

ตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม : บนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง

สุวิดา ธรรมมณีวงศ์*

บทคัดย่อ

ความรู้เกี่ยวกับตลาดสดและตลาดนัดเป็นผลจากงานวิจัยเรื่อง การวิจัยเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม บทความจึงได้นำเสนอที่มาของการวิจัย วิธีวิทยาการวิจัย และความรู้เกี่ยวกับตลาดในเขตเทศบาล

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดสดเป็นตลาดด้านอาหารสำหรับคนทุกกลุ่มทั้งผู้บริโภค พ่อค้าปลีกและผู้ปรุงอาหารจำหน่าย ในขณะที่ตลาดนัดทำหน้าที่เสริมตลาดสด และมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้าถึงกลุ่มคนเมือง ตลาดนัดมีข้อุปสรรคในการขยายตัวของตลาดสด แต่ตลาดนัดได้เสริมตลาดสดให้สมบูรณ์ขึ้น การดำรงอยู่ของตลาดสดและตลาดนัดคือการพึ่งพาอาศัยกันและการเกื้อกูลกัน การค้าในตลาดยังก่อเกิดความเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย ตลาดจึงมีทั้งมูลค่าและคุณค่าต่อสังคม การปรับปรุงภาพลักษณ์ของตลาดมีประเด็นที่ควรพิจารณาคือ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่

บทความยังชี้ให้เห็นว่า การค้าในตลาดได้ดำเนินการบนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียงเพราะเป็นการค้าที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกัน การค้ารายย่อย เป็นการค้าที่เปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มมีทางเลือกในการซื้อขายแทนการค้าแบบผูกขาดตัดตอน นโยบาย มาตรการในการส่งเสริมการค้าในตลาด จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนมุมมองของรัฐให้เข้าใจการพัฒนาตลาดเป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง ตลาดมีความยืดหยุ่นได้ปรับตัวเมื่อเผชิญกับการขยายตัวของเมืองใหญ่ ตลาดมีคุณค่าต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รัฐจึงควรมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาตลาดอย่างมีส่วนร่วมมากกว่าการรื้อย้าย การจัดระเบียบด้วยมาตรการต่างๆ ของรัฐ และควรผลักดันการร่างกฎหมายที่เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างการค้าในตลาด กับธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม

ตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม : บนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง เป็นบทความที่น่าสนใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับตลาดสดและตลาดนัดในเขตเทศบาลนครนครปฐม ซึ่งเป็นผลจากการวิจัย^๑ และพบว่าความรู้เกี่ยวกับตลาดมีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม และยังมีแง่มุมอื่นๆ ที่น่าสนใจให้ศึกษา ติดตามอยู่เสมอ การแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่องโดยอาศัยความร่วมมือกับนักวิชาการสาขาวิชาต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในหลากหลายแง่มุม และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเป็นประเด็นที่ต้องดำเนินต่อไปหลังจากนี้ การนำเสนอบทความชิ้นนี้จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เขียนกำลังดำเนินการ

บทความนี้นำเสนอสาระสำคัญ ๒ ประการคือ ที่มาของการวิจัยเกี่ยวกับตลาด คำถามในการศึกษา (โจทย์วิจัย) วิธีวิทยาการวิจัยรวมถึงข้อค้นพบบางประการ และประการที่สององค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดในเขตเทศบาลฯ กับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นตามเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง

๑. ที่มาของการวิจัยเกี่ยวกับตลาด โจทย์วิจัย และข้อค้นพบจากงานวิจัย

๑.๑ ที่มาของการวิจัยเกี่ยวกับตลาด^๒

การวิจัยเรื่อง “การวิจัยเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม” เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขต่างๆ ทำให้เกิดคำถาม และแสวงหาความรู้เพื่อตอบคำถามของนักวิชาการกลุ่มหนึ่ง (ซึ่งความรู้จากการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในระยะต่อไป) เงื่อนไขที่กล่าวถึงมี ๓ ประการคือ ประการแรก การจัดระเบียบตลาดนครปฐมเมื่อปลายปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ประการที่สอง โครงการอาหารปลอดภัยและตลาดสดน่าซื้อของกระทรวงสาธารณสุข และประการสุดท้ายพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ

^๑ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การวิจัยเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม” ซึ่งผู้เขียนเป็นหัวหน้าโครงการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับตลาดสดและตลาดนัด รวมทั้งแนวทางการพัฒนาตลาดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน การวิจัยได้ศึกษาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม เน้นการบูรณาการสาขาวิชาต่างๆ ในการศึกษาตลาด (ทั้งประวัติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา และเภสัชศาสตร์โดยเฉพาะการคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัยของอาหาร) และนำผลการศึกษามานำเสนอเพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข และหาแนวทางการร่วมมือกับชุมชนและองค์กรต่างๆ ในการพัฒนาตลาด ศึกษาเพิ่มเติมได้จาก สุวิดา ธรรมมณีวงศ์ และคณะ (๒๕๔๔).

^๒ คำว่าตลาดในการศึกษานี้หมายถึงตลาดสดและตลาดนัด.

ประการแรก เมื่อปลายปี พ.ศ. ๒๕๕๖ รอบบริเวณตลาดบน ตลาดล่าง มีผู้ขายทำการค้าบนและริมทางเท้า จนมีการร้องเรียนถึงพฤติกรรมเหล่านี้ว่าใช้ถนนหลวงและฟุตบาท เป็นที่ค้าขายสินค้า อุปโภคบริโภค ทั้งกลางวันและกลางคืน มีการแข่งหรือให้เข้าพื้นที่ผิวถนน มีการชำแหละและค้าขายเนื้อหมูบนฟุตบาท โดยใช้ น้ำสกรปจากคลองเจดีย์บูชาในการชำระล้าง และบางส่วนมีการลักลอบใช้กระแสไฟฟ้า ปัญหาดังกล่าวมีการร้องเรียนถึงนายกรัฐมนตรีมาหลายสมัย จนกระทั่งผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐมในสมัยนั้นคือนายนาวัน ชันหิรัญ ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยจัดระเบียบตลาดอย่างจริงจังและเด็ดขาด เมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๖ (“การจัดระเบียบตลาดนครปฐม” ๒๕๕๗) ผลการจัดระเบียบตลาดได้กระทบกับผู้ขายจำนวนมากที่ค้าขายริมทางเท้า และแม้เกิดตลาดสดหลายแห่งเพื่อรองรับผู้ค้า แต่ตลาดสดแห่งใหม่ยังไม่ประสบผลเท่าที่ผู้ค้าต้องการ ผู้ค้าจึงต้องการจำหน่ายในพื้นที่เดิม (บริเวณโดยรอบตลาดบนและตลาดล่าง) ข้อเรียกร้องนี้ไม่ได้ได้รับการตอบรับจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง แต่มีการดำเนินการช่วยเหลือผู้ค้าจำนวนหนึ่งโดยจัดพื้นที่ว่างให้จำหน่ายแทรกไปกับผู้ค้าในตลาดเดิม (ตลาดบนและตลาดล่าง) มาตรการนี้เป็นการบรรเทาปัญหาในระยะสั้น เนื่องจากตลาดบนและตลาดล่าง ได้รับผลกระทบจากการปรับระบบการจราจร จุดจอดรับส่งผู้โดยสารและจุดรับส่งสินค้า ซึ่งส่วนราชการได้ปรับเปลี่ยนหลังการจัดระเบียบตลาด

การเสวนาเรื่อง “การจัดระเบียบตลาดนครปฐม : ทำไม เพื่อใคร” (ภาควิชาสังคมศาสตร์ ๒๕๕๗) ได้ข้อเสนอจากที่ประชุมว่า นอกจากจะขอให้ส่วนราชการส่งเสริมสนับสนุนผู้ค้าแล้ว ผู้ค้าในตลาดควรปรับปรุงตนเองเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ค้าต่างๆ ได้ เนื่องจากสถานการณ์ในตลาดสดทุกแห่งกำลังประสบปัญหาการแข่งขันทั้งจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และตลาดนัด การทำความเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดจึงมีความซับซ้อน (complex) มีปัญหาเฉพาะหน้าที่ต้องแก้ไข และปัญหาระยะยาวที่ต้องศึกษาอย่างรอบคอบ ผลจากนโยบายการจัดระเบียบตลาดที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้ผู้เขียนและนักวิชาการกลุ่มหนึ่งเห็นว่า ควรศึกษาทั้งตลาดสดและตลาดนัดเพราะมีความเชื่อมโยงและกระทบถึงกัน ซึ่งความรู้จากการศึกษาจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการแสวงหาแนวทางการพัฒนาตลาดโดยชุมชนมีส่วนร่วมในระยะต่อไป

ประการที่สอง นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุน “อาหารปลอดภัย” เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดย พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติด้านอาหาร (ยุทธศาสตร์อาหารปลอดภัย ๒๕๔๘) เพื่อส่งเสริมภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมด้านอาหาร

ของไทยตามแนวคิดที่ว่า “ครัวไทย สู่ครัวโลก” โครงการดังกล่าวมุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึกของผู้ที่ประกอบการด้านอาหารทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต หรือผู้ขาย หรือแม้กระทั่งประชาชนผู้บริโภค เพื่อให้ตระหนักถึงความปลอดภัยของอาหาร กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการทำงาน และประสานงานกับกระทรวงที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบตราสินค้าต่างๆ จากเดิมที่พบถึงร้อยละ ๒๐-๓๐ จนถึงร้อยละ ๘๐ ลดลงมาเหลือในระดับร้อยละ ๒-๓ นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขยังได้กำหนดนิยามของคำว่า “อาหารปลอดภัย” ให้มีความชัดเจนที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ และเข้าไปช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตอาหารให้ปลอดภัยได้ตามมาตรฐานที่ต้องการ ซึ่งหนึ่งในมาตรการในการดูแลความปลอดภัยของอาหารคือ การจัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อ โดยกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเน้นคุณภาพ ความปลอดภัยของอาหาร และกำหนดสภาพทางกายภาพของตลาดที่เอื้ออำนวยต่อการสุขาภิบาลและสิ่งแวดล้อม (ตลาดสดน่าซื้อ ๒๕๔๘) ทั้งนี้ เชื่อว่าตลาดสดน่าซื้อจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับอาหารปลอดภัยเพื่อการส่งออกในระยะยาว การส่งเสริมตลาดสดน่าซื้อจึงเป็นการดำเนินการตามความเชื่อว่าหากอาหารปลอดภัยแล้ว จะทำให้ตลาดสดเป็นแหล่งดึงดูดผู้บริโภค หรือตลาดสดนั้นๆ อยู่รอดได้

การดำเนินโครงการตลาดสดน่าซื้อ เป็นผลให้ส่วนราชการมุ่งเน้นการตรวจสอบความปลอดภัยของอาหารในตลาดสด และพื้นที่อื่นๆ รวมถึงห้างสรรพสินค้า โดยเชื่อว่ามาตรการดังกล่าวเป็นวิธีการดึงดูดให้ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยในการจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่เหล่านั้น แต่ความเชื่อข้างต้น ทำให้เกิดข้อสงสัยว่า อาหารปลอดภัยเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ตลาดดำรงอยู่ได้หรือไม่ หรือมีเงื่อนไขอื่นใดอีกที่ทำให้ตลาดดำรงอยู่ได้ และควรให้ความสำคัญของอาหารเป็นรูปแบบใด จึงจะทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาด

ประการสุดท้าย การขยายตัวของสังคมเมือง ได้ก่อให้เกิดวิถีชีวิตที่สะดวกสบาย เกิดร้านค้าสะดวกซื้อ ตลาดนัดใกล้บ้าน ตลอดจนห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เข้ามามีบทบาทกับผู้คนมากขึ้น วิถีชีวิตสมัยใหม่ได้รับเอาวัฒนธรรมการจับจ่ายใช้สอยตามห้างสรรพสินค้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันกว่าได้ จนบางคนกล่าวว่า “ชอบไปเดินห้างมากกว่าไปตลาด (สด)” การเกิดห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลฯ และการเพิ่มขึ้นของตลาดนัด จึงกระทบต่อการค้าในตลาดสด ข้อมูลจากการเสวนาสัญจรเล่าเรื่องเมืองนครปฐม ตลาดนครปฐม : วันวาน-วันนี้-วันพรุ่งนี้ วันศุกร์ที่ ๒๘

มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ เวลา ๑๗.๐๐-๑๙.๐๐ น. ณ ตลาดล่าง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม^๓ ได้ทราบปัญหาและผลกระทบของการค้าในตลาดบน-ตลาดล่าง รวมทั้งความสำคัญของตลาดในอดีตและปัจจุบัน กล่าวคือ ตลาดบนและตลาดล่างเป็นตลาดเก่าแก่ของจังหวัดนครปฐม ในช่วงเทศกาลนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ การค้าในตลาดจะมีความคึกคักโดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๒๕ แต่ปัจจุบันสภาพการค้าฝืดเคือง โดยมีเหตุปัจจัยจากการจัดเทศกาลต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น เทศกาลอาหารและผลไม้ของจังหวัดนครปฐม งานเทศกาลนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ ทำให้เกิดกลุ่มคนภายนอกจังหวัดเข้ามาค้าขาย ประกอบกับการเกิดห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่เข้ามาตั้งกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกับตลาด เช่น ห้างบิ๊กซี ห้างโลตัส ห้างแมคโคร ซึ่งมีทุนประกอบการจำนวนมากในการสั่งซื้อสินค้าคราวละมากๆ มีสถานที่ที่กว้างขวางและการมีอุปกรณ์ทันสมัย ทำให้สามารถรักษาสภาพสดใหม่และระยะเวลาการจัดเก็บที่ยาวนานกว่าทำให้ตลาดที่มีอยู่เดิมซบเซาลง ปัจจัยภายในที่มีส่วนทำให้ตลาดเกิดสภาพซบเซา มีอาทิ ด้านคุณภาพสินค้า การไม่ติดป้ายบอกราคา ความไม่เป็นระเบียบของแผงลอยโดยรอบตลาด

