

ตลาดนัดชุมชนเป็นเศรษฐกิจฐานรากของจุดเริ่มต้นของกระบวนการโลจิสติกส์:

กรณีศึกษาตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา

อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

A Community Market, Strength of Economic Foundation and a Starting

Point of Logistics Process at the Community Level : A Case Study of

Community Market at Chachoengsao Municipal Stadium, Mueang

Chachoengsao District, Chachoengsao Province, Thailand.

สุชนาถ พัฒนวงศ์งาม¹

Suchanat Pattanvongngam¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย ตลาดนัดชุมชนถือเป็นแหล่งสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนของท้องถิ่น ที่ยังมีเสน่ห์ดึงดูดใจคนไทยที่ผู้บริโภคยังให้การยอมรับท่ามกลางความเจริญและการแข่งขันที่สูงจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ต่างขยายรุกคืบเข้ามาสู่ในพื้นที่อย่างมากมาย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทและวิเคราะห์ปริมาณเงินหมุนเวียนที่เกิดรายได้จากการค้าขายของตลาดนัดชุมชน 2) เพื่อศึกษารูขี้อยู่ของผู้ขายในตลาดนัดที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน 3) ศึกษาบทบาทของตลาดนัดชุมชนที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชน วิธีการศึกษา โดยการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ/ผู้ค้า เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและเก็บข้อมูลรายได้ยอดขายรายสินค้าจากสมุดบันทึกข้อมูลของคณะกรรมการตลาด ประชากรที่ศึกษา ผู้ประกอบการรวม 159 ราย ผลการวิจัยพบว่า ตลาดนัดนี้ประกอบด้วยตลาดวิสาหกิจชุมชนและตลาดเกษตรกร ตลาดนัดทั้ง 2 แห่ง มีเงินรายได้จากการจำหน่ายมีอยู่ประมาณ 50 ล้านบาทต่อปี ที่เกิดจากตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนประมาณ 40 ล้านบาทต่อปี และจากตลาดเกษตรกรที่เน้นจำหน่ายพืชผัก ผลไม้ปลอดสารพิษจากท้องถิ่นประมาณ 10 ล้านบาทต่อปี จุดขายที่ทำให้ตลาดนัดชุมชนเป็นที่นิยมของผู้บริโภค เนื่องจากมีสินค้าที่มาจากหลายท้องถิ่น และมีตามฤดูกาลที่หมุนเวียนไปทำให้มีความหลากหลายที่แตกต่างและไม่มีในตลาดประจำหรือในห้างสรรพสินค้า ผู้ค้ามีอสังหาริมทรัพย์ที่ติดแบบคนพื้นบ้าน สามารถต่อรองราคาได้ มีการลด แจก แถม เนื่องจากเป็นผลผลิตที่ตนเองผลิตเองและนำมาจากแหล่งผลิตโดยตรง ร้านค้าตั้งแบบง่าย ๆ ตามวัฒนธรรมของตน จึงเป็นเสน่ห์และมีสีสันที่เหมือนกันมาเดินเที่ยวก็มาซื้อสินค้าของกินที่แปลก ๆ อาหารเพื่อสุขภาพ และเป็นผลผลิตที่มีความปลอดภัยมีหน่วยงานราชการรับรองพื้นที่ตลาดนัดแห่งนี้ตั้งอยู่ในชุมชนในเมือง การคมนาคมสะดวก ใกล้ศูนย์ราชการ โรงพยาบาล และสถานศึกษา ซึ่งการที่ผลผลิตจากท้องถิ่นสู่ตลาดนัดชุมชนจึงเป็นจุดของกระบวนการโลจิสติกส์ ที่สร้างเศรษฐกิจฐานรากแก่ชุมชนเป็นการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมต้นน้ำของเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าในชุมชน โดยมีผู้ค้าที่ผันตัวเองจากผู้ผลิตทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตของสมาชิก ขนส่งสินค้า และกระจายผลผลิตที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดนัดชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญ ไปยังผู้บริโภคปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจต่อผลผลิตที่สดใหม่ เชื่อถือได้ ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่ที่เอื้อต่อการพัฒนาอาชีพ สังคม วัฒนธรรม และผู้คนให้เข้มแข็ง ยั่งยืน และลดการพึ่งพิง

คำสำคัญ: ตลาดนัดชุมชน, เศรษฐกิจฐานราก, เศรษฐกิจชุมชน, โลจิสติกส์

¹ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

¹ Lecturer of Management Science Faculty, Rajabhat Rajanagarindra University



Abstract

A community market is the unique resource of economic rotation in the local community, which is still charming and well-accepted by consumers among the growth and stiff competition from big malls, wholesalers, retailers, and convenience stores. The objectives of this study were 1) to study the context and analyze the amount of money spent on merchandise circulating through the community market held in the area of Chachoengsao Municipal Stadium, 2) to explore the database regarding the market's direct effects on the community's economy, and 3) to examine the roles of community market influencing the strengthening of the community. The research instruments were interviews with entrepreneurs/merchants and officials of government agencies. The data of income from merchandising were collected from the records of the Market Committee. The target group to be studied was 203 merchants from two component markets: Community Enterprise Market, and the agricultural market, however, 159 merchants were selected to be studied in this research. The results of this research were: the community market consisted of Community Enterprise Market and Agricultural Market. The income from merchandising was 50 million baht per year; 40 million baht from permanent merchants of Community Enterprise Market, and 10 million baht from agriculturists selling agricultural products. The selling point to make this community market very popular is a variety of products from many local places. The products are also different according to the season and are not commonly found in department stores. In addition, most of the merchants are kind, friendly, and usually offer discount for customers as they made or brought the products from the origins by themselves. Since the products are sold on the traditional local temporary stalls, which are not commonly found in the city, it creates the fantastic atmosphere combining shopping and sightseeing and it is worth for visiting. The products are also healthy and certified by the official organization. Furthermore, the location of this community market is convenient and easy to access, close to government agencies, a hospital, and institutes. Transferring local products to the community market is the starting point of logistics process which helps strengthen the economic foundation for the community. Also, it is the association among upstream comprising of activities done by network of product makers in the community, midstream which is collecting, transporting, and distributing quality products to the community market, and downstream in which the consumers will be satisfied by with the fresh food and the price is reasonable, compared with the good quality. Due to the community market, people in the community will have jobs, income, and it also creates the economic rotation in the community, which is beneficial for career development, society, culture, and to increase sustainable living and reducing dependency.

Keywords : Flee/Flea Market, Foundation Economy, Community Economy, Logistics



บทนำ

ตลาดนัดชุมชน (Flea Market) เป็นตลาดที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันและสถานที่ที่กำหนด อาจเป็นตลาดบกหรือตลาดน้ำก็ได้ตามลักษณะการดำเนินวิถีชีวิตของชุมชนถิ่นนั้น อาจเกิดขึ้นเพียงบางวัน วันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ และจะเป็นเช่นนี้เรื่อย ๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน สำหรับสถานที่ที่ใช้เป็นตลาดนัดส่วนใหญ่จะเป็นบริเวณพื้นที่ว่างเปล่าที่โล่งแจ้ง ตามลานวัด ข้าง ๆ สวนสาธารณะ หรือบนทางเท้าริมถนนที่มีรถวิ่งผ่านไปมา เพื่อให้คนสัญจรไปมาและคนในพื้นที่นั้นเข้ามาจับจ่ายซื้อของกินของใช้ได้สะดวก ขนาดของตลาดนี้ขึ้นอยู่กับพื้นที่และความเจริญของชุมชนนั้น ๆ เป็นสำคัญ (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, เล่มที่ 28) ตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา เป็นตลาดที่ปัจจุบันตั้งอยู่ในพื้นที่ว่าง ๆ ข้างสนามกีฬาและข้างสวนสาธารณะประจำจังหวัด เปิดจำหน่าย 3 วันต่อสัปดาห์ คือวันอังคาร วันศุกร์ และวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 05.00 - 11.00 นาฬิกา สินค้าที่จำหน่ายเป็นของกินและของใช้ในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ ตลาดนี้เกิดขึ้นจากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐให้เกิดขึ้น โดยเริ่มจากให้เกษตรกร กลุ่มแม่บ้านรวมตัวกันนำสินค้าและผลิตผลทางการเกษตรที่มีในแต่ละอำเภอของตนนำมาจำหน่ายในตัวเมืองฉะเชิงเทราโดยเริ่มต้นหาพื้นที่ว่างใกล้ ๆ ศาลากลางจังหวัดให้เป็นแหล่งขายชั่วคราวตามวันที่มีการเปิดตลาด โดยสินค้าวางจำหน่ายในภาชนะต่าง ๆ เช่น กระเจาต กระบุง ตะกร้าหรือผ้าพลาสติกปูกับพื้น แคร่ไม้ โต๊ะตั้งที่ผู้ขายแต่ละคนต่างจัดเตรียมกันมาเองเพื่อวางของขายได้ เมื่อเสร็จสิ้นการขายต่างคนจะเก็บข้าวของกลับไป กลายเป็นพื้นที่โล่งว่างเช่นเดิม ตลาดนัดแห่งนี้ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อจำนวนมากเป็นตลาดที่อยู่ท่ามกลางตลาดขนาดใหญ่ ที่เปิดขายสินค้าประจำทุกวัน นอกจากนี้ยังมีห้างสรรพสินค้าหลายแห่งร้านสะดวกซื้อที่เปิดจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง ที่เปิดอยู่ในบริเวณโดยรอบของพื้นที่

แต่กระนั้นตลาดนัดแห่งนี้ยังสามารถจำหน่ายสินค้าได้ ผู้บริโภคให้ความนิยมมาอุดหนุนกันอย่างเนืองแน่น ทั้งที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกใด ๆ เมื่อเทียบกับร้านค้าสมัยใหม่ จึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษาวิจัยจำนวนรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในตลาดแห่งนี้มีจำนวนมากเพียงใดที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นฐานรากของสังคม และประเภทของสินค้าที่นำมาจำหน่ายนั้นเป็นชนิดใดบ้างจึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค จำนวนผู้ค้ามีจำนวนกี่รายแต่ละรายนำสินค้าชนิดใดมาจำหน่าย และมีวิธีการรวบรวมสินค้าจากแหล่งผลิตมาจำหน่ายตลอดจนมีการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าเหล่านี้กันอย่างไร

