

กำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดและผู้ค้ารายย่อย
ในอำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

The Origin and Evolution of Fresh Market and Small Traders
in Sangkha District Surin Province

จักรพงษ์ เจือจันทร์¹

Jakrapong Juajun¹

Received : January 24, 2020; Revised : April 8, 2020; Accepted : April 12, 2020

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษากำเนิดและพัฒนาการของตลาดสด อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ 2) เพื่อศึกษาพัฒนาการของผู้ค้ารายย่อยในตลาดสด 3) เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสด โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บริหารตลาดและผู้ที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดเทศบาลสังขะ จำนวน 80 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและสัมภาษณ์ การนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีเรียงความเชิงพรรณนา และข้อมูลเชิงปริมาณนำเสนอทางสถิติด้วยค่าเฉลี่ยและร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่ทำให้เกิดตลาดสด คือ เส้นทางการคมนาคม, การเติบโตทางเศรษฐกิจ และ ข้อบังคับของราชการ 2) พัฒนาการของผู้ค้ารายย่อย พบว่าผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่และเคยประกอบอาชีพเกษตรกรมาก่อน สาเหตุที่มาประกอบอาชีพค้าขายเนื่องจากเห็นว่าเป็นงานที่เบาสบายกว่าทำการเกษตร มีรายได้ทุกวันและสามารถเลี้ยงครอบครัวได้ โดยมีรายได้เฉลี่ยวันละประมาณ 300-500 บาท 3) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดสด อยากให้ปรับปรุงและพัฒนาด้านสุขลักษณะ โดยเฉพาะความสะอาด การจัดเก็บขยะ และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้คนมาจับจ่ายในตลาดสดเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ (Keywords) : ตลาดสด, ผู้ค้ารายย่อย, อำเภอสังขะ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the origin and development of the fresh market in Sangkha District, Surin Province 2) to study the development of small traders in the fresh market 3) to search for suggestions for the development of the fresh market. The research uses a combination of qualitative and quantitative research methods. Qualitative sample groups are market executives and small traders. The quantitative sample consisted of 80 small traders in Sangkha fresh market by using questionnaires and interviews. Qualitative data were using a descriptive essay method. For quantitative data, use a Mean and Percentage. The results of the research are as follows: 1) The factors that cause the fresh market are transportation routes, economic growth, and government regulations. 2) Small traders' development found that; most of the small traders are female and living in the area who have previously been farmers. The reason for being a small trader because it is an easy job, and earning a daily income and being able to support the family, with an average income of 300-500 baht per day. 3) Suggestions on how to improve and develop the fresh market, found that; the small traders and consumers want to improve on hygiene, especially cleanliness, waste management, car parking and public relations for more people to shop in the fresh market

Keywords : Fresh Market, Sangkha District, Small Traders

บทนำ (Introduction)

อำเภอสังขะเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ อยู่ห่างจากจังหวัดสุรินทร์ประมาณ 48 กิโลเมตร พื้นที่เป็นที่ราบ ในอดีตนั้นเรียกว่า บ้านโคกอ้อจจะ (หรือบ้านดงยาง) ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา ครั้งแผ่นดินพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์ (พระเจ้าเอกทัศ) ได้รับการยกเป็นฐานะขึ้นเป็นเมืองและทรงพระราชทานนามว่า เมืองสังขะ มีพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง เจ้าเมืองคนแรก และคงดำรงฐานะเป็นเมืองเรื่อยมาจนกระทั่งถึง พ.ศ. 2450 จึงถูกยุบลงเป็นอำเภอ เรียกว่า อำเภอสังขะ ขึ้นกับจังหวัดสุรินทร์มาจนกระทั่งปัจจุบัน (Sangkha Community Development Office, 2018)

ความเป็นมาของอำเภอสังขะทั้งด้านการเมือง การปกครอง สังคม เศรษฐกิจ ของ พบว่า สภาพเศรษฐกิจในช่วงนี้ระหว่างปี พ.ศ. 2302 เป็นเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม พึ่งพาอาศัยธรรมชาติเป็นสำคัญ ผลผลิตได้มาจากป่าไม้ เช่น นอรมาด งาช้าง แก่นสน ปีกนก เป็นต้น และมีการส่งส่วยสินค้าเหล่านี้ไปยังกรุงศรีอยุธยาเพื่อทำการค้ากับต่างประเทศต่อไป ในยุครัตนโกสินทร์ตอนต้น เริ่มมีการซื้อขายในแถบนี้ ช่วงปี พ.ศ.2325 มีพ่อค้าชาวเวียดนามมาซื้อโค กระบือ ถึงหัวเมืองขุนขันธ์ ผ่านมาทางช่องโพน (จังหวัดศรีสะเกษ) เพื่อนำโค กระบือไปยังพนมเปญ กัมพูชา ดังนั้นสังขะจึงเป็นเส้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญในขณะนั้นเพื่อติดต่อซื้อขายกับกัมพูชา ซึ่งยังคงเป็นระบบแลกเปลี่ยน เช่น ปลา แลกเกลือ พืชผักแลกกับเครื่องนุ่งห่ม หรือภาชนะ เป็นต้น สินค้าที่ผลิตเองใช้เองก็มีหม้อดิน ซึ่งบริเวณบ้านตะกอยอด ตำบลพระแก้ว เป็นแหล่งผลิตหม้อดินที่สำคัญของอำเภอ (Kongsap, 2001 : 18)

