

โครงสร้างของตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา
และการสร้างการรับรู้ใหม่¹
The Structure of Community Markets in Songkhla Lake
Basin and Reconstructing the Cognition

ปริญญา นวลเปียน *

Ph.D. (Political Science), Universiti Utara Malaysia
(UUM), Malaysia, นักวิชาการอิสระ และสมาชิกผู้ร่วม
ก่อตั้งศูนย์ทะเลสาบศึกษา จังหวัดพัทลุง

***Corresponding Author E-mail: ninepop@gmail.com**

Received: March 24, 2021

Revised: May 6, 2021

Accepted: June 30, 2021

Available: June 30, 2021

Journal of Humanities and Social Sciences

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเรื่อง “ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นกับการสร้างพลังขับเคลื่อนตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาในยุคปัจจุบัน” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ปี 2563

Abstract

This article synthesized the studies of community markets in the historical aspect. The purpose was to suggest guidelines for community markets to develop themselves and responded society's demands in production and consumption at present. The article aimed to explain history about community markets in Songkhla Lake Basin based on studies of local researchers in four communities i.e. Khok Sai, Han Pho, Khuan Khanun, and Muang Songkhla. Synthesized results showed the structure of traditional community markets before B.E. 2510s and changes of community markets divided into two eras i.e. from 2510s to 2540s and from 2550s to present. Additionally, the article showed using of history as the guidelines for driving community markets nowadays that were split two aspects i.e. guidelines for using community history to operate for building meaning of community markets areas and the construction of community markets' networks in various districts.

Keywords:

Community Market, Khok Sai, Han Pho,
Khuan Khanun, Muang Songkhla,
Songkhla Lake Basin

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการสังเคราะห์ผลการศึกษาดูชุมชนในแง่ภูมิประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เพื่อเสนอแนะแนวทางที่จะช่วยให้ตลาดชุมชนสามารถพัฒนาตัวเองและตอบสนองความต้องการในการผลิตและบริโภคของสังคมในปัจจุบันได้ โดยมุ่งเน้นอธิบายประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา จากกระบวนการศึกษาของนักวิจัยในชุมชน 4 แห่ง ได้แก่ ชุมชนโคกไทร ชุมชนทานโพธิ์ ชุมชนควนขนุน และชุมชนเมืองสงขลา โดยสังเคราะห์ให้เห็นโครงสร้างตลาดชุมชนแบบดั้งเดิมในช่วงก่อนทศวรรษ 2510 รวมทั้งความเปลี่ยนแปลงของตลาดชุมชนที่แบ่งออกได้เป็น 2 ยุค ได้แก่ ตั้งแต่ทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2540 และตั้งแต่ทศวรรษ 2550 ถึงปัจจุบัน บทความนี้ยังนำเสนอถึงการนำประวัติศาสตร์มาเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนตลาดชุมชนในปัจจุบัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ แนวทางในการใช้ประวัติศาสตร์ชุมชนไปปฏิบัติการเพื่อสร้างความหมายของพื้นที่ตลาดชุมชน และการสร้างเครือข่ายตลาดชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ

คำสำคัญ:

ตลาดชุมชนลุ่มทะเลสาบสงขลา, ชุมชนโคกไทร
ชุมชนทานโพธิ์, ชุมชนควนขนุน,
ชุมชนเมืองสงขลา

บทนำ

บทความนี้เป็นการศึกษาในมิติประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มุ่งเน้นบทบาทความทรงจำเกี่ยวกับตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยเลือกพื้นที่ศึกษา 4 แห่ง เพื่อสะท้อนภาพแทนของพื้นที่ลุ่มทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย (1) ชุมชนโคกไทร อำเภอกงหรา จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นชุมชนเชิงเขาบรรทัดที่เป็นแหล่งป่าต้นน้ำของทะเลสาบสงขลา ประชากรทั้งหมดของชุมชนล้วนเป็นชาวมุสลิม แต่เดิมนั้นผู้คนเกือบทั้งหมดทำนาในพื้นที่ราบเชิงเขาเพียงเพื่อยังชีพ และต่อมาได้ทำสวนยางพาราและทำสวนผลไม้เป็นอาชีพหลัก (2) ชุมชนหานโพธิ์ อำเภอลำชะสน จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนชาวนาดั้งเดิมในเขตทุ่งราบขนาดจำกัดที่ตั้งอยู่ระหว่างทางรถไฟสายใต้และฝั่งตะวันตกของทะเลสาบสงขลา และต่อมาจึงเกิดการปรับเปลี่ยนที่นาเป็นสวนยางพาราและสวนปาล์ม สลับกับพื้นที่นาที่ยังหลงเหลือสืบมาแต่เดิม (3) ชุมชนตลาดควนขนุน อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนตลาดทางฝั่งตะวันตกของทะเลสาบสงขลา เป็นหนึ่งในตลาดชุมชนเก่าแก่ที่เชื่อมร้อยผู้คนจากชุมชนเชิงเขา ชุมชนชาวนา และชุมชนชาวประมงเข้าหากัน และ (4) ชุมชนเมืองสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นชุมชนเมืองท่าขายฝั่งทะเลสาบสงขลา ที่เคยมีบทบาทสำคัญในทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในท้องถิ่นบริเวณนี้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของบทความนี้มุ่งอธิบายประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาในปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งตลาดชุมชนที่ได้รับการฟื้นฟูหรือเกิดขึ้นใหม่ เพื่อสำรวจว่ามีแง่มุมใดของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่จะใช้เป็นพลังขับเคลื่อนตลาดดังกล่าวได้นอกจากนี้ได้อธิบายให้เห็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการฟื้นฟูและเกิดขึ้นใหม่ของตลาดชุมชนในยุคปัจจุบัน ตลอดจนการนำเสนอแนวทางในการขับเคลื่อนตลาดในพื้นที่ต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จโดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดชุมชนดังกล่าว

2. โครงสร้างของตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา

ชุมชนท้องถิ่นบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลามีความแตกต่างทางกายภาพที่ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการซื้อขายระหว่างชุมชนต่าง ๆ ในเขตเชิงเขา ที่ราบ ชายทะเล และชุมชนเมือง ซึ่งเป็นไปเพื่อตอบสนองชีวิตทางเศรษฐกิจของครัวเรือนที่ต้องการบริโภค “สินค้า” จากชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่น รวมถึงการค้าขายกับโลกภายนอก นับตั้งแต่มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่รัฐสมัยใหม่ ที่มีการปกครองในระบบเทศบาล ใน พ.ศ. 2439 รัฐส่วนกลางก็เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเส้นทางคมนาคมในท้องถิ่นมากขึ้น นอกจากการปรับปรุงถนนหนทางให้ดีขึ้นมาโดยลำดับแล้ว ในทศวรรษ 2460 มีพัฒนาการทางการคมนาคม ได้แก่ การเปิดเส้นทางรถไฟสายใต้อย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2459 และการเดินเรือเมล์โดยสารระหว่างชุมชนฝั่งตะวันตก (เมืองพัทลุง) กับฝั่งตะวันออก (เมืองสงขลา) เมื่อ พ.ศ. 2465 ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนต่าง ๆ ได้สะดวกมากขึ้น ทำให้ตลาดชุมชนทั้งที่มีอยู่เดิมและเกิดขึ้นใหม่ได้ขยายตัวเป็นเครือข่ายที่โยงใยถึงกันไปทั่วท้องถิ่นอย่างรวดเร็ว (ยงยุทธ ชูแว่น, 2541, หน้า 78-79; ชัยวุฒิ พิชะกุล, 2525, หน้า 163)