เป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลใช้ในการส่งเสริมกิจกรรมตลาดนัดชุมชนให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และต่อเนื่อง สามารถตอบสนองนโยบายของรัฐบาลและตอบสนองความต้องการของชุมชน ช่วยเหลือเกษตรกรและผู้ประกอบการ OTOP หรือผลิตภัณฑ์ชุมชนได้นำผลิตภัณฑ์มาจัดแสดงและจำหน่ายเป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้นตลาดนัดชุมชนจึงอาจถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ เล็ก ๆ ระดับชุมชนแต่อาจส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เป็นฐานนำไปสู่การเป็นระบบ Logistics ที่เกิดประสิทธิภาพอย่างสมบูรณ์ทั่วประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและวิเคราะห์ปริมาณเงินหมุนเวียนที่เกิดรายได้จากการค้าขายของตลาดนัดชุมชน
2. เพื่อศึกษาฐานข้อมูลของผู้ค้าในตลาดนัดที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน
3. เพื่อศึกษาบทบาทของตลาดนัดชุมชนที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในอดีต สังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง แต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตนได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือน แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เองโดยอาศัยวัตถุดิบ ที่มีตามธรรมชาติเป็นหลัก เมื่อสังคมพัฒนาขึ้น และคนสามารถผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหาร สิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็น ได้ในปริมาณที่มากเกินความต้องการ จึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้น ไปแลกเปลี่ยนกับอาหารและสิ่งของที่ตนไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ โดย



ทำการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้าน หรือระหว่างเมือง ที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวต่างถิ่น หรือกองคาราวาน หรืออาจนำไปแลกเปลี่ยนด้วยตนเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคนั้น จึงเป็นสถานที่ที่ไม่แน่นอน

ต่อมาสังคมมีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมืองที่ใหญ่ขึ้น ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภค และบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องมีแหล่งหรือสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้าเหล่านั้น ที่เรียกว่า ตลาด เป็นสถานที่ที่คนในสังคม หรือชุมชนนั้นรู้จัก และสามารถเดินทางไปได้สะดวกเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม ทั้งทางบก และทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ หรือจำนวนสินค้า ที่นำมาวางขายในตลาดแห่งนั้น ลักษณะของตลาด ยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม และการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้น ๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญ ตลาดของชุมชนนั้น ก็เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบก ในการติดต่อค้าขาย ก็เรียกว่า “ตลาดบก” ตลาดจึงเป็นสถานที่ ที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคมอีกด้วย

ตลาดแบบสากล หมายถึง ตลาดที่มีรูปแบบ และต้นกำเนิด ในประเทศทางตะวันตก อาณาจักรกรีก ซึ่งเป็นแหล่งวัฒนธรรม และอารยธรรมโบราณ ที่สำคัญของโลกเรียกตลาดว่า อะกอร่า (Agora) ส่วนโรมันเรียกตลาดว่า ฟอรัม (Forum) ทั้งอะกอร่า และฟอรัมต่างก็มีความคล้ายคลึงกัน ในด้านสถานที่ตั้ง และหน้าที่ใช้สอยของตลาด กล่าวคือ ตลาดมักตั้งอยู่กลางเมืองเป็นที่พบปะของคนในชุมชนนั้นและชุมชนใกล้เคียง การขยายตัวของเศรษฐกิจ และตลาดในยุโรปเริ่มมีมากขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 13 คือ เกิดย่านตลาด ที่เป็นทั้งที่อยู่อาศัย และสถานที่ค้าขายอย่างถาวร โดยไม่เพียงแต่จะมีตลาดย่อย ที่ขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภค ที่จำเป็นในชีวิตประจำวันเท่านั้น ยังมีตลาดขายส่งที่ขายสินค้าหลัก ๆ เช่น ผ้าขนสัตว์ ยา เครื่องเทศ เพื่อส่งต่อไปยังตลาดย่อยตามเมืองต่าง ๆ และส่งออกไปยังต่างประเทศ ตลาดที่มีลักษณะเช่นนี้ในประเทศอังกฤษ ได้แก่ ตลาดค้าผ้าในมณฑลยอร์กเชียร์ (Yorkshire) ซึ่งเป็นแหล่งผลิตผ้าขนสัตว์ที่มีชื่อของอังกฤษ การขยายตัวของตลาดมีมาตามลำดับ นับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา ประกอบกับเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นในประเทศอังกฤษ ทำให้มีสินค้าที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมมากมาย และต้องหาทางส่งออกและขยายตลาดออกไปจำหน่ายแก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นแหล่งระบายสินค้าเหล่านั้น สิ่งนี้จึงเป็นการบ่งบอกถึงความเจริญทางเศรษฐกิจของยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบันตลาดใหญ่ที่ขายส่งสินค้าเฉพาะอย่าง ยังคงมีอยู่ตามเมืองใหญ่ของประเทศต่าง ๆ เช่น ลอนดอน นิวยอร์ก อัมสเตอร์ดัม เซี่ยงไฮ้ กรุงเทพมหานคร สิงคโปร์

ประเทศไทยในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นนี้ เป็นช่วงเวลาที่ไทยเริ่มติดต่อกับประเทศตะวันตก ชาวตะวันตกที่เป็นพวกพ่อค้าเริ่มเข้ามาตั้งรกรากในเมืองไทย จึงเริ่มมี “ห้าง” เกิดขึ้น และสมัยนั้นไทยยังมีสงครามกับดินแดนใกล้เคียงและทุกครั้งที่ฝ่ายไทยชนะศึกสงคราม ก็มักจะกวาดต้อนผู้คนจากเมืองต่าง ๆ ที่ที่ได้ เช่น คนลาว คนเขมร คนญวน ให้มาตั้งหลักแหล่งในกรุงเทพฯ และตามหัวเมืองต่าง ๆ จึงเกิดชุมชนลาว ชุมชนแขก ชุมชนมอญ และชุมชนเขมรขึ้น รวมทั้งชุมชนของชาวจีนที่เข้ามาค้าขายและตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพฯ แต่ละชุมชนต่างก็มีตลาดในชุมชนของตน โดยเรียกขานชื่อตลาดไปตามสัญชาติเป็นย่าน ๆ ไป ในยุคนั้นการค้าขายไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะแต่ในตลาดหรือย่านตลาดเท่านั้น แต่ยังมีพ่อค้าเร่ หรือพ่อค้าคนกลาง นำสินค้าไปขายยังท้องถื่นที่ห่างไกลจากตลาด ซึ่งชาวจีนเป็นผู้ริเริ่มการค้าขายในลักษณะนี้ก่อนชนชาติอื่น โดยนำสินค้าหลากหลายประเภท เช่น สุรา ผืนขนมจีนอับ ผัก ผลไม้ ของชำต่าง ๆ เช่น เกลือ หอม กระเทียม หมากพลู และเสื้อผ้ารวมถึงสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย ซึ่งนำเข้ามาจากจีน ไปขายยังหมู่บ้านต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะพาเรือ เพราะขนส่งสินค้าได้เป็นจำนวนมาก เปรียบเหมือนตลาดเคลื่อนที่ เมื่อพาเรือผ่านบ้านใดก็มักจะส่งสัญญาณ เช่น ปิ๊บแตร หรือเป่าเขาควาย เพื่อบอกให้รู้ว่าได้นำสินค้ามาขายแล้ว บรรดาผู้พาเรือค้าขายในอดีตส่วนใหญ่เป็นหญิงไทยและชาวจีน เนื่องจากชายไทยต้องถูกเกณฑ์เข้ารับราชการ ส่วนชาวจีนได้สิทธิในการเดินทางค้าขายได้ทั่วพระราชอาณาจักร ชาวจีนจึงมีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดการค้าภายในให้กว้างขวางขึ้น สินค้าที่แม่ค้าคนไทยนำมาขาย ส่วนมากเป็นผลผลิตทางการเกษตร เช่น ผลไม้ ปลาแห้ง เกลือ น้ำมันมะพร้าว ผ้าฝ้าย สีย้อมผ้า นอกจากนี้ ยังมีเรือแพที่ขายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น มีแพขายแพรไหม ถ้วยขม แก้วอี๋ ตึกตา เสื้อผ้า รือขายของชำ ขนมเบื้อง เครื่องเขียน เป็นต้น ในปัจจุบันตลาดน้ำลดความสำคัญลง เนื่องจากการคมนาคมทางบกที่สะดวก และรวดเร็วกว่า ซึ่งเกิดจากการถมคลอง เพื่อสร้างถนน



อันมีผลให้วิถีชีวิตการทำมาหากินของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วย การค้าขายในรูปแบบของตลาดน้ำ ยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานระดับท้องถิ่นตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ราษฎรที่มีบ้านเรือนและเรือกสวนไร่นาตามริมแม่น้ำลำคลอง ได้นำผลิตผลทางการเกษตร งานหัตถกรรมพื้นบ้านออกมาจำหน่ายเป็นการช่วยเพิ่มพูนรายได้

รูปแบบของตลาดมีเพิ่มมากขึ้นคือ มีทั้งตลาดบก ตลาดน้ำ และตลาดนัด ยังเกิดย่านตลาด ซึ่งหมายถึงสถานที่หรือทำเลที่มีการค้าขายทั้งแบบถาวรและแบบชั่วคราว ลักษณะของตลาดในระยะแรกจะเป็นแบบตลาดนัด คือ มีการซื้อขายสินค้ากันเป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สินค้าที่นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยน มักเป็นสินค้าตามฤดูกาล เช่น เลือขนสัตว์ หนังสือ ผ้า เมล็ดพืช ซึ่งสินค้าเหล่านี้พอค้าอาจนำมาขายเพียงปีละครั้ง ไม่ได้วางขายอย่างถาวร ตลาดบางแห่งจะขายสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ตลาดนัดวัว ตลาดนัดควาย ส่วนสินค้าที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร นม เนย ไข่ พวกพ่อค้าต้องนำมาขายกันเป็นประจำทุกสัปดาห์ ตลาดนัดเป็นตลาดเป็นสถานที่ที่มีสินค้าสารพัดอย่างอาจมีสินค้าที่ในตลาดสดไม่มีวางขาย แต่จะมีผู้นำมาขายเฉพาะในวันที่มีตลาดนัดเท่านั้น ดังนั้นตลาดมีลักษณะรูปแบบต่าง ๆ กัน เริ่มจากตลาดสดขนาดเล็ก ๆ ในหมู่บ้าน มาเป็นตลาดระดับกลาง หรือตลาดระดับชุมชน ริมถนนสายสำคัญ ๆ ที่มีกิจการอื่น ประกอบด้วยอาคารตลาดสด ตึกแถว อาคารพาณิชย์ และหาบเร่แผงลอย สินค้า และการบริการก็มีหลากหลายมากขึ้น

ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก นาร่อง 1,500 แห่ง เพื่อเกิดเป็นตลาดชุมชน ภายใต้งบประมาณในการพัฒนากองทุนหมู่บ้าน 1.5 หมื่นล้านบาทโดยจะมีการคัดเลือกชุมชนหมู่บ้านนาร่อง ที่มีศักยภาพจากทั้งหมด 2.2 หมื่นแห่งทั่วประเทศจะมีการจัดทำโครงการที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากทั้งตลาดชุมชน ร้านค้าชุมชน ยุ้งฉาง ฯลฯ ด้วยการใช้ตลาดเป็นตัวนำ การพัฒนาตลาดชุมชนซึ่งถือเป็น 1 ใน 4 ตลาดที่กระทรวงพาณิชย์ร่วมมือในการขับเคลื่อนตลาดชุมชน ซึ่งจะใช้งบประมาณของกระทรวงพาณิชย์ 3,000 ล้านบาทมาขับเคลื่อนตลาดต้องชมหรือตลาดที่จะเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ปัจจุบันมีตลาดต้องชมทั้งหมด 77 ตลาดและในปี 2560 ตั้งเป้าเพิ่มตลาดต้องชม อีก 77 ตลาด นอกจากนี้จะผลักดันตลาดสินค้าเฉพาะอย่างหรือตลาดที่ต้องสร้างขึ้นใหม่ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ผลักดันเป็นตลาดทุเรียนตั้งเป้าดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนและตลาดซีฟู้ดสะเป็ดตัวที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านตลาดกลางสินค้าเกษตรจะเป็นอีกตลาดที่จะต้องพัฒนาให้เป็นจุดศูนย์กลางรวบรวมสินค้าจากชุมชนเข้ามาขายถือเป็นการตัดกลไกพ่อค้าคนกลางและจะมีการส่งเสริมให้เอกชนเข้ามาพัฒนาเป็นตลาดกลางขนาดใหญ่หากสามารถผลักดันตลาดสำเร็จเป็นรูปธรรมจะทำให้เกิดการหมุนเวียนเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจฐานรากหลายหมื่นล้านบาทต่อปี เพราะรายได้ที่จะเกิดขึ้นจากการซื้อขายในชุมชนและนักท่องเที่ยว (กระทรวงพาณิชย์, 2560, มีนาคม 7)

ตลาดนัด คือ ตลาดที่มีการกำหนดวันเปิดซื้อขายเป็นบางวันหรือบางเวลา ปกติแล้วจะมีลักษณะเป็นตลาดสดซึ่งขายอาหารสดเป็นหลัก ในวันที่มีตลาดนัดจะมีผู้คนคึกคักทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย สินค้าอาจวางขายกับพื้นหรือวางบนโต๊ะหรือแผงที่สร้างขึ้นอย่างหยาบ ๆ นอกจากนี้ยังอาจมีกระเบววางขายสินค้าเบ็ดเตล็ดจำพวกของใช้ในครัวเรือนวางขายด้วยมักมีการขายอาหารปรุงเสร็จและขนมสำหรับผู้จับจ่ายซื้อขายในตลาดนัดด้วยสารานุกรมเสรี, 2560)

ตลาดนัดชุมชน คือ ตลาดนัดที่ตั้งขึ้นในพื้นที่ว่างของชุมชน เพื่อใช้เป็นพื้นที่ทำกิจกรรมการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า ที่มาจากผลผลิตในชุมชนหรือจากพื้นบ้านเป็นส่วนใหญ่ สินค้าที่จำหน่ายหมุนเวียนตามฤดูกาลของแต่ละท้องถิ่น ทำให้สินค้ามีความหลากหลาย ผู้ขายมีอัตราค่าเช่าที่ต่ำกว่าคนพื้นบ้าน สินค้าที่จำหน่ายเป็นของสดใหม่ที่ไม่เก็บจากไร่ สวน มีคุณภาพดี ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ จึงเป็นเสน่ห์ของตลาดที่เป็นแหล่งรวมสินค้าและวัฒนธรรมพื้นบ้านสำหรับผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าตามความพอใจสามารถต่อรองราคาได้ การจำหน่ายในพื้นที่โล่งแจ้ง สินค้าวางจำหน่ายกับพื้นหรือแผงที่สามารถรื้อถอนได้ง่ายหลังเลิกตลาดนัด การจำหน่ายไม่เป็นประจำวัน จำหน่ายตามนัดที่เปิดขาย ตามช่วงเวลาที่กำหนดไว้เป็นที่รู้จักกันระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อ การคมนาคมสะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่พักอาศัย สถานที่ราชการ โรงพยาบาล สถานศึกษา และอื่น ๆ



โลจิสติกส์ หมายถึง การจัดการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ ข้อมูลข่าวสารและการเงินระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างศักยภาพการแข่งขันที่เหนือกว่า เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ทันเวลา การลดต้นทุน และเกิดมูลค่าเพิ่ม (โลจิสติกส์, 2560)

เศรษฐกิจฐานราก คือ การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน จากอาชีพที่สุจริตใน 3 กลุ่มหลัก คือ ด้านการเกษตรแปรรูป และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงปัจจัยการผลิต สร้างองค์ความรู้ การตลาด การสื่อสาร การรับรู้ เพื่อความยั่งยืน และการบริหารจัดการตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างเชื่อมโยงกัน (คณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2560)

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก หมายถึง กิจกรรมกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากของประเทศให้เกิดศักยภาพและความเข้มแข็ง ด้วยการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ให้กับประชาชน รวมถึงส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็ง

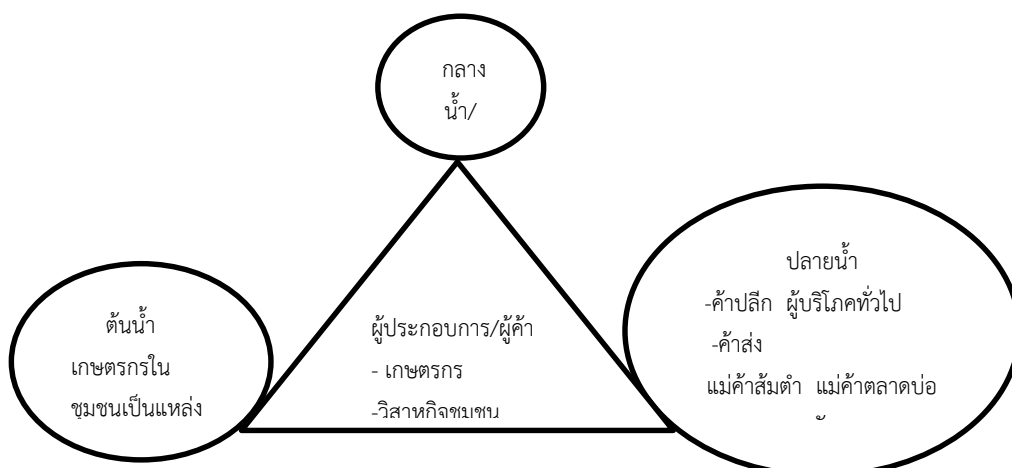
ชุมชนเข้มแข็ง หมายถึง กิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลต่อชุมชนเข้มแข็งสามารถเข้าถึงแหล่งทุน สร้างความเป็นธรรม มีการรวมกลุ่มในการสร้างงาน สร้างอาชีพพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่ต้องการของตลาด ส่งเสริมช่องทางการตลาด เป้าหมายประชาชนมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีรายได้เพิ่มขึ้น (คณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2560)

จากข้อมูลนี้ศึกษาทำให้เห็นถึงบทบาทของตลาดนัดที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของการนำสินค้าจากแหล่งผลิตต่าง ๆ ทั้งในชุมชนท้องถิ่นจากทุกภูมิภาคของประเทศนำมาจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคม เกิดเศรษฐกิจที่หมุนเวียนสร้างความแข็งแกร่งต่อประเทศได้เป็นอย่างดี แต่กระนั้นตลาดเหล่านี้จะดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ เองไม่ได้ หากไม่มีผู้ประกอบการหรือผู้ค้าที่พยายามคัดสรรและจัดหาสินค้าจากที่ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ด้วยกระบวนการต่าง ๆ อันประกอบด้วย การผลิต จัดหา รวบรวม คัดสรร การขนส่ง และการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดซึ่งเป็นแหล่งที่รู้จักกันทั้งผู้ซื้อและผู้ขายว่าตลาดใดมีสินค้าชนิดใดจำหน่าย ส่วนใหญ่ตลาดนี้จะตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลาง มีการคมนาคมที่สะดวก นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของระบบ เช่น ธนาคาร บริษัทขนส่ง พาหนะในการขนส่ง ตลอดจนบุคคลที่ทำหน้าที่ ลำเลียง ขนถ่าย ส่งสินค้าให้ไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งระบบการเคลื่อนย้ายเหล่านี้ปัจจุบันเรียกว่าระบบโลจิสติกส์ รวมทั้ง มีสถานที่เก็บรักษาสินค้าที่เรียกว่าคลังสินค้า เพื่อใช้เป็นแหล่งพักสินค้าก่อนที่จะกระจายสินค้าออกไป ระบบการเคลื่อนย้ายหรือการขนส่งมีทั้งทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ และทางท่อลำเลียง รวมทั้งด้านภาษี กฎหมาย และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถเคลื่อนย้ายสินค้าไปถูกที่ ถูกเวลา ด้วยต้นทุนที่ต่ำ คุณภาพที่ดีจนถึงมือผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้เข้ามามีบทบาทในการสร้างเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนขนาดเล็ก เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระดับประเทศ ที่รัฐบาลเล็งเห็นเป็นช่องทางก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้เกิดขึ้นโดยใช้การตลาดนำ และให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจฐานรากที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เปรียบเสมือนเป็นเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงให้ประเทศเกิดความมั่นคง ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยตลาดนัดชุมชนเป็นเศรษฐกิจฐานรากของจุดเริ่มต้นของกระบวนการ

