

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานของบ้านถวายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดการบริหารจัดการของตลาดบ้านถวาย ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการเงิน ด้านการผลิต และด้านการตลาด จากประธานกลุ่มหัตถกรรมบ้านถวาย สองฝั่งคลอง ผู้ใหญ่บ้านถวาย เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคง และเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอหางดง ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการ นำมาวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการร้านค้าตลาดบ้านถวายจำนวน 136 ราย ทำให้ได้ข้อมูลย้อนกลับจากจากผู้ให้บริการตลาด ในเรื่องการบริหารจัดการ ปัญหาและข้อเสนอแนะ แล้วนำมาวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ของตลาดบ้านถวาย

ดังนั้นจึงขอรายงานผลการศึกษา แบ่งเป็น 4 ส่วนย่อย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของตลาดบ้านถวาย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของตลาดบ้านถวาย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

หมู่บ้านถวาย เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงด้านไม้แกะสลักมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 40 ปี (บ้านถวาย, 2550: ออนไลน์) ผลิตสินค้า ทั้งเฟอร์นิเจอร์ไม้ ไม้แกะสลัก ลงรักปิดทอง เดินเส้น เครื่องปั้นดินเผา ฯลฯ ในอดีตการผลิต และขายสินค้าจะทำตามบ้านของตนเอง ทำให้สินค้าไม่แพร่หลายเท่าที่ควร ชาวบ้านผู้ผลิตสินค้าไม้แกะสลัก และสินค้าต่างๆ จึงรวมตัวกันจัดตั้งศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย สองฝั่งคลอง หรือเรียกสั้นๆ ว่า ตลาดบ้านถวาย เพื่อเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายสินค้าของหมู่บ้านในปี 2531 (ยรรยงค์ คำยวง: สัมภาษณ์) ทำให้มีลูกค้าและแขกต่างเมืองแวะมาเลือกชมเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ด้วยชื่อเสียงของตลาดบ้านถวาย จึงทำให้หมู่บ้านถวายเป็นที่รู้จักและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของเชียงใหม่

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้เข้ามาส่งเสริมให้หมู่บ้านถวายเป็นหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบของภาคเหนือ โดยภาครัฐ อันได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ ได้ให้ความสนับสนุนด้านการอบรม บุคลากร การบริหารจัดการ การเงิน การตลาด การผลิต ให้มีการเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านถวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของหมู่บ้าน ซึ่งก็คือ ตลาดบ้านถวาย เช่น การสาธิตอาชีพการทำไม้แกะสลัก และการตกแต่งตลาดให้มีบรรยากาศ และวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนดั้งเดิม เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นของสินค้า สร้างความสามารถในการแข่งขัน และสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้หมู่บ้านถวายเป็นที่รู้จักระดับประเทศ และระดับโลก

ตลาดบ้านถวายมีปัญหาในการขยายตัว โดยเฉพาะในบางพื้นที่ ไม่สามารถขยายได้ แต่ในภาพรวมถือว่ารูปแบบมีความเหมาะสม แต่จะมีปัญหาบ้างในส่วนของเอกชนที่มาอยู่ด้านหน้าทำให้นักท่องเที่ยวเข้าไม่ถึงหมู่บ้านถวาย รูปแบบของตลาดจะมีการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เป็นหมู่บ้าน จะเปิดหน้าบ้านขายและสาธิตการแกะสลัก
2. ส่วน 2 ฝั่งคลอง จะแบ่งเป็นห้องตลาดทั่วไป

กลุ่มลูกค้าของตลาดบ้านถวายแบ่งได้สองประเภทคือ

1. ผู้ประกอบการร้านค้า หรือสมาชิกในตลาด
2. นักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีอยู่ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มทัวร์ กลุ่มศึกษาดูงาน ซึ่งมาจากภาครัฐ และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป (เสกสรร หน่อแก้ว: สัมภาษณ์)

ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย สองฝั่งคลอง หรือตลาดบ้านถวาย เป็นองค์กรที่ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก เพื่อจัดการทุนชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป้าหมายสำคัญที่สุดของการจัดการตลาด คือความสามารถในการพึ่งตนเองของคนในชุมชน มีภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นรากฐาน ผสมผสานกับความริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรม ได้ผลผลิตจากกระบวนการในชุมชน มีการดำเนินงานแบบบูรณาการ พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นๆแบบเกื้อกูลกัน และมีการเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการทั้งหมด

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงาน ของตลาดบ้านถวายเป็น

1. ผู้ให้สัมภาษณ์ : คุณบรรยงค์ คำขวง
 ตำแหน่ง : ประธานกลุ่มหัตถกรรมบ้านถวายเป็น สองฝั่งคลอง
 สถานที่สัมภาษณ์ : 127 หมู่ 2 ต.ขุนคอง อ.หางดง จ.เชียงใหม่
 วันที่สัมภาษณ์ : 26 กุมภาพันธ์ 2550

ด้านการจัดการ

1. การวางแผน (Planning)
 การดำเนินงานเป็นการปฏิบัติสืบเนื่องกันมาจากปีก่อน โดยไม่มีการวางแผนงานประจำ จะมีเฉพาะแผนงานในแต่ละงาน
2. การจัดองค์การ (Organizing)
 โครงสร้างของการดำเนินงานแบ่งได้ดังนี้



รูปที่ 1 แสดงโครงสร้างการดำเนินงานของตลาดบ้านถวายเป็น

คณะกรรมการใหญ่ ดูแลหมู่บ้าน ประกอบด้วยทุกภาคส่วนของหมู่บ้านถวายเป็น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพ กลุ่มหมู่บ้าน กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ

คณะกรรมการกลุ่มย่อย ได้แก่ คณะกรรมการหมู่บ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแกะสลักบ้านถวายเป็น และกลุ่มหัตถกรรมบ้านถวายเป็น ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่จะดำเนินงานต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาดบ้านถวายเป็น (สองฝั่งคลอง) แทนสมาชิกทั้งหมด จำนวนสมาชิกทั้งหมด 208 ร้านค้า บริเวณสองฝั่งคลอง ซึ่งเป็นชุมชนตลาดดั้งเดิม โดยมีกรรมการจำนวน 7 คน ตำแหน่งต่างๆ ประกอบด้วย ประธานกรรมการ รองประธาน ประธานสัมพันธ์ และเหรียญก

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing)

ได้มีการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสม จากสมาชิกในหมู่บ้าน กลุ่มอาชีพ ห้างร้านในชุมชน ที่มีการผลิตหรือขายสินค้าและบริการในตลาดบ้านถวาย มาเป็นคณะกรรมการ เพื่อรับผิดชอบในการจัดเก็บและบริหารเงินรายได้ ดูแลการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย และต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือหน่วยงานต่างๆ ที่มาศึกษาดูงาน

4. การสั่งการ (Directing)

การมอบหมายงานจะมีการแบ่งงานตามความรับผิดชอบ มีอำนาจการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย

5. การควบคุม (Controlling)

ไม่ได้ควบคุมอย่างเป็นแบบแผน เมื่อมีปัญหาในการดำเนินงานสมาชิกสามารถประสานเพื่อขอความเห็นจากประธานได้โดยตรง

ด้านการเงิน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน (Sources of Total Assets)

- รายได้หลักมาจากการเก็บเงินจากร้านค้าทุกร้านร้านละ 100 บาท/เดือน และค่าดูงานจากหน่วยงานหรือกลุ่มทัวร์ต่างๆ ที่มีการบรรยายและต้อนรับอย่างเป็นทางการ โดยเก็บคนละ 20 บาท รายได้ต่อเดือนทั้งหมดประมาณ 15,000 บาท
- ได้รับสนับสนุนประจำปีจากองค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- มีสถาบันการเงิน คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ให้สินเชื่อส่วนบุคคลกับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และร้านค้าต่างๆ

2. แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Source of The Use of Assets)

- การพัฒนาทั่วไป เช่น การจัดดอกไม้ประดับตามถนนต่าง ๆ การซ่อมแซมระบบไฟฟ้า ปลุกดอกไม้ ทำหลังคาถันแดด
- การจัดเก็บขยะเดือนละประมาณ 4,000 บาท

3. ผลการดำเนินงาน (The Financial Operation)

- รายรับที่ได้มา บางครั้งไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย
- รายได้ของแต่ละครอบครัวเพิ่มขึ้นประมาณ 20,000 บาทต่อเดือน

ด้านการผลิต

การวางผังของตลาดจะขึ้นอยู่กับเจ้าของพื้นที่ โดยเฉพาะในส่วนของหมู่บ้านจะขึ้นอยู่กับพื้นที่เดิม ในส่วนของ สองฝั่งคลองจะแบ่งเป็นห้องเล็ก และตกแต่งตามที่เจ้าของต้องการ ยกเว้น ในส่วนของหลังคา ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุน จะทำเป็นรูปแบบเดียวกัน

การจัดการสาธารณูปโภค ได้แก่ ถนน ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้รับผิดชอบ ในการสร้างและบำรุงรักษา ไฟฟ้าในส่วนของ การติดตั้งจะเป็นความรับผิดชอบของการไฟฟ้า ยกเว้นบางส่วนจะอยู่ในส่วนรับผิดชอบของหมู่บ้าน เช่น ไฟส่องสว่าง น้ำที่ใช้เป็นน้ำประปาของหมู่บ้าน

การจัดการสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ จะเป็นไปตามงบประมาณที่มีอยู่และใช้แนวคิดจาก กลุ่มสถาปนิกด้านนา เช่น การจัดซุ้ม การปักตุง

การคมนาคม มีทั้งการเดินทางเยี่ยมชมภายในหมู่บ้าน และมีรถของหมู่บ้านไว้บริการ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ติดต่อผ่านมายังหมู่บ้านหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) การพัฒนาสถานที่ โครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงภูมิทัศน์ เช่น การสร้างห้องน้ำและจุดพักผ่อนเพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย มีศูนย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมบริการ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ตู้ ATM ที่ทำการไปรษณีย์ สร้างถนน ทางเท้า และป้ายบอกทาง รวมถึงประวัติความเป็นมาของชุมชนหรือสินค้า สร้างลานจอดรถ พร้อมให้บริการรถเวียนระหว่างที่จอดรถ กับแหล่งท่องเที่ยว

ราคา (Price) ผู้ประกอบการร้านค้าแต่ละร้านจะเสียเฉพาะค่าบำรุงตลาด 100 บาทต่อเดือน เนื่องจากที่ดินเป็นของชาวบ้านเอง ทางคณะกรรมการตลาดจึงไม่มีส่วนเกี่ยวข้องของการเช่า การเช่าร้าน และการขายพื้นที่ กรณีที่มีการบรรยายและนำเที่ยว เก็บค่าใช้จ่ายคนละ 20 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ลูกค้าสามารถติดต่อ ประสานงาน ขอความช่วยเหลือ ได้ที่ทำการของคณะกรรมการกลุ่มต่างๆ และตามหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน สามารถติดต่อ เข้าถึงตลาดได้ง่าย

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการสื่อสารให้ข้อมูลกิจกรรมในตลาด ผ่านเสียงตามสาย การประชาสัมพันธ์ตลาดให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่างๆ ที่ให้การสนับสนุน

บุคลากร (People) มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ได้รับการอบรมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คณะกรรมการ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุนพร้อมที่จะให้บริการ และพัฒนาชุมชนตลาดบ้านถวายให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) นำเสนอเรื่องราวตำนานของผลิตภัณฑ์ และของหมู่บ้าน การออกแบบสถานที่ให้มีบรรยากาศ และวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนดั้งเดิม

กระบวนการ (Process) มีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานรัฐ กับชาวบ้านในการศึกษาความเป็นไปได้ วางแผนงาน และการบริหาร โครงการ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดบ้านถวายจริงๆ ให้มากขึ้น เพราะในส่วนของตลาดบ้านถวาย จะเป็นร้านค้าที่ดำเนินงานโดยคนในชุมชนประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ อีก 10 เปอร์เซ็นต์ เป็นผู้ประกอบการที่มาจากที่อื่น ในส่วนของภาคเอกชนที่ดำเนินงานอยู่หน้าตลาดบ้านถวาย เป็นผู้ที่มาจากที่อื่นเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์

