

ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

Development Strategy for Community Markets Based on the Circular
Economy Concept in Local Administrative Organizations of the Upper
Northeastern Region 1

สุวัฒน์ มนตรี¹ กฤตติกา แสนโกชน์² และธนกฤต ทูริสุทธิ์³

Suwat Montree, Krittikar Sanposh and Tanakrit Thurisut

Received: October 17, 2025

Revised: December 23, 2025

Accepted: January 02, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน 2) กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน 3) ประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ใช้การวิจัยแบบผสมวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran ได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 30 คน ที่คัดเลือกแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ข้อสรุปของการวิจัย ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัญหาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายด้านค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ด้านการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้านการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านการใช้งานและบริโภคสินค้าในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

¹⁻³ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี; Udon Thani Rajabhat University

Corresponding author, E-mail: 66300802101@udru.ac.th, Tel. 083-3587956

และ ด้านการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน ตามลำดับ 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาลตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา มี 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 4 การใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 5 การมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน และ 3) ผลการประเมินพบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาลตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่ศึกษา มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

คำสำคัญ: ตลาดชุมชน, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ยุทธศาสตร์การพัฒนา, เศรษฐกิจหมุนเวียน

Abstract

The purposes of this research article were 1) to study the problems of community market development based on the circular economy concept; 2) to determine strategies for community market development based on the circular economy concept; and 3) to evaluate the strategies for community market development based on the circular economy concept. A mixed-methods research was used. Quantitative research, however, could not determine the exact population size; therefore, Cochran's formula was used to calculate the sample size, resulting in a sample size of 400 people. The research instrument was a 5-level Likert scale questionnaire. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Qualitative research involved a workshop with 30 purposively selected experts, and data was analyzed using content analysis to arrive at the research conclusions. The research findings revealed that 1) the overall problems in community markets based on the circular economy concept were at a moderate level ($\bar{X}$ = 3.25, S.D.= 0.34). When considering each aspect, the mean scores ranked from highest to lowest across all 5 areas were community zero waste management, the utilization of secondary raw materials for value creation, the production of eco-

friendly community products, the usage and consumption of eco-friendly products in the community market, and community market management participation, respectively; 2) the strategies for developing community markets based on the circular economy concept consisted of vision, mission, objectives, strategic indicators, and the strategic development issues comprised 5 strategies, namely: Strategy 1: zero waste management; Strategy 2: reuse of raw materials for added value; Strategy 3: production of environmentally friendly community products; Strategy 4: environmentally friendly use and consumption of community market products; and Strategy 5: community market participation in management; 3) the evaluation results showed that the community market development strategy based on the circular economy concept in the study area was highly appropriate and feasible in all aspects, with an average score of 3.51 or higher, meeting the established criteria.

Keywords: Community Market, Northeast Region, Development Strategy, Circular Economy

บทนำ

ประเทศไทยได้กำหนดให้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นวาระแห่งชาติ โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบระบบเศรษฐกิจจาก “ทำมากแต่ได้น้อย” ไปสู่ “ทำน้อยแต่ได้มาก” ไปสู่รูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า BCG Economy Model ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตแบบก้าวกระโดด กระจายรายได้ นำความมั่งคั่งไปสู่ชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ ในขณะเดียวกันมีทิศทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ SDGs ซึ่งเป็นวาระหลักในการพัฒนา 17 เป้าหมาย สหภาพยุโรปได้ให้ความสำคัญกับวิกฤตจากการขาดแคลนทรัพยากร และปัญหาการจัดการขยะ คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) จึงได้พิจารณาหาแนวทางในการแก้ไข โดยจัดทำแผนปฏิบัติการสหภาพยุโรปสำหรับเศรษฐกิจหมุนเวียน (EU action plan for the Circular Economy) และขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจหมุนเวียน ด้วยการออกแบบเศรษฐกิจที่เน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดขยะหรือของเสียเหลือศูนย์ (Zero Waste) ด้วยการนำขยะหรือของเสียที่ถูกใช้แล้วมาผลิตซ้ำ หรือใช้ประโยชน์ใหม่ เกิดการหมุนเวียนในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน สอดคล้อง

กับการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศไทยมีการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงในระดับประเทศ โดยมียุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) โดยกำหนดหมุดหมายและกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน คือ มิติที่ 2 มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม หมุดหมายที่ 7 การส่งเสริมให้ SMEs ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และแนวคิดที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและปรับตัวให้เข้ากับทิศทางการพัฒนาประเทศ มิติที่ 3 มิติความยั่งยืนของทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมุดหมายที่ 10 โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มมูลค่าจากการใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบูรณาการ พลัง และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ในทุกระดับของสังคม ตลอดจนมีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Model) พ.ศ. 2564-2570 เพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยไปสู่ “เศรษฐกิจใหม่” และกำหนดเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางในด้านอุตสาหกรรม BCG (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

ในการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนทางภาครัฐ มีการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวสู่ธุรกิจแบบใหม่ สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี นวัตกรรม ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนขยายตลาดส่งออก โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ผ่านการดำเนินโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า การคัดเลือกผู้ประกอบการตัวอย่าง (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566) ปัจจุบันนักวิชาการในนานาประเทศให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีการกำหนดเป็นนโยบายระดับมหภาค พร้อมผลักดันให้เกิดการนำไปใช้ในภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจ โดยการเปลี่ยนของเสีย เป็นทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่อย่างเต็มวงจรชีวิต ตามหลักการ 3R ประกอบด้วย ลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) การนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ในตลาดชุมชนจึงช่วยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการยกระดับตลาดชุมชนให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งตลาดชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย และจังหวัดบึงกาฬ ถือเป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตลาดชุมชนเหล่านี้ไม่เพียงเป็นแหล่งกระจายสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน และสินค้าอุปโภคบริโภค

เท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางของวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความหลากหลายของชุมชนในพื้นที่ (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1, 2567)

ในปัจจุบันตลาดชุมชนในพื้นที่ดังกล่าวยังต้องเผชิญกับปัญหา เช่น การใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้ายังไม่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้การรับรองมาตรฐาน การเพิ่มขึ้นของขยะพลาสติก ร่องเรียนเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม ทั้งการปนเปื้อนของน้ำเสียจากกองขยะ มีมลพิษทางอากาศ ซึ่งบางส่วนขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของตลาด ขาดแนวทางการบริหารจัดการที่ดี มีช่องทางการจำหน่ายที่จำกัด แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่ในการพัฒนาในการสร้างความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม และเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างความยั่งยืน (ภัทร์ธมนต์ พลรงค์ และคณะ, 2565) ปัจจุบันตลาดชุมชนในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ยังเผชิญปัญหาด้านการใช้ทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน การเพิ่มขึ้นของขยะพลาสติก และมลภาวะจากน้ำเสียและอากาศ รวมถึงการบริหารจัดการที่ยังไม่เป็นระบบ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่เพียงพอ และช่องทางการจำหน่ายที่จำกัด ส่งผลให้ตลาดไม่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้เต็มศักยภาพ แม้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจะเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความยั่งยืน แต่ในพื้นที่ดังกล่าวยังไม่มีกรอบยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการนำแนวคิดนี้ไปใช้จริง ทำให้ไม่สามารถขับเคลื่อน BCG Model ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ปัญหาการวิจัย คือ ขาดการศึกษาและกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาลตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ เพื่อนำไปใช้พัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาการพัฒนาลตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
2. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาลตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
3. เพื่อศึกษาการทดลองและประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาลตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ การกำหนดตัวแปรตาม โดยการสังเคราะห์ตัวแปรจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประชากรเป็นผู้ประกอบการตลาดและผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดชุมชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบ ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของโคแครน (Cochran, W. G., 1977) แล้วดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการตลาดและผู้บริโภคที่มาใช้บริการตลาดชุมชน เป็นจำนวน 400 คน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ จำนวน 30 ข้อ มีค่าเท่ากับ 0.968 ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หอการค้าจังหวัด จำนวน 5 คน 2) นักวิชาการ จำนวน 5 คน 3) ผู้นำชุมชน จำนวน 6 คน 4) ผู้ประกอบการตลาดชุมชน จำนวน 7 คน 5) ผู้บริโภคตลาดชุมชน จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน เลือกแบบเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 30 คน โดยเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ สถิติที่ใช้ใน

การวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ โดยมีเกณฑ์การประเมินต้องมีค่าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.51 จึงถือว่า ผ่านการประเมินและสามารถนำยุทธศาสตร์ไปใช้ได้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัญหาการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัญหาการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.34) เมื่อเรียงลำดับสภาพระดับปัญหาจากมากไปหาน้อย ลำดับที่ 1 ด้านการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.61) ลำดับที่ 2 ด้านการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.62) ลำดับที่ 3 ด้านการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.60) ลำดับที่ 4 ด้านการใช้งานและบริโภคสินค้าในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.69) และลำดับที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับปัญหาการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ไปกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

2. ผลการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย

2.1 วิสัยทัศน์ (Vision) คือ ตลาดชุมชน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีการบริหารจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างมืออาชีพ

2.2 พันธกิจ (Mission) ได้แก่ 1) มีการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ 2) มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 3) มีการพัฒนาผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) สนับสนุนการใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 5) สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน

2.3 เป้าประสงค์ (Goal) ได้แก่ 1) เพื่อให้มีการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ 2) เพื่อส่งเสริมการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 3) เพื่อพัฒนาการผลิต

สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) เพื่อสนับสนุนการใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5) เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน

2.4 ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ (Strategic level indicators) ได้แก่ 1) ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ ร้อยละ 80 ของตลาดชุมชน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออก เฉียงเหนือตอนบน 1 มีการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีบริหารจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วม 2) ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการตลาดชุมชน มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

2.5 ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา (Strategic Issues)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์/กลยุทธ์ การกำจัดขยะของเสียตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมุ่งเน้นให้ของเสียเหล่านั้น ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด แทนที่จะถูกทิ้งเป็นขยะและเป็นภาระต่อสิ่งแวดล้อม โดยการนำหลักการ “3Rs” ได้แก่ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) มาปรับใช้ในทุกขั้นตอนของการผลิตและการบริโภค 2) โครงการพัฒนา ได้แก่ 2.1) โครงการลด (Reduce) ลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้น ตั้งแต่ต้นทาง ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้วัสดุน้อยลงหรือใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 2.2) โครงการใช้ซ้ำ (Reuse) ส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์และวัสดุต่าง ๆ มาใช้ซ้ำให้ได้มากที่สุด เพื่อลดความจำเป็นในการผลิตใหม่ 2.3) โครงการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) นำของเสียที่ผ่านการคัดแยกแล้วมาผ่านกระบวนการรีไซเคิล เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) ตัวชี้วัด ได้แก่ 3.1) ตลาดชุมชนมีการกำจัดขยะของเสียตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3.2) ตลาดชุมชนมีระบบสุขาภิบาลดีขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์/กลยุทธ์ ตลาดชุมชนมีการใช้วัตถุดิบรอบสอง หรือการนำวัสดุที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง เป็นแนวคิดหลักของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่มุ่งเน้นการลดของเสียและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ในภาคธุรกิจ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้หลายมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม 2) โครงการพัฒนา ได้แก่ 2.1) โครงการรีไซเคิล การนำขวดพลาสติก กระดาษหรือโลหะ กลับมาแปรรูปเป็นวัตถุดิบใหม่ 2.2) โครงการซ่อมแซมและปรับปรุงสภาพ การซ่อมแซมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการปรับปรุงสภาพเฟอร์นิเจอร์เก่า เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ 2.3) โครงการนำกลับมาใช้ใหม่ การนำกล่องกระดาษ หรือถุงผ้า กลับมาใช้ซ้ำ 2.4) โครงการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ประโยชน์ การนำเศษวัสดุจากการ

