



ที่ มท ๐๔๐๘.๖/ว ๐๒๐๕

ถึง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดทุกจังหวัด

กรมการพัฒนาชุมชน ได้ดำเนินโครงการการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน เมื่อวันที่ ๑๔-๑๖ ธันวาคม ๒๕๕๘ ณ โรงแรมบียอนด์สวิตซ์เซตบางพลัด กรุงเทพมหานคร และได้จัดทำแนวทางการดำเนินงานโครงการตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ตามรายละเอียดแนบ



สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มงานส่งเสริมการตลาด

โทร.๐-๒๑๔๑-๖๐๖๒ โทรสาร ๐-๒๑๔๓-๘๙๑๐



กรมการพัฒนาชุมชน : สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง

แนวทางการดำเนินงาน โครงการตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้

๑. ความเป็นมา/แนวคิด

นายกรัฐมนตรี กำหนดนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ โดยเร่งสร้างโอกาสด้านการสร้างรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำ โดยการส่งเสริมอาชีพ ให้มีรายได้ที่มั่นคง มีการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือให้มีมาตรฐาน ยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน และดำเนินการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอาชีพทางการเกษตร ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่ปัจจุบันประสบปัญหาสถานการณ์การจำหน่าย ถูกเอาเปรียบจากพ่อค้า คนกลาง ทำให้ขายสินค้าได้ในราคาที่ไม่เป็นธรรม

เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว กระทรวงมหาดไทย จึงอนุมัติให้กรมการพัฒนาชุมชนดำเนินโครงการ “ตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้” เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP กับผู้บริโภคได้มาพบกันในพื้นที่ที่กำหนด มีระยะเวลาดำเนินการแน่นอน มีชื่อลักษณะ Event สินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ OTOP และสินค้าชุมชน ร่วมกับสินค้าจากผู้ผลิต โรงงาน ภาคเอกชน ในราคาที่เป็นธรรมหรือถูกกว่าท้องตลาด

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้แก่ ผู้ประกอบการอาชีพการเกษตร ผู้ผลิตสินค้าชุมชน กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความร่วมมือช่วยเหลือระหว่างชุมชนกับชุมชน ชุมชนกับกับโรงงาน และชุมชนกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

๒.๒ เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับประชาชนในการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

๒.๓ เพื่อสนับสนุนและพัฒนาให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้เรียนรู้ทักษะด้านการบริหารจัดการและการตลาด และเตรียมความพร้อมให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้มีความรู้ ความเข้าใจในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต

๓. แนวทางการดำเนินงาน โครงการตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้

การดำเนินงาน โครงการตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้ ในส่วนความรับผิดชอบของจังหวัดโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด มีแนวทาง ดังนี้

๓.๑ การกำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินงานตลาดนัดร่วมกับภาคีการพัฒนา ตลอดจนความร่วมมือและความพร้อมของภาคีการพัฒนาการทำงานตลาดนัดชุมชน

๓.๒ การประชุมชี้แจงภาคีการพัฒนาและผู้มีส่วนได้เสีย แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานตลาดนัดชุมชนระดับจังหวัด/ระดับอำเภอ/ระดับตำบล/ระดับหมู่บ้าน

๓.๓ การสร้างอัตลักษณ์ความเป็นพื้นที่ถิ่นตามทรัพยากรและวัฒนธรรมของชุมชน

๓.๔ การสร้างเอกลักษณ์ของตลาดชุมชน เช่น การแต่งกายของผู้ประกอบการ การใช้บรรจุภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

๓.๕ การดำเนินงานที่เสริมสร้างคุณค่าด้านสังคม วัฒนธรรม และคุณค่าของชุมชน

๓.๖ การกำหนดระเบียบข้อบังคับเพื่อยกระดับมาตรฐานของตลาดนัดชุมชน

๓.๗ การพัฒนาคุณภาพ การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการรักษามาตรฐานของตลาดนัดชุมชน ในด้านสินค้า/คุณภาพ/ราคา

/๓.๘ การเชื่อมโยง...

๓.๘ การเชื่อมโยงสินค้ามาจำหน่าย เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ช่องทางระบายสินค้าทางการเกษตร

๓.๙ การร่วมมือของหน่วยงานภาคีในการให้บริการออกหน่วยเคลื่อนที่ให้ความรู้ในลักษณะ Mobile Unit

๓.๑๐ การขอความร่วมมือในการออกบูทประชาสัมพันธ์ของโรงแรม และรีสอร์ทในตลาดนัดชุมชน

๓.๑๑ การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีในวันสำคัญต่าง ๆ กิจกรรมของเยาวชนและสถาบันการศึกษา กิจกรรมสาธิตและฝึกอาชีพ รวมถึงส่งเสริมการขาย