การศึกษาครั้งนี้สามารถนำเสนอลักษณะสำคัญของโครงสร้างตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา ได้แก่ สถานที่ของตลาดชุมชน กำหนดการซื้อขาย และเครือข่ายตลาดชุมชน

(1) พื้นที่ของตลาดชุมชน

ตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนหมู่บ้านหลาย ๆ แห่งในบริเวณเดียวกัน จากการนิยามตลาดชุมชนในทำนองเดียวกับตลาดโดยทั่วไปว่าหมายถึงพื้นที่ (space) สำหรับทำการค้าขาย หรืออีกนัยหนึ่งคือเป็นสถานที่ (place) สำหรับนัดพบเพื่อการต่อรองแลกเปลี่ยนซื้อขาย (คาร์ล โปแลนด์, 2559, หน้า 79) ส่วนการศึกษาโครงสร้างของตลาดชุมชนบทในประเทศจีนของสกินเนอร์ (G. William Skinner) มองว่าตลาดชุมชนเป็นสถานที่

ศูนย์กลางหรือแหล่งกลางของชุมชนในทางภูมิทัศน์ที่ทำให้เกิดการกระจายทรัพยากรได้เท่าๆ กัน (Skinner, November 1964) ซึ่งตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาก็มีลักษณะเดียวกัน อย่างน้อยก็ตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2430 มาแล้วที่มีหลักฐานว่าผู้คนในชุมชนมีความคุ้นเคยกับกิจกรรมการแลกเปลี่ยนในตลาดอยู่แล้ว (จดหมายเหตุพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสแหลมมลายู คราว ร.ศ.107 และ ร.ศ.108, ม.ป.ป.) ผู้ปกครองในเวลานั้นก็เล็งเห็นด้วยว่าการจัดการให้มีสถานที่ตั้งของตลาดขึ้นจะเป็นแหล่งรายได้โดยตรงของเมืองสงขลาด้วยการค้าที่มีมาเป็นเวลานานและกระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดตลาดชุมชนขึ้นในหลายพื้นที่ นอกเหนือจากชุมชนเมืองสงขลาแล้ว ในช่วงทศวรรษ 2440 ก็มีบันทึกว่าตลาดนัดในชุมชนฝั่งตะวันตกของทะเลสาบมีการค้าขายกันอยู่อย่างคึกคักมากแล้ว ดังที่การกล่าวถึงการค้าขายในท้องที่อำเภอปากประของเมืองพัทลุงว่ามีตลาดนัดอยู่ถึง 3 แห่ง ซึ่งได้ทำการค้าขายมาเป็นเวลานานและมีร้านค้าใหญ่ๆ อยู่หลายหลัง โดยแต่ละแห่งมีผู้มาค้าขายและซื้อหาสินค้าวันละไม่ต่ำกว่า 500 คน (สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ, ม.ป.ป.: เอกสารราชการมณฑลนครศรีธรรมราชในสมัยที่เจ้าพระยามรราช (ปั้น สุขุม) เป็นข้าหลวงเทศาภิบาล ร.ศ. 115-125 (พ.ศ. 2439-2449), หน้า 356-358)

ประมาณทศวรรษ 2460 ตลาดนัดในเขตอำเภอเมืองพัทลุงหลายแห่ง เป็นสถานที่ที่เปิดบ่อนให้มีการเล่นพนัน ชาวบ้านมักเรียกตลาดนัดเหล่านี้ว่า “บ่อน” (ประมวล มณีโรจน์, 2563, หน้า 71-72) ในเขตชุมชนชาวนาในที่ราบและที่ราบลุ่มชายทะเลที่เป็นท่าเรือหลักๆ จะมีตลาดนัดเกิดขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ในชุมชนเชิงเขายังมีตลาดนัดเกิดขึ้นน้อยมาก เนื่องจากปัจจัยภูมิประเทศทำให้มีการทำนายน้อยและการคมนาคมที่ไม่สะดวก ตลอดจนปัจจัยจากความหนาแน่นของหมู่บ้านและจำนวนประชากรที่มีอยู่ในอัตราต่ำกว่าพื้นที่ในเขตอื่น และเมื่อถึงต้นทศวรรษ

2500 มีตลาดนัดกระจายอยู่อย่างกว้างขวางในเขตชุมชนชาวนาทั่วทั้งจังหวัดพัทลุงแล้ว (ถัด พรหมมานพ และเทพ บุญยประสาธ, 2500, หน้า 8)

ตลาดชุมชนเมืองสงขลาขยายตัวอย่างมากในสมัยรัชกาลที่ 5 ด้วยระบบมณฑลเทศาภิบาล ในบริเวณนี้ได้มีการจัดตั้งมณฑลนครศรีธรรมราช โดยรวมเอาเมืองพัทลุง เมืองสงขลาและเมืองนครศรีธรรมราชเข้าด้วยกัน และตั้งศูนย์บัญชาการอยู่ที่เมืองสงขลา ส่งผลให้เมืองสงขลากลายเป็นศูนย์กลางการปกครอง (ศุภชัย ชูศรี, 2560, หน้า 141-157) ปัจจัยที่ทำให้เมืองสงขลากลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าของท้องถิ่นเกิดจากภูมิณีเวศของเมือง ที่ตั้งอยู่ตรงตำแหน่งที่เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างทะเลสาบและอ่าวไทย ทำให้เมืองสงขลาเป็นเมืองท่าที่สำคัญในการรวบรวมและกระจายสินค้าของกลุ่มทะเลสาบ รวมถึงการขนส่งสินค้าในทะเลฝั่งอ่าวไทย บทบาททางการค้าของเมืองสงขลาขยายตัวอย่างมากนับตั้งแต่กลางทศวรรษ 2460 ที่เป็นต้นมา ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นการเดินเรือเมล์ในทะเลสาบ และเรือกลไฟในทะเลฝั่งอ่าวไทย ในช่วงเดียวกันนี้มีการตั้งโรงพิมพ์ขึ้นในเมืองสงขลา คือโรงพิมพ์สงขลาพานิช และโรงพิมพ์เมืองสงขลา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชุมชนเมืองสงขลาเป็นศูนย์กลางของการผลิตและการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นอีกด้วย (พิเชฐ แสงทอง, ตุลาคม-ธันวาคม 2553, หน้า 84-96; วิมลมาถ ปฎิชากุล, กรกฎาคม-กันยายน 2556, หน้า 57-62)

