

การจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของตลาดอมยิ้ม
MANAGEMENT ACCORDING TO THE CIRCULAR ECONOMY OF OMYIM MARKET

วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์¹ และ ธัญญรัตน์ สอนสุภาพ¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Viroj Jadesadalug¹ and Tanyarat Sonsupap¹

¹Faculty of Management Science, Silpakorn University.

(Received: June 27, 2020; Revised: August 24, 2020; Accepted: September 21, 2020)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาบริบทของตลาดอมยิ้ม ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของตลาดอมยิ้ม การวิจัยนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ ผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ประชาสัมพันธ์ตลาดอมยิ้ม และผู้ค้าในตลาดอมยิ้ม วิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลและใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ตลาดอมยิ้มเป็นตลาดชุมชนที่เกิดจากการร่วมมือกันระหว่างวัดวาปีสุทธาวาส มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และคนในชุมชน เพื่อจัดสรรพื้นที่ภายในวัดให้เกิดประโยชน์ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน โดยสินค้าภายในตลาดอมยิ้มเป็นสินค้าชุมชน อาหารทั่วไป และสินค้าจำเป็นหลัก ซึ่งให้บริการในเสาร์และวันอาทิตย์เท่านั้น 2) การจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ตลาดอมยิ้มมีการจัดตั้งนโยบายภายในตลาด โดยกำหนดให้ผู้ค้าลดการใช้ถุงพลาสติกเพื่อต้องการทำตลาดอมยิ้มให้เป็นตลาดที่ปราศจากขยะพลาสติก โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ คือการนำวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติมาออกแบบหรือประยุกต์ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น ใบตอง นิตยสารเก่าทำเป็นถุงกระดาษ เป็นต้น เพื่อลดขยะและลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดภาวะโลกร้อน และลดต้นทุนในการซื้อบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจากงานวิจัยผู้จัดการตลาดอมยิ้มสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาในด้านการจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนต่างๆ ของตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้

คำสำคัญ: เศรษฐกิจหมุนเวียน, ตลาดชุมชน

ABSTRACT

The main purposes of this research, were to study 1) the context of Omyim Market, Chom Bueng District, Ratchaburi Province, 2) strategic management according to the circular economy of Omyim market. This research used a qualitative research methodology consisting of in-depth interviews and interviews with specific groups. Data providers were divided into 2 groups: public relation or who were knowledgeable about

Omyim market management and traders. This research used purposive sampling method to select data and interview forms for in-depth interviews. Data from the interview will be analyzed using content analysis method.

The results of the research are as follows: 1) Omyim market is a community market resulting from the cooperation between Wapi Suthawas temple, Chom bueng University and people in the community in order to allocate the area within the temple to benefit, supporting community economy and people in the community participate in various activities within the community. The products in the Omyim market are mainly community products, general food and miscellaneous goods. Which is serviced on Saturday and Sunday only? 2) Strategic management according to the circular economy of Omyim market has a policy within the market By requiring traders to reduce the use of plastic bags in order to Omyim market as a market without plastic waste. By applying the concept of circular economy by using waste materials or materials that are friendly to nature design or apply as new packaging such as banana leaves, old magazines, made into paper bags, etc. to reduce waste and reduce the impact on the environment, reduce global warming. According to the research, Omyim market managers can apply the information to improve or develop management in according to the circular economy of the market to be more efficient.

Keywords: The circular economy, community market

บทนำ

เศรษฐกิจหมุนเวียน หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่เป็นการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ให้คุ้มค่าที่สุดหรือใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือเพื่อคืนสภาพให้แก่วัสดุของผลิตภัณฑ์ต่างๆ แทนที่จะกลายเป็นขยะหรือของเสีย และทิ้งไปในขั้นตอนสุดท้ายของการบริโภค ซึ่งขยะเหล่านั้นอาจจะทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ภาวะโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ เป็นต้น ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนจะนำวัสดุเหล่านั้นกลับมาสร้างคุณค่าใหม่ โดยต้องมีการออกแบบวัสดุใหม่ สร้างระบบการผลิตใหม่ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการใช้ซ้ำก็ถือเป็นการสร้างคุณค่าที่ดีขึ้นและสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม รวมถึงธุรกิจอีกด้วย (SCG, 2563) นอกจากนี้ ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนยังเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ จากที่มีการคืนสภาพวัสดุของผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยไม่ให้กลายเป็นขยะที่จะต้องทิ้งไปหลังจากการบริโภค และไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจต่างๆ ได้มีการนำแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง รวมทั้งในชุมชนต่างๆ ได้มีการสร้างกิจกรรมภายในชุมชน เช่น ตลาดชุมชน โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาปรับใช้ในการดำเนินการตลาดชุมชน

ตลาดชุมชน เป็นตลาดที่จะมีความเป็นท้องถิ่น ตั้งแต่วัตถุดิบอาหาร วัฒนธรรมการกิน ทำหน้าที่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นที่ออกมาจับจ่ายใช้สอย จนถึงบรรยากาศของชุมชนนั้น ในแต่ละที่ล้วน