2. ผู้ให้สัมภาษณ์ : คุณวิเชียร ญาติจอมอินทร์
ตำแหน่ง : ผู้ใหญ่บ้านถวาย (ที่ปรึกษากลุ่มหัตถกรรมบ้านถวาย สองฝั่งคลอง)
สถานที่สัมภาษณ์ : บ้านเลขที่ 102 หมู่ 2 ต.ขุนคง อ.หางดง จ.เชียงใหม่
วันที่สัมภาษณ์ : 25 กุมภาพันธ์ 2550

ด้านการจัดการ

1. การวางแผน (Planning)

การดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย จะทำตามกิจกรรมที่ทำกันมาแต่เดิมต่อเนื่องทุกปี โดยจะมีการวางแผนตามแต่ละงานต่างๆ โดยไม่ได้มีการจัดทำเป็นเอกสาร

2. การจัดองค์การ (Organizing)

คณะกรรมการใหญ่ประกอบด้วยหน่วยงานราชการ และสมาชิกของหมู่บ้านถวาย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ อบต. พัฒนาชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น และคณะกรรมการกลุ่มย่อย มาจากสมาชิกในหมู่บ้านที่มีส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มอาชีพ ห้างร้านในชุมชน ที่มีการผลิตหรือขายสินค้าและบริการ โดยในแต่ละกลุ่มของคณะกรรมการจะมีโครงสร้าง ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เภรัญญิก ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing)

ได้มีการคัดเลือกคณะกรรมการ จากบุคคลที่เหมาะสมเข้าทำงาน เพื่อดูแลการดำเนินงานของตลาดบ้านถวายเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการได้แก่ บริหารเงินรายได้ ดูแลการค้าขายของร้านค้า และต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือหน่วยงานภาครัฐที่มาศึกษาดูงาน

4. การสั่งการ (Directing)

คณะกรรมการมีอิสระในการทำงาน มีการสื่อสาร การประชุม และชี้แจงเป็นประจำทุกเดือน

5. การควบคุม (Controlling)

มีการใช้ออกสารสำหรับการควบคุมในบางส่วน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น คณะกรรมการจะมีการประชุมปรึกษาเป็นกรณีๆไป

ด้านการเงิน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน (Sources of Total Assets)

- บ้านถวายเป็นได้รับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นจำนวนเงินประมาณ 10 ล้านบาท เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว
- ได้รับบสนับสนุนประจำปีจากองค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ส่วนที่เก็บเอง จากร้านค้าทุกร้าน เป็นจำนวนเงิน 100 บาทต่อเดือน และผู้ที่มาดูงานในกรณีที่มีการบรรยายและนำเที่ยว คนละ 20 บาท

2. แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Source of The Use of Assets)

ค่าใช้จ่ายหลักของตลาดบ้านถวายเป็น ได้แก่ สาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าใช้จ่ายเสียงตามสาย ปรับปรุงซ่อมแซมถนน การพัฒนาหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น การกำจัดขยะ การตัดหญ้า ตกแต่งดอกไม้ ชุมนุสาวา ปรับปรุงทัศนียภาพ การทำมุ้งกันแดด การทำหลังคาของแต่ละร้านเป็นรูปแบบเดียวกัน ส่วนแผนงานต่อไป คือ การจัดทำซุ้มเพื่อแสดงการผลิตสินค้า และจัดทำทางเดินเท้า

3. ผลการดำเนินงาน (The Financial Operation)

งบประมาณจากรายได้ที่จัดเก็บได้ บางครั้งไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานของตลาด ดังนั้นจึงต้องจำกัดกิจกรรมการดำเนินงานให้เพียงพอกับงบประมาณที่มี

ด้านการผลิต

ผังตลาดเดิม มีการจัดสรรตามพื้นที่ของหมู่บ้านที่มีอยู่ โดยไม่ได้จัดภูมิทัศน์ ต่อมาได้จัดทำแผนผังใหม่บริเวณสองฝั่งคลอง ให้มีระบบ และความชัดเจนยิ่งขึ้น มีที่จอดรถ ทางเดินสำนักงาน รถนำเที่ยว ถนนลาดยาง ฯลฯ มีการจัดสรรพื้นที่ร้านค้าขึ้นมาใหม่ โดยเจ้าของทำการแบ่งเป็นห้องๆสำหรับขายสินค้าของตน และมีบางส่วนให้ผู้อื่นเช่าร้าน มีระบบสาธารณูปโภคภายในหมู่บ้าน ได้แก่ระบบน้ำ ซึ่งใช้น้ำประปาของหมู่บ้าน ไฟฟ้า



รูปที่ 2 แสดงแผนผังปัจจุบันของตลาดบ้านถวายเป็นอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) ตลาดชุมชนมีพื้นที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงผังตลาดได้เต็มที่ ในขณะที่มีเอกชนจากภายนอกหมู่บ้านเข้ามากว้าวนซื้อที่เพื่อสร้างร้านค้าเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ขณะที่ลูกค้าเท่าเดิม ทำให้เกิดการแข่งขันสูง นอกจากนี้ตลาดยังมีการบริการนำเที่ยวอีกด้วย

ราคา (Price) เก็บจากร้านค้าเดือนละ 100 บาท สำหรับค่าสาธารณูปโภคต่างๆ จัดเก็บตามราคามาตรฐาน ค่าบริการในการบรรยายและนำเที่ยวแก่คณะท่องเที่ยวและคณะศึกษาดูงาน คนละ 20 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เมื่อสมาชิกในตลาดหรือนักท่องเที่ยวมีปัญหา ต้องการขอความร่วมมือ สามารถติดต่อผู้ใหญ่บ้าน สำนักงานของตลาด อบต. ที่ว่าการอำเภอ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ตลาดให้เป็นที่รู้จัก และน่าสนใจ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น

1. จัดงานประจำปี ชื่อ “งานมหกรรมไม้แกะสลักบ้านถวายเป็น” ระหว่างวันที่ 31 ธ.ค. – 2 ม.ค. ของทุกปี โดยได้รับงบจาก องค์การบริหารส่วนตำบล ในงานจะมีการละเล่นพื้นเมือง การจัดขบวนแห่ โดยนำสินค้าจากร้านค้าต่างๆ มาแสดง
2. เสี่ยงตามสาย ซึ่งจะคล้ายกับวิทยุชุมชนที่มีการโฆษณาให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบสินค้าและสถานที่ต่าง ๆ ของบ้านถวายเป็น
3. การจัดทำแผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ รายการ โทรทัศน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์
4. การจัดทำเว็บไซต์ www.baantawai.com
5. การประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
6. การประชาสัมพันธ์ผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บุคลากร (People) บุคลากรสามารถสื่อสารสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้ เพื่อสร้างความมั่นใจ พร้อมทั้งจะให้บริการ

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีการออกแบบสถานที่ นำเสนอวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนดั้งเดิม มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ เพื่อยกระดับการให้บริการท่องเที่ยวได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความซื่อตรงในการให้บริการและการผลิตสินค้า ความสะอาดและมาตรฐานบริการด้านอาหารและสาธารณสุขมูลฐาน ความสะดวกสบายทันสมัยในการให้บริการระบบขนส่ง คมนาคม สื่อสาร รวมทั้งการจัดส่งสินค้าให้ผู้ซื้อตรงตามเวลา และถูกต้อง

กระบวนการ (Process) ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจในกระบวนการผลิตซาบซั้งและซั้งหมักฝีมือทักษะผู้ผลิตชาวบ้านไทย เสริมให้ผู้ซื้อเข้าใจในภูมิปัญญามูลค่าวิชาช่างของผู้ผลิตชาวบ้านไทย

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ควรมีการเรียนการสอนในระดับมัธยมปลาย เพื่อสืบทอดงานฝีมือแกะสลัก โดยเชิญช่างแกะสลักในหมู่บ้านมาเป็นครูสอน ซึ่งจะทำให้งานแกะสลักไม่สูญหายและช่างยังได้รับการยอมรับทางสังคม สำหรับนักเรียนที่ไม่สามารถเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัย แต่มีความรู้ในงานแกะสลัก จะมีงานรองรับที่สามารถทำได้ทันที

2. กลุ่มที่เข้ามาในตลาดบ้านถวายเป็น เป็นกลุ่มพ่อค้า ที่มาจากที่อื่น เข้ามาเพื่อแสวงหากำไรอย่างเดียวไม่ได้สนใจในการพัฒนาชุมชน หรือหมู่บ้านถวายเป็น ถ้ากลุ่มนี้ย้ายฐานออกไป จะทำให้คน

ในท้องถิ่นไม่มีงาน เพราะตอนนี้รายได้หลักมากจากการรับจ้างแกะเป็นหลัก ไม่ได้มุ่งเน้นในการที่จะทำให้บ้านถวายเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ซึ่งในระยะยาวตลาดบ้านถวายเป็นจะสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์

3. ผู้ให้สัมภาษณ์ : คุณเสกสรร หน่อแก้ว
 ตำแหน่ง : เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 5 องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง
 สถานที่สัมภาษณ์ : องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง อำเภอหางดง
 วันที่สัมภาษณ์ : 27 กุมภาพันธ์ 2550

บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อชุมชนโดยรวม

1. จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก
2. รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำและทางเดิน ที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดขยะมูลและสิ่งปฏิกูล
3. ป้องกันโรค และระงับโรคติดต่อ
4. ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
5. ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
6. ส่งเสริมพัฒนาสตรี เด็กเยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ
7. ค้ำครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
9. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ราชการมอบหมายโดยจัดสรรงบประมาณ หรือบุคลากรให้ตามความจำเป็นและสมควร

บทบาทโดยรวมนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลจะดำเนินการกับทุกหมู่บ้านที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล แต่เนื่องจากบ้านถวายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ที่สร้างรายได้ให้กับบ้านถวายเป็นหมู่บ้านใกล้เคียง จึงได้รับการพัฒนาเป็นพิเศษ ดังนี้

1. การประสานเพื่อขอจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำมาดำเนินงานต่างๆ ในหมู่บ้านถวายเป็น
2. การมุ่งเน้นพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน คือ ถนน น้ำ ไฟฟ้า จะต้องครบและเพียงพอ

ด้านการจัดการ

1. การวางแผน (Planning)

แผนงานที่จะพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล จะมีแผนงานรอบ 3 ปี ที่จะวางแผนงานต่างๆ ที่จะดำเนินการในแต่ละปี โดยมีการกำหนดงบประมาณ ระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ และตัวชี้วัดผลงาน ในแผนงานรอบ 3 ปีจะประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นเป็นแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 3 แห่งของตำบลขุนกง รวมทั้งหมู่บ้านถวายเป็น

2. การจัดองค์การ (Organizing)

ตลาดบ้านถวายเป็นคณะกรรมการดำเนินงาน โดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นที่ปรึกษา และช่วยประสานงานต่าง ๆ กับหน่วยงานราชการ

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing)

องค์การบริหารส่วนตำบลปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ราชการมอบหมายโดยจัดสรรงบประมาณ หรือบุคลากรให้ตามความจำเป็นและสมควร

4. การสั่งการ (Directing)

องค์การบริหารส่วนตำบลจะจัดการในเรื่องการให้ข้อมูลจากทางภาครัฐต่อชุมชนบ้านถวายเป็น โดยการประชุมร่วมกับผู้นำกลุ่มและคณะกรรมการของตลาดบ้านถวายเป็น นอกจากนี้ยังจัดการในเรื่องการประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆทั่วประเทศในการเข้ามาศึกษาดูงาน โดยการอำนวยความสะดวก การติดต่อเจ้าหน้าที่เพื่อบรรยายเกี่ยวกับบ้านถวายเป็น

5. การควบคุม (Controlling)

มีการประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดผลงาน ในแผนการพัฒนางานองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นประจำทุกปี

ด้านการเงิน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน (Sources of Total Assets)

ในแต่ละปีองค์การบริหารส่วนตำบล จะได้รับงบประมาณและจัดสรรให้กับหมู่บ้านถวายเป็นปีละประมาณ 2 แสนบาท และขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประมาณ 3 แสนบาท ซึ่งยังไม่รวมงบประมาณอื่น ๆ เช่น การทำถนน การทำระบบประปาหมู่บ้าน เพื่อนำมาจัดงานต่างๆ และพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เพราะงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลไม่เพียงพอ เนื่องจากต้องจัดสรรไปพัฒนาหมู่บ้านอื่นในเขตรับผิดชอบด้วย นอกจากนี้ยังมีเงินที่ทางหมู่บ้านจัดเก็บเอง ได้แก่ เงินที่เก็บจากร้านค้าเดือนละ 100 บาท และค่าดูงานจากหน่วยงานหรือกลุ่มทัวร์ต่างๆ ที่มีการบรรยายและต้อนรับอย่างเป็นทางการ โดยเก็บคนละ 20 บาท