ความซบเซาของตลาดบนตลาดล่าง เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการเกิดใหม่ของตลาดหลากหลายรูปแบบทั้งตลาดนัดและตลาดอื่นๆ รวมถึงห้างสรรพสินค้า และหากตลาดในอนาคตจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบ หรือปรับเปลี่ยนบทบาทที่ไป ตลาดในอนาคตควรจะรูปแบบใดจึงจะสามารถถ่วงคุณค่าและความสำคัญกับผู้คนในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง คำตอบต่อคำถามนี้จึงไม่สามารถศึกษาเฉพาะตลาดบน ตลาดล่าง แต่พิจารณากิจกรรมการค้าในตลาดทั้ง

^๓ ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ได้จัดโครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนในภูมิภาคตะวันตกกับภาควิชาสังคมศาสตร์ ผลการจัดโครงการดังกล่าวทำให้เกิดความร่วมมือของกลุ่มคนเพื่อจัดเสวนาเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่นในนามของกลุ่มนครปฐมศึกษา โดยศูนย์ข้อมูลภูมิภาคตะวันตก สำนักหอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ เป็นหน่วยประสานงาน เป็นศูนย์รวบรวมข้อมูล และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับนครปฐมศึกษาสู่สาธารณะในรูปแบบต่างๆ คณะทำงานประกอบด้วยนักวิชาการเจ้าหน้าที่สำนักหอสมุดพระราชวังสนามจันทร์ และตัวแทนจากชุมชนภายนอก กลุ่มฯ ได้จัดเสวนาทางวิชาการเป็นระยะๆ การจัดเสวนาสัญจรเพื่อศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดบนและตลาดล่างซึ่งอยู่ใกล้บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เมื่อปลายเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ ด้วยเห็นว่าตลาดทั้งสองแห่งเป็นตลาดเก่าแก่ของจังหวัดนครปฐม และเป็นตลาดขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ค้าและกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากทั้งในและนอกจังหวัดโปรดดูรายละเอียดใน http://www.snamcn.lib.su.ac.th/west/activities/seminar/nk_market/market.htm

ระบบ ซึ่งรวมถึงตลาดสด ตลาดนัด และห้างสรรพสินค้าที่เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคในยุคสมัยปัจจุบัน

เงื่อนไข ๓ ประการดังกล่าวข้างต้น ได้สะท้อนการพิจารณาตลาดในแง่มุมมองเหนือจากเศรษฐกิจและการทำมาหากิน ตลาดเป็นพื้นที่ที่ถูกให้ความหมายในมุมมองที่หลากหลายแตกต่างกันไป เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเห็นว่ามาตรการอาหารปลอดภัยจะช่วยให้ผู้บริโภคมาจับจ่ายใช้สอยในตลาด ในขณะที่ผู้ขายเห็นว่าการค้าในตลาดซบเซาลงมีเหตุจากนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่รัฐดำเนินการ และการขยายตัวของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เป็นต้น มุมมองเหล่านี้เป็นมุมมองของคนต่างกลุ่มที่มีต่อ “ตลาด” ไม่ว่าผู้ที่เกี่ยวข้องจะพิจารณาตลาดในแง่มุมใดก็ตาม ตลาดยังคงเป็นพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล เป็นพื้นที่ที่แต่ละคนเข้ามามีกิจกรรมร่วมกันไม่ได้โดยตรงก็โดยอ้อม

การก่อตัวของกลุ่มนักวิชาการที่สนใจเรื่องราวของจังหวัดนครปฐม ในนามของ “นครปฐมศึกษา” ซึ่งติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐมด้วยเห็นว่า ตลาดคือเศรษฐกิจการค้าของคนในท้องถิ่น เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจชาติ เศรษฐกิจในตลาดสดยังเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสาขาอื่นๆ เช่นภาคเกษตรกรรม การขนส่ง การผลิตอาหารสำเร็จรูปตามข้างทาง ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นเศรษฐกิจรายเล็ก รายย่อย การดำรงอยู่ของตลาดสดสัมพันธ์เชื่อมโยงกับภาคการผลิตอื่นๆ ด้วย หากตลาดสดได้รับผลกระทบย่อมกระทบถึงภาคอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมากที่เป็นผู้ผลิตรายย่อย ตลาดสดยังเป็นแหล่งประกอบอาชีพของกลุ่มคนเล็กคนน้อย และคนในระดับรากหญ้าที่สามารถเข้ามาประกอบอาชีพค้าขายในรูปแบบการค้าแบบหาบเร่ และการค้าแบบแผงลอยเพราะใช้ทุนต่ำ มีความเสี่ยงน้อย และไม่ต้องพึ่งพาทักษะเฉพาะทางที่ต้องอาศัยการรู้เรียน นอกจากนี้การค้าขายในตลาดยังจัดเป็นเศรษฐกิจนอกระบบประเภทหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ดังจะเห็นได้จากสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเริ่มให้ความสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจนอกระบบในขณะนี้ เนื่องจากเป็นสภาพที่คู่กับปัญหาความยากจน ประเทศยิ่งด้อยพัฒนามากเท่าใดเศรษฐกิจนอกระบบก็จะยิ่งมี

มากขึ้นเท่านั้น^๔ ตลาดยังเป็นรูปแบบหนึ่งที่จะท่อนวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนในพื้นที่ต่างๆ มาชุมนุมแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดต่างๆ เป็นพื้นที่ที่คนทุกระดับชั้นมีส่วนร่วมในการใช้สอยประโยชน์ร่วมกัน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขาย และระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค ตลาดจึงสะท้อนสภาพชีวิตชุมชนและถือเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อชุมชนนอกเหนือจากการซื้อขายธรรมดา (เกียรติ จิวะกุล และคนอื่นๆ ๒๕๒๕ : ๑)

อย่างไรก็ตาม แม้ตลาดสดยังมีคุณค่าความสำคัญ แต่หากคุณค่าเหล่านั้นไม่สอดคล้องกับยุคสมัยหรือไม่อาจรับใช้วิถีชีวิตผู้คนที่เปลี่ยนไปแล้ว คุณค่าเหล่านั้นจะค่อยๆ ลดความสำคัญลง การประเมินคุณค่าและความสำคัญของตลาดสดเมื่อเทียบกับตลาดนัดและห้างสรรพสินค้า^๕ เป็น การนำทัศนะของกลุ่มคนต่างๆ ที่เห็นว่าตลาดยังมีคุณค่าต่อกลุ่มคนต่างๆ มาแสวงหาประเด็นร่วมกันว่าคุณค่าใดที่ควรจะต้องดำรงไว้ คุณค่าใดที่สูญสลายและจะมีแนวทางฟื้นฟู ปรับปรุงอย่างไร เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาตลาดต่อไป ดังนั้น นักวิชาการในกลุ่มนครปฐมศึกษาจึงเห็นว่า เป็นโอกาสในการเรียนรู้ และแสวงหาความรู้โดยใช้ “การวิจัย” จะเป็นเครื่องมือในการแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดนครปฐมได้อย่างกว้างขวางมากขึ้นในอนาคต และการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับตลาดสดน่าจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการทำความเข้าใจชุมชนภายนอก การรวบรวมกลุ่มคนที่สนใจ ศึกษาเกี่ยวกับตลาด ทั้งอาจารย์จากหลายสาขาวิชา รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องจึงเป็นที่มาของโครงการวิจัย

๑.๒ คำถามวิจัย วิธีวิทยาการวิจัย

๑.๒.๑ คำถามวิจัย

การวิจัยเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม (Researching the Community Participation for Development

^๔ เศรษฐกิจนอกระบบ ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หมายถึง กิจกรรมที่ไม่ได้นำเข้าสู่ระบบ GDP และฐานภาษี เนื่องจากรายได้ที่มาจากการทำกิจกรรมนั้นก็มีน้อยเกินไปที่จะต้องเสียภาษี ข้อเสนอจากที่ดัตอาร์โอในการแก้ไขปัญหาคาญงานนั้น เห็นว่าควรส่งเสริมให้คนจนมีความสามารถ มีพลังอำนาจในการกำหนดตัวเอง มีอำนาจต่อรอง มีศักยภาพ และสามารถป้องกันความเสี่ยงได้โดยต้องสนับสนุนทรัพยากร (งบประมาณ) ให้เกิดเครือข่ายชุมชนเข้มแข็งจัดการตัวเอง ในการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนเพื่อให้เกิดการบูรณาการ และการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา (ข้อเสนอจากที่ดัตอาร์โอ ในการแก้ไขความยากจนต้องเข้าถึง ‘คนจน’ ที่แท้จริง” ๒๕๔๖ : ๑, ๒).

of the Marketplace in Nakhon Pathom Municipality) เน้นการศึกษาวิจัยแบบบูรณาการระหว่างสาขาวิชา และการมีส่วนร่วมของชุมชน การทำงานในเบื้องต้นเน้นการเรียนรู้ร่วมกันของคณะวิจัยโดยร่วมกันทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษาตลาดในแง่มุมมองของสาขาวิชาการต่างๆ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา และเภสัชศาสตร์โดยเฉพาะการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านความปลอดภัยของอาหาร โจทย์วิจัยเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ตลาดสดในเขตเทศบาลนครนครปฐมกำลังได้รับผลกระทบจากเงื่อนไข ๓ ประการดังได้กล่าวไว้แล้ว เงื่อนไข ๓ ประการดังกล่าว สะท้อนความต้องการให้ตลาดปรับเปลี่ยนตำแหน่งแห่งที่ของตนเองให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป คณะวิจัยจึงเกิดคำถามว่าตลาดในอนาคตควรจะมีรูปแบบใด จึงจะสามารถคงคุณค่าและความสำคัญกับผู้คนในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง คำถามดังกล่าวเป็นการศึกษาตลาด ในแง่มุมมองจากกลุ่มคนที่หลากหลายที่มีต่อการใช้พื้นที่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นตลาดจะถูกนิยาม จากผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างไร ตลาดมิได้เป็นเพียงผู้ถูกนิยามจากกลุ่มคนหลายฝ่าย ตลาดได้กำหนด “ตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง” เพื่อตอบโต้ ต่อรอง ต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ทางสังคมให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป ตลาดที่ศึกษาจึงเป็นทั้งพื้นที่ที่ถูกนิยามและนิยามตนเองใหม่สู่สังคม ดังนั้นคณะวิจัยจึงได้กำหนดคำถามเพื่อการศึกษาว่า “ตลาดยังมีคุณค่าความสำคัญต่อกลุ่มคนแต่ละกลุ่มในเรื่องใดบ้าง และอย่างไร” จากโจทย์วิจัยที่กำหนดขึ้น นำไปสู่การระดมความคิด เพื่อแสวงหาคำตอบต่อคำถามหลัก และทำให้เกิดคำถามย่อยหลายประการ อันเป็นคำถามจากมุมมองของสาขาวิชาต่างๆ ที่มุ่ง “ตลาด” เป็นประเด็นร่วมกันในการศึกษา ดังนี้

- ตลาดที่ตั้งขึ้นแห่งแรกอยู่ที่ใด มีกี่แห่ง มีความเป็นมา และผ่านการปรับเปลี่ยนไปอย่างไร

- แต่ละตลาดมีสินค้า และบริการอะไรบ้าง และแต่ละตลาดมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันหรือไม่ อย่างไร

- ขนาดเศรษฐกิจในแต่ละตลาดมีจำนวนเท่าใด

- สินค้าประเภทอาหารและสภาพความปลอดภัยของอาหารเป็นอย่างไร มีความปลอดภัยในระดับใด

- มีการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของอาหารอย่างไรบ้าง? และการดำเนินการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับใครบ้าง

- วงจรอาหารที่มีจำหน่ายในตลาดในเขตเทศบาลเป็นอย่างไร

- กลุ่มคนและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับตลาด มีบทบาทต่อการพัฒนาตลาดในเรื่องใดบ้าง รูปแบบการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร

- เมื่อบริบทเปลี่ยนไป ตลาดยังคงเป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยสินค้า และเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งหรือเปลี่ยนแปลงบทบาทไปอย่างไร

๑.๒.๒ วิธีวิทยาการวิจัย

วิธีวิทยาการวิจัยที่จะกล่าวในที่นี้ เป็นกระบวนการทำงานวิจัยหลังจากกำหนดคำถามวิจัยแล้ว ซึ่งประกอบด้วยการวางแผนการทำงานร่วมกันเพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูลระหว่างการวิจัย และการปรับปรุงข้อมูล จากนั้นจึงสรุปเป็นรายงานวิจัย กล่าวได้ว่า กระบวนการทำงานวิจัยมุ่งเน้นการเรียนรู้ระหว่างคณะวิจัย และการเรียนรู้ระหว่างคณะวิจัยกับชุมชนที่ศึกษา ซึ่งชุมชนที่กล่าวถึงในที่นี้หมายถึงกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับตลาด ทั้งส่วนราชการ เจ้าของตลาด กลุ่มผู้ค้าและกลุ่มผู้บริโภค

การวางแผนการทำงานเพื่อให้คณะวิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลจากหลากหลายมุมมองของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความเป็นไปได้ในการแสวงหากลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับตลาดให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยนับแต่เริ่มโครงการ แผนการวิจัยได้แบ่งออกเป็น ๒ ระยะ คือ ระยะแรกเป็นการศึกษาตลาดในเขตเทศบาลฯ โดยเน้นการบูรณาการสาขาวิชาต่างๆ โดยเริ่มจากการสำรวจเอกสาร งานวิจัย บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการออกสำรวจภาคสนามเพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษา การวางแผนการเก็บข้อมูลโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจซึ่งประกอบด้วยกลุ่มคนจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับตลาด ทั้งผู้บริโภค ผู้ขาย ผู้ดูแลตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ชมรมพ่อค้าแม่ค้า เป็นต้น^๔ ใช้กลุ่มตัวอย่างผสมผสานหลายขั้นตอน (multi-stage sample) รวมถึงการเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sample) และการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) การเก็บข้อมูลใช้ข้อมูลจากเอกสารทางประวัติศาสตร์ การศึกษาภาคสนามด้วยวิธีการต่างๆ กล่าวคือ การสำรวจ การสัมภาษณ์โดยใช้

^๔ การศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวแม้จะศึกษาตลาดทุกตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐมเพื่อนำเสนอภาพรวมของตลาดในเขตเทศบาลฯ แล้ว คณะวิจัยยังได้เลือกตลาดบางตลาดเป็นกรณีศึกษาเพื่อเจาะลึก ทำให้หน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) มีหลายลักษณะกล่าวคือตลาดในเขตเทศบาลฯ เป็นหน่วยศึกษาหนึ่ง และมีหน่วยวิเคราะห์เป็นบุคคล (การสำรวจความเห็นของผู้บริโภค) หน่วยวิเคราะห์เป็นองค์กร (การเปรียบเทียบตลาดแต่ละตลาดเพื่อจำแนกความแตกต่าง) ดังนั้นการสุ่มตัวอย่างเพื่อเข้าถึงหน่วยศึกษาเหล่านี้มีความซับซ้อนและหลากหลาย.

แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการเก็บตัวอย่างเพื่อทดสอบในห้องปฏิบัติการ เมื่อรวบรวมข้อมูลแล้ว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์แบบสร้างข้อสรุป (conceptual analysis) โดยข้อมูลที่รวบรวมได้จะเป็นข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งเป็นตัวเลขแน่นอน เป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และข้อมูลเชิงคุณภาพจะเป็นความคิดเห็นของกลุ่มคนต่างๆ ในระยะที่สองนำเสนอข้อมูลจากการรวบรวมและวิเคราะห์ต่อกลุ่มคน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข รวมทั้งหาแนวทางความร่วมมือกับชุมชนและองค์กรต่างๆ ในการพัฒนาตลาด จากนั้นจึงสรุปเป็นรายงานการวิจัย

๑.๓ ข้อค้นพบจากงานวิจัย

นอกจากจะได้ความรู้เกี่ยวกับตลาดในเขตเทศบาลฯ แล้ว กระบวนการวิจัยได้ทำให้ผู้วิจัยเรียนรู้วิธีการวิจัยของสาขาวิชาอื่น และเห็นคุณค่าของการวิจัยที่กำหนดให้ประเด็นศึกษาเป็นประเด็นร่วมของการวิจัย เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดโลกทัศน์ในแต่ละสาขาวิชาเพื่อร่วมกันสร้างความรู้เกี่ยวกับเรื่องตลาดเป็นเป้าหมายหลัก กระบวนการวิจัยจึงช่วยลดทอนกำแพงทางวิชาการของแต่ละสาขาลงเพื่อทำความเข้าใจเรื่องราวตลาดในแง่มุมอื่น ๆ

หากจะบรรยาย “กระบวนการเรียนรู้” จากการวิจัยแล้ว มีมากมายหลากหลายแง่มุมไม่สามารถนำเสนอโดยผู้เขียนได้ทั้งหมด การนำเสนอในบทความนี้จึงเป็นการนำเสนอความรู้จากการวิจัยในบางแง่มุมที่สะท้อนถึงความสำคัญของเศรษฐกิจการค้าในตลาดในฐานะเป็นเศรษฐกิจของท้องถิ่น และเป็นเศรษฐกิจที่ดำเนินการบนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง ดังต่อไปนี้

๑.๓.๑ ตลาดสดและตลาดนัดดำรงอยู่อย่างเกื้อกูลกัน

ตลาดในเขตเทศบาลฯ ในอดีต เกิดขึ้นพร้อมกับการเกิดชุมชน และได้ขยายเป็นเมืองบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๔ เป็นต้นมา ตลาดชอย ๒ คือ ตลาดแห่งแรกที่เกิดขึ้น ตั้งอยู่สองฝั่งคลองเจดีย์บูชา บริเวณพระราชวังปฐมนคร หรือสำนักงานเทศบาลฯ ในปัจจุบัน เป็นตลาดเก่าแก่แหล่งการค้าของประชาชนในจังหวัดนครปฐม จังหวัดใกล้เคียง และกรุงเทพฯ

สมัยรัชกาลที่ ๕ ศูนย์กลางทางการค้าย้ายจากตลาดชอย ๒ มายังตลาดบน ตลาดล่าง อันเป็นผลจากการย้ายที่ตั้งศูนย์ราชการจากบริเวณ “นครไชยศรี” มายังบริเวณนครปฐมใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ ตลาดบน ตลาดล่างเป็นตลาดที่ตั้งใหม่ในช่วง พ.ศ. ๒๔๔๑-๒๔๔๗

เป็นส่วนหนึ่งของการวางผังเมืองหรือการจัดระเบียบการใช้พื้นที่ในเมือง โดยให้ทางทิศตะวันออก ซึ่งส่วนหนึ่งคือพื้นที่ตลาดชอย ๒ เป็นสถานที่ราชการ บ้านพักข้าราชการ ส่วนทางทิศเหนือเป็นย่านการค้าและชุมชน ต่อมาเมื่อเขตเมืองนครปฐมมีประชากรหนาแน่นขึ้น พร้อมทั้งมีประกาศตั้งเมือง นครปฐมบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์อย่างเป็นทางการสมัยรัชกาลที่ ๖ เขตเมืองได้ขยายออกไปทางทิศตะวันตก ตามถนนตัดใหม่ในช่วงนั้น เช่น ถนนราชดำเนิน ถนนราชดำริห์ ถนนราชวิถี และถนนราชมรรคา เป็นต้น การที่เมืองเติบโตออกไปรอบทิศทางเช่นนี้ ส่งผลให้เกิดแหล่งชุมชนกระจายอยู่ตามส่วนต่างๆ เกิดเป็นย่านตลาดการค้าเพิ่มขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการจำเป็นของชุมชนเหล่านั้น ได้แก่ ตลาดโอเดียน ตลาดกัลยา การขยายตัวของเมืองได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องพร้อมไปกับการเกิดตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะตลาดปฐมมงคลที่เป็นตลาดค้าส่งสินค้าประจำจังหวัดและจังหวัดโดยรอบ การจัดระเบียบตลาดโดยรอบบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เมื่อปลายปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ได้ ทำให้ผู้ค้าจำนวนมากได้กระจุกกระจายไปตามตลาดต่างๆ ที่มีอยู่เดิมรวมถึงตลาดใหม่ที่เกิดขึ้น กล่าวได้ว่าการเกิดตลาดใหม่ๆ มีสาเหตุส่วนหนึ่งจากต้องการรองรับผู้ค้าเหล่านี้ ตลาดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นหลังนโยบายจัดระเบียบผู้ว่าราชการจังหวัดในปลายปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ได้แก่ตลาดทุ่งพระเมรุ ตลาดโรงปูน

ปัจจุบัน ตลาดในเขตเทศบาลฯ มีทั้งตลาดสดและตลาดนัด โดยจำนวนตลาดสดมี ๘ แห่ง และตลาดนัด ๗ แห่ง ซึ่งจำหน่ายวันและเวลาต่างๆ ดังตารางที่ ๑ และ ๒ สำหรับตลาดนัดจำนวนมากายที่เกิดขึ้นทั้งในเขตเมืองและอำเภอต่างๆ โดยรอบนั้น เกิดขึ้นจากการเติบโต ของเมืองและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะหลังวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจกลางปี พ.ศ. ๒๕๕๐

ตารางที่ ๑ แสดงวัน เวลาจำหน่ายและปีที่ก่อตั้งตลาดสด

รายชื่อตลาดสด	วัน	เวลาดำเนินการ	ปีที่ก่อตั้ง
ตลาดชอย ๒	ทุกวัน	๐๕.๐๐ – ๑๐.๐๐ น. คนจะหนาแน่นช่วงเวลา ๐๗.๐๐ – ๐๘.๓๐ น.	๒๓๙๖
ตลาดบน	ทุกวัน	ตลอดวันทั้งกลางวันและกลางคืน ประมาณ ๒๔.๐๐ – ๐๖.๐๐ น. ๐๗.๐๐ – ๑๒.๐๐ น. แต่เน้นการจำหน่ายช่วง ๒๔.๐๐ – ๐๕.๐๐ น.	๒๔๔๗

วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (ธ.ค. ๔๙ - พ.ค. ๕๐) ๑๓๓

รายชื่อตลาดสด	วัน	เวลาดำเนินการ	ปีที่ก่อตั้ง
ตลาดล่าง	ทุกวัน	ตลอดวัน เน้นกลางวันมากกว่ากลางคืน เริ่มจำหน่ายตั้งแต่ ๐๖.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. และกลางคืน ๐๑.๐๐ - ๐๕.๐๐ น. (ร้านค้าหาบเร่)	๒๔๔๗
ตลาดโอเดียน	ทุกวัน	๐๖.๐๐ - ๑๐.๐๐ น. คนจะหนาแน่นช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๐๘.๐๐ น.	๒๕๑๔
ตลาดกัลยา	ทุกวัน	๑๓.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. คนจะหนาแน่นช่วงเวลา ๑๕.๐๐ - ๑๗.๐๐ น.	๒๕๓๔
ตลาดปทุมมงคล	ทุกวัน	ตลอดวัน ช่วงคนหนาแน่นเวลาประมาณ ๐๓.๐๐ - ๑๒.๐๐ และ ๑๖.๐๐ - ๒๑.๐๐ น.	๒๕๓๙
ตลาดทุ่งพระเมรุ	ทุกวัน	ตลอดวัน คนหนาแน่นช่วง ๑๑.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. และ ๑๔.๐๐ - ๑๗.๐๐ น.	๒๕๔๖
ตลาดโรงปูน	ทุกวัน	๑๓.๐๐ - ๒๑.๐๐ น. แต่คนจะหนาแน่นช่วงเวลา ๑๕.๐๐ - ๑๗.๐๐ น.	๒๕๔๖

ตารางที่ ๒ แสดงวัน เวลาจำหน่ายและปีที่ก่อตั้งตลาดนัด

รายชื่อตลาดนัด	วัน	เวลาดำเนินการ	ปีที่ก่อตั้ง
ตลาดนัด มศก.	พุธ	๑๐.๐๐ - ๑๔.๐๐ น.	๒๕๔๕
ตลาดนัดบ่อพลับ	พุธ, อาทิตย์	๑๕.๐๐ - ๑๘.๐๐ น.	๒๕๔๕
ตลาดนัดสวนจตุจักร	พุธ, อาทิตย์	๑๖.๐๐ - ๒๒.๐๐ น.	๒๕๔๖
ตลาดนัดประปานคร	จันทร์ พุธ	๑๖.๐๐ - ๒๒.๐๐ น.	๒๕๔๖
ตลาดนัดปทุมมงคล	จันทร์, อังคาร	๑๕.๐๐ - ๒๑.๐๐ น.	๒๕๔๗
ตลาดนัดทุ่งพระเมรุ	เสาร์	๑๖.๐๐ - ๒๐.๐๐ น.	๒๕๔๗
ตลาดนัดหัวหมาก	อังคาร, พุธ	๑๖.๐๐ - ๒๑.๐๐ น.	๒๕๔๘

ตลาดสดจำนวน ๘ แห่ง ตลาดนัด ๗ แห่งนี้ มีตลาดขายส่งขนาดใหญ่^๖ เป็นจุดกระจายสินค้าไปยังอำเภอต่างๆ ของจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะตลาดปฐมมงคลเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางรวบรวมและการกระจายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ของไทยและต่างประเทศ

แบบแผนที่ตั้งตลาดสดพบว่ากระจุกตัวอยู่รอบองค์พระปฐมเจดีย์ ขณะที่ตลาดนัดตั้งไกลออกไปจากตลาดสด และห่างสรรพสินค้า ๓ แห่ง (ได้แก่ห้างบิ๊กซีหมายเลข ๑ ห้างโลตัสหมายเลข ๒ และห้างแมคโครหมายเลข ๓) กระจายอยู่บนทางหลวงแผ่นดินมุ่งสู่ภาคใต้ (ดูแผนภาพที่ ๑ และ ๒) แม้ตลาดสด ๘ แห่ง ตลาดนัด ๗ แห่ง จะตั้งอยู่ร่วมกันในเขตเทศบาลฯ แต่ช่วงเวลาที่จำหน่าย มีการซ้อนทับและเหลื่อมเวลา สินค้าและบริการในแต่ละตลาดมีจุดเด่นแตกต่างกัน ภายใต้ความโดดเด่นของแต่ละตลาด มีเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ขายในตลาดสด และตลาดนัด มีสภาพการแข่งขันและการพึ่งพาอาศัยไปพร้อมกัน

ตลาดสดเป็นตลาดสำหรับจำหน่ายอาหารในชีวิตประจำวัน เป็นตลาดที่มีบทบาทหลักในด้านอาหารสำหรับคนทุกกลุ่มทั้งผู้ซื้อไปบริโภค ซื้อไปจำหน่าย ซื้อไปประกอบธุรกิจปรุงอาหาร ตลาดสดจึงมีจำหน่ายทุกวัน และตั้งอยู่บริเวณโดยรอบองค์พระปฐมเจดีย์ ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของเขตเทศบาลฯ เรียกได้ว่าเป็น “ชั้นในสุด” มีเวลาจำหน่ายเหลื่อมเวลากัน และซ้อนทับกันในบางช่วงเวลา

ตลาดนัดทำหน้าที่เสริมตลาดสด เน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีใช้อาหารมากกว่าอาหาร (หากเป็นสินค้าประเภทอาหาร จะเป็นอาหารปรุงจำหน่าย ปรุงสำเร็จพร้อมทาน) โดยเฉพาะสินค้าทันสมัยของกลุ่มคนทำงาน วัยรุ่น ตลาดนัดทุกตลาดจึงมีได้จำหน่ายทุกวันแต่จำหน่ายเพียงสัปดาห์ละ ๑-๒ วัน และตั้งอยู่บริเวณด้านนอกของตลาดสด อาจเรียกได้ว่า “ชั้นกลาง” ของเขตเทศบาลฯ แต่กระจายตัวอยู่รอบนอกตลาดสด พื้นที่จัดตั้งตลาดนัด เฉลี่ยประมาณ ๑-๒ ไร่ ลักษณะผู้ประกอบการในตลาดนัดสะท้อนบริบทของชุมชนโดยรอบ นอกจากนี้ นอกเขตเทศบาลฯ ยังตลาดนัดขนาดใหญ่กระจายตัวอยู่ทั้ง ๔ ทิศ

^๖ “ขนาดตลาด” พิจารณาได้จากหลายองค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า ตลาดสดขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลนครนครปฐม ไม่สามารถพิจารณาองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง แยกกันอย่างเด็ดขาด แต่จำเป็นต้องใช้หลายองค์ประกอบร่วมกัน กล่าวคือ ปริมาณเงินหมุนเวียน จำนวนร้านค้า ความหลากหลายของสินค้า ระยะทางการกระจายสินค้า ความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค และลักษณะการค้า ตลาดสดขนาดใหญ่ทั้ง ๔ แห่ง ได้พิจารณาจากเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นประกอบกัน.