ชื่อนปรากฏการณ์ทางสังคมที่บอกเล่าเรื่องราวของเมืองนั้นๆ รวมทั้งตัวชี้วัดการพัฒนาของเมืองได้ ตั้งแต่การจัดการเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะคุณภาพชีวิตและสุขภาพของคนในชุมชนก็จะสะท้อนได้จากการจัดการตลาดในเมืองนั้นเช่นเดียวกัน ตลาดยังเป็นพื้นที่ที่เข้าถึงได้และต้อนรับผู้คนต่างถิ่น การแลกเปลี่ยนในตลาดจึงเป็นมากกว่าตัวสินค้า แต่คือการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน (พชรสูงเต็น, 2562) นอกจากสร้างเศรษฐกิจ ตลาดชุมชนยังให้ประโยชน์อื่นๆ ทั้งในด้านสุขภาพจากการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย อนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาและวิถีของบรรพชน (“วิถีชุมชน สร้างเศรษฐกิจฐานราก: ตลาดชุมชน”, 2560)

เช่นเดียวกัน ตลาดอ้อมยิ้ม ตลาดวิถีไทยย้อนยุคจอมบึง ตั้งอยู่ภายในวัดวาปีสุทธาวาส ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี เกิดจากความร่วมมือระหว่างวัดวาปีสุทธาวาส มหาวิทยาลัยราชภัฏจอมบึง และคนในชุมชน ซึ่งตลาดอ้อมยิ้ม มีการร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมีการใช้ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ หรือจากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งนำมาออกแบบหรือทำเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่แทนการใช้ถุงพลาสติก เช่น ใบตอง กระจกระดาษ ใบจาก เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะในชุมชน ทั้งนี้เพื่อเป็นการปลูกฝังให้ประชาชนหันมาใส่ใจในด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

การวิจัยในพื้นที่ตลาดอ้อมยิ้ม อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี เพราะเป็นตลาดชุมชนที่เกิดจากการร่วมมือกันจากคนในชุมชน เพื่อให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ ตลาดอ้อมยิ้มยังมีแนวคิดในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยการให้ผู้ค้าลดการใช้พลาสติก เพื่อลดปริมาณขยะ โดยใช้ใบตองแทนภาชนะที่เป็นพลาสติก และใช้กระจกระดาษหรือวัสดุอื่นๆ แทนถุงพลาสติก ซึ่งผลกระทบของการใช้พลาสติกนั้นมีมากมาย รวมถึงเกิดภาวะโลกร้อน ด้วยเหตุนี้การลดใช้ถุงพลาสติกจึงเป็นสิ่งที่ควรตระหนักอย่างมากในปัจจุบัน และตลาดอ้อมยิ้มเป็นตลาดที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการลดใช้พลาสติก ดังนั้น การอนุรักษ์ธรรมชาติของตลาดอ้อมยิ้มเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เป็นตลาดที่น่าสนใจ และสามารถพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้อีก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของตลาดอ้อมยิ้ม ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของตลาดอ้อมยิ้ม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1. แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจหมุนเวียน คือ ระบบเศรษฐกิจที่ออกแบบมาเพื่อคืนสภาพให้แก่วัสดุของผลิตภัณฑ์ต่างๆ แทนที่จะกลายเป็นขยะหรือของเสีย และทิ้งไปในขั้นตอนสุดท้ายของการบริโภค ซึ่งขยะเหล่านั้นอาจจะทำให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และเป็นการเพิ่มปริมาณขยะ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนจะนำวัสดุเหล่านั้นกลับมาสร้างคุณค่าใหม่ โดยต้องมีการออกแบบวัสดุ ผลิตภัณฑ์ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตั้งแต่กระบวนการผลิต เพื่อลดการเกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจหมุนเวียนแบ่งวัสดุในระบบออกเป็น 2 แบบ คือ 1) กลุ่มวัสดุชีวภาพ (biological materials) หรือวัสดุที่มาจากสารธรรมชาติ และผ่านกระบวนการที่แทบไม่ปนเปื้อนสารเคมี ทำให้อยู่สลายคืนสู่สิ่งแวดล้อมต่อไปได้ 2) กลุ่มวัสดุทางเทคนิค (technical materials) ที่

ผ่านกระบวนการผลิตที่อาศัยเทคนิคต่างๆ เช่น ชิ้นส่วนจากโลหะและพลาสติก ที่จะส่งผลเสียหากหลุดสู่ธรรมชาติ จึงต้องมีการออกแบบใหม่ให้หมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ในระบบปิดโดยไม่ส่งของเสียออกนอกระบบผลิต (ภัทรพร แยมละออ, 2561)

ตลาดชุมชน ตลาดชุมชนเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่ชุมชนต้องยึดเป็นฐานที่มั่นของการสร้างเศรษฐกิจฐานราก เป็นการหมุนเวียนเม็ดเงินให้อยู่ภายในชุมชน โดยให้ความสำคัญกับระบบเกษตรกรรมยั่งยืน สร้างคุณค่าและมูลค่าของผักพื้นบ้าน ขนมพื้นเมือง ซึ่งจากการที่มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านเหล่านี้ นอกจากจะสร้างเศรษฐกิจในชุมชนแล้ว ยังให้ประโยชน์ในอีกหลายมิติ ทั้งในด้านสุขภาพจากการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย อนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาและวิถีของบรรพชน ทั้งพื้นที่ตลาดชุมชนยังเป็นการเปิดโอกาสให้คนยากไร้ ผู้สูงอายุ เด็กและเยาวชนได้ ใช้เป็นช่องทางสร้างเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้ชีวิตได้ วิถีชุมชน (“สร้างเศรษฐกิจฐานราก: ตลาดชุมชน”, 2560) อาจเป็นตลาดบกหรือตลาดน้ำก็ได้ ซึ่งตลาดบก เป็นตลาดที่ค้าขายอยู่บนบก ขนาดของตลาด และประเภทของสินค้าที่นำมาขายขึ้นอยู่กับชุมชนหรือสถานที่ที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ และตลาดน้ำ เป็นตลาดที่ผู้ค้าพาเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือพลุกพล่าน บริเวณปากคลองหรือบริเวณชุมชนเป็นต้น (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ม.ป.ป.)