จากบันทึกของเอเจียน แอมอนิเย ได้กล่าวถึงอำเภอสังขะในด้านการค้าเมื่อปี พ.ศ.2440 ว่า เมืองหรืออำเภอสังขะ เป็นหมู่บ้านที่มีบ้านประมาณ 100 หลังคาเรือน ตั้งกระจัดกระจายอยู่บริเวณป่าที่เป็นเนินสูงและล้อมรอบด้วยที่ราบเป็นทราย ทางด้านริมฝั่งซ้ายของลำน้ำสาดิงสแรล ซึ่งในช่วงฤดูแล้งนั้น เมื่อบ่อน้ำในชุมชนขาดน้ำ ชาวบ้านก็ได้อาศัยน้ำห้วยนี้ในการอุปโภคบริโภค เมืองสังขะตอนนั้นไม่มีทั้งตลาดสด ไม่มีการเก็บภาษีและการผูกขาด แต่ยังคงมีการค้าสุราและฝิ่นอย่างเสรี โดยมีกลุ่มคนจากเมืองสยามและคนจีน เดินทางเข้ามาเพื่อทำการค้าแต่ไม่ได้พักอยู่ที่นี้ เพราะกลัวคุณไสยของคนท้องถิ่น ...ทั้งนี้ในเมืองจะไม่มีปลา ที่หาได้ก็จะมีก็แต่เพียงข้าว เกลือ และพริก เท่านั้น (Aymonier, 2000 : 188)

ระหว่าง พ.ศ. 2450-2509 เศรษฐกิจการค้าเมืองสังขะเริ่มคึกคักเมื่อมีกลุ่มพ่อค้าชาวจีนเดินทางเข้ามาประกอบการค้าในจังหวัดสุรินทร์โดยทางรถไฟ และเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ ของจังหวัดสุรินทร์ โดยแต่ละคนก็จะนำประสบการณ์การค้าจากแผ่นดินจีนมาใช้ทำมาหากินในแผ่นดินสยาม เมื่อเริ่มสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจได้แล้ว ก็เริ่มระบบการค้า การสะสมทุน การถือครองที่ดิน การตั้งกิจการทางการค้า และผลกระทบทางเศรษฐกิจของอำเภอสังขะเริ่มขึ้นเมื่อมีการเลี้ยงไก่ในตัวเมือง และขยายสู่ชาวบ้าน เป็นการเลี้ยงไก่พันธุ์แทนไก่พื้นเมือง เพื่อการค้า (Kongsap, 2001 : 28-29)

ด้านการค้าขายและตลาดสดในจังหวัดสุรินทร์ในระยะเริ่มต้นนั้น แม้อำเภอเริ่มต้นจากการที่ชาวบ้านนำสินค้าพวกผักพื้นเมือง ปลา กบ ไก่ ไข่ ข้าวสาร มะพร้าว และอื่น ๆ ที่มีตามฤดูกาล เช่น เห็ด เอามาขายที่ตลาดสดเทศบาล โดยระยะแรกผู้ขายก็คือชาวบ้านจากหมู่บ้านใกล้เคียง เอาของมาขายตอนเช้าพอถึงช่วงสาย ๆ ก็กลับ เมื่อการคมนาคมและถนนหนทางสะดวก พวกหมู่บ้าน

อื่นที่อยู่ไกลออกไปที่มีรถยนต์ก็พามาขายตั้งแต่เช้ามีตจนถึงเวลาสายก็กลับ กิจกรรมในตลาดเช้าทำให้สตรีในชนบทได้เสาะหาสินค้าต่าง ๆ เช่น กล้วย มะพร้าว กบ ปลา ชিং ข่า ขี้เหล็ก ไข่ เป็ด ไช้ พืชผักสวนครัวต่าง ๆ มากมาย โดยบางคนก็ไปเก็บจากป่า จากรั้วบ้าน บางคนก็รับซื้อจากชาวบ้านด้วยตนเอง เอามาขายที่ตลาดพอได้กำไรเล็ก ๆ น้อย ๆ ก่อให้เกิดอาชีพค้าขายนี้ขึ้น เงินที่ได้จากการค้าขายนี้หากเก็บจากป่าก็กำไรทั้งสิ้น (Kaendiew, 1991 : 110-112)

ทั้งนี้ นอกจากจากตลาดจะเป็นสถานที่ชุมนุมที่เกิดขึ้นประจำหรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันเวลาที่กำหนด สำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ แล้ว ตลาดและตลาดสดยังเป็นแหล่งชุมนุมที่ผู้มาชุมนุมจักต้องระลึกและรับรู้ ตลอดจนถึงปฏิบัติเพื่อให้เกิดหรือสร้างบรรยากาศที่เกื้อกูลแบบกัลยาณมิตร ภายใต้ดุลยภาพในมิติต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง ดังนั้น เจ้าของหรือผู้กำกับดูแล จักต้องทบทวน ตลอดจนถึงสร้างและหนุนเสริมรวมถึงรังสรรค์บรรยากาศ หรือสร้างสภาพแวดล้อมอันพึงประสงค์ (Arevart, 2010 : 23)

จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งนอกจากจะมีตลาดสดที่กระจายอยู่ตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ แล้ว ยังมีห้างสรรพสินค้า ร้านมินิมาร์ท และไฮเปอร์มาร์ท เกิดขึ้นอีกมากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างผู้ค้ารายย่อยและระบบทุน โครงการวิจัยนี้จึงได้ดำเนินการขึ้น เพื่อศึกษากำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดและผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดเทศบาลตำบลสังขะ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพกาลที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะเกิดประโยชน์แก่ผู้บริหารตลาด ผู้ค้ารายย่อยและผู้บริโภค หากผู้ค้ารายย่อยไม่สามารถดำรงชีพในวิถีของตนเองได้ ความด้อยโอกาสของผู้คนกลุ่มนี้จะเพิ่มความเหลื่อมล้ำมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษากำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดท้องถิ่น และผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดเทศบาลตำบลสังขะ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาการของผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดเทศบาลตำบลสังขะ
3. เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสด และผู้ค้ารายย่อยจากผู้บริหารตลาด ผู้ค้ารายย่อยและผู้บริโภค เพื่อส่งต่อข้อเสนอแนะนี้ไปยังผู้กำหนดนโยบายและผู้ที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