ตลาดนัดในเขตเทศบาลฯ มี ๓ ลักษณะ คือ ๑) ตลาดนัดที่ตั้งขึ้นในจุดที่เป็นทางผ่านหรือใกล้บริเวณแหล่งชุมชน ได้แก่ ตลาดนัดสนามกอล์ฟเวล ตลาดนัดประปานคร ๒) ตลาดนัดที่ตั้งขึ้นในบริเวณห้างสรรพสินค้า หรือตลาดสด เช่นตลาดนัดปฐมมงคล ตลาดนัดทุ่งพระเมรุ ตลาดนัดบึกชี ตลาดนัดประภาณนี้ทำหน้าที่ ๒ ประการคือเป็นแหล่งจำหน่ายใช้สอยแห่งใหม่ของกลุ่มผู้บริโภค และเป็นสื่อกลางในการนำผู้บริโภคเข้าไปในห้างสรรพสินค้า หรือตลาดสด ๓) ตลาดนัดที่ตั้งขึ้นในสถานที่ราชการ มีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกในการจำหน่ายใช้สอยของบุคลากรในหน่วยงาน ได้แก่ ตลาดนัดมหาวิทยาลัยศิลปากร ตลาดนัดประภาณนี้ มีวัตถุประสงค์เฉพาะที่ต่างจากตลาดนัดประเภท ๑-๒ โดยมุ่งเน้นสวัสดิการแก่บุคลากรภายในหน่วยงาน

ตลาดนัด เป็นตลาดรูปแบบใหม่ที่เข้ามามีบทบาทเสริมการค้าในตลาดสด เมื่อผู้บริโภคไม่สะดวกในการเดินทางไปตลาดสด สินค้าและบริการในตลาดนัดมีการหมุนเวียนเปลี่ยนไปตามสมัย ตลาดนัดตอบสนองกลุ่มคนทำงาน กลุ่มวัยรุ่นทั้งนักเรียน นักศึกษา กลุ่มแม่บ้านจำหน่ายใช้สอย ตลาดนัดยังเป็นพื้นที่ที่กลุ่มวัยรุ่นแต่งตัวสวยงามไปเดินเล่นพักผ่อน ภาพลักษณ์ของตลาดนัด จึงเป็นตลาดสะดวกซื้อใกล้บ้าน มีสินค้าทันสมัย และอาหารปรุงสำเร็จ รวมทั้งยังมีภาพลักษณ์ของพื้นที่เดินเล่นพักผ่อนของกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนักศึกษาชายบางส่วนให้เหตุผลการไปตลาดนัดว่า “ไปดูสาวฯ” ตลาดนัดกำลังมีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นในอนาคต จุดแข็งของตลาดนัดนี้เองทำให้ห้างสรรพสินค้าได้เปิดพื้นที่บางส่วนเพื่อให้ตลาดนัดทำหน้าที่ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคให้มาจำหน่ายใช้สอยที่ห้างสรรพสินค้าพร้อมไปด้วย

การดำรงอยู่ของตลาดนัดคือการพึ่งพาอาศัยตลาดสดและการเกื้อกูลระหว่างตลาดนัดด้วยกันเอง กล่าวคือ ตลาดนัดนำสินค้าและบริการประเภทอาหารสดจากตลาดสดมาปรุงจำหน่ายเพื่อการค้า ตลาดนัดไม่สามารถทดแทนตลาดสดได้อย่างสมบูรณ์ แต่เป็นตลาดเสริมใกล้บ้าน เมื่อผู้บริโภคไม่สะดวกในการเดินทางไปตลาดสด ด้วยเหตุนี้ ตลาดนัดจึงต้องเวียนไปจำหน่ายในพื้นที่ต่างๆ โดยเฉลี่ยพื้นที่ละ ๑-๒ วันต่อสัปดาห์ การดำรงอยู่ของตลาดนัดสัมพันธ์กับตลาดสดในด้านแหล่งวัตถุดิบที่จำหน่าย

แม้ตลาดสดและตลาดนัด มีการแข่งขันเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค แต่ความสัมพันธ์ของตลาดสดและตลาดนัดมิได้แยกขาดจากกันในด้านการค้าขาย แต่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในกลุ่มผู้ขาย และแหล่งที่มาของสินค้าในแต่ละตลาด เครือข่ายความสัมพันธ์เหล่านี้เป็นความสัมพันธ์บนฐานการพึ่งพาอาศัยกัน ส่งผลให้เป็นการค้ำบัความสัมพันธ์เชิงพึ่งพา และความ

สัมพันธ์เชิงการแข่งขัน ผู้ขายแต่ละตลาดได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ได้เชื่อมโยงให้กับการผลิตภาคเกษตรกรรม เพราะตลาดสดจำหน่ายวัตถุดิบในการปรุงอาหารสำเร็จรูปให้แก่ตลาดนัด หรือเรียกว่าเกิดความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (backward linkage)^{๑๖} ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ถือเป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจ

ผู้บริโภคเห็นว่า ตลาดสด ตลาดนัด และห้างสรรพสินค้ามีจุดเด่น จุดด้อยแตกต่างกัน ตอบสนองผู้บริโภคต่างกลุ่ม สามารถทดแทนกันได้ในด้านแต่ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทั้งตลาดสด ตลาดนัดยังคงมีคุณค่าและความสำคัญในตัวเอง แม้ปรับปรุงสถานที่ในตลาดให้ดีขึ้นแล้ว ก็ยังไม่สามารถประกันได้ว่าคนจะมาตลาดสด หรือตลาดนัดเพิ่มขึ้น เนื่องจากความชอบของตลาดมีสาเหตุที่นอกเหนือจากการปรับปรุงสถานที่ เช่นพฤติกรรมผู้ขายที่ไม่เหมาะสม ปัญหาคุณภาพสินค้า ปัญหาสินค้าและบริการที่ไม่สอดคล้องกับผู้บริโภคสมัยใหม่และที่สำคัญคือผู้บริโภคขาดความรู้เท่าทันในการเลือกซื้อสินค้า เพราะส่วนหนึ่งที่ห้างสรรพสินค้าดำรงอยู่ได้เพราะผู้บริโภคซื้อสินค้าด้วยความเชื่อว่า “สินค้าในห้างราคาถูก คุณภาพดี ปลอดภัย มีการควบคุมคุณภาพมากกว่าตลาดสด” ซึ่งข้อเท็จจริงจากการสำรวจกลับพบสารปนเปื้อนของอาหารในห้างสรรพสินค้าเช่นเดียวกับตลาดสด

ผลการวิจัยได้เปรียบเทียบตลาดในพื้นที่อื่นๆ ของไทยและพบว่าตลาดสดขนาดใหญ่ อยู่ได้เพราะสัมพันธ์กับตลาดสดและตลาดนัดทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก สัมพันธ์กับธุรกิจประกอบอาหารทั้งรายใหญ่ รายเล็ก และธุรกิจอาหารข้างทาง รวมถึงธุรกิจพ่อค้าเร่รถกระบะ ซึ่งจำหน่ายสินค้าตามหมู่บ้านชนเมืองในลักษณะ บริการส่งถึงบ้าน (delivery)^{๑๗} หรือใกล้บ้าน^{๑๘} โดยนำเสนอสินค้าแตกต่างกันไปหากตั้งใกล้กับตลาดสด หากในบริเวณที่ตั้งตลาดนัดไม่มีตลาดสด ตลาดนัดจะทำหน้าที่ดังกล่าวแทน ตลาดนัดจึงเป็นตลาดที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้าถึง

^{๑๖} ผลเชื่อมโยง (linkage) คือความสามารถของอุตสาหกรรมหนึ่งในการสร้างผลเชื่อมโยงให้มีการจัดตั้งหรือขยายตัวของอุตสาหกรรมอื่น แบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ ๑) backward linkage คือการเชื่อมโยงให้เกิดอุตสาหกรรมอื่นที่ขายผลผลิตให้อุตสาหกรรมนี้เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ ๒) forward linkage คือการเชื่อมโยงให้เกิดอุตสาหกรรมอื่นที่ใช้ผลผลิตของอุตสาหกรรมนี้เป็นวัตถุดิบ (รายละเอียดโปรดดู วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ ๒๕๓๔ : ๑๘๐)

^{๑๗} ในลักษณะพ่อค้าเร่ ซึ่งใช้รถกระบะเป็นพาหนะไปจำหน่ายสินค้าประเภทผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ตามหมู่บ้าน ชุมชนต่างๆ ถึงหน้าประตูบ้าน.

^{๑๘} ในลักษณะตลาดสดใกล้บ้าน ตลาดลักษณะนี้ไม่ได้จำหน่ายทุกวันแต่จำหน่ายเป็นครั้งคราว เช่นจำหน่ายสัปดาห์ละ ๑-๒ วัน เป็นต้น..

กลุ่มคนเมือง ตลาดนัดมีข้ออุปสรรคในการขยายตัวของตลาดสด แต่ตลาดนัดได้เสริมตลาดสดให้สมบูรณ์ขึ้น กล่าวได้ว่าตลาดนัดกำลังปฏิบัติการแย่งชิงผู้บริโภคจากห้างสรรพสินค้า ตลาดนัดในสถานที่ราชการ ยังตอบสนองกลุ่มคนที่มีความต้องการเฉพาะ ซึ่งห้างสรรพสินค้าไม่สามารถทำได้ เช่น เปิดพื้นที่ให้กับกลุ่มคนทำงานที่มีเวลาจับจ่ายใช้สอยเพียง ๑-๒ ชั่วโมง หรือเปิดพื้นที่สำหรับนักศึกษา ในบริเวณหอพักในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เวลา กิจกรรมร่วมกัน และจับจ่ายใช้สอยไปด้วยสรุปได้ว่าตลาดนัดและตลาดสดมีความสัมพันธ์เชิง พึ่งพา และเกื้อกูลกัน และตลาดนัดคือ ตลาดในรูปแบบใหม่ที่ปรับตัวเพื่อให้เข้าถึงพื้นที่ที่ห้างสรรพสินค้าไม่สามารถเข้าถึง งานวิจัยเกี่ยวกับตลาดนัดในหลายแห่งยืนยันในลักษณะเดียวกัน (รายละเอียดโปรดดู สุชาติพิทย์ ชวนะเวสสกุล ๒๕๕๐^{๑๐} อธิธา สุนทรโชค ๒๕๕๗ และศิริรินทร์ ใจเที่ยง ๒๕๕๗)

นอกจากนี้ยังพบว่า แม้เมืองใหญ่จะมีความเจริญทันสมัย และมีห้างสรรพสินค้าเข้ามาแทนที่ตลาดสด แต่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ก็มีข้อจำกัดที่ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่เล็กๆ ตามชอกซอยหรือพื้นที่ว่างในหมู่บ้าน ซึ่งพื้นที่เหล่านี้เป็นพื้นที่ที่ตลาดนัดสามารถเข้าถึงได้ **ตลาดสดและตลาดนัดจึงมีความสัมพันธ์เชิงพึ่งพา และเกื้อกูลกัน** ตลาดนัดจึงเป็นตลาดในสังคมสมัยใหม่ที่ปรับตัวเพื่อให้เข้าถึงพื้นที่ที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าถึง โดยรับสินค้าจากตลาดสด (ขนาดใหญ่) ไปจำหน่ายด้วย การพัฒนาเมืองจึงไม่สามารถเบียดขับ “ตลาด” ให้ออกไปจากระบบเศรษฐกิจอย่างสิ้นเชิง เพราะตลาดได้ปรับเปลี่ยนหน้าที่เพื่อให้เข้าถึง “พื้นที่” บางลักษณะที่ห้างสรรพสินค้าไม่สามารถเข้าถึงได้

๑.๓.๒ ภาพลักษณ์ตลาดสดและตลาดนัด : คุณค่าและมูลค่า

ปัจจุบันผู้บริโภคต้องการพื้นที่ที่สามารถรองรับความเป็นส่วนตัว บางขณะสามารถรองรับการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคน รองรับกิจกรรมในครอบครัว ผู้คนต้องการแสดง

^{๑๐} การสำรวจตลาดนัดในเขตกรุงเทพมหานครของสุชาติพิทย์ ชวนะเวสสกุล มีจำนวน ๓๙ แห่ง เป็นตลาดนัดรายวันทุกสัปดาห์, ตลาดนัดเย็นทุกสัปดาห์ซึ่งเปิดจำหน่าย ๘.๐๐-๑๘.๐๐ น. และตลาดนัดรายวันทุกสัปดาห์ซึ่งเปิดรอบตอนสาย และตอนกลางวัน ตลาดนัดรายวันทุกสัปดาห์ที่เปิดจำหน่าย ๘.๐๐-๑๘.๐๐ น. มีที่ตั้งแบ่งได้เป็น ๓ ลักษณะใหญ่คือ พื้นที่ว่างหน้าหมู่บ้าน พื้นที่ของวัด และพื้นที่ของตลาดสด ในการศึกษาได้เลือกศึกษาเฉพาะตลาดนัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตลาดสด.