๓.๑๒ จัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในลักษณะของการจัด MOBILE ไปในสถานที่ต่าง ๆ ตามความเหมาะสม หรือจัดร่วมกับงานประเพณีหรืองานประจำปีของจังหวัด

๓.๑๓ การเชื่อมโยงตลาดนัดชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยว/หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว ในกรณีจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้จังหวัดประสานกับการท่องเที่ยวจังหวัด คัดเลือกสถานที่ที่เหมาะสมเป็นสถานที่ดำเนินการ

๓.๑๔ กรณีจังหวัดที่เป็นพื้นที่โรงงาน นิคมอุตสาหกรรม ให้จังหวัดร่วมกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดคัดเลือกโรงงานที่เหมาะสมเป็นสถานที่ดำเนินการ

๓.๑๕ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

๓.๑๖ การประเมินความพึงพอใจผู้ซื้อ/ผู้ขาย และสรุปผลการดำเนินงานทุกเดือน

๓.๑๗ การคัดเลือกดาวเด่น โดยจัดให้มีกิจกรรมการประกวด/คัดเลือก ตลาดนัดชุมชนดีเด่น จำนวนจังหวัดละ ๑ แห่ง

การรายงานผลและการประเมินผล

รายงานผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนฯ ให้จังหวัดรายงานผลตามแบบรายงานผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนฯ (แบบ จ. ๑) และแบบรายงานหน่วยงานที่จัดตลาดนัดชุมชน (แบบ จ. ๒) ทุกวันที่ ๑ ของเดือน ผ่านช่องทาง E-mail : Cddtaladnad@gmail.com

๔. จุดเด่น/ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดตลาดนัดชุมชน

๔.๑ ด้านการกำหนดโครงสร้างและการบริหารงาน

๔.๑.๑ การกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน อย่างเต็มประสิทธิภาพ

๔.๑.๒ การกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการตลาด ที่สร้างให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจ

๔.๑.๓ มีการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพเข้าร่วมจำหน่าย มีการควบคุมมาตรฐานสินค้า เช่น ราคา การจัดและการตกแต่งร้านค้า การจัดระเบียบร้านค้า

๔.๑.๔ การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้า ปฏิบัติตามข้อกำหนด มีระเบียบวินัย และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

๔.๑.๕ บริหารจัดการความขัดแย้งภายในพื้นที่ เช่น ความซ้ำซ้อนของตลาด ผลประโยชน์ในพื้นที่ใกล้เคียง และการแข่งขันในการจำหน่ายและการนำเสนอสินค้า

๔.๑.๖ มีการเชื่อมโยงตลาดนัดชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียง

/๔.๑.๗ มืองค์กร...

๔.๑.๗ เมืองครุฑปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมให้การสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น งบประมาณ และบุคลากร

๔.๑.๘ มีระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้ สนับสนุนการพัฒนาตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๒ ด้านสถานที่

๔.๒.๑ สถานที่จัดตลาดนัดชุมชนต้องมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง มีพื้นที่เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และมีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า

๔.๒.๒ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการ เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ สถานที่พักผ่อน สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น

๔.๓ ด้านการจัดกิจกรรมภายในตลาด

๔.๓.๑ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย กิจกรรมส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมเพื่อความบันเทิงอย่างสม่ำเสมอ

๔.๓.๒ มีการประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางอย่างต่อเนื่อง เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ website line Facebook เป็นต้น

๕. ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงานตลาดนัดชุมชน

๕.๑ ด้านการกำหนดโครงสร้างและการบริหารงาน

๕.๑.๑ การกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการไม่ชัดเจน การบูรณาการระหว่างหน่วยงานไม่เกิดประสิทธิภาพ

๕.๑.๒ คณะกรรมการบริหารจัดการขาดทักษะ ความรู้ ความสามารถ ไม่มีวินัยและความเสียสละ

๕.๑.๓ งบประมาณไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ

๕.๑.๔ โครงสร้างการบริหารจัดการตลาดไม่เอื้ออำนวยต่อการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

๕.๒ ด้านสถานที่

๕.๒.๑ การจัดแบ่งโซนพื้นที่สินค้า และการพิจารณาคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่ายในตลาด ตลอดจนกำกับดูแล คุณภาพมาตรฐานสินค้าและราคา ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

๕.๒.๒ สถานที่จอดรถ และการจราจรตลอดจนห้องสุขา ไม่เพียงพอ หรือไม่สามรถอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนได้

๕.๒.๓ สถานที่ในการจัดตลาดนัดไม่เหมาะสม เช่น คับแคบไม่เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมขาดการดูแลเรื่องความสะอาด อุปกรณ์ที่จำเป็นชำรุด ทrudโทรม และไม่สะอาด เป็นต้น

๕.๓ ด้านการจัดกิจกรรมภายในตลาด

๕.๓.๑ ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีที่รับผิดชอบกิจกรรม

๕.๓.๒ ความขัดแย้งจากตลาดและกลุ่มผลประโยชน์พื้นที่

๕.๓.๓ ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ

/กรอบแนวทาง...