1. กำเนิดและพัฒนาการของตลาดสด ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดอำเภอสังขะ ใช้วิธีการศึกษาจากหนังสือ เอกสาร ตำรา อินเทอร์เน็ต และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่เทศบาลสังขะ ผู้ค้ารายย่อยในอำเภอสังขะ จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลและเรียบเรียงโดยการเขียนเรียงความเชิงพรรณนา

2. การปรับตัวของผู้ค้ารายย่อย ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ผู้ที่เป็นผู้ค้ารายย่อย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ประชากรคือผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดเทศบาลสังขะ โดยข้อมูลเทศบาลปี 2561 มีผู้ค้าจำนวน 257 ราย

2.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 ราย ได้มาจากการสุ่มถามผู้ค้าในตลาด โดยให้ครอบคลุมผู้ค้าที่หลากหลายตามชนิดสินค้า

2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และร้อยละ และมีการนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียงเชิงพรรณนา

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาตลาดสด โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารตลาดสดหรือผู้มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแลตลาดสด ผู้ค้ารายย่อยในตลาดสด รวมทั้งผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในตลาดดังกล่าว รวมทั้งศึกษากฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับตลาดสด และนำเสนอด้วยวิธีการเขียนเรียงความเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย (Research Results)

1. กำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดอำเภอสังขะ

ตลาดสดแห่งแรกของอำเภอสังขะพบว่าตั้งขึ้นในปี 2454 โดยผู้ก่อตั้งตลาดแห่งแรกคือ นายหยก แซ่ห้วง ซึ่งเกิดในเมืองจีนในปี 2434 โดยได้อพยพจากมากับเพื่อนอีก 3 คน เข้ามาเมืองไทยเมื่ออายุได้ 20 ปี ในปี 2454 (ซึ่งเป็นปีสุดท้ายของรัชกาลที่ 5) เดินทางจากกรุงเทพฯ มาถึงปลายทางที่โคราชในปีเดียวกันนั้น ตอนนั้นรางรถไฟสร้างมาถึงโคราชตั้งแต่ปี 2443 และหยุดการก่อสร้างไป 2 ทศวรรษเพื่อไปสร้างในภาคเหนือและใต้ นายหยกกับเพื่อนรวม 4 คนจึงต้องเดินเท้ามาที่เมืองสังขะและเปิดร้านตรงสามแยกซึ่งมีต้นตาลราว ๆ 10 ต้น (ปัจจุบันบริเวณพัฒนาเป็นสี่แยกและเรียกกันติดปากว่าสี่แยกต้นตาล) โดยนายหยกขายของโชห่วยและต่อมาแต่งงานกับสาวพื้นเมือง มีลูกหลานสืบมาจนถึง ตลาดสดแห่งที่ 2 คือ ตลาดหน้าวัดโพธาราม ตรงข้ามสถานีตำรวจตั้ง

เนื่องจากมีชาวเขมรอพยพเข้ามาตอนเขมรแดงยึดเขมรได้ในปี 2518 และหนีสงครามเวียดนามกับเขมรแดงในปี 2522 -2523 ผู้อพยพหลายหมื่นคนเข้ามาทางช่องจอม ทางการจิงนำกำลังทหารตำรวจ อส. มาควบคุมเขมรอพยพทางการต้องใช้พื้นที่ตลาดต้นตาล และให้ไปตั้งตลาดใหม่ที่หน้าวัดซึ่งมีคิรวรอยู่ใกล้กันด้วย ตลาดนี้ขายช่วงเช้าถึงเย็น นอกจากปัญหาผู้อพยพแล้ว การก่อสร้างถนนสายโชคชัย - เดชอุดม ก็สร้างมาถึงอำเภอสังขะ ในปี 2516 มีคนงาน ช่าง วิศวกรเป็นจำนวนมากเข้ามาสร้างถนนดังกล่าว และคนเหล่านั้นส่วนหนึ่งได้แต่งงานกับสาวพื้นเมือง และปักหลักตั้งถิ่นฐานค้าขายอยู่ที่อำเภอสังขะ และขายสินค้าให้ชาวเขมรอพยพและคนไทยไปพร้อมกัน ในระยะหลังตลาดนี้จะเน้นขายจำพวกกับข้าว อาหารสำเร็จรูป มีลูกค้านักท่องเที่ยว - ค้า คนจึงเรียกตลาดเย็นยังขายอยู่ในปัจจุบัน (Theerasawat et al., 2018 : 121-123)

ช่วงปี พ.ศ.2528 เมื่อการคมนาคมขนส่งดีขึ้น การเดินทางติดต่อระหว่างเมืองต่าง ๆ ก็เป็นไปได้ด้วยความสะดวกยิ่งขึ้น กอปรกับมีการบริหารงานที่เป็นระบบมากขึ้น คิรวรหรือ บขส. ก็ถูกย้ายไปทำเลที่สะดวกต่อให้บริการ โดยย้ายไปห่างออกไปทางทิศเหนือตามถนนหมายเลข 2077 ซึ่งสามารถเดินทางเข้าไปตัวเมืองสุรินทร์ด้านทางทิศตะวันตก ประมาณ 48 กิโลเมตร และยังและเชื่อมกับเส้นทางไปยังอำเภอศีขรภูมิทางด้านทิศเหนือประมาณ 37 กิโลเมตร บริเวณนี้ถือเป็นย่านธุรกิจของอำเภอสังขะ ชาวบ้านเรียกกันติดว่า “ทางโค้งตลาด” ส่วนบริเวณพื้นที่ตลาดก็ยังเป็นแบบชั่วคราว ตลาดซีเมนต์และกางเต็นท์ มีแคร์สำหรับวางสินค้า ซึ่งผู้ค้าแต่ละคนก็จัดหามาเอง สินค้าที่ขายก็ยังคงเป็น พืช ผัก ผลไม้ อาหาร ของป่า เสื้อผ้าและเครื่องอุปโภคบริโภค

