

**พัฒนาการและการปรับตัวของตลาดชุมชน:  
ทางเลือกเพื่อการพัฒนาเกษตรผสมผสาน**

**Development and Adaptation of the Community Markets:  
An Alternative for Integrated Agricultural Development**

**พัชรินทร์ ฤชวารักษ์<sup>1</sup> / จตุพร ดอนโส่ม<sup>2</sup> / อพิชัย โสสุทธิ<sup>3</sup>**

**Patcharin Ruchwararak / Jatuporn Donsom / Aphichai Sosut**

<sup>1</sup>สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

Research Social for Development Institute, Khon Kaen University, Khon Kaen Province

<sup>2</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province

<sup>3</sup>สำนักงานการปฏิรูปที่ดินจังหวัดสกลนคร จังหวัดสกลนคร

Sakon Nakhon Agricultural Land Reform Office, Sakon Nakhon Province

**Received:** March 5, 2021  
**Revised:** April 21, 2021  
**Accepted:** April 27, 2021

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการ การปรับตัว และปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลกระทบต่อคงอยู่ของตลาดชุมชน ภายใต้โครงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในเขตปฏิรูปที่ดินด้วยการพัฒนาการเกษตรแบบผสมผสาน (คฟป.) จำนวน 8 แห่ง ในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ มหาสารคาม ขอนแก่น สกลนคร และมุกดาหาร วิธีศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีการรวบรวมข้อมูลโครงการในช่วง พ.ศ. 2547-2563 ด้วยการสำรวจพื้นที่ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่าการเกิดขึ้นของตลาดชุมชนทั้ง 8 แห่ง ช่วยสร้างความมั่นคงด้านเศรษฐกิจของชุมชน สร้างคุณค่าทางสังคมแก่คนในชุมชนทุกกลุ่มวัย และเกิดการฟื้นฟูอาหารและพืชผัก

พื้นบ้าน ระยะต่อมาหลังจากโครงการ คฟป. สิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2553 ตลาดชุมชนมีการปรับตัวทำให้เกิดรูปแบบที่พบในปัจจุบัน 4 แบบด้วยกัน ได้แก่ รูปแบบแรก มีการขายตัวสูงอย่างต่อเนื่องและมั่นคง จำนวน 2 แห่ง รูปแบบที่สอง แยกตัวเปิดขายสินค้าเป็น 3 ตลาด จำนวน 1 แห่ง รูปแบบที่สาม คงอยู่แต่ไม่ขยายตัว จำนวน 2 แห่ง และรูปแบบที่สี่ หยุคดำเนินการ จำนวน 3 แห่ง ปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของตลาดชุมชน ประกอบด้วย 1) ชนิดสินค้าที่หลากหลาย และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น 2) ทำเลที่ตั้ง และสภาพชุมชนใกล้เคียง 3) ระบบการตลาดอื่นในชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียงที่ช่วยเสริมให้ตลาดชุมชนมั่นคงมากขึ้น เช่น ร้านค้าในชุมชน และตลาดนัดคลองถม เป็นต้น และสุดท้ายปัจจัยสำคัญที่สุด คือ 4) ความเข้มแข็งของคนในชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้ตลาดชุมชนมั่นคงมากขึ้น ควรมีการยกระดับศักยภาพการบริหารจัดการตลาดให้มีสีสันและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างแรงจูงใจขยายฐานลูกค้าจากภายนอก

**คำสำคัญ:** ตลาดสด, ตลาดนัดคลองถม, เศรษฐกิจชุมชน, เศรษฐกิจพอเพียง

### **Abstract**

This research aimed to study the development, adaptation and factors affecting the persistence of the community markets under the project for the revitalization of the deteriorated environmental in the land reform areas through integrated agricultural development (PRO-IAD). This study included eight community markets in four provinces – Maha Sarakham, Khon Kaen, Sakon Nakhon and Mukdahan. The research applied qualitative research methodology and studied project's data from 2004 to 2020. Field data collecting methods included observation, focus group discussion, and interviews. Key informants were traders, community leaders, staff of agricultural land reform office, local independent developers, and

other related persons. The results showed that the community market contributes to income generation and economic stability of the communities, and creating social value in all age groups of local people. The markets also resulted in the restoration of local food and vegetables. After the termination of the PRO-IAD project in 2010, eight studied markets adapted into four types. The first type includes two markets which continued their operation, growth and stability. The second type includes one market that was separated into three markets. The third type includes two markets that still maintained their function but no expansion. The other three markets, the fourth type, stopped their operation. The factors affecting the persistence of the community market were: 1) variation and local uniqueness of products, 2) location of the markets and conditions of neighboring communities, and 3) other markets in the community and nearby areas such as the community shops and the mobile markets. The finally, 4) most important factor was the strength of local people. To make the community markets become more stable, it is important to improve their management potentiality and emphasize their uniqueness which would attract more customers.

**Keywords:** fresh market, mobile market, community economy, sufficiency economy

## บทนำ

ตลาดชุมชน เป็นแหล่งสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ที่เอื้อต่อการพัฒนาอาชีพ สังคม วัฒนธรรม และผู้คนให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน และลดการพึ่งพิง (Pattanavongngam, 2017) ตลาดลักษณะนี้มีที่ตั้งอยู่ในหมู่บ้านชนบทเพื่อเป็นจุดกลางให้เกษตรกรมีแหล่งขายผลผลิตพืชผักและผลไม้ อันก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในชุมชน (Chuangcham, 2010) และเป็นช่องทางการตลาดที่สอดคล้องกับนโยบาย

การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นตามแผนพัฒนาฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ส่งเสริม การดำเนินการด้านการตลาดภายในประเทศ โดยตั้งเป้าให้มีตลาดชุมชนทุกมมเมือง เพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าของเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม และสินค้า OTOPs (Keawket, 2016)

ตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมาประเทศไทยส่งเสริมการทำเกษตร ผสมผสานเพื่อเป็นทางเลือกให้เกษตรกรสามารถพึ่งพิงตนเองด้านอาหาร ลดรายจ่าย ของครัวเรือน และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรม จากแนวทางดังกล่าว “โครงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในเขตปฏิรูปที่ดินด้วยการพัฒนาการ เกษตรแบบผสมผสาน (คฟป.)” ในความรับผิดชอบของสำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อ เกษตรกรรม (ส.ป.ก.) จึงดำเนินการพัฒนาตามแนวทางพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายการทำเกษตรผสมผสาน อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน หลังจากดำเนินโครงการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2546 เกิด ผลผลิตด้านการเกษตรในปริมาณมากเกินพอสำหรับการบริโภค จึงมีการหาช่องทาง การตลาดเพื่อจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรดังกล่าว ตลาดชุมชนจึงเป็นกิจกรรมที่ โครงการคฟป.นำมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการตลาดภายใต้กรอบแนวคิด การสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน

อย่างไรก็ตาม การจัดตั้งตลาดชุมชนของโครงการคฟป.เป็นกระบวนการ พัฒนาจากพี่เลี้ยงที่เป็นคนภายนอกพาทำ ก่อให้เกิดผลประโยชน์ และผลด้านอื่นที่ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชนหลากหลายประเด็น ดังนั้นเมื่อเวลาผ่านไปกว่า สิบปี ตลาดชุมชนต้องดำรงอยู่ด้วยตนเองปราศจากพี่เลี้ยง เกิดพัฒนาการของตลาด ชุมชนที่ปรับตัวไปตามสถานการณ์ภายนอกที่เข้ามากระทบ และมีปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผล ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือสูญหายของตลาดชุมชน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นบทเรียนที่ต้อง ศึกษาเพื่อนำไปปรับประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมสำหรับขยายผลการพัฒนาตลาดชุมชน ในพื้นที่อื่นต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพัฒนาการ รูปแบบการปรับตัว และปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเกษตรผสมผสาน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของโครงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในเขตปฏิรูปที่ดินฯ (คฟป.) ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) และ Japan Bank for International Cooperation (JBIC) ทำการศึกษาจากตลาดชุมชน 8 แห่ง มีการรวบรวมข้อมูลโครงการในช่วงปี พ.ศ. 2547-2563 ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด คือ ขอนแก่น มหาสารคาม สกลนคร และมุกดาหาร ดังตารางที่ 1

