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะและเศรษฐกิจฐานราก ปัจจัยทางการเมืองการปกครองจึงอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าได้สูง ประกอบกับการที่ยังมีงานวิจัยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวอยู่น้อยมาก ดังนั้น จึงได้มีงานวิจัยนี้ โดยมุ่งศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วนทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ซึ่งจะช่วยเติมเต็มช่องว่างการวิจัยที่ผ่านมา และจะได้องค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาให้เหมาะสมและดีขึ้นต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยทางปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครองของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก
2. เพื่อศึกษาระดับของการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

### 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการเชิงพลวัตที่มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล (พิสัย กาละจักร และพรเทพ โฆษิตวรวิทย์, 2567; ปวีตร จงนภาศิริกุล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567; Cohen & Uphoff, 1980) กล่าวคือ 1) การมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ (decision making) เป็นการกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ แล้วเลือกนโยบายและประชากรที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น ช่วงดำเนินการวางแผน และช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ขายสินค้าได้พิจารณาทางเลือก จัดลำดับความสำคัญของปัญหา และร่วมลงมติเพื่อกำหนดกติกาหรือนโยบายส่วนรวมที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (implementation) เป็นการแปลงนโยบายและแผนงานไปสู่การปฏิบัติการจริง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งด้านแรงงาน เวลา หรือทุนทรัพย์เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายและมาตรฐานที่กำหนดไว้ 3) การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ (benefit) ผลประโยชน์มีทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งต้องมีการกระจายผลประโยชน์ทั้งที่เป็นประโยชน์ในทางบวก และผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ และ 4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล (evaluation) เป็นขั้นตอนที่สะท้อนให้เห็นความโปร่งใสและการรับผิดชอบ ที่จะต้องสังเกตความเห็น ความชอบ และความคาดหวัง ซึ่งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ (ปวีตร จงนภาศิริกุล และชาญเดช เจริญวิริยะกุล, 2567) ดังนั้น ในบริบทของการจัดการตลาดสดจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง อันจะช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของตลาดและส่งเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้บริหารท้องถิ่น (พัฒนา ภาสอน และคณะ, 2568) โดยในการวิจัยนี้ได้กำหนดให้การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกเป็นตัวแปรตามของการวิจัย

### อิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และ การเมืองและการปกครองต่อการมีส่วนร่วม

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพ การมีงานทำ การมีรายได้ การได้รับการกระจายรายได้ และทรัพยากรด้วยความเป็นธรรม รวมถึงภาวะหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับตัวเงินและผลประโยชน์ทางการเงิน ซึ่งส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564; รัตนา พลเสน และคณะ, 2568) ทั้งนี้ บุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืนในชุมชนตลาดสด (เขาวลิต อยู่เกิด และคณะ, 2564) และปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้คนในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริมอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนากลุ่มอาชีพต่าง ๆ (กานต์มณี การินทร์ และคณะ, 2566) ซึ่งในการวิจัยนี้ได้กำหนดให้ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นตัวแปรอิสระในการวิจัย ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย

ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล ความเชื่อมั่น ความเต็มใจยอมรับความเสี่ยงจากการกระทำของอีกฝ่าย การช่วยเหลือเกื้อกูล การพึ่งพาอาศัยกัน การถ่ายทอดและสร้างความรู้ การลดต้นทุน การลดราคา การได้ของแถม หรือได้รับสินเชื่อ จะช่วยยึดโยงและมีสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนในตลาดสดท้องถิ่นให้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันมาอย่างต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ (กฤษดา ปัจจำเนย์ และคณะ,

2564) ซึ่งความเข้มแข็งของชุมชน ความตื่นตัวของชุมชน และการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเครือข่าย ช่วยให้แต่ละชุมชนได้รับข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึงช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และความร่วมมือระหว่างชุมชน ทำให้เกิดพลังร่วมในการขับเคลื่อนกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น (รัตนา พลเสน และคณะ, 2568) ทั้งนี้ ในการจัดการตลาดต้องอาศัยคณะกรรมการตลาดชุมชน ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงอยู่และการปรับตัวของตลาดชุมชน (มะร่อแซะ เล้าะและ และคณะ, 2568) ซึ่งในการวิจัยนี้ได้กำหนดให้ปัจจัยทางสังคม เป็นตัวแปรอิสระในการวิจัย ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาด ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาด

ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ได้แก่ นโยบายภาครัฐท้องถิ่นซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงานสนับสนุนงบประมาณ ส่งเสริมการจัดการความรู้ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างเครือข่าย และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น วางแผน ติดตามและตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ (ทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ, 2565) ซึ่งการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (พิสัย กาละจักร และพรเทพ โขนิตรวฤต, 2567; รัตนา พลเสน และคณะ, 2568) ในการวิจัยนี้จึงได้กำหนดให้ปัจจัยทางการเมืองการปกครองเป็นตัวแปรอิสระในการวิจัย ประกอบด้วย นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ

จากแนวคิดดังกล่าว จึงได้นำมากำหนดให้ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครองเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและช่องว่างของงานวิจัย แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและช่องว่างของงานวิจัย

| ผู้วิจัย / ปี                                                     | ปัจจัย                                           | ผลการวิจัย                                                                                            | ช่องว่างงานวิจัย                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| กานตมณี การินทร์ และคณะ (2566),<br>เชาวลิต อยู่เกิด และคณะ (2564) | ปัจจัยทางเศรษฐกิจ<br>(รายได้ การสร้างอาชีพเสริม) | รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ปัจจัยทางเศรษฐกิจทำให้คนเห็นประโยชน์และร่วมกันสร้างอาชีพ     | เน้นอิทธิพลทางผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ขาดการบูรณาการร่วมกับมิติทางสังคมในบริบทของตลาดสด    |
| เรืองวิทย์ ครองยุติ (2564)                                        | ปัจจัยทางเศรษฐกิจ                                | ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น                                    | มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางการเมือง ยังไม่เจาะจงถึงพฤติกรรมของผู้ประกอบการค้าขาย            |
| กฤษดา บัจจาเนย์ และคณะ (2564)                                     | ปัจจัยทางสังคม<br>(ความไว้วางใจ ความสัมพันธ์)    | การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนำมาสู่ความไว้วางใจและการช่วยเหลือเกื้อกูล ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมในโครงการ | ศึกษาบริบทของตลาดสดท้องถิ่นขนาดเล็ก ขาดการวิเคราะห์น้ำหนักอิทธิพลของกลไกเชิงนโยบายของรัฐ |
| มะร่อแซะ เล้าะและ และคณะ (2568)                                   | ทุนทางสังคม และคณะกรรมการตลาด                    | คณะกรรมการตลาดชุมชนและเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงอยู่และขับเคลื่อนตลาด    | เป็นการศึกษาแบบพรรณนา เชิงคุณภาพ ยังขาดการทดสอบอิทธิพลพยากรณ์เชิงสถิติ                   |
| ทิววรรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ (2565)                   | ปัจจัยทางนโยบายภาครัฐ                            | การสนับสนุนและเปิดโอกาสจากภาครัฐ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะอย่างมีนัยสำคัญ             | เป็นการศึกษาในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ใช่บริบทการค้าเชิงพาณิชย์             |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ผู้วิจัย / ปี                                             | ปัจจัย                                      | ผลการวิจัย                                                                                                   | ช่องว่างงานวิจัย                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ปวิตร จงนภาศิริกุล และ<br>ชาญเดช เจริญวิริยะกุล<br>(2567) | ความเชื่อมั่นต่อ<br>การบริหารงาน<br>ของรัฐ  | ความรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อมั่น<br>ต่อนโยบายรัฐ ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม<br>ในการจัดการตลาด                 | ศึกษาในบริบทของตลาดในระบบเสรี<br>นิยม ยังไม่ได้ทดสอบในโครงสร้างรัฐ<br>แบบชี้นำ                               |
| Ninsiima et al. (2025)                                    | การกีดกันจาก<br>ภาครัฐ และการมี<br>ส่วนร่วม | การที่รัฐผูกขาดและจำกัดการเข้าถึง<br>นโยบาย ทำให้ผู้ขายสินค้าขาดความ<br>รับผิดชอบร่วมกันและโครงการไม่ยั่งยืน | ศึกษากระบวนการจัดการ<br>งบประมาณในต่างประเทศ ซึ่งบริบท<br>ระยะห่างระหว่างรัฐกับประชาชน<br>แตกต่างจาก สปป.ลาว |