ในปี พ.ศ.2534 ทางสุขาภิบาลได้สร้างอาคารตลาดสุขาภิบาลแล้วเสร็จ โดยเป็นอาคารชั้นเดียวหลังคา ด้านในโปร่งและแบ่งพื้นที่ให้กับผู้ขาย มีการขายสินค้าทั่วไป เช่น ผลผลิตทางการเกษตร อาหาร เสื้อผ้า เนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ และเนื่องจากตลาดสุขาภิบาลมีลักษณะเป็นรูป 3 เหลี่ยม ผู้คนจึงเรียกว่าตลาดนี้ว่า “ตลาดสามเหลี่ยม” เป็นตลาดแห่งที่สาม และรอบ ๆ ตลาดจะเป็นอาคารพาณิชย์และที่อยู่อาศัย โดยมีบริเวณลานด้านทิศเหนือของตลาดเป็นที่จอดรถโดยสารหรือคิรวร

จากการขยายตัวของชุมชนและเศรษฐกิจ ทำให้อาคารตลาดหลังเก่าไม่เพียงพอต่อการรองรับผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ ผู้ที่มาใช้ตลาดสดของอำเภอสังขะ นอกจากจะเป็นคนในพื้นที่แล้ว ยังมีมาจากอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอศรีณรงค์ อำเภอบัวเขต อำเภอลำตวน และอำเภอกาบเชิง เพราะมีระยะทางไม่ห่างกันมากนัก นอกจากผู้ซื้อคนไทยด้วยกันแล้ว ยังมีผู้มาใช้บริการจากประเทศเพื่อนบ้านคือกัมพูชา เพราะมีชายแดนติดกัน ทางเทศบาลตำบลสังขะจึงได้มีการขยายตลาดเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ

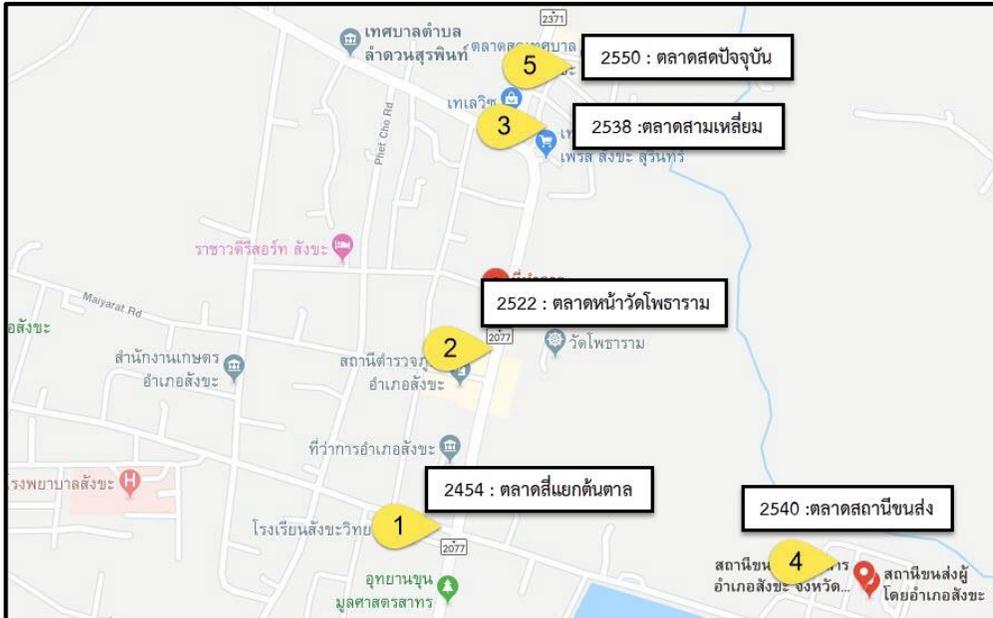
ปี พ.ศ. 2538 อำเภอสังขะมีการขยายตัวทั้งด้านการคมนาคม เศรษฐกิจ และสังคม และทางราชการได้แบ่งพื้นที่ท้องที่ตำบลศรีณรงค์เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอสังขะ ออกมาตั้งเป็นกิ่งอำเภอศรีณรงค์ ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลงวันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2538 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน และในปีเดียวกันนี้เอง ได้ก่อสร้างสถานีขนส่งแห่งใหม่ของอำเภอสังขะแล้วเสร็จ โดยตั้งอยู่ด้านทิศตะวันออกของอำเภอ เพื่อขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางโชคชัย-เดชอุดม

พื้นที่ควรถหรือขนส่งเดิม ที่อยู่ด้านทิศเหนือก็ถูกปรับสภาพเป็นตลาดชั่วคราว มีผู้ค้ากางเต็นท์ วางแคร่ แบกะดิน ขายสินค้า เนื่องจากตลาดสามเหลี่ยมไม่เพียงพอต่อการรองรับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

ในช่วงปี พ.ศ.2540 ที่ด้านตะวันตกของ บขส.แห่งใหม่ ได้มีการสร้างอาคารตลาดสดของเอกชน เป็นตลาดแห่งที่ 4 เพื่อรองรับการเติบโตของเมือง แต่ทำการค้าได้เพียง 2-3 ปี ก็ปิดตลาดเนื่องจากระยะทางห่างจากตัวเมือง และสินค้าไม่ครบวงจรเช่นเดียวกับบริเวณตลาดสามเหลี่ยมอาคารที่เคยเป็นตลาดสดก็ปรับสภาพเป็นโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า แต่เปิดกิจการได้ไม่กี่ปีก็ปิดตัวลงเนื่องจากสภาวะฝืดเคืองทางเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. 2542 ได้มีพระราชบัญญัติยกฐานะสุขาภิบาลทุกแห่งทั่วประเทศเป็นเทศบาล และตลาดสดก็อยู่ภายใต้การบริหารงานของเทศบาลตำบลสังขะ นับแต่นั้นมา