โลจิสติกส์ : กรณีศึกษาตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา

อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา





ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

เมื่อผู้วิจัยได้เริ่มศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของผู้ค้าทั้งหมดในบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทราที่มีอยู่ พลุกพล่านนั้นมีรายชื่อที่ปรากฏเป็นผู้ค้าตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนจำนวน 149 ราย ผู้ค้าตลาดนัดเกษตรกรจำนวน 54 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 203 ราย และเมื่อลงมือเก็บข้อมูลในการทำวิจัยจริงจึงพบว่าผู้ค้าบางส่วนที่ไม่มาค้าขาย และขาดการติดต่อจากตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนจำนวน 28 ราย และจากตลาดนัดเกษตรกรจำนวน 16 ราย รวมจำนวน 44 ราย คงเหลือผู้ค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาข้อมูลจริงเพียง 159 ราย และผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมกำกับดูแลเกษตรกรและตลาดนัดชุมชน ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และตำรวจจราจร จำนวน 8 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึดจุดมุ่งหมาย (Purposeful Sampling) และความเป็นไปได้ของการวิจัยเป็นหลัก แม้จะไม่มีโครงสร้างอย่างเคร่งครัดในการปฏิบัติได้ใช้ความคิดบนพื้นฐานของความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นแนวทาง โดยเลือกคน สถานที่ เหตุการณ์ หรือกระบวนการนั้น ๆ มาศึกษา ที่มีลักษณะเป็น “Information-rich Cases” ที่จะมีความหมายต่อการศึกษาทั้งในแง่ที่จะสนับสนุนแนวคิดและข้อสรุปจากการศึกษา นอกจากนั้นได้ใช้วิธีนำข้อสรุปที่ได้ไปใช้กับกรณีกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทำนองเดียวกันสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อาจไม่ให้ความร่วมมือ และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแนะนำต่อ ๆ กันไป (Snowball sampling) ให้สามารถสืบสาวเรื่องราวเพื่อให้ถึงแหล่งข้อมูลและนำข้อมูลมาประติดประต่อให้เกิดความเชื่อมโยงกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้างที่เน้นความยืดหยุ่นของการวิจัย รวมทั้งการซักถาม พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ การจดบันทึก และการบันทึกภาพถ่าย เป็นต้น และเชื่อว่าข้อมูลที่ค้นพบเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับปรากฏการณ์ที่ศึกษารวมทั้งประสบการณ์ของผู้วิจัยทั้งอดีตและปัจจุบัน โดยเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลแบบองค์รวม (Holistic Approach) โดยมีตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ปราศจากอคติและให้ความสำคัญกับมุมมองและความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ (ชาย โพธิ์สิตา, 2554)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้วิจัยได้วางแผนการเข้าเก็บข้อมูลของตลาดนัดชุมชนในช่วงเวลาต่าง ๆ เพื่อความเข้าใจระบบและกระบวนการจัดจำหน่ายของผู้ค้าในตลาดนัดชุมชนทั้ง 2 แห่ง ทุกมิติและเตรียมเครื่องมือสำหรับช่วยในการบันทึกข้อมูลล่วงหน้า เช่น สมุดจดบันทึกข้อมูลภาคสนาม โดยทีมผู้วิจัยซึ่งเป็นคนนอกที่เข้ามาเป็นผู้ซื้อสินค้าในตลาดนัดนี้เป็นประจำ เพื่อสร้างความคุ้นเคยและเกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดี พร้อมทั้งคอยสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมตามพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาด โดยเก็บข้อมูลและจดบันทึกภาคสนามจาก ผู้ค้า คณะกรรมการตลาดนัดทั้ง 2 แห่ง เจ้าหน้าที่ และคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสินค้าและบรรยากาศของตลาดนัดชุมชนแห่งนี้ โดยทีมผู้วิจัยประชุมร่วมกันเพื่อให้เข้าใจในประเด็นสำคัญตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยร่วมกัน การลงสนามเก็บข้อมูล โดยเข้าศึกษาเป็นช่วง ๆ ตลอดระยะเวลาตั้งแต่ปลายปี 2558 จนถึงประมาณ เดือนมีนาคม 2560 ในประเด็นของการซักถามเช่น ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของผู้ค้า ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ การเข้ามาค้าขายตลาดได้อย่างไร มีกฎเกณฑ์ใดที่ต้องปฏิบัติตามร่วมกัน มาจากอำเภอใด สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีประเภทใดบ้าง เป็นสินค้าที่ผลิตเองหรือซื้อเพื่อมาจำหน่ายต่อ เป็นผลผลิตของชุมชนหรือนอกชุมชน การเดินทางมาจำหน่ายมาเองหรือรวม ๆ กันมา ต้องเสียค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง รายได้การจำหน่ายแต่ละครั้งโดยประมาณเท่าไร ส่งผลดีต่อตนเอง ครอบครัว และชุมชนอย่างไร ปัญหาอุปสรรคมีหรือไม่อย่างไร นอกจากจำหน่ายที่ตลาดนัดแห่งนี้แล้วไปจำหน่ายที่ใดบ้าง กำหนดราคาซื้อขายกันอย่างไร เป็นต้น

ทีมผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลไปพร้อมกับการวิเคราะห์ โดยไม่แยกกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งออกจากกัน ประกอบการวิเคราะห์ภาคสนามตลอดระหว่างเก็บข้อมูลจนแล้วเสร็จ เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันของข้อมูลที่ได้



การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์โดยการสอบถามกับผู้ค้าในตลาดและเปรียบเทียบข้อมูลที่ให้โดยผู้ให้หรือคณะกรรมการได้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลที่มีการบันทึกไว้จากสมุดบันทึกการจำหน่ายสินค้าและสมุดบันทึกการเก็บค่าสมาชิกที่นำสินค้ามาจำหน่ายแต่ละครั้งและรายการที่จำเป็นเพื่อการบริหารตลาดให้เกิดความความสะดวกและเป็นไปอย่างเรียบร้อย เพื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงให้มากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลการสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลบริบทและรายได้ของตลาดนัดชุมชน โดยใช้สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) หาค่าร้อยละ และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ค้าเพื่อตรวจสอบข้อมูลกับตัวเลขที่มีการจดบันทึกไว้ ดังตารางประกอบคำอธิบายดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลบริบทและรายได้ของตลาดนัดชุมชน

ที่	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มเป้าหมาย (ราย)	กลุ่มที่ศึกษา (ราย)	สินค้าที่จำหน่าย	เก็บข้อมูลโดย	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
1	ผู้ขายในตลาดนัดวิสาหกิจชุมชน	149	121	-อาหารสำเร็จรูป พืชผักผลไม้ ของใช้เบ็ดเตล็ดที่มีในชุมชนและนอกชุมชน	-สัมภาษณ์ -ซักถาม พูดคุย -การสังเกต -เก็บจากสมุดบันทึกการขายแต่ละครั้ง	วิเคราะห์เนื้อหา สถิติบรรยาย
2	ผู้ขายในตลาดนัดเกษตรกร	54	38	-พืชผัก ผลไม้ในท้องถิ่นตามฤดูกาลที่ปลอดภัย -อาหารสำเร็จรูปจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	สัมภาษณ์ -ซักถาม พูดคุย -การสังเกต -เก็บจากสมุดบันทึกการขายแต่ละครั้ง	วิเคราะห์เนื้อหา สถิติบรรยาย
	รวม	203	159			

ตารางที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของตลาดนัดชุมชนจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ

ที่	กลุ่มเป้าหมาย (ราย)	กลุ่มที่ศึกษา (ราย)	เก็บข้อมูลโดย	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
1	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด	1	สัมภาษณ์ด้านนโยบายและแหล่งของตลาดนัดชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา	วิเคราะห์เนื้อหา
2	สำนักงานเกษตรจังหวัด	6	สัมภาษณ์ได้ข้อมูลปฐมภูมิที่เกี่ยวข้องของตลาด และนโยบายการกำกับดูแล และรายชื่อผู้ขายในตลาดนัดเกษตรกร	วิเคราะห์เนื้อหา
3	ตำรวจจราจร	1	การดูแลความเรียบร้อย และ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตลาด	วิเคราะห์เนื้อหา
	รวม	8		

สรุปผลการวิจัย

ตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา ในระยะเริ่มแรกตั้งจากวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอาชีพทางการเกษตร ผู้ประกอบอาชีพวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีปัญหาเกี่ยวกับการจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ได้ในราคาที่ไม่เป็นธรรม และยังหาช่องทางการจำหน่ายผลผลิตได้น้อย เพื่อเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ก่อให้เกิดสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทราจึงจัดหาพื้นที่ว่างของหน่วยงานราชการเพื่อใช้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรของคนในชุมชนเมืองฉะเชิงเทรากับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้



ผู้ผลิตพบผู้บริโภคโดยตรง ลดพ่อค้าคนกลางตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา โดยเริ่มจากผลผลิตทางการเกษตรที่เหลือกินเหลือใช้มาจำหน่าย เพื่อเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้แก่เกษตรกรโดยตรง จึงกำหนดวันนัดขึ้นในวันศุกร์ต้นเดือน เพียงเดือนละครั้ง แต่ยอดการจำหน่ายไม่ค่อยดีเนื่องจากแต่ละนัดห่างกัน 1 เดือนทำให้ ผู้บริโภคลิ้มวันของตลาดนัดจึงจำหน่ายได้น้อย จำหน่ายได้เพียงบุคลากรของหน่วยงานราชการที่อยู่ใกล้บริเวณตลาดนัดข้างศาลากลางจังหวัด ต่อมาได้เพิ่มเติมจำหน่ายในวันอังคารด้วย และเป็นการจำหน่ายทุกสัปดาห์ จึงทำให้ผู้บริโภคเริ่มรู้และมาอุดหนุนจำนวนมากขึ้น และจัดพิเศษในวันศุกร์ต้นเดือนเป็นนัดที่ใหญ่ผู้ค้าจะนำสินค้ามาจำหน่ายเป็นจำนวนมากมากกว่า 120 ราย และพ่อค้าอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกตลาดนัดชุมชนได้นำสินค้ามาจำหน่ายจำนวนมากในบริเวณโดยรอบสนามหน้าศาลากลางจังหวัด ทำให้เกิดปัญหาด้านการรักษาความสะอาดและมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น แต่ขาดคนที่จ้ะร่วมกันรับผิดชอบและแบ่งปันค่าใช้จ่าย จึงได้ยุติการจำหน่ายในวันศุกร์ต้นเดือนที่เป็นนัดพิเศษไป ยังคงขายในเนื้อที่ว่างข้างศาลากลางจังหวัดเท่านั้น (สายัณห์ โกมล, 2558) ต่อมาพื้นที่แห่งนี้ต้องใช้ในการก่อสร้างสำนักอัยการจังหวัดฉะเชิงเทรา ทางเทศบาลจังหวัดฉะเชิงเทราจึงได้ให้พื้นที่ด้านข้างสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทราเป็นที่จำหน่ายตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2554 โดยจำกัดพื้นที่ห้ามรถลากจากพื้นที่ที่กำหนดให้และต้องดูแลความสะอาด ความเรียบร้อยเมื่อเลิกตลาดนัด และกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารตลาด ซึ่งคณะกรรมการได้มีการเก็บค่าที่จากผู้ค้าที่มาจำหน่ายรายละ 20 บาทต่อนัด เพื่อเป็นค่าทำความสะอาดบริเวณดังกล่าวให้แก่เทศบาล ค่าตำรวจจราจรที่มาดูแลความเรียบร้อย และค่าคณะกรรมการบริหารตลาดบางตำแหน่ง และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้น ร้านค้าแต่ละรายเสียภาษีให้แก่เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรายรายละ 100 บาทต่อปี (วันเพ็ญ ดิษฐ์ศิริ, 2560)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2557 ทางจังหวัดฉะเชิงเทราได้เริ่มมีนโยบายด้านเกษตรปลอดภัยสูงขึ้นสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการให้ 1 จังหวัด 1 ตลาด เพื่อลดพ่อค้าคนกลาง จึงเกิดตลาดนัดเกษตรกรขึ้น ซึ่งได้เปิดตลาดอย่างเป็นทางการเมื่อ 12 ธันวาคม 2557 จำหน่ายผักปลอดภัยสูงโดยทางจังหวัดมีการตรวจสอบและมอบใบรับรองเบอร์ 8 ให้ และให้พื้นที่จำหน่ายในบริเวณข้างสนามกีฬาของเทศบาลที่ยังเป็นพื้นที่ว่างอยู่และมีอาณาบริเวณติดต่อกับตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนที่ย้ายมาอยู่ก่อนแล้ว โดยตลาดนัดนี้มุ่งเน้นจำหน่ายพืชผัก Premium และเป็นเกษตรกรตัวจริง ผลผลิตจะต้องผ่านการตรวจสอบความปลอดภัยก่อนนำมาจำหน่าย หากตรวจพบว่ามีสารเคมีถึง 2 ครั้ง จะถูกยกเลิกห้ามนำสินค้ามาจำหน่าย และยึดหยุ่นว่าหากพืชผลผลิตของเกษตรกรรายใดมีน้อยสามารถรวบรวมจากชุมชนของตนมาจำหน่ายได้แต่ต้องรับผิดชอบต่อด้านความปลอดภัย โดยตลาดนัดเกษตรกรมีประธาน กำหนดวาระ 1 ปี ยังไม่มีการเลือกประธานตลาดคนใหม่ เนื่องจากเพิ่งอยู่ในระยะเริ่มต้น เริ่มเปิดตลาดมาได้ประมาณ 2 ปี ส่วนตลาดนัดวิสาหกิจชุมชน มีประธานตลาด คนปัจจุบันเป็นคนที 4 อยู่ในตำแหน่งวาระละ 2 ปี ตลาดนี้ตั้งมาเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 20 ปี