(2) กำหนดการซื้อขาย

ตลาดชุมชนบริเวณกลุ่มทะเลสาบสงขลาก็มีนัดค้าขายกันแบบวันเว้นวันไปจนถึงหลายวันครั้ง โดยในทศวรรษ 2440 มีตลาดบางแห่ง เช่น ตลาดท่ามิหรำ ที่อยู่ใกล้เมืองพัทลุง มีกำหนดนัดซื้อขายกันแบบวันเว้นวัน และในเครือข่ายตลาดชุมชนที่อยู่บนเส้นทางคมนาคมขนส่งเดียวกัน ยังมีการกำหนดวันทำการค้าขายแบบสลับวันภายในเครือข่าย ซึ่งในทศวรรษ 2440 นั้น ตลาดนัด 3 แห่งในอำเภอปากประจะมีวันนัด

ผลัดเปลี่ยนกันตำบลละวัน ขณะที่ตลาดชุมชนบางแห่งอาจกำหนดนัดค้าขายกันสัปดาห์ 2 ครั้ง (สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจิตรเจริญ กรมพระนครสวรรค์วรพินิต, 2540, หน้า 43; เอกสารราชการมณฑลนครศรีธรรมราชในสมัยที่เจ้าพระยายมราช (ปั้น สุขุม) เป็นข้าหลวงเทศาภิบาล ร.ศ. 115-125 (พ.ศ. 2439-2449), หน้า 356-358)

วันทำการค้าขายของตลาดชุมชนยังมีความสัมพันธ์กับกิจการหรือห้างร้านของผู้ค้าเร่ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในลักษณะ “หาบเร่แผงลอย” นำสินค้าหมุนเวียนไปทำการค้าขายในตลาดหลายแห่ง เพราะว่าตลาดเพียงแห่งหนึ่งนั้นไม่ทำให้ผู้ค้าได้ผลกำไรมากพอจนอยู่รอดได้ ความถี่ในการค้าขายของตลาดชุมชนเป็นไปตามขนบธรรมเนียมของแต่ละภูมิภาคและระดับอุปสงค์และอุปทานในตลาดชุมชน (Skinner, November 1964, p. 11) ตลาดชุมชนช่วยสร้างจิตสำนึกในความเป็นชุมชนท้องถิ่น โดยการเปิดโอกาสให้คนกลุ่มต่างๆ เข้าถึงและใช้เป็นแหล่งพบปะเพื่อสร้างกิจกรรมใหม่ๆ ร่วมกันได้ ในยุคก่อนทศวรรษ 2510 ตลาดชุมชนมีบทบาทหน้าที่สำคัญคือเป็น “สถานที่นัดพบ” เพื่อแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายสินค้าระหว่างชุมชนในท้องถิ่น และเป็นพื้นที่ของความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดชุมชน โดยคนจีนมีบทบาทที่เด่นชัดในการเป็นผู้ประกอบการ หรือเป็นทั้งผู้ผลิตและทำการค้าขายอยู่ในตลาดชุมชน ส่วนในกลุ่มคนท้องถิ่นดั้งเดิมนั้น ผู้หญิงมีบทบาทในฐานะผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดชุมชนที่เด่นชัดมาก ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของชาวตะวันตกที่ว่ามีการค้าโดยผู้หญิงแพร่หลายอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาตั้งแต่ในอดีตแล้ว (แอนโทนี รีด, 2548)

(3) เครือข่ายตลาดชุมชน

เครือข่ายตลาดชุมชนเป็นลักษณะสำคัญอีกด้านของโครงสร้างตลาดชุมชนยุคจารีต โดยปรากฏเครือข่ายของตลาดชุมชนเกิดขึ้นตามจุดนัดพบของเส้นทางคมนาคมที่สำคัญ ได้แก่ บริเวณท่าเรือ บริเวณ

สถานีรถไฟ และริมถนนหนทาง ดังนี้

ตลาดชุมชนบริเวณท่าเรือ เครือข่ายตลาดชุมชนในเมืองท่าหรือท่าเรือหลัก และในชายฝั่งทะเลสาบสงขลา เช่น ลำปำ ระโนด ปากพะยูน คูขุด และเมืองสงขลา ฯลฯ การศึกษาการค้าทางเรือในบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาของปก แก้วกาญจน์ (2541, หน้า 31-32) ระบุว่าท่าเรือหลักในชุมชนต่างๆ รอบทะเลสาบสงขลาเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชน และมีบางแห่งที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนอื่นๆ จะมีผู้ค้ารายใหญ่ที่เป็นคนจีนทำการค้าส่งสินค้าบริโภคและอุปโภคต่างๆ สินค้าเหล่านี้จะส่งต่อไปยังผู้ค้ารายใหญ่ที่เป็นเจ้าประจำและค้าขายอยู่ในตลาดที่ใหญ่กว่า เช่น ตลาดเมืองสงขลา ผู้ค้าส่งจะส่งสินค้าเป็นปริมาณมากและขนส่งโดยทางเรือ เมื่อสินค้าถูกส่งมาถึงผู้ค้ารายใหญ่ก็จะมีภาระกระจายสินค้าออกสู่ผู้ค้ารายย่อยที่เป็นลูกค้าประจำกันอีกทีหนึ่ง ท่าเรือหลักต่างๆ มีบทบาทต่อการค้าขายในยุคที่ใช้เรือใบในการขนส่งสินค้า ดังเช่นในอำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ยังมีศูนย์กลางการค้าอยู่ที่ท่าเรือประดู่เรียง โดยมีสินค้าต่างๆ เช่น เกลือ น้ำผึ้ง (น้ำตาลโตนด) อาหารทะเลหมักดอง และเครื่องปั้นดินเผามาค้าขาย ต่อมามีการใช้เครื่องยนต์เดินเรืออาจเรียกว่า “เรือยนต์” เป็นครั้งแรกในปี 2465 ทำให้การขนส่งสินค้ามีศักยภาพมากขึ้นและขยายมาแทนที่การใช้เรือใบในเวลาต่อมา ส่วนตลาดหลักในเส้นทางสัญจรย่อย ๆ ตามลำคลองของทะเลสาบสงขลา ก็มีอยู่เป็นจำนวนมาก

ตลาดชุมชนบริเวณสถานีรถไฟ การคมนาคมในบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาฝั่งตะวันตกได้อาศัยการสัญจรทางรถไฟ เป็นเส้นทางหลักร่วมกับสายน้ำในเดินทางและขนส่งสินค้า เนื่องจากมีการเปิดบริการเดินรถไฟจากพัทลุงถึงอู่ตะเภาหรือชุมทางหาดใหญ่และจากอู่ตะเภาถึงสงขลา ตั้งแต่ปี 2456 ส่วนการเปิดบริการเดินรถไฟจากทุ่งสงถึงพัทลุงมีขึ้นเมื่อปี 2457 กล่าวเฉพาะในจังหวัดพัทลุงมีสถานีรถไฟอยู่ถึง 10 แห่ง ได้แก่ สถานีแหลมโตนด สถานีปากคลอง สถานีบ้านมะกอกใต้ สถานี

พัทลุง สถานีบ้านต้นโดน สถานีเขาชัยสน สถานีบางแก้ว สถานีควนเคี่ยม สถานีนาแห้ว และสถานีโคกทรายผลกระทบที่สำคัญของเส้นทางรถไฟในบริเวณนี้คือทำให้เกิดตลาดชุมชนขึ้นในบริเวณสถานีรถไฟหลายแห่ง เช่น ตลาดชะอวด ตลาดปากคลอง ตลาดต้นโดน ตลาดสี่กั๊ก ตลาดบางแก้ว ตลาดหารเทา ตลาดควนเนียง และการเกิดขึ้นของตลาดเมืองขนาดใหญ่ที่สถานีอยู่ตะเภหรือชุมทางหาดใหญ่

ตลาดชุมชนริมถนนหนทาง การสัญจรทางถนนยังไม่ทั่วถึงและมีความยากลำบากในการเดินทาง ด้วยมีถนนสายหลักอยู่เพียงเส้นทางเดียว คือถนนสายตรง-พัทลุง เป็นถนนดินลูกรังผ่านเมืองพัทลุงไปออกทะเลสาบสงขลาที่ตำบลลำปำ รวมระยะทาง 71 กิโลเมตร ในทศวรรษ 2470 มีรถวิ่งโดยสารประจำทางระหว่างกันวันละ 1 เที่ยวแล้ว ซึ่งถูกใช้ขนส่งผู้คนและสินค้าไปสู่ท่าเรือลำปำ ซึ่งสามารถเดินทางและขนส่งสินค้าต่อไปท่าเรือสำคัญอื่นๆ โดยอาศัยเรือยนต์โดยสารและขนส่งสินค้าในทะเลสาบสงขลา หรือใช้ท่าเรือกันตั้งในจังหวัดตรังเพื่อติดต่อกับทะเลฝั่งอันดามัน รวมทั้งการต่อรถไฟที่เมืองพัทลุงและเมืองตรังได้อีกด้วย ขณะที่ถนนหนทางโดยส่วนใหญ่ยังเป็นแค่ “ทางพลี” ของชุมชน ซึ่งเป็นทางเดินเท้าหรือทางเกวียนที่ชาวบ้านใช้ร่วมกันในการเดินทางและขนส่งสินค้าในชุมชนและระหว่างชุมชน ทางพลีบางเส้นทางมักจะเชื่อมชุมชนเชิงเขา ชุมชนที่ราบ และชุมชนชายทะเลเข้าด้วยกัน ถนนที่ทางการได้สร้างไว้ยังเป็นถนนดินที่ยังไม่ได้ลงหินและลูกรัง ตลาดริมทางที่พบ ได้แก่ ตลาดต้นไทร และอาจรวมถึงตลาดท่ามิหรำที่เชื่อมต่อกับลำคลองใหญ่ และตลาดสี่กั๊กที่เชื่อมกับสถานีรถไฟพัทลุง ส่วนตลาดในถนนสายรองที่สำคัญคือตลาดแม่ขรี ตั้งขึ้นในทศวรรษ 2480 เพื่อเชื่อมต่อชุมชนเชิงเขาในตำบลตะโหมดกับตลาดริมทางรถไฟที่สำคัญคือตลาดต้นโดนและตลาดบางแก้ว และในช่วงต้นทศวรรษ 2500 ในจังหวัดพัทลุงมีตลาดชุมชนที่เชื่อมต่อกันได้ด้วยถนนหนทางมากขึ้น (ถัด พรหมมานพ และเทพ บุญยประสาท, 2500, หน้า 9-10)

ก่อนทศวรรษ 2510 นั้น ตลาดชุมชนในสถานที่ต่างๆ ถูกเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายการแลกเปลี่ยนที่กว้างขวางและกระจายอยู่ทั่วบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยมีท่าเรือในพื้นที่รอบทะเลสาบเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายย่อยในแต่ละเส้นทาง คือ ฝั่งตะวันตกของทะเลสาบสงขลา มีเครือข่ายตลาดชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ เครือข่ายตลาดชุมชนควนขนุน เครือข่ายตลาดชุมชนเมืองพัทลุง เครือข่ายตลาดชุมชนเขาชัยสน และเครือข่ายตลาดชุมชนปากพะยูน เป็นต้น และ ฝั่งตะวันออกของทะเลสาบสงขลา มีเครือข่ายตลาดที่สำคัญ ได้แก่ เครือข่ายตลาดชุมชนระโนด เครือข่ายตลาดชุมชนเกาะใหญ่ เครือข่ายตลาดชุมชนคูขุด และเครือข่ายตลาดชุมชนเมืองสงขลา เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงของตลาดชุมชนและการสร้างการรับรู้

โครงสร้างของตลาดชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลาได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตลาดชุมชนบริเวณนี้เป็น 2 ช่วงระยะเวลาคือ ในช่วงทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2540 และในช่วงทศวรรษ 2550 ถึงปัจจุบัน

(1) การเปลี่ยนแปลงในช่วงทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2540

ในทศวรรษ 2510 เป็นต้นมามีการขยายตัวของกิจการค้าส่งในตลาดของชุมชนเมืองเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการประกอบกิจการค้าปลีก และร้านของชำในชุมชนที่ทำให้สินค้าอุปโภคและบริโภคมีแพร่หลายไปทุกหมู่บ้าน ซึ่งในยุคก่อนหน้านี้ผู้ประกอบการร้านค้าในหมู่บ้านมักทำหน้าที่คนกลางรับซื้อผลผลิตของชาวบ้านไปด้วย แต่การขนส่งสินค้าจากภายนอกและผลผลิตในชุมชนยังมีความไม่สะดวก ส่วนใหญ่ต้องใช้ในการขนส่งทางเรือในลำคลอง ไม่ก็ใช้ทางฟลิตที่ต้องขนส่งกันการหาบหรือเท็นสิ่งของรวมทั้งการใช้เกวียนหรือหอนวลลำเลียงผลผลิต ในยุคนี้นักพัฒนาถนนหนทางเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งมีผลเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิต

ประจำวัน ทำให้เกิดการคมนาคมและขนส่งด้วยรถยนต์และรถจักรยานยนต์ รวมทั้งเกิดการประกอบอาชีพใหม่ๆ เช่น อาชีพขับรถโดยสารประจำทาง และการทำอาชีพพ่อค้าแม่ค้าคนกลางก็มากขึ้น (เผียน เพชรโชติ, สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2562; เจียน พงศ์สุด, สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2562; บันเทิง ศิริมุสิกะ 2545, หน้า 191)