พ.ศ.2550 เทศบาลตำบลสังขะ ได้ก่อสร้างอาคารตลาดสดหลังใหม่ที่บริเวณควรถเดิม ผู้ค้าส่วนใหญ่ก็ย้ายไปจับจองพื้นที่ขายที่ตลาดแห่งใหม่ ส่วนตลาดสามเหลี่ยม ก็ยังคงอยู่เดิม แต่สินค้าที่ขายส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อผ้า เครื่องใช้ทางการเกษตร และอาหารตามสั่ง ถือเป็นตลาดสดแห่งที่ 5 สำหรับลำดับกำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดอำเภอสังขะ ได้แสดงไว้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 พัฒนาการของตลาดสดอำเภอสังขะจากอดีตถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ตัวตลาดแห่งใหม่เป็นอาคารขนาดใหญ่มี 2 ชั้น แบ่งเป็นโซนต่าง ๆ อย่างชัดเจน โดยประเภทแผงจำหน่ายสินค้าที่มีการลงทะเบียนไว้ในปี 2558-2561 จำนวน 257 รายการ ดังนี้ (Sangkha Sub-district Municipality, 2019)

ประเภทแผงจำหน่ายสินค้าตั้งอยู่บริเวณชั้น 1 จำนวน 162 รายการ หรือชั้นล่างของตลาด

- 1) แผงจำหน่ายสินค้า โซน A (ผลไม้) จำนวน 10 แผงค้า
- 2) แผงจำหน่ายสินค้า โซน B (ผัก) จำนวน 49 แผงค้า
- 3) แผงจำหน่ายสินค้า โซน C (ของชำ) จำนวน 47 แผงค้า
- 4) แผงจำหน่ายสินค้า โซน D (หมูชำแหละ) จำนวน 30 แผงค้า
- 5) แผงจำหน่ายสินค้า โซน E (อาหารตามสั่ง) จำนวน 11 แผงค้า
- 6) แผงจำหน่ายสินค้า โซน G (ดอกไม้สด) จำนวน 2 แผงค้า

ประเภทห้องจำหน่ายสินค้า ตั้งอยู่บริเวณชั้น 2 หรือชั้นบน จำนวน 55 รายการ

- 1) แผงจำหน่ายสินค้า โซน H (เสื้อผ้าแฟชั่น) จำนวน 16 ห้อง
- 2) แผงจำหน่ายสินค้า โซน I (เสื้อผ้าแฟชั่น) จำนวน 37 ห้อง
- 3) แผงจำหน่ายสินค้า โซน J (เสื้อผ้า กีฬาสี) จำนวน 2 ห้อง และมีห้องน้ำ 2 ห้อง อยู่ด้านล่างและชั้นบน



ภาพที่ 2 บริเวณภายในอาคารตลาดสดเทศบาลตำบลสังขะทั้งชั้น 1 และชั้น 2

จากข้อมูลการลงทะเบียนแผงค้า 257 แผงค้า พบว่าผู้ค้าบางรายก็มีมากกว่า 1 แผง และบางแผงค้าก็ไม่ได้มาทำการค้า โดยเฉพาะชั้น 2 ที่เป็นโซนจำหน่ายเสื้อผ้า ที่หลายๆ ห้องปิดไป เพราะสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยและการเข้ามาของห้างสรรพสินค้าในตัวอำเภอสังขะ ทั้งนี้ผู้ค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่อำเภอสังขะ และก็จะจะมีผู้ค้าจากที่นำสินค้ามาเวียนขายบ้าง ที่บริเวณด้านหน้าอาคาร ทั้งนี้ตลาดจะเปิดตลอด 24 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่มีการจับจ่ายใช้สอยมากที่สุด คือ ตั้งแต่ช่วงเที่ยงคืนจนถึงเช้า เพราะมีทั้งผู้ค้าส่งที่มาจากกรุงเทพฯ โคราซ ศรีสะเกษ นำผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์มาส่งกับผู้ค้ารายย่อย และก็จะจะมีผู้ค้ารายย่อยจากอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอบัวเขต อำเภอศรีณรงค์ อำเภอลำดวน และอำเภอกาบเชิง เข้ามาซื้อสินค้าเพื่อไปจำหน่ายต่อกับผู้บริโภคในพื้นที่ของตน จึงทำให้ตลาดสดเทศบาลตำบลสังขะคึกคักมากในช่วงเวลาดังกล่าว พอช่วง 00.05 น. ผู้บริโภคในพื้นที่ก็จะมาจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้ออาหาร วัตถุดิบต่าง ๆ ข้าวของเครื่องใช้สำหรับการเตรียมทำอาหารให้ครอบครัวในช่วงเช้า และหลังจาก 08.00 น. ตลาดก็เข้าสู่ภาวะปกติ จนกระทั่งเวลา 15.00 น. ชาวบ้านที่อยู่นอกเขตเทศบาลก็จะเริ่มเข้ามาซื้อสินค้าข้าวของเครื่องใช้ที่จำเป็นในตัวเมืองและก็มาซื้อของในตลาดสดด้วย ช่วง 16.00 น. ผู้ค้าที่อยู่นอกเขตเทศบาลจะนำสินค้ามา

จำหน่ายในพื้นที่รอบ ๆ ตัวอาคาร กระทั่งเวลา 19.00 น. ก็จะเก็บของกลับบ้าน ชีวิตในตลาดก็จะหมุนเวียนเป็นเช่นนี้ทุกวันไป