ซึ่งตลาดชุมชนมีหลากหลายรูปแบบ ชุมชนสามารถออกแบบได้ว่าต้องการให้ตลาดชุมชนของตนเองเป็นอย่างไร มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือสามารถทำให้มีการจัดการตลาดที่ทั้งเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือต่อโลก เช่น มีการจัดการบริหารตลาดชุมชนตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ตลาดชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือมีการจัดการตลาดที่ลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการลดบรรจุภัณฑ์จากถุงพลาสติกมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุเหลือใช้ที่อาจกลายเป็นขยะหลังจากการบริโภคตอนสุดท้ายหรือบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ เช่น ใช้ใบตอง ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติก เป็นต้น เพื่อเป็นการนำวัสดุที่ไม่ใช้มาสร้างคุณค่าหรือทำให้เกิดประโยชน์โดยจะไม่เป็นการเพิ่มปริมาณขยะ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถปลูกฝังคนในชุมชนให้หันมาใช้สิ่งแวดล้อมมากขึ้น

2. การจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นการบริหารองค์กรอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนเป็นขั้นตอนสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง หรือเป็นชุดการตัดสินใจการดำเนินงานเพื่อที่จะพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยกำหนดทิศทางขององค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์ไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย

1) การกำหนดทิศทาง (Direction Setting) เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ และการกำหนดภารกิจหรือกรอบในการดำเนินงานที่ชัดเจน และเป้าหมายขององค์กร

2) การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม (Environment Scanning) เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค หรือที่เรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะทำให้ทราบถึง

จุดอ่อนและจุดแข็งองค์กร ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปที่สามารถส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น สภาพแวดล้อมด้านการเมือง เศรษฐกิจ เป็นต้น จะทำให้ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดกับองค์กร

3) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นการพัฒนาแผนระยะยาว โดยองค์กรจะต้องกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กรที่สุด ซึ่งกำหนดจากการที่วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อให้ไปถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ได้

4) การดำเนินกลยุทธ์ (Strategy Implementation) คือกระบวนการที่นำกลยุทธ์และนโยบายมาประยุกต์ใช้ไปสู่แผนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งประสิทธิภาพการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัตินั้นจะเกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารปฏิบัติหรือผู้ปฏิบัติควรมีการมอบหมายกำหนดวิธีการในการปฏิบัติงาน มีความรู้ความเข้าใจ และมีทักษะในการปฏิบัติงาน เพื่อจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้

5) การประเมินผลและการควบคุม (Evaluation and Control) เป็นการติดตามและประเมินผลแผนกลยุทธ์ที่นำไปปฏิบัติว่าผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร และเหมาะสมกับองค์กรหรือไม่ หากเกิดข้อผิดพลาดก็นำไปปรับปรุง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของตลาดอมยิ้ม อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ให้สัมภาษณ์หรือให้ข้อมูลต่างๆ คือ ผู้ประชาสัมพันธ์ของตลาดอมยิ้ม นอกจากนี้ยังศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์ให้ได้มากที่สุด

2. การเลือกพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้เลือกวิธีศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยจะทำการศึกษาในพื้นที่ตลาดอมยิ้ม ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี เนื่องจากตลาดอมยิ้มมีแนวคิดในการลดใช้พลาสติกโดยใช้ใบตอง และถุงกระดาษ โดยวิจัยนี้ใช้ผู้ค้า และบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดอมยิ้ม

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ คือ ผู้ประชาสัมพันธ์เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับบริบทของตลาดอมยิ้ม การบริหารจัดการตลาดอมยิ้ม และการจัดการตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จึงเลือกเครื่องมือที่มีความเหมาะสมมาใช้ในการวิจัย คือ

แบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยผู้วิจัยสร้างแนวคำถามหรือใช้คำสำคัญ (keywords) เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย มีขั้นตอน ดังนี้

5.1 ศึกษา ค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารทางวิชาการ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในการสัมภาษณ์

5.2 สร้างคำถามเพื่อที่จะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พิจารณาจากวัตถุประสงค์ หรือปัญหาของการวิจัยโดยกำหนดเป็นประเด็นหลัก และประเด็นย่อย เพื่อให้สัมภาษณ์ข้อมูลได้อย่างครอบคลุม

5.3 สอบถามหรือปรึกษาเกี่ยวกับแนวคำถามกับผู้ให้คำปรึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษิตลาดอ้อมยมอนูรักษัรธรรมชาติ อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี

6. การรวบรวมข้อมูล

6.1 กำหนดข้อมูลว่าต้องการข้อมูลอะไรบ้าง โดยการศึกษาและวิเคราะห์จากวัตถุประสงค์หรือปัญหาของการวิจัย

6.2 กำหนดแหล่งข้อมูลว่าแหล่งข้อมูลอยู่ที่ไหนหรือผู้ให้ข้อมูลเป็นใคร อยู่ที่ไหน และพิจารณาว่าแหล่งข้อมูลสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนเพียงพอหรือไม่