อัตลักษณ์ของตนที่แตกต่างไปในยุคแห่งการบริโภคเชิงสัญลักษณ์^{๑๑} ข้อมูลจากผู้บริโภคสะท้อนว่า ห้างสรรพสินค้าเปิดพื้นที่สำหรับครอบครัว/กลุ่มเพื่อนไปเดินเล่นเพื่อพักผ่อน หรือดูภาพยนตร์ กลุ่มวัยรุ่นรู้สึกว่าการช้อปปิ้งดีกว่าไปจับจ่ายในตลาด ห้างสรรพสินค้าจึงมีบทบาทมากขึ้นในสังคมแห่งการบริโภคเพื่อดำรงอัตลักษณ์ที่แตกต่าง เพราะเสนอมาภาพต่างๆ นอกเหนือจาก “สินค้าราคาถูก” นั่นคือภาพลักษณ์ของกลุ่มคนทันสมัย ผู้บริโภคที่มีสถานภาพดี นำเสนอพื้นที่สำหรับการพักผ่อน เดินเล่นหลังจากการทำงาน/การเรียนรู้ พื้นที่สำหรับกิจกรรมในครอบครัว และกำลังรุกคืบเข้ามาแย่งชิงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่มากขึ้น ได้แก่ ลูกค้าประเภทธุรกิจรายย่อยๆ ในชุมชน และตามหมู่บ้านต่างๆ นอกเขตเมือง กลุ่มลูกค้าตามร้านอาหารปรุงจำหน่าย โดยรุกคืบเข้ามาแย่งชิงพื้นที่จำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป และของใช้สำหรับปรุงอาหาร

^{๑๑} โบ德里ยาร์ด (Baudrillard) ได้กล่าวถึงการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ว่า (กาญจนา แก้วเทพ ๒๕๕๔ : ๑๓๕-๑๓๗) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ (สินค้า) นั้นมีอยู่หลายระดับ ระดับแรกเป็นความสัมพันธ์ในแง่การใช้ประโยชน์ (utility) หรือการให้ความพึงพอใจเพราะสามารถตอบสนองความต้องการทางกายภาพแบบพื้นฐานทั่วไปได้ ดังนั้นที่เราหาซื้อเสื้อผ้าและผ้าพันคอใช้เมื่อฤดูหนาวย่างกายมาถึง ความสัมพันธ์ในระดับที่สอง เป็นความสัมพันธ์ในเชิงสัญลักษณ์ คือเมื่อเราเลือกซื้อเสื้อผ้าและผ้าพันคอ เราอาจจะไม่ได้คิดถึงแง่การใช้ประโยชน์การใช้สอยเท่านั้น (ให้ความอบอุ่นได้หรือไม่) หากแต่เราอาจจะดูยี่ห้อว่าผ้าพันคอแบบไหนจะดูมี class ดี เป็นยี่ห้อที่มี brandname หรือ noname และในหลายกรณี แม้จะไม่หนาวเลย แต่เราก็อาจนำมาใช้เพราะต้องการอวดยี่ห้อของสินค้า โบ德里ยาร์ด (Baudrillard) เห็นว่าภายใต้สังคมบริโภค และสังคมแห่งสัญลักษณ์ ก่อนที่ตัวสินค้าจะถูกบริโภค ตัวสินค้านั้นจะต้องเปลี่ยนไปเป็นสัญลักษณ์ (signifier) เสียก่อน การเปลี่ยนตัวสินค้าให้กลายเป็นสัญลักษณ์ (signifier) แบบต่างๆ นั้นมีรหัสมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการหีบห่อ (package) การกำหนดราคา การกำหนดยี่ห้อ การวางบนชั้นที่จำหน่าย การวางในร้านประเภทต่างๆ รหัสในการแปลงสินค้าจึงมีลำดับชั้น (สินค้าเกรดเอ เกรดบี) ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าสื่อสารทางวัฒนธรรมเพื่อแสดงสถานภาพและเกียรติยศ (status&prestige) ของผู้ใช้ รหัสของการจัดระเบียบลำดับชั้นของสินค้าจึงสอดคล้องกับโครงสร้างลำดับชั้นทางสังคม การบริโภคจึงเป็นกลไกการธำรงรักษาโครงสร้างชนชั้นทางสังคม และลักษณะที่เกิณเลยต่อไปอีกของระบบสัญลักษณ์คือ ระบบสัญลักษณ์ได้พัฒนาจนเสียระบบสัญลักษณ์ กล่าวคือ สามารถจะสร้างสรรค์ตัวเองโดยไม่จำเป็นต้องมีของจริง (reference) มารองรับ เช่น ระบบการเงินสมัยใหม่ แต่เดิมถูกสร้างขึ้นมาจากเพื่อแทนค่าวัตถุหรือสินค้าที่มีอยู่ แต่ปัจจุบันนี้ ระบบการสร้างเงินซึ่งเป็นสัญลักษณ์ ได้พัฒนาตัวเองมาเป็นอิสระ เพราะเงินสามารถสร้างเงินต่อไปได้โดยไม่ต้องมีสินค้าหรือวัตถุมารองรับเลย ของจริง (สินค้าที่รองรับการผลิตเงินตรา) จึงเลือนหายไปจากระบบสัญลักษณ์ ทำให้เราต้องค้นหาว่า เงินทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ของอะไร (signified) บ้าง.

ปฏิบัติการแย่งชิงผู้บริโภคของห้างสรรพสินค้าเกิดจาก รูปแบบการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ทำให้ผู้บริโภคสะดวกใจในการเลือกซื้อ เพราะสินค้าจัดเป็นกลุ่มสินค้าอย่างชัดเจนเหมาะแก่การเลือกซื้อได้โดยไม่อึดอัดใจ ตอบสนองคนทำงานให้ไปใช้บริการในห้างสรรพสินค้าหลังเลิกงาน พร้อมบริการอื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ

ตลาดสดจะรักษาพื้นที่ของตนเองได้อย่างไร เป็นคำถามที่กลุ่มผู้ชาย เจ้าของตลาดสดและหน่วยงานภาครัฐต้องช่วยกันขบคิดอย่างจริงจัง แต่องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาพบว่าตลาดสดยังมีคุณค่าในสังคมสมัยใหม่กว่ากล่าวคือ ตลาดสดสามารถนำเสนอสินค้าในรูปแบบ “ของสด อาหารสด อาหารในท้องถิ่น อาหารธรรมชาติ” เพราะตลาดสดมีภาพลักษณ์ของอาหารสด อาหารอร่อย อาหารพื้นถิ่น อาหารธรรมชาติ ซึ่งมีราคาถูกกว่าห้างสรรพสินค้า ตลาดสดนำเสนอการบริการแก่ผู้บริโภคประเภทร้านอาหารปรุงจำหน่าย ผู้ค้าส่ง ค้าปลีกทั้งการบริการส่งถึงบ้าน และสามารถให้ชำระเงินได้ภายหลัง มีการแปรรูปอาหารสดให้ก่อนปรุงอาหารจำหน่าย รวมถึง “ความไว้วางใจ” กลุ่มผู้บริโภคประเภทร้านอาหารปรุงจำหน่าย ผู้ค้าส่ง ค้าปลีกจึงนิยมไปจับจ่ายในตลาดสด

นอกจากสินค้าในตลาดสดมาจากภูมิภาคต่างๆ แล้ว กลุ่มผู้ชายยังมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเช่น ไปขายตามตลาดต่างๆ หรือตลาดเดียวกัน จำหน่ายสินค้าให้ผู้ขายปลีกในตลาดเดียวกัน

ตลาดยังเป็นแหล่งบ่มเพาะความรู้ ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยๆ เป็นธุรกิจครอบครัว เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าราคาถูก สามารถต่อรองได้ จึงเป็นตลาดที่ผู้มีรายได้น้อยสามารถใช้บริการได้ นอกจากนี้ตลาดไม่ได้ถูกผูกขาดจากผู้ค้ารายใหญ่เพียงไม่กี่รายแต่มีผู้ประกอบการมากมายให้เลือกซื้อแม้ในอาหารประเภทเดียวกันซึ่งเราเจอในทุกตลาด ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการจับจ่ายใช้สอย ตลาดยังส่งเสริมหรือผลักดันสินค้าไทย หรือบรรดาผลิตภัณฑ์จากชุมชน ส่งเสริมผลผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะพืชผักพื้นบ้านจากท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาซื้อได้ในธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ตลาดจึงมีคุณค่ามากมาย

ที่กล่าวข้างต้น มิได้ปฏิเสธการดำรงอยู่ของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เพราะทั้งตลาดสด ตลาดนัดและห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มีคุณค่าและความสำคัญในตัวเอง และตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคในกาลเทศะที่แตกต่างกัน ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจนอกพื้นที่ และนำเข้าสินค้าที่จำหน่ายจากภายนอกพื้นที่เป็นส่วนมาก การค้าในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จึงไม่ได้ก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงกับกลุ่มคนในท้องถิ่น ในทางตรงกันข้าม การขยายตัวของห้างสรรพสินค้า

ขนาดใหญ่ได้รื้อกลไกการรายเล็กรายน้อย (โซ่ห่วง) ให้ออกไปจากเส้นทางการ “ทำมาหากิน” ของคนในท้องถิ่น นอกจากทำลายผู้ค้ารายย่อยแล้ว ยังทำลายระบบความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกันที่มีอยู่ในตลาดด้วย

ตลาดสดและตลาดนัดในเขตเทศบาลฯ มีปริมาณเงินหมุนเวียนปีละกว่า ๒๘,๐๐๐ ล้านบาท ปริมาณเงินดังกล่าวไม่นับรวมมูลค่าการค้าตามร้านค้าต่างๆ โดยรอบแต่ละตลาดไม่นับรวมผู้ขายส่งขนาดใหญ่ไปต่างประเทศ ประมาณการมูลค่าการค้าของตลาดในเขตเทศบาลฯ เทียบกับผลผลิตมวลรวมของจังหวัดนครปฐม (gross provincial product = GPP.) คิดเป็นร้อยละ ๒๐ (สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ๒๕๔๙) ของปี พ.ศ. ๒๕๔๖ หากจะกล่าวโดยรวมแล้วผลผลิตมวลรวมของจังหวัดประกอบด้วยการผลิตในภาคต่างๆ ได้แก่ ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม การค้า การขนส่ง การบริการและอื่นๆ ตัวเลขเหล่านี้เป็นเครื่องชี้ว่าเฉพาะการค้าในตลาดสดและตลาดนัดในเขตเทศบาลฯ มีสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับการผลิตในภาคอื่นๆ ของจังหวัด และมูลค่าการค้าดังกล่าวเกี่ยวข้องกับผู้คนมากมาย ทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย และกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้อง กล่าวได้ว่า เศรษฐกิจท้องถิ่นจังหวัดนครปฐมขึ้นกับ “การค้าในตลาด” และการขยายตัวของการค้าในตลาดได้ทำให้ผู้คนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้เติบโตไปพร้อมๆ กัน

๑.๓.๓ เศรษฐกิจการค้าในตลาดก่อให้เกิดผลเชื่อมโยง (linkage) กับเศรษฐกิจท้องถิ่นภาคอื่นๆ

ตลาดสดขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลฯ เป็นแหล่งค้าส่งขนาดใหญ่ของจังหวัดนครปฐม และมีสินค้าทั้งอาหารและมิใช่อาหารที่ผลิตจากจังหวัดต่างๆ ทั้งในภูมิภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคอีสานและภาคใต้ ตัวอย่างเช่น อาหารทะเลจากจังหวัดเพชรบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร^{๑๒} พริก^{๑๓} จากจังหวัดกาญจนบุรี เห็ดประเภทต่างๆ จากจังหวัดราชบุรี มะพร้าวจากอำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หอม กระเทียม ข้าวสารจากภาคอีสาน ผลไม้ประเภทลองกอง มังคุด เงาะจากภาคใต้ ส้มจากภาคเหนือ ทุเรียน เงาะ จากจังหวัดระยอง และจันทบุรี เป็นต้น

^{๑๒} ในจังหวัดนครปฐม มีผู้ขายอาหารทะเลรายใหญ่ของจังหวัดนครปฐมทำการค้าที่จังหวัดสมุทรสาคร และบางรายมีห้องเย็นสำหรับบรรจุปลาจำนวนมากๆ ให้เช่า กิจการให้เช่าตู้แช่ขนาดใหญ่จะคึกคักในช่วงเทศกาลที่ต้องใช้อาหารทะเลจำนวนมาก.

^{๑๓} ผู้ขายส่งพริกรายใหญ่ของจังหวัดนครปฐมอยู่บริเวณตลาดกัลยา ทำการค้ามานานนับสิบปี.

ตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวเนื่องมากมาย เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจค้าแร่ธรรมชาติซึ่งนำสินค้าจากตลาดค้าส่งไปจำหน่ายตามหมู่บ้าน ธุรกิจเหล่านี้มีจำนวนกว่า ๒๐๐-๓๐๐ ราย เป็นธุรกิจในครอบครัว และเป็นกลุ่มคนที่ออกจากโรงงานเพื่อหาชีพที่อิสระเป็นทางเลือก

นอกจากนี้ ยังพบความสัมพันธ์แบบต่างตอบแทน ความไว้วางใจ และการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผู้ขายส่งในตลาด กับเกษตรกรผู้นำส่งสินค้า ที่เรียกว่า “ลูกไร่” ความสัมพันธ์ลักษณะนี้พบในตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น ตลาดปทุมมงคล (จะมีผู้ขายส่งรายใหญ่ประมาณ ๒๐-๓๐ ราย มีมูลค่าการค้าประมาณ ๑๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไปต่อวัน ผู้ขายรายใหญ่เหล่านี้มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าในตลาดปทุมมงคล รวมถึงกำหนดราคาซื้อจากแหล่งผลิต เพราะผู้ขายส่งรายใหญ่เหล่านี้จะจัดหาพันธุ์พืชไปให้เกษตรกรปลูกก่อน และผูกขาดการรับซื้อ ตัวอย่างเช่น ที่อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี พ่อค้าจะส่งต้นมะกรูดและตะไคร้ให้เกษตรกรที่เป็นลูกไร่ปลูก และผูกขาดการรับซื้อ^{๑๔})

นอกจากตลาดค้าส่งขนาดใหญ่จะก่อให้เกิดเครือข่ายการค้า ความสัมพันธ์แบบพึ่งพาแล้ว และธุรกิจเกี่ยวเนื่องแล้ว ยังพบว่า ตลาดสดและตลาดนัด มีความสัมพันธ์กันทั้งในด้านผู้ขาย แหล่งสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยเฉพาะผู้ขายไปจำหน่ายในตลาดแต่ละตลาดมากกว่า ๑ แห่ง ซึ่งพบทั้งผู้ขายในตลาดขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ โดยมีการจำหน่ายต่างช่วงเวลา ผู้ขายซึ่งเคยจำหน่ายสินค้าบนทางเท้าบริเวณรอบนอกตลาดบน ตลาดล่าง แต่เมื่อมีการจัดระเบียบตลาดเมื่อปลายปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ผู้ขายเหล่านี้ได้กระจายไปจำหน่ายในตลาดอื่นๆ ทั้งตลาดสดและตลาด

^{๑๔} ในตลาดปทุมมงคล กลุ่มคนประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นในตลาด เรียกกันว่า “หยง” หรือ “กิมหยง” ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะมีแผงลอยเหมือนผู้ขายทั่วไป โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางหรือนายหน้าในการกำหนดราคาซื้อขาย หรือทำให้ผู้ซื้อพบกับผู้ขาย แผงลอยที่หยงมีอยู่จะไม่มีสินค้าวางจำหน่าย การจำหน่ายสินค้าในแต่ละวันขึ้นกับว่าสินค้าใดมีแนวโน้มจะขายได้อย่างรวดเร็ว (เรียกกันว่า “ปล่อยได้ไว”) และวันหนึ่งๆ หยงจะจำหน่ายสินค้าหลายประเภท “หยง” จึงเป็นผู้ทำให้เกิดการซื้อขาย (อุปสงค์พบกับอุปทาน) ความไว้วางใจกันระหว่าง “หยง” กับ กลุ่มผู้ขาย เป็นสิ่งสำคัญในการนำส่งมอบสินค้า โดย “หยง” ออกเงินทุนให้กลุ่มผู้ขาย เพื่อไปรวบรวมผลผลิตมาส่งมอบ ขณะเดียวกันหยงจะมีเครือข่ายกลุ่มลูกค้าอยู่มากมาย และใช้วิธีติดต่อกลุ่มลูกค้าล่วงหน้าเพื่อสอบถามความต้องการซื้อสินค้าในขณะนั้นๆ โดยทั่วไป “หยง” จะรู้ว่าลูกค้ารายใดต้องการสินค้าประเภทใด อย่างไร และประสานกับกลุ่มผู้ขายให้รวบรวมผลผลิตให้ทันการส่งมอบ “หยง” จึงไม่ต้องมีพื้นที่เก็บสินค้า ผลตอบแทนจากการทำธุรกรรมดังกล่าว คือ การบวกเพิ่มราคาสินค้าที่จำหน่ายกับกลุ่มผู้ซื้อ เช่น พริกโลกรัมละ ๑ บาท เป็นต้น

นัด^{๑๕} เมื่อศึกษาเจาะลึกแหล่งที่มาของสินค้าในตลาดสดและตลาดนัดเหล่านี้จะพบว่าแหล่งที่มาของสินค้าจากแหล่งเดียวกัน กล่าวคือ มาจากตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ของจังหวัด ได้แก่ ตลาดปทุมมงคล ตลาดบน ตลาดล่าง และตลาดทุ่งพระเมรุ

การศึกษาเปรียบเทียบตลาดนัดในพื้นที่อื่นๆ พบว่ากลุ่มผู้ขายตามตลาดนัดในกรุงเทพฯ และจังหวัดนครปฐม จะประกอบด้วยกลุ่มพ่อค้าเร่หลายกลุ่ม ผู้ขายจะเดินทางตามผู้จัดตลาดนัด และเดินทางเป็นกลุ่มของตนเอง กลุ่มผู้ขายแต่ละกลุ่มจะแยกกันไปจำหน่ายตามตลาดนัดที่ไม่ตรงกัน และจะตรงกันเมื่อมีตลาดนัดขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้ซื้อและปริมาณการซื้อขายมาก ตลาดนัดในเขตเมืองจะไม่ตั้งในบริเวณวัด แต่ตั้งในตลาดสด หรือห้างสรรพสินค้า เน้นสินค้ามีใช้อาหารเป็นหลัก (ตลาดนัดที่ตั้งในบริเวณวัดพบในเขตนอกเมือง สินค้าที่จำหน่ายจะแตกต่างกันไป ขึ้นกับกลุ่มผู้ใช้บริการ กล่าวคือ หากเป็นตลาดนัดสำหรับคนในท้องถิ่น จะเปิดจำหน่ายช่วงเย็น เรียกว่าระบบค่ำ มีสินค้าจากกลุ่มเกษตรกรในบริเวณโดยรอบ รวมถึงสินค้าประเภทของใช้ เสื้อผ้า แต่หากเป็นตลาดนัดสำหรับนักท่องเที่ยว มีสินค้าจากเกษตรกรบริเวณรอบวัด และสินค้าประเภทอาหารปรุงจำหน่าย อาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูปเป็นของฝาก)

๑.๓.๔ การพัฒนาตลาดโดยคำนึงถึงความแตกต่าง

ตลาดเป็นพื้นที่ที่ผู้คนหลากหลายกลุ่มเข้ามาใช้พื้นที่ ด้วยจุดประสงค์ ความคาดหวังแตกต่างกันไป ตลาดจึงเป็นพื้นที่ทางสังคมรูปแบบหนึ่ง ที่มีผู้คนให้ความหมายที่รับใช้ ความคิด ความเชื่อของตนเอง แต่ความคิด ความหมายเหล่านั้น จะไม่มีความสำคัญ หากไม่มีการปฏิบัติทางการสังคมเกิดขึ้น การให้ความหมายของตลาดจากกลุ่มคนต่างๆ นับแต่ เจ้าของตลาด กลุ่มผู้ขาย กลุ่มผู้บริโภค หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นความหมายคนละชุดที่มาปะทะกัน อาจจะประสาน กลมกลืน และขัดแย้ง

ข้อมูลจากทุกกลุ่มทั้งผู้บริโภค ผู้ขาย เจ้าของตลาดและหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เห็นตรงกันว่า ตลาดสด ควรปรับปรุงสภาพกายภาพให้สะอาด เป็นระเบียบทั้งการ

^{๑๕} ผู้ขายบางรายมีพื้นที่ทำการค้ามากกว่าหนึ่งตลาด จากการสังเกตพบว่าผู้ขายในตลาดทุ่งพระเมรุบางรายมีพื้นที่การค้าในตลาดล่าง ในตลาดปทุมมงคล ดังนั้นช่วงเวลาใดที่ตลาดสดมีผู้คนหนาแน่นผู้ขายก็จะไปจำหน่ายในตลาดสดนั้นๆ และผู้ขายยังมีเครือข่ายการค้าระหว่างกันในยามสินค้า ที่จำหน่ายขาดตลาดด้วย และยังพบว่าพ่อค้าจากจังหวัดนครปฐมไปทำการค้าในตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรี เครือข่ายการค้าระหว่างผู้ขายในตลาดสดและตลาดนัดจึงมีเครือข่ายทั้งภายในและนอกจังหวัด.

จัดร้าน จัดกลุ่มสินค้า คั้นทางเดินตลาดให้ผู้บริโภค รวมถึงปรับปรุงสถานที่จอดรถ ขณะที่ตลาดนัดเสนอให้ปรับปรุงปัญหาที่จอดรถ และมีห้องสุขาเพื่อให้ผู้บริโภคใช้บริการ แม้ตลาดสดและตลาดนัดจะปรับปรุงประเด็นที่กล่าวข้างต้นแล้ว แต่ผู้บริโภคเห็นว่าการจับจ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้า สะท้อนความทันสมัยและสภาพดีกว่าการไปตลาด การสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

เป็นไปได้ยากที่จะพัฒนาตลาดสดให้มีภาพลักษณ์เดียวกับห้างสรรพสินค้า เพราะภาพลักษณ์ของตลาดสดในสายตาของผู้บริโภคคือ อาหารสด แต่แม้กระนั้นผู้บริโภคเชื่อว่าอาหารในห้างสรรพสินค้า นั้น “มีคุณภาพดี ปลอดภัย และได้มาตรฐาน” ตลาดสดและตลาดนัดต้องทำให้ผู้บริโภครับรู้ข้อเท็จจริงว่า ตลาดสดและตลาดนัด มีคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารอย่างไร

นอกจากปรับปรุงภาพลักษณ์ของตลาดสด และตลาดนัดจากด้านกายภาพแล้ว ยังมีประเด็นที่ต้องพิจารณาคือ ทำอย่างไรตลาดสดและตลาดนัดจะเป็นตลาดที่เข้าถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนในยุคปัจจุบัน รวมทั้งการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลฯ ไม่สามารถสร้างรูปแบบการพัฒนาตลาดในรูปแบบเดียวกัน เพราะตลาดในเขตเทศบาลฯ ประกอบด้วยตลาดสดและตลาดนัด มีรูปแบบการค้า ๒ ลักษณะคือ ตลาดขายปลีก กับตลาดขายปลีก - ส่งขนาดใหญ่ รูปแบบการค้าทั้งสองลักษณะนี้มีความเชื่อมโยงกัน ขณะเดียวกันตลาดนัดมีรูปแบบการตอบสนองกลุ่มคนแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง การพัฒนาตลาดจึงควรคำนึงรูปแบบการค้า (ค้าปลีกและส่ง) และประเภทตลาด (ตลาดสดและตลาดนัด) ตัวอย่างเช่น

ตลาดปทุมมงคล ตลาดผักผลไม้ขนาดใหญ่เป็นจุดกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคภายในประเทศผ่านผู้ค้าปลีกตามตลาดสด ตลาดนัด และผู้ค้าเร่รถกระบะ การพัฒนาตลาดจึงควรคำนึงถึงการตรวจสอบ หรือรับประกันความปลอดภัยของสารพิษก่อนถึงผู้บริโภคปลายทาง

ตลาดนัดมหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นตลาดนัดสวัสดิการแก่บุคลากรภายในหน่วยงาน แต่ยังไม่มีการจัดการที่ชัดเจนในการควบคุมคุณภาพ หรือความปลอดภัยของอาหาร นอกจากใช้ความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ

๒. ตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐมบนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง

การศึกษาตลาดในเขตเทศบาลถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการค้าบนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อให้เกิดความชัดเจนกับความเห็นดังกล่าว ผู้เขียนจึงขอทบทวนแนวคิดดังกล่าวซึ่งรวมถึงการอธิบายขยายความแนวคิดดังกล่าวโดยนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจะนำเสนอให้เห็นว่าการค้าในตลาดได้ดำเนินตามเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างไร รวมถึงควรส่งเสริมการค้าในตลาดอย่างไรบ้าง

๒.๑ กระแสพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง และการอธิบายขยายความโดยนักวิชาการ

มีคำกล่าวว่า การพัฒนาชนบทไม่ได้มองชาวบ้านจากข้างบน (top down) แต่มองจากข้างล่าง (bottom up) โดยเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง การทำงานพัฒนาชนบทจึงเน้นการไปอยู่กับชาวบ้านในชุมชน เรียนรู้จากเขา และร่วมกับชุมชนในการหาทางแก้ไขโดยไม่ไปขัดแย้งความคิดของตนเองให้พวกเขา เมื่อหลังแนวคิดดังกล่าวมาจากปรัชญาของ ดร.วาย ซี เจมส์ เยน (Y.C. James Yen) ซึ่งได้เสนอว่า “จงไปหาประชาชน เรียนรู้จากพวกเขา วางแผนร่วมกับพวกเขา ทำงานกับพวกเขา เริ่มต้นจากสิ่งที่พวกเขารู้ และเสริมสร้างบนสิ่งที่พวกเขามี” (Go to the people, learn from them, plan with them, work with them, start with what they know, (and) build upon what they have.) แนวคิดของท่านมีอิทธิพลไปทั่วโลก และได้ก่อให้เกิดขบวนการบูรณะชนบทขึ้นในหลายประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์ ไทย อินเดีย กานา กัวตมาลา เป็นต้น สำหรับในประเทศไทย มีผู้นำสำคัญหลายคนได้รับแนวคิดท่าน และก่อให้เกิดขบวนการพัฒนาชนบท เช่น ดร.ป๋วย อึ๊งภากรณ์ และเกิดมูลนิธิบูรณะชนบท เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๑๐ โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงรับเข้าในพระบรมราชูปถัมภ์ในเวลาต่อมา (อ้างในเสรี พงศ์พิศ, ๒๕๔๗ : ๔๖)