2. พัฒนาการทางการค้าของผู้ค้ารายย่อย

ตารางที่ 1 พัฒนาการของผู้ค้าในตลาดเทศบาลสังขะ

รายการ	ร้อยละ
เพศ	
หญิง	88.2
ชาย	11.8
อาชีพก่อนมาค้าขาย (ตอบได้หลายข้อ)	
ทำนา	59.6
ทำไร่	7.1
ปลูกผัก	18.2
ลูกจ้างโรงงาน	5.1
ลูกจ้างในบริษัทห้างร้าน	9.1
อื่น ๆ (แม่บ้าน, รับจ้างทั่วไป)	1.0
ระยะเวลาที่ทำอาชีพก่อนค้าขาย (ตอบได้หลายข้อ)	
น้อยกว่า 15 ปี	25.0
ระหว่าง 15 – 30 ปี	62.5
ระหว่าง 31 – 45 ปี	12.5
สาเหตุที่มาค้าขาย (ตอบได้หลายข้อ)	
มีรายได้มากกว่าอาชีพที่เคยทำมา	8.2
งานเบากว่าอาชีพเดิม	46.4
ได้อยู่กับครอบครัว	7.2
ชอบอาชีพนี้	27.8
อื่น ๆ (รายได้และอาชีพเสริม)	10.3

รายการ	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ทำการค้า	
น้อยกว่า 5 ปี	23.8
ระหว่าง 5 – 10 ปี	18.8
ระหว่าง 11 – 15 ปี	32.5
ระหว่าง 16 – 20 ปี	20.0
ระหว่าง 21 – 25 ปี	3.8
มากกว่า 25 ปี ขึ้นไป	1.3

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ค้าส่วนใหญ่เคยประกอบอาชีพทำนามาก่อนมากที่สุด ร้อยละ 59.6 รองลงมาคือ ปลูกผัก ร้อยละ 18.2 และ ลูกจ้างในบริษัทห้างร้าน ร้อยละ 9.1 ตามลำดับ ด้านการประกอบอาชีพอื่นก่อนค้าค้า พบว่า ผู้ค้าประกอบอาชีพอื่นก่อนจะค้าขาย ระหว่าง 15-30 ปี มีมากที่สุด ร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15 ปี ร้อยละ 25 และระหว่าง 31-45 ปี และ ร้อยละ 8.4 ตามลำดับ ส่วนสาเหตุที่มาค้าขาย พบว่า ผู้ค้าเห็นว่าการค้าขายเป็นงานเบากว่าเดิม มากที่สุด ร้อยละ 46.4 และชอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 27.8 และค้าขายเป็นอาชีพเสริม ร้อยละ 10.3 สำหรับระยะเวลาที่มาทำการค้าขายที่ตลาดแห่งนี้ พบว่า อยู่ระหว่าง 11-15 ปี มากที่สุด ร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 23.8 และระหว่าง 16-20 ปี ร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 กำไรจากการค้าและลักษณะที่พักของผู้ค้า

กำไรจากการค้าขายรายวัน	เมื่อแรกค้า	ปัจจุบัน
300 บาทลงมา	1.3	0.0
301-500 บาท	53.8	42.5
501-1,000 บาท	26.3	17.5
1,001-1,500 บาท	11.3	22.5
1,501-2,000 บาท	2.5	6.3
2,001-5,000 บาท	3.8	3.8
มากกว่า 5,000 บาท	1.3	7.5

ลักษณะที่พัก		
บ้านเช่า/ห้องเช่า	10.0	1.3
บ้านตนเอง	90.0	98.7

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ค้ากำไรเมื่อแรกค้าต่อวัน 301-500 บาท ร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 26.3 และ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ ส่วนในปัจจุบันพบว่า กำไรต่อวัน 301-500 บาท ร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 22.5 และ 501-1,000 บาท ร้อยละ 17.5 ตามลำดับ สำหรับที่พักเมื่อแรกค้า พบว่า ผู้ค้ามีบ้านของตนเอง มากที่สุด ร้อยละ 90 รองลงมาคือ บ้านเช่า/ห้องเช่า ร้อยละ 10 ตามลำดับ ปัจจุบัน พบว่า ผู้ค้ามีบ้านของตนเอง มากที่สุด ร้อยละ 98.7 รองลงมาคือ บ้านเช่า/ห้องเช่า ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

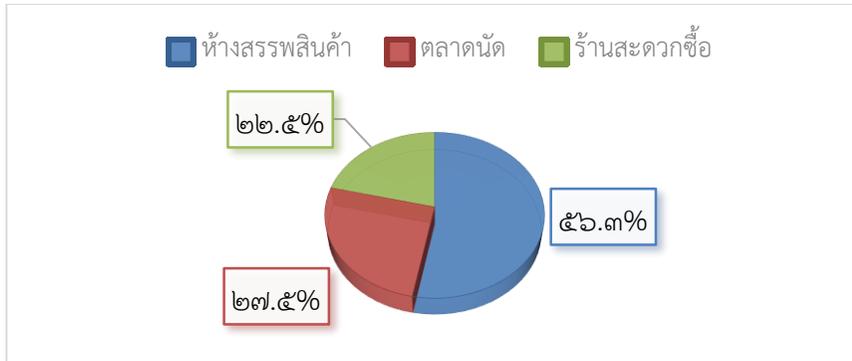
ตารางที่ 3 สัดส่วนของรายได้/ผู้พึงพิงราย/ระดับความพอใจ/ความต้องการในการค้าขาย

รายการ	ร้อยละ
สัดส่วนของรายได้ต่อรายได้ครอบครัว	
ระหว่างร้อยละ 21 – 40	1.3
ระหว่างร้อยละ 41 – 60	8.8
ระหว่างร้อยละ 61 – 80	33.8
มากกว่าร้อยละ 80	56.3

