

การจัดการตลาดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: กรณีศึกษาตลาดชุมชนบ้าน
หน้าเขามหาชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช*

SELF-RELIANCE COMMUNITY ECONOMIC MARKET MANAGEMENT:
A CASE STUDY OF BAAN NA KHAO MAHACHAI COMMUNITY
MARKET NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

อาชียะห์ โต๊ะลู

Aseeyah Toklu

จิตติมา ดำรงวัฒนะ

Jittima Damrongwattana

อุดมศักดิ์ เดโชชัย

Udomsak Dechochai

เดโช ข่าน้ำแก้ว

Daycho Khaenamkaew

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

E-mail: daycho_kha@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพัฒนาการความเป็นมาของตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย 2) ศึกษาการจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย และ 3) ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการค้าขายในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 2) ผู้สนับสนุน และ 3) ผู้บริโภค จำนวน 12 คน โดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสรุปเป็นภาพรวม ผลการวิจัยพบว่า 1) พัฒนาการความเป็นมาของตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย มี 3 ยุคด้วยกันประกอบด้วย 1.1) ยุคหาบเร่แผงลอย สมัยที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจด้วยการค้าขายในตลาด 1.2) ยุคการจัดการระเบียบมีระบบการจัดการคมนาคมและความปลอดภัยในการเดินทาง และ 1.3) ยุคศูนย์จำหน่ายอาหาร และสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีการขายอาหารควบคู่กับห้างสรรพสินค้าในชุมชน 2) การจัดการตลาดในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัยคือ การดูแลรักษาความสะอาด และมีจัดระเบียบเรียบร้อยในตลาด ได้แก่ 2.1) ความจำเป็นผู้ประกอบการมีความจำเป็นในการเลี้ยงชีพให้กับบุคคลในครอบครัวในการดำเนินชีวิต 2.2) ความต้องการกลุ่มลูกค้ามีความ

* Received 9 August 2019; Revised 12 September 2019; Accepted 1 October 2019

ต้องการในการบริโภคอาหารในช่วงประมาณ 16.00 น. เป็นต้นไป และ 2.3) ความต้องการซื้อในรูปแบบเครื่องใช้ในชีวิตรประจำวัน และ 3) แนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนคือ 3.1) พื้นฐานความเข้มแข็งของชุมชน มีการสร้างความเข้มแข็งในการส่งเสริมให้ทุกคนรอบครัวมีรายได้จากการค้าขายในตลาด 3.2) ความเป็นบูรณาการมีการจัดการบูรณาการทุกส่วนของตลาด เช่น สถานที่จอดรถ และ 3.3) พื้นฐานความเข้มแข็งของตนเองและผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อการค้าขาย

คำสำคัญ: ตลาด, การจัดการ, เศรษฐกิจชุมชน, นครศรีธรรมราช

Abstract

The objectives of this research were as follow: 1) to study the development history Ban-Nakaomahachai market 2) to study management of Ban-Nakaomahachai market and 3) to study guideline for promoting the Ban-Nakaomahachai market. The study was quantitative research method by the document and in-depth interviews. Select purposive sampling group to represent people with seller group who sale for daily at Ban-Nakaomahachai market. The sample was divided into 3 groups such as: 1) seller, 2) supporter, and 3) Consumer. By analyzing the content and summarizing The research was found that: 1) The development history Ban-Nakaomahachai market, divided into 3 eras include: 1.1) hawker and market stall era of economic prosperity with market trading, 1.2) Order management. There is a system for transportation and travel safety, and 1.3) Food distribution center era. And ready-made clothing products There are food sales in conjunction with the shopping malls in the community. 2) The management of Ban-Nakaomahachai market is Cleanliness And organized in the market, namely 2.1) the necessity of entrepreneurs, there is a need to provide a living for the family in their lifestyles, 2.2) the demand, the customer group has a dietary demand around 16.00 N. Onwards and 2.3) the purchase demand in the form of everyday appliances. And 3) The guideline for promoting sufficiency community economy of the Ban-Nakaomahachai market are 3.1) the foundation of community strength. 3.2) Integration, management of all parts of the market, such as parking locations, and 3.3) the strengthening foundation of Myself and the operator have a good relationship with each other in trading.