6.3 เลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเหมาะสม และสามารถได้ข้อมูลอย่างครบถ้วน เพียงพอ และเชื่อถือได้

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกการถอดเทปบันทึกเสียง มาแยกเป็นประเด็นต่างๆ และพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้เพียงพอ และสมบูรณ์หรือไม่

7.2 นำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาตามข้อมูลจากเอกสารวิชาการ แนวคิดหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนชัดเจน และสรุปผลต่อไป

8. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล

การวิจัยเรื่องการจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี ศึกษาดำเนินการโดยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ ดังนั้นหลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วจึงนำไปตรวจสอบด้วยแหล่งข้อมูลทางเอกสารวิชาการเพิ่มเติม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ และสรุปผล

ผลการวิจัย

1. บริบทของตลาดอ้อย

1.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่าผู้ริเริ่มความคิดในการจัดตั้งตลาดอ้อยเป็นอดีตตรงเจ้าอาวาสวัดวาปีสุภทวาราส และต้องการจัดสรรพื้นที่ว่างภายในวัดเพื่อให้คนในชุมชนได้มีกิจกรรมร่วมกัน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีการร่วมมือระหว่างวัดวาปีสุภทวาราสหรือวัดตลาดควายกับผู้ช่วยอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ร่วมหารือรูปแบบการจัดตลาดอ้อย พร้อมประชาชนในชุมชน จัดตั้งในปีพุทธศักราช 2558 แต่เดิมก่อนจัดตั้งตลาดอ้อยนั้นได้มีการจัดสรรพื้นที่วัดเป็นแหล่งวัฒนธรรม 8 ชาติพันธุ์ เช่น ไทยทรงดำ ไทยพื้นถิ่น ลาวตี้ ลาวโซ่ง เป็นต้น และได้ร่วมมือจัดตั้งตลาดอ้อยขึ้น โดยมีแนวคิดที่แตกต่างจากที่อื่น เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคือการกำหนดให้ผู้ค้าร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติ ใช้ใบตอง ถุงกระดาษ และอื่นๆ เป็นบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารหรือใส่ของที่ค้าขาย เพื่อเป็นการลดขยะพลาสติกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการลดภาวะโลกร้อน ลดต้นทุนรวมทั้งเพื่อนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วต้องกลายเป็นขยะมาทำให้เกิดประโยชน์ และเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมไทยทรงดำ

1.2 รูปแบบของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่าตลาดอ้อยเป็นตลาดบกที่จัดตั้งภายในชุมชน โดยมี軒สำหรับนั่งรับประทานอาหารอย่างเพียงพอ ตำแหน่งที่ตั้งของตลาดอ้อยตั้งอยู่ภายในวัดวาปีสุภทวาราส หรือวัดตลาด ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี โดยเวลาให้บริการของตลาดอ้อย คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลาตั้งแต่ 10.00 ถึง 18.00 น.

1.3 ลักษณะสินค้าที่ขายในตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่า ตลาดอ้อยมีกิจกรรมการจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท ผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย อาหารพื้นบ้าน อาหารทั่วไป เช่น ผักสวนครัวจากสวนของชาวบ้านในชุมชน ผลไม้ปลอดสารพิษ เป็นต้น รวมทั้งสินค้าชุมชน สินค้าศิลปะต่างๆ และตลาดอ้อยมีจุดเด่นคือการเน้นใช้ใบตอง ถุงกระดาษ และอื่นๆ แทนถุงพลาสติก ภายในวัดมีน้ำบัวให้ชม ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวได้

1.4 กลุ่มลูกค้าของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่า ในปี 2560 ถึง 2561 ซึ่งเป็นช่วงที่ตลาดได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ดังนั้น กลุ่มลูกค้าในช่วงที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่มักจะมาจากทั้งต่างจังหวัดและประชาชนในเขตราชบุรีหรือบริเวณใกล้เคียง ปัจจุบัน มีตลาดใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายผู้คนมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดอ้อยมีความนิยมน้อยลง ลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นประชาชนในเขตราชบุรี และกลุ่มลูกค้านี้จะมาตลาดอ้อยเป็นประจำ เนื่องจาก ผัก ผลไม้สดใหม่ปลอดสารพิษ เพราะเป็นสินค้าจากคนในชุมชนเอง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ดังนั้น ผักและผลไม้จึงมีราคาถูกด้วย

2. การจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนของตลาดอ้อย

2.1 กำหนดทิศทาง จากการศึกษาพบว่าตลาดอ้อยต้องการเป็นตลาดที่มีความแตกต่าง และต้องการทำให้ตลาดอ้อยเป็นตลาดชุมชนที่ปราศจากพลาสติก อันเป็นเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อน โดยใช้แนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนคือการนำวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์ใช้ และเพิ่มมูลค่าหรือยกระดับสินค้าชุมชนหรือสินค้าที่มาจากคนในชุมชนเองให้เป็นที่รู้จักหรือก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น เพื่อให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง และยั่งยืน

2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม

2.2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็งของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่าตลาดอ้อยมีจุดแข็งคือมีสินค้าค่อนข้างหลากหลายประเภท รวมทั้งมีสินค้าชุมชนหรือสินค้าพื้นบ้านจอมบึง สินค้าของคนในชุมชนเอง เช่น ผักต่างๆ ทำให้มีราคาถูกและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมโดยการใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้มาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการใช้พลาสติกและโฟม ซึ่งทำให้ตลาดมีเอกลักษณ์น่าสนใจจากการอนุรักษ์ธรรมชาติ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