ในการจัดเก็บรายได้จากหมู่บ้านถวาย จะจัดเก็บได้ปีละประมาณ 4-5 แสนบาท มาจากภาษีต่าง ๆ เช่น ภาษีโรงเรือน ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีป้าย ภาษีมูลค่าเพิ่ม และค่าปรับต่าง ๆ การประมูลงาน การประกวดราคา ด้านการจัดเก็บภาษียังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เก็บไม่ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งต้องมีการจัดทำ ระบบแผนที่ภาษี ให้ชัดเจน โดยต้องระบุได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน จะทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลสามารถจัดเก็บภาษีได้มากขึ้น เพื่อนำมาพัฒนาชุมชนต่อไป

2. แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Source of The Use of Assets)

นำมาจัดงานต่างๆ และพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน จัดเก็บขยะซึ่งเริ่มจะเป็นปัญหาของชุมชน โดยให้ออกชนเข้ามารับขยะจากแต่ละบ้าน

3. ผลการดำเนินงาน (The Financial Operation)

เมื่อเปรียบเทียบรายจ่ายกับรายได้ที่ได้รับนั้นไม่เพียงพอในการที่จะจัดสรรหรือนำไปพัฒนาในส่วนอื่นๆ ต่อไป แต่เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นหน่วยงานของรัฐที่มุ่งเน้นการบริการจึงไม่สามารถวัดผลในด้านการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาในด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ชุมชนมีรายได้ สร้างชุมชนให้มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นได้รับประโยชน์ด้วย การสืบทอดงานฝีมือ ชาวบ้านมีงานทำ การไม่อพยพหรือย้ายถิ่นฐานไปอยู่ที่อื่น

ด้านการผลิต

ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า มีครบและเพียงพอที่จะรองรับการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย แต่ยังคงต้องมีการบำรุงรักษาต่อไป ในส่วนของน้ำประปา เนื่องจากมีการเพิ่มขึ้นของร้านค้าจำนวนมาก ทำให้ปริมาณน้ำไม่เพียงพอต่อความต้องการ ต้องใช้น้ำบาดาลร่วมด้วย

ด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) ตลาดยังมีปัญหาในการขยายตัว โดยเฉพาะในบางพื้นที่ ไม่สามารถขยายได้ แต่ในภาพรวมถือว่ารูปแบบมีความเหมาะสม แต่จะมีปัญหาบ้างในส่วนของเอกชนที่มาอยู่ด้านหน้าทำให้นักท่องเที่ยวเข้าไม่ถึงหมู่บ้านถวาย รูปแบบของตลาดจะมีการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นหมู่บ้าน จะเปิดหน้าบ้านขายและสาธิตการแกะสลัก และส่วน สองฝั่งคลอง จะแบ่งเป็นห้องตลาดทั่วไป

ราคา (Price) จะเก็บจากร้านค้าเดือนละ 100 บาท สำหรับค่าสาธารณูปโภคต่างๆ จัดเก็บตามราคาดมาตรฐาน ค่าดูงานจากหน่วยงานหรือกลุ่มทัวร์ต่างๆ ที่มีการบรรยายและต้อนรับอย่างเป็นทางการ โดยเก็บคนละ 20 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สามารถติดต่อผ่านหน่วยงานอบต. หรือติดต่อที่หมู่บ้าน หากหรือมีปัญหา หรือต้องการบริการนำเที่ยว

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตลาด ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่างๆ ที่ให้การสนับสนุน

บุคลากร (People) บุคลากรที่ทำในส่วนของการทำงานที่ยังไม่มีความชำนาญ ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศ

การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) นำเสนอเรื่องราวตำนานของผลิตภัณฑ์ และของหมู่บ้าน การออกแบบสถานที่ให้มีบรรยากาศ และวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนดั้งเดิม

กระบวนการ (Process) มีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานรัฐ กับชาวบ้านในการศึกษาความเป็นไปได้ วางแผนงาน และการบริหารโครงการ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อป 1 ใน 4 ของประเทศ โดยภาคเหนือ ได้แก่บ้านถวาย ภาคอีสาน ได้แก่บ้านด่านเกวียน ภาคกลาง ได้แก่บ้านเกาะเกร็ด และภาคใต้ ได้แก่บ้านคีรีวงค์ ทำให้ขาดการรองรับที่เป็นมาตรฐาน หมู่บ้านยังต้องพึ่งพาภาครัฐอยู่ ถ้าชุมชนสามารถอยู่ได้เอง มีความเข้มแข็ง จะทำให้ตลาดบ้านถวายอยู่ได้อย่างยั่งยืน

4. ผู้ให้สัมภาษณ์ : คุณนภาพร ปัญญากรสกุล
ตำแหน่ง : นักพัฒนาชุมชน 5 พัฒนาชุมชนอำเภอหางดง
สถานที่สัมภาษณ์ : สำนักงานพัฒนาชุมชน ที่ว่าการ อำเภอหางดง
วันที่สัมภาษณ์ : 27 กุมภาพันธ์ 2550

บทบาทและหน้าที่ของพัฒนาชุมชน

1. การประสานงาน เพื่อจัดตั้งหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบในปี 2547 โดยการเตรียมบุคลากรสถานที่ ทำประชาคม เพื่อสอบถามชาวบ้าน
2. การเป็นผู้ริเริ่มให้ชาวบ้านจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น จัดบูธเพิ่มเติมเพื่อให้เช่าขายสินค้าเพื่อรองรับงานพืชสวนโลก
3. ประสานงาน เพื่อของบประมาณสนับสนุนในการจัดกิจกรรม และการอบรมต่าง ๆ เช่น อบรมเรื่องการผลิต และการบรรจุภัณฑ์

4. เป็นคนกลางในการติดต่อประสานเพื่อมาดูงานหรือทัศนศึกษาของหน่วยงานต่างๆของภาครัฐ

ด้านการจัดการ

1. การวางแผน (Planning)

มีแผนงานที่จะพัฒนาชุมชนที่จะดำเนินการในแต่ละปี โดยมีการกำหนดงบประมาณ ระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ และตัวชี้วัดผลงาน

2. การจัดองค์การ (Organizing)

ตลาดบ้านถวยมีคณะกรรมการดำเนินงาน โดยมีสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นที่ปรึกษา ให้แนะนำในการจัดตั้งคณะกรรมการต่าง ๆ ของบ้านถวย

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing)

ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ราชการมอบหมายโดยจัดสรรงบประมาณ หรือบุคลากรให้ตามความจำเป็นและสมควร จัดการอบรมในส่วนต่าง ๆ เช่น การผลิต การบรรจุภัณฑ์

4. การสั่งการ (Directing)

สำนักงานพัฒนาชุมชนจะจัดการในเรื่องการให้แนวคิด และคำแนะนำด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินค้าโอท็อป ให้บริการชุมชน ประชาสัมพันธ์กิจกรรมชุมชน ประชุมร่วมกับผู้นำกลุ่ม และคณะกรรมการของตลาดบ้านถวย นอกจากนี้ยังจัดการในเรื่องการประสานงานกับหน่วยงานราชการอื่นๆ และอำนวยความสะดวก การติดต่อเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ของตลาด เพื่อบรรยายเกี่ยวกับบ้านถวย

5. การควบคุม (Controlling)

มีการประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดผลงาน ในแผนการพัฒนาของสำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นประจำทุกปี

ด้านการเงิน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน (Sources of Total Assets)

ในปี 2547 ทางพัฒนาชุมชนได้สนับสนุนเงิน จำนวน 400,000 บาท เพื่อสร้างป้ายตลาดสองฝั่งคลอง ตกแต่งอาคารศูนย์การเรียนรู้ร่วมกับอบต. นอกจากนี้ยังมีงบประมาณที่ใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดบ้านถวายในละปีหรือในแต่ละกิจกรรม เช่น จัดตั้งหมู่บ้านโอท็อปต้นแบบ งานประจำปี งานพืชสวนโลก ได้มาจากกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ส่วนหนึ่งได้มาจากหมู่บ้านและร้านค้าต่างๆ ที่สนับสนุนเพิ่มเติม จากการมาดูงานของนักท่องเที่ยวและหน่วยงานต่าง ๆ ได้รับค่าบริการคนละ 20 บาท ซึ่งจะมีการจัดการต้อนรับ และบรรยายให้ข้อมูลต่างๆ และการเก็บจากร้านค้าทุกร้าน ร้านละ 100 บาทต่อเดือน

2. แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (Source of The Use of Assets)

นำมาจัดงานต่างๆ เช่น งานประจำปี งานพืชสวนโลก จัดตั้ง หมู่บ้าน โอท็อปต้นแบบ ในปี 2547 ซึ่งเป็น 1 ใน 4 ของ หมู่บ้าน โอท็อป ระดับประเทศ สร้างซุ้มเข้าหมู่บ้าน ปรับปรุงศูนย์การเรียนรู้

3. ผลการดำเนินงาน (The Financial Operation)

งบประมาณที่ใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดบ้านถวายบางครั้งไม่เพียงพอจึงทำได้ตามงบประมาณที่มี แต่ก็ได้เงินจากหมู่บ้านและร้านค้าต่างๆ ที่สนับสนุนเพิ่มเติม

ด้านการตลาด

สำนักงานพัฒนาชุมชน จะไม่มีบทบาทโดยตรงในการด้านการตลาด แต่จะเป็นผู้ที่กระตุ้นหรือให้แนวคิดในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ การจัดทำแผ่นพับ การจัดงานของพัฒนาชุมชน โดยวันที่ 9 มิ.ค.50 ซึ่งเป็นวัน “สตรีสากล” พัฒนาชุมชนได้ให้พื้นที่แก่บ้านถวายในการนำสินค้ามาแสดงเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของหมู่บ้านนอกจากนี้การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับโอท็อป พัฒนาชุมชน จะเป็นผู้ประสานงานในการนำสินค้าจากหมู่บ้านถวายไปร่วมงาน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตลาดบ้านถวายทำให้ชุมชนมีรายได้จากการเข้ามาซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวปีหนึ่งประมาณ 276 ล้านบาทต่อปี สร้างอาชีพให้กับชุมชน ยังไม่มีคู่แข่งที่มีลักษณะตลาดเหมือนกับบ้านถวาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจากทั้งหน่วยงานของรัฐ และจากลูกค้า มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานรัฐ มีความร่วมมือ ทำให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปด้วยดี สมาชิกในหมู่บ้านมีความเข้มแข็ง สามารถช่วยเหลือตนเองระดับหนึ่ง

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	31	22.8
หญิง	105	77.2
รวม	136	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 77.2 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 22.8

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	1	0.7
26 - 30 ปี	30	22.1
31 - 40 ปี	52	38.2
41 - 50 ปี	39	28.7
มากกว่า 50 ปี	14	10.3
รวม	136	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคืออายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.7 อายุ 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.1 อายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.3 และอายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	52	38.2
มัธยมศึกษา, ปวช.	45	33.1
อนุปริญญา, ปวส.	20	14.7
ปริญญาตรี	19	14
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	136	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.2 ระดับมัธยมศึกษา, ปวช. คิดเป็นร้อยละ 33.1 ระดับอนุปริญญา, ปวส. คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	0	0.00
1 – 5 ปี	23	16.9
5 – 10 ปี	51	37.5
10 ปีขึ้นไป	62	45.6
รวม	136	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบกิจการปัจจุบันมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.6 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.5 และ 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในการบริหาร
กิจการ

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของ	105	77.2
หุ้นส่วน	9	6.6
ลูกจ้าง	22	16.2
รวม	136	100

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 77.2 เป็นลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 16.2 และเป็นหุ้นส่วนคิดเป็นร้อยละ 6.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของกิจการที่
ดำเนินอยู่

ลักษณะของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	118	86.8
บริษัทจำกัด	6	4.4
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	12	8.8
อื่นๆ		
รวม	136	100

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 86.8 ห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ บริษัทจำกัดคิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์
ที่จำหน่าย

ประเภทของผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม้แกะสลัก	76	55.9
เครื่องจักสาน	3	2.2
เครื่องปั้นดินเผา	7	5.1
เฟอร์นิเจอร์	16	11.8
สินค้าผ้า	16	11.8
สินค้าไม้กลึง	2	1.5
อื่นๆ	16	11.8
รวม	136	100

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 55.9 และ เฟอร์นิเจอร์ สินค้าผ้า และอื่นๆ เช่น ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน โคมไฟ โต๊ะหมู่ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 11.8 เท่ากัน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	21	15.4
10,001 – 20,000 บาท	30	22.1
20,001 – 30,000 บาท	17	12.5
30,001 – 40,000 บาท	30	22.1
40,001 – 50,000 บาท	20	14.7
50,001 บาทขึ้นไป	18	13.2
รวม	136	100

จากตารางที่ 8 พบว่ากิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.1 เท่ากัน รองลงมาคือ น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.4

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกขายสินค้าที่ตลาดบ้านถวายเป็น

เหตุผล	ความถี่	ร้อยละ
ตลาดอยู่ใกล้แหล่งผลิต ช่วยลดต้นทุนค่าขนส่ง	25	6.3
ตลาดมีการออกแบบสถานที่สวยงาม มีบรรยากาศของชุมชนดั้งเดิม	4	1.0
ตลาดอยู่ไม่ไกลจากตัวเมือง การคมนาคมและขนส่ง สะดวก รวดเร็ว	23	5.8
ตลาดมีชื่อเสียงด้านสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น	87	21.8
ตลาดมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	42	10.5
ตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวมาแวะเวียนเป็นจำนวนมาก	94	23.6
บ้านอยู่ใกล้ตลาด/สืบทอดกิจการ	81	20.3
อื่นๆ	43	10.8
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 9 เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกขายสินค้าที่ตลาดบ้านถวายมากที่สุดคือ ตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวมาแวะเวียนเป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 23.6 รองลงมาคือ ตลาดมีชื่อเสียงด้านสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และบ้านอยู่ใกล้ตลาด/สืบทอดกิจการ คิดเป็นร้อยละ 21.8 และ 20.3 ตามลำดับ

2. ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย

ตารางที่ 10 แสดงข้อมูลสรุปความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านต่างๆ ของตลาดบ้านถวายใหม่

ความคิดเห็นต่อการดำเนินงานด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านการจัดการ	3.51	ดี
ด้านการเงิน	3.32	ปานกลาง
ด้านการผลิต	3.76	ดี
ด้านการตลาด	3.59	ดี

จากตารางที่ 10 สรุปความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานด้านต่างๆ ของตลาดบ้านถวาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51, 3.76 และ 3.59 ตามลำดับ ส่วนด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์และนโยบายในการ ดำเนินงาน	3 (2.2%)	2 (1.5%)	19 (14%)	61 (44.9%)	48 (35.3%)	3 (2.2%)	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัด โครงสร้างองค์กรของตลาด	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	64 (47.1%)	65 (47.8%)	0 (0%)	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่ เหมาะสมเพื่อการดำเนินงาน ของตลาด	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	46 (33.8%)	83 (61%)	0 (0%)	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหาร ตลาดของสมาชิกในชุมชน	0 (0%)	0 (0%)	5 (3.7%)	35 (25.7%)	96 (70.6%)	0 (0%)	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและ ภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด	1 (0.7%)	0 (0%)	7 (5.1%)	36 (26.5%)	91 (66.9%)	1 (0.7%)	3.61 ดี
ความราบรื่นในการ ประสานงานในตลาด	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	29 (21.3%)	97 (71.3%)	3 (2.2%)	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงาน ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ของตลาด	0 (0%)	1 (0.7%)	18 (13.2%)	37 (27.2%)	79 (58.1%)	1 (0.7%)	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม							3.51 ดี

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความราบรื่นในการประสานงานในตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.71 รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน และ ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และ 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการเงิน

ด้านการเงิน	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
ความสามารถในการหาเงิน ลงทุนของตลาด	1 (0.7%)	2 (1.5%)	33 (24.3%)	69 (50.7%)	31 (22.8%)	0 (0%)	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ ได้รับจากหน่วยงานของ รัฐบาล	1 (0.7%)	2 (1.5%)	25 (18.4%)	81 (59.6%)	26 (19.1%)	1 (0.7%)	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการ ดำเนินงานของตลาด	0 (0%)	0 (0%)	18 (13.2%)	71 (52.2%)	47 (34.6%)	0 (0%)	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย ดูแลและพัฒนาตลาด	0 (0%)	1 (0.7%)	8 (5.9%)	37 (27.2%)	90 (66.2%)	0 (0%)	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของ ตลาด	0 (0%)	0 (0%)	13 (9.6%)	37 (27.2%)	86 (63.2%)	0 0.0	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาด สามารถตรวจสอบได้	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	30 (22.1%)	99 (72.8%)	0 (0%)	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม							3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและพัฒนาตลาด และ สภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และ 3.59 และ 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต

ด้านการผลิต	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
การวางผังตลาด	0 (0%)	0 (0%)	3 (2.2%)	21 (15.4%)	97 (71.3%)	15 (11%)	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มี บรรยากาศชุมชนดั้งเดิม	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	42 (30.9%)	84 (61.8%)	3 (2.2%)	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้าง ปรับปรุงตลาด	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	33 (24.3%)	95 (69.9%)	1 (0.7%)	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทาง กายภาพของตลาด	0 (0%)	0 (0%)	2 (1.5%)	37 (27.2%)	95 (69.9%)	2 (1.5%)	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายใน ตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ	0 (0%)	0 (0%)	3 (2.2%)	25 (18.4%)	95 (69.9%)	13 (9.6%)	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคม และขนส่ง	0 (0%)	0 (0%)	4 (2.9%)	25 (18.4%)	94 (69.1%)	13 (9.6%)	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	0 (0%)	0 (0%)	5 (3.7%)	33 (24.3%)	95 (69.9%)	3 (2.2%)	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม							3.76 ดี

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ใน ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การวางผังตลาดของตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.91 รองลงมาคือระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ และ ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และ 3.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด

ด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)							
ชื่อเสียงของตลาด เป็นที่รู้จัก	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	15 (11%)	83 (61%)	38 (27.9%)	4.17 ดี
ความหลากหลายของร้านค้า ในตลาด	0 (0%)	0 (0%)	2 (1.5%)	25 (18.4%)	86 (63.2%)	23 (16.9%)	3.96 ดี
ระบบสาธารณูปโภคและสิ่ง อำนวยความสะดวก	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (15.4%)	101 (74.3%)	14 (10.3%)	3.95 ดี
ทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่ง ชุมชน โรงเรียน โรงพยาบาล แหล่งท่องเที่ยว	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	36 (26.5%)	93 (68.4%)	7 (5.1%)	3.79 ดี
ค่าเฉลี่ย							3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา (Price)							
ความเหมาะสมของค่าบำรุง รักษาที่เก็บในแต่ละเดือน	0 (0%)	0 (0%)	6 (4.4%)	36 (26.5%)	92 (67.6%)	2 (1.5%)	3.66 ดี
ความยืดหยุ่นของระยะเวลา ชำระเงินค่าบำรุงรักษา	0 (0%)	0 (0%)	5 (3.7%)	36 (26.5%)	95 (69.9%)	0 (0%)	3.66 ดี
ความเหมาะสมของอัตรา ค่าบริการสาธารณูปโภค	0 (0%)	0 (0%)	6 (4.4%)	45 (33.1%)	85 (62.5%)	0 (0%)	3.58 ดี
ค่าเฉลี่ย							3.63 ดี

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด (ต่อ)

ด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)							
การแบ่งโซนร้านค้าชัดเจน	0 (0%)	0 (0%)	8 (5.9%)	15 (11%)	93 (68.4%)	20 (14.7%)	3.92 ดี
การคมนาคมขนส่งสะดวก รวดเร็ว อยู่ไม่ไกลจากตัว เมืองเชียงใหม่	0 (0%)	0 (0%)	2 (1.5%)	19 (14%)	94 (69.1%)	21 (15.4%)	3.99 ดี
ช่องทางในการติดต่อที่ สะดวก เข้าถึงได้ง่าย เช่น สถานที่ติดต่อและให้ข้อมูล เว็บไซต์ เป็นต้น	1 (0.7%)	3 (2.2%)	20 (14.7%)	57 (41.9%)	52 (38.2%)	3 (2.2%)	3.21 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย							3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)							
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลาดให้เป็นที่รู้จักผ่านทาง สื่อต่างๆ	2 (1.5%)	2 (1.5%)	22 (16.2%)	61 (44.9%)	49 (36%)	0 (0%)	3.13 ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ตลาดโดย การรวบรวมผลิตภัณฑ์ของ สมาชิกนำไปแสดงและ จำหน่ายตามสถานที่ต่างๆที่ ภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น	1 (0.7%)	0 (0%)	29 (21.3%)	59 (43.4%)	45 (33.1%)	2 (1.5%)	3.13 ปานกลาง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด (ต่อ)

ด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
การจัดงานสินค้าวัฒนธรรม หมู่บ้านประจำเดือนมกราคม ของทุกปี	0 (0%)	3 (2.2%)	28 (20.6%)	54 (39.7%)	48 (35.3%)	3 (2.2%)	3.15 ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการ ซื้อเพิ่มขึ้นผ่านตัวแทนบริษัท ท่องเที่ยว และการจัด โปร โมชั่นพิเศษอื่นๆ	2 (1.5%)	13 (9.6%)	57 (41.9%)	35 (25.7%)	27 (19.9%)	2 (1.5%)	2.57 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย							2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร(People)							
ความรู้ความสามารถในการ บริหารงานตลาดของผู้มีหน้าที่ รับผิดชอบบริหารตลาด	0 (0%)	0 (0%)	6 (4.41%)	57 (41.9%)	72 (52.9%)	1 (0.74%)	3.50 ดี
ความรู้เกี่ยวกับตลาดและ ความสามารถในการให้คำ แนะนำและวิธีแก้ปัญหาของ ผู้รับผิดชอบบริหารตลาด	1 (0.7%)	1 (0.7%)	8 (5.9%)	63 (46.3%)	63 (46.3%)	0 (0%)	3.37 ปานกลาง
ความเอาใจใส่ของผู้รับผิดชอบ ในการบริหารตลาด	0 (0%)	2 (1.5%)	17 (12.5%)	31 (22.8%)	86 (63.2%)	0 (0%)	3.48 ปานกลาง
บุคลิก และอริยาศัยของผู้รับ- ผิดชอบในการบริหารตลาด	0 (0%)	0 (0%)	13 (9.6%)	34 (25%)	89 (65.4%)	0 (0%)	3.56 ดี
ค่าเฉลี่ย							3.48 ปานกลาง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด (ต่อ)

ด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย แปลผล
	ไม่ ทราบ	ต้อง ปรับปรุง	น้อย	ปาน กลาง	ดี	ดีมาก	
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)							
ป้ายแสดงชื่อตลาดชัดเจน มองเห็นได้ง่าย	0 (0%)	2 (1.5%)	5 (3.7%)	23 (16.9%)	102 (75%)	4 (2.9%)	3.74 ดี
การดูแลรักษาความสะอาด ของสถานที่	0 (0%)	1 (0.7%)	2 (1.5%)	23 (16.9%)	103 (75.7%)	7 (5.1%)	3.83 ดี
การพัฒนา ออกแบบสถานที่ ให้มีบรรยากาศ และวิถีความ เป็นอยู่ชุมชนดั้งเดิม เป็นหมู่ บ้านOTOPเพื่อการท่องเที่ยว	0 (0%)	0 (0%)	6 (4.4%)	41 (30.1%)	84 (61.8%)	5 (3.7%)	3.65 ดี
การปรับปรุงภูมิทัศน์จุด พักผ่อน ถนน ป้ายบอกทาง	0 (0%)	2 (1.5%)	5 (3.7%)	24 (17.6%)	101 (74.3%)	4 (2.9%)	3.74 ดี
ค่าเฉลี่ย							3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)							
กระบวนการทำงานและการ บริการที่รวดเร็ว	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	46 (33.8%)	83 (61%)	0 (0%)	3.56 ดี
ความสะดวกในการติดต่อ ผู้รับผิดชอบดูแลตลาด	0 (0%)	0 (0%)	6 (4.4%)	40 (29.4%)	89 (65.4%)	1 (0.7%)	3.63 ดี
คุณภาพในการให้บริการ ตลาด	0 (0%)	0 (0%)	5 (3.7%)	29 (21.3%)	97 (71.3%)	5 (3.7%)	3.75 ดี
ความพึงพอใจต่อกระบวนการ ให้บริการของตลาด	0 (0%)	0 (0%)	7 (5.1%)	25 (18.4%)	102 (75%)	2 (1.5%)	3.73 ดี
ค่าเฉลี่ย							3.67 ดี
เฉลี่ยรวม							3.59 ดี