การคมนาคมและการขนส่งทางน้ำทั้งในลำคลองและทะเลสาบมีความสำคัญน้อยลง ทำให้เรือในทะเลสาบที่เคยเป็นจุดแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนค่อยๆ หดบทบาทลงไปตั้งแต่กลางทศวรรษ 2510 ต่อมามีการยกเลิกการเดินเรือเมล์และการยกเลิกการเดินรถไฟสายสงขลาในทศวรรษ 2520 ซึ่งเป็นเหตุสำคัญให้ชุมชนเมืองสงขลากลายเป็นพื้นที่เข้าถึงได้ยากกว่าเดิม และเมื่อมีการพัฒนาเส้นทางถนนในพื้นที่รอบทะเลสาบมากขึ้น ชุมชนเมืองสงขลาที่ค่อยๆ สูญเสียความเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมและขนส่งในท้องถิ่นให้แก่ชุมชนเมืองหาดใหญ่ (มะเหลียม จินเดหา, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2562; นคร กิณนร, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2562) ขณะที่ในชุมชนอื่นๆ รวมถึงชุมชนเชิงเขา ท่าเรือของหมู่บ้านที่เคยตั้งอยู่ในลำคลองและเป็นเส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างชุมชนก็ถูกแทนที่ด้วยถนนเช่นเดียวกัน จาก “ทางพลี” ที่ใช้กันมาในอดีตซึ่งได้รับการพัฒนาให้เป็นถนนลูกรังในทศวรรษ 2510 ก็ถูกเปลี่ยนให้เป็นถนนลาดยางในช่วงกลางทศวรรษ 2520 และแม้แต่ทางพลีเส้นเล็กๆ ที่ใช้สัญจรภายในหมู่บ้านก็ถูกเปลี่ยนให้เป็นถนนคอนกรีตในช่วงทศวรรษ 2530 ถึงทศวรรษ 2540 ตลาดชุมชนยังเป็นสถานที่ศูนย์กลางแต่กระจายตัวออกไปในพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งในชุมชนเชิงเขา เช่น ตลาดนัดบ้านพุด เกิดขึ้นในปลายทศวรรษ 2510 (หมาด ราป้อม, สัมภาษณ์, 30 ธันวาคม 2562; ลี ขำแจ้ง, สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2562)

ตลาดนัดรอบสัปดาห์เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นและแพร่หลายไปในหมู่บ้านริมถนนที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนต่างๆ แต่ยังพบเห็นการกำหนดวันนัดของตลาดแบบวันเว้นวันสลับกันของเครือข่ายตลาดดั้งเดิม

ที่ยังมีอยู่ในบางพื้นที่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเปลี่ยนแปลงไปบ้าง เนื่องจากการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชุมชนน้อยลง แต่เปลี่ยนไปเน้นซื้อขายสินค้าอุตสาหกรรมจากภายนอก ที่สำคัญคือเครือข่ายตลาดชุมชนแบบจารีตเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ตลาดในบริเวณท่าเรือหมดบทบาทลง ตลาดในบริเวณสถานีรถไฟบางแห่งก็เริ่มเสื่อมถอยลง ขณะที่ตลาดริมถนนหรือริมทางหลวงมีความสำคัญมากขึ้น เช่น ตลาดควนขนุน ตลาดแม่ขี และตลาดปากคลองใหม่ขยับขยายไปเติบโตริมถนน ในชุมชนตลาดที่ตั้งอยู่ริมทางหลวงเหล่านี้เริ่มมีอาคารพาณิชย์ที่เปิดทำการถาวรเพื่อขายสินค้าและให้บริการในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าอุตสาหกรรมเป็นประจำทุกวันหรือเกือบทุกวันต่อสัปดาห์ เช่น ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ร้านขายรถจักรยานยนต์ ร้านขายหนังสือพิมพ์ ฯลฯ รวมทั้งอาจมีสำนักงานของหน่วยงานราชการ สำนักงานธุรกิจเอกชน และอาคารที่ทำการของธนาคารของรัฐหรือธนาคารพาณิชย์ของเอกชน ถือเป็นสภาพปกติของชุมชนตลาดในยุคนี้ (ดำ วัชรเสรีกุล, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2562)

ในขณะที่ตลาดชุมชนขยายพื้นที่ตามอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น และมีร้านค้าถาวรที่ทำการค้าขายถาวร แต่ในชุมชนตลาดโดยทั่วไปก็ยังมีตลาดนัดเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าต่างๆ ได้แก่ สินค้าของชุมชนหรือระหว่างชุมชน และสินค้าอุตสาหกรรมที่จำเป็นต่อการอุปโภคและบริโภค ในช่วงตั้งแต่ทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2530 ชุมชนตลาดจึงสะท้อนภาวะวิลักษณะของการเป็นตลาดนัดหรือตลาดดั้งเดิมที่เน้นแลกเปลี่ยนสินค้าชุมชน และการเป็นตลาดสมัยใหม่ที่มีร้านค้าถาวรเพื่อซื้อขายสินค้าอุตสาหกรรมและการบริการ จนกระทั่งเข้าสู่ทศวรรษ 2540 จึงมีลักษณะเป็นสถานที่ตั้งสาขาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ของกลุ่มทุนระดับชาติและกิจการข้ามชาติต่างๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าไฮเปอร์มาร์เก็ตหรือดิสเคานต์สโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ

หรือมินิมาร์ท เป็นต้น

(2) การเปลี่ยนแปลงในช่วงทศวรรษ 2550 ถึงปัจจุบัน

ในช่วงดังกล่าวนี้ชุมชนต่างๆ ต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการคมนาคมขนส่ง การแลกเปลี่ยนในชุมชนและระหว่างชุมชนกับโลกภายนอก ทำให้ตลาดชุมชนในทศวรรษ 2550 มีลักษณะสำคัญคือเป็นทั้ง “ตลาดชุมชนที่เป็นสถานที่” และ “ตลาดชุมชนที่มีไฮ้สถานที่” สำหรับตลาดชุมชนที่เป็นสถานที่ คือเครือข่ายตลาดชุมชนในอำเภอควนขนุน ยังคงมีตลาดนัดดั้งเดิมยังมีบทบาทอยู่ในชุมชน ได้แก่ ตลาดนัดในตลาดควนขนุนและตลาดปากคลอง ซึ่งสะท้อนภาวะไตรลักษณ์ของตลาดชุมชน โดยตลาดนัดแบบดั้งเดิมมีวาระสองวันครั้งเปิดทำการควบคู่กับภาวะตลาดสมัยใหม่ที่มีร้านค้าถาวร และอยู่ร่วมในเชิงแข่งขันกับสาขาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ในพื้นที่อำเภอควนขนุน โดยตลาดชุมชนที่สำคัญคือ “ตลาดใต้โหนด” และ “ตลาดป่าไผ่” เป็นตัวอย่างของตลาดชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน โดยการยกระดับตลาดนัดในวิถีชาวบ้านให้เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่นได้ เพราะมีลักษณะเด่นคือเป็นตลาดชุมชนที่เน้นให้มีการค้าขายผลผลิตจากชุมชนเชิงเขา ชุมชนชาวนา และชุมชนชายทะเล โดยให้ความสำคัญศูนย์กลางหรือแหล่งกลางของชุมชนต่างๆ ให้เป็นประโยชน์ในการสร้างตลาดเฉพาะกลุ่มให้ได้รับการยอมรับได้ในเวลาไม่นานนัก เนื่องจากเป็นตลาดชุมชนที่ตั้งอยู่ในจุดที่สามารถเชื่อมโยงชุมชนลักษณะต่างๆ ในท้องถิ่นเข้าหากันได้ และยังประสบความสำเร็จในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ร่วมสมัยในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของตลาดชุมชนจนเป็นที่รับรู้ได้ในวงกว้าง (เชย หนูแก้ว, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2562)

ส่วนตลาดชุมชนเมืองสงขลาได้รับการฟื้นฟูให้เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม และประสบความสำเร็จในการสร้างความหมายของพื้นที่ให้เป็นตลาดชุมชนเมืองท่าที่เก่าแก่ ตลาดชุมชนเมืองสงขลาที่ได้รับการฟื้นฟูขึ้นโดยให้จุดเด่นจากสถานที่ของชุมชน ที่เกิดจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนในชุมชนเมืองแห่งนี้ ร่วมกับการฟื้นฟูอาคารสถานที่ดั้งเดิมให้เกิดคุณค่าและมูลค่าในการประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงให้เป็นร้านค้าและสถานประกอบการต่างๆ เช่น ร้านหนังสือ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ตลอดจนที่พัก พิพิธภัณฑ์ และอื่นๆ เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเมืองเก่า ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับเสน่ห์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้

สำหรับตลาดชุมชนที่มีใช้สถานที่ ซึ่งหมายถึงตลาดชุมชนที่มีได้ตั้งขึ้นบนสถานที่ของชุมชน แต่มีพื้นที่อื่นๆ ในการต่อรองแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายสินค้าของชุมชน ตลาดที่มีใช้สถานที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในพื้นที่ของสื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่แพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน ดังที่พบว่ามีตลาดชุมชนที่มีใช้สถานที่ ได้แก่ ตลาดชุมชนบ้านโคกไทร และตลาดชุมชนหานโพธิ์ ตลาดชุมชนบ้านโคกไทรและเครือข่ายของกลุ่มรักษ์ผึ้งเขาบรรทัดในหมู่บ้านต่างๆ เป็นตลาดของผู้ผลิตที่มีพื้นที่สำหรับซื้อขายอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ คือ เฟสบุ๊ก และไลน์ เป็นหลัก ขณะที่ผู้ผลิตในชุมชนหานโพธิ์มีการสร้างตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของตนเองผ่านช่องทางต่างๆ ของสื่อออนไลน์เป็นหลัก ควบคู่กับการสร้างตลาดเครือข่ายเพื่อขายผลผลิตในตลาดชุมชนที่เป็นสถานที่ และการใช้พื้นที่ส่วนตัวคือบ้านที่เป็นสถานที่อยู่อาศัยและเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งผลิตเป็น “ตลาดนัดสีเขียวหน้าบ้าน” เพื่อจำหน่ายผลผลิตอีกด้วย (นิยม อรุณรัตน์, สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2562; พรุ่ง เย็นทั่ว, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2562)

(3) การสร้างการรับรู้ใหม่ในยุคปัจจุบัน

บทความนี้มีเป้าหมายที่จะประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับตลาดชุมชนในระดับท้องถิ่นขึ้นมาจากข้อค้นพบที่ได้รับจากการศึกษาในพื้นที่ปฏิบัติการทั้ง 4 ชุมชน ซึ่งอยู่ในภูมิภาคในบริบทของระบบนิเวศที่มีลักษณะเฉพาะตัวทั้งในด้านโครงสร้าง การเปลี่ยนแปลง ความหมายหรือบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ได้แก่

(1) ชุมชนโคกไทร อำเภอกงหรา จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนมุสลิมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณเชิงเขาบรรทัดของกลุ่มทะเลสาบสงขลา มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของกลุ่มผู้เลี้ยงผึ้งและพัฒนาตลาดเกิดใหม่กับชุมชนคลองน้อย อำเภอตะโหมด ซึ่งเป็นพื้นที่เชิงเขาบรรทัดที่มีลักษณะการผลิตแบบเดียวกัน

(2) ชุมชนหานโพธิ์ อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนชาวนาในพื้นที่ราบของกลุ่มทะเลสาบสงขลาฝั่งตะวันตก แม้ว่าในปัจจุบันมีการเปลี่ยนมาทำสวนยางกันมากขึ้น แต่ก็ยังมีการทำนาและทำการเกษตรแบบผสมผสานเป็นอาชีพ โดยอาศัยช่องทางการขายผลผลิตในตลาดชุมชนดั้งเดิมและการพัฒนาตลาดแนวทางใหม่ ๆ ของตนเอง

(3) ชุมชนควนขนุน อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นการเกิดขึ้นใหม่ของเครือข่ายตลาดชุมชนในพื้นที่ที่เคยเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนผลผลิตระหว่างชุมชนเชิงเขา ชุมชนที่ราบ และชุมชนชายทะเล มาตั้งแต่ในอดีต โดยมีแนวทางพัฒนาตลาดให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในชุมชนนำสินค้ามาวางขายและอาศัยการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ จนสามารถดึงดูดผู้บริโภคจากต่างถิ่นเดินทางมาจับจ่ายสินค้าได้

(4) ชุมชนเมืองสงขลา อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ซึ่งมีความพยายามที่จะฟื้นฟูตลาดหนังสือ ส่งเสริมการอ่านและการเขียน ตลอดจนพัฒนานักอ่านรุ่นใหม่ในสถานศึกษาและสถาบันอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับพื้นที่ของชุมชน เพื่อให้ตลาดหนังสือในเมืองท่าสำคัญ

ของทะเลสาบสงขลา กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง

มีข้อสรุปที่เป็นแนวทางในการใช้ประวัติศาสตร์ชุมชนไปปฏิบัติ การเพื่อสร้างความหมายของพื้นที่ตลาดชุมชนทั้ง 4 แห่ง ดังนี้

(1) ชุมชนโคกไทร การสร้างความหมายของพื้นที่ชุมชนโคกไทร และชุมชนอื่นๆ ที่เป็นเครือข่ายให้มีความหมายเกี่ยวกับชุมชนเชิงเขาที่เป็นชุมชนอนุรักษ์ป่าต้นน้ำของเทือกเขาบรรทัด มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนมุสลิมและการผลิต เช่น การจับฝั้ง และการเลี้ยงฝั้งโดยกลุ่มรักษัฝั้งเขาบรรทัด ที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันก็มุ่งเน้นการพัฒนาตลาดเชิงสถานที่ควบคู่กับตลาดออนไลน์ที่ดำเนินการอยู่ และเชื่อมโยงเครือข่ายกับชุมชนอื่นๆ ในเขตพื้นที่เชิงเขา ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวในบ้านขาม (ตำบลลำสินธุ์ อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง) ชุมชนท่องเที่ยวบ้านไร่เหนือ (แหล่งท่องเที่ยวควนนกเต็น) และชุมชนการผลิตพืชผักพื้นบ้านในบ้านน้ำตกนกรำ (ตำบลคลองทรายขาว อำเภอกงหรา จังหวัดพัทลุง) เป็นต้น

(2) ชุมชนหานโพธิ์ สร้างความหมายเกี่ยวกับชุมชนทุ่งราบและชายทะเล ที่มีประวัติความเป็นมาของชุมชนตั้งแต่ยุคโบราณ เชื่อมโยงกับประวัติความเป็นมาของตลาดชุมชนในบริเวณเดียวกันคือตลาดเขาชัยสน ตลาดตันโดน และตลาดชุมชนอื่นๆ ควบคู่กับการอธิบายให้เห็นลักษณะเด่นของการผลิตแบบไร้นาสวนผสมแบบเกษตรอินทรีย์โดยครอบครัวชาวนา ขยายเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันที่มีอยู่ภายในและภายนอกชุมชน รวมทั้งพัฒนาตลาดสีเขียวหน้าบ้านให้เป็นตลาดที่เป็นสถานที่ในพื้นที่การผลิต และพัฒนาตลาดชุมชนระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์

(3) ชุมชนควนขนุน สร้างความหมายโดยใช้ทุนทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับตลาดชุมชนเพื่อสร้างความหมายของพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับเครือข่ายตลาดชุมชนแบบดั้งเดิมที่ยังดำเนินการอยู่ และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน คือ ตลาดชุมชนควนขนุน

ตลาดชุมชนปากคลอง และตลาดชุมชนอื่น ๆ ขณะเดียวกันก็ใช้ทุนทางประวัติศาสตร์ของตลาดชุมชนแบบดั้งเดิมให้เป็นพลังขับเคลื่อนตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ในยุคปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไปด้วย

(4) ชุมชนเมืองสงขลา สร้างความหมายโดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีบทบาทในการค้าขายของเมืองสงขลาในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแนวทางที่เป็นตัวแบบจากการศึกษาในครั้งนี้คือการสร้างความหมายของเมืองที่มีพัฒนาการเกี่ยวข้องกับตลาดหนังสือ โดยวางแผนปฏิบัติการร่วมกับกิจกรรมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มนักอ่านและนักเขียนในท้องถิ่น สร้างความร่วมมือระหว่างร้านหนังสืออิสระในย่านเมืองเก่าสงขลาและที่อื่น ๆ ในท้องถิ่นกับสำนักพิมพ์ในท้องถิ่น เช่น สำนักพิมพ์ศูนย์ทะเลสาบ และเชื่อมโยงแผนการฟื้นฟูตลาดหนังสือกับกิจกรรมของผู้ประกอบการอื่น ๆ องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา

นอกจากนี้ ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดชุมชนบริเวณกลุ่มทะเลสาบสงขลาสะท้อนให้เห็นสิ่งที่องรี เลอเฟบวร์ (Henri Lefebvre) อธิบายว่าตลาดเป็นเครือข่ายของการแลกเปลี่ยนที่เชื่อมโยงเข้าหากัน ซึ่งพัฒนาขึ้นจากบริบททางประวัติศาสตร์สังคมและเศรษฐกิจ (Lefebvre, 1991, p. 86, 342) ไม่เพียงแต่ตลาดชุมชนบริเวณนี้จะเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นด้วยว่าตลาดชุมชนในบริเวณนี้ถูกเชื่อมโยงเข้ากับโลกภายนอกมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันท้องถิ่นได้ถูกผนวกเข้ากับเศรษฐกิจยุคทุนนิยมโลกาภิวัตน์ที่ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในลักษณะเดียวกับท้องถิ่นอื่นๆ ที่เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบตลาดและมีการเปลี่ยนแปลงจากชนบทไปสู่ความเป็นเมือง ตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่และได้รับการฟื้นฟูในยุคปัจจุบันยังคงต้องพึ่งพาเครือข่ายและ

การเชื่อมโยงในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม
ของยุคสมัยนี้ด้วย

4. สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้พบว่าในยุคจารีตหรือก่อนทศวรรษ 2510 ตลาดชุมชนคือแหล่งที่เป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนต่าง ๆ ในบริเวณนี้และเชื่อมโยงไปถึงเครือข่ายการค้าโลกที่อยู่ในภูมิภาค เครือข่ายตลาดชุมชนยุคจารีตมีโครงสร้างที่ชัดเจนทั้งด้านสถานที่และความถี่หรือวันนัดทำการค้าขายที่แน่นอน อีกทั้งมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางและครอบคลุมพื้นที่ของชุมชนต่าง ๆ ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการบูรณาการชุมชนในบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา ขณะที่การเปลี่ยนแปลงของชุมชนท้องถิ่นยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับปัจจัยจากภายนอกโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการคมนาคมจากนโยบายการพัฒนาของรัฐ และอิทธิพลของเศรษฐกิจระบบตลาด รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะ

แนวทางที่จะสร้างพลังขับเคลื่อนตลาดชุมชนที่นำไปสู่การสร้างเครือข่ายตลาดชุมชนในบริบทปัจจุบันของชุมชนต่าง ๆ อาจกำหนดได้ดังนี้ (1) ชุมชนโคกไทร สร้างเครือข่ายของผู้ผลิตกับชุมชนอื่นๆ ในเขตพื้นที่เชิงเขา และขยายเครือข่ายไปสู่กลุ่มตลาดชุมชนอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกพื้นที่ (2) ชุมชนห่านโพธิ์ ขยายเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันที่มีอยู่ภายในและภายนอกชุมชน รวมทั้งพัฒนาตลาดในพื้นที่การผลิตและพัฒนาตลาดชุมชนบนแพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์ (3) ชุมชนควนขนุน สร้างเครือข่ายตลาดชุมชนร่วมกันระหว่างตลาดชุมชนแบบดั้งเดิมและตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ โดยใช้ทุนทางประวัติศาสตร์ของตลาดชุมชนแบบดั้งเดิมให้เป็นพลังขับเคลื่อนตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่