ในด้านบริบทของตลาดนัดชุมชน ในปัจจุบันตลาดนัดทั้ง 2 แห่งอยู่ในบริเวณต่อเนื่องกัน มีการจำหน่ายสินค้าจำนวน 3 วันต่อสัปดาห์ คือ วันอังคาร วันศุกร์ และในวันอาทิตย์ ตลาดทั้งสองแห่งจะมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน คือ ตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนจะมีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เสื้อผ้า และของใช้จำเป็น ตามที่ผู้ค้าหรือกลุ่มวิสาหกิจแต่ละแห่งแต่ละอำเภอจะรวบรวมมาจำหน่ายเหมือนตลาดนัดโดยทั่วไป ทำให้มีสินค้าหลากหลายชนิด ขณะที่ตลาดนัดเกษตรกรมีการจำหน่ายเน้นพืชผัก ผลไม้ ที่มีความปลอดภัยสูงเป็นสินค้า Premium ซึ่งทางจังหวัดจะคอยควบคุม กำกับให้อยู่ในคุณภาพที่กำหนด มีการใส่ถุง และมีตราสัญลักษณ์ของทางจังหวัด โดยมีเครื่องหมายเบอร์ 8 ของทางจังหวัดเป็นตัวประกันคุณภาพ

ในด้านรายได้จากการจำหน่าย จากการศึกษาข้อมูลการจำหน่ายสินค้าในปี พ.ศ. 2559 ยอดที่จำหน่ายสินค้าของตลาดนัดวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมียอดลงบันทึกบัญชีไว้จำนวน 26,855,767.00 บาท หรือประมาณ 30 ล้านบาท และตลาดนัดเกษตรกร มียอดจำหน่ายทั้งปี ยอดประมาณ 9,802,478.00 บาท หรือประมาณเกือบ 10 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้จากการจำหน่ายสินค้าทั้ง 2 แห่ง มียอดรวมทั้งสิ้น 36,658,245.00 บาท หรือประมาณ 40 ล้านบาท ผู้วิจัยประมาณการยอดจำหน่ายไว้ที่ 50 ล้านบาท ต่อปี จากการสอบถามเพื่อดูความถูกต้องตรงกันพบว่า ยอดการจำหน่ายจริงกับยอดที่บันทึกในสมุดมีความคลาดเคลื่อนจำนวนมาก โดยตลาดวิสาหกิจชุมชน ผู้ค้ามาลงบันทึกบัญชีแค่เพียงครั้งเดียวของจำนวนผู้ค้าทั้งสิ้น และยอดที่บันทึกบัญชีต่ำกว่าความเป็นจริง ประมาณ เกือบ 50 %



เพราะจากการตรวจสอบยอดที่บันทึกกับที่ไปสัมภาษณ์แต่ละรายไม่ตรงที่บันทึกไว้ และบางรายใช้กะประมาณคร่าวๆและใช้ยอดนั้นลงบันทึกตลอดเป็นค่าเดียวกันไม่มีการเปลี่ยนแปลงยอดให้สอดคล้องกับความเป็นจริง สาเหตุเนื่องจากกลัวถูกประเมินการเสียภาษีจากสรรพากร (พุฒ ลอยรัตน์, 2559) ในส่วนบัญชีตลาดนัดเกษตรกรจะบันทึกเป็นกระดาษแผ่นเดียวจัดทำเป็นฟอร์มที่ทำไว้เพื่อสะดวกในการบันทึกข้อมูลโดยเหรียญเพียงผู้เดียวเป็นผู้จัดทำ ซึ่งวิธีการบันทึกข้อมูลจากรายได้การจำหน่ายสินค้าของตลาดเกษตรกร โดยเหรียญจะเดินสอบถามผู้ค้าแต่ละรายว่าจำหน่ายได้เท่าไร ในช่วงที่ตลาดจะวายหรือใกล้เก็บสินค้ากลับถิ่นของตน ซึ่งจะประมาณยอดจำหน่ายเท่านั้น เพราะการจำหน่ายยังไม่เสร็จสิ้นในแต่ละนัดโดยประมาณส่วนที่จำหน่ายได้และบางส่วนที่คาดว่าจะจำหน่ายได้จากสินค้าที่เหลือวางจำหน่ายของผู้ค้าแต่ละรายของการจำหน่ายในนัดนั้น ๆ (เดชธร มนเทวิน, 2559) แต่แม้กระนั้นก็ยังถือเป็นสิ่งที่ดีซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนของอำเภอต่าง ๆ ทั้งจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับชุมชนและประเทศได้เป็นอย่างดี จากยอดจำนวนเงินที่ผู้ค้าทั้ง 2 ตลาดบันทึกเป็นยอดที่เป็นตัวเงินจริงที่ได้รับแม้ว่าจะลงไม่ครบจำนวนก็ตาม แต่ทำให้ผู้วิจัยสามารถทราบตัวเลขขั้นต่ำที่ผู้ค้าจำหน่ายสินค้าได้มาเป็นฐานในการคิดประมาณการได้

ในด้านการศึกษารายชื่อข้อมูลของผู้ขายหรือผู้ค้าในตลาดนัดที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน พบว่า ผู้ค้าในตลาดนัดชุมชนทั้ง 2 แห่ง มีจำนวนผู้ค้าทั้งสิ้น 203 ราย ประกอบด้วยผู้ค้าจากวิสาหกิจชุมชนมีจำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.40 ส่วนผู้ค้าในตลาดเกษตรกร มีจำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.60 ผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.00 เป็นเพศชาย 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.55 มีบางส่วนที่ไม่ทราบข้อมูลเนื่องจากตลาดนัดเกษตรกรใช้ชื่อกลุ่มในการลงทะเบียน ไม่สามารถติดต่อได้ ไม่ทราบเพศ อายุและระดับการศึกษา รวม 7 คน หรือ 7 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.45 ตามลำดับ

ข้อมูลในด้านระดับการศึกษาของผู้ค้าพบว่า ไม่ทราบวุฒิการศึกษาจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.67 เนื่องจากผู้ค้าไม่มาจำหน่ายเป็นเวลานาน ไม่สามารถติดต่อได้ ประกอบด้วยผู้ค้าจากตลาดนัดวิสาหกิจชุมชน จำนวน 28 รายและ จากตลาดนัดเกษตรกร จำนวน 16 ราย การวิจัยพบว่า ผู้ค้ามีระดับการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษามากที่สุดถึง 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.99 และในจำนวนนี้ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มากที่สุด และมีผู้จบระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 3.45 และมีผู้ไม่ได้รับการศึกษาจำนวน 1 ราย เป็นเพศหญิงจากอำเภอเมืองซึ่งขณะนี้มียายุ 60 ปี

ในด้านของอายุของผู้ค้าในตลาดทั้ง 2 แห่งนี้ ผู้ค้าส่วนใหญ่มีอายุกลางคนและค่อนข้างสูงวัยอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีจำนวน 47 ราย เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 23.15 เท่ากัน ช่วงอายุ 61-70 ปี มีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.26 และช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.90 ตามลำดับ ในตลาดนัดแห่งนี้มีผู้ค้าอายุสูงสุด คือ มีอายุ 83 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.99 เป็นผู้ค้าของตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนทั้งสองราย เป็นเพศชาย 1 ราย จำหน่ายพืชผัก ผลไม้ตามฤดูกาล และดอกไม้เป็นผู้ค้าจากอำเภอบางคล้ามา และผู้ค้าที่สูงอายุอีก 1 ราย เป็นเพศหญิงจำหน่ายปลาแฉกและไส้ว (Thai sausage) จากอำเภอเมือง และไม่ทราบอายุมีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.67 ดังตารางสรุปข้อมูลประกอบคำอธิบายดังนี้

ตารางที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานผู้ขาย

รายชื่อนัด	เพศ			ระดับการศึกษา						อายุ							
	ชาย	หญิง	N/A	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	N/A		21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	N/A
จำนวน	60	136	7	70	30	24	28	7	44	7	14	67	87	33	9	2	44
ร้อยละ	29.55	67.00	3.45	34.48	14.78	11.82	13.79	3.45	21.68	3.45	6.90	23.15	23.15	16.26	4.43	0.99	21.67