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ใน ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การนำเสนอทางกายภาพ และ กระบวนการ อยู่ในระดับดี ในขณะที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และ 3.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงข้อมูลสรุปความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านต่างๆ ของตลาดบ้านถวาย

ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.97	ดี
ปัจจัยด้านราคา (Price)	3.63	ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.71	ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)	2.99	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร(People)	3.48	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.74	ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	3.67	ดี

จากตารางที่ 15 สรุปความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านต่างๆ ของตลาดบ้านถวายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านราคา อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, 3.74, 3.71, 3.67 และ 3.63 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และ 3.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดการ	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.06 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด	3.29 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด	3.35 ปานกลาง	3.62 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน	3.61 ดี	3.69 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด	3.52 ดี	3.64 ดี	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานในตลาด	3.65 ดี	3.72 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.39 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.41 ปานกลาง	3.55 ดี	3.51 ดี

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ในขณะที่เพศหญิงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

เพศชายเห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 โดยเห็นว่าตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06, 3.29, 3.35 และ 3.39 ตามลำดับ

เพศหญิงเห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 โดยเห็นว่าตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19, 3.47 และ 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การจัดการ จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดการ	น้อยกว่า 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตลาดบ้านถวามีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.00 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	2.96 ปาน กลาง	3.26 ปาน กลาง	3.36 ปาน กลาง	3.16 ปาน กลาง
ความเหมาะสมในการจัด โครงสร้าง องค์กรของตลาด	3.00 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	3.64 ดี	3.43 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสม เพื่อการดำเนินงานของตลาด	3.00 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง	3.62 ดี	3.62 ดี	3.50 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาด ของสมาชิกในชุมชน	3.00 ปาน กลาง	3.53 ดี	3.75 ดี	3.72 ดี	3.57 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำ ของผู้บริหารตลาด	3.00 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง	3.63 ดี	3.74 ดี	3.57 ดี	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานใน ตลาด	4.00 ดี	3.43 ปาน กลาง	3.77 ดี	3.87 ดี	3.57 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้ เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.00 ปาน กลาง	3.37 ปาน กลาง	3.52 ดี	3.49 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง	3.46 ปาน กลาง
เฉลี่ยรวม	3.14 ปาน กลาง	3.42 ปาน กลาง	3.50 ดี	3.62 ดี	3.49 ปาน กลาง	3.51 ดี

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุอื่นๆ เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอายุ ได้ดังนี้

ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 โดยเห็นว่า ความราบรื่นในการประสานงานในตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ที่มีอายุ 26 – 30 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 โดยเห็นว่า การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชนอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผู้ที่มีอายุ 31- 40 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และ 3.27 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 41- 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 และ 3.49 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 โดยเห็นว่าทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง แต่เห็นว่าการคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด และ ความราบรื่นในการประสานงานในตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และ 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการจัดการ	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช.	อนุปริญญา ปวส.	ปริญญา ตรี	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ตลาดบ้านถวายเป็นเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.23 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้าง องค์กรของตลาด	3.48 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อ การดำเนินงานของตลาด	3.62 ดี	3.58 ดี	3.40 ปานกลาง	3.53 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของ สมาชิกในชุมชน	3.63 ดี	3.69 ดี	3.60 ดี	3.79 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของ ผู้บริหารตลาด	3.63 ดี	3.67 ดี	3.50 ดี	3.53 ดี	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานใน ตลาด	3.71 ดี	3.73 ดี	3.60 ดี	3.74 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไป ตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.46 ปานกลาง	3.51 ดี	3.60 ดี	3.21 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.54 ดี	3.55 ดี	3.41 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.51 ดี

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา ปวช. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี แต่ผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. และ ปริญญาตรี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมายกลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และ การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 3.48 และ 3.46 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมายกลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ 3.47 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 โดยเห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน มีความเหมาะสมในการจัด โครงสร้างองค์กรของตลาด และการคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 3.25 และ 3.40 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยเห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และ การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 3.48 และ 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน

ด้านการจัดการ	1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตลาดบ้านถวามีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.00 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด	3.35 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.53 ดี	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อดำเนินงานของตลาด	3.35 ปานกลาง	3.57 ดี	3.63 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน	3.48 ปานกลาง	3.76 ดี	3.66 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด	3.13 ปานกลาง	3.76 ดี	3.66 ดี	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานในตลาด	3.26 ปานกลาง	3.82 ดี	3.77 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.13 ปานกลาง	3.61 ดี	3.47 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.24 ปานกลาง	3.58 ดี	3.56 ดี	3.51 ดี

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 5 – 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี แต่ผู้ที่ประกอบกิจการมาเป็นเวลา 1 – 5 ปี เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 1 – 5 ปี เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง ในทุกๆ ด้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 5 – 10 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.58 โดยเห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และ ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และ 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.56 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และ 3.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ จำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ

ด้านการจัดการ	เจ้าของ	หุ้นส่วน	ลูกจ้าง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.15 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด	3.46 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อกำหนดดำเนินงานของตลาด	3.57 ดี	3.89 ดี	3.36 ปานกลาง	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน	3.71 ดี	4.00 ดี	3.32 ปานกลาง	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด	3.65 ดี	3.78 ดี	3.36 ปานกลาง	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานในตลาด	3.75 ดี	3.78 ดี	3.45 ปานกลาง	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.46 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.50 ดี	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.54 ดี	3.68 ดี	3.34 ปานกลาง	3.51 ดี

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของและหุ้นส่วน เห็นว่าการดำเนินงานทางด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี ในขณะที่ผู้ที่เป็นลูกจ้าง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ ได้ดังนี้

เจ้าของกิจการ เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.54 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 3.46 และ 3.46 ตามลำดับ

หุ้นส่วน เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.68 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.44

ลูกจ้าง เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.34 โดยเห็นว่าการจัดการทุกๆด้านอยู่ในระดับปานกลาง แต่เห็นว่า การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ จำแนกตามประเภทกิจการ

ด้านการจัดการ	เจ้าของคนเดียว	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตลาดบ้านถวายเป็นเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.14 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด	3.44 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด	3.56 ดี	3.17 ปานกลาง	3.75 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน	3.71 ดี	3.00 ปานกลาง	3.58 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด	3.64 ดี	2.83 ปานกลาง	3.75 ดี	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานในตลาด	3.75 ดี	2.83 ปานกลาง	3.75 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.47 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.58 ดี	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.53 ดี	3.09 ปานกลาง	3.57 ดี	3.51 ดี

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินการแบบเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วน เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี ในขณะที่ผู้ดำเนินงานแบบบริษัทจำกัด เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียวเห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.09 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14, 3.44 และ 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินงานแบบบริษัทจำกัด เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.53 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดการทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินงานแบบห้างหุ้นส่วน เห็นว่า การดำเนินงานด้านการจัดการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.57 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 และ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการจัดการ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์จำหน่าย

ด้านการจัดการ	ไม้แกะสลัก	เครื่องจักสาน	เครื่องปั้นดินเผา	เฟอร์นิเจอร์	สินค้าผ้า	สินค้าไม้กลึง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน	3.14 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด	3.51 ดี	2.67 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.56 ดี	3.43 ปานกลาง
การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด	3.63 ดี	3.33 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	3.69 ดี	3.56 ดี	3.00 ปานกลาง	3.50 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน	3.76 ดี	3.00 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.63 ดี	3.56 ดี	3.50 ดี	3.62 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาด	3.74 ดี	3.33 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.62 ดี	3.50 ดี	3.50 ดี	3.31 ปานกลาง	3.61 ดี
ความราบรื่นในการประสานงานในตลาด	3.84 ดี	3.00 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.75 ดี	3.63 ดี	3.50 ดี	3.50 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด	3.49 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	3.62 ดี	3.56 ดี	3.50 ดี	3.56 ดี	3.46 ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.59 ดี	3.00 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.53 ดี	3.51 ดี	3.29 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.51 ดี

จากตารางที่ 22 พบว่ากิจการที่มีประเภทผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่ายเป็นไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าผ้า เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดวางอยู่ในระดับดี แต่กิจการที่มีประเภทผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่ายเป็นเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา สินค้าไม้กึ่ง และอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย ได้ดังนี้

ผู้จำหน่ายไม้แกะสลัก เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.59 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านวางมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และ 3.49 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายเครื่องจักสาน เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางทุกอย่างด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.00

ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางทุกอย่างด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.06

ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.53 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านวางมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และ ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และ 3.25 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายสินค้าผ้า เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.51 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านวางมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และ ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.38

ผู้จำหน่ายสินค้าไม้กึ่ง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.29 แต่เห็นว่า ตลาดบ้านวางมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และ การคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.00

ผู้จำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านวางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยเห็นว่าตลาดบ้านวางมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน และความรู้ความสามารถและภาวะผู้นำของผู้บริหารตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ 3.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การจัดการ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

ด้านการจัดการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตลาดบ้านถวายมี เป้าหมาย กลยุทธ์ และ นโยบายในการ ดำเนินงาน	3.43 ปาน กลาง	3.17 ปาน กลาง	3.24 ปาน กลาง	2.97 ปาน กลาง	3.20 ปาน กลาง	3.06 ปาน กลาง	3.16 ปาน กลาง
ความเหมาะสมในการ จัดโครงสร้างองค์กร ของตลาด	3.38 ปาน กลาง	3.37 ปาน กลาง	3.41 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	3.55 ดี	3.72 ดี	3.43 ปาน กลาง
การคัดเลือกกรรมการที่ เหมาะสมเพื่อการ ดำเนินงานของตลาด	3.33 ปาน กลาง	3.37 ปาน กลาง	3.53 ดี	3.67 ดี	3.75 ดี	3.78 ดี	3.56 ดี
การมีส่วนร่วมในการ บริหารตลาดของ สมาชิกในชุมชน	3.43 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.47 ปาน กลาง	3.93 ดี	3.90 ดี	3.89 ดี	3.67 ดี
ความรู้ความสามารถ และภาวะผู้นำของ ผู้บริหารตลาด	3.29 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.59 ดี	3.73 ดี	4.00 ดี	3.89 ดี	3.61 ดี
ความราบรื่นในการ ประสานงานในตลาด	3.43 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง	3.65 ดี	3.90 ดี	4.00 ดี	3.89 ดี	3.71 ดี
การควบคุมการ ดำเนินงานให้เป็นไป ตามแผนที่วางไว้ของ ตลาด	3.43 ปาน กลาง	3.37 ปาน กลาง	3.29 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.60 ดี	3.94 ดี	3.46 ปาน กลาง
เฉลี่ยรวม	3.39 ปาน กลาง	3.34 ปาน กลาง	3.45 ปาน กลาง	3.54 ดี	3.71 ดี	3.74 ดี	3.51 ดี

จากตารางที่ 23 พบว่ากิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ,10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง และกิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท,40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจําแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ได้ดังนี้

กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.39

กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.45 โดยเห็นว่า ตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน, ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด, การมีส่วนร่วมในการบริหารตลาดของสมาชิกในชุมชน และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24, 3.41, 3.47 และ 3.29 ตามลำดับ

กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.54 แต่เห็นว่าตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน, ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กรของตลาด และการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97, 3.27 และ 3.30 ตามลำดับ

กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.71 แต่เห็นว่าตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.74 แต่เห็นว่าตลาดบ้านถวายมีเป้าหมาย กลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การเงิน จำแนกตามเพศ

ด้านการเงิน	ชาย	หญิง	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด	2.94 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงาน ของรัฐบาล	2.94 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด	3.23 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและพัฒนาตลาด	3.58 ดี	3.59 ดี	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	3.39 ปานกลาง	3.58 ดี	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้	3.58 ดี	3.70 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.28 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