Keywords: Market, Management, Sufficiency Community, Nakorn Sri Thammarat

บทนำ

มิติเศรษฐกิจชุมชนการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์ แต่ละคนสามารถประกอบอาชีพที่ตนเองถนัด และได้ใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลได้ อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโต และพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่ มาสนองความต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทาง และผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงาน และธุรกิจ ทำให้ประชาชนมีกำลังการซื้อ และสามารถสนองความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้มาตรฐานการครองชีพของบุคคลในสังคมมีระดับสูงขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเครื่องมือทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ภักดีต่อผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้หรือซื้อซ้ำเมื่อมีความต้องการ (ชลลดา จามรกุล, 2543)

บ้านหน้าเขาหมวย เป็นชุมชนที่ชาวบ้านได้ไปค้าขายในตลาด ซึ่งก่อให้เกิดการบริโภค และการพึ่งพากันอย่างเป็นระบบ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระบบเศรษฐกิจทั้งระบบ การสร้างความต้องการ และการสนองความต้องการในการบริโภค ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจ คือ เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ เกิดการบริโภค และเกิดการใช้จ่ายแรงงาน ซึ่งจะมีการพึ่งพากัน และเชื่อมโยงไหลเวียนตามลำดับอย่างเป็นระบบ ผลจะทำให้การดำรงชีวิต ของมนุษยชาติในสังคมอยู่ในระดับที่มีการกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่อย่างมีความสุขโดยทั่วกัน แต่ปัจจุบันนี้ได้เกิดปัญหาเกิดขึ้น อย่างเช่น เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม และอากาศ (ธงชัย สันติวงษ์, 2541) โดยมีการจัดการตลาดในชุมชน เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้า OTOP และสินค้าของชุมชน ให้แก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อย ธุรกิจ SMEs สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกรในชุมชน และเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าของชุมชน โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าในราคาที่เป็นธรรม เป็นการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของชุมชน โดยการใช้การบริโภคภายในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงเป็นตัวขับเคลื่อน และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ควบคู่กับการสืบสานเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน รวมถึงสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นตลาดชุมชนในวงกว้าง เพื่อประชาสัมพันธ์และจูงใจให้เกิดการซื้อขายและเข้ามาใช้ประโยชน์จากตลาดชุมชน ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เป็นการผลิต การแปรรูป การค้า

และการบริหารที่ผู้อยู่ในกระบวนการมุ่งหวังผลกำไรในรูปตัวเงิน แต่ต้องตระหนักถึงความพึงพอใจมากกว่าการได้เงิน แต่ทำให้ครอบครัว ชุมชนดำรงอยู่อย่างรู้รักสามัคคี มั่นคงปลอดภัย (ฐิติวรดา รุ่งเรือง, 2563) ดังนั้น เศรษฐกิจชุมชนจึงเป็นทางออกหนึ่งในการนำมาแก้ไขปัญหาเหล่านี้ โดยเศรษฐกิจชุมชน คือ กิจกรรมเศรษฐกิจทั้งภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ ที่คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมเป็นเจ้าของ โดยการพัฒนาจากรากฐานของศักยภาพของท้องถิ่น เศรษฐกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจชาติ ในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนจะต้องมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ ระดับประเทศ และต้องสัมพันธ์กับการเมือง การปกครอง การศึกษาวัฒนธรรมของคนทั้งประเทศ การทำงานเพื่อการดำรงชีพอู่ร่วมกันมีการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้เกิดพอกอยู่พอกิน เพื่อความพึงพอใจ เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง (นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์, 2559)

ดังนั้น การศึกษาการจัดการตลาดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: กรณีศึกษาตลาดชุมชนบ้านหน้าเขมมหาชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาการพัฒนาการความเป็นมาในการจัดการตลาดอย่างไรมีการบริหารการจัดการตลาดในชุมชน และแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองของประชาชนในชุมชนบ้านหน้าเขมมหาชัยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตในระบบเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สุขของตนเอง ครอบครัว และชุมชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งนำไปสู่ความยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลาดในชุมชน และพัฒนาการความเป็นมาของตลาด การจัดการตลาดในชุมชนตลาด และผลการสังเคราะห์ตัวแปรจากงานวิจัยมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดนำไปสู่การวิจัยพบว่า ตัวแปรหลัก ประกอบด้วย พัฒนาการความเป็นมาของตลาดบ้านหน้าเขมมหาชัย มี 3 ยุค ได้แก่ 1) ยุคหาบเร่แผงลอย 2) ยุคการจัดการระเบียบ และ 3) ยุคศูนย์จำหน่ายอาหาร และสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในส่วนของการจัดการตลาดในชุมชนตลาดบ้านหน้าเขมมหาชัย คือ การจัดการตลาดเป็นการดูแลรักษาความสะอาดในตลาด และมีจัดระเบียบเรียบร้อยให้แก่บุคคลที่จะมาค้าขายในตลาดบ้านหน้าเขมมหาชัย ได้แก่ 1) ความจำเป็นผู้ประกอบการมีความจำเป็นในการเลี้ยงชีพให้กับบุคคลในครอบครัวในการดำเนินชีวิต 2) ความต้องการกลุ่มลูกค้ามีความต้องการในการบริโภคอาหารในช่วงประมาณ 16.00 น. เป็นต้นไป และ 3) ความต้องการซื้อในรูปแบบเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ผัก และเครื่องแต่งกาย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตในระบบเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สุขของตนเอง ครอบครัว และชุมชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งนำไปสู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการความเป็นมาของตลาดบ้านหน้าเขมมหาชัย
2. เพื่อศึกษาการจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขมมหาชัย

3. เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการตลาดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: กรณีศึกษาตลาดชุมชนบ้านหน้าเขมหาย จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการค้าขายและผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดบ้านหน้าเขมหาย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการค้าขาย ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้า จำนวน 4 คน 2) ผู้สนับสนุนค้าขาย ได้แก่ ผู้ดูแลสถานที่ เจ้าของตลาด จำนวน 4 คน และ 3) ผู้บริโภคสินค้าในตลาด ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่เข้ามาอุดหนุนสินค้า จำนวน 4 คน ทั้งหมด 12 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการค้าขายในตลาดบ้านหน้าเขมหายมีระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป

1.2 ด้านเนื้อหา ได้แก่ เอกสาร ตำรางานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องการจัดการตลาดในชุมชน และการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขมหาย ที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงและครอบคลุมเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้เท่ากับ 0.51 - 1.00 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ซึ่งผู้วิจัยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คน และได้หาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, L. J, 1990) เท่ากับ 0.95 และจัดทำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ แบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลพื้นฐาน 2) การจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขมหาย และ 3) แนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนบ้านหน้าเขมหาย

3. การเก็บข้อมูล คือ เก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน (Checklist) ระยะที่ 2 การจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขมหาย (Open End) และระยะที่ 3 วิเคราะห์แนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนบ้านหน้าเขมหาย (Content Analysis)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสรุปเป็นภาพรวม

ผลการศึกษา

การศึกษาพัฒนาการความเป็นมาในตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย พบว่าพัฒนาการความเป็นมาในตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย มีพัฒนาการ 3 ยุค ได้แก่ 1) พัฒนาการความเป็นมาในยุคหาบแร่แฝงลอย เป็นยุคหาบแร่แฝงลอยในสมัยก่อนนั้นมีความเจริญรุ่งเรืองในทางเศรษฐกิจด้วยการทำการค้าขายในตลาด มีการค้าขายในยุคหาบแร่-แฝงลอยบนท้องถนน ก่อให้เกิดปัญหาความสกปรก ปัญหาในด้านสุขภาพอนามัย และปัญหาความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย เนื่องจากผู้ค้าแม่ค้า ที่มาขายของในยุคหาบแร่-แฝงลอยนั้นไม่ได้คำนึงถึงการรักษาความสะอาด ทั้งกับสินค้า และสถานที่ประกอบการค้าขาย และยังเป็นพาหนะแพร่เชื้อโรคต่าง ๆ อีกมากมาย 2) พัฒนาการในยุคการจัดการระเบียบการคมนาคมบนท้องถนน ในยุคสมัยก่อนจะไม่มีระบบจราจร หรือคนมาช่วยดูแลความปลอดภัยบนท้องถนนหน้าตลาดบ้านหน้าเขามหาชัยร่วมการพัฒนา และหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว และในยุคการจัดการระเบียบการคมนาคมบนท้องถนนจะพัฒนาโครงข่ายระบบคมนาคม เพื่อแก้ปัญหการจราจร พร้อมทั้งเพิ่มความสะดวกสบายของคนในยุคการจัดการระเบียบการคมนาคม และสร้างความปลอดภัยในการเดินทางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ 3) พัฒนาการในยุคศูนย์จำหน่ายอาหาร และสินค้าสำเร็จรูป พบว่า ในยุคศูนย์จำหน่ายอาหาร และสินค้าสำเร็จรูปในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย เนื่องจากเป็นตลาดธรรมดาทั่วไปในการจำหน่ายสินค้า ทั้งอาหารแห้ง และอาหารที่ปรุงแต่งในชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 1 ตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย



ภาพที่ 2 การวางจำหน่ายผลไม้



ภาพที่ 5 การจำหน่ายสินค้าประเภท
เครื่องสำอาง



ภาพที่ 4 ศูนย์จำหน่ายอาหารและเสื้อผ้า
สำเร็จรูป

การศึกษาการจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย พบว่า การจัดการตลาดเป็น การดูแลรักษาความสะอาดในตลาด และมีจัดระเบียบเรียบร้อยให้แก่บุคคลที่จะมาค้าขายใน ตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความจำเป็นในการการค้าขาย มีความจำเป็น และมีความต้องการซื้อของในตลาด และทำให้เกิดความคิดที่จะเสนอสินค้าเพื่อที่จะตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าที่เดินมาซื้อของในตลาด ในปัจจุบันตลาดนัดมีความจำเป็น และ เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และเป็นสิ่งสำคัญ คือ ผู้ประกอบการขายในตลาด จะต้องสร้างความต้องการให้เกิดกับผู้บริโภค และเมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจะต้อง ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และเกิดการซื้อซ้ำอีก และสินค้าบาง ชนิดจำเป็นต้องมีบริการหลังการขายที่ดี เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ ส่งผลต่อการ เผยแพร่ข่าวสาร หรือบอกต่อให้คนใกล้ชิดได้รับรู้ และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สินค้าที่ ผลิตนั้นจะต้องมีคุณภาพดีสู้กับคู่แข่งได้ และผู้ผลิตทุกคนย่อมต้องการผลตอบแทนบาง ประการจากการประกอบการขายสินค้า หรือบริการนั้น ๆ แสดงว่ากิจการมีวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายบางประการในการดำเนินงาน เป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ ผลกำไรที่จะกลับคืนมาสู่ผู้ เป็นเจ้าของกิจการ ฉะนั้นการที่ผู้ผลิตแต่ละรายจะยืนหยัดอยู่ในตลาดขายสินค้า หรือตลาด บริการนั้น ๆ ต่อไปหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับ การซื้อขาย สินค้าหรือบริการเหล่านั้น 2) ความ ต้องการในการการค้าขาย พบว่า ความต้องการของลูกค้าในการซื้อของในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย เนื่องจากเป็นความต้องการของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัยจะมีอาหารที่น่าสนใจ และที่ทันสมัยมากขึ้น เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อ ร่างกายเป็นอย่างยิ่งในแต่ละวันนั้นเราต้องรับประทานอาหารให้ครบถ้วนทั้ง 3 มื้อ ได้แก่ มื้อ เช้า มื้อกลางวัน และมื้อเย็น แต่ด้วยสภาวะปัจจุบันคนไทยนั้นมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะคนในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคมที่แข่งขันกับเวลา การจะเตรียมทำอาหารเพื่อรับประทาน

จึงเป็นเรื่องที่ยุ่ยาก คนยุคใหม่จึงนิยมซื้ออาหารจากร้านอาหาร หรือออกไปรับประทานอาหารข้างนอกเพื่อความสะดวก การที่คนมีเวลาน้อยลง เพราะต้องทำงานแข่งขันกับเวลา และการจราจรที่ติดขัดในเมืองใหญ่ ไม่มีเวลาแม้กระทั่งหาอาหารมารับประทาน จึงเป็นเหตุที่ทำให้ธุรกิจอาหารจานด่วนเจริญเติบโต และได้รับความนิยมในการบริโภคมากขึ้น เพราะสามารถเพิ่มความพอใจ และความสะดวกสบายประหยัดในเรื่องของเวลาได้ เพราะปัจจัยในด้านความสะดวกสบายซึ่งตรงกับความต้องการของคนในปัจจุบัน และ 3) ความต้องการซื้อสินค้าในตลาด ความต้องการซื้อสินค้าในตลาด จะมีการเลือกซื้อสินค้า ที่มีคุณภาพในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัยที่มีผลต่อการซื้อ และเป็นการขายสินค้ามีความแตกต่างกันผู้ซื้อยินดีจะซื้อสินค้าในจำนวนที่มากขึ้นถ้าราคาสินค้าต่ำลง และจะซื้อสินค้าน้อยลงถ้าราคาสินค้าสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำพูดที่ว่า

“สินค้าที่นำมาขายต้องตรงความต้องการของลูกค้า แต่บางคนก็ซื้อสินค้านอกจากใช้ดีแล้ว สิ่งสำคัญคือ พ่อค้า แม่ค้า ที่บริการดีมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส” (ผู้ดูแลสถานที่, 2563)

“ในปัจจุบันตลาดนัดมีความจำเป็น เนื่องจากหาซื้อสินค้าได้ที่เดียวกัน ราคาไม่แพง สะดวก ประหยัดทั้งเวลาและเงิน ผู้ขายมีการบริการดีอธิบายข้อมูลสินค้าได้ชัดเจน รวมถึงมีบริการหลังการขายที่ดี เกิดความประทับใจ และใช้ดีแล้วบอกต่อ” (ผู้บริโภคสินค้าในตลาด, 2563)

การศึกษาแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง พบว่า มีแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง 3 แนวทาง ได้แก่ 1) พื้นฐานความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า พื้นฐานอยู่ที่ความเข้มแข็งของชุมชน เป็นพื้นฐานในการค้าขายในตลาด และมีความเข้มแข็งมากกว่าเมื่อก่อน ชุมชนมีความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นแบบเครือญาติ มีโครงสร้างทางสังคมเป็นแบบแนวนอน หรือแนวนราบ มีการรวมกลุ่มของสมาชิกด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกันเพื่อการแก้ไขปัญหา หรือการพัฒนาชุมชน มีการบริหารจัดการกลุ่มโดยมีโครงสร้างรูปแบบคณะกรรมการ แบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบร่วมกัน มีการเรียนรู้ และการถ่ายทอดความรู้ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตลอดจนการสร้างเครือข่ายทั้งภายใน และภายนอกชุมชนเพื่อให้เกิดพลังในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน 2) มีความเป็นบูรณาการ พบว่า มีความเป็นบูรณาการ และมีการกระตุ้นในด้านการขาย เพื่อสร้างความเจริญให้กับผู้ประกอบการขาย รู้จักใช้ทักษะต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และยังสามารถเลือก หรือพัฒนาได้อย่างอิสระด้วยตนเอง และ 3) พื้นฐานความเข้มแข็งของตนเอง พบว่า พื้นฐานความเข้มแข็งของตนเองจะเป็นการแนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนที่ดีให้แก่ลูกค้าที่มาเดินใน

ตลาดบ้านหน้าเขมหาย้ายที่มากขึ้น การปฏิบัติตนของสมาชิกในครัวเรือนที่มีการปฏิบัติในระดับมาก หรือบ่อย ได้แก่ การช่วยเหลืองานในครอบครัว และการร่วมกิจกรรมของชุมชน ส่วนครอบครัวจะมีการพูดจาที่ดี เข้าร่วมปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา การให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผล

จากการศึกษาพัฒนาการความเป็นมาในตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขมหาย พัฒนาการความเป็นมาของตลาดบ้านหน้าเขมหาย มี 3 ยุคด้วยกันประกอบด้วย 1) ยุคหาบแร่แผงลอย ได้แก่ สมัยก่อนนั้นตลาดบ้านหน้าเขมหาย มีความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจด้วยการทำการค้าขายในตลาด 2) ยุคการจัดการระเบียบ ได้แก่ การคมนาคมบนท้องถนน และสร้างความปลอดภัยในการเดินทางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ 3) ยุคศูนย์จำหน่ายอาหาร และสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ การค้าขายอาหารควบคู่กับห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กของชุมชน ดังนั้นตลาดในชุมชนมีการพัฒนารูปแบบตลาดมาเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบันอย่างเผยแพร่ในทุกมุมเมือง ตลาดท้องถิ่น และตลาดชุมชน เป็นต้น เพราะวิถีชีวิตของคนไทยผูกพันมากกับการค้าขายมาตลอด ตลาดก็จะมีควบคู่กับวิถีชีวิตมาเสมอ แต่อาจมีการพัฒนาไปตามยุคสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีพงษ์ หินคำ ที่กล่าวถึง การสร้างงาน สร้างฐานะทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการอาชีพ โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจ และพยุ่งค่าครองชีพของประชาชนเท่านั้น แต่มูลค่าการขายของหาบแร่แผงลอยยังสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ระบบเศรษฐกิจโดยรวม และสนับสนุนการพึ่งตนเองของระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วย ในทางสังคม หาบแร่แผงลอยอาหาร นอกจากจะมีบทบาทในการลดปัญหาสังคม อันเป็นผลจากการลดอัตราการว่างงานแล้วยังมีบทบาทสร้างทุนทางสังคมด้วย เพราะการประกอบอาชีพอิสระที่ประสบความสำเร็จ นอกจากจะเป็นการเสริมพลังทางเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งการเมืองให้แก่ผู้ประกอบการอาชีพนี้ เป็นรายบุคคลแล้ว ยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในอัตลักษณ์ของพวกเขา เป็นการสร้างทุนทางสังคม และสร้างประชาสังคมด้วย (ทวีพงษ์ หินคำ, 2541)

จากการศึกษาการจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขมหาย การจัดการตลาดเป็นการดูแลรักษาความสะอาดในตลาด และมีจัดระเบียบเรียบร้อยให้แก่บุคคลที่จะมาค้าขายในตลาดบ้านหน้าเขมหาย ได้แก่ 1) ความจำเป็นผู้ประกอบการมีความจำเป็นในการเลี้ยงชีพให้กับบุคคลในครอบครัวในการดำเนินชีวิต 2) ความต้องการกลุ่มลูกค้ามีความต้องการในการบริโภคอาหารในช่วงประมาณ 16.00 น. เป็นต้นไป และ 3) ความต้องการซื้อในรูปแบบเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ผัก และเครื่องแต่งกาย ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสสำคัญที่จะเป็นช่องทางให้คนในชุมชนได้ลุก ขึ้นมาพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยค้นหาศักยภาพของชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ยังคง ดำรงซึ่งวิถีชีวิต แต่แฝงความเป็นแหล่งท่องเที่ยว

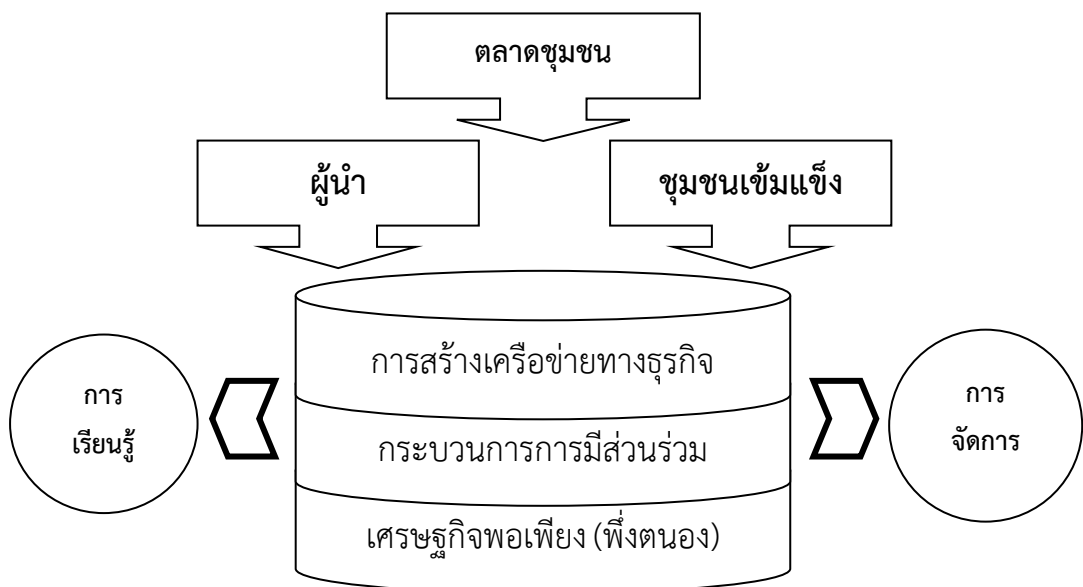


โดยชุมชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากชุมชนมีพื้นที่และมีการจัดการที่ดี ก็ย่อมจะทำให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโดยชุมชนเอง นำไปสู่โอกาสให้ เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ และด้วยความร่วมมือของการรวมประชาคมอาเซียน ก็จะเป็น ช่องทางที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในเวทีโลกได้ ดังเช่น วิชชุดา เขียวเกตุ กล่าวว่า ชุมชนใช้กระบวนการทำงานร่วมกันที่เรียกว่า “วชร” ชุมชนเรียนรู้ร่วมกันผ่านเครื่องมืองานวิจัยชุมชน เริ่มจากการฟื้นฟูวัดคลองแดนสู่ชุมชน และขยายผลต่อยอดมาสู่พื้นที่พุตลาดริมน้ำคลองแดนให้เป็นพื้นที่ทำกิจกรรมของชุมชน ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การจัดการตนเองของตลาดริมน้ำเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นจากชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มจาก 1) การรวมกลุ่ม 2) แผนและข้อมูลชุมชน 3) การขับเคลื่อนแผน และ 4) การบูรณาการแผน การจัดการตนเองที่เกิดขึ้นภายในตลาดริมน้ำคลองแดนนั้น กลไกที่เข้ามามีบทบาทและสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ 1) บุคคลในชุมชน 2) เครือข่ายภาคี และ 3) ทุนชุมชน ชุมชนคลองแดนมีทุนของชุมชนถือเป็นฐานสำคัญที่นำไปสู่การจัดการในทุก ๆ ด้านของชุมชน ทั้งทุนวัฒนธรรม ทุน มนุษย์ ทุนความรู้ภูมิปัญญาและทุนธรรมชาติ ด้วยความเข้าใจในชุมชน ตนเอง จึงได้เห็นถึงศักยภาพของชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จนทำให้เกิดการจัดการทุนชุมชนนำมาสู่การบูรณาการเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม (วิชชุดา เขียวเกตุ, 2559)

จากการศึกษาแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง แนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย ประกอบด้วย 1) ฐานความเข้มแข็งของชุมชน มีการสร้างความเข้มแข็งในการส่งเสริมให้ทุกคนรอบครัวมีรายได้จากการค้าขายในตลาด 2) ความเป็นบูรณาการมีการจัดการบูรณาการทุกส่วนของตลาด เช่น ด้านสถานที่จอดรถ และ 3) ฐานความเข้มแข็งของตนเองผู้ประกอบการมีการสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในการค้าขาย จะเห็นได้ว่าเป็นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจจากการบริการ และสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาค และจุลภาค ซึ่งชุมชนต้องมีการปรับตัวของคนในพื้นที่เพื่อให้เข้ากับกระแสทิศทางเศรษฐกิจในภาคบริการการท่องเที่ยว ทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ ดังเช่น พรชวดี พงษ์ศิริ ที่กล่าวว่า เศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลต่อศักยภาพในการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 0.96 ซึ่งตัวแปรเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวคือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.90) รองลงมาคือ การผลิต (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.85) และการตลาด (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.79) ตามลำดับ ตัวแปรศักยภาพในการแข่งขันตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ด้านคุณภาพ (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.91) รองลงมา คือ การเรียนรู้ขององค์กร (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.87) และการติดต่อเครือข่าย (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ 0.86) ตามลำดับ ดังนั้น

การพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การผลิต การตลาด คุณภาพ การเรียนรู้ขององค์กร และการติดต่อเครือข่าย เพื่อให้สามารถพัฒนา ศักยภาพในการแข่งขันของเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามได้มากขึ้น (พรชวดี พงษ์ศิริ, 2560)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 5 การจัดการตลาดในชุมชนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

Community market management to strengthen the self-reliant community economy

จากข้อค้นพบในงานวิจัยได้สรุปเป็นองค์ความรู้สรุปได้ว่า ตลาดชุมชนสร้างฐานราก เศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง หรือเรียกว่า “Community market management to strengthen the self - reliant community economy” จากองค์ความรู้สรุปได้ว่าการจัดการตลาดในชุมชนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง โดยสร้างเศรษฐกิจชุมชนมาปรับใช้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต การรู้ศักยภาพของชุมชนซึ่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มความรู้และขีดความสามารถของคนในชุมชนให้รู้จักตนเอง มีความสามารถในการบริการศักยภาพการเรียนรู้มาสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งมี 3 ทู่น ที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน ได้แก่ ทู่นทางสังคม ทู่นทางเศรษฐกิจ และทู่นทางทรัพยากร โดยผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมมาสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อให้ชุมชนนำทุน



ต่าง ๆ ที่มี มาประยุกต์ใช้ตามเศรษฐกิจพอเพียง (พึ่งตนเอง) ตลอดถึงการนำเทคโนโลยีหรือ การฝึกอบรม สามารถนำความรู้มาใช้ในการการออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่ม มูลค่าทางเศรษฐกิจและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนต่อไป

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผลการวิจัยพบว่า ด้านพัฒนาการความเป็นมาของตลาดบ้านหน้า เขามหาชัย มี 3 ยุค ประกอบด้วย 1) ยุคหาบเร่แผงลอย ได้แก่ สมัยก่อนนั้นตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย 2) ยุคการจัดการระเบียบ และ 3) ยุคศูนย์จำหน่ายอาหาร และสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในด้านการจัดการตลาดในชุมชนตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย คือ การจัดการตลาดเป็นการดูแล รักษาความสะอาดในตลาด และมีจัดระเบียบเรียบร้อยให้แก่บุคคลที่จะมาค้าขายในตลาดบ้านหน้าเขามหาชัย ได้แก่ 1) ความจำเป็นผู้ประกอบการมีความจำเป็นในการเลี้ยงชีพให้กับบุคคล ในครอบครัวในการดำเนินชีวิต 2) ความต้องการกลุ่มลูกค้ามีความต้องการในการบริโภคอาหาร ในช่วงประมาณ 16.00 น. เป็นต้นไป และ 3) ความต้องการซื้อในรูปแบบเครื่องใช้ใน ชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ผัก และเครื่องแต่งกาย และด้านแนวทางการเสริมสร้าง เศรษฐกิจชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย ประกอบด้วย 1) พื้นฐานความเข้มแข็งของชุมชน 2) ความเป็นบูรณาการมีการจัดการบูรณาการทุกส่วนของตลาด และ 3) พื้นฐานความเข้มแข็ง ของตนเองผู้ประกอบการ ในด้านการอภิปรายผล พัฒนาการความเป็นมาตลาดในชุมชน การจัดการตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย และแนวทางการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนบ้าน หน้าเขามหาชัย จากการศึกษาข้อมูลไม่พบบางวิจัยที่สามารถเปรียบเทียบกันได้โดยตรง แต่มี งานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยสรุปโดยรวมว่า เศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจ เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานของคนทุกคนการพึ่งพาตนเองให้มีศักยภาพที่จะดำรง อยู่ในสังคมได้ ความเป็นอยู่แบบพอมีพอกิน พอใจ และการรู้จักประมาณตน เพื่อนำไปสู่ การพัฒนา และสร้างความเข้มแข็งบนการพึ่งพาตนเอง ข้อเสนอแนะในการวิจัยคือ 1) ควรมี การสร้างเครือข่ายของตลาดในชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย 2) ภาครัฐส่งเสริมให้คนในชุมชนมี ความรู้ในเรื่องการตลาดเป็นการส่งเสริมอาชีพในด้านการค้าขาย และ 3) ภาครัฐควรมี การประชาสัมพันธ์ และสร้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงวิถีชีวิต และเชิงภูมิปัญญา

เอกสารอ้างอิง

ชลลดา จามรกุล. (2543). การจัดระบบและส่งเสริมพัฒนาตลาดนัด. เรียกใช้เมื่อ 20 กรกฎาคม 2562 จาก <http://www.dit.go.th>

- ฐิติวรดา รุ่งเรือง. (2563). เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองบนพื้นฐานชุมชนชาติไทย. เรียกใช้เมื่อ 9 มกราคม 2563 จาก <https://sites.google.com/site/thitiwrdarungreuxng/sersthkic-chumchn-phung-tnxeng-bn-phun-than-chum-chna-thip-tiy>
- ทวีพงษ์ หินคำ. (2541). การจัดการด้านการจัดระเบียบหาบเร่แผงลอย กรุงเทพมหานคร : ปัญหา และแนวทางแก้ไข. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสังคม. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2541). ความเป็นมาของตลาดนัด. เรียกใช้เมื่อ 20 กรกฎาคม 2562 จาก <http://www.shows.voicetv.co.th>
- นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์. (2559). ศักยภาพทางเศรษฐกิจชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโจรก ตำบลด่าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 11(ฉบับพิเศษ), 66-75.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 2. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาการพิมพ์.
- ผู้ดูแลสถานที่. (19 ตุลาคม 2563). การจัดการตลาดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: กรณีศึกษา ตลาดชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช. (อาชีวะห์ โต๊ะลู, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้บริโภคสินค้าในตลาด. (19 ตุลาคม 2563). การจัดการตลาดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: กรณีศึกษาตลาดชุมชนบ้านหน้าเขามหาชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช. (อาชีวะห์ โต๊ะลู, ผู้สัมภาษณ์)
- พรชวดี พงษ์ศิริ. (2560). การพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 13(2), 23-38.
- วิชชุดา เขียวเกตุ. (2559). การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอรอนด จังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.