ข้อมูลของผู้ค้าทุกอำเภอที่มาจำหน่าย ส่งผลต่อเศรษฐกิจฐานรากโดยตรงในตลาดนัดชุมชนทั้ง 2 แห่งนี้ พบว่า ในตลาดนัดวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมืองมีผู้ค้ามากที่สุดถึง 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.05 รองลงมาเป็นอำเภอบ้านโพธิ์ จำนวน 13 ราย คิดเป็นจำนวนร้อยละ 8.73 และอำเภอลองเขื่อน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.38 ตามลำดับ ในส่วนของตลาดนัดเกษตรกร มีผู้ค้ามาจากอำเภอบางคล้ามากที่สุดจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.08 รองลงมาคือผู้ค้าในเขตอำเภอเมือง จำนวนผู้ค้า 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.22 และอำเภอ



ราชสาส์น จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.97 ตามลำดับ สรุปรูปภาพโดยรวมของตลาดนัดทั้ง 2 แห่ง ผู้ค้ามาจากอำเภอเมืองมีจำนวนมากที่สุดถึง 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.78 ผู้ค้าจากอำเภอคลองเขื่อนและอำเภอบางคล้ามีจำนวน 16 ราย เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 7.88 เท่ากัน และผู้ค้าจากอำเภอบ้านโพธิ์มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.39 ตามลำดับ และอำเภอที่มีผู้ค้ามาจำหน่ายในตลาดนัดทั้ง 2 แห่งนี้น้อยที่สุด คือ อำเภอบางปะกงมีจำนวนเพียง 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.97 ดังตารางสรุปประกอบคำอธิบายนี้

ตารางที่ 4 ข้อมูลจำนวนผู้ขายแยกตามอำเภอ

อำเภอ/ ราย	เมือง	บ้านนา เปรี้ยว	คลอง เขื่อน	ราช สาส์น	บ้าน โพธิ์	ท่า ตะเกียบ	บาง คล้า	บาง ปะกง	แปด ขาว	สนาม ชัยเขต	พนม สารคาม	รวม	ร้อยละ
ตลาดวิสาหกิจ	85	5	11	6	13	9	3	3	6	4	4	149	73.40
ร้อยละ	57.05	3.36	7.38	4.03	8.73	6.04	2.01	2.01	4.03	2.67	2.68	100	
ตลาดเกษตรกร	12	5	5	7	2	2	13	1	1	2	4	54	26.60
ร้อยละ	22.22	9.26	9.26	12.97	3.70	3.70	24.08	1.85	1.85	3.70	7.41	100	
รวม	97	10	16	13	15	11	16	4	7	6	8	203	100
ร้อยละ	47.78	4.93	7.88	6.40	7.39	5.42	7.88	1.97	3.45	2.96	3.94	100	

ในด้านบทบาทของตลาดนัดชุมชนที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชน พบว่าผู้ค้าจากอำเภอ ต่าง ๆ นำสินค้าจากชุมชนมาจำหน่ายทำให้ชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายและรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนโดยตรง ประเภทของสินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดนัดวิสาหกิจชุมชนโดยประมาณมากกว่า 90 ชนิด เช่น อาหาร/กับข้าวสำเร็จรูป น้ำพริกชนิดต่าง ๆ อาหารสุภาพ ผัก ผลไม้และขนมต่าง ๆ เป็นต้น

ในด้านสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดเกษตรกรเป็นสินค้า Premium ปลอดสารเคมี ประกอบด้วย ผัก พืชสวนครัว ผักพื้นบ้านตามฤดูกาล เป็นต้น ดังตารางสรุปคำอธิบายโดยเรียงระดับมาก 5 ลำดับแรก ดังนี้

ตารางที่ 5 ข้อมูลรายการสินค้าที่ขายในตลาด

สินค้า	ตลาดนัดวิสาหกิจชุมชน					ตลาดนัดเกษตรกร						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	5	5
จำนวน (ราย)	27	10	9	8	5	23	6	4	3	3	2	2
รายละเอียด	ผัก ผลไม้ กล้วย ในสวน	อาหาร/ กับข้าว สำเร็จรูป	ขนม หวาน	ผักปลอดสาร/ ผักอินทรีย์	ผลไม้ สด	ผัก ผักสวน ครัว กล้วย และผลไม้ ปลอดสาร น้ำดื่ม น้ำสมุนไพร	ข้าวสาร บรรจุ ถุง และข้าว หอมกลุ่น ไรซ์เบเรอรี่	ขนมปัง อบ และเค้ก น้ำหอม	เครื่องดื่ม เกิดจากผลไม้ เคี้ยวเย็น	ไข่เค็ม ไข่เค็ม ไข่ต้ม	ขนมหวาน ขนมเคี้ยว	ขนมเคี้ยว ขนมเคี้ยว

ในด้านของบทบาทของตลาดนัดชุมชนเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการโลจิสติกส์ มีดังนี้ ตลาดนัดนี้เป็นการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพของเกษตรกรจากทุกอำเภอ ซึ่งแต่เดิมเกษตรกรมักมีปัญหาด้านการตลาด ไม่สามารถหาแหล่งที่จะระบายสินค้าเพื่อจำหน่ายผลผลิตของตน ตลาดนัดชุมชนจึงเป็นแหล่งให้ผู้ค้าจากอำเภอต่าง ๆ นำสินค้าที่เป็นผลผลิตในชุมชนที่ตนเองผลิตและรวบรวมจากเพื่อนบ้านที่ไม่สามารถขนส่งออกมาจำหน่ายได้เอง เนื่องจากมีผลผลิตน้อยและไม่สะดวกในการเดินทางออกมาจำหน่ายเพราะไม่คุ้มค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จึงทำให้เกิดเป็นเครือข่ายการรวมกลุ่มกันผลิตขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าในตลาดนัด พบว่ามีลักษณะคล้าย ๆ กัน (บุญเรือง คำจันทร์, 2560; วิธนา เจริญสุข, 2560) คือผู้ค้ารายที่มีศักยภาพในการขนส่งจะทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตของสมาชิกในชุมชน นำบรรจุรถกระบะของตนออกมาจำหน่ายยังตลาดนัดชุมชนแห่งนี้ ดังเช่น กลุ่มวิสาหกิจผักเบอร์ 8 ตำบลคลองตะเกรา อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา จะมีสมาชิกในกลุ่มรวม 12 รายที่ปลูกผักแต่ละชนิดหมุนเวียนไม่ซ้ำกันเมื่อเก็บผลผลิตที่ได้จะใส่กระบะ ตะกร้า มาส่งยังกลุ่ม ๆ ที่เป็นแห่งรวบรวมผลผลิต บางครั้งประธานกลุ่มฯ หรือผู้ค้าจะให้ถุงพลาสติกนำไปใส่ผลผลิตที่พร้อมจำหน่ายนำมาส่งยังสถานที่ที่กำหนดเป็นที่รวบรวมผลผลิต โดยมีการกำหนดราคาซื้อขายผลผลิตจะใช้ราคาจากท้องตลาดมากำหนดโดยดูจากรถพ่อค้าคนกลางที่เข้ามาซื้อผลผลิตในหมู่บ้าน หากรถรับซื้ออีกโลกรัมละ 10 บาท ทางกลุ่มวิสาหกิจหรือผู้ค้าจะใช้



ราคาดังกล่าวบวกเพิ่ม 5 บาทเป็น 15 บาท ต่อ กิโลกรัมเป็นราคาซื้อ และตรวจสอบลักษณะของผลผลิตต้องมีคุณภาพ ใบของพืชผักไม่ถูกแมลงกัดกินมากเกินไป สมาชิกบางรายหากไม่มีผลผลิตจะเก็บของป่าออกมาส่ง เช่น พริกป่า หน่อไม้ป่า ตำลึง ผักบุ้ง มะขามอ่อน เป็นต้น เนื่องจากพื้นที่ติดป่าและภูเขา ผลผลิตที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวบรวมเป็นผักปลอดสารหรือผักเบอร์ 8 เช่น หน่อไม้ไผ่ตงทั้งสดและแปรรูปเป็นหน่อไม้ดอง ซึ่งผ่านการตรวจสอบตากแห้งแล้ว หลังจากรวบรวมผลผลิต จะบรรทุกขึ้นรถกระบะที่ต่อคอกเพื่อให้บรรทุกได้มากขึ้นนำมาจำหน่ายที่ตลาดนัดแห่งนี้เพื่อจำหน่ายขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง และขายส่งให้แก่แม่ค้าจากตลาดบ่อบัว แม่ค้าจากตลาดโสธร แม่ค้าส้มตำที่อยู่ในเมือง และพ่อค้าเร่ที่มารับซื้อผลผลิตเพื่อนำไปจำหน่ายต่อตามหมู่บ้านต่าง ๆ ณ ที่ตลาดนัดแห่งนี้ด้วยในช่วงเช้าตรู่เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ เนื่องจากมั่นใจในด้านคุณภาพ สดใหม่ และราคาถูกกว่าไม่ต้องเดินทางไกลไปซื้อจากตลาดขายส่งหลัก ๆ เช่น ตลาดไทย ตลาดสี่มุมเมือง เป็นต้น นอกจากจำหน่ายที่ตลาดนัดแห่งนี้ ผู้ค้าบางรายมีแหล่งที่จำหน่ายในที่อื่น ๆ ด้วย จะหมุนเวียนกันไปตามสถานที่ที่มีนัดเปิดขึ้น ส่งผลทำให้มีช่องทางการกระจายสินค้าได้มากขึ้น ผู้ผลิตในชุมชนต่างมั่นใจว่าผลิตแล้วจะสามารถจำหน่ายได้ ในราคาที่ตนเองพอใจ ทำให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการที่เคยถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา เนื่องจากไม่มีแหล่งที่จะจำหน่ายเองจำต้องขายในราคาที่พ่อค้ากำหนดให้ ทำให้ผู้ผลิตมีความตั้งใจในการผลิตที่ดีเพื่อให้มีรายได้ที่ดี ส่งผลทำให้ผู้บริโภคได้รับของดีมีคุณภาพ เกิดการรวมกันผลิต รวมกันขาย เกิดผลดีในการสร้างรายได้แก่ คนในชุมชนซึ่งเป็นฐานราก ทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุขอยู่ในครอบครัวและชุมชนของตนเองโดยไม่ต้องออกไปหางานทำนอกถิ่นที่ครอบครัวไว้ข้างหลัง ซึ่งทางกลุ่มจะมีการประชุมสมาชิกกลุ่มทุกเดือนโดยมีเกษตรตำบลเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง หากมีการประชุมใหญ่จะประชุมที่อำเภอมีเกษตรอำเภอเข้าร่วมประชุม ซึ่งนับว่านโยบายของรัฐประสบผลสำเร็จในการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากได้เป็นอย่างดี โดยมีผู้ค้าและตลาดนัดชุมชนเข้ามามีบทบาทต่อการสร้างเศรษฐกิจฐานราก และเกิดประโยชน์เป็นศูนย์รวมของการนำผลผลิตหรือสินค้า OTOP ของชุมชน ลดการผ่านคนกลาง เป็นการสร้างศักยภาพของคนในพื้นที่และชุมชนให้มีความสามารถในการผลิต การจำหน่าย และการขนส่ง เป็นกระบวนการโลจิสติกส์ระดับชุมชนที่เชื่อมโยงระบบการผลิตสู่ตลาดในระดับชุมชนสู่ชุมชน ได้ถูกที่ ถูกเวลาจากต้นน้ำ สู่กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่ต่ำ สนองสินค้าที่มีคุณภาพทำให้ผู้บริโภคพอใจ ถือเป็นจุดเริ่มต้นกระบวนการโลจิสติกส์ที่ดี ดังตารางประกอบคำอธิบายนี้