และใช้บทเรียนจากความสำเร็จของตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ไปพัฒนาตลาดชุมชนดั้งเดิมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน และ (4) ชุมชนเมืองสงขลา สร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาตลาดชุมชนย่านเมืองเก่า โดยเน้นผู้ประกอบการภายในและภายนอกชุมชน ร่วมกับภาคีเครือข่ายและองค์กรต่าง ๆ

นอกเหนือจากแนวทางการใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นพลังขับเคลื่อนตลาดชุมชน โดยการสร้างความหมายทางพื้นที่และการสร้างเครือข่ายตลาดชุมชนดังที่กล่าวมาข้างต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปกำหนดนโยบายสาธารณะ ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการตลาดชุมชน โดยมุ่งเน้นทักษะด้านองค์กร ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และด้านการสร้างและบริหารเครือข่าย การส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและนวัตกรรมท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ชุมชนและการประกอบการ รวมทั้งการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (gastronomy tourism) และการท่องเที่ยวตลาดชุมชนโดยคนท้องถิ่นด้วยตนเอง นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดนโยบายด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแก้ไขความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การลดช่องว่างทางรายได้และการผูกขาด การกระจายสิทธิในที่ดินทำกิน และส่งเสริมสิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรเพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาตลาดชุมชนอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- คาร์ล โปแลนด์. (2559). *เมื่อโลกพลิกผัน*. ภัคดี วีระภาสพงษ์ แปล.
นนทบุรี: ฟาเดียกัน.
- จดหมายเหตุพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสแหลม
มลายู คราว ร.ศ.107 และ ร.ศ.108. สืบค้นจาก [http://164.115.27.97/
digital/items/show/3248](http://164.115.27.97/digital/items/show/3248)
- ชัยวุฒิ พิชะกุล. *โบราณคดีเมืองพัทลุง*. พัทลุง: ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง
โรงเรียนสตรีพัทลุง, 2525.
- ถัด พรหมมานพ และเทพ บุญยประสาท. (2500). *จังหวัดพัทลุง: งานฉลอง
25 พุทธศตวรรษ*. มปท.
- บรรเทง ศิริมุสิกะ. (2545). *ศึกษาการผลิตของชุมชนเชิงเขาบรรทัดในจังหวัด
พัทลุง ตั้งแต่การจัดตั้งมณฑลนครศรีธรรมราชจนถึงการใช้แผน
พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ. 2439 — 2503).*
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ปก แก้วกาญจน์. (2541). *การค้าทางเรือบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา*. รายงาน
วิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประมวล มณีโรจน์ บรรณารักษ์. (2563). *ปากคำของกลุ่มทะเลสาบ*. พัทลุง:
ศูนย์ทะเลสาบศึกษา.
- ยงยุทธ ชูแ้วน. (2541). *ลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของชุมชนชาวนา
บริเวณรอบทะเลสาบสงขลา สมัยอยุธยาถึงรัตนโกสินทร์*. โลกของ
ลุ่มทะเลสาบ. ยงยุทธ ชูแ้วน บรรณารักษ์. (หน้า 61-90). ปทุมธานี:
นาคร.
- สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ. *รายงานการเสด็จ
ตรวจราชการหัวเมืองปักษ์ใต้ พ.ศ. 2439 ร.ศ. 115. การเสด็จตรวจ
ราชการหัวเมือง ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรง
ราชานุภาพ*. (หน้า 65-119), สืบค้นจาก [http://www.
stabundamrong.go.th/web/research1/research5.pdf](http://www.stabundamrong.go.th/web/research1/research5.pdf) สมเด็จพระ

พระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจิตรเจริญ กรมพระนครสวรรค์วรพินิต (2540).

จดหมายระยะทางไปตรวจราชการแหลมมลายู ร.ศ. 121. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

เอกสารราชการมณฑลนครศรีธรรมราชในสมัยที่เจ้าพระยายมราช (ปั้น สุขุม)

เป็นข้าหลวงเทศาภิบาล ร.ศ. 115-125 (พ.ศ. 2439-2449). สืบค้น

จาก http://www.car.chula.ac.th/rarebook/book2/clra57_0002_2/mobile/index.html

แอนโทนี รีด. (2548). เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคการค้า ค.ศ. 1450-1680

เล่ม 1 ดินแดนใต้ลม. แปลโดย พงษ์ศรี เลขะวัฒนะ. เชียงใหม่: ชิลด์เวอร์ม

Lefebvre, Henri. (1991). *The Production of Space*. Translated by Donald Nicholson-Smith. Oxford: Basil Blackwell.

Skinner, G. William. (November 1964). *Marketing and Social Structure in Rural China: Part I*. The Journal of Asian Studies, Vol. 24, No. 1, pp. 3-43.

สัมภาษณ์

เจื่อน พงศ์สุด. อายุ 69 ปี บ้านนอก ตำบลงหวา อำเภอกงหรา จังหวัดพัทลุง. (8 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.

เชย หนูแก้ว. อายุ 81 ปี บ้านหัวถนน (หน้าเกาะ) ตำบลชะมวง อำเภควนขนุน จังหวัดพัทลุง. (2 กุมภาพันธ์ 2562). สัมภาษณ์.

ดำ วัชรเสรีกุล. อายุ 90 ปี บ้านปากคลอง ตำบลมะกอกเหนือ อำเภควนขนุน จังหวัดพัทลุง. (2 กุมภาพันธ์ 2562). สัมภาษณ์.

นคร กิณนร. อายุ 61 ปี ตำบลเขารูปช้าง ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. (17 มกราคม 2562). สัมภาษณ์.

นิยม อรุณรัตน์. อายุ 79 ปี บ้านวังหลาม ตำบลห่านโพธิ์ อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง. (5 มกราคม 2562). สัมภาษณ์.

เผียน เพชรโชติ. อายุ 58 ปี บ้านนอก ตำบลงหรา อำเภองหรา จังหวัด
พัทลุง. (8 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.

พริ้ง เย็นทั่ว. อายุ 83 ปี บ้านวังทลาม ตำบลห่านโพธิ์ อำเภอเขาชัยสน
จังหวัดพัทลุง. (3 กุมภาพันธ์ 2562). สัมภาษณ์.

มะเหลียม จินเดหวา. อายุ 73 ปี ถนนนครนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง
จังหวัดสงขลา. (3 มีนาคม 2562). สัมภาษณ์.

สัว่ ขำแจ้ง. อายุ 76 ปี บ้านนาเหรน ตำบลคลองเจลิม อำเภองหรา จังหวัด
พัทลุง. (1 กุมภาพันธ์ 2562). สัมภาษณ์.

หมาด ราบ้อม. อายุ 84 ปี บ้านโคกไทร ตำบลคลองเจลิม อำเภองหรา
จังหวัดพัทลุง. (30 ธันวาคม 2562). สัมภาษณ์.