ตารางที่ 3 สัดส่วนของรายได้/ผู้ฟังฟังราย/ระดับความพอใจ/ความต้องการในการค้าขาย (ต่อ)

รายการ	ร้อยละ
ผู้ฟังฟังรายได้จากการค้าขาย	
น้อยกว่า 2 คน	50.0
ระหว่าง 2-4 คน	40.0
มากกว่า 4 คนขึ้นไป	10.0
ระดับความพอใจในการค้าขาย	
ร้อยละ	
มาก	36.3
ค่อนข้างมาก	43.8
ปานกลาง	20.0
น้อย	0.0
ความต้องการค้าขายต่อไป	
ต้องการ	88.7
ไม่ต้องการ	11.3

จากตารางที่ 3 พบว่า สัดส่วนของรายได้จากการค้าต่อรายได้รวมของครัวเรือนมากกว่า ร้อยละ 80 มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ระหว่างร้อยละ 61 -80 คิดเป็นร้อยละ 33.8 และ ระหว่างร้อยละ 41-60 คิดเป็นร้อยละ 8.8 ส่วนผู้ฟังฟังรายได้จากการค้าขายในครัวเรือน พบว่า มีผู้ฟังฟังรายได้น้อยกว่า 2 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ระหว่าง 2 – 4 คน ร้อยละ 40 และมากกว่า 4 คน ร้อยละ 10 ตามลำดับ สำหรับความพอใจในอาชีพค้าขาย อยู่ในระดับ ค่อนข้างมาก มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ พอใจมาก ร้อยละ 36.3 และปานกลาง ร้อยละ 20 ตามลำดับ ส่วนความต้องการค้าขายต่อไป พบว่า ยังยึดอาชีพค้าขายต่อไปมากถึง ร้อยละ 88.7



แผนภูมิที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากแผนภูมิที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายในตลาดสด มีดังนี้ ห้างสรรพสินค้า ๗ มีผลกระทบต่อยอดขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ตลาดนัด ร้อยละ 27.5 และร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 22.5

3. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดสด ผู้ค้าส่วนใหญ่อยากให้เห็นด้านสุขลักษณะ โดยเฉพาะความสะอาด การจัดเก็บขยะ ที่จอดรถ และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้คนมาจับจ่ายในตลาดสดเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิจัยพบว่า มีประเด็นในการอภิปรายดังนี้

1. ตลาดสดอำเภอสังขะ มีพัฒนาการจากการค้าของชาวจีนอพยพที่เข้าทำงานในจังหวัดสุรินทร์ และเดินทางเข้ามายังตัวอำเภอสังขะ โดยมีวิชาชีพค้าขายติดตัวมาด้วย จึงได้ทำการค้าในบริเวณชุมชนหรือบริเวณจุดจอดของรถโดยสารในขณะนั้น ต่อมาตัวเมืองได้มีการขยายขยายเนื่องจากเหตุการณ์สงครามในประเทศกัมพูชา ทำให้มีชาวกัมพูชาอพยพเข้ามาตามแนวชายแดนจังหวัดสุรินทร์มากขึ้น และทางการต้องการใช้พื้นที่ในการรองรับผู้อพยพ กอปรกับการมีการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมในขณะนั้น ทำให้ต้องมีการย้ายตลาดเข้ามายังบริเวณใกล้ชุมชนและสถานีขนส่งผู้โดยสาร และเมื่อเศรษฐกิจขยายตัวมากขึ้นตลาดเล็ก ๆ ไม่เพียงพอต่อการรองรับของประชาชน ทำให้ต้องมีการขยายพื้นที่ตลาดสดที่ดำเนินการโดยภาครัฐรวม 4 ครั้ง และการเกิดของตลาดเอกชน 1 แห่ง ทั้งนี้ตลาดสดอำเภอสังขะมีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเป็นอาคารให้ทันสมัยเมื่อเปลี่ยนผ่านโครงสร้างทางการปกครองจากสุขาภิบาลเป็นเทศบาล ผลการวิจัยนี้

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Promphakping (2018 : 100) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องกำเนิดและพัฒนาการของตลาดสด และผู้ค้ารายย่อยในจังหวัดขอนแก่น พบว่าตลาดสดเมืองขอนแก่น เติบโตและขยายตัวขึ้นอย่างมาก โดยช่วงแรกเริ่มนั้นตลาดเกิดมาจากความก้าวหน้าของการคมนาคมขนส่ง เช่นกัน ทำให้การเดินทางสะดวกมากขึ้น และช่วงที่รัฐมีนโยบายขยายความเติบโตมาสู่ภูมิภาค ทำให้ตลาดสดในจังหวัดขอนแก่นมีการเติบโตและขยายตัวมากขึ้น

2. พัฒนาการของผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดเทศบาลตำบลสังขะ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเคยประกอบอาชีพเกษตรกร เช่น ทำนา ทำสวน และส่วนหนึ่งเคยเป็นลูกจ้างในบริษัทห้างร้าน โดยประกอบอาชีพอื่นก่อนจะมาค้าขายระหว่าง 15-30 ปี มีมากที่สุด สาเหตุที่มาค้าขายนั้นผู้ค้าเห็นว่าการค้าขายเป็นงานเบากว่าเดิมและมีรายได้หมุนเวียนทุกวัน สามารถเลี้ยงดูครอบครัวได้ สำหรับระยะเวลาที่มาทำการค้าขายที่ตลาดแห่งนี้ พบว่า อยู่ระหว่าง 11-15 ปี ในด้านรายได้นั้น ผู้ค้าส่วนใหญ่มีกำไรต่อวันเฉลี่ยวันละ 301-500 บาท ส่วนที่พักนั้น จากผลการวิจัยพบว่าเมื่อแรกค้าผู้ค้ามีบ้านของตนเอง มากที่สุด ร้อยละ 90 ส่วนในปัจจุบัน พบว่า ผู้ค้ามีบ้านของตนเองมากที่สุด ร้อยละ 98.7 ซึ่งให้เห็นว่า การค้าขายทำให้ผู้ค้ามีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม โดยสัดส่วนของรายได้จากการค้าต่อรายได้รวมของครัวเรือนนั้น พบว่าผู้ค้าร้อยละ 80 มีรายได้จากการค้าขายเพื่อเลี้ยงดูครอบครัว ผู้ค้าส่วนใหญ่จึงมีความพอใจในอาชีพค้าขาย ยังยึดอาชีพค้าขายต่อไป ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Promphakping et al. (2018 : 98) ที่พบว่าผู้ค้ารายย่อยในตลาดสดจังหวัดนครพนมส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนามาก่อน และที่มาประกอบอาชีพค้าขาย ก็เพราะเห็นว่าเป็นงานเบาสบายกว่าการทำกรเกษตรและมีรายได้ดีกว่า ดังนั้นเพื่อการอยู่รอดในการดำรงชีพ การปรับตัวจากอาชีพเดิมของผู้ค้ารายย่อยในตลาดเทศบาลสังขะนั้น เห็นว่าการทำนาอย่างเดียวไม่สามารถที่จะมีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีพ จึงหันมาประกอบอาชีพค้าขายเป็นอาชีพเสริมในอีกทางหนึ่ง จนทำให้มีความรักและชอบในอาชีพค้าขาย และจากงานวิจัยของ Chaivanichaya (2018: 149) พบว่า ผู้ค้าขายในตลาดสดจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้ามาแต่แรกเริ่มและสืบทอดอาชีพจากรุ่นสู่รุ่น เนื่องจากผู้ขายมีความภูมิใจในอาชีพค้าขาย เป็นอาชีพที่ได้อยู่กับครอบครัว มีรายได้เสริม และได้เป็นเงินสดทุกวัน จึงเป็นแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ ตลาดสดจึงถือเป็นแหล่งที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มเกษตรกรที่ผันตัวเองมาเป็นผู้ค้าทำให้มีรายได้จุนเจือครอบครัว ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายในตลาดสด พบว่า การมีห้างสรรพสินค้าส่งผลกระทบต่อยอดขายมากที่สุด รองลงมาคือตลาดนัด และร้านสะดวกซื้อ และแนวทางในการปรับตัวของผู้คือการทำให้สินค้าของตนแตกต่าง เช่น การเน้นขายสินค้าสดใหม่ เป็นต้น

3. สำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสด พบว่า ผู้ค้าส่วนใหญ่อยากให้เน้นด้านสุขลักษณะ โดยเฉพาะด้านความสะอาด การจัดเก็บขยะ ที่จอดรถ และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้คนมาจับจ่ายในตลาดสดเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Promphakping et al. (2018 : 122) ที่ทำการวิจัยเรื่อง กำเนิดและพัฒนาการของตลาดสดและผู้ค้ารายย่อยในเมืองนครพนม พบว่า ผู้มาใช้บริการตลาดสดต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะอาดและที่จอดรถ ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคนิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัว ส่วนด้านการบริหารของตลาด ซึ่งอยู่ในการกำกับดูแลของเทศบาลและเป็นหน่วยงานภาครัฐ การบริหารจัดการส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญด้านการรักษาความสะอาด ระบบกำจัดน้ำเสีย ที่จอดรถ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน การประกวดความสะอาดของแผงค้า และการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคมาใช้บริการตลาดสดมากขึ้น

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบาล ผู้ค้า และผู้บริโภค ควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดสดร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเจาะลึกลงไปในด้านสินค้าชนิดต่าง ๆ เช่น ขนมพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้าน สัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจ เช่น หมู ไก่ ปลา หรือพืชผักสมุนไพรที่มีอยู่ในตลาดสด

2.2 ควรศึกษาถึงรูปแบบการบริหารตลาดสด และรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลให้ประชาชนหันมาใช้บริการของตลาดสดเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- Arevart, S. (2553). “ “Developing a local fresh market.” In **Before becoming ... a good fresh market.** editor Napapan Nantapong. Bangkok : Agricultural Cooperative Assembly Thailand. [In Thai]
- Aymonier, Etienne. (2000). **Esan Travels Northeast Thailand's Economy in 1883-1884.** Bangkok : White Lotus.

- Chaivanichaya, S. (2018). **Final Report on The Origin and Evolution of Fresh Market and Petty Traders in Ubobrachathani Province.** Bangkok : Thailand Research Fund. [In Thai]
- Keandeaw, M. (1991). **Isan lifestyle (Special edition).** Surin: Committee on Religion for Surin Development. [In Thai]
- Kongsap, S. (2001). **Study the history of Sangkha Political and administrative. Economic society during 1759-1966.** Surin: Surindra Rajabhat Institute. [In Thai]
- Promphakping, B. (2018). **Final Report on The Origin and Evolution of Fresh Market and Petty Traders in Khonkaen.** Bangkok : Thailand Research Fund. [In Thai]
- Promphakping, N. et al. (2018). **Final Report on The Origin and Evolution of Fresh Market and Petty Traders in Nakhonphanom.** Bangkok : Thailand Research Fund. [In Thai]
- Sangkha Community Development Office. (2018). “History of Sangkha” [Online]. Available : <http://district.cdd.go.th/sangkha>. Retrieved December 10, 2018. [In Thai]
- Sangkha Sub-district Municipality. (2019). **The end of the lease period of the assets according to the lease agreements for retail space and rooms, Sangkha Municipal Fresh Market 2018.** Announcement of Sangkha Sub-district Municipality. [In Thai]
- Theerasasawat, S. et al. (2018). **Final Report on The Origin and Evolution of Fresh Market and Petty Traders in The Northeast of Thailand.** Bangkok: Thailand Research Fund. [In Thai]