ตารางที่ 6 รายละเอียดกิจกรรมด้านโลจิสติกส์

ต้นน้ำ (ผู้ผลิต)	กลางน้ำ		ปลายน้ำ (การกระจายผลผลิต)
	การคลังสินค้า หรือ/ รวบรวมผลผลิต	การขนส่ง	
เครือข่ายผู้ผลิตในชุมชน -สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ จำนวน 10-12 คน เป็น แหล่งผลิตพืชผักปลอด สาร/ผักเบอร์ 8 เป็น พืช ผัก ผลไม้ ในสวน โดยสมาชิกจะผลิตไม่ ซ้ำชนิดกัน ปลูก หมุนเวียน ตามฤดูกาล ฯลฯ เก็บผลผลิตส่งยัง กลุ่มวิสาหกิจ/ผู้ค้าที่ รวบรวมผลผลิตจาก ชุมชน	ผู้ประกอบการ/ผู้ค้าที่รวบรวม ผลผลิตจากสมาชิก -นำผลผลิตมาบรรจุใส่ถุงราคา จำหน่ายถุงละ 20 บาท บางส่วนไม่ใส่ถุงเพื่อให้ลูกค้า เลือกตามปริมาณที่ต้องการ -ราคาซื้อจากท้องตลาด หรือรถพ่อค้าที่เข้ามาซื้อใน ชุมชนจะให้มากกว่าพ่อค้ารับ ซื้อ กิโลกรัมละ 5 บาท -กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรในแ ละชุมชน มีการประชุมสมาชิก กลุ่มทุกเดือนโดยมีเกษตร ตำบลและเกษตรอำเภอเข้า มาร่วมประชุมด้วย	ผู้ค้าขนส่งสินค้าเอง -โดยรถบรรทุก คอกเพื่อบรรทุก ผลผลิตให้มากขึ้นนำ ออกจากชุมชนเพื่อมา จำหน่ายยังตลาดนัด ชุมชน สถานที่ต่าง ๆ ที่เปิดนัดจำหน่าย สินค้า	สถานที่กระจายสินค้า/ผลผลิต 1. จำหน่ายส่ง ณ ตลาดบริเวณสนามกีฬา เทศบาลเมืองฉะเชิงเทราได้แก่ - ร้านจำหน่ายส้มตำ จะซื้อมะละกอดิบ พริก ป่า ผักบุ้งนา หน่อไม้ ไปจำหน่ายต่อ -แม่ค้าจากตลาดโสธร 2-3 รายมารับซื้อผลผลิต ไปจำหน่ายต่อ -แม่ค้าจากตลาดบ่อบัว มารับซื้อผลผลิตไป จำหน่ายต่อ - รถเร่ขายพืชผัก ผลไม้ ตามหมู่บ้าน มารับซื้อ 2. จำหน่ายปลีก แก่ผู้บริโภคที่มาจับจ่ายซื้อ พืชผักผลไม้และสิ่งของที่จำเป็นไปเพื่อบริโภค ในครัวเรือน ที่สนามกีฬาเทศบาลเมือง ฉะเชิงเทรา โรงพยาบาลพุทธโสธร ที่ทำการ อำเภอท่าตะเียบ และโรงพยาบาลอำเภอท่า ตะเียบ และสถานที่ต่าง ๆ ที่เปิดนัดจำหน่าย



จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ด้านของกระบวนการโลจิสติกส์ในระดับชุมชนนั้นจะมีเกษตรกรที่มีความพร้อม และสามารถปรับตัวมาเป็นผู้ประกอบการ/ผู้ค้า เนื่องจากเรียนรู้จากกิจกรรมที่ตนประกอบอาชีพ ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการและสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี จึงเข้าจัดการและกำหนดสมาชิกเครือข่ายมีการผลิตที่ไม่ซ้ำซ้อนกันเพื่อให้ได้ผลผลิตที่หลากหลายและปริมาณไม่มากเกินไปจนเกิดความต้องการของตลาดที่อาจจำหน่ายได้ไม่หมด และราคาต่ำ ซึ่งเป็นผลดีต่อสมาชิกเครือข่ายที่เป็นผู้ผลิต สามารถวางแผนการผลิตและจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่ดียิ่งขึ้นหากมีการเชื่อมโยงตลาดอื่น ๆ ในพื้นที่กว้างขวางออกไป เป็นการสร้างเครือข่ายได้ทั้งในระดับจังหวัดสู่จังหวัด ระดับประเทศสู่ต่างประเทศ ย่อมสามารถทำได้ โดยมีศูนย์รวบรวมข้อมูลข่าวสารที่สามารถให้ข้อมูลว่าพื้นที่ไหนมีการผลิตผลผลิตชนิดใด ปริมาณเท่าไร กระจายไปสู่ในพื้นที่อื่นที่ผลิตไม่ได้และมีความต้องการ โดยนำเทคโนโลยีข่าวสารมาช่วยทำให้แพร่กระจายข่าวสารได้รวดเร็ว ลดปัญหาสินค้ามีมากเกินไปในพื้นที่หนึ่งที่ยังผลผลิตไม่หมดต้องนำไปเททิ้งหรือมีการทำลายเพื่อลดปริมาณลง ก่อให้เกิดความสูญเสียเปล่าทางเศรษฐกิจ เนื่องจากมักประสบปัญหาด้านผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตได้ไม่แน่นอน เช่น ข้าว ลองกอง มะม่วง ลำไย ไข่ไก่ สุนัข มะนาว เป็นต้น ในบางช่วงมีน้อยราคาแพง ในบางช่วงมีมากราคาตกต่ำจนเกษตรกรต้องทำลายทิ้ง ซึ่งหากมีระบบโลจิสติกส์ที่ดีโดยเฉพาะระบบข้อมูลข่าวสารจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ สามารถระบายผลผลิตไปยังที่ ๆ มีความต้องการ หรือทำการแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า หากมีการจัดตั้งศูนย์กลางข้อมูลจะทำให้รู้แหล่งผลิต แหล่งที่ต้องการหรือแหล่งรับซื้อ เพื่อที่จะกระจายสินค้าไปอย่างถูกต้อง ถูกทาง ด้วยคุณภาพที่สนองตอบได้ จะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริงมองเห็นตลอดเส้นทางตั้งแต่ต้นทางไปสู่ปลายทาง ซึ่งสามารถทำได้ตั้งแต่ระดับชุมชนฐานรากจนถึงระดับประเทศและระดับต่างประเทศได้อย่างเชื่อมโยงกัน ในแนวคิดของผู้วิจัยคิดว่าควรใช้ระบบที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน คือ สร้างระบบเครือข่ายสหกรณ์ให้เข้มแข็งเนื่องจากมีกระจายอยู่ทุกอำเภอ ทุกจังหวัด ทั่วประเทศ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลในพื้นที่และรวบรวมผลผลิตในจังหวัดของตนมีผลผลิตอะไรที่มีมากและเด่น ๆ ที่พื้นที่อื่น ๆ ผลิตไม่ได้และมีความต้องการ เพื่อรวบรวมข้อมูลเข้าด้วยกันทำให้แหล่งผลิตพบแหล่งที่บริโภค สามารถกระจายผลผลิตส่งไปจำหน่ายยังสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ทั่วประเทศได้ หากมีความแข็งแกร่งยังสามารถทำ Contract Farming กับต่างประเทศได้ ดังเช่นสหกรณ์ชมรมชาวสวนมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา และวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้าได้ทำการขายผลผลิตมะม่วงกับต่างประเทศเองโดยตรง เป็นต้น และยังสามารถใช้สำนักงานไปรษณีย์และธนาคารที่มีทุกแห่งทั่วประเทศเป็นระบบเครือข่ายการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนผลผลิตซึ่งกันและกันได้ เพียงแต่ต้องมีศูนย์ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการอย่างรวดเร็ว เพราะนับวันพลเมืองของโลกมากขึ้น ความต้องการอาหารเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งประเทศไทยมีทรัพยากรที่สมบูรณ์และมีศักยภาพในด้านการผลิต แต่ต้องเพิ่มระบบการบริหารจัดการและระบบข้อมูลสารสนเทศตลอดจนนำเทคโนโลยีการผลิตที่แม่นยำและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้อย่างเชื่อมโยงกันตั้งแต่ด้านการผลิต การตลาดและความสามารถในการกระจายผลผลิตสู่ตลาดในระดับต่าง ๆ จะกลายเป็นประเทศที่มีจุดแข็งในด้านเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก

การอภิปรายผล

ในด้านบริบทของตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาเทศบาลเมืองฉะเชิงเทราที่มีความหมายต่อปากท้อง และการวางแผนจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันของผู้คนโดยรอบ ประกอบกับตลาดทั้งสองแห่งมีอัตลักษณ์ของตนเองมีความหลากหลายของสินค้าจากท้องถิ่นแต่ละอำเภอที่มีผลผลิตตามฤดูกาลที่แตกต่างกันไป มีวิถีการค้าขายแบบบ้าน ๆ หรือคนพื้นบ้าน ผลผลิตที่นำมาจำหน่ายมาจากฟาร์ม สวน ไร่ นา ที่เก็บเกี่ยวเสร็จใหม่ ๆ แล้วได้นำมาจำหน่ายในตอนเช้าของวันที่เปิดตลาดนัด ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทรานั้นเกษตรปลอดภัยสูง สินค้าที่จำหน่ายต้องมีคุณภาพดี ปลอดภัย ได้รับรองรับรองเบอร์ 8 จากทางจังหวัดฉะเชิงเทรา มีการใส่ถุงที่มีตราสัญลักษณ์ของทางจังหวัดและสำนักงานเกษตรจังหวัด จำหน่ายในราคาที่โปร่งใสเป็นธรรมแก่ลูกค้า เป็นที่ไว้วางใจของผู้บริโภค ดังที่ประธานกรรมการตลาดเกษตรกร (สินชัย ผดุงเจริญ, 2558) กล่าวว่า การเก็บผักมาจำหน่ายจะเก็บในช่วงตอนเย็นของวันแล้วใช้น้ำสะอาดล้าง จึงทำให้ผักสดและกรอบน่ารับประทาน ราคาจำหน่ายจะบวกกำไรกำไรร้อยละ 5 บาทจากต้นทุนเท่านั้น วิธีการจำหน่ายสินค้าจะมีลักษณะเป็นแผงตั้งจำหน่ายที่ง่าย ๆ อยู่ในที่โล่ง ๆ โดยผู้ค้ามาจากอำเภอต่าง ๆ