จุดอ่อนของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่าตลาดอ้อยเป็นการร่วมมือกันระหว่างวัดกับประชาชนในชุมชนเอง ทำให้การจัดการบริหารตลาดขาดประสิทธิภาพ และยังไม่เป็นระบบมากนัก ไม่มีการสรุปผลการดำเนินงานของตลาด ทำให้ไม่ทราบว่าตลาดประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ไม่มีการวิเคราะห์หรือพยากรณ์สิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาพัฒนาตลาดให้ดียิ่งขึ้น ทำให้ตลาดพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลให้ไม่มีสิ่งใหม่ๆ มาดึงดูดให้มาใช้บริการ

2.2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาสของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่า ตลาดอ้อยมีเอกลักษณ์เฉพาะหรือมีการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยมีการลดพลาสติกและโฟมมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มาจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้ ซึ่งแตกต่างจากตลาดคู่แข่ง ทำให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากกว่า และสินค้าภายในตลาดจำพวกผักสวนครัวนั้นเป็นของคนในชุมชนเองซึ่งปลอดภัย และมีราคาถูกกว่าจากการรับมาจากพ่อค้าคนกลาง ทำให้ตลาดอ้อยมีลูกค้าประจำ และตลาดชุมชนนั้นทางรัฐบาลให้การสนับสนุนมีนโยบายส่งเสริมเพื่อพัฒนาหรือยกระดับตลาด ทำให้ตลาดอ้อยเป็นตลาดที่สร้างรายได้กับชุมชน และมีผู้คนจากพื้นที่อื่นมาท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตของตลาด และรู้จักตลาดมากขึ้น

อุปสรรคของตลาดอ้อย จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย คนว่างงานเยอะ รายได้ลดน้อยลง ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อน้อยและในเขตราชบุรีมีตลาดเปิดใหม่มากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกอื่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหากผู้บริโภคเห็นว่าตลาดคู่แข่งนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการมากกว่า ผู้บริโภคก็จะเลือกใช้บริการของตลาดคู่แข่ง

2.3 การดำเนินกลยุทธ์ จากการศึกษาพบว่าตลาดอ้อยมีการใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ซึ่งตลาดอ้อยดำเนินการใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง โดยการให้บริการด้านบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างจากตลาดที่อื่น โดยการกำหนดนโยบายให้ผู้ค้าใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือที่ทำมาจากวัสดุเหลือใช้ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น กระดาษจากวารสารหรือหนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช้แล้วมาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น รวมทั้งมีการให้บริการยิ้ม ตะกร้าที่ทางตลาดเตรียมไว้ให้ผู้บริโภคนำไปใส่สินค้าแทนการใช้ถุงพลาสติก รวมถึงสร้างความแตกต่างทางด้านภาพลักษณ์ ซึ่งจากการใส่ใจสิ่งแวดล้อมของตลาดอ้อย นอกจากทำให้ตลาดมีความโดดเด่น แตกต่างจากที่อื่นแล้วยังทำให้ตลาดมีภาพลักษณ์ที่ดีจากการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และช่วยลดปริมาณขยะภายในชุมชน ซึ่งการสร้าง ความแตกต่างดังที่กล่าวมาจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจหรือรู้สึกพิเศษในสินค้าหรือบริการนั้นๆ

อภิปรายผล

1. บริบทของตลาดอ้อมยิ้ม

1.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดอ้อมยิ้ม จากผลการวิจัยพบว่าตลาดอ้อมยิ้มเกิดขึ้นจากการร่วมมือกันระหว่างวัดวาปีสุภทวาราสและประชาชนในชุมชน และผู้ที่มีความคิดริเริ่มในการจัดตั้งตลาดอ้อมยิ้มภายในวัดนั้นเป็นอดีตเจ้าอาวาส ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการสื่อสารที่ดี ชัดเจน และทั่วถึง มีการจัดการตลาดให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ค้าและประชาชนเข้าใจตรงกันอย่างทั่วถึง เพราะเป็นตลาดที่ร่วมมือกับประชาชนในชุมชนเอง หากมีการสื่อสารที่ไม่ดีหรือมีการจัดการที่ไม่ดีอาจเกิดความขัดแย้งและเกิดปัญหาต่างๆ ตามมาได้