จากตาราง 1 ซึ่งให้เห็นว่า งานวิจัยที่ผ่านมาจะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมเพียงด้านใดด้านหนึ่ง และเป็นบริบทของประเทศไทยซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม และเป็นการจัดการตลาดชุมชนขนาดเล็ก ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งอุดช่องว่างทางวิชาการ โดยการสร้างกรอบแนวคิดที่บูรณาการปัจจัยทั้ง 3 ด้าน เข้าด้วยกัน เพื่อค้นหาว่า ภายใต้บริบทโครงสร้างการบริหารงานแบบรัฐชี้นำของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครองจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่หรือไม่ อย่างไร ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้จะนำวางระบบการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมต่อไป

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระของการวิจัย มี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย 2) ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาด ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาด และ 3) ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ประกอบด้วย นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตามของการวิจัย คือ การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่ ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล ซึ่งกรอบแนวคิดของการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1



ของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแบบ Likert scale และตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง .67 – 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป (วิระยุทธ พรพจน์ธนาศ, 2565) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทดลองใช้กับผู้ขายสินค้าในตลาดสดชุมชนเมืองท่าแขกที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .93 ซึ่งสูงกว่า .70 ถือว่ามีค่าความเชื่อมั่น (reliability) เป็นที่ยอมรับได้ (เฉลิมพล ศรีหงษ์, 2565)

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ถึงแผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ขายสินค้าอยู่ในตลาดสดชุมชนเมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยเข้าพบกลุ่มตัวอย่างเพื่อชี้แจงความมุ่งหมายของการวิจัย รายละเอียดของแบบสอบถาม แจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง แล้วจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า แล้วทำการจัดระดับของค่าเฉลี่ย โดยการแบ่งอันตรภาคชั้นเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 ระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 ระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 และระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 (ละเอียด ศิลาน้อย และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, 2562)

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) ประกอบด้วย ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระ และระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระน้อยกว่า .80 และมีค่า VIF (Variance Inflation Factor) ไม่เกิน 10 (Chan et al., 2022; Otse et al., 2025) และค่า Tolerance มากกว่า .2 จึงจะไม่ทำให้เกิดปัญหาภาวะพหุสัมพันธ์ร่วม (multicollinearity) ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อแรงในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Adhikari, 2022) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple linear regression) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสด

## ผลการวิจัย

1. ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองการปกครองของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมืองปกครองของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

| ปัจจัย                     | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ   |
|----------------------------|-----------|------|---------|
| ปัจจัยทางเศรษฐกิจ          | 4.09      | .50  | มาก     |
| ปัจจัยทางสังคม             | 3.85      | .54  | มาก     |
| ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง | 3.30      | .50  | ปานกลาง |

จากตาราง 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก จัดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.09$ ) ปัจจัยทางสังคมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.85$ ) ปัจจัยทางการเมืองการปกครองอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.30$ )

2. ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

| การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า         | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับ    |
|--------------------------------------|-----------|------|----------|
| การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ  | 3.50      | .51  | ระดับมาก |
| การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน          | 3.52      | .48  | ระดับมาก |
| การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์        | 3.51      | .50  | ระดับมาก |
| การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล | 3.90      | .51  | ระดับมาก |
| ภาพรวม                               | 3.60      | .37  | ระดับมาก |

จากตารางที่ 3 พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกจัดอยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวม ( $\bar{X}=3.60$ ) และรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล ( $\bar{X}=3.90$ ) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ( $\bar{X}=3.52$ ) การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ ( $\bar{X}=3.51$ ) และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ ( $\bar{X}=3.50$ ) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังตาราง 4-5

ตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

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

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตาราง 4 พบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางการเมือง การปกครองมีค่าสหสัมพันธ์กันอยู่ระหว่าง .331 – .393 ซึ่งต่ำกว่า .80 ไม่ทำให้เกิดปัญหาภาวะพหุสัมพันธ์ร่วม ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อแรงในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ( $r=.517$ ) ปัจจัยทางสังคม ( $r=.517$ ) และ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ( $r=.565$ )