ก่อสร้างหรือเศษอาหาร มาทำเป็นปุ๋ยหรือพลังงานทดแทน 3) ตัวชี้วัด ได้แก่ 3.1) ตลาดชุมชนมีการใช้วัตถุดิบรอบสองหรือการนำวัสดุที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3.2) ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการใช้วัตถุดิบรอบสอง หรือการนำวัสดุที่ผ่านการใช้งานแล้ว กลับมาใช้ประโยชน์มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์/กลยุทธ์ การสร้างสรรค์สินค้าจากชุมชนโดยใช้วัสดุเหลือใช้ หรือวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทนทาน ใช้ได้นาน และซ่อมแซมได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน 2) โครงการพัฒนา ได้แก่ 2.1) โครงการผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า เช่น กระเป๋า หมวก ของเล่น จากเศษผ้าเหลือใช้ 2.2) โครงการผลิตภัณฑ์จากไม้ เช่น เพอร์นิเจอร์ ของใช้ในครัวเรือน ของตกแต่ง จากไม้ที่เหลือใช้หรือไม้ที่ปลูกทดแทนได้ 2.3) โครงการผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ตะกร้า ของใช้จากผักตบชวา กาบกล้วย 3) ตัวชี้วัด ได้แก่ 3.1) ตลาดชุมชนมีการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3.2) ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการมีความตระหนักในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชน ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์/กลยุทธ์ การเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือสินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ และลดการบริโภคสินค้าที่ก่อให้เกิดขยะหรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน 2) โครงการพัฒนา ได้แก่ 2.1) โครงการผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ หรือวัสดุรีไซเคิล สนับสนุนสินค้าจากผู้ผลิตที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย ยานลิเกา หรือวัสดุที่ทำจากพืชผักต่าง ๆ ที่สามารถย่อยสลายได้ 2.2) โครงการผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงสินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติก เลือกซื้อสินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ เช่น การซื้อสินค้าแบบเติม (Refill) หรือการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก 2.3) โครงการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน การเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เช่น การเรียนรู้เรื่องการทำปุ๋ยหมัก หรือการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่ไม่ใช้แล้ว 3) ตัวชี้วัด ได้แก่ 3.1) ตลาดชุมชนมีการใช้งานและบริโภคสินค้าในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3.2) ผู้ใช้บริการเห็นความสำคัญของการใช้งานและบริโภคสินค้าในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน ประกอบด้วย

- 1) วัตถุประสงค์/กลยุทธ์ การสร้างกระบวนการให้คนในชุมชนร่วมมือกันบริหารจัดการตลาด โดยเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสีย และสร้างระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ เช่น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในชุมชน
- 2) โครงการพัฒนา ได้แก่ 2.1) โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดชุมชน ทุกภาคส่วนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตลาด โดยเริ่มจากการวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล เพื่อให้การบริหารจัดการตลาดเกิดประโยชน์สูงสุด 2.2) โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ สร้างความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วน เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ยั่งยืน เช่น การสำรวจและประเมินสถานการณ์ขยะในชุมชน 2.3) โครงการประเมินผลและปรับปรุง ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการตลาดให้มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดตลาดสีเขียว จัดพื้นที่ในตลาดให้เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน และส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดตั้งจุดรับขยะรีไซเคิล การจัดประกวดสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ การจัดตั้งธนาคารขยะ
- 3) ตัวชี้วัด ได้แก่ 3.1) ตลาดชุมชนการมีกระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 3.2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการบริหารตลาดได้รับความพึงพอใจมากขึ้น

3. ผลการประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความเหมาะสมของประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.18) สรุปผลการยืนยันรูปแบบด้วยการประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ผ่านเกณฑ์การประเมิน เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.51 ขึ้นไป จึงยอมรับว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ มีความสอดคล้องกัน และสามารถนำยุทธศาสตร์ไปใช้ดำเนินการได้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัญหาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พบว่า ในการพัฒนาตลาดชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน มีปัญหาเรียงลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ลำดับที่ 2 ด้านการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ลำดับที่ 3 ด้านการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลำดับที่ 4 ด้านการใช้งานและบริโภคสินค้าในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลำดับที่ 5 ด้านการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม มีกระบวนการกำจัดขยะที่ไม่ถูกวิธีไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ไม่สามารถนำมารีไซเคิลได้ และการขาดแรงจูงใจและนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้บริโภคยังไม่ให้ความสำคัญกับสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่าที่ควร สอดคล้องกับแนวคิดการขาดความตระหนักถึงความสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งงานวิจัยหลายชิ้น พบว่า คนส่วนใหญ่ยังคำนึงถึงความสะดวกสบาย ยังเคยชินกับวิถีชีวิตแบบเดิม ซื้อสินค้าตามที่ตนต้องการและถูกใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการผลิตสินค้าที่เกินความจำเป็น อาทิเช่น การออกแบบและขายเสื้อผ้าแฟชั่นใหม่ทุกฤดูกาล การนำกลับมาใช้ใหม่จึงไม่จำเป็นและไม่เป็นที่ปรารถนาของผู้ซื้อ (Singh, M. P., et al., 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของอิรุณี แสงมณีเดช และคณะ (2567) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียน คือ การที่องค์กรไม่มีบุคลากรเฉพาะด้านที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในกระบวนการทำงาน ปัญหาในการจัดสรรงบประมาณ และการคัดเลือกวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุปสรรค ได้แก่ ต้นทุนในการผลิตสูง การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตอาจมีความซับซ้อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kadhila, T., et al. (2023) พบว่า การจัดการเทศบาลกลางเกบาน และสวาคอปมุนต์ ยังไม่ได้นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนไปใช้ในระบบการจัดการขยะของตนอย่างเต็มที่ ขยะที่ปะปนกัน ซึ่งประกอบด้วย กระดาษ พลาสติก กระป๋อง ยางรถยนต์ จะถูกทิ้งลงในหลุมฝังกลบทุกสัปดาห์ในอัตราประมาณ 85% ปัญหาหลัก ได้แก่ ข้อมูลและความรู้ไม่เพียงพอ การขาดวิธีแก้ปัญหาทางเทคนิค งบประมาณไม่เพียงพอ การขาดการมีส่วนร่วม ดังนั้น จึงมีการเสนอกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นแนวทางแก่เทศบาลเมืองกลางเกบาน และสวาคอปมุนต์ โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนไปใช้ในระบบการจัดการขยะ

2. ผลการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ยุทธศาสตร์ที่

2 การใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 4 การใช้งานและบริโภคสินค้าในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 5 การมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน ทั้งนี้เพราะการจัดการกับปัญหาวิกฤตจากการขาดแคลนทรัพยากร และปัญหาการจัดการขยะซึ่งเป็นมลพิษที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชน เป็นเรื่องเร่งด่วนและจำเป็นที่ท้องถิ่นต้องเร่งดำเนินการจัดการให้มีระบบโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ตั้งแต่การผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน การสร้างอุปนิสัยด้านสิ่งแวดล้อม การกำจัดขยะมูลฝอยอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ การตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงจำเป็นต้องบริหารจัดการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบข้อเสนอแนะของ OECD ภาครัฐควรประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในการให้บริการสาธารณะ อาทิ เช่น การให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น เพื่อลดปริมาณกระดาษ รวมถึงกระทรวงการคลังอาจพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้และแนวทางที่เหมาะสมในการใช้ระบบการจัดซื้อ จัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงษ์ คันธรส และคณะ (2567) พบว่าผลสำเร็จของโครงการนวัตกรรม “ขยะ มั่งคั่ง ยั่งยืน Waste To Wealth” ได้แก่ 1) เทศบาลนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ได้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ผ้าเคลื่อนย้ายผู้ป่วย ติดเตียง สมุนไพรไล่หอย ปูยไล่เดือน ปูยอินทรีย์ชีวภาพ 2) โดยการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม จำนวน 21 แห่ง ครบทั้ง 8 ชุมชน ซึ่งผ่านกระบวนการให้ความรู้แก่ประชาชน สร้างจิตสำนึกและสร้างการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะจากครัวเรือน ผ่านนวัตกรรมกระบวนการ “ROSES” จากนั้นนำความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะไปสู่การปฏิบัติ โดยการสร้างเครือข่ายในโครงการขยะยิ้ม เพื่อขยายผลสู่การท่องเที่ยวแบบวิถีพอเพียง ก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ประชาชนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwala, N. (2023) พบว่า อุตสาหกรรมทั่วโลกได้ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน สิ่งนี้ได้กระตุ้นให้วัสดุและผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มีการแบ่งปัน ให้เช่า นำกลับมาใช้ใหม่ ซ่อมแซม ตกแต่งใหม่ และการรีไซเคิล โดยคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้งานให้นานที่สุด เนื่องจากอุตสาหกรรมขนส่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ของการค้าโลก ดังนั้น อุตสาหกรรมการขนส่งจึงได้นำแนวคิดบางประการของเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ เช่น การรีไซเคิล การควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการลดการปล่อยคาร์บอน และการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ การใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น

3. ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียง

เหนือตอนบน 1 พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.51 ขึ้นไปทุกด้าน และมีความสอดคล้องกัน จึงยอมรับว่า ยุทธศาสตร์มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ทั้งนี้เพราะเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เน้นให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าของวัตถุดิบในการผลิต เกิดของเสียน้อยที่สุด ลดต้นทุน และนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำได้ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาตลาดชุมชน ชุมชนสามารถสร้างรายได้ พึ่งพาตนเองได้ ทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและรับผิดชอบต่อตลาดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ในการผลักดันให้เกิดความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาชุมชนในเชิงรุกขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชนนั้น ๆ โดยคำนึงถึงความมั่นคงของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยกันอย่างยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทิน อ่อนอุบล (2567) พบว่า การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน โดยนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาแปรรูป เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ มีการวางแผน การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และการถอดบทเรียนนวัตกรรมทางสังคมสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองปลาไหล กลุ่มมีการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ การยอมรับร่วมกันของสมาชิกชุมชน ความถูกต้องครอบคลุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rajic, M., et al. (2024) พบว่า การบูรณาการของการรื้อปรับระบบกระบวนการทางธุรกิจกับหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในองค์กรการผลิตของเซอร์เบีย เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม การศึกษานี้ได้สำรวจและวิเคราะห์ในองค์กรการผลิต 135 แห่งในเซอร์เบีย โดยประเมินความพร้อมและแนวทางปฏิบัติในปัจจุบันในการปรับใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านการรื้อปรับระบบกระบวนการทางธุรกิจ โดยใช้แบบจำลอง Plan Do Check Act (PDCA) องค์กรที่ได้รับใบรับรอง ISO 9001 และ ISO 14001 แสดงให้เห็นถึงการนำแบบจำลองไปใช้ในระดับที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการใช้กลยุทธ์ที่กำหนดเป้าหมาย เพื่อปรับปรุงความมุ่งมั่นของการจัดสรรทรัพยากร และการมีส่วนร่วมในแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยขอเสนอบทสรุปเชิงวิเคราะห์ของยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ (Vision) คือ “ตลาดชุมชนในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีการบริหารจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน อย่างมีประสิทธิภาพ” มีพันธกิจ (Mission) ได้แก่ 1) มีการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ 2) มีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 3) มีการพัฒนาผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) สนับสนุนการใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 5) สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน มีเป้าประสงค์ (Goal) ได้แก่ 1) เพื่อให้มีการจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ 2) เพื่อส่งเสริมการใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 3) เพื่อพัฒนา การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) เพื่อสนับสนุนการใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5) เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน มีตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ (Strategic level indicators) ได้แก่ 1) ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : ร้อยละ 80 ของตลาดชุมชน ในเขตพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีการ

จัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ ใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีบริหารจัดการตลาดชุมชนแบบมีส่วนร่วม 2) ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการตลาดชุมชน มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาตลาดชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน มีประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนา (Strategic Issues) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดการขยะหรือของเสียชุมชนให้เหลือเป็นศูนย์ โดยการกำจัดขยะของเสีย ตามหลักการ “3Rs” ได้แก่ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) มาปรับใช้ในทุกขั้นตอนของการผลิต ยุทธศาสตร์ที่ 2 การใช้วัตถุดิบรอบสอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม มีกลยุทธ์ในการใช้วัตถุดิบรอบสองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้หลายมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทนทาน ใช้นาน และซ่อมแซมได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การใช้งานและบริโภคสินค้า ในตลาดชุมชน ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ และยุทธศาสตร์ที่ 5 การมีส่วนร่วมบริหารจัดการตลาดชุมชน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุด ลดของเสีย และสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรสนับสนุนนโยบายการลดปริมาณการใช้ โดยคัดแยกขยะก่อนทิ้ง แล้วพัฒนาไปสู่ “ชุมชนไร้ถังขยะ” และควรเร่งค้นคว้าวิจัยพัฒนานวัตกรรมในการสร้างวัสดุอื่นที่สามารถทดแทนพลาสติกที่ทำลายสิ่งแวดล้อม
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการจัดฝึกอบรมการจัดการเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือวัสดุรีไซเคิล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ลดต้นทุนการผลิต
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรรณรงค์ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ให้ความรู้เกี่ยวกับลดการใช้พลาสติก พกถุงผ้าหรือตะกร้า แทนถุงพลาสติกเมื่อซื้อของ พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรศึกษารูปแบบนวัตกรรมขยะด้วยเทคโนโลยีการจัดการอัจฉริยะ (Smart Waste Management) เพื่อการจัดการขยะและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ขยะ
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อลดต้นทุน และใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. (2567). *แผนพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566- 2570)*.
 อุดรธานี : กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1.
 ณัฐพงษ์ คันธรส และคณะ. (2567). การศึกษาและวิเคราะห์โครงการนวัตกรรม “ขยะ มั่งคั่ง ยั่งยืน” ของเทศบาลตำบลทับมา อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, 13(2), 16-35.
- ถิรวิทย์ แสงมณีเดช และคณะ. (2567). การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการค้า ในการดำเนินธุรกิจแฟชั่นรีไซเคิล. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, 12(1), 1-15.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ภัทร์มนต์ พลรงค์ และคณะ. (2565). การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียวกับการจัดงานอีเวนต์. *วารสารศิลปการจัดการ*, 6(3), 1406-1422.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2566). *การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)*. นนทบุรี : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *การประชุมประจำปี 2564 Mission to Transform : 13 หนุมตหมาย พลิกโฉมประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สุทิน อ่อนอุบล. (2567). นวัตกรรมทางสังคมสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเชิงพาณิชย์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองปลาไหล อำเภอนองปรี จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารพิกุล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 22(2), 39-59.

Agarwala, N. (2023). Promoting Circular Economy in the shipping industry. *Journal of International Maritime Safety, Environment Affairs and Shipping; Abingdon*, 7(4), 1-10.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed). New York : John Wiley & Sons.

Kadhila, T., et al. (2023). *A conceptual framework for sustainable waste management in small municipalities: the cases of Langebaan, South Africa and Swakopmund, Namibia*. Retrieved from <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10125859/>.

Rajic, M., et al. (2024). *Business Process Reengineering with a Circular Economy PDCA Model from the Perspective of Manufacturing Industry*. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2227-9717/12/5/877>.

Singh, M. P., et al. (2018). Developing an extended theory of planned behavior model to explore circular economy readiness in manufacturing MSMEs, India. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344917301945>.