1.2 รูปแบบของตลาดอ้อมยิ้ม จากผลการวิจัยพบว่าตลาดอ้อมยิ้มเป็นตลาดนัดชุมชน ซึ่งเป็นตลาดบก แหล่งที่ตั้งของตลาดอ้อมยิ้มอยู่ภายในวัดวาปีสุภทวาราส ลักษณะสินค้าในตลาดอ้อมยิ้ม เป็นสินค้าชุมชนและอาหาร สินค้าจึงพาละทั่วไปเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของกลุ่มลูกค้า กลุ่มลูกค้าในปัจจุบันของตลาดอ้อมยิ้มเป็นประชาชนในเขตจังหวัดราชบุรีหรือประชาชนในเขตบริเวณใกล้เคียง และกลุ่มลูกค้าที่ลดลงอาจมาจากหลายปัจจัย เช่น ร้านค้าเหลือน้อยลง หรือสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทางตลาดอ้อมยิ้มควรมีการจัดการทางด้านการตลาดมากขึ้น เช่น มีการส่งเสริมทางการตลาด และปรับปรุงตลาดให้ความทันสมัยหรือตามเทรนให้มีสิ่งที่น่าสนใจมากขึ้นเพื่อดึงดูดลูกค้า ส่วนของลักษณะสินค้าในตลาดอ้อมยิ้ม ซึ่งไม่โดดเด่นและสามารถดึงดูดผู้มาใช้บริการได้มากพอ และพยายามดึงสินค้าของชุมชนมาขายในตลาดแต่มิน่าสนใจหรือไม่เห็นถึงความแตกต่างจากที่อื่น เนื่องจากสินค้าชุมชนโดยทั่วไปนั้นจะไม่มีขายตามร้านค้าทั่วไป ทำให้สินค้าไม่สามารถเข้าสู่ประชาชนได้อย่างทั่วถึงได้ ชุมชนควรมีการพัฒนาสินค้าหรือสร้างมูลค่าสินค้าของชุมชนให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุตา ลีลา สุวัฒน์, พชชนันท์ บุญช่วย และ ณิชฐภัสร์ เทียนจันทร์ (2558) เรื่องแนวทางการพัฒนาตลาด OTOP สู่อีสาน อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ที่กล่าวว่า สินค้าชุมชนไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงเนื่องจากสินค้าชุมชนมีความคล้ายกันมาก ทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นถึงความแตกต่างสินค้าของแต่ละชุมชนได้ รวมถึงมีราคาค่อนข้างแพง สถานที่จัดจำหน่ายมีจำกัด ซึ่งไม่มีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป และการส่งเสริมการตลาดไม่ต่อเนื่อง

2. การจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

2.1 กำหนดทิศทาง จากผลการวิจัยพบว่าตลาดอ้อมยิ้มต้องการเป็นตลาดที่มีความแตกต่างจากที่อื่นโดยการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคได้มากกว่า ตลาดอ้อมยิ้มควรกำหนดทิศทางของตลาดทั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจต่าง ๆ ของตลาดอย่างชัดเจน และกำหนดทิศทางหรือนโยบายการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ให้ชัดเจนขึ้น เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติอย่างถูกต้องทั่วถึง และเพื่อเป็นแนวทางในดำเนินงานของทุกคนในตลาดไปถึงความสำเร็จที่ต้องการเป็นตลาดชุมชนปราศจากพลาสติกภายในอนาคตให้ได้ เพราะหากไม่มีการกำหนดทิศทางภายในตลาด ผู้ค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องภายในตลาดอาจจะไม่ทราบว่าตลาดต้องไปในทิศทางใด หรือทำอย่างไร ซึ่งจะทำให้มีโอกาสในการประสบความสำเร็จน้อยกว่าการที่มีการกำหนดทิศทางที่ชัดเจน

2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อม

2.2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็งของตลาดออมยิ้ม จากผลวิจัยพบว่าตลาดออมยิ้มมีจุดแข็งคือมีสินค้าค่อนข้างหลากหลายประเภท รวมทั้งมีสินค้าชุมชน สินค้าของคนในชุมชนเอง และตลาดมีเอกลักษณ์น่าสนใจจากการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยการใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้มาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการใช้พลาสติก และโฟม ซึ่งทำให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ซึ่งการที่นำสินค้าชุมชนมาขายนั้นสามารถทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น แต่สินค้าชุมชนจะไม่ค่อยแตกต่างกันมากนักในแต่ละชุมชน ดังนั้นตลาดออมยิ้มควรมีการหาแนวทางในการยกระดับ สร้างสรรค์ และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าให้มากขึ้น เพื่อให้สินค้ามีความแตกต่าง โดดเด่น ไม่ซ้ำซาก เช่นเดียวกับที่ตลาดมีการใช้วัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้มาประยุกต์ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งสามารถดึงดูดให้คนมาใช้บริการได้ เพราะผู้คนจะมองว่าตลาดน่าสนใจ แตกต่างจากที่อื่นๆ และยังมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า (“สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า”, 2557) กล่าวคือ หากสินค้าไม่มีความแตกต่าง โอกาสในการเติบโตของธุรกิจก็จะน้อย ผู้ประกอบการต้องทราบพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการความแปลกใหม่เสมอ ไม่ต้องการความซ้ำซาก ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างไม่เหมือนใครให้ลูกค้าเสมอ เพื่อตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และการสร้างความแตกต่างที่จะช่วยให้ธุรกิจมีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งนั้นทำได้หลายด้าน เช่น ความแตกต่างทางด้านคุณภาพ ราคา บริการ เป็นต้น