ตาราง 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

| ตัวแปรพยากรณ์                                                         | B     | SE   | $(\beta)$ | t     | P-value  | Collinearity |       |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|------|-----------|-------|----------|--------------|-------|
|                                                                       |       |      |           |       |          | Tolerance    | VIF   |
| (Constant)                                                            | 1.113 | .150 |           | 7.415 | < .001   |              |       |
| ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ECO)                                               | .214  | .034 | .291      | 6.284 | < .001** | .806         | 1.240 |
| ปัจจัยทางสังคม (SOC)                                                  | .181  | .032 | .265      | 5.630 | < .001** | .780         | 1.283 |
| ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (POL)                                      | .274  | .034 | .370      | 8.055 | < .001** | .821         | 1.219 |
| R=.705, R <sup>2</sup> =.497, Adjusted R <sup>2</sup> =.492, F=95.738 |       |      |           |       |          |              |       |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

จากตาราง 5 พบว่า ค่า Tolerance ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.780–0.821 และ VIF อยู่ระหว่าง 1.219–1.283 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity ตัวแปรอิสระทุกตัวส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เรียงลำดับค่าอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง (POL) ( $\beta=.370$ ) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ECO) ( $\beta=.291$ ) และปัจจัยทางสังคม (SOC) ( $\beta=.265$ ) ตามลำดับ โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก ได้ร้อยละ 49.70 ( $R^2 = .497$ ) นำมาสร้างสมการในรูปแบบคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

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

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

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

## การอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ขายสินค้าในตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก จัดอยู่ในระดับมากนั้น แสดงว่าผู้ขายสินค้าเห็นความสำคัญในการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย และสอดคล้องกับงานต้มณี การินทร์ และคณะ (2566) ที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยเกี่ยวข้องกับการมีรายได้จากอาชีพหลักลดลงจึงต้องการหารายได้ให้เพียงพอจากรายจ่าย ค่าครองชีพในชีวิตประจำวันสูงขึ้น สำหรับปัจจัยทางสังคมที่จัดอยู่ในระดับมากนั้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาดที่มีความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด มีความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด

มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และเคารพในระเบียบของตลาด ซึ่งเป็นเสมือนทุนทางสังคมที่ยึดโยงให้ผู้ชายสินค้า มีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน สอดคล้องกับกฤษฎา ปัจจาเนย์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล ความเชื่อมั่น การช่วยเหลือเกื้อกูล การพึ่งพาอาศัยกัน มีส่วนช่วยยึดโยงและส่งผลต่อบริสัมพันธ์ทางสังคมของคนในตลาดสดท้องถิ่นให้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกัน ส่วนปัจจัยทางการเมืองการปกครองที่จัดอยู่ในระดับปานกลางนั้น แสดงถึงการที่นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ ที่ผู้ชายสินค้าได้รับนั้นยังมีไม่มากนัก จึงควรมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของปรัชพร สมธง และวิราสิริ วสิริสิริ (2567) ที่เสนอว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรกำหนดนโยบาย เรื่องการพัฒนามาตรฐานตลาดสดโดยขอความร่วมมือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และผู้นำชุมชนให้ร่วมกันวางแผนเพื่อพัฒนาและยกระดับตลาดสด

2. ระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชายสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการมีส่วนร่วมด้านการติดตาม และประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นถึงความตื่นตัวของผู้ชายสินค้าในการตรวจสอบความโปร่งใส และพร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงตลาด สอดคล้องกับรัตนา พลเสน และคณะ (2568) ที่พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นในระดับมาก ในขณะที่ด้านการวางแผนและตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการตลาดอาจไม่เปิดให้ผู้ชายสินค้าเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดทิศทางการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งสอดคล้องกับทิววรรณศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ (2565) ที่พบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมเพียงระดับการรับทราบข้อมูลข่าวสารและการให้ข้อมูลแก่หน่วยงาน แต่เข้าไม่ถึงระดับการมีส่วนร่วมในการติดตามและตัดสินใจแก้ไขปัญหา เนื่องจากผู้กำหนดนโยบายและวางแผนหลักยังเป็นหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับ Ninsim et al. (2025) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีจำกัด จึงทำให้ผู้ชายสินค้าในตลาดถูกมองข้ามในขั้นตอนการวางแผนที่สำคัญ มีความสอดคล้องและแตกต่างจากงานวิจัยของพัฒนา ภาสอน และคณะ (2568) ที่พบว่า ตลาดสีเขียวชุมชนมีการร่วมคิดและวางแผนในระดับปานกลาง โดยมีโอกาสเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการประชุม แต่ยังขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์และข้อมูลในการตัดสินใจ เวทีไม่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตัดสินใจเชิงนโยบายจำกัดอยู่เฉพาะแกนนำ สมาชิกตลาดมีส่วนร่วมระดับสูงในการจัดเตรียมพื้นที่ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ตลาด และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และ มีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ในระดับสูง แต่มีการร่วมติดตามและประเมินผลในระดับปานกลาง

3. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคม ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชายสินค้าในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 49.70 นั้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางการเมืองการปกครองที่ประกอบด้วย นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ มีค่าอิทธิพลสูงสุดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชายสินค้าในการจัดการตลาดนั้น เป็นเพราะโครงสร้างการบริหารงานของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีภาครัฐเป็นฝ่ายชี้นำในการจัดระเบียบสังคมและเศรษฐกิจอย่างเข้มข้น ดังนั้น ปัจจัยทางการเมืองการปกครองจึงเป็นบรรทัดฐานที่สามารถผลักดันเชิงระบบในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน โดยนโยบายที่โปร่งใสลดข้อจำกัดทางกฎหมาย และเปิดพื้นที่ในการตัดสินใจจะช่วยลดแรงต่อต้าน ทำให้ผู้ชายสินค้ารู้สึกปลอดภัยและกล้าที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการตลาดอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับปวิตร จงนภาศิริกูร และชาญเดช เจริญวิริยะกุล (2567) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นและทัศนคติต่อการบริหารงานของภาครัฐส่งผลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชายสินค้าในการบริหารจัดการตลาดนัด สอดคล้องกับพิสัย กาละจักร และพรเทพ โสมิตวรวิทย์ (2567) ที่พบว่า

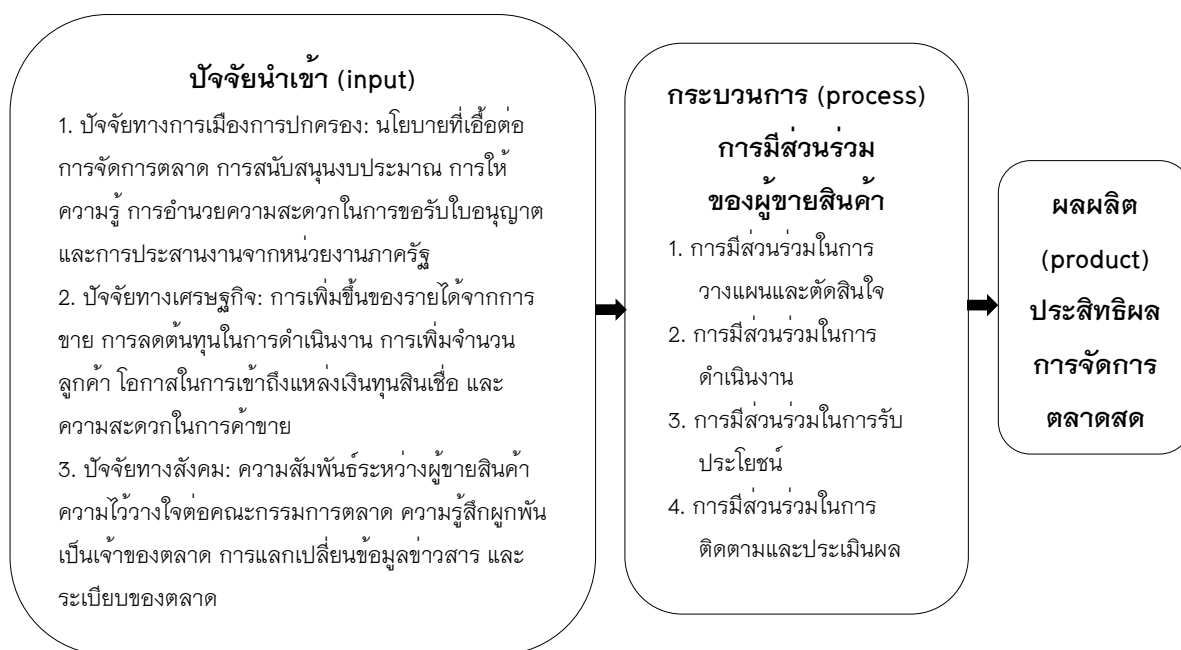
การสนับสนุนจากรัฐบาลส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับทิวารรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ (2565) ที่พบว่า นโยบายภาครัฐท้องถิ่นส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะ และยังส่งผลทางอ้อมผ่านความตระหนัก และสอดคล้องกับ Ninsiima et al. (2025) ที่พบว่า โครงสร้างนโยบายรัฐที่เอื้ออำนวยและเปิดให้ผู้ขายสินค้ามีสิทธิร่วมตัดสินใจ จะช่วยสร้างความผูกพันและลดแรงต่อต้านจากมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาด โดยจะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานให้ผู้ขายสินค้ามองเห็นความคุ้มค่าและโอกาสเพิ่มรายได้แล้วจะมีความยินดีให้ความร่วมมือ ซึ่งสอดคล้องกับชาวลิต อยู่เกิด และคณะ (2564) ที่พบว่า บุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการในตลาดสด สอดคล้องกับกานต์มณี การินทร์ และคณะ (2566) ที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนากลุ่มอาชีพต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน และสอดคล้องกับ Saragih & Meak (2022) ที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นแรงขับเคลื่อนการมีส่วนร่วม เมื่อผู้ขายสินค้าเห็นผลกำไรและความสะดวกในการค้าขายก็เต็มใจร่วมมือปฏิบัติงานและประเมินผลเพื่อรักษาเสถียรภาพของพื้นที่ค้าขายให้อยู่รอด