ทำให้มีการผสมผสานวัฒนธรรมและความหลากหลายสินค้าแต่ละท้องถิ่น สะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนต่าง ๆ และยังเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนสามารถทำธุรกิจขนาดเล็กของตนเองได้ ในการนำผลผลิตมาจำหน่ายนั้นจะใช้แรงงานในครัวเรือน และลูกหลานไม่ต้องจ้างแรงงาน รวมถึงเป็นโอกาสให้ผู้สูงอายุหรือคนแก่คนเฒ่าที่มีฝีมือในการทำอาหารหรือขนมที่อร่อย ที่นับวันจะหารับประทานได้ยากเพราะเป็นขนมที่ต้องอาศัยเคล็ดลับ ภูมิปัญญา ความประณีต การประคองประคอง ต้องใช้เวลาในการผลิต ทำให้ขนมออกมามีรสชาติอร่อยยังสามารถหารับประทานได้จากตลาดนัดแห่งนี้ โดยนำมาจำหน่ายผ่านผู้ค้าที่เป็นลูกหลาน ทำให้ผู้แก่เฒ่าสร้างความสำคัญในตนเองไม่เป็นภาระลูกหลานเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว และเป็นการอนุรักษ์อาหารไทยให้คนรุ่นหลังได้เห็น

ตลาดบริเวณนี้เป็นตลาดที่ผู้ซื้อสินค้าค่อนข้างไวใจและมั่นใจในคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นคนในเขตเทศบาลเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อและให้ความสนใจในสินค้าที่ติดต่อสุขภาพและอนามัย เนื่องจากตลาดนัดชุมชนบริเวณสนามกีฬาตั้งอยู่ใจกลางชุมชนอยู่ใกล้ ศูนย์ราชการ บ้านพักข้าราชการ โรงพยาบาล สถานศึกษา หน่วยงานหลายแห่ง และประชาชนโดยรอบ พื้นที่ของสนามกีฬา อยู่ใกล้สวนสาธารณะ และสนามหน้าศาลากลางจังหวัดเป็นที่ที่มีผู้คนนิยมมาออกกำลังกายในตอนเช้าและตอนเย็นจำนวนมาก ใกล้แหล่งร้านค้าและแหล่งบันเทิง ทำให้ผู้ค้ามาจำหน่ายสินค้าแต่ละนัดได้จำนวนเม็ดเงินที่สูง 2-3 แสนบาทต่อนัดในช่วงเวลาเพียง 4-5 ชั่วโมง ปีหนึ่งก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ซึ่งถือว่านโยบายของรัฐประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี ในแต่ละนัดที่เปิดส่งผลทำให้ตลาดอื่น ๆ ขายสินค้าได้น้อยลง ผู้ค้าแต่ละรายจะมาถึงยังตลาดในเวลาก่อน 05.00 น. เพื่อมาตั้งแผงและจัดเรียงสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีผู้ซื้อหนาแน่นในช่วงไม่เกิน 09.30 น. หลังจากนั้นผู้คนเริ่มบางตา เพราะส่วนใหญ่เป็นคนทำงาน และโดยเฉพาะในวันศุกร์เป็นวันที่จำหน่ายสินค้าได้มากที่สุด ซึ่งได้ข้อมูลตรงกันระหว่างผู้ค้าและผู้บริโภคได้ให้ข้อมูลว่าวันศุกร์จะขายดีมาก ผู้ซื้อจะซื้อเพราะเตรียมไว้ทำอาหารในช่วงวันหยุดกับสมาชิกในครอบครัวที่กลับมาบ้าน

ในด้านฐานข้อมูลของผู้ค้าที่มาค้าขายในตลาดนัดมีจำนวนมากกว่า 200 ราย มาจากทุกอำเภอจึงทำให้ตลาดนัดกลายเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้โดยมีสังคมและเศรษฐกิจที่ตอบสนองซึ่งกันและกัน พฤติกรรมในตลาดเป็นสิ่งที่หล่อหลอมมาจากวัฒนธรรม เปรียบเทียบได้จากกิจกรรมของคนในระบบเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกันทุกสังคม

นอกจากนี้ในด้านบทบาทของตลาดนัดที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชน โดยตลาดนัดยังเป็นพื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค เกิดกิจกรรมซื้อ ขาย แลก เปลี่ยน ซึ่งเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านาน เพราะมนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง สิ่งที่มาซื้อขายแลกเปลี่ยนนั้นผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ตลาดไม่ได้เป็นเพียงสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเท่านั้น หากแต่มีความหมายในเชิงสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ซึ่งไม่อาจแยกจากกัน แต่เกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมอื่น ๆ และอยู่ในเงื่อนไขทางสังคม เป็นพื้นที่แห่งชีวิตที่มีการปะทะ สัมผัสของผู้คนในรูปแบบต่าง ๆ ที่น่าสนใจ หากไม่มีผู้คนเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ แล้ว พื้นที่ตลาดก็เป็นเพียงสถานที่ว่างเปล่าเท่านั้น (Robinson, 2000; นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2551; ไรวรรณ ศรีอาหมัด, 2555; สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549) ดังนั้นตลาดนัดชุมชนจึงเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการโลจิสติกส์ในระดับชุมชนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อค้นพบจากการศึกษาทำให้มองเห็นภาพรวมของการสร้างเศรษฐกิจชุมชนฐานราก เป็นการกระจายรายได้และเศรษฐกิจให้แก่สังคมท้องถิ่นเป็นเม็ดเงินที่สูงที่ไม่อาจมองข้ามไปได้
2. หน่วยงานภาครัฐที่คอยควบคุมกำกับดูแล ควรส่งเสริมด้านการรักษาคุณภาพ ความสะอาดของสินค้าที่ใช้สำหรับบริโภคโดยตรง เพื่อเป็นการยกระดับผู้ค้าและให้ผู้ค้าได้เกิดการเรียนรู้และเกิดความตระหนักในด้านของสุขอนามัยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
3. หน่วยงานภาครัฐควรเข้า มาดูแลให้ความรู้เพื่อการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านการผลิต การรักษาคุณภาพ การยืดอายุของผลผลิต ให้มีคุณภาพดี และปลอดภัยจนถึงมือผู้บริโภคเพื่อเป็นการยกระดับสินค้าให้ได้มาตรฐานและรักษามาตรฐานที่ดีอย่างสม่ำเสมอและอย่างต่อเนื่อง



4. ควรแนะนำให้ผู้ขายเห็นความสำคัญด้านการเงิน และการบัญชี เพื่อเป็นข้อมูลในด้านการวิเคราะห์ผลประกอบการ เป็นการเพิ่มศักยภาพทางการเงินของผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบต้นทุน ความคุ้มค่าของการดำเนินงานค้าขาย และการตั้งราคาที่เหมาะสม หรือเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องต่อไป

5. ควรมีการยกระดับตลาดนัดชุมชน เป็นแหล่งกระจายสินค้าที่มีมากในหนึ่งแห่งหนึ่งได้กระจายไปสู่พื้นที่อื่น ๆ ที่มีความต้องการ พัฒนาด้านฐานข้อมูลเพื่อใช้เชื่อมโยงและการจัดการด้านการกระจายสินค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด และผู้ค้าเมื่อขนส่งสินค้ามาอาจมีการขนส่งสินค้าที่ท้องถิ่นต้องการกลับไปมากกว่าการตีรถเปล่า หรือบรรทุกของที่เหลือจากจำหน่ายกับชุมชนของตนเอง

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ สถานศึกษา และตัวเกษตรกรต้องศึกษาข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ รวมทั้งร่วมคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จำเป็นก่อให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกรต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ส่งเสริมด้านความพร้อมและความเข้มแข็งของชุมชนผ่านเครือข่ายศูนย์ดิจิทัลชุมชน
2. พัฒนาให้ประชาชนให้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ E-Commerce
3. ควรทำการศึกษาถึงผลของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจฐานราก

รายการอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2560, จาก <http://www.ryt9.Com/s/iq03/2597340>.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2560, จาก <http://www.boi.go.th/upload/content>.
- ชาย โพธิ์สีตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- เดชธร มนเทวิน. *เหรียญกษาปณ์และตราธนบัตร*. สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม, 27 ธันวาคม 2559.
- นฤพนธ์ ดัวงวิเศษ. (2551). *อะไรคือตลาด*. บทความวัฒนธรรม แพลตฟอร์มและเรียบเรียงจาก David Levinson and Melvin Ember(eds.) *Encyclopedia of Cultural Anthropology*. Henry Holt and Company, New York. Pp. 728-732. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2560, จาก http://www.eighteggs.com/sac/article_detail.php?article_id=16&category_id=11.
- บุญเรือง คำจันทร์. สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2560.
- พุด ลอยรัตน์. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม, 6 กรกฎาคม 2559.
- โรหนับ ศรีอาหมัด. (2555). *ตลาดน้ำคลองแห : พื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยวและการบริโภค*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์), สงขลา.
- โลจิสติกส์. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2560. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>.
- สารานุกรมเสรี. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2560. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>.
- วิภา เจริญสุข. สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2560.
- วันเพ็ญ ดิษฐ์ศิริ. สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2560.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2560. จาก <http://www.boi.go.th/upload/content.pdf>.
- สายัณห์ โกมล. สัมภาษณ์, 15 กันยายน, 8 ธันวาคม 2558.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเล่มที่ 28 เรื่องที่ 3 ตลาด. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2560 , จาก <http://saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book..>
- สินชัย ผดุงเจริญ. สัมภาษณ์, 25 ธันวาคม 2558.



สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). *บทนำ ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยา
สิรินธร (องค์การมหาชน).

Robinson, K. (2000). Economy as a cultural system: the economic anthropology of Paul
Alexander, *Asia Pacific Journal of Anthropology*, 1(1), 3-13.