เพศชายเห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด และ สภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94, 2.94, 3.23 และ 3.39 ตามลำดับ

เพศหญิงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด และ สภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93, 2.98 และ 3.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการเงิน จำแนกตามอายุ

ด้านการเงิน	น้อยกว่า 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการหาเงินลงทุน ของตลาด	3.00 ปาน กลาง	3.07 ปาน กลาง	2.75 ปาน กลาง	2.97 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง	2.93 ปาน กลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับ จากหน่วยงานของรัฐบาล	3.00 ปาน กลาง	3.10 ปาน กลาง	2.75 ปาน กลาง	3.10 ปาน กลาง	3.14 ปาน กลาง	2.97 ปาน กลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของ ตลาด	3.00 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	3.12 ปาน กลาง	3.23 ปาน กลาง	3.43 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแล และพัฒนาตลาด	4.00 ดี	3.30 ปาน กลาง	3.71 ดี	3.64 ดี	3.57 ดี	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	4.00 ดี	3.33 ปาน กลาง	3.60 ดี	3.49 ปาน กลาง	3.86 ดี	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถ ตรวจสอบได้	4.00 ดี	3.50 ดี	3.73 ดี	3.69 ดี	3.79 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.50 ดี	3.26 ปาน กลาง	3.28 ปาน กลาง	3.35 ปาน กลาง	3.50 ดี	3.32 ปาน กลาง

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง น้อยกว่า 25 ปี และ อายุมากกว่า 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับดี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุระดับอื่นๆ เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอายุได้ดังนี้

ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด และ สภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.00

ผู้ที่มีอายุ 26 – 30 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 แต่เห็นว่าสภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ผู้ที่มีอายุ 31- 40 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75, 2.75 และ 3.12 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 41- 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด และ สภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97, 3.10, 3.23 และ 3.49 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21, 3.14 และ 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการเงิน	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช.	อนุปริญญา ปวส.	ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการหาเงินลงทุน ของตลาด	3.04 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับ จากหน่วยงานของรัฐบาล	3.04 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของ ตลาด	3.27 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแล และพัฒนาตลาด	3.60 ดี	3.47 ปานกลาง	3.60 ดี	3.84 ดี	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	3.60 ดี	3.49 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.58 ดี	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถ ตรวจสอบได้	3.69 ดี	3.58 ดี	3.60 ดี	3.95 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.37 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาทุกระดับ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยเห็นว่า แต่เห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04, 3.04 และ 3.27 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 แต่เห็นว่าสภาพคล่องทางการเงินของตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.19 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด และสภาพคล่องทางการเงินของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70, 2.75, 3.05 และ 3.45 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84, 3.00 และ 3.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการเงิน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน

ด้านการเงิน	1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด	2.78 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจาก หน่วยงานของรัฐบาล	2.78 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด	3.13 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและ พัฒนาตลาด	3.48 ปานกลาง	3.65 ดี	3.58 ดี	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	3.35 ปานกลาง	3.61 ดี	3.55 ดี	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้	3.39 ปานกลาง	3.75 ดี	3.73 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.15 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาประกอบกิจการทุกช่วงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 1 – 5 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง ในทุกๆ ด้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 5 – 10 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.36 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92, 3.00, 3.23 และ 3.24 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.35 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00, 3.02 และ 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการเงิน จำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ

ด้านการเงิน	เจ้าของ	หุ้นส่วน	ลูกจ้าง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสามารถในการหาเงินลงทุนของ ตลาด	2.92 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจาก หน่วยงานของรัฐบาล	2.94 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด	3.20 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและ พัฒนาตลาด	3.62 ดี	3.67 ดี	3.41 ปานกลาง	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	3.54 ดี	3.78 ดี	3.41 ปานกลาง	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบ ได้	3.70 ดี	3.89 ดี	3.50 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.32 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของ หุ้นส่วน และลูกจ้าง เห็นว่าการดำเนินงานทางด้านการเงินของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ ได้ดังนี้

เจ้าของกิจการ เห็นว่า การดำเนินงานด้านการเงินของตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.32 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92, 3.00 และ 3.24 ตามลำดับ

หุ้นส่วน เห็นว่า การดำเนินงานด้านการเงินของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.45 โดยเห็นว่า ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89, 3.11 และ 3.33 ตามลำดับ

ลูกจ้าง เห็นว่า การดำเนินงานด้านการเงินของตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย โดยรวมเท่ากับ 3.27 แต่เห็นว่าระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน การเงิน จำแนกตามประเภทกิจการ

ด้านการเงิน	เจ้าของคน เดียว	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด	2.91 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจาก หน่วยงานของรัฐบาล	2.94 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด	3.21 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและ พัฒนาตลาด	3.64 ดี	3.17 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	3.58 ดี	3.50 ดี	3.17 ปานกลาง	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้	3.70 ดี	3.50 ดี	3.50 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.33 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินการแบบเจ้าของคนเดียว บริษัท จำกัด และห้างหุ้นส่วน เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถาวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.33, 3.28 และ 3.25 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่เห็นว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและพัฒนาตลาด สภาพคล่องทางการเงินของตลาดและ ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการเงิน จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์จำหน่าย

ด้านการเงิน	ไม้กะสลัก	เครื่องจักสาน	เครื่องปั้นดินเผา	เฟอร์นิเจอร์	สินค้าผ้า	สินค้าไม้กลึง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด	2.91 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจาก หน่วยงานของรัฐบาล	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด	3.18 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.50 ดี	3.25 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและ พัฒนาตลาด	3.72 ดี	2.67 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.75 ดี	3.50 ดี	3.38 ปานกลาง	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงินของตลาด	3.62 ดี	3.00 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.56 ดี	3.00 ปานกลาง	3.56 ปานกลาง	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบได้	3.83 ดี	3.00 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.63 ดี	3.63 ดี	3.00 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.38 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่ายทุกประเภท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียด จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย ได้ดังนี้

ผู้จำหน่ายไม้แกะสลัก เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.38 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 3.00 และ 3.18 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายเครื่องจักสาน เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายทุกๆ ด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 2.89

ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายทุกๆ ด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.10

ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.25 แต่เห็นว่า ระบบบัญชีของตลาดสามารถตรวจสอบ ได้ อยู่ระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ผู้จำหน่ายสินค้าผ้า เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.42 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25, 3.06 และ 3.25 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายสินค้าไม้กลึง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.17 แต่เห็นว่ารายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด และความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายดูแลและพัฒนาตลาด อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.50

ผู้จำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลางในทุกๆด้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.22

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การเงิน จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

ด้านการเงิน	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสามารถในการหา เงินลงทุนของตลาด	3.19 ปาน กลาง	3.13 ปาน กลาง	2.94 ปาน กลาง	2.60 ปาน กลาง	2.90 ปาน กลาง	2.89 ปาน กลาง	2.93 ปาน กลาง
การสนับสนุนด้าน การเงินที่ได้รับจาก หน่วยงานของรัฐบาล	3.05 ปาน กลาง	2.97 ปาน กลาง	3.18 ปาน กลาง	2.80 ปาน กลาง	2.95 ปาน กลาง	3.00 ปาน กลาง	2.97 ปาน กลาง
รายได้ที่เกิดจากการ ดำเนินงานของตลาด	3.29 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	3.24 ปาน กลาง	3.07 ปาน กลาง	3.25 ปาน กลาง	3.22 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง
ความเหมาะสมของ ค่าใช้จ่ายดูแลและ พัฒนาตลาด	3.29 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.59 ดี	3.80 ดี	3.60 ดี	3.89 ดี	3.59 ดี
สภาพคล่องทางการเงิน ของตลาด	3.43 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.59 ดี	3.77 ดี	3.55 ดี	3.61 ดี	3.54 ดี
ระบบบัญชีของตลาด สามารถตรวจสอบได้	3.38 ปาน กลาง	3.37 ปาน กลาง	3.59 ดี	3.97 ดี	3.80 ดี	4.00 ดี	3.68 ดี
เฉลี่ยรวม	3.27 ปาน กลาง	3.24 ปาน กลาง	3.36 ปาน กลาง	3.34 ปาน กลาง	3.34 ปาน กลาง	3.44 ปาน กลาง	3.32 ปาน กลาง

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทุกระดับ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียด จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ได้ดังนี้

กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.27

กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.36 โดยเห็นว่า ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94, 3.18 และ 3.24 ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.34 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60, 2.80 และ 3.07 ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.34 โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90, 2.95 และ 3.25 ตามลำดับ

กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการเงินของตลาดบ้านฉางอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นว่าความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89, 3.00 และ 3.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การผลิต จำแนกตามเพศ

ด้านการผลิต	ชาย	หญิง	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การวางผังตลาด	3.87 ดี	3.92 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชนดั้งเดิม	3.39 ปานกลาง	3.68 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด	3.55 ดี	3.70 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของตลาด	3.71 ดี	3.71 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการ ไปรษณีย์ ที่จอดรถ	3.77 ดี	3.90 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง	3.81 ดี	3.87 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.71 ดี	3.70 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.69 ดี	3.78 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

เพศชายเห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.69 แต่เห็นว่า การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชนดั้งเดิม อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

เพศหญิงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต จำแนกตามอายุ

ด้านการผลิต	น้อยกว่า 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางผังตลาด	4.00 ดี	3.87 ดี	3.96 ดี	3.95 ดี	3.71 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศ ชุมชนดั้งเดิม	4.00 ดี	3.50 ดี	3.65 ดี	3.67 ดี	3.50 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุง ตลาด	4.00 ดี	3.63 ดี	3.67 ดี	3.74 ดี	3.43 ปาน กลาง	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพ ของตลาด	4.00 ดี	3.57 ดี	3.81 ดี	3.72 ดี	3.64 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำ การไปรษณีย์ ที่จอดรถ	4.00 ดี	3.67 ดี	3.96 ดี	3.97 ดี	3.64 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและ ขนส่ง	4.00 ดี	3.57 ดี	3.96 ดี	4.03 ดี	3.57 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	4.00 ดี	3.67 ดี	3.81 ดี	3.64 ดี	3.57 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	4.00 ดี	3.64 ดี	3.83 ดี	3.82 ดี	3.58 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุเห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถาวอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอายุ ได้ดังนี้

ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี, 26 – 30 ปี, 31- 40 ปี และ 41- 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตทุกด้านของตลาดบ้านถาวอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.00, 3.64, 3.83 และ 3.82 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.58 แต่เห็นว่าคุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการผลิต	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ปวช.	อนุปริญญา ปวส.	ปริญญา ตรี	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การวางผังตลาด	3.85 ดี	3.82 ดี	4.05 ดี	4.16 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศ ชุมชนดั้งเดิม	3.62 ดี	3.53 ดี	3.65 ดี	3.74 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุง ตลาด	3.65 ดี	3.56 ดี	3.80 ดี	3.79 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพ ของตลาด	3.71 ดี	3.67 ดี	3.75 ดี	3.79 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการ ไปรษณีย์ ที่จอดรถ	3.94 ดี	3.71 ดี	3.85 ดี	4.05 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและ ขนส่ง	3.87 ดี	3.82 ดี	3.75 ดี	4.00 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.63 ดี	3.69 ดี	3.75 ดี	3.89 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.75 ดี	3.69 ดี	3.80 ดี	3.92 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาทุกระดับ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.75, 3.69, 3.80 และ 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน

ด้านการผลิต	1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางผังตลาด	3.78 ดี	4.06 ดี	3.84 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชน ดั้งเดิม	3.35 ปานกลาง	3.78 ดี	3.56 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด	3.43 ปานกลาง	3.80 ดี	3.63 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของ ตลาด	3.43 ปานกลาง	3.76 ดี	3.77 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ	3.52 ดี	3.88 ดี	3.98 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง	3.48 ปานกลาง	3.94 ดี	3.92 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.74 ดี	3.75 ดี	3.66 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.53 ดี	3.85 ดี	3.77 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 1 – 5 ปี, เวลา 5 – 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป เห็นว่า การดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวยทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.53, 3.85 และ 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต จำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ

ด้านการผลิต	เจ้าของ	หุ้นส่วน	ลูกจ้าง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางผังตลาด	3.93 ดี	4.00 ดี	3.77 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชน ดั้งเดิม	3.62 ดี	3.78 ดี	3.50 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด	3.66 ดี	3.78 ดี	3.64 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของ ตลาด	3.70 ดี	4.11 ดี	3.59 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการ ไปรษณีย์ ที่จอดรถ	3.90 ดี	4.22 ดี	3.59 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง	3.90 ดี	4.11 ดี	3.55 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.71 ดี	4.00 ดี	3.55 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.77 ดี	4.00 ดี	3.60 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของ หุ้นส่วนและลูกจ้าง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวยทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.77, 4.00 และ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต จำแนกตามประเภทกิจการ

ด้านการผลิต	เจ้าของคน เดียว	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางผังตลาด	3.92 ดี	3.67 ดี	3.92 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชน ดั้งเดิม	3.64 ดี	3.17 ปานกลาง	3.58 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด	3.68 ดี	3.33 ปานกลาง	3.67 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของ ตลาด	3.75 ดี	3.33 ปานกลาง	3.58 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ	3.90 ดี	3.33 ปานกลาง	3.83 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง	3.90 ดี	3.00 ปานกลาง	3.83 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.73 ดี	3.33 ปานกลาง	3.67 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.79 ดี	3.31 ปานกลาง	3.73 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 37 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนเห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดีทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 และ 3.73 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ดำเนินกิจการแบบบริษัทจำกัดเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.31 โดยมีเพียงการวางผังตลาด ที่เห็นว่าอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการผลิต จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์จำหน่าย

ด้านการผลิต	ไม้แกะสลัก	เครื่องจักสาน	เครื่องปั้นดินเผา	เฟอร์นิเจอร์	สินค้าผ้า	สินค้าไม้กลึง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางผังตลาด	4.00 ดี	3.67 ดี	3.86 ดี	4.06 ดี	3.88 ดี	3.50 ดี	3.50 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชนดั้งเดิม	3.58 ดี	3.00 ปานกลาง	3.71 ดี	3.75 ดี	3.75 ดี	3.50 ดี	3.56 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด	3.68 ดี	3.33 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.75 ดี	3.69 ดี	4.00 ดี	3.56 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของตลาด	3.78 ดี	3.67 ดี	3.14 ปานกลาง	3.75 ดี	3.81 ดี	4.00 ดี	3.50 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ	4.07 ดี	3.33 ปานกลาง	3.71 ดี	3.81 ดี	3.87 ดี	3.00 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.87 ดี
ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง	4.07 ดี	3.33 ปานกลาง	3.71 ดี	3.75 ดี	3.62 ดี	3.50 ดี	3.38 ปานกลาง	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	3.88 ดี	3.00 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.62 ดี	3.69 ดี	3.50 ดี	3.25 ปานกลาง	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.87 ดี	3.33 ปานกลาง	3.57 ดี	3.78 ดี	3.76 ดี	3.57 ดี	3.43 ปานกลาง	3.76 ดี

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่ายเป็นไม้ แกะสลัก เครื่องปั้นดินเผา เฟอร์นิเจอร์ สินค้าผ้า และ สินค้าไม้กึ่งถึง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย เป็นเครื่องจักสาน และอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามประเภผลิตภัณฑ์หลักที่จำหน่าย ได้ดังนี้

ผู้จำหน่ายไม้แกะสลัก เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายทุกด้าน อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.87

ผู้จำหน่ายเครื่องจักสาน เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวาย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.33 แต่เห็นว่า การวางผังตลาดและการบำรุงรักษา ลักษณะทางกายภาพของตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.67

ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.57 แต่เห็นว่า คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด การบำรุงรักษา ลักษณะทางกายภาพของตลาด และตลาดมีทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43, 3.14 และ 3.43 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายทุกด้าน อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.78

ผู้จำหน่ายสินค้าผ้า เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.76

ผู้จำหน่ายสินค้าไม้กึ่งถึง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.57 แต่เห็นว่า ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ผู้จำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 โดยเห็นว่าระบบ สาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ ความสะดวก ในการคมนาคมและขนส่ง และทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25, 3.38 และ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การผลิต จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

ด้านการผลิต	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การวางผังตลาด	3.62 ดี	3.70 ดี	3.88 ดี	4.13 ดี	4.00 ดี	4.17 ดี	3.91 ดี
การออกแบบตลาดให้มี บรรยากาศชุมชนดั้งเดิม	3.62 ดี	3.57 ดี	3.47 ปาน กลาง	3.80 ดี	3.60 ดี	3.50 ดี	3.61 ดี
คุณภาพของงาน ก่อสร้างปรับปรุงตลาด	3.52 ดี	3.73 ดี	3.41 ปาน กลาง	3.70 ดี	3.80 ดี	3.72 ดี	3.66 ดี
การบำรุงรักษาดัชนี ทางกายภาพของตลาด	3.43 ปาน กลาง	3.57 ดี	3.71 ดี	3.83 ดี	3.95 ดี	3.83 ดี	3.71 ดี
ระบบสาธารณูปโภค ภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำ การไปรษณีย์ ที่จอดรถ	3.43 ปาน กลาง	3.60 ดี	3.76 ดี	4.17 ดี	4.10 ดี	4.17 ดี	3.87 ดี
ความสะดวกในการ คมนาคมและขนส่ง	3.38 ปาน กลาง	3.63 ดี	3.71 ดี	4.20 ดี	4.05 ดี	4.11 ดี	3.85 ดี
ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่ง วัตถุดิบ	3.33 ปาน กลาง	3.53 ดี	3.71 ดี	3.90 ดี	3.85 ดี	3.94 ดี	3.71 ดี
เฉลี่ยรวม	3.48 ปาน กลาง	3.62 ดี	3.66 ดี	3.96 ดี	3.91 ดี	3.92 ดี	3.76 ดี

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท, 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการจัดการของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.48 โดยเห็นว่า การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของตลาด ระบบสาธารณูปโภคภายในตลาด เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ที่ทำการไปรษณีย์ ที่จอดรถ ความสะดวกในการคมนาคมและขนส่ง และทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งวัตถุดิบอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43, 3.43, 3.38 และ 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.66 โดยเห็นว่า การออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชนดั้งเดิม และคุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และ 3.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000, 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการผลิตของตลาดบ้านถวายเป็นอยู่ทุกด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.96, 3.91 และ 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการตลาด	ชาย	หญิง	รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.01 ดี	3.95 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.54 ดี	3.67 ดี	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.88 ดี	3.65 ดี	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.15 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.25 ปานกลาง	3.54 ดี	3.48 ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.72 ดี	3.75 ดี	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.68 ดี	3.66 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.61 ดี	3.59 ดี	3.60 ดี

จากตารางที่ 40 พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของ
ตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ได้ดังนี้

เพศชายเห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับดี มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 แต่เห็นว่าการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร อยู่ใน
ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และ 3.25 ตามลำดับ

เพศหญิง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับดี มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 แต่เห็นว่าการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการตลาด	น้อยกว่า 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.00 ดี	3.94 ดี	4.06 ดี	3.94 ดี	3.73 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.00 ปาน กลาง	3.50 ดี	3.73 ดี	3.74 ดี	3.31 ปาน กลาง	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.67 ปาน กลาง	3.64 ดี	3.63 ดี	3.88 ดี	3.69 ดี	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1.75 น้อย	3.09 ปาน กลาง	2.88 ปาน กลาง	3.01 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	2.99 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.50 ดี	3.37 ปาน กลาง	3.56 ดี	3.59 ดี	3.09 ดี	3.48 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.75 ดี	3.73 ดี	3.79 ดี	3.81 ดี	3.41 ปาน กลาง	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.00 ดี	3.63 ดี	3.74 ดี	3.71 ดี	3.34 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.24 ปาน กลาง	3.56 ดี	3.63 ดี	3.67 ดี	3.41 ปาน กลาง	3.60 ดี

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี, 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 25 ปี และมากกว่า 50 ปี เห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอายุ ได้ดังนี้

ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 โดยเห็นว่า ปัจจัยด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และ 2.67 และเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.75

ผู้ที่มีอายุ 26 – 30 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.56 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และ 3.37 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31- 40 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

ผู้ที่มีอายุ 41- 50 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ผู้ที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการนำเสนอทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31, 3.27 และ 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการตลาด	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา,ปวช.	อนุปริญญา , ปวส.	ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.89 ดี	3.92 ดี	4.04 ดี	4.20 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.60 ดี	3.53 ดี	3.72 ดี	3.89 ดี	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.62 ดี	3.71 ดี	3.77 ดี	3.88 ดี	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.03 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.44 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.57 ดี	3.74 ดี	3.48 ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.68 ดี	3.77 ดี	3.63 ดี	3.95 ดี	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.63 ดี	3.54 ดี	3.85 ดี	3.87 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.55 ดี	3.56 ดี	3.65 ดี	3.74 ดี	3.60 ดี

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาทุกระดับ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวยโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และ 3.44 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และ 3.37 ตามลำดับ

ผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวส. เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน

ด้านการตลาด	1 – 5 ปี	5 – 10 ปี	10 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.98 ดี	4.05 ดี	3.89 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.51 ดี	3.66 ดี	3.66 ดี	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.64 ดี	3.71 ดี	3.73 ดี	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.38 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.51 ดี	3.48 ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.55 ดี	3.90 ดี	3.68 ดี	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.75 ดี	3.66 ดี	3.64 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.57 ดี	3.62 ดี	3.59 ดี	3.60 ดี

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 1 – 5 ปี, 5 – 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป เห็นว่า การดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการปัจจุบัน ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 1 – 5 ปี เห็นว่า การดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.57 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นเวลา 5 – 10 ปี เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.62 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และ 3.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการดำเนินมาเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.59 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การตลาด จำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ

ด้านการตลาด	เจ้าของ	หุ้นส่วน	ลูกจ้าง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.96 ดี	4.28 ดี	3.88 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.69 ดี	3.82 ดี	3.27 ปานกลาง	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.76 ดี	3.81 ดี	3.41 ปานกลาง	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.95 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.50 ดี	3.86 ดี	3.23 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.72 ดี	3.95 ดี	3.75 ดี	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.67 ดี	3.97 ดี	3.51 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.61 ดี	3.81 ดี	3.46 ปานกลาง	3.60 ดี

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของและหุ้นส่วน เห็นว่าการดำเนินงานทางการตลาดของตลาดบ้านถวยอยู่ในระดับดี ในขณะที่ผู้ที่เป็ลูกจ้าง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ ได้ดังนี้

เจ้าของกิจการ เห็นว่า การดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.61 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

หุ้นส่วน เห็นว่า การดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.81 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ลูกจ้าง เห็นว่า การดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.46 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27, 3.41, 3.19 และ 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด จำแนกตามประเภทกิจการ

ด้านการตลาด	เจ้าของคน เดียว	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.96 ดี	3.67 ดี	4.17 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.66 ดี	3.28 ปานกลาง	3.55 ดี	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.73 ดี	3.11 ปานกลาง	3.81 ดี	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.93 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.50 ดี	3.17 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.72 ดี	3.50 ดี	4.02 ดี	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.67 ดี	3.59 ดี	3.67 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.59 ดี	3.40 ปานกลาง	3.72 ดี	3.60 ดี

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียวและ ห้างหุ้นส่วน เห็นว่าการดำเนินงานทางการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี ในขณะที่ผู้ที่ ดำเนินกิจการแบบบริษัทจำกัด เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่ง พิจารณารายละเอียดจำแนกตามตำแหน่งในการบริหารกิจการ ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียว เห็นว่า การดำเนินงานด้าน การตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.59 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการแบบบริษัทจำกัด เห็นว่า การดำเนินงานด้าน การตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.40 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านราคา ช่อง ทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11, 3.46 และ 3.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการแบบห้างหุ้นส่วน เห็นว่า การดำเนินงานด้าน การตลาดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.92 แต่เห็นว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และ 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้านการตลาด จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์จำหน่าย