ปัจจัยทางสังคมที่ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาด ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาด ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้าในการจัดการตลาด โดยจะทำหน้าที่สร้างความไว้วางใจระหว่างผู้ขายสินค้าและคณะกรรมการตลาด อันเป็นทุนในการทำงานแบบพึ่งพาอาศัย สอดคล้องกับรัตนา พลเสน และคณะ (2568) ที่พบว่า ความเข้มแข็งเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น สอดคล้องกับมะรอชะ เล้าะและ และคณะ (2568) ที่พบว่า คณะกรรมการตลาดชุมชนถือเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงอยู่และการปรับตัวของตลาดชุมชน และ สอดคล้องกับ Ninsiima et al. (2025) ที่พบว่า เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่แข็งแกร่งในกลุ่มผู้ขายสินค้า จะช่วยเพิ่มความไว้วางใจ และเป็นตัวกระตุ้นให้อำนวยความสะดวกต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนและจัดการพื้นที่ส่วนรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### องค์ความรู้ใหม่

ระบบการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก มีปัจจัยนำเข้า (input) ที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง ประกอบด้วย นโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย และ 3) ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาด ความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด ความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และระเบียบของตลาด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดกระบวนการ (process) คือ มีส่วนร่วมของผู้ขายสินค้า การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล แล้วก่อให้เกิดผลผลิต (product) คือ ประสิทธิภาพการจัดการตลาดสด แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่ ระบบการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดสดขนาดใหญ่เมืองท่าแขก

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 แผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงคำม่วน และหน่วยงานท้องถิ่น ควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการจัดการตลาด การสนับสนุนงบประมาณ การให้ความรู้ในการจัดการตลาด การอำนวยความสะดวกในการขอรับใบอนุญาต และการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐ

1.2 คณะกรรมการบริหารตลาดควรพิจารณาส่งเสริมให้ผู้ขายสินค้ามีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย การลดต้นทุนในการดำเนินงาน การเพิ่มจำนวนลูกค้า โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสินเชื่อ และความสะดวกในการค้าขาย โดยกำหนดค่าเช่าพื้นที่หรือค่าส่วนกลางให้เป็นธรรมและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

1.3 คณะกรรมการบริหารตลาดควรส่งเสริมกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายสินค้าในตลาดให้เกิดความไว้วางใจต่อคณะกรรมการตลาด มีความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของตลาด มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และยอมรับระเบียบของตลาดร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดสด เช่น แรงจูงใจ พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เจาะลึกเพิ่มเติมกับกลุ่มผู้บริหารตลาดและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ เพื่อทำความเข้าใจถึงข้อจำกัด และความเป็นไปได้ในการนำนโยบายการจัดการระเบียบตลาดไปปฏิบัติจริง

### เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ปัจจาเนย์, มุกดา วงศ์อ่อน, บัณฑิต พรหมพักพิง และนิลวดี พรหมพักพิง. (2564). การศึกษาปฏิสัมพันธ์ของผู้ขายสินค้ารายย่อยในตลาดสดท้องถิ่นอีสานผ่านมุมมองแนวคิดความไว้วางใจ. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 38(1), 26–52.  
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HUSO/article/view/247730/167117>.
- กานต์มณี การินทร์, ฐิติพร วรฤทธิ์, แก้วมณี อุทัยมัย, กนกเกล้า แก้วกล้า และภคณิษา อภิศุกรกุล. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างอาชีพเสริมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(1), 25–36.  
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/257778/174157>.
- เฉลิมพล ศรีหงษ์. (2565). การประเมินความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม: จะทำอย่างไรให้ถูกต้อง. *วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์*, 5(1), 28–47.  
<https://so16.tci-thaijo.org/index.php/RJPA/article/view/2123/1339>.
- ชาวลิต อยู่เกิด, วิจิตรา ศรีสอน และศิริโรจน์ ภาคสุวรรณ. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืน: กรณีศึกษารูปแบบการจัดการขยะชุมชนตลาดสดแปบี่แลนด์ใหม่ เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(2), 712–726.  
[https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1\\_s/article/view/249759/170728](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/249759/170728).
- ทิวาวรรณ ศิริเจริญ, กันหา, และแสงแข บุญศิริ. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารปาริชาติ*, 35(3), 110–128.  
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/252645/175455>.
- ธนินทร์รัฐ ไชยพัฒน์เดชากร, อธิษฐ์ ลีวรวิศรา และรัชยา ภักดีจิตต์. (2568). การจัดการแรงงานนอกระบบกลุ่มหาบเร่แผงลอยในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน*, 7(1), 150–165.  
<https://doi.org/10.14456/jappm.2025.11>.
- 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 วสิริวิสิ. (2567). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดของผู้ขายสินค้าตำบลแม่สุ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุขชุมชน*, 7(1), 45–56. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jhscph/article/view/265555/183242>.
- พัฒนา ภาสอน, พิมพ์พร ภูครองเพชร, กนกพร รัตนสุธีระกุล และพงษ์อนันต์ ต้นบุญ. (2568). การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน: ตลาดสีเขียวชุมชนตำบลเก็ง. *Journal of Spatial Development and Policy*, 3(6), 95–106.  
<https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/article/view/2670>.
- พิสัย กาละจักร และพรเทพ โสมิตวรวิ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 21(1), 101–114. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/272475/183896>.

- มะรอมแซะ เล้าและ, วีระวัฒน์ อุดมทรัพย์, ชวัญนรี กล้าปราบโจร, จิตติพร พระโพธิ์, สร้อยเพชร ลิสนิ และวีระ ยุคุณธร. (2568). การจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับความมั่นคงทางอาหารของครัวเรือนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 8(1), 106–121. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/bim/article/view/279802>.
- รัตนา พลเสน, โสธยา สุภาพผล และลัดดาวัลย์ สำราญ. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น: กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 18(4), 549–562. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/colakkujournals/article/view/281107/190420>.
- เรืองวิทย์ ครองยุติ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 13(2), 222–237. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ptujournal/article/view/252582/173029>.
- ละเอียด คีลน้อย และกัณทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2562). การใช้มาตรฐานค่าในการศึกษาวิจัยทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ การโรงแรม และการท่องเที่ยว. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 8(15), 112–126. [https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms\\_ubu/article/view/196862/137606](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/196862/137606).
- วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ. (2565). การศึกษาเปรียบเทียบการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยด้วยเทคนิค IOC, CVR และ CVI. *รังสิตสารสนเทศ*, 28(1), 169–192. <https://rilj.rsu.ac.th/journal/57/article/281>.
- 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(8), 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).
- 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).
- Ministry of Planning and Investment. (2021). *The 9th Five-Year National Socio-Economic Development Plan (2021–2025)*. Lao People's Democratic Republic, Ministry of Planning and Investment. <https://rtm.org.la/wp-content/uploads/2024/10/ENG-9th-NSDP-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*, 2(1), 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 ed). Harper & Row.