### ตารางที่ 1

รายชื่อตลาดชุมชนที่ศึกษา 8 แห่ง

จังหวัด	หมู่บ้าน
สกลนคร	บ้านกุดแฮด ตำบลกุดบาก อำเภอกุดบาก
	บ้านคำป่า ตำบลไร่ อำเภอพรรณานิคม
	บ้านอุนดง ตำบลนาโน อำเภอพรรณานิคม
มุกดาหาร	บ้านแก่งนาง ตำบลกกตูม อำเภอดงหลวง
	บ้านหนองแคน ตำบลหนองแคน อำเภอดงหลวง
ขอนแก่น	บ้านโจดหนองแก ตำบลโจดหนองแก อำเภอพล
มหาสารคาม	บ้านโนนทองโนนธรรม ตำบลโนนแดง อำเภอบรบือ
	บ้านหนองป้อ นาเหนือ นากลาง ตำบลหนองเรือ อำเภอนาเชือก

กลุ่มเป้าหมาย แยกเป็น 1) กลุ่มเป้าหมายในการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย สมาชิกและแกนนำตลาดชุมชน ผู้นำที่เป็นทางการ ผู้ปฏิบัติงาน โครงการ คฟป. จาก นักพัฒนาอิสระ และนักวิชาการของมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 20 คน

2) กลุ่มเป้าหมายการสัมภาษณ์ผู้รู้/บุคคลสำคัญที่ร่วมปฏิบัติงานโครงการ ประกอบด้วย แกนนำตลาดชุมชน และเจ้าหน้าที่ ส.ป.ก. จาก 4 จังหวัด จำนวน 9 คน รวมจำนวน กลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลทั้งหมด 29 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ประกอบการเก็บข้อมูล ได้แก่ การรอบประเด็นในการสนทนากลุ่ม และกรอบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบ่งการศึกษาข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารรายงาน โครงการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม โดยแยกเป็น 2.1) การสำรวจพื้นที่ตลาดชุมชน 2.2) การประชุมสัมภาษณ์ผู้รู้/การสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งเป็นบุคลากรที่ร่วมปฏิบัติงานโครงการ จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผล วิเคราะห์ เชื่อมโยง ความสัมพันธ์ แล้วนำเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีพรรณนา

## ผลการวิจัย

### 1. พัฒนาการของตลาดชุมชน

ตลาดชุมชนในการศึกษานี้แบ่งช่วงระยะเวลาของพัฒนาการเป็น 2 ระยะเวลา คือ ระยะเวลาแรก ลักษณะสำคัญและผลประโยชน์ของตลาดชุมชน ซึ่งเป็นช่วงที่มีกิจกรรมการสนับสนุนด้านตลาดชุมชนของโครงการ คฟป. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ที่ส่งผลต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และระยะที่สอง สภาพปัจจุบันของตลาดชุมชนและช่องทางการตลาดอื่น เป็นช่วงหลังจากการสนับสนุนของโครงการคฟป.สิ้นสุดลงในปี พ.ศ.2553-2563

#### ระยะแรก ลักษณะสำคัญและผลประโยชน์ของตลาดชุมชน

การพัฒนาตลาดชุมชน ภายใต้โครงการคฟป.เน้นการพัฒนาศักยภาพของชุมชนโดยใช้กลไกการมีส่วนร่วม การศึกษาดูงาน/การฝึกอบรม และการเสริมสร้าง

แนวความคิดการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ก่อให้เกิดตลาดชุมชนที่มีลักษณะแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ แต่โดยรวมจะมีรูปแบบและลักษณะเฉพาะบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน และเกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในชุมชน ดังนี้

### 1.1 ลักษณะสำคัญของตลาดชุมชนในพื้นที่ศึกษา

ตลาดชุมชนทั้ง 8 แห่ง มีลักษณะคล้ายคลึงกับตลาดชุมชนทั่วไป ที่เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า มีการจำกัดวันเวลาเปิดปิดตลาด ตลาดที่มีลูกค้าจำนวนมากจะเปิดตลาดทุกวัน เช่น ตลาดแก่นาง แต่ตลาดส่วนใหญ่มีลูกค้าจำกัดจึงเปิดตลาดเฉพาะบางวันตามช่วงเวลาที่กำหนด ด้านการบริหารจัดการตลาดชุมชนดำเนินงานโดยคณะกรรมการตลาดชุมชนที่มาจากตัวแทนของคนในชุมชน

สินค้าที่ผลิตขายในช่วงเริ่มต้นเน้นผลผลิตของคนในชุมชน โดยแยกสินค้าที่นำมาขายได้ 3 ประเภท คือ 1) ผลผลิตจากแปลงเกษตร เช่น ถั่วฝักยาว มะนาว และพริก เป็นต้น 2) ผลผลิตจากธรรมชาติหรือของป่า เช่น ผักหวาน ผักกูด และเห็ดนางฟ้า เป็นต้น 3) อาหารแปรรูป เช่น อาหารถุง และขนมท้องถิ่น เป็นต้น ด้านลักษณะสถานที่ส่วนใหญ่เริ่มจากลานโล่งมีเพียงแคร่และโต๊ะสำหรับขายสินค้า บางแห่งมีเพิงเรือนไม้หลังคามุงจากหรือสังกะสี เช่น ตลาดอุนดง และตลาดโนนทองโนนธรรม ซึ่งต่อมาหลายแห่งได้รับการสนับสนุนการก่อสร้างอาคารที่มั่นคงเป็นเพิงปูนจากหน่วยงานส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ เช่น ตลาดกุศเสด ตลาดคำข่า และตลาดอุนดง

ตลาดชุมชนแต่ละพื้นที่ยังมีความยืดหยุ่นแตกต่างกันตามวิถีชีวิตวัฒนธรรม และสภาพพื้นที่ เช่น จังหวัดขอนแก่น และมหาสารคาม เป็นชุมชนไทยอีสาน มีสภาพภูมินิเวศเป็นที่ราบ สภาพพื้นที่แห้งแล้งขาดน้ำ พื้นที่ป่ามีน้อยและอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมจึงมีแหล่งอาหารธรรมชาติจำกัด แต่มีพื้นที่สำหรับทำการเกษตรกว้างขวาง สินค้าส่วนใหญ่ที่นำมาขายจึงเป็นผลผลิตจากแปลงเกษตรเป็นหลักในตลาดโจดหนองแอก ตลาดโนนทองโนนธรรม และตลาดหนองปอนาเหนือ ขณะที่จังหวัดสกลนครและมุกดาหาร ส่วนใหญ่เป็นชุมชนชาวไทยพื้นเมืองเชื้อสายกะโซ่ กะเลิง และผู้ไทย สภาพภูมินิเวศเป็นที่ลาดเชิงเขาติดเทือกเขาภูพาน สภาพป่าค่อนข้างอุดม