นับแต่แนวคิดการพัฒนาชนบทแนวใหม่ได้นำเสนอ นักพัฒนาเริ่มพบเห็นปราชญ์ชาวบ้านมากมายจากภาคอีสานและภาคอื่นๆ เช่น เกษตรผสมผสานของมหาอยู่ สุนทรชัย และพ่อผาย สร้อยสระกลาง แต่ปราชญ์ชาวบ้านที่มีบทบาทต่อแนวคิดและวงวิชาการมากได้แก่ แนวคิดวนเกษตร การเกษตรแบบพึ่งตนเองของ ผู้ใหญ่วิบูลย์ เข็มเฉลิม จากบ้านห้วยหิน อำเภอสยามชัยเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และแนวคิดเรื่องสภาผู้นำชุมชน วิสาหกิจชุมชน แผนแม่บทชุมชน รวมถึงประชาธิปไตยของพ่อประยงค์ รณรงค์ จาก ตำบลไม้เรียง อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช แนวคิดดังกล่าวมีจุดร่วมที่เน้นการพึ่งตนเองของชาวบ้าน อย่างไรก็ตาม แนวคิดดังกล่าวได้รับรู้กันในแวดวงองค์กรพัฒนาเอกชน (non-government organization) ซึ่งสนใจการพัฒนาชนบท

โดยเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดดังกล่าวมีขึ้นมากมายในช่วงระหว่างก่อน พ.ศ. ๒๕๓๐ - พ.ศ. ๒๕๓๐ เศษ (ศึกษาได้จาก เตชะ ศิริภัทร ๒๕๓๒, พิทยา ว่องกุล ๒๕๓๒, เสรี พงศ์พิศ ๒๕๓๒, วิบูลย์ เข็มเฉลิมและคนอื่นๆ ๒๕๓๗, จันทนา บรรพศิริโชติและสุริชัย หวันแก้ว ๒๕๔๖, เสรี พงศ์พิศ ๒๕๔๗.) กล่าวได้ว่า การนำเสนอแนวคิดการพึ่งตนเองให้เป็นทางเลือกในการพัฒนาได้ก่อตัวมานาน แต่ไม่ได้รับการผลักดันในวงกว้าง รวมทั้งยังเป็นข้อคำถามสำหรับความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในทั่วประเทศที่บริบทต่างกัน ประกอบกับกระแสโลกที่ยังมุ่งเน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นเป้าหมาย จึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการก่อตัวของแนวคิดดังกล่าว

การผลักดันการใช้แนวคิดการพึ่งตนเอง ซึ่งมุ่งความสนใจโดย การพึ่งตนเอง ความเรียบง่าย อันเป็นการประยุกต์หลักการทางศาสนาใช้ในการดำเนินชีวิตนั้น คงไม่ส่งผลสะท้อนในวงกว้าง หากพระราชดำรัส “เศรษฐกิจพอเพียง” ไม่ได้ถูกเน้นย้ำจากพระองค์ท่านหลายครั้ง กล่าวคือ ทรงพระราชทานแก่นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๑๗ และได้ทรงเน้นอีกครั้งในพระราชดำรัส เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๐ ซึ่งเป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ อันเนื่องจากการพัฒนาประเทศไทยเราขาดพื้นฐานเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง (อ้างในอภิชัย พันธเสน, ๒๕๔๒ : ๒)

พระราชดำรัสที่พระราชทานในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๐ ได้เตือนสติให้ทุกภาคส่วนของประเทศไทยได้ทบทวนประสบการณ์ความล้มเหลวจากอดีตที่พึ่งพามานอกมากเกินไป นับแต่วิกฤตการณ์น้ำมันครั้งที่ ๑ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๑๖ ครั้งที่ ๒ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๒ และวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจเมื่อกลางปี พ.ศ. ๒๕๔๐ กล่าวได้ว่าพระราชดำรัสเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงเป็นผลจากพระองค์ได้สั่งสมประสบการณ์การพัฒนาในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทยโดยตรงมาอย่างยาวนาน ทำให้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงจุดกระแสให้เกิดการกล่าวถึง และยอมรับในการนำไปขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวาง ตัวอย่างพระราชดำรัส เช่น

“... ในการพัฒนาประเทศนั้นจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น
เริ่มด้วยการสร้างพื้นฐาน คือ ความมีกินมีใช้ของประชาชนก่อน
ด้วยวิธีการที่ประหยัดระมัดระวัง แต่ถูกต้องตามหลักวิชา
เมื่อพื้นฐานเกิดขึ้นมั่นคงพอควรแล้ว
จึงค่อยสร้างเสริมความเจริญขั้นสูงขึ้นตามลำดับต่อไป
... การถือหลักที่จะส่งเสริมความเจริญ ให้ค่อยเป็นไปตามลำดับ

ด้วยความรอบคอบระมัดระวังและประหยัดนั้น
ก็เพื่อป้องกันความผิดพลาดล้มเหลว
และเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้แน่นอนบริบูรณ์”

พระบรมราชโองการในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ๑๙
กรกฎาคม ๒๕๑๗

“เศรษฐกิจพอเพียง แปลว่า Sufficiency Economy
... คำว่า Sufficiency Economy นี้ไม่มีในตำราเศรษฐกิจ.
จะมีได้อย่างไร เพราะว่าเป็นทฤษฎีใหม่
... Sufficiency Economy นั้น ไม่มีในตำรา
เพราะหมายความว่าเรามีความคิดใหม่ ...
และโดยที่ท่านผู้เชี่ยวชาญสนใจ ก็หมายความว่า
เราสามารถที่จะไปปรับปรุง หรือไปใช้หลักการ
เพื่อที่จะให้เศรษฐกิจของประเทศและของโลกพัฒนาดีขึ้น.”

พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๒๓ ธันวาคม ๒๕๔๒

“อันนี้เคยบอกว่า ความพอเพียงนี้ไม่ได้หมายความว่า
ทุกครอบครัวจะต้องผลิตอาหารของตัวเอง
จะต้องทอผ้าใส่เอง อย่างนั้นมันเกินไป
แต่ว่าในหมู่บ้านหรือในอำเภอ จะต้องมีความพอเพียงพอสมควร
บางสิ่งบางอย่างที่ผลิตได้มากกว่าความต้องการ ก็ขายได้
แต่ขายในที่ที่ไม่ห่างไกลเท่าไร ไม่ต้องเสียค่าขนส่งมากนัก”
พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๔ ธันวาคม ๒๕๔๐

“ถ้าไม่มี เศรษฐกิจพอเพียง เวลาไฟดับ ...
จะทั้งหมด จะทำอะไร. ที่ที่ต้องใช้ไฟฟ้าก็ต้องแย่งไป.

วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (ธ.ค. ๔๙ - พ.ค. ๕๐) ๑๔๗

... หากมี **เศรษฐกิจพอเพียง** แบบไม่เต็มที

ถ้าเรามีเครื่องปั่นไฟ ก็ให้ปั่นไฟ

หรือถ้าขึ้นโบราณกว่า มีดก็จุดเทียน

คือมีทางที่จะแก้ปัญหาเสมอ.

... ฉะนั้น **เศรษฐกิจพอเพียง** นี้ ก็เป็นขั้น ๆ

แต่จะบอกว่า **เศรษฐกิจพอเพียง** นี้

ให้พอเพียงเฉพาะตัวเองร้อยเปอร์เซ็นต์ นี่เป็นสิ่งที่ทำไม่ได้.

จะต้องมีการแลกเปลี่ยน ต้องมีการช่วยกัน.

..... พอเพียงในทฤษฎีหลวงนี้ คือให้สามารถที่จะดำเนินงานได้."

พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ๒๓ ธันวาคม ๒๕๔๒

ความสำเร็จในการผลักดันแนวคิดดังกล่าวพบได้จาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้บรรจุแนวคิดดังกล่าวอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๙ และได้จัดทำอย่างต่อเนื่องอย่างจริงจังในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๐ โดยในปี พ.ศ. ๒๕๔๒ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากสาขาต่างๆ มาร่วมกันกลั่นกรองพระราชดำรัสฯ สรุปเป็นเอกสารเผยแพร่ "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" (มูลนิธิชัยพัฒนา ๒๕๔๒) และได้เชิญมาเป็นปรัญยานำทางในการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๙ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับมีความเข้าใจและนำไปประกอบการดำเนินชีวิต และสร้างขบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสานต่อความคิดและเชื่อมโยงการขยายผลที่เกิดจากการนำหลักปรัชญาฯ ไปใช้อย่างหลากหลาย รวมทั้งเพื่อจุดประกายให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับ และการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติในทุกภาคส่วนของสังคมอย่างจริงจัง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง มีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างเครือข่ายเรียนรู้ให้มีการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้เป็นกรอบความคิด เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนไทยในทุกภาคส่วน โดยกำหนดแกนกลางขับเคลื่อนใน ๓ ระดับ ได้แก่คณะที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง และกลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียงใน สศช. (กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง ก. ๒๕๔๙)

นอกจากนี้ สศช. ได้ริเริ่มการสร้างขบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสานต่อแนวความคิดและเชื่อมต่อการขยายผลโดยมีแนวทางการดำเนินงานในลักษณะเครือข่ายพันธมิตรแห่งความร่วมมือ (Partnership) ได้จัดทำแผนงานศึกษาวิจัย เพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาฐานความรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนสร้างเครือข่ายทางวิชาการด้านเศรษฐกิจพอเพียงอีกด้วย (กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง ข. ๒๕๕๔)

การเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากสาขาต่างๆ มาร่วมกันกลั่นกรองพระราชดำรัสฯ สรุปเป็นเอกสารเผยแพร่ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มีใจความสำคัญที่ท้าทายวิชาการให้ตรวจสอบยืนยันแนวคิดดังกล่าวว่าจะสามารถเป็นทางเลือกในการพัฒนาสังคมไทยได้หรือไม่ ดังที่อภิชัย พันธเสน (๒๕๕๒ : ๑-๓๒) นักวิชาการทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่สนใจการพัฒนาชนบทได้นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาอธิบาย ขยายความโดยเห็นว่าแนวคิดดังกล่าวมีจุดเน้นคือ ความพอดี (optimization) มีเหตุผล (rationality) มิใช่เพียงแนวคิด แต่เป็นความคิดที่ผ่านการปฏิบัติ และได้ผลที่พิสูจน์ได้จริงในระดับหนึ่งมาแล้ว เพียงแต่เป็นการเริ่มจากระดับจุลภาคเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปในระดับมหภาค และต้องผ่านการศึกษาวิจัยและค้นคว้าอย่างจริงจังถึงระดับหนึ่ง แนวคิดนี้จึงมิใช่เรื่องทำมาหากินเล็กๆ น้อยๆ ในระดับครอบครัว แต่เป็นยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศที่เรียกได้ว่าเป็นวิถีการผลิต (mode of production) เชื่อมโยงศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของตัวเอง แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงยังมีจุดเด่นร่วมกับเศรษฐศาสตร์กระแสหลักคือการบริหารความเสี่ยงหรือการกระจายความเสี่ยง ซึ่งเศรษฐศาสตร์กระแสหลักมีความเห็นเพิ่มเติมว่าการกระจายความเสี่ยงโดยการมีแหล่งรายได้จากหลายแหล่ง หรือการพึ่งพาการค้าจะเป็นหลักประกันในการลดความเสี่ยงได้มากกว่าการกระจายความเสี่ยงโดยลดการพึ่งพาตลาดหรือการปลูกพืชหลายชนิด อภิชัย พันธเสน ยังได้เสนอให้มีการศึกษาเพิ่มเติมว่าจะประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวในภาคเศรษฐกิจอื่นได้อย่างไรภายใต้กรอบกติกาที่ชัดเจนโดยรัฐ ดังข้อความที่กล่าวว่า

“.....เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกภาคของเศรษฐกิจ ไม่จำเป็นต้องจำกัดจำเพาะแต่ภาคการเกษตรหรือภาคชนบท แม้แต่ภาคการเงิน ภาคอสังหาริมทรัพย์ และการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นภาคที่สร้างปัญหาให้เศรษฐกิจของไทยก็สามารถประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงได้ โดยใช้หลัก optimization through risk management แต่จะต้องมีเงื่อนไขประกอบกับกติกาที่ชัดเจนโดยรัฐเพื่อลดความโลภและการเบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งจะต้องมีการวิจัยค้นคว้าเพิ่มเติมอย่างละเอียดในแต่ละกรณี.....” (อภิชัย พันธเสน, ๒๕๕๒ : ๑๙)

นักวิชาการที่สนใจการพัฒนาในมิติวัฒนธรรม ได้นำพระราชดำรัสเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาจัดสัมมนาที่ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (๒๕๕๔) ซึ่งจัดสัมมนาเรื่อง “มิติทางวัฒนธรรมในยุคเศรษฐกิจพอเพียง” เมื่อ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๒ การสัมมนาดังกล่าวได้สร้างบรรยากาศการถกเถียง ตีความ ขยายความเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เช่น นิธิ เอียวศรีวงศ์ (๒๕๕๔ : ๔-๑๒) เห็นว่าเศรษฐกิจพอเพียงไม่ใช่เทคนิค แต่มีความหมายกว้างขวางกว่านั้นมาก เพราะต้องรวมเอา ก) อุดมการณ์บางอย่าง ข) โลกทัศน์บางอย่าง ค) ความสัมพันธ์ทางสังคมบางอย่าง ง) ค่านิยมบางอย่าง กล่าวคือ ในแง่อุดมการณ์เป็นตรงข้ามกับลัทธิปัจเจกชนนิยม มองเห็นความเชื่อมโยงที่เกื้อกูลกัน ในแง่โลกทัศน์ของเศรษฐกิจพอเพียงสอดคล้องกับอุดมการณ์ มนุษย์ไม่ได้เป็นศูนย์กลาง คนอยู่ได้เพราะพึ่งพาอาศัยกันและพึ่งพาธรรมชาติ... ในแง่ความสัมพันธ์ทางสังคมคือความสัมพันธ์ของชุมชนดั้งเดิมหมายถึงสมาชิกสามารถติดต่อสัมพันธ์กันได้โดยตรง และค่านิยมที่เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ไว้ว่างใจกันได้ เศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นมิติทางวัฒนธรรม ในการสัมมนายังมีข้อเสนอจากการประชุมสัมมนาเพื่อเป็นแนวการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำเสนองานวิจัยกรณีศึกษาจากพื้นที่จริงมาประกอบ เพื่อชี้ให้เห็นว่าแนวคิดดังกล่าวจะมีความหลากหลายตามบริบท และคำนึงถึงภูมิโนเวศน์ประกอบกัน รวมทั้งต้องการศึกษาทดลองต่อไปเพื่อให้แนวคิดดังกล่าวสามารถใช้ได้กับสังคมสมัยใหม่ เนื่องจากกรณีศึกษาจากพื้นที่ได้สะท้อนว่าแนวคิดดังกล่าว ใช้ได้ในชุมชนดั้งเดิมที่มีกลไกทางสังคมที่เข้มแข็ง หากแต่ในสังคมสมัยใหม่ กลไกดังกล่าวกำลังเสื่อมคลาย และรัฐแทบมีบทบาทอย่างจำกัดที่จะปกป้องแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น จะให้แนวคิดดังกล่าวดำรงอยู่ เติบโตและยั่งยืนนั้น จะทำได้อย่างไรบ้าง