จุดอ่อนของตลาดออมยิ้ม จากการศึกษาพบว่าตลาดออมยิ้มเป็นการร่วมมือกันระหว่างวัดกับประชาชนในชุมชนเอง ทำให้การจัดการบริหารตลาดขาดประสิทธิภาพ และยังไม่เป็นระบบมากนัก ซึ่งการร่วมมือกันภายในชุมชนเองนั้นจะทำให้การจัดการให้เป็นระบบเป็นไปได้ยาก เนื่องจากประชาชนไม่มีความเข้าใจในเรื่องของการจัดการ และประชาชนเน้นไปในเรื่องการขายสินค้าของตนเอง ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องภายในตลาดควรมีการร่วมมือกันใส่ใจพัฒนาเรื่องภายในตลาดให้มากขึ้น เช่น การทำบัญชี การจัดการคน จ้างคน เป็นต้น หากไม่ใส่ใจเรื่องภายในตลาดหรือพัฒนาตลาดให้ดี ตลาดจะไม่มีการพัฒนา ทำให้ผู้มาใช้บริการลดลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชมรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศไทย (SME Thailand Club, 2560) เรื่องสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจขยายตัวไม่ได้ คือธุรกิจไม่สามารถขยายตัวหรือเติบโตพัฒนาไปได้มากกว่านี้ เพราะเน้นเรื่องภายนอกมากเกินไป เช่น เน้นไปในเรื่องของกลยุทธ์ออนไลน์ การตลาด โดยไม่ได้มองเรื่องพัฒนาเรื่องต่างๆ ภายในธุรกิจให้ดี ซึ่งเรื่องภายในธุรกิจเป็นการสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น ซึ่งเมื่อภายในดี การประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ย่อมทำได้ง่ายขึ้นด้วย และการทำให้ธุรกิจขยายหรือเติบโตต้องกล้าตัดสินใจลงทุนศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม จ้างคนอย่างเหมาะสมมาพัฒนา และปรับปรุงการบริหารจัดการภายในให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาสของตลาดออมยิ้ม จากผลวิจัยพบว่า ตลาดออมยิ้มมีเอกลักษณ์เฉพาะหรือมีการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยมีการลดพลาสติกและโฟมมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มาจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้ ซึ่งแตกต่างจากตลาดคู่แข่ง ทำให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากกว่า เนื่องจาก

ปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และสินค้าภายในตลาดจำพวกผักสวนครัวนั้นเป็นของคนในชุมชนเองจึงมีราคาที่ถูกกว่าจากการรับมาจากพ่อค้าคนกลาง ทำให้ตลาดอ้อมยิ้มมีลูกค้าประจำ และตลาดชุมชนนั้นทางรัฐบาลให้การสนับสนุนมีนโยบายส่งเสริมเพื่อพัฒนาหรือยกระดับตลาด ทำให้ตลาดอ้อมยิ้มสามารถพัฒนาสิ่งต่างๆ ได้โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ดังนั้น ตลาดอ้อมยิ้มควรมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือวัสดุเหลือใช้ภายในครัวเรือนที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้แทนพลาสติกได้ และใช้ได้กับสินค้าทุกประเภทภายในตลาด โดยอาจมีการจ้างบุคลากรคอยให้คำแนะนำกับทางผู้ค้าหรือร่วมมือกันออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้ผู้ค้าสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับร้านค้าของตนเอง ซึ่งจะทำให้เป็นตลาดชุมชนที่อนุรักษ์ธรรมชาติโดยปราศจากพลาสติกและพัฒนาตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมษยา บุญสีลา และ วงจันทร์ พูลเพิ่ม (2562) เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะมูลฝอยสู่การพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพในชุมชน ซึ่งข้อมูลขยะมูลฝอยของชุมชนตำบลบ้านยาง จังหวัดบุรีรัมย์ ขยะที่พบส่วนมากเป็นขยะแห่งที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ เช่น พลาสติก กระดาษ ลัง ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ส่วนใหญ่ชาวบ้านนำไปเลี้ยงสัตว์ หมักปุ๋ย ทำน้ำหมักชีวภาพ ดังนั้น จึงได้เสนอแนวทางและแนวคิดร่วมกับชุมชน โดยจัดฝึกอบรมให้ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าขยะและวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ประโยชน์ และแก้ปัญหาการจัดการขยะ เพิ่มมูลค่าขยะ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพและเศรษฐกิจในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมอาชีพเพื่อพัฒนาสู่การตั้งกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน

อุปสรรคของตลาดอ้อมยิ้ม จากผลวิจัยพบว่า ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อน้อยและมีตลาดเปิดใหม่มากมาย ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกอื่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหากผู้บริโภคเห็นว่าตลาดคู่แข่งนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการมากกว่า ผู้บริโภคก็จะเลือกใช้บริการของตลาดคู่แข่ง และความนิยมของตลาดอ้อมยิ้มก็จะลดลงตามไปด้วย ดังนั้นตลาดอ้อมยิ้มต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ ทั้งในด้านการจัดการภายในและในด้านสินค้าที่ขายในตลาด การจัดการต้องมีความเป็นระบบ มีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อความเข้าใจโดยทั่วถึงกัน และพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลาให้ทันตามสมัยหรือให้ตรงตามความต้องการผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุดา ลีลาสุวรรณ, พชชนันท์ บุญช่วย และ ณัฐภัสร์ เทียนจันทร์ (2558) เรื่องแนวทางการพัฒนาตลาด OTOP สู่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย คือ อาหาร ของใช้ทั่วไป เครื่องประดับ สมุนไพร ของตกแต่งและเสื้อผ้า จากผลวิจัยศึกษาคุณภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ทุกชนิด เพราะผลิตตามความต้องการผู้ว่าจ้างหรือนักท่องเที่ยว และตามความนิยมของสินค้า มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยพัฒนาเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ ผลิตหลากหลายรูปแบบ รวมถึงมีเอกลักษณ์ ทันสมัย ส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปูรงรสชาติให้ถูกปากหรือพอใจผู้บริโภคส่วนใหญ่ ดังนั้นผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และการที่ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมลดลงเนื่องจากมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น สินค้าล้าสมัย และเศรษฐกิจไม่ดี ซึ่งผลิตภัณฑ์จะขยายตัวเพิ่มขึ้นได้โดยต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

2.3 การดำเนินกลยุทธ์ จากผลการวิจัยพบว่าตลาดอ้อมยิ้มมีการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการ โดยมีการให้บริการบรรจุภัณฑ์ที่นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาปรับ

ใช้แต่สินค้าบางอย่างที่มีน้ำหนักมากเกินไป ไม่สามารถใช้กับบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุเหลือใช้ได้ และมีให้บริการยืมตะกร้าเพื่อให้ลูกค้าใส่สินค้าแทนพลาสติก รวมทั้งสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์จากการใส่ใจสิ่งแวดล้อมทำให้ตลาดมีภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้น ตลาดออมยิ้มควรมีการร่วมกันคิดค้นสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่จะสามารถทำจากวัสดุเหลือใช้ให้สามารถใส่สินค้าทุกประเภทได้ และควรมีการสร้าง ความแตกต่างในด้านอื่นๆ หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่สามารถตอบสนองหรือดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้นและมีความโดดเด่นกว่าคู่แข่ง เช่น ในด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น หากลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการจะทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษหรือประทับใจจากการใช้บริการและมีโอกาสที่ลูกค้าต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เนื่องจากความแตกต่างจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพนวัฒน์ ฉินธนทรัพย์, ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ และ นิศศา ศิลปะเสรษฐ (2550) กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา ร้านของฝากในจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมา คือด้านภาพลักษณ์ และน้อยที่สุดด้านบริการ ซึ่งความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์คือสินค้ามีความหลากหลาย รูปแบบสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ด้านภาพลักษณ์ มีการสร้างจุดเด่นภายในร้านมีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ และด้านบริการ มีการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการจัดส่งถึงบ้าน และสถานที่ให้บริการเพียงพอกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรแนะนำผู้ค้าให้มีความสำคัญกับการทำบัญชีการเงิน เพื่อเก็บข้อมูลผลประกอบการให้ทราบต้นทุน และกำไรว่ามีการดำเนินธุรกิจมีความคุ้มค่าหรือไม่ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 ตลาดออมยิ้มเป็นตลาดชุมชนที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างประชาชนกับวัดวาปี สุทธาวาส ควรมีการจัดระบบการจัดการตลาดที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินการของตลาดราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

1.3 ควรมีการแนะนำและให้ความรู้แก่ผู้ค้าในเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนหรือการนำวัสดุเหลือใช้มาทำเป็นบรรจุภัณฑ์แทนถุงพลาสติก เพื่อให้ลดพลาสติกได้มากกว่าเดิม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพโดยมีการสัมภาษณ์และสอบถามจาก ผู้ค้าและผู้ประชาสัมพันธ์ หากมีการศึกษาในเชิงปริมาณจะทำให้ทราบถึงความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของลูกค้าน่าจะช่วยให้ตลาดออมยิ้มสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ปพนวัฒน์ ฉินธนทรัพย์, ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ และ นิศศา ศิลปะเสรษฐ. (2550). กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา ร้านของฝากในจังหวัดภูเก็ต. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2563, จาก <http://human.skru.ac.th/husoconference/conf/P39.pdf>

- เพชร สูงเด่น. (2562). 'ตลาดชุมชน' เป็นกระจกสะท้อนคุณภาพชีวิตและประตูต้อนรับผู้มาเยือน. สืบค้น 20 มีนาคม 2563, จาก <https://adaybulletin.com/life-citytales-public-markets/42305>
- ภัทรพร แยมละออ. (2561). Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียนโอกาสใหม่ของธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. สืบค้น 15 มีนาคม 2563, จาก <http://www.allaroundplastics.com/article/sustainability/1898?fbclid=IwAR3Hic46QCE485xgRGLFM7CK-N56wsgqhm2CrmNbrMWb-jYRXn16XltOlo>
- มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (ม.ป.ป.). ตลาด. สืบค้น 20 มีนาคม 2563, จาก http://saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=28&chap=3&page=chap3.htm&fbclid=IwAR01QVn56DF-icWRk3RPMY_aUlaotk3hAn39RmU870bLricbLLdqZlfVjCA
- เมษยา บุญสีลา และ วงจันทร์ พูลเพิ่ม. (2562). การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะมูลฝอยสู่การพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพในชุมชน. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2563, จาก <http://blog.bru.ac.th/wp-content/uploads/2019/09/บทความวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะมูลฝอยสู่การพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพในชุมชน.pdf>
- วิถีชุมชน สร้างเศรษฐกิจฐานราก: ตลาดชุมชน. (2560). สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563, จาก http://www.thaihealthycommunity.org/wp-content/uploads/2017/03/02_%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%8A%E0%B8%99.pdf
- วิทยา พัฒนเมธาดา. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management). สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2563, จาก <http://www.kansuksa.com/31/>
- ศรีสุดา ลีลาสุวรรณ, พสนันท์ บุญช่วย และณัฐปภัสร เทียนจันทร์. (2558). แนวทางการพัฒนาการตลาด OTOP สู่สากล อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. สืบค้น 10 เมษายน 2563, จาก <http://korat.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/22/2017/06/Fulltext.pdf>
- สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า. (2557). สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2563, จาก <https://th.jobsdb.com/th-th/articles/%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%82%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2/>
- SCG. (2563). SCG Circular Way หมุนเวียนกลับมาใช้ให้คุ้มค่า. สืบค้น 21 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.scg.com/sustainability/circular-economy/>
- SME Thailand Club. (2560). 3 เหตุผลหลักๆ ทำให้ธุรกิจคุณขยายตัวไม่ได้. สืบค้น 25 เมษายน 2563, จาก <https://www.smethailandclub.com/entrepreneur-2418-id.html>