สมบูรณ์ มีการตั้งชุมชนอยู่ติดป่า วิธีชีวิตมีการพึ่งพิงป่าสูงและมีแหล่งอาหารธรรมชาติ ก่อนข้างอุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่ทำการเกษตรน้อย สินค้าที่นำมาขายจึงมีความหลากหลาย ทั้งพืชผักที่ปลูกเอง และผลผลิตจากป่าในตลาดแก่งนาง ตลาดกุดแฮด ตลาดคำข่า และ ตลาดอุนดง แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นผลผลิตจากธรรมชาติหรือของป่า

## 1.2 ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในชุมชน

ในระยะแรกของการจัดตั้งตลาดชุมชน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547-2553 แต่ละตลาดมีการเรียนรู้และปรับตัวในการบริหารจัดการตลาด โดยมีพี่เลี้ยงโครงการคฟป. ร่วมช่วยสนับสนุน ซึ่งผลของการจัดตั้งตลาดชุมชนก่อให้เกิดประโยชน์ในชุมชน หลากหลายประการ

**1.2.1 สร้างความมั่นคงด้านเศรษฐกิจและการพึ่งตนเองด้านอาหาร** ตลาดชุมชนทำให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับผู้ค้าซึ่งเป็นคนในชุมชน โดยมีรายได้เฉลี่ยจาก 8 ตลาด ในช่วงปี พ.ศ. 2547 จำนวน 1,106 บาท/คน/เดือน และมีพัฒนาการรายได้เพิ่มมากขึ้นกว่า 2 เท่า ในปี พ.ศ. 2554 จำนวน 2,528 บาท/คน/เดือน โดยมีเงินทุนหมุนเวียนรวม 8 ตลาด ในปี พ.ศ.2554 มากกว่า 400,000 บาท/เดือน (RDI-KKU, 2011) ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่ในชุมชน ลดการพึ่งพาภายนอกด้วยการซื้อผลผลิตของคนในชุมชนเองที่สด สะอาด และปลอดภัย

**1.2.2 สร้างคุณค่าทางสังคมแก่คนในชุมชนทุกกลุ่มวัย โดยเฉพาะการเสริมสร้างศักยภาพผู้หญิง** ตลาดชุมชนเป็นตลาดเสรีที่เปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มวัยเข้ามาเป็นได้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ จึงเป็นการสร้างงานให้กับผู้สูงอายุ เด็ก เยาวชน และผู้ด้อยโอกาส ซึ่งอาจมีรายได้จากผลผลิตที่นำมาขายไม่มากนัก แต่ก็สร้างคุณค่าทางจิตใจในการนำเงินจำนวนเล็กน้อยมาลดค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวได้บ้าง ส่วนการเสริมสร้างทักษะคนในชุมชนด้านการค้าขาย พบว่าครั้งแรกของการนำสินค้ามาขายที่ตลาด ผู้ค้าใหม่บางส่วนขายสินค้าขาดทุนเพราะไม่ได้คำนวณต้นทุน ไม่เตรียมถุงสำหรับใส่สินค้า และไม่มีเงินทอนให้ลูกค้า สิ่งเหล่านี้ผู้ค้าได้เรียนรู้ในตลาดชุมชนที่หากค้าขายผิดพลาดก็สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ในวันต่อไป ตลาดชุมชนยังมีส่วน



สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพผู้หญิง เนื่องจากผู้ค้าส่วนใหญ่ล้วนเป็นผู้หญิง ที่มีโอกาสได้รับการสร้างเสริมภาวะผู้นำจากการพัฒนาด้านแนวคิด ทักษะการค้าขาย และการบริหารจัดการกลุ่ม เป็นต้น ตลาดชุมชนเกือบทุกแห่งจึงเกิดผู้นำหญิงที่มีศักยภาพในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อการพัฒนาด้านอื่นในชุมชนของตนเอง

**1.2.3 พื้นที่พืชผักพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนในอดีต** สินค้าสำคัญที่เป็นเอกลักษณ์เด่นของตลาดชุมชนที่หาซื้อได้ยากในตลาดทั่วไปคือ พืชผักพื้นบ้านและอาหารท้องถิ่น ซึ่งเดิมพืชผักพื้นบ้านส่วนใหญ่คนในชุมชนเก็บกินสำหรับบริโภคในครัวเรือน ส่วนอาหารท้องถิ่นก็สูญหายไปเพราะขาดความนิยมในการบริโภค แต่การเกิดตลาดชุมชนทำให้มีกลุ่มลูกค้าหลากหลายจำนวนมาก ทั้งชาวบ้านจากต่างถิ่น พนักงานเอกชน และข้าราชการในพื้นที่ พืชผักพื้นบ้านจึงกลายเป็นสินค้าขายดี บางส่วนมีการขยายพื้นที่ปลูกทดแทนการเก็บจากป่า เช่น การปลูกผักหวานในเขตพื้นที่อำเภอคงหลวง จังหวัดมุกดาหาร ส่วนอาหารท้องถิ่นก็มีการรื้อฟื้นภูมิปัญญาทอถลองผลิตขาย เช่น ข้าวต้มหัวหงอกที่บ้านโนนทองโนนธรรม และข้าวต้มเขาควยที่บ้านอุนคง สำหรับผลผลิตที่เหลือขายผู้ค้าก็มีการแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันเอื้อเพื่อให้กับญาติและเพื่อนบ้านในชุมชน

**ระยะที่สอง สภาพปัจจุบันของตลาดชุมชน และช่องทางการตลาดอื่น**

### **1.3 สภาพปัจจุบันและการปรับตัวของตลาดชุมชน**

ในช่วงระยะต่อมาหลังปี พ.ศ.2553 เป็นช่วงที่การสนับสนุนของโครงการคฟป.สิ้นสุดลง ตลาดชุมชนทุกแห่งจึงต้องดำรงอยู่ด้วยตนเองปราศจากพี่เลี้ยงและทุนสนับสนุน ซึ่งพบว่าในช่วงระยะเวลา 16 ปี ระหว่าง พ.ศ.2547-2563 ตลาดชุมชนมีการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีแนวโน้มของจำนวนตลาดชุมชนที่ยังคงดำเนินกิจการลดลงตามช่วงเวลา จากจำนวน 8 ตลาดในปี พ.ศ.2547 ลดลงเป็น 5 ตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 จนถึงปัจจุบัน ดังตารางที่ 2 อย่างไรก็ตามในกระบวนการพัฒนาของโครงการคฟป.มีคนในชุมชนพื้นที่ข้างเคียงของ 8 ตลาดเข้ามาเรียนรู้การจัดตั้งตลาด ซึ่งก่อให้เกิดการขยายผลจัดตั้งตลาดด้วยตนเองของชุมชนอื่นอีกหลายแห่ง

โดยมีตลาดที่ยังคงเปิดขายอย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ได้แก่ ตลาดก้านเหลืองคง จังหวัดมุกดาหาร ตลาดน้ำเกลือเวียงชัย ตลาดห้วยหลาว และตลาดเหนือ-ตลาดม่วง จังหวัดมหาสารคาม ดังตารางที่ 2

### ตารางที่ 2

จำนวนตลาดชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา

จังหวัด	พื้นที่ตลาดชุมชน	2547	2551	2554	2563	จำนวนผู้ขาย*	จำนวนนัด/เดือน**
สกลนคร	คำข่า	/	/	/	/	5-20	8
	กุดแฮด	/	/	-	/	5-30	2
	อุนคง	/	/	/	/	5-20	4
มุกดาหาร	แก่งนาง	/	/	/	/	10-40	30
	หนองแคน	/	-	-	-	2-6	-
มหาสารคาม	โนนทองโนนธรรม	/	/	/	-	3-15	-
	หนองปอนาเหนือ	/	/	-	-	2-6	-
ขอนแก่น	โจดหนองแก	/	/	/	/	20-38	8
	รวม (แห่ง)	8	7	5	5	-	-

\*จำนวนผู้ขายในแต่ละนัดจากน้อยที่สุดถึงมากที่สุดระหว่างปี พ.ศ. 2547-2563

\*\*จำนวนนัด/เดือน ในปี พ.ศ.2563

จากกระบวนการพัฒนาที่ทำให้คนในชุมชนได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ด้านการตลาดที่เข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีการทำงานประสานเชื่อมโยงกับหน่วยงานท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2563 จึงพบว่าตลาดชุมชนมีพัฒนาการและการปรับตัวด้วยตนเองหลากหลายรูปแบบ แยกเป็น 4 แบบ คือ

**รูปแบบแรก มีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่องและมั่นคง** ได้แก่ ตลาดแก่นาง และตลาดโจดหนองแก เป็นตลาดชุมชนที่เปิดขายสินค้าอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน มีจำนวนผู้ค้าในแต่ละนัด 30-40 คน มีลูกค้าแวะเวียนเข้ามาซื้อสินค้าในตลาดจำนวนมาก โดยเฉพาะตลาดแก่นาง เปิดขายสินค้าทุกวันในช่วงเย็น ผู้ขายมาจากหลากหลายหมู่บ้านใกล้เคียง เช่น บ้านนาหินกอง และบ้านปากช่อง เป็นต้น โดยครัวเรือนที่อยู่ติดตลาดหันมาเปิดแผงลอยใต้ถุนบ้าน มีจำหน่ายอาหารแปรรูปและอาหารสด รวมทั้งมีผู้ค้าส่งจากอำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ อำเภอ โพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด มารับซื้อเป็นประจำ ทั้ง 2 ตลาดมีเงินหมุนเวียนในตลาดสูงกว่าตลาดชุมชนอื่น โดยมีเงินหมุนเวียนในตลาด 70,000-85,000 บาทต่อเดือน

**รูปแบบที่สอง แยกตัวแยกตลาด** เป็นตลาดชุมชนที่แยกตัวแยกเปิดขายสินค้าเป็น 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดอุดง ท่าเลที่ตั้งของตลาดอยู่ติดถนนสายหลักที่เป็นทางผ่านจากอำเภอพรรณานิคมเข้าไปยังหมู่บ้านอื่น เช่น บ้านหนองผือ และบ้านผักกาด จึงมีลูกค้าจากชุมชนใกล้เคียงที่สัญจรผ่านไปมาก่อนข้างมาก ตลาดมีพัฒนาการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากมีผู้ค้าในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 7-9 คน/นัด เป็น 8-15 คน/นัดในปี พ.ศ. 2554 แต่ในระยะต่อมากิจกรรมการจัดการตลาดมีแนวคิดแตกต่างกัน คณะกรรมการบางส่วนจึงแยกตัวไปจัดตั้งตลาดชุมชนอีก 2 แห่งที่หน้าวัดซึ่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงตลาดเดิม บ้านอุดงจึงมีการจัดตั้งตลาดชุมชน 3 แห่งด้วยกัน คือ 1) ตลาดชุมชนเดิม มีกิจกรรมจัดตลาดร่วมกับตลาดนัดคลองถมทุกวันจันทร์ช่วงเย็น 2) ตลาดนัดเช้า เปิดขายเดือนละ 3 วัน ในวันที่ 1 10 และ 21 ของทุกเดือน และ 3) ตลาดหน้าวัด เน้นขายอาหารสำเร็จรูป เปิดขายทุกวันในช่วงเย็น

**รูปแบบที่สาม คงอยู่แต่ไม่ขยายตัว** ได้แก่ ตลาดคำข่า และตลาดกุศเสด กรณีตลาดคำข่า จุดตั้งตลาดมีหลากหลายกิจกรรมที่ได้รับบสนับสนุนจากหลายส่วน ได้แก่ อาคารตลาดชุมชนได้งบประมาณสนับสนุนจากเทศบาลตำบลไร่ ศูนย์สาธิตร้านค้าชุมชนบ้านคำข่าได้งบประมาณสนับสนุนจากการสมทบทุนของชาวบ้าน และอาคารเอนกประสงค์ได้งบประมาณสนับสนุนจากกองทุนหมู่บ้าน ในบริเวณดังกล่าวจึงมีทั้งตลาดชุมชน ร้านค้าชุมชน

และร้านก๋วยเตี๋ยว ที่ตั้งของตลาดค้าขายจึงเป็นจุดศูนย์กลางของคนในชุมชนหมุนเวียนเข้ามาใช้บริการเป็นประจำ กำหนดจัดตลาดชุมชน 2 วัน/สัปดาห์ แต่เนื่องจากกลุ่มลูกค้ามีจำกัดเฉพาะคนในชุมชน การขายสินค้าอาจต้องใช้เวลาในการขายตลอดทั้งวัน และมีรายได้จากการขายสินค้าในแต่ละครั้งไม่มากนัก ส่วนกรณีตลาดกุดแฮด เป็นตลาดชุมชนที่หยุดดำเนินการระยะหนึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2553 - 2554 ผู้ค้าปรับเปลี่ยนนำสินค้าไปขายที่ตลาดสดเทศบาลกุดบาก อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนครแทน แต่ในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกันมีการขยายตัวของตลาดนัดคลองถมที่เป็นคาราวานขายสินค้าเคลื่อนที่หมุนเวียนไปตามตำบลต่างๆ เข้ามาจัดตั้งขายสินค้าประเภทของใช้ในบริเวณพื้นที่ตลาดชุมชนเดิมเดือนละ 2 วัน ในช่วงเช้าของวันที่ 7 และ 21 ผู้ค้าจากตลาดชุมชนเดิมจึงบริหารจัดการร่วมกับตลาดนัดคลองถมโดยนำสินค้าที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรมาขายร่วมด้วย

**รูปแบบที่สี่ หยุดดำเนินการ** จำนวน 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดหนองแคน ตลาดหนองปอนาเหนือ และตลาดโนนทองโนนธรรม กรณีตลาดหนองแคนหลังหยุดดำเนินการ ผู้ค้าปรับเปลี่ยนนำสินค้าไปขายที่ตลาดริมทางตามแปลงปลูกของเกษตรกรตลาดหนองปอนาเหนือผู้ค้าปรับเปลี่ยนนำสินค้าไปขายที่ตลาดสดเทศบาลอำเภอนาเชือก และตลาดปลอดสารพิษของโรงพยาบาลนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม กรณีตลาดโนนทองโนนธรรมเป็นตลาดที่มีพัฒนาการขยายตัวของตลาดสูงกว่าตลาดหนองแคนและหนองปอนาเหนือ แต่หลังจากมีช่องทางตลาดเพิ่มขึ้นด้วยการนำสินค้าไปขายในตลาดสีเขียว 2 แห่งในจังหวัดมหาสารคาม ผู้ค้าจึงลดการนำสินค้าไปขายที่ตลาดโนนทองโนนธรรม โดยพบว่ามีจำนวนผู้ค้า 9-15 คน/นัดในปี พ.ศ. 2550 เป็น 5-12 คน/นัดในปี พ.ศ. 2554 และเลิกขายไปในปี พ.ศ. 2555

#### 1.4 การปรับตัวหาช่องทางตลาดอื่น

เดิมผู้ค้ามีช่องทางตลาดนอกเหนือจากตลาดชุมชน คือ การเร่ขายสินค้าในหมู่บ้านด้วยตนเองหรือวางขายริมทางบริเวณใกล้บ้าน และขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อโดยตรงจากแปลงเกษตรกร ต่อมาเมื่อชุมชนมีการพัฒนาความรู้ทักษะ

และประสบการณ์ด้านการขายในตลาดชุมชน จึงมีการปรับตัวเพื่อขายสินค้าและเสาะหาช่องทางตลาดอื่นเพิ่ม ได้แก่ 1) การฝากขายสินค้าในบริเวณตลาดชุมชนเดิม ตลาดชุมชนบางแห่งมีผู้ค้าที่อยู่ประจำขายผลผลิตตลอดทั้งวัน กรณีตลาดค้ำขามีผู้ค้าอยู่ประจำ 3 ราย กรณีตลาดกุดแสดมีผู้ค้าอยู่ประจำ 1 ราย ผู้ค้าที่มีผลผลิตแต่ไม่สะดวกที่จะอยู่ขายตลอดทั้งวันจึงนำสินค้าของตนเองไปฝากให้ผู้ค้าที่อยู่ประจำขายให้แทน 2) การขายส่งให้แก่ร้านค้าในชุมชนข้างเคียง ได้แก่ ตลาดค้ำข่า และตลาดโจดหนองแก ซึ่งพบในผู้ค้าที่มีผลผลิตจำนวนมาก 3) การนำสินค้าไปขายในตลาดอื่นที่อยู่ใกล้เคียง เช่น ตลาดสดเทศบาล และตลาดนัดคลองถม กรณีตลาดอุโมงค์และตลาดค้ำข่านำสินค้าไปขายที่ตลาดสดเทศบาลตำบลดงมะไฟ อำเภอเมืองสกลนคร โดยตลาดค้ำข่ายังนำสินค้าไปขายที่ตลาดนัดคลองถมบ้านคำเจริญ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ด้วย 4) การนำสินค้าไปขายในตลาดสีเขียวซึ่งเป็นตลาดที่ยกระดับการผลิตสินค้าตามมาตรฐานอาหารปลอดภัย เช่น กรณีตลาดโนนทองโนนธรรมนำสินค้าไปขายที่ตลาดสีเขียวโรงพยาบาลบรบือ จังหวัดมหาสารคาม และกรณีตลาดค้ำข่านำสินค้าไปขายที่มูมตลาดสีเขียวของตลาดสดเทศบาลพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร

## 2. ปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของตลาดชุมชน

พัฒนาการของตลาดชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปมีปัจจัยเงื่อนไขที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้น คือ ท่าเลที่ตั้ง และชนิด/ปริมาณสินค้า และมีปัจจัยเงื่อนไขจากสถานการณ์ใหม่ที่เข้ามา ตัวอย่างเช่น การเบียดขับของตลาดนัดคลองถม โดยมีรายละเอียดของหลากหลายปัจจัยเงื่อนไขที่กล่าวมา ดังต่อไปนี้

### 2.1 ชนิดสินค้าที่หลากหลาย และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่า ตลาดชุมชนที่หยุดดำเนินการมักมีสินค้าไม่หลากหลาย ดังกรณีตลาดหนองแคน ที่มีจำนวนผู้ค้าเพียง 2-5 คน/นัด สินค้าที่นำมาขายมีเฉพาะพืชผักและผลไม้ที่เป็นชนิดเดียวกัน และยังเป็นสินค้าที่คนในชุมชนมีผลผลิตอยู่แล้ว เช่น กล้วยและมะละกอ เป็นต้น สินค้าที่มีเพียงไม่กี่ชนิดจึงไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ขณะเดียวกันตลาดชุมชนที่มีสินค้าหลากหลายชนิด และมีสินค้าที่เป็น

เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดมั่นคง ดังกรณีตลาดแก่งนาง และตลาดอุนดง มีสินค้าทั้งประเภทพืชผัก อาหารสด อาหารปรุงสำเร็จ และยังมีสินค้าท้องถิ่นที่หาซื้อได้ยาก เช่น พืชผักพื้นบ้าน สัตว์ป่า และอาหารพื้นถิ่น

**2.2 ท่าเลที่ตั้ง และสภาพชุมชนใกล้เคียง** ตลาดชุมชนที่มีท่าเลที่ตั้งอยู่ริมถนนสายหลัก และเป็นถนนที่มีเส้นทางผ่านไปยังชุมชนอื่น จะช่วยเพิ่มโอกาสให้มีลูกค้าจำนวนมากจากหลากหลายหมู่บ้านและชุมชนอื่น ใกล้เคียงที่สัญจรผ่านเส้นทางดังกล่าว ดังกรณีตลาดแก่งนาง มีท่าเลที่ตั้งบนเส้นทางเชื่อมต่อระหว่าง 3 จังหวัด ได้แก่ มุกดาหาร กาฬสินธุ์ และร้อยเอ็ด ทำให้ผู้คนสัญจรผ่านเส้นทางดังกล่าวจำนวนมาก นิยมแวะซื้อหาสินค้าที่ตลาดแก่งนาง แต่หากตลาดชุมชนมีท่าเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ลักษณะตรงข้ามก็จะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของตลาดชุมชน ดังกรณีตลาดหนองปอนาเหนือ ซึ่งตั้งอยู่ในหมู่บ้านขนาดเล็กห่างไกลจากหมู่บ้านอื่น กลุ่มลูกค้าจึงมีจำกัด เฉพาะคนในชุมชนด้วยตนเอง ทำให้ขายสินค้าไม่ได้และต้องเลิกตลาดไป

**2.3 ระบบการตลาดอื่นในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง** ระบบการตลาดมีหลากหลายรูปแบบที่พบเห็นในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ รถมอเตอร์ไซค์ฟ่วงหรือรถกระบะเปิดท้ายขายอาหาร พืชผัก ฯลฯ ที่เรียกกันว่า “รถพุ่มพวง” ร้านค้าปลีกในชุมชน ตลาดนัดคลองถม ตลาดสดเทศบาล และตลาดสีเขียว รูปแบบการตลาดเหล่านี้ สร้างทั้งผลกระทบต่อด้านบวกและลบต่อความยั่งยืนของตลาดชุมชน ดังนี้

- ร้านค้าชุมชน ตลาดชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านค้าชุมชนซึ่งมีสินค้าที่ขายคนละประเภท เป็นช่องทางการตลาดที่เสริมกันและกัน โดยทำให้ตลาดชุมชนคงอยู่หรือขายสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งพบในตลาดคำข่า และตลาดแก่งนาง โดยกรณีตลาดแก่งนางยังพบว่าวันที่จัดตลาดชุมชนมีลูกค้าจำนวนมากจากหลายหมู่บ้านมาแวะซื้อสินค้า ส่งผลให้ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงสามารถขายสินค้าได้มากขึ้นด้วย

- ตลาดนัดคลองถม เป็นตลาดที่เกิดขึ้นในระยะต่อมาหลังการจัดตั้งตลาดชุมชน โดยเป็นตลาดนัดขายสินค้าประเภทของใช้ที่หมุนเวียนโยกย้ายสถานที่ที่กระจายไปตามชุมชนหลายแห่งในพื้นที่ใกล้เคียง ตลาดชุมชนหลายแห่งมีการผนวก

ตลาดนัดคลองถมร่วมกับตลาดชุมชนเดิม ส่งผลให้ทั้งลูกค้าและผู้ค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น ตลาดกุดแสด และตลาดอุนดง จากเดิมในปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนผู้ค้าสูงสุดของทั้งสองตลาดในแต่ละนัด 15 คน เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2563 เป็น 30 คน ในตลาดกุดแสด และ 20 คน ในตลาดอุนดง ส่วนตลาดชุมชนที่มีความเข้มแข็งอยู่แล้วสามารถขายสินค้าได้มากขึ้นในวันที่มีตลาดนัดคลองถมมาร่วมขายสินค้าด้วย เช่น ตลาดแก่นางมีการเปิดตลาดขายทุกวันแต่พบว่าทุกวันเสาร์ซึ่งเป็นวันที่มีตลาดนัดคลองถมมาร่วมขายจะทำให้ตลาดชุมชนสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น เพราะกลุ่มลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อได้ทั้งของกินในตลาดชุมชนและของใช้จากตลาดนัดคลองถม ตลาดนัดคลองถมจึงมีส่วนที่เกื้อหนุนให้ตลาดชุมชนมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