กล่าวได้ว่า พระราชดำรัสเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง ได้เปิดให้สังคมทุกภาคส่วนหันมาสนใจศึกษาค้นคว้า เพื่อเป็นฐานคิดในภาคส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาคราชการ ภาคเอกชน ภาคประชาชน โดยเฉพาะฝ่ายวิชาการทั้งเศรษฐศาสตร์และนอกสาขาเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความสนใจและหยิบยกขึ้นมาอธิบาย ขยายความเพื่อความชัดเจน และกระตุ้นให้มีการศึกษาวิจัย ทดลองและประยุกต์ใช้อย่างมาก

๒.๒ ตลาดสดและตลาดนัดบนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง

สรุปแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้ว่า เน้นความพอประมาณ (คือความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น) ความมีเหตุผล (การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาเหตุปัจจัยและผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ) การสร้าง

ภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หรือการกระจายความเสี่ยง (พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้น) ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจ และการกระทำ ต้องรวมเอา **อุดมการณ์** การเกื้อกูลกันมิใช่การเอาตัวรอดเฉพาะบุคคล กลุ่มคน **โลกทัศน์** ที่มองมนุษย์พึ่งพาอาศัยกันและพึ่งพาธรรมชาติ **ความสัมพันธ์** ที่เน้นการติดต่อสัมพันธ์กันได้โดยตรง และคำนิยมที่เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ไว้ว่างใจกันได้ เศรษฐกิจพอเพียงมี**จุดมุ่งหมายเพื่อ** **ความมั่นคงและคุณภาพชีวิต**

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ เช่น บริษัทผลิตเครื่องจักรกลทางการเกษตรซึ่งผลิตตัวต้นกำเนิดพลังออกจำหน่ายแก่ผู้ผลิตรายย่อยทั่วประเทศ บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถต่อเติมอุปกรณ์ที่เหมาะสมแก่ท้องถิ่น การทำเช่นนั้นเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย และเป็นการรักษาความยั่งยืนของตลาด จึงถือได้ว่า ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการประกอบธุรกิจ ซึ่งต่างจากการประกอบธุรกิจประเภทที่เก็บกำไรทุกชั้นตอนทำลายคู่แข่ง จนทำให้คนอื่นทั้งหมดตถลง

เมื่อนำมาศึกษาเศรษฐกิจการค้าในตลาดพบว่า ตลาดสดและตลาดนัดได้ดำเนินตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่กล่าวข้างต้น เพราะการดำรงอยู่ของตลาดสดแสดงถึงเศรษฐกิจที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น (labor-intensive) ใช้ทุนน้อย ดำเนินการโดยแรงงานในครัวเรือนเป็นสำคัญ ไม่เน้นทักษะและความชำนาญมาก เป็นเศรษฐกิจของผู้ผลิตรายย่อยที่ไม่ได้มีจิตใจแสวงหากำไรสูงสุด ใช้เทคโนโลยีแบบง่ายๆ เป็นกิจการที่ไม่มีการผูกขาดตัดตอน เพราะการค้าในตลาดเป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค มิใช่เศรษฐกิจแห่งการแข่งขัน เป็นการค้าที่ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น มีความหลากหลายของสินค้าและผู้ขาย ตลาดสดยังส่งเสริมหรือผลักดันสินค้าไทย หรือบรรดาผลิตภัณฑ์จากชุมชน ส่งเสริมผลผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะพืชผักพื้นบ้านที่ไม่สามารถหาซื้อได้ในธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ตลาดสดและตลาดนัดเป็นการค้าที่ไม่ต้องใช้การศึกษาขั้นสูง แต่กลับเป็นแหล่งบ่มเพาะความรู้ ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการรายย่อยๆ การค้าในตลาดมีความเป็นอิสระ ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง หากขาดแคลนเงินทุน ก็พึ่งพาอาศัยเครือข่าย เป็นการค้าที่ปรับตัวได้ไม่ยาก เพราะกลุ่มผู้ขายในตลาดต่างๆ มีความสัมพันธ์กันช่วยประคับประคองการทำการค้า อาจเรียกได้ว่ามีเครือข่ายทางสังคมในกลุ่มผู้ขาย ทำให้ความเสี่ยงของการค้าต่ำ ระบบเศรษฐกิจเช่นนี้จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่มี “เสถียรภาพ” ในทางสังคมด้วย ความคิดข้างต้นสอดคล้องกับพอพันธ์ อุยยานนท์ (๒๕๔๘ : ๒๐๘-๒๑๖) ที่เห็นว่าการ

พัฒนาเศรษฐกิจสมัยใหม่ควรอยู่บนพื้นฐานของการดำรงอยู่ของเศรษฐกิจครัวเรือนและเศรษฐกิจชุมชน และการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยนั้น

งานวิจัยพบว่าตลาดสดและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง เช่น การค้ารายย่อยในตลาดสด ตลาดนัด ธุรกิจประกอบอาหาร เป็นต้น เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน โดยส่วนใหญ่ ให้สามารถอยู่ได้ท่ามกลางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่เน้นการแข่งขันและการใช้ทุนขนาดใหญ่ การส่งเสริมตลาดสดและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการสร้างเงื่อนไขให้เกิดขึ้น เศรษฐกิจพอเพียงในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น หรือลดสัดส่วนของระบบเศรษฐกิจตลาดที่ใช้ทุนและเกิดการผูกขาดตัดตอน ทำให้การแข่งขันไม่สามารถทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ถือได้ว่าการส่งเสริมการค้าในตลาด เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจชาติ และการประยุกต์ใช้แนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียงในเศรษฐกิจภาคอื่นนอกจากภาคชนบท

แม้ตลาดสด ตลาดนัดและห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มีคุณค่าและความสำคัญในตัวเอง และตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคในกาลเทศะที่แตกต่างกัน แต่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ได้ขยายตัวไปตามเมืองใหญ่นอกกรุงเทพฯ โดยขาดนโยบาย มาตรการในการปกป้องเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างนายทุนรายเล็กกับนายทุนขนาดใหญ่ ทั้งที่ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจนอกพื้นที่ และนำเข้าสินค้าที่จำหน่ายจากภายนอกพื้นที่เป็นส่วนมาก การค้าในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จึงไม่ได้ก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงกับกลุ่มคนในท้องถิ่น ในทางตรงกันข้าม การขยายตัวของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ได้รุกไล่กิจการรายเล็กรายน้อย (โซ่ห่วย) ให้ออกไปจากเส้นทางการ “ทำมาหากิน” ของคนในท้องถิ่น นอกจากทำลายผู้ค้ารายย่อยแล้ว ยังทำลายระบบความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกันที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย

สรุปได้ว่า การส่งเสริมการค้าในตลาดให้ดำเนินตามเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียงมากขึ้น ถือเป็นการกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตลาดให้เหมาะสมกับยุคสมัย และยังมีนัยยะถึงการตอบโต้ต่อร่องระหว่างเศรษฐกิจท้องถิ่น และเศรษฐกิจชาติ กับเศรษฐกิจจากทุนข้ามชาติในยุคโลกาภิวัตน์

๒.๓ นโยบาย มาตรการในการส่งเสริมการค้าบนเส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง

การส่งเสริมตลาดสดและตลาดนัด ต้องการความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และการแก้ปัญหาจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนมุมมองของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้พิจารณา “ตลาดในแง่มุมใหม่” มิฉะนั้น การดำเนินนโยบาย มาตรการใดๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นผู้ประกอบการรายย่อย กล่าวคือ แทนที่จะมองว่าตลาดสกปรก ขัดกับความเติบโตของเมือง ต้อง

รื้อย้าย เป็นการเห็นพลังการมีส่วนร่วมของผู้ค้าในตลาดที่จะร่วมมือกับรัฐในการพัฒนาเมืองให้เติบโตไปพร้อมๆ กันได้^{๑๖}

ความเห็นที่กล่าวข้างต้นนี้ มีตัวอย่างความสำเร็จที่เกิดขึ้นในเมืองลิมา ประเทศเปรู มาแล้ว และทำให้เกิดความร่วมมืออย่างดีเยี่ยมจากกลุ่มผู้ค้า กล่าวคือ เมืองลิมา ประเทศเปรู ทวีปลาตินอเมริกา เมืองลิมาเกิดการค้านอกระบบกฎหมาย ซึ่งเรียกกันว่าการค้าข้างถนน (หมายถึงการเดินเร่ขายไปตามถนนและหยุดในที่ใดที่หนึ่งเพียงชั่วระยะเวลาที่ขายของได้เท่านั้น เมื่อกลุ่มผู้ค้าเหล่านั้นมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น พวกเขาไม่ต้องการ เร่ขายตามท้องถนนอีกต่อไป และเริ่มชวนขายสิทธิครอบครองพิเศษบนทางสัญจรสาธารณะ) ขยายตัวคืบคลานเข้ายึดครองพื้นที่สาธารณะอย่างกว้างขวาง และผู้ค้าเหล่านั้นพยายามหาหลักประกันให้ตนเองโดยสร้างตลาดนอกกฎหมายขั้วบังคับของรัฐ ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งก่อนหน้านี้คือในเมษายน ๑๙๗๘ คณะผู้บริหารเทศบาลภายใต้การนำของพลเอกเอนริเก ฟัลโกนี เมฆิอา ใช้นโยบายปราบปรามการค้าข้างถนนอย่างรุนแรง แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ ในเดือนมกราคม ค.ศ. ๑๙๗๙ โรเบร์โต การ์ร็อน โปลิตี นายกรัฐมนตรีคนใหม่ ได้ขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้ค้านอกระบบและตั้งให้พวกเขาเข้ามามีส่วนรับผิดชอบร่วมกับเจ้าหน้าที่บ้านเมือง มอบความอดกลั้นและการมีส่วนร่วมให้ ผลลัพธ์ของความร่วมมือปรากฏออกมาในช่วงเวลา ผู้ค้าต่างพากันปรับปรุงสภาพแผงขายของ เลิกกีดขวางทางเข้าร้านค้า และร่วมมือกันทำความสะอาดสถานที่ ผู้ค้าปลานถนนสายหนึ่งซึ่งถูกนักข่าวโจมตีว่าสกปรกที่สุดในเมือง ได้ปรับปรุงพื้นที่จนทำให้การค้าในย่านนั้นมีภาพพจน์สวยงามขึ้น (เดอริซโต ๒๕๕๒ : ๑๑๗-๑๕๘)

มาตรการสนับสนุนหาบเร่แผงลอยอาหารข้างทางจึงควรมีมาตรการสนับสนุนโดยเปลี่ยนแปลงมุมมองของรัฐเพื่อเข้าใจว่าการค้าในตลาดและอาชีพเกี่ยวเนื่อง เช่นธุรกิจจำหน่ายอาหารข้างทางเป็นอุปมະเฉพาะผู้ประกอบการ มิใช่เป็นอาชีพที่ขัดต่อความเจริญเติบโต ความสวยงาม

^{๑๖} ตำแหน่งที่ตั้งของตลาดบนจุดเชื่อมต่อระหว่างกรรมนาคมขนส่งซึ่งเป็นศูนย์กลางของเมือง เป็นแต่เงื่อนไขการดำรงอยู่ของตลาด แต่ไม่สามารถประกันได้ว่าตลาดจะเติบโต หรือขยายตัวหากไม่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ รวมทั้งพื้นที่ตั้งตลาดอาจถูกกระหนาบจากนโยบายรัฐที่มีมุมมองว่าเป็นพื้นที่ไม่สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป จึงต้องการรื้อย้าย ต้องการจัดระเบียบ (ดังกรณีที่เกิดขึ้นในตลาดบนและตลาดล่าง เมื่อปลายปี พ.ศ. ๒๕๕๖ และตลาดท่าเตียน) ดังนั้น นโยบายและมาตรการของรัฐจึงควรคำนึงถึงมุมมองของผู้ได้รับผลกระทบ และการมีส่วนร่วมในการกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตลาดให้ตอบสนองต่อทุกกลุ่มคนในสังคมสมัยใหม่ งานวิจัยของไกรอัมพร พงษ์จร (๒๕๕๗) ได้ยืนยันเช่นเดียวกัน.

ของเมือง แต่ควรสนับสนุนการค้าในตลาด และอาชีพที่เกี่ยวข้องที่นอกเหนือจากทุนในการประกอบอาชีพ เช่น พื้นที่ประกอบอาชีพ (ตัวอย่างเช่นการสอบถามกลุ่มผู้ค้าในตลาดสดที่จำหน่ายสินค้าในแผงลอย อาคารพาณิชย์ เป็นกลุ่มที่ไม่มีอุปสรรคในเรื่องพื้นที่หรือทุนในการประกอบอาชีพเพราะมีระดับรายได้สูงกว่าระดับยังชีพ กลับต้องการให้รัฐคุ้มครองด้านกฎหมายเพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรม เนื่องจากการปล