ด้านการตลาด	ไม้แคะสลัก	เครื่องจักสาน	เครื่องปั้นดินเผา	เฟอร์นิเจอร์	สินค้าผ้า	สินค้าไม้กลึง	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.04 ดี	3.75 ดี	3.89 ดี	4.00 ดี	3.97 ดี	3.50 ดี	3.71 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.85 ดี	2.78 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.52 ดี	3.46 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87 ดี	3.11 ปานกลาง	3.95 ดี	3.60 ดี	3.42 ปานกลาง	3.67 ดี	3.31 ปานกลาง	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.87 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	4.00 ดี	3.08 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.66 ดี	2.50 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.82 ดี	3.33 ปานกลาง	3.82 ดี	3.75 ดี	3.70 ดี	3.38 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.82 ดี	3.00 ปานกลาง	3.54 ดี	3.39 ปานกลาง	3.52 ดี	3.63 ดี	3.53 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.70 ดี	3.11 ปานกลาง	3.50 ดี	3.56 ดี	3.49 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.60 ดี

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทยุติกรรมหลักที่จำหน่ายเป็นไม้ แกะสลัก เครื่องปั้นดินเผา และเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดอยู่ในระดับดี แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทยุติกรรมหลักที่จำหน่ายเป็นเครื่องจักรสาน สินค้าผ้า สินค้าไม้กลึง และอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามประเภทยุติกรรมหลักที่จำหน่าย ได้ดังนี้

ผู้จำหน่ายไม้แกะสลัก เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.70 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ผู้จำหน่ายเครื่องจักรสาน เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.11 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวาย ทุกๆ ด้านอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.50 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24, 3.25 และ 2.79 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.56 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด บุคลากร และด้านการกระบวนกร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27, 3.36 และ 3.39 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายสินค้าผ้า เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.49 โดยเห็นว่า ปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46, 3.42, 2.89 และ 3.47 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายสินค้าไม้กลึง เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.44 โดยเห็นว่า ปัจจัยด้านราคา บุคลากรและการนำเสนอทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17, 2.75 และ 3.38 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายสินค้าอื่นๆ เช่น โคมไฟ ของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ฯลฯ เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 แต่เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และกระบวนการอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ 3.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการดำเนินงานด้าน
การตลาด จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ

ด้านการตลาด	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.65 ดี	3.76 ดี	3.85 ดี	4.14 ดี	4.26 ดี	4.16 ดี	3.97 ดี
ปัจจัยด้านราคา	3.06 ปาน กลาง	3.35 ปาน กลาง	3.67 ดี	3.86 ดี	3.97 ดี	4.00 ดี	3.63 ดี
ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	3.34 ปาน กลาง	3.61 ดี	3.75 ดี	3.82 ดี	3.82 ดี	3.95 ดี	3.71 ดี
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.28 ปาน กลาง	3.28 ปาน กลาง	3.15 ปาน กลาง	2.59 ปาน กลาง	2.76 ปาน กลาง	2.96 ปาน กลาง	2.99 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.88 ปาน กลาง	3.13 ปาน กลาง	3.66 ดี	3.78 ดี	3.72 ดี	3.81 ดี	3.48 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านการนำเสนอ ทางกายภาพ	3.39 ปาน กลาง	3.60 ดี	3.65 ดี	3.94 ดี	3.98 ดี	3.86 ดี	3.74 ดี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.16 ปาน กลาง	3.53 ดี	3.54 ดี	3.90 ดี	3.89 ดี	3.97 ดี	3.67 ดี
เฉลี่ยรวม	3.25 ปาน กลาง	3.47 ปาน กลาง	3.61 ดี	3.72 ดี	3.77 ดี	3.81 ดี	3.60 ดี

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ,10,001 – 20,000 บาท เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายเป็นระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท,40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายเป็นระดับดี ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาทเห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายทุกส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.25 แต่เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายเป็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.47 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35, 3.28 และ 3.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท, 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าการดำเนินงานด้านการตลาดของตลาดบ้านถวายเป็นระดับดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.61, 3.72, 3.77 และ 3.81 ตามลำดับ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในช่วงดังกล่าว เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15, 2.59, 2.76 และ 2.96 ตามลำดับ

3. ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของตลาดบ้านถวาย

ผู้ประกอบการในตลาดบ้านถวายจำนวน 5 ราย มีปัญหาและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ให้นั้นพัฒนาช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวให้คนมาซื้อสินค้ามากขึ้น
2. อยากให้ดึงดูดลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในตลาดบ้านถวายมากขึ้น
3. อยากให้ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามยิ่งขึ้น
4. ต้องการให้แก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการขายสินค้าตัดราคา
5. ต้องการการอบรมเรื่องเว็บไซต์ ให้ชาวบ้านที่ยังไม่มีความรู้ความสามารถด้านนี้

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของตลาดบ้านถวาย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารตลาด และความคิดเห็นของผู้ประกอบการในตลาดบ้านถวาย นำมาวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของบ้านถวายได้ดังนี้

ด้านการเงิน

รายได้ต่อครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น การสร้างงาน สร้างอาชีพ ทำให้จำนวนผู้ว่างงานลดลง ชาวบ้านมีงานทำ การไม่อพยพหรือย้ายถิ่นฐานไปอยู่ที่อื่น

ด้านลูกค้า

จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจากทั้งหน่วยงานของรัฐ จากหมู่บ้านเอง และจากลูกค้า สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดบ้านถวาย และชาวบ้านในชุมชน ทำให้มีจำนวนจำนวนลูกค้า และนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี

ด้านกระบวนการภายใน

มีความร่วมมือกันระหว่างสมาชิกในชุมชน ทำให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปอย่างราบรื่น สร้างบุคลากรที่มีความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยว การพัฒนาสถานที่ และภูมิทัศน์ ให้มีความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คนรู้จักตลาดบ้านถวายเพิ่มมากขึ้น

ด้านการเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่

การพัฒนาเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันสร้างรายได้และสร้างมูลค่าเพิ่ม มีการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ในการสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชนผู้อยู่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยว มีการประเมินผลการทำงานทุกปี

ด้านอื่นๆ

ตลาดบ้านถวายได้รับการสนับสนุน และการบริการจากภาครัฐ ชุมชนให้ความร่วมมือ ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปได้ด้วยดี

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดบ้านถวาย

จากการรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารตลาด และความคิดเห็นของผู้ประกอบการในตลาดบ้านถวาย นำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis)

จุดแข็ง (Strength)

ด้านการจัดการ มีดังนี้คือ ตลาดมีการประสานงานดี สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารตลาด ผู้บริหารตลาดมีความรู้ความสามารถ และภาวะผู้นำ และการคัดเลือกกรรมการที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานของตลาด

ด้านการเงิน มีดังนี้คือ บัญชีสามารถตรวจสอบได้ ค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม และการเงินของตลาดมีสภาพคล่อง

ด้านการผลิต มีดังนี้คือ การวางผังตลาดเหมาะสม ระบบสาธารณูปโภคในตลาด ความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง การบำรุงรักษาลักษณะทางกายภาพของตลาด ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ คุณภาพของงานก่อสร้างปรับปรุงตลาด และการออกแบบตลาดให้มีบรรยากาศชุมชนดั้งเดิม

ด้านการตลาด มีดังนี้คือ

Product ชื่อเสียงของตลาดเป็นที่รู้จัก ร้านค้าในตลาด มีความหลากหลาย มีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ทำเลที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชน โรงเรียน โรงพยาบาล แหล่งท่องเที่ยว

Physical evident การดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ ป้ายแสดงชื่อตลาดชัดเจน มองเห็นได้ง่าย การปรับปรุงภูมิทัศน์ จุดพักผ่อน ถนน ป้ายบอกทาง การพัฒนา ออกแบบสถานที่ให้มีบรรยากาศ และวิถีความเป็นอยู่ชุมชนดั้งเดิม เป็นหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว

Place การคมนาคมขนส่งสะดวก รวดเร็ว อยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ การแบ่งโซนร้านค้าชัดเจน

Process คุณภาพในการให้บริการตลาด ความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการของตลาด ความสะดวกในการติดต่อผู้รับผิดชอบดูแลตลาด กระบวนการทำงานและการบริการที่รวดเร็ว

Price ความเหมาะสมของค่าบำรุงรักษาที่เก็บในแต่ละเดือน ความยืดหยุ่นของระยะเวลาชำระเงินค่าบำรุงรักษา ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการสาธารณูปโภค

People ผู้บริหารตลาดมีบุคลิก และอัธยาศัยดี มีความรู้ความสามารถในการบริหารงาน

จุดอ่อน (Weakness)

ด้านการจัดการ มีดังนี้คือ เป้าหมายกลยุทธ์และนโยบายในการดำเนินงาน ความเหมาะสมในการจัดโครงสร้างองค์กร การควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ของตลาด

ด้านการเงิน มีดังนี้คือ ความสามารถในการหาเงินลงทุนของตลาด การสนับสนุนด้านการเงินที่ได้รับจากหน่วยงานของรัฐบาล และรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานของตลาดไม่เพียงพอ

ด้านการผลิต มีดังนี้คือ

- การสร้างร้านค้าเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่มีลูกค้าเท่าเดิม ทำให้เกิดการแข่งขันสูง และฝั่งตลาดไม่สามารถรองรับได้ (วิเชียร ญาติจอมอินทร์: สัมภาษณ์)
- ขาดการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ (เสกสรร หน่อแก้ว: สัมภาษณ์)
- มีปัญหาขยะที่จะกลายเป็นปัญหาใหญ่ในอนาคต (เสกสรร หน่อแก้ว: สัมภาษณ์)

ด้านการตลาด มีดังนี้คือ

Promotion การส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการซื้อเพิ่มขึ้นผ่านตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว และการจัดโปรโมชั่นพิเศษอื่นๆ การประชาสัมพันธ์ตลาดโดยการรวบรวมผลิตภัณฑ์ของสมาชิกนำไปแสดงและจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆที่ภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตลาดให้เป็นที่รู้จักผ่านทางสื่อต่างๆ การจัดงานสินค้าวัฒนธรรมหมู่บ้านยังทำได้ไม่ดีพอ

ควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดบ้านถวายเป็นจริง ๆ ให้มากขึ้น เพราะในส่วนของตลาดบ้านถวาย จะเป็นร้านค้าที่ดำเนินงานโดยคนในชุมชนประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ อีก 10 เปอร์เซ็นต์ เป็นผู้ประกอบการที่มาจากที่อื่น ในส่วนของภาคเอกชนที่ดำเนินงานอยู่หน้าตลาดบ้านถวาย เป็นผู้มาจากที่อื่นเกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ นักท่องเที่ยวบางรายเข้าใจผิด และไม่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในบริเวณบ้านถวายที่แท้จริง (ยรรยง คำขวง: สัมภาษณ์)

People บุคลากรมีความรู้เกี่ยวกับตลาดและความสามารถในการให้คำแนะนำและวิธีแก้ปัญหา ความเอาใจใส่ในการบริหารตลาดไม่เพียงพอ

Place มีดังนี้คือ สถานที่ในการติดต่อ เว็บไซต์ ไม่สะดวกพอ

2. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment Analysis)

โอกาส (Opportunity)

การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้ง องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการเข้ามาของวัฒนธรรมหรือสินค้าจากชุมชนอื่นๆ ทำให้ตลาด บ้านถวายเป็นศูนย์รวมของสินค้าทั่วเชียงใหม่ เช่น ลำไยอบแห้งจากลำพูน ผ้าป่าซาง ร่มบ่อสร้าง เทียนหอม น้ำพริกหนุ่ม แคบหมู เป็นต้น

อุปสรรค (Threat)

สภาพเศรษฐกิจของประเทศ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชบเซา การเปลี่ยนแปลง รัฐบาลทำให้นโยบายในปัจจุบันไม่ชัดเจน

การแข่งขันที่รุนแรง มีการแข่งขันจากกลุ่มบุคคลภายนอก โดยมีการเปิดร้านค้าก่อนที่ จะถึงหมู่บ้านถวาย ทำให้นักท่องเที่ยวบางรายเข้าใจผิด และไม่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในบริเวณบ้าน ถวายที่แท้จริง มีการขายตัดราคากันโดยไม่คำนึงถึงต้นทุนผู้ประกอบการบางรายมุ่งเน้นในการ แสวงหากำไรมากเกินไป โดยลดต้นทุน ลดคุณภาพวัตถุดิบ และผลิตสินค้าให้มาก ทำให้คุณภาพ สินค้าลดลง ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์สินค้าทั้งหมดในบ้านถวาย มีนายทุนดั้งตัวช่าง ที่มีฝีมือออกนอกหมู่บ้าน