- ตลาดสีเขียวและการส่งเสริมการผลิตอาหารปลอดภัย ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2553 โครงการ คฟป. มีการพัฒนายกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัย โดยประสบผลสำเร็จสูงในจังหวัดมหาสารคามที่เกิดตลาดนัดสีเขียว 2 แห่ง ตลาดแรก ตลาดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม เป็นความร่วมมือของภาคีเครือข่ายระดับจังหวัด ได้แก่ ศูนย์ประสานงานเครือข่ายสร้างเสริมสุขภาพ มหาสารคาม (ศสส.) เทศบาลเมืองมหาสารคาม โรงพยาบาลมหาสารคาม เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกภาคอีสาน มหาสารคาม (ร้านมันขิ้น) และเครือข่ายเกษตรกร โคกผักกูด-โป่งแดง (ส.ป.ก. มหาสารคาม) เปิดขายสินค้าทุกวันอาทิตย์ ที่ลานสุขภาพศรีสวัสดิ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม และตลาดที่สอง ตลาดสีเขียว โรงพยาบาลบรือร่วมกับเครือข่ายเกษตรกร โคกผักกูด-โป่งแดง เปิดขายสินค้าทุกวันอังคาร ภายในบริเวณโรงพยาบาลบรือ ตลาดสีเขียวทั้ง 2 แห่ง ส่งผลกระทบต่อตลาดโนนทองโนนธรรม เนื่องจากผู้ค้าไม่สามารถเตรียมผลผลิตที่เพียงพอสำหรับขายในทุกตลาด ผู้ค้าจึงเลือกขายที่ตลาดสีเขียวซึ่งให้ผลประโยชน์สูงกว่า โดยสามารถขายผลผลิตได้จำนวนมาก ราคาผลผลิตสูง แต่ใช้เวลาในการขายผลผลิตน้อยเพียง 2-3 ชั่วโมง ขณะที่การขายในตลาดชุมชนต้องใช้เวลาทั้งวัน ผู้ค้าจึงค่อนข้างลดการขายสินค้าที่ตลาดชุมชน และเลิกขายในท้ายที่สุด ดังนั้นการยกระดับและการพัฒนาช่องทางตลาดใหม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการวาง

แผนการผลิตและปริมาณผลผลิต เพื่อไม่ให้เกิดการเลือกเปลี่ยนไปขายตลาดอื่นที่ขายได้ราคาดีกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อการขายผลผลิตในตลาดชุมชนเดิม

#### 2.4 ความเข้มแข็งของคนในชุมชน

ในช่วงระยะ 2-3 ปีแรกของการจัดตั้งตลาดชุมชน ทั้ง 8 ตลาดล้วนเผชิญกับปัญหามากมายในการบริหารจัดการ ส่งผลให้บางตลาดที่คณะกรรมการมีความตั้งใจ 'ไม่มั่นใจ' ท้อถอยกับปัญหาที่พบ กิจกรรมของตลาดจึงไม่สม่ำเสมอและขาดหายไปในช่วง และสุดท้ายก็หยุดดำเนินการ ต่างจากตลาดที่มีคณะกรรมการเข้มแข็ง หลายแห่งมีปัญหาที่ส่งผลให้ตลาดอาจไปไม่รอด แต่กลับพบว่าตลาดเหล่านี้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ตัวอย่างความเข้มแข็งและความสามัคคีของคนในชุมชนที่ชัดเจน คือ กรณีตลาดคำข่า ด้วยเงื่อนไขข้อจำกัดของที่ตั้งตลาดไม่อยู่ริมถนนสายหลัก และไม่ใช้เส้นทางผ่านไปยังหมู่บ้านอื่น จึงมีลูกค้าจำกัดเฉพาะคนในหมู่บ้าน ต้องใช้เวลาตลอดทั้งวันเพื่อขายสินค้าได้จำนวนน้อย 100-200 บาท ขณะที่มีการเลือกของช่องทางตลาดอื่นอีกมากมายในระดับตำบลและอำเภอ ซึ่งใช้เวลาขายสินค้าเพียง 2-3 ชั่วโมง ก็สามารถขายสินค้าได้อย่างน้อย 500 บาท กลุ่มผู้ค้าจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งตลาดชุมชน แต่ด้วยนิสัยของคนในชุมชนที่มีความขยันขันแข็งจึงเลือกขายสินค้าในทุกช่องทางตลาด คณะกรรมการ แกนนำ และคนในชุมชนเห็นความสำคัญของตลาดชุมชน ซึ่งอาจเป็นช่องทางตลาดที่สร้างรายได้ให้ไม่มากนัก แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งของรายได้เสริม และเป็นกิจกรรมสำคัญที่สร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในชุมชน จึงทำให้ตลาดคำข่ามีการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่อง

นอกเหนือจากปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ข้อแล้ว ยังมีปัจจัยเสริมที่มีส่วนช่วยให้ตลาดชุมชนเข้มแข็ง ได้แก่ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐและนักพัฒนาเอกชนในพื้นที่ โดยมีส่วนในการเกื้อหนุนให้ผู้ค้า/ตลาดมีความอยู่รอดหรือมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เช่น อปท.ช่วยสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานในการจัดตั้งตลาด สถานีอนามัย/โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล/โรงพยาบาลอำเภอ ช่วยสนับสนุนด้านการตรวจคุณภาพมาตรฐานอาหารปลอดภัยและสถานที่ขายผลผลิต และเครือข่าย



อินเปง ในจังหวัดสกลนคร ช่วยสนับสนุนด้านการพัฒนาความเข้มแข็งของแกนนำตลาดชุมชน

### 3. บทเรียนอื่นจากการพัฒนาตลาดชุมชน

**3.1 โครงสร้างอาคารที่หนาแน่นมั่นคง ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของตลาดชุมชนเสมอไป** จากการศึกษาพบว่า ตลาดชุมชนหลายแห่งได้รับ การสนับสนุนด้านการก่อสร้างอาคารเสริมคอนกรีตที่มีโครงสร้างพื้นฐานมั่นคง เช่น ตลาดกุดแฮด ตลาดอุนดง ตลาดโนนทองโนนธรรม ซึ่งในปัจจุบันตลาดชุมชนที่กล่าวมาล้วนไม่ได้ถูกใช้ในการขายผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน ตลาดโนนทองโนนธรรมหยุดดำเนินกิจการ ตลาดกุดแฮดและตลาดอุนดงมีการโยกสินค้าไปตั้งวางแผงขายริมทางใกล้อาคาร เนื่องจากพบว่าการขายสินค้านอกอาคารมีผู้คนสนใจแวะเวียนมาซื้อหามากกว่า ส่วนอาคารกลายเป็นสถานที่ขายสินค้าของใช้ที่คนนอกมาเช่าขายในวันระหว่างสัปดาห์และในวันจัดตลาดนัดคลองถม

**3.2 การสืบทอดแนวคิดและภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่และลูกหลาน** เมื่อระยะเวลาเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าสิบปี คนรุ่นเก่าที่เรียนรู้ด้านตลาดชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมีอายุมากขึ้น และทยอยออกไปจากการเข้าร่วมกิจกรรมตลาดชุมชน คนรุ่นใหม่ซึ่งไม่ได้เรียนรู้ด้านตลาดชุมชนตามแนวทางเดิมเข้ามาบริหารจัดการแทนจึงส่งผลให้แนวทางการพัฒนาอาจเปลี่ยนไปจากกรอบแนวคิดเดิมบ้าง ตลาดชุมชนทุกแห่งจึงมีทิศทางการพัฒนาและปรับตัวที่เน้นการสร้างรายได้เป็นหลักมากกว่าการสืบทอดแนวคิดด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ส่วนการรื้อฟื้นภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นของผู้สูงวัยในชุมชนที่ประสบผลสำเร็จในช่วงเริ่มต้นของการจัดตั้งตลาด แต่เมื่อเวลาผ่านไปลูกหลานไม่สนใจสืบทอด อาหารท้องถิ่น เช่น ข้าวต้มเขากวาย จึงไม่มีขายในตลาดชุมชนอีกต่อไป ส่วนการสืบทอดในระดับเยาวชนพบว่าเยาวชนจากตลาดโนนทองโนนธรรม จำนวน 3 รายที่เข้าร่วมกิจกรรมการขายสินค้าในตลาดชุมชนและตลาดสีเขียวมีพัฒนาการและเปลี่ยนแปลงจากเด็กเล็กในอดีตเมื่อปี พ.ศ. 2548 กลายเป็น

ผู้ใหญ่ที่มีแนวคิดด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและรับช่วงต่อจากพ่อแม่ในการขายผลผลิตสินค้าทางการเกษตรในตลาดสีเขียวอย่างต่อเนื่อง

#### 4.แนวทางการพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อขยายผลในพื้นที่อื่น

จากผลการศึกษาพบว่า ตลาดชุมชนเป็นช่องทางการตลาดที่มีศักยภาพในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และยังเป็นกิจกรรมศูนย์กลางสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนอีสาน โดยควรมีแนวทางสำหรับการพัฒนาตลาดชุมชน ดังนี้

1. เงื่อนไขของชุมชนที่เหมาะสมต่อการจัดตั้งตลาดชุมชน คือ คนส่วนใหญ่ในชุมชนมีผลผลิตเกินพอต่อการบริโภค แต่ขาดความรู้หรือทักษะการค้าขาย มีความพร้อมและสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของตลาดชุมชน

2. กลไกสำคัญที่ต้องมีการพัฒนาทั้งก่อนและระหว่างจัดตั้งตลาดชุมชน คือ การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ให้มีความรู้ความสามารถด้านการวางแผนและการบริหารจัดการตลาด การค้าขาย การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาแนวคิดด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน

3. การวางแผนและการบริหารจัดการตลาด ต้องคำนึงถึงศักยภาพความพร้อมของคนในชุมชน ชนิดและปริมาณสินค้าที่ต้องมีความหลากหลาย ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้เส้นทางที่มีผู้คนสัญจรจำนวนมากหรือมีกิจกรรมอื่นหลากหลายในบริเวณนั้นที่ส่งผลให้คนที่เข้าร่วมกิจกรรมอื่นมีโอกาสเข้ามาใช้บริการตลาดชุมชนได้ด้วย และช่องทางการตลาดอื่นที่อาจส่งเสริมหรือส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของตลาดชุมชน

4. ตลาดชุมชนที่เข้มแข็งแล้ว ควรยกระดับการผลิตด้วยการพัฒนาให้เป็นผลผลิตที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ และยกระดับศักยภาพการบริหารจัดการตลาดให้มีสีล้นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างแรงจูงใจขยายฐานลูกค้าจากภายนอก

## การอภิปรายผล

ปัจจัยหนึ่งของการพัฒนาตลาดชุมชน คือ ชนิดสินค้าที่หลากหลาย และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น การมีชนิดสินค้าประเภทเดียวกันที่หลากหลายจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าที่มีความสนใจและความชอบสินค้าที่แตกต่างกัน และการมีสินค้าต่างประเภทกันมาขายในตลาด ยังช่วยเสริมกันและกัน เช่น กลุ่มลูกค้าที่ตั้งใจเข้ามาซื้ออาหารเพื่อบริโภค แต่เมื่อมาถึงตลาดได้เห็นสินค้าอุปโภค ก็อาจซื้อสินค้าอุปโภคกลับไปด้วย ส่วนสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่หาซื้อได้ยาก เช่น สินค้าพื้นเมือง อาหารป่า และอาหารพื้นถิ่น สินค้าเหล่านี้แตกต่างจากตลาดทั่วไปจึงเป็นแรงดึงดูดให้ลูกค้าจากหมู่บ้านอื่นที่อยู่ห่างไกลออกไปสนใจเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในตลาดเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการมีชนิดสินค้าที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ตามใจชอบ จึงเป็นปัจจัยสำคัญของตลาดชุมชน (Pattanavongngam, 2017) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Theerasasawat et al. (2018) ที่กล่าวว่าผู้ค้าในตลาดสดอยู่รอดได้จากการมีสินค้าหลากหลายชนิด และอาหารป่า ซึ่งยังคงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคและวิถีชีวิตของคนเมือง

อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญที่สุดของตลาดชุมชน คือ ความเข้มแข็งของคนในชุมชน เนื่องจากปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณและชนิดสินค้าที่หลากหลาย สภาพทำเลที่ตั้ง และระบบการตลาดอื่นในชุมชน ปัจจัยเหล่านี้ล้วนสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขได้โดยการบริหารจัดการของคณะกรรมการตลาดและคนในชุมชน เช่น วางแผนและจัดการให้ชนิดสินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น โยกย้ายทำเลที่ตั้งให้ไปอยู่ในทำเลที่เหมาะสมกว่า ดังนั้นความเข้มแข็งของคณะกรรมการและคนในชุมชนที่ยืนหยัดต่อสู้แก้ไขปัญหาด้านสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จึงส่งผลสำคัญต่อการพัฒนาตลาดชุมชนส่วนใหญ่ให้ก้าวไปสู่ความมั่นคง ขณะเดียวกันหากคนในชุมชนไม่ลุกขึ้นสู้ ก็อาจค่อยๆ อ่อนล้าและล้มเลิกตลาดไป (Chuangcham et al., 2007) ในการพัฒนาตลาดชุมชนจึงต้องให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของคนในชุมชน

หรืออีกมุมหนึ่ง การพัฒนาศักยภาพชุมชนในสังคมชนบท จำเป็นต้องมีกิจกรรมที่ช่วยในการสร้างศักยภาพและความเข้มแข็ง โดยกิจกรรมนั้นต้องมีความสอดคล้องกับชุมชนที่ส่วนใหญ่ล้วนมีวิถีชีวิตทำการเกษตรเป็นหลัก ตลาดชุมชนจึงเป็นกิจกรรมทางเลือกที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเกษตรผสมผสานรายย่อยตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพึ่งตนเอง ที่เน้นความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัว (Chantalakhana & Falvey, 2008) โดยกลไกการพัฒนาตลาดชุมชนของโครงการคฟป.ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Promphakping et al. (2018) ที่มองว่าควรให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและหน้าที่ในการควบคุมกำกับตลาด และส่งเสริมผู้ผลิตอาหารรายย่อยให้มีการพัฒนายกระดับสินค้าให้มีความปลอดภัย ตลาดชุมชนยังเหมาะสมกับเกษตรกรใหม่ที่ขาดทักษะด้านการค้าขายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hemanil and Pongsawalee (2018) ที่กล่าวไว้ว่าตลาดชุมชนจัดอยู่ในประเภทของการค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ทักษะในการบริหารจัดการที่สูงมากนัก