กรอบแนวทางการกำหนดเกณฑ์ประเมินมาตรฐานตลาดนัดชุมชน

๑. ด้านการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน เช่น

- โครงสร้างคณะกรรมการ
- การกำหนดบทบาทหน้าที่
- การบูรณาการ
- การมีส่วนร่วม

๒. ด้านการสร้างอัตลักษณ์ตลาดนัดชุมชน

๓. ด้านรูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน เช่น

- การวางแผนการดำเนินงาน
- การจัดกิจกรรม
- การกำหนดกฎกติกา และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้า และราคา
- จัดแบ่งพื้นที่
- การบริหารจัดการงบประมาณ
- การจัดระบบการประเมินและติดตามผล

๔. ด้านสถานที่ เช่น

- โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นของตลาด
- สถานที่จอดรถ การจัดการจราจร และสิ่งอำนวยความสะดวก
- การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสะอาด
- ระบบรักษาความปลอดภัย
- การจัดสภาพแวดล้อมตลาดฯ

๕. ด้านการประชาสัมพันธ์

ที่มา : การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน
เมื่อวันที่ ๑๔ – ๑๖ ธันวาคม ณ โรงแรมปิยนดส์สวีท เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวทางการขับเคลื่อนการดำเนินงาน
โครงการ ตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้



ข้อมูลจำนวนตลาดนัดชุมชน

เป้าหมาย

ตลาดนัดชุมชน เป็นช่องทางการตลาด ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน สำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้าชุมชน และผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรรม เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

ตัวชี้วัด

เชิงปริมาณ ⇨ 1. จำนวนของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้าชุมชน และสินค้าทางการเกษตร ที่ได้รับประโยชน์

2. จำนวนของประชาชนผู้ได้รับประโยชน์จากโอกาสการซื้อสินค้าคุณภาพใน ราคายุติธรรม จากตลาดนัดชุมชน

เชิงคุณภาพ ⇨ จำนวนร้อยละของตลาดนัดชุมชนที่มีคุณภาพ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน มีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

1

สถานที่/ลักษณะการจัดตลาดนัดชุมชน

สถานที่จัดตลาด	จำนวน (แห่ง)
1. สถานที่ราชการ	523
2. ที่สาธารณะ	1,083
3. เอกชน/แหล่งท่องเที่ยว	433
รวม	2,039

2

ลักษณะการจัดตลาด	จำนวน (แห่ง)
1. จัดทุกวัน	175
2. จัดสัปดาห์ละ 1-5 วัน	1,566
3. จัดเดือนละ 1-3 ครั้ง	298
รวม	2,039

กรอบแนวทางการดำเนินงานการดำเนินการขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชน

1

การบริหารจัดการ
ตลาดนัดชุมชน

- โครงสร้างและกลไกด้านการบริหารจัดการ
- พัฒนาทักษะความรู้ด้านการบริหารจัดการ

2

การพัฒนาคุณภาพ
และมาตรฐาน

- การพัฒนาอาคาร/สถานที่
- การสร้างและประเมินมาตรฐานตลาด
- การบริหารจัดการสินค้า
- การสร้างอัตลักษณ์ของตลาด

3

การส่งเสริมด้าน
การตลาด

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย
- การประชาสัมพันธ์
- การจัดกิจกรรมของหน่วยงานราชการและเอกชน

4

การสร้างและพัฒนา
เครือข่าย

- การบูรณาการการทำงานภาครัฐ และเอกชน
- การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด
- การสร้างการเชื่อมโยงตลาดกับการท่องเที่ยว

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



1. การบริหารจัดการ

แนวคิด

ออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการ และสร้างกลไกการขับเคลื่อนตลาดนัดชุมชน ในแต่ละระดับให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ให้มีทักษะ ความรู้ควบคู่คุณธรรม ในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนไปสู่การเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีความยั่งยืน

โครงสร้างและกลไกด้านการบริหารจัดการ

- ★ เพิ่มประสิทธิภาพคณะกรรมการการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน ระดับจังหวัด
- ★ เพิ่มประสิทธิภาพคณะกรรมการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน ระดับอำเภอ
- ★ ส่งเสริมการจัดทำแผนพัฒนาตลาดนัดระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว
- ★ ศึกษาดูงานตลาดนัดชุมชนต้นแบบ
- ★ การประเมินและติดตามผล



พัฒนาทักษะและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ

- ★ พัฒนาศักยภาพคณะกรรมการบริหารตลาดนัดชุมชนทุกระดับ
- ★ สร้างคุณธรรม จริยธรรม คณะกรรมการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน
- ★ ศึกษาดูงานตลาดนัดชุมชนต้นแบบ
- ★ การคัดเลือกคณะกรรมการบริหารตลาดนัดชุมชนดีเด่น
- ★ เพิ่มพูนความรู้ด้านการจัดหารายได้ และการบริหารจัดการรายได้ให้โปร่งใส

2. การพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐาน

แนวคิด

การส่งเสริมให้ตลาดนัดชุมชนมีการพัฒนาตลาดให้มีคุณภาพ เป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการ พร้อมสร้างเกณฑ์การประเมินมาตรฐานของตลาดนัดชุมชน เพื่อเป็นเกณฑ์ชี้วัดความมีคุณภาพของตลาดอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอาคาร สถานที่

- ★ จัดโครงสร้างพื้นฐานทางการบริการ ให้เพียงพอ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน สถานพยาบาลเบื้องต้น ฯลฯ
- ★ ปรับปรุงทัศนียภาพ และสภาพแวดล้อม ตลาดนัดชุมชน
- ★ จัดระบบการจราจร และการขนส่ง
- ★ ระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาความสะอาด

การบริหารจัดการสินค้า

- ★ จัดระบบการคัดเลือกสินค้า
- ★ จัดโซนพื้นที่ให้สะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการ
- ★ จัดระบบควบคุมมาตรฐานสินค้า เช่น ราคา บริการหลังการขาย ฯลฯ

การสร้างและประเมินมาตรฐาน

- ★ สร้างเกณฑ์ประเมินมาตรฐาน
- ★ จัดระบบการประเมิน
- ★ จัดการประกวดตลาดนัดดีดิว

การสร้างอัตลักษณ์ตลาด

- ★ เสริมสร้างการพัฒนาอัตลักษณ์ ตลาดนัดชุมชน เชิงกิจกรรม
- ★ สนับสนุนการพัฒนาอัตลักษณ์ ตลาดนัดชุมชน เชิงโครงสร้าง

3. การส่งเสริมด้านการตลาด

แนวคิด

การสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นทั้งภายในตลาดและภายนอกตลาด จะสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของหน่วยงานเครือข่าย องค์กรและภาคีที่เกี่ยวข้อง ให้มีการบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมในภาคประชาชน ทั้งในฐานะเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้ที่มาใช้บริการตลาด ให้เกิดความรู้สึกผูกพันเป็นเจ้าของ และหวงแหน

กิจกรรมส่งเสริมการขาย

- ★ การจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง ที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาด
- ★ กิจกรรมส่งเสริมการขายที่สร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนผู้มาใช้บริการตลาด
- ★ ส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น

กิจกรรมของภาครัฐ+ภาคเอกชน

- ★ การให้บริการของหน่วยงาน ภาครัฐ
- ★ การให้บริการและการโปรโมท สินค้าของภาคเอกชน
- ★ การบูรณาการแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม และงบประมาณ

การประชาสัมพันธ์

- ★ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดนัด ชุมชนภายใน และภายนอกจังหวัด
- ★ สนับสนุนการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชน

4. การสร้างและพัฒนาเครือข่าย

แนวคิด

การพัฒนาตลาดนัดชุมชนสู่ความเป็นตลาดคุณภาพที่มีความมั่นคง ยั่งยืน มีความจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนตลาดสู่เป้าหมายดังกล่าว การสร้างและพัฒนาเครือข่ายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้ตลาดนัดชุมชนไปสู่เป้าหมายนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบูรณาการทำงานของภาครัฐ+เอกชน

- ★ สร้างการบูรณาการแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนให้เกิดประสิทธิภาพ
- ★ สร้างการบูรณาการตลาดนัดชุมชน กับตลาดในพื้นที่ เพื่อป้องกันความขัดแย้ง
- ★ สร้างระเบียบการบริหารจัดการผลประโยชน์อันเกิดจากตลาดนัดชุมชน ในส่วนที่ภาคเอกชนพึงได้รับ

การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด

- ★ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายตลาดนัดชุมชนให้เกิดความเกื้อกูล และการเรียนรู้ ระหว่างตลาดนัดชุมชน ต่อตลาดนัดชุมชน
- ★ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน
- ★ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายตลาดนัดชุมชนกับภาคธุรกิจ

การสร้างการเชื่อมโยงตลาดและการท่องเที่ยว

- ★ ส่งเสริมการเชื่อมโยงตลาดนัดชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ในลักษณะ Package tour
- ★ ส่งเสริมการบูรณาการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดนัดชุมชน
- ★ ส่งเสริมให้องค์กรภาคเอกชน เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาตลาดนัดชุมชน