

กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชน
เพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน เทศบาลตำบลตลาดแค
อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

The Process of Development Community Market Driving
Mechanism for Strengthening The Community Economy,
Taladkhae Subdistrict Municipality, Nonsong District,
Nakhonratchasima Province

สิริกร บุญสังข์^{1*} / สกุล วงษ์กาฬสินธุ์²

Sirikorn Boonsang / Sakul Wongkalasin

^{1,2} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Faculty of Humanities and Social Sciences Nakhon Rachasima

Rajabhat University

*Corresponding Author

ได้รับบทความ: 14 ธันวาคม 2567

ปรับปรุงแก้ไข: 23 มีนาคม 2568

ตอบรับตีพิมพ์: 28 มีนาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์และแผนยุทธศาสตร์
การขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค 2) เพื่อวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
และการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค 3) เพื่อพัฒนา

กลไกและบทบาทในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค 4) เพื่อสังเคราะห์กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค รูปแบบเป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community – based Research: CBR) ประยุกต์เทคนิควิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ สทนากลุ่มย่อย สัมภาษณ์ วิเคราะห์เอกสาร ประชุมเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์สาเหตุและผล

ผลการศึกษาพบว่า 1) ในอดีตตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค เป็นพื้นที่สร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับชุมชน เนื่องจากที่ตั้งเป็นสามแยกและจุดพักรถทำให้มีร้านค้าและบริการต่าง ๆ จำนวนมาก เนื่องจากการขยายถนนเป็น 4 ช่องทางจราจรส่งผลให้ตลาดซบเซาลงอย่างมาก เพื่อเป็นการฟื้นฟูตลาดจึงมีการพัฒนาอัตลักษณ์ให้เป็นตลาดวิถีชุมชนเน้นจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน ปลอดภัย ถูก ดี มีสุข ตั้งชื่อว่าตลาดแค แคร่คุณ และมีการปรับภูมิทัศน์ จัดทำตราสัญลักษณ์โลโก้ดอกแค สื่อความหมายของความเป็นชุมชนดั้งเดิม มีการทำแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาตลาดชุมชนเทศบาลตลาดแค มีดังนี้ กำหนดวิสัยทัศน์และอัตลักษณ์ของตลาดพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ปรับปรุงภูมิทัศน์ พัฒนาระบบการบริหารจัดการ 2) ผู้มีส่วนได้เสียภายในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มอาชีพ สมาชิกร้านค้าชุมชน ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องจากภายนอก ได้แก่ อบต. เทศบาลตำบลตลาดแค หน่วยงานราชการในท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และรถยนต์ กลุ่มผู้สัญจรผ่านตลาดชุมชน 3) กลไกการขับเคลื่อนมีการตั้งคณะกรรมการและบทบาทหน้าที่ ดังนี้ ฝ่ายอำนวยการและดำเนินงาน ฝ่ายจัดซื้อและจัดหาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายขาย ฝ่ายตรวจสอบบัญชี และที่ปรึกษา 4) กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชน ได้แก่ กลไกเชิงพื้นที่ กลไกทางสังคม กลไกทางเศรษฐกิจ และกลไกเสริมจากภายนอก

คำสำคัญ : กระบวนการชุมชน, กลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ, เศรษฐกิจชุมชน, เทศบาลตำบลตลาดแค

Abstract

This research aimed to: 1) to develop the identity and strategy plan for the community market of Taladkhae Municipality; 2) to analyze stakeholders and their participation in driving the Taladkhae community market; 3) to develop mechanisms and roles in market mobilization; and 4) to synthesize the development process of driving mechanisms to strengthen the community economy of Taladkhae Municipality. This study employed a community-based research (CBR) approach and integrated participatory action research (PAR) techniques. Research tools included focus group discussions, in-depth interviews, document analysis, and participatory workshops. Data were analyzed using causal analysis methods.

The findings revealed that: 1) In the past, the Taladkhae community market was the place for employment and making income for the community due to its location at a three-way junction and function as a rest stop, resulting in a high concentration of shops and services. However, the expansion of the road into four lanes led to a significant decline in market depression. To revitalize the market, its identity was redefined as a “community lifestyle market” focused on safe, affordable, high-quality local products under the brand name "Taladkhae Care Khun." The landscape was redesigned, and a logo featuring the *Kae* flower was created to reflect the community’s traditional character. A strategic development plan was formulated, encompassing the definition of market vision and identity, the promotion of local products, landscape improvement, and enhancement of the market management system. 2) Stakeholders within the community include community leaders, occupational groups, and local shop owners.

External stakeholders include the Taladkhae Municipality, local government agencies, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, and passing motorists and travelers. 3) The mechanism of market driving was established through a committee structure with designated roles and responsibilities, including management and operations, procurement and product sourcing, sales, accounting, and advisory teams. 4) The development process of market-driving mechanisms consists of four main components: spatial mechanisms, social mechanisms, economic mechanisms, and external support mechanisms.

Keywords: Community process, Economic driving mechanisms, Community economy, Taladkhae Municipality

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยที่ผ่านมาให้ความสำคัญการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยเชื่อว่าหากเศรษฐกิจเติบโตสูงขึ้นรายได้ของประชากรในประเทศก็จะสูงขึ้นไปด้วย แต่ในความเป็นจริง การขยายตัวทางเศรษฐกิจเชิงปริมาณดังกล่าวไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่ออย่างถาวรนัก แต่กลับทำให้เกิดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่รุนแรงมากขึ้นระหว่างภาคเกษตร และภาคอุตสาหกรรมวัยกระจุกจนกระจาย ซึ่งปัจจุบันความยากจนยังกระจุกตัวหนาแน่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ สาเหตุพื้นฐานสำคัญมาจากโครงสร้างเศรษฐกิจที่ไม่สมดุล ดังนั้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 จึงได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ และแก้ไข

ปัญหาความยากจน โดยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้เข้มแข็ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ทางออกที่สำคัญของการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เกิดการพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน ก็คือส่งเสริมความรู้เรื่องการรวมกลุ่มร่วมทุนสร้างและพัฒนาตลาดชุมชน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางและเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การบริโภค การจำหน่ายที่คนในท้องถิ่นชุมชนได้มีส่วนร่วมร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์และร่วมกันเป็นเจ้าของ ตลาดเศรษฐกิจชุมชนมีรากฐาน ต้องอยู่บนพื้นฐาน อัตลักษณ์ศักยภาพของชุมชน ภูมิปัญญาของชุมชนหรือทุนในชุมชน อาทิเช่น วัฒนธรรม ประเพณี สภาพภูมิประเทศและความหลากหลายทางทรัพยากรที่มีอยู่ของชุมชน (สกุล วงษ์กาฬสินธุ์, 2562)

เทศบาลตำบลตลาดแค ตั้งอยู่ในเขตอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัดนครราชสีมา ออกไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ประมาณ 49.50 กิโลเมตร เดิมเทศบาลตำบลตลาดแค ปกครองแบบสุขาภิบาลมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2514 ยกฐานะเป็นเทศบาลตำบลนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 หมู่บ้าน จำนวน 10 ชุมชน มีประชากรรวม 3,387 คน 858 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนาตามฤดูกาล ปลูกข้าว มะลิ 105 ผลผลิตที่ได้จากการทำนาค่อนข้างต่ำเฉลี่ย 300 กิโลกรัมต่อไร่ นอกจากนี้ยังมีอาชีพรับจ้างทั่วไป รับราชการ และอาชีพค้าขาย ปัจจุบันประชาชนในเขตเทศบาลตำบลตลาดแค มีฐานอาชีพพึ่งพิงการทำนาและการรับจ้างเป็นหลัก แต่ผลผลิตที่ได้จากการทำนายังต่ำเฉลี่ย 300 กิโลกรัมต่อไร่และยังขาดการรวมกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาต่อยอด ส่วนอาชีพนอกภาคการเกษตรยังขาดระบบและกระบวนการจัดการสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีมาตรฐานรองรับและไม่มีตลาดจำหน่ายจึงส่งผลให้ครัวเรือนมีรายได้ต่ำ เศรษฐกิจไม่มั่นคง ค่าเฉลี่ยรายได้เพียง 51,726 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยของจังหวัดนครราชสีมาซึ่งมีรายได้เฉลี่ยที่ 86,932 บาทต่อคนต่อปี (เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561)

ถึงแม้ว่าเทศบาลตำบลตลาดแค จะมีแผนยุทธศาสตร์และการเตรียมความพร้อมของคนไว้ในระดับหนึ่ง แต่เทศบาลตำบลตลาดแคและภาคประชาชนไม่มีความชัดเจนว่าจะทำอะไร กลไกกระบวนการและวิธีการการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจึงจะประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยในฐานะอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จึงสนใจจะศึกษากระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค เพื่อสนับสนุนการบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติ ในการขับเคลื่อนชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์และแผนยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค
3. เพื่อพัฒนากลไกและบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค
4. เพื่อสังเคราะห์กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผลด้านการพัฒนา
 - 1) ชุมชนได้อัตลักษณ์และสร้างรูปแบบโลโก้ พร้อมภูมิทัศน์ร้านค้าและตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน

2) ชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคได้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ที่ประชาชนร่วมคิดร่วมสร้างความหวังที่มีพลังและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ของชุมชน

3) ประชาชนเกิดการร่วมกลุ่มร่วมทุนเป็นเจ้าของร้านค้าและตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผู้ผลิตผู้บริโภคมีความปลอดภัย และยกระดับร้านค้าและตลาดชุมชน จดทะเบียนเป็น “วิสาหกิจชุมชนร้านค้าตลาดแค” ขับเคลื่อนโดยคนในชุมชน

4) ประชาชนในชุมชนตลาดแคมีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เกิดการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งผลให้สร้างรายได้เพิ่มขึ้น

2. ผลด้านความรู้ ได้ดังนี้

1) องค์ความรู้ที่เกิดจากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริงเกี่ยวกับกระบวนการจัดตั้งและกระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อน “วิสาหกิจชุมชนร้านค้าตลาดแคเชื่อมโยง กลุ่มอาชีพแบบครบวงจร เป็นองค์ความรู้ที่สามารถเผยแพร่การเรียนรู้สู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

2) องค์ความรู้กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ที่เกิดการเรียนรู้ควบคู่การปฏิบัติในบทบาทหน้าที่อาจารย์สถาบันอุดมศึกษาสู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

จากการศึกษาทบทวนเอกสาร แนวคิด ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน แนวคิดตลาดชุมชน แนวคิดองค์กรชุมชน แนวคิดการพัฒนาศักยภาพชุมชน แนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ แนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์และพัฒนากรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ดังผังภาพดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบและวิธีดำเนินการวิจัย โดยใช้รูปแบบการศึกษาเป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community – based Research: CBR) ควบคู่ไปกับการประยุกต์เทคนิควิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อสร้างพื้นที่การพัฒนาที่เป็นรูปธรรมแนวคิดของ เซอร์คีย์ เคลย์ (Shirky clay, 2554)

1. ประชากร กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ภาคส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตลาดแค ได้แก่ 1) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลตลาดแคที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย แผนงานงบประมาณ การพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีเทศบาลตลาดแค รองนายกเทศมนตรี ปลัดเทศบาล กองสวัสดิการสังคม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน จำนวน 10 คน 2) ตัวแทนผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประชาชน และประชาชน ในพื้นที่ชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค 10 ชุมชน ชุมชนละ 2 คน จำนวน 20 คน 3) นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

ชุมชน จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และภาครัฐที่เกี่ยวข้องส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน จำนวน 11 คน

2. วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มการจัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น ตามรูปแบบความร่วมมือ (Shirky clay, 2554) ได้แก่ การแบ่งปัน (Sharing) การประสานงานกัน (Cooperation) และการขับเคลื่อนร่วมกัน (Collective action) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม คือการสังเกตลักษณะทางกายภาพ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำกิจกรรม การขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เช่น การประชุมจัดเวทีระดมความคิดเห็น การซื้อการขายผลิตภัณฑ์ และสินค้าต่าง ๆ โดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งมีขั้นตอน (เกียรติสุตา ศรีสุข, 2548) ดังนี้ 1) ศึกษาวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดอย่างละเอียด 2) กำหนดประเด็นที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ 3) รวบรวมการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการตามประเด็นที่กำหนด 4) พิจารณาแต่ละรายการเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความชัดเจนทางภาษาเข้าใจง่ายเหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล 5) พิจารณารายการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา และ 6) จัดทำแบบเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข จนได้แบบรวบรวมข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ ในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้การจดบันทึกเฉพาะประเด็นสำคัญตามความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ นอกจากนั้นยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก และปัญหาที่เกิดขึ้นขณะเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือ (Reliability) ของข้อมูล โดยเริ่มจากรูปแบบการรวบรวมข้อมูลในหลากหลายวิธีทั้งการเก็บข้อมูล แล้วนำมาประกอบการแปลความหมายร่วมกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงความเป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด (สุภางค์ จันทวานิช, 2546)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลบางส่วนไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำผลสรุปเบื้องต้นจากข้อมูลมาใช้ในการออกแบบและตั้งคำถาม

เพิ่มเติม เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงประเด็นการวิจัยให้ชัดเจน การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อนักวิจัยเริ่มต้นเก็บข้อมูลจนถึงสิ้นสุดการเก็บข้อมูล (ซูพัตตร์ สุทธิสา และคณะ, 2554) เสนอการวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์จากผลมาจากเหตุ โดยวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นย้อนกลับมาให้เห็นว่าเกิดจากเหตุปัจจัยใดบ้าง หรือวิเคราะห์จากเหตุไปหาผลโดยวิเคราะห์ให้เห็นว่าเมื่อเหตุนี้เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดอะไรขึ้นบ้างแล้ว โยนาเสนอในรูปแบบความเรียงเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการการศึกษาการพัฒนาอัตลักษณ์และแผนยุทธศาสตร์ตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค พบว่า ชุมชนตลาดแคเป็นชุมชนเก่าแก่ที่ก่อตั้งมายาวนานนับศตวรรษ ที่ตั้งติดอยู่เส้นทางถนนมิตรภาพทั้งสองฝั่ง จากที่ตั้งดังกล่าวส่งผลให้ชุมชนตลาดเป็นศูนย์กลางของการเดินทาง คมนาคม เป็นบริเวณที่ผู้คนเดินทางเพื่อพักรถ ต่อรถ ก่อเกิดเป็นตลาดคนในชุมชนมาเช่าแผงนำสินค้าในชุมชนมาวางขาย มีโรงสี บิมน้ำมัน สถานบริการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย มีการจัดกิจกรรมประเพณีที่ผู้คนเดินทางมาท่องเที่ยว จึงเป็นตลาดชุมชนที่พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2534 มีการขยายถนนมิตรภาพเป็นแบบ 4 ช่องทางจราจร จึงมีการย้ายร้านค้ามาตั้งบริเวณเทศบาลตำบลตลาดแคในปัจจุบัน นอกจากนี้การเติบโตของเมือง มีการสร้างร้านค้าใหม่ ๆ เกิดขึ้น และรูปแบบการค้าขายใหม่ ๆ มีรถขายสินค้า นำสินค้าเข้าไปขายในชุมชน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตลาดชุมชนที่เคยคึกคักกลับเงียบเหงา ร้านค้าเริ่มทยอยปิดตัวลงนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2559 เทศบาลตำบลตลาดแคได้มีการสนับสนุนให้มีการก่อตั้งตลาดนัดชุมชนอีกครั้ง มีการก่อสร้างร้านค้าชุมชนบริเวณหน้าเทศบาลตำบลตลาดแคเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนนำสินค้าในชุมชนมาจำหน่าย ดำเนินการมาได้

ระยะเวลาหนึ่งก็ได้ปิดตัวลง แต่ยังคงมีร้านอาหารตามสั่งและมีการตลาดนัดสัปดาห์ละ 2 วัน ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2564 มีแนวคิดในการฟื้นฟูตลาดชุมชนเทศบาลตลาดแคอีกครั้งเพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนฐานราก คณะผู้วิจัยจึงร่วมกับชุมชนในการพัฒนาอัตลักษณ์ของตลาดชุมชน สร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่น ซึ่งมีกระบวนการ คือ การวิเคราะห์ปัญหาความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาอัตลักษณ์ตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค จัดตั้งทีมแกนหลักขับเคลื่อน การศึกษารวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ปฏิบัติการพัฒนาอัตลักษณ์ นำเสนอปฏิบัติการสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง การสรุปบทเรียน ผลการพัฒนาอัตลักษณ์ คือ มีการตั้งชื่อตลาดใหม่ว่า “ตลาดแค แคร่คุณ” เป็นตลาดชุมชนที่เน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนสะท้อนวิถีชุมชน มีเอกลักษณ์ “ปลอดภัย ถูก ดี มีความสุข” เป็นสินค้าที่ผลิตจากชุมชนผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคแบบครบวงจร มีการทำตราสัญลักษณ์ของตลาดเพื่อนำไปติดผลิตภัณฑ์และนำมาจำหน่ายในตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค และปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สะอาด สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก ห้องน้ำ จัดทำโลโก้รูปปั้นดอกแคเพื่อเป็นสัญลักษณ์ทำเป็นรูปดอกแคปูนปั้นหาสีบนฐานที่เหมาะสม สวยงามโดดเด่นอยู่ด้านหน้า ติดถนนมิตรภาพ และจัดสวนหย่อมปรับปรุงภูมิทัศน์ล้อมรอบบริเวณให้สวยงามเพื่อดึงดูดให้ผู้คนได้แวะพักและซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชน สถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย

การจัดทำยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค ได้มีการจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วยภาคประชาชน เครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน ร่วมระดมความเห็นและร่วมกันทำยุทธศาสตร์ ส่งผลให้มีการมีการทำยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค ดังต่อไปนี้

1) ด้านวิสัยทัศน์และอัตลักษณ์ของตลาดชุมชนตลาดแค ได้กำหนดแผนการพัฒนาตลาดชุมชน “สินค้า ปลอดภัย ถูก ดี มีสุข” และกำหนดให้เป็นร้านค้าชุมชนร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่คนในชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของการบริหารจัดการในรูปของคณะกรรมการ เพื่อให้ตลาดชุมชนในลักษณะ “ตลาดมีสินค้าครบจบในที่เดียว”

2) ด้านผลิตภัณฑ์ของตลาดชุมชน สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่นำมาขาย เป็นพืชผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ เป็นผลผลิตและผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนอำเภอโนนสูง และต้องได้รับการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้า และนำผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในเขตอำเภอโนนสูงมาจำหน่ายรายค้ายุติธรรม

3) ด้านการปรับปรุงภูมิทัศน์ตลาดชุมชน ต้องดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามและเป็นที่พักผ่อน เพื่อให้ตลาดเป็นที่น่าสนใจและอัตลักษณ์ของตลาดเพื่อให้เป็นจุดเช็กอิน และดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้ที่สัญจรผ่านไปมาแวะซื้อผลิตภัณฑ์ และพักผ่อนเพื่อเดินทางต่อไป

4) ด้านการบริหารตลาดและร้านค้าชุมชน คนในชุมชนร่วมเป็นเจ้าของระบบเศรษฐกิจชุมชน ร่วมลงทุนร่วมหุ้น รวมกันซื้อรวมกันขาย จัดตั้งคณะกรรมการบริหารงานตลาดชุมชน กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ จัดทำกฎกติกา ที่ยึดหลักการมีส่วนร่วม นำรายได้ไปจัดสวัสดิการชุมชน

2. ผลการศึกษาผู้มีส่วนได้เสียและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค พบว่า

1) กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ซื้อผู้ขายสินค้าตลาดนัดชุมชน กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน โดยได้รวมกลุ่มร่วมทุน เป็นทั้งเจ้าของร้านค้าและผู้ผลิตสินค้าชุมชนตลาดแค และเทศบาลตำบลตลาดแค ซึ่งทีมผู้บริหารและสมาชิกสภาเทศบาล เจ้าหน้าที่ได้เข้ามาร่วมเรียนรู้ ให้คำปรึกษา และสนับสนุนอาคารสถานที่ ภูมิทัศน์บริเวณตลาดให้มีความร่มรื่นสวยงาม

2) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภายนอกชุมชน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโนนสูง สำนักงานเกษตรอำเภอโนนสูง พร้อมสนับสนุนด้านวิชาการและงบประมาณ ประสานกลุ่มอาชีพสินค้าโอท็อป (OTOP) การผลิตสินค้าการเกษตรปลอดภัยของชุมชนตลาดแค และการยกระดับกลุ่มอาชีพเกษตรให้เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ ให้คำแนะนำทางวิชาการ และประสานเครือข่ายการพัฒนา

3. การพัฒนากลไกในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค เพื่อความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน พบว่าแนวทางในการบริหารจัดการตลาดชุมชน มีประเด็นที่สำคัญ คือ จัดโครงสร้างคณะกรรมการบริหารตลาด พัฒนาศักยภาพ คณะกรรมการ พัฒนาความรู้เกี่ยวกับตลาดชุมชน พัฒนาระบบการบริหารจัดการ และ กระบวนการขับเคลื่อนตลาดชุมชน มีดังนี้ 1) จัดตั้งร้านค้าและตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน เทศบาลตำบลตลาดแค โดยประชาชนในชุมชนรวมกลุ่ม ร่วมทุนเป็นเจ้าของกิจการ ร้านค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยให้ถือหุ้น หุ้นละ 100 บาท ถือหุ้นสูงสุดไม่เกิน 5,000 บาท มีประชาชนสมัครเป็นสมาชิกแรกตั้ง จำนวน 106 คน ถือหุ้นจำนวน 1,802 หุ้น เมื่อรวมกับเงินบริจาคสมทบของผู้นำชุมชน รวมทุนดำเนินการ 235,200 บาท เพื่อเป็น ทุนในการซื้อสินค้าจำหน่ายในร้านค้าชุมชน 2) จัดอาคารสถานที่และปรับปรุงภูมิทัศน์ โดยสมาชิกและผู้นำชุมชน เครือข่ายภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมคิดร่วมวางแผน ร่วมลงแรง ร่วมสมทบทุนสร้างรั้ว ปรับปรุงพื้น การจัดทำแปลงปลูกผักกลุ่มผู้สูงอายุ ทำโอ่งคังต้นไม้ จัดทำกำแพงป้ายขนาดใหญ่ความยาว 20 เมตร จัดทำปูนรูปปั้นดอกแค ให้มีความโดดเด่นที่สวยงาม เป็นจุดดึงดูดใจให้คนได้แวะชมและซื้อสินค้า โดยมีการขับเคลื่อนร้านค้าและตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่ามีกลไกและบทบาท ดังนี้

1) กรรมการที่ปรึกษา ประกอบด้วยนายอำเภอโนนสูง สำนักงานพัฒนา ชุมชนอำเภอโนนสูง สำนักงานเกษตรอำเภอโนนสูง ผู้ทรงคุณวุฒิในชุมชน มีบทบาท ให้คำแนะนำ เป็นที่ปรึกษาในการดำเนินงานร้านค้าและตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

2) คณะกรรมการดำเนินงานร้านค้าชุมชนตลาดแค มีจำนวน 4 คณะ ได้แก่ กรรมการฝ่ายอำนวยการและดำเนินงาน ทำหน้าที่ในการควบคุมการดำเนินงาน การกำหนดระเบียบ ดำเนินงานตามระเบียบ รับสมาชิก การประชุม เป็นต้น กรรมการ ฝ่ายตรวจสอบบัญชี คณะกรรมการฝ่ายจัดซื้อและจัดหาสินค้าผลิตภัณฑ์ และ คณะกรรมการฝ่ายขาย มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี

3) สมาชิกกลุ่มร้านค้าและตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ สมาชิกสามัญ คือ บุคคลในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคและคุณสมบัติของสมาชิกสามัญ ต้องเป็นผู้ถือหุ้น

ไม่ต่ำกว่า 1 หุ่น หุ่นละ 100 บาท และสมาชิกกิตติมศักดิ์ คือ สมาชิกที่เป็นผู้มีอุปการคุณ ได้แก่ คหบดี พ่อค้าผู้นำชุมชน นักการเมือง ที่เป็นผู้ที่ช่วยเหลือและสนับสนุนกิจการโดยไม่หวังผลตอบแทน

4. การสังเคราะห์กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค พบว่า

1) กลไกเชิงพื้นที่เป็นตัวขับเคลื่อน มีบทบาทพื้นที่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ (1) รูปแบบการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนเป็นกลุ่ม ส่งผลให้ชุมชนเกิดการพึ่งพาอาศัยกันในชีวิตประจำวัน ทั้งการผลิตและการบริโภค (2) ด้านวัฒนธรรมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาจักสาน ทำให้เกิดการสร้างงาน และสร้างเศรษฐกิจในชุมชน (3) อาชีพทำการเกษตร ที่หนุนเสริมร้านค้าชุมชนตลาดแค บทบาทนำสินค้าผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายที่ร้านค้าชุมชน 4) สถานที่ตั้งของร้านค้าชุมชนตลาดแค ซึ่งอยู่ติดถนนมิตรภาพ สะดวกในการซื้อขาย จึงเป็นกระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน

2) กลไกทางสังคมเป็นตัวขับเคลื่อน ประกอบด้วย (1) วิถีชีวิตและความเป็นเครือญาติของคนในชุมชนตลาดแค ทำให้เกิดความผูกพันในกลุ่มเครือญาติ มีความคุ้นเคย ทำให้รวมกลุ่มกันได้ง่าย (2) บทบาทของผู้นำในชุมชนและผู้นำในกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ของชุมชนตลาดแค เป็นผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำ ได้รับการยอมรับ เสียสละ และลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเอง ก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (3) ข้อตกลงและกฎกติกาของร้านค้าชุมชนตลาด แค โครงสร้างขององค์กรมีคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ มีบทบาทและรับผิดชอบในการดำเนินงานที่ชัดเจน

3) กลไกทางเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อน ประกอบด้วย (1) การพัฒนาตลาดร้านค้าชุมชน เป็นตลาดแบบครบจบในที่เดียว รวมกลุ่มร่วมทุนเป็นเจ้าของตลาดและร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและผลิตภัณฑ์ของชุมชน (2) การเป็นสมาชิกร้านค้าชุมชนมีผลตอบแทน โดยนำสินค้ามาจำหน่ายในร้านค้าชุมชนและการได้ซื้อสินค้าในราคา

ยุติธรรม (3) สมาชิกมีโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนเพิ่มขึ้น โดยนำผลิตภัณฑ์
ผลผลิตของครัวเรือนมาจำหน่าย

4) กลไกเสริมจากปัจจัยภายนอก เช่น การได้รับการสนับสนุนจาก
หน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโนนสูง สำนักงานเกษตรอำเภอ
สนับสนุนด้านวิชาการและงบประมาณ ในการยกระดับกลุ่มอาชีพเกษตรให้เป็นกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน การได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในด้าน
วิชาการงบประมาณ และการนำคณะกรรมการร้านค้าชุมชนไปศึกษาดูงาน กลุ่มผู้สัญจร
ผ่านชุมชนตลาดแคที่ซื้อสินค้า และผลิตภัณฑ์ ผลผลิต ของที่ระลึกเป็นของชุมชนตลาดแค

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสรุปบทเรียนการพัฒนาอัตลักษณ์และแผนยุทธศาสตร์ตลาด
ชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคที่ผ่านมา พบว่า การสร้างอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ตลาด
ชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค ซึ่งสัญลักษณ์และโลโก้ที่เป็น “ดอกแคบ้านสีชาวแดงพร้อม
ใบสีเขียว” ซึ่งสื่อความหมาย “ตลาดแค แคร่คุณ” ซึ่งจะทำเป็นรูปดอกแคปูนปั้นทาสีบน
ฐานที่เหมาะสม สวยงามโดดเด่น เพื่อให้เป็นที่ภาคภูมิใจและเป็นที่น่าสนใจของคนตลาดแค
อยู่ด้านหน้า ตัดถนนมิตรภาพ พร้อมจัดสวนหย่อม มีสถานที่จอดรถกว้างขวางปลอดภัย
ภูมิทัศน์มีความโดดเด่น สวยงามเรียบง่ายสะท้อนวิถีชีวิตของคนตลาดแค ซึ่งสอดคล้อง
แนวคิดของเสริมศักดิ์ ขุนพล (2557) ที่ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นจึงเกิดจากสิ่งต่าง
ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในละพื้นที่ เช่น ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น
ประเพณี การแต่งกาย ภาษาที่ใช้พูด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สังคมได้สร้างขึ้นจนกลายเป็น
วัฒนธรรมประเพณีการเคลื่อนไหวของสังคมแนวใหม่ (New Social Movement)
จึงเป็นเครื่องมือทางกระบวนการทางสังคมใหม่ที่ชุมชนนำมาสร้างความรู้ เพื่อค้นหาและ
สร้างอัตลักษณ์และโลโก้ของตลาดชุมชนตลาดแค เพื่อเป็นสัญลักษณ์ที่จดจำของลูกค้า
และผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจ

2. ผลการทบทวนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนตลาดแค โดยจัดทำแผนยุทธศาสตร์ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนตลาดแค ซึ่งชุมชนยืนยันลักษณะของตลาดแบบครบจบในที่เดียว โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดทำยุทธศาสตร์จนเกิดการกลุ่มร่วมทุนเป็นเจ้าของตลาดและร้านค้าชุมชน โดยใช้ชื่อตลาด “ตลาดแค แคร่คุณ” โดยมีวิสัยทัศน์ คือ สินค้าที่ผู้ผลิตผู้บริโภคปลอดภัย ถูก ดี มีสุข โดยกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนตลาดแค ประกอบด้วย การแต่งกายที่สะท้อนอัตลักษณ์วิถีของชุมชน สุภาพสตรีต้องใส่ผ้าถุง มีจิตใจให้บริการ พูดภาษาโคราช มีการรณรงค์ให้ผู้จำหน่ายและลูกค้าใช้ตะกร้าหรือถุงผ้า มีแผนยุทธศาสตร์การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามและเป็นที่พักผ่อน เพื่อให้ตลาดเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติรัตน์ เจริญสุข, อาคม เจริญสุข และปาริฉัตร วิมูลชาติ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิจัยปฏิบัติการด้านการมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้ตลาดชุมชนเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเกื้อหนุนที่เอื้อต่อการพัฒนาให้เป็นตลาดชุมชนที่ยั่งยืน ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและงานประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และ การศึกษาของนิรมล ขมหวาน (2557) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนโบราณบางพลีมีอัตลักษณ์ของชุมชนที่แสดงการมีวิถีชีวิตชุมชนแบบแม่ค้าชุมชนตลาดริมน้ำ

3. ผลการศึกษาผู้มีส่วนได้เสียและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนตลาดแค พบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ซื้อผู้ขายสินค้าตลาดนัดชุมชน กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน โดยมีส่วนร่วมรวมทุน ร่วมกันวางแผนและเป้าหมายความคาดหวังร่วมกันในการขับเคลื่อนตลาด เป็นเจ้าของตลาดร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกิตติชัย นวลทอง (2559) ที่กล่าวว่า ตลาดชุมชนเป็นสถานที่หรือแหล่งเรียนรู้ทางการค้าชุมชน โดยมีกระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และ กรมการพัฒนาชุมชน (2547) ได้ศึกษาการบริหารจัดการองค์กรกองทุนชุมชนดีเด่นของแต่ละภาค 4 ภาค ว่าหลักการบริหารจัดการองค์กรกองทุนที่มีประสิทธิภาพ ประการหนึ่ง

คือหลักการมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยมีส่วนร่วมในการคัดเลือกคณะกรรมการ มีส่วนร่วมในการกำหนดข้อบังคับ กฎเกณฑ์ กติกาของกองทุน และมีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาหรือดำเนินกิจกรรมร่วมกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542) และอัญชัน แกมเขย (2544) หลักการดำเนินงานขององค์กรชุมชน คือ การส่งเสริมสินค้าและบริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจกล่าวคือการไม่เอาัดเอาเปรียบชุมชน สมาชิก ผู้รับบริการ ผู้บริโภค ผู้ผลิต

4. การพัฒนากลไกในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนตลาดแค พบว่า กลไกในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนตลาดแค ประกอบด้วยกรรมการที่ปรึกษาจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ส่วนคณะกรรมการในการดำเนินงานร้านค้าชุมชนตลาดแค คือ กรรมการฝ่ายอำนวยการและดำเนินงาน กรรมการฝ่ายตรวจสอบบัญชี คณะกรรมการฝ่ายจัดซื้อและจัดหาสินค้าผลิตภัณฑ์และคณะกรรมการฝ่ายขาย และสมาชิกกลุ่มร้านค้าและตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนมี 2 ประเภท คือ สมาชิกสามัญ และสมาชิกกิตติมศักดิ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธงชัย สันติวงษ์ (2540) ได้อธิบายว่า การจัดองค์กรหรือองค์กร คือ การมอบหมายงานให้คนปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของสมพันธ์ เตชะอธิก (2547) ได้อธิบายไว้ว่า องค์ประกอบขององค์กรชุมชน ประกอบด้วย โครงสร้างและบทบาทหน้าที่เป็นรูปแบบมาตรฐาน คือ มีประธาน รองประธาน เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ ภูมิคม เจริญฤๅณ ฝ่ายซื้อฝ่ายขาย ตรวจสอบ และกรรมการอื่น ๆ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันตามตำแหน่ง และมีกฎกติการ่วมกัน เพื่อยึดเป็นแนวทางปฏิบัติและเป็นข้อตกลงร่วมกัน

5. การสังเคราะห์กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ากระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนประกอบด้วย 1) กลไกเชิงพื้นที่เป็นตัวขับเคลื่อน อาทิเช่น รูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชน วัฒนธรรมประเพณี อาชีพของคนในชุมชนตลาดแค มีบทบาทนำผลิตภัณฑ์

ภูมิปัญญาจําหน่ายร้านค้าชุมชน จึงเป็นกลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอินทรา พงษ์นาค (2557) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเมืองอุทองเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ชุมชนเมืองอุทองมีอัตลักษณ์ของชุมชนที่แสดงวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่และเกิดการยอมรับร่วมกันของชาวชุมชน และมีการปฏิบัติต่อกันจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตมีผลต่อการท่องเที่ยว 2) กลไกทางสังคมที่เป็นตัวขับเคลื่อน อาทิเช่น วิถีชีวิตและความเป็นเครือญาติ บทบาทการมีส่วนร่วมของผู้นำในชุมชนและผู้นำในกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ของชุมชนตลาดแค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมการพัฒนาชุมชน (2547) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการองค์กรกองทุนชุมชนดีเด่นของแต่ละภาค 4 ภาค ได้เสนอหลักการบริหารจัดการองค์กรที่ดี คือการยึดหลักการมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยมีส่วนร่วมในการคัดเลือกคณะกรรมการกำหนดข้อบังคับ กฎเกณฑ์ กติกาของกองทุน และมีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาหรือดำเนินกิจกรรม และสมพันธ์ เตชะอธิก (2547) ได้อธิบายองค์ประกอบสำคัญขององค์กรชาวบ้าน ผู้นำถือว่าเป็นผู้กุมความอยู่รอดขององค์กรชาวบ้านหากผู้นำได้รับการยอมรับ มีบารมี มีความสามารถ จะสามารถนำองค์กรชาวบ้านให้ประสบผลสำเร็จได้ 3) กลไกทางเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อน อาทิเช่น การพัฒนาตลาดร้านค้าชุมชน การเป็นสมาชิกร้านค้าชุมชนมีผลตอบแทน และสมาชิกมีโอกาในการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ (2527) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบขององค์กรชุมชน คือ การมีผลประโยชน์ร่วมกันและการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและทั่วถึง และ 4) กลไกเสริมจากปัจจัยภายนอก การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในด้านวิชาการงบประมาณ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมพัฒนาชุมชน (2560) อธิบายถึงแนวทางดำเนินโครงการตลาดนัดชุมชนไทยช่วยไทยคนไทยยิ้มได้ กลยุทธ์การทำงานให้ประสบความสำเร็จ คือ การสร้างความร่วมมือกับภาคีการพัฒนา การบูรณาการทำงานแบบมีส่วนร่วม และการรับผลประโยชน์จากการทำงาน และการสร้างความเข้าใจชี้แจงภาคีการพัฒนาและผู้มีส่วนได้เสีย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา

1.1 พัฒนากลไกในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนตลาดแค มีการจัดโครงสร้างการบริหารงานและการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินงานฝ่ายต่าง ๆ เพื่อเข้ามาเป็นกลไกในการดำเนินงาน ดังนั้น จึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการให้มีความรู้ ความเข้าใจในการบริหารงาน การใช้เทคโนโลยีเข้ามาจัดการด้านการจำหน่ายสินค้า เพื่อสร้างความโปร่งใส การตรวจสอบได้ของสมาชิกได้

1.2 จากการวิจัยพบว่า กระบวนการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนตลาดชุมชนเพื่อความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งกลไกเชิงพื้นที่เป็นตัวขับเคลื่อน กลไกทางสังคมที่เป็นตัวขับเคลื่อน และกลไกทางเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อน และมีกลไกภายนอกเป็นกลไกหนุนเสริม ดังนั้น การพัฒนาร้านค้าชุมชนตลาดแคจะต้องเน้นการบริหารจัดการที่ยึดหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก ส่งเสริมบทบาทของผู้นำชุมชนให้เข้ามา มีบทบาทสนับสนุนการดำเนินงาน การจัดทำกฎกติกาที่มีความชัดเจน ปฏิบัติได้ ซึ่งเกิดจากสมาชิกของกลุ่มเป็นผู้กำหนดและเป็นผู้ปฏิบัติโดยให้ทราบกันอย่างทั่วถึงสมาชิกต้องได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมของร้านค้าชุมชนและควรมีการจัดสวัสดิการชุมชนในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดการจัดตั้งร้านค้าชุมชนเพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าชุมชน สินค้า OTOP หากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยถึงกระบวนการที่จะทำให้การบริหารร้านค้าชุมชนตลาดแคประสบความสำเร็จ ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้และการสร้างสวัสดิการให้เกิดขึ้นกับชุมชน

2.2 ผลจากการวิจัยได้ค้นพบว่า หน่วยงานของเทศบาลตำบลตลาดแคและหน่วยงานภาคีภายนอกมีส่วนในการสนับสนุนการดำเนินงานร้านค้าชุมชนตลาดแค ควร

มีการวิจัยในบทบาทหน้าที่ภารกิจของเทศบาลในการสนับสนุนส่งเสริมให้ร้านค้าชุมชนมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และภาคีเครือข่ายส่วนราชการจะตั้งศักยภาพของหน่วยงานเหล่านั้นมาหนุนเสริมเพื่อให้ร้านค้าชุมชนมีศักยภาพในการแข่งขันและสร้างมาตรฐานของสินค้า สร้างความเป็นอัตลักษณ์ของร้านค้าชุมชนตลาดแค

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน . (2547). *คู่มือองค์กรเครือข่ายกับการบริหารจัดการทุนแบบมืออาชีฟ*. บริษัทชาวไทยเพรส จำกัด.
- _____. (2560). *การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากภายใต้กลไกประชารัฐ*. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2527). *จิตสำนึกของชาวนา : ทัศนคติและแนวการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง*. สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- กิตติชัย นวลทอง. (2563). *ผลงานแนวคิด “ปันไถ่ร้อยสายสร้างเครือข่ายและตลาดชุมชน”*. www.pandinthong.com
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2548). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาความสามารถในการทำวิจัย*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่:เชียงใหม่.
- ชุตีรัตน์ เจริญสุข, อาคม เจริญสุข และปาริฉัตร วัฒนชาติ. (2556). *การวิจัยปฏิบัติการด้านการมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดชุมชนเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี*. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ชูศักดิ์ สุทธิสา และคณะ. (2554). *โครงการวิจัยการพัฒนาระบบและกลไกการพัฒนาคุณภาพงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นภาคอีสานสู่การสร้างที่ทางสังคมและการขับเคลื่อนนโยบาย*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เซอร์เก้ เคลย์. (2554). *พลังกลุ่มไร้สังกัด*. มติชน.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). *ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เทศบาลตำบลลาดแค. (2561). *ประชากร*. <http://www.taladkae.go.th/showdata>.

ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *องค์การและการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 11). ไทยวัฒนาพานิช.

สกุล วงษ์กาฬสินธุ์. (2562). *ศักยภาพชุมชนในการแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาหมู่บ้านลำอำเภอลือสง จังหวัดนครราชสีมา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

สมพันธ์ เตชะอธิกและคณะ. (2547). *การเรียนรู้และการจัดการความรู้ขององค์กรชุมชนเพื่อชุมชนเป็นสุข*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *สรุปแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สุภางค์ จันทวานิชม. (2546). *วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. ในคู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่องานพัฒนา, อุทัย ดุลยเกษม (พิมพ์ครั้งที่ 4). สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เสริมศักดิ์ ขุนพล. (2557). *การศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความเชื่อของชุมชนเกาะยอ*. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 28(3), 83-103.

อัญชัน แกมเขย. (2544). *ธุรกิจชุมชนกับสำนึกร่วมในการจัดการป่า กรณีศึกษาบ้านเขาราวเทียนทอง ตำบลเนินฆ้อ กิ่งอำเภอนีนาม จังหวัดชัยนาท*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

อินทรา พงษ์นาค. (2557). *อัตลักษณ์ชุมชนเมืองอุทองเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทางวัฒนธรรม (สหสาขาวิชา)]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิรมล ขมหวาน (2557). *การศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์, 14(1), 125-144.

Author

Miss Sirikorn Boonsang

Bachelor of Art Program Innovation Social Development , Faculty of Humanities and Social Sciences Nakhon Rachasima Rajabhat University 340 Ruranarai Road, Nai Mueang Subdidtrict,Mueang District,Nakhon Rachasima Province. 30000

E-mail: sirikorn.b@nrru.ac.th Tel: 081-6861155

Asst.Prof.Dr.Sakul Wongkalasin

Docter of Philosophy (Public and Private Management) , Faculty of Humanities and Social Sciences Nakhon Rachasima Rajabhat University 340 Ruranarai Road, Nai Mueang Subdidtrict,Mueang District,Nakhon Rachasima Province. 30000 E-mail:

Sakul.w@nrru.ac.th Tel:090-9985795