อย่างไรก็ตาม ตลาดชุมชนไม่ใช่คำตอบสำเร็จสำหรับช่องทางการตลาดที่สมบูรณ์ แต่เป็นเพียงส่วนแบ่งการตลาดหรือตลาดทางเลือกที่เสริมจากช่องทางเดิมได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะตลาดชุมชนมีสินค้าจำกัดและเปิดปิดในเวลาจำกัด (Narasat, 2007) ทั้งนี้ หากมองถึงความยั่งยืนของตลาดชุมชนอาจพบว่าตลาดชุมชนไม่ได้ประสบความสำเร็จเปิดขายอย่างต่อเนื่องในทุกตลาด แต่หากมองถึงความยั่งยืนและการพึ่งตนเองของชุมชนแล้วกลับพบว่ากลุ่มผู้ค้าจากตลาดชุมชนไม่ได้หยุดไปเหมือนตลาดที่หยุดดำเนินการ โดยมีการปรับตัวนำสินค้าไปขายที่อื่นในพื้นที่ใกล้เคียง บ่งชี้ว่าคนในชุมชนมีความสามารถพึ่งตนเองด้านการตลาด มีการเรียนรู้และหาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสามารถขายผลผลิตสร้างรายได้ที่มั่นคงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับวิถีของผู้ค้าในตลาดสดอีสานที่พบว่าผู้ค้าส่วนใหญ่ล้วนเป็นเกษตรกร แต่เนื่องจากรายได้จากภาคเกษตรไม่พอเลี้ยงชีพ จึงสร้างรายได้

เพิ่มด้วยการค้าขายผลผลิตในตลาดสด โดยผู้ค้า 1 รายที่ทำการค้าขายในตลาดสด 1 ปี มีรายได้เท่ากับการทำนาของเกษตรกรอีสานเกือบ 7 ครัวเรือน (Theerasasawat, 2020)

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรกำหนดตลาดชุมชน เป็นช่องทางการตลาดทางเลือกต่อยอดจากการพัฒนาเกษตรผสมผสาน ในชุมชนที่มีความถนัดเฉพาะด้านการผลิต ไม่มีประสบการณ์หรือมีทักษะน้อยด้านการตลาด

1.2 การพัฒนาตลาดชุมชนให้เข้มแข็ง ต้องมีกลไกสำคัญคือการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน เพื่อให้สามารถปรับตัวรองรับสถานการณ์ในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เข้ามากระทบ ที่ไม่ใช่เพียงการอบรม และการศึกษาดูงาน แต่ต้องส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการประชุมอย่างต่อเนื่องจนเป็นกิจวัตรสำคัญของคนในชุมชน เพื่อใช้เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการพัฒนาทักษะ แนวคิด สถานการณ์ใหม่ที่เข้ามา และร่วมแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตามช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลง

1.3 ควรกำหนดให้หน่วยงานในพื้นที่ มีการประสานการทำงานร่วมกันในการพัฒนาตลาดชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สามารถช่วยดูแลกิจกรรมของชุมชนในพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่อง หน่วยงานด้านการเกษตรและปศุสัตว์เพื่อส่งเสริมความรู้วิชาการด้านการเกษตร โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลเพื่อส่งเสริมด้านความปลอดภัยของอาหารต่อสุขภาพ และสถาบันการศึกษาเพื่อช่วยเสริมความรู้และทักษะอื่นในส่วนที่ขาดเพิ่มเติม เป็นต้น

1.4 กรณีตลาดชุมชนจากการพัฒนาเกษตรผสมผสาน ผลผลิตส่วนหนึ่งของการเกษตรอาจนำมาจำหน่ายในตลาดชุมชน ส่วนผลผลิตที่มีจำนวนมากควรพัฒนาด้านการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต โดยต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อตลาดชุมชนเดิม

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาเปรียบเทียบตลาดชุมชนแยกตามลักษณะภูมิโนวศ ที่มีชาติพันธุ์ วิถีชุมชน และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อันส่งผลต่อความมั่นคงของตลาดชุมชน

2.2 การศึกษาและพัฒนาปัจจัยเงื่อนไขช่องทางการตลาดรูปแบบอื่น เช่น ตลาดออนไลน์ ตลาดสมัยใหม่ที่มีระบบดิจิทัลเข้ามาช่วย และตลาดที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีสีสันสร้างแรงจูงใจให้ผู้ซื้อเข้ามาจับจ่ายใช้สอย เป็นต้น เพื่อเป็นทางเลือกในการพัฒนาผลผลิตของชุมชนสู่ช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น

## References

- Chantalakhana, C. & Falvey, L. (2008). *Sufficiency economy: An approach for Small holder agricultural development to enhance peace and stability*. Plenary keynote paper presented at the 13<sup>th</sup> Animal science congress of the Asian-Australasian association of animal production societies (AAP) held in Hanoi, Vietnam during September 22-26, 2008.
- Chuangcham, P. (2010). *The story from Dong Luang*. Bangkok: Agricultural Land Reform Office.
- Chuangcham, S., Yenbamrung, T., Narasat, B., Ruchuwarak, P. & Chuaduangpui, K. (2007). *PRO-IAD on the learning path and environmental restoration for good quality of life in the agricultural land reform area*. Khon Kaen: Khon Kaen Printing Limited. [in Thai]
- Hemanil, S. & Pongsawalee, N. (2018). A flea market in semi-urban community: A case study of livelihoods of Northeastern Thai residents in Udon Thani province. *Mekhong chi Mun Art and Culture Journal*, 4(2), 181-216. [in Thai]

- Keawket, W. (2016). *Self-management of the community market: A case study of Klongdan floating market, Ranod district, Songkhla province*. Thesis of master of science in community development, faculty of social administration Thammasat University. [in Thai]
- Pattanavonggam, S. (2017). 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. *Journal of Modern Management Science*, 10(2), 197-212. [in Thai]
- Promphakping, N., Promphakping, B. & Phatchaney, K. (2018). Fresh market: Local economy and urban lifestyle changes. *Pamphlet of Research Group on Wellbeing and Sustainable Development*, 2(2561), 4-8. [in Thai]
- Narasat, B. (2007). *Community market ...towards the road of community's self-reliance*. Khon Kaen: Khon Kaen Printing Limited. [in Thai]
- Research and Development Institute, Khon Kaen University (RDI-KKU). (2011). *The project for evaluation at the operation end of the project for the revitalization of the deteriorated environmental in the land reform areas through integrated agricultural development (PRO-IAD)*. Final Report, contract no. J 12/2554, Agricultural Land Reform Office, Ministry of Agriculture and Cooperatives. [in Thai]
- Theerasasawat, S., Promphakping, B., Chaiwanichaya, S., Promphakping, N. & Juajun, J. (2018). The origin and evolution of fresh market and petty traders in the Northeast of Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University*, 20(2), 53-65. [in Thai]

Theerasawat, S. (2020). The way of life of fresh-food market petty traders in Isan and the case of fresh-vegetable trades women. *Journal of MCU Social Science Review*, 9(1), 210-222. [in Thai]

### Authors

Dr. Patcharin Ruchuwararak

Research Social for Development Institute, Khon Kaen University,  
Muang District, Khon Kaen Province 40002

Fax: 043-202221 Tel: 081-5929868 Email: padthaipadmee2@gmail.com

Dr. Jatuporn Donsom

Faculty of Humanities and Social Sciences,

Buriram Rajabhat University, Buriram Province 31000

Tel: 087-6443385 Email: romanticblue11@gmail.com

Aphichai Sosut

Sakon Nakhon Agricultural Land Reform Office,

Sakon Nakhon Province 47000

Tel: 089-9038436 Email: apichai\_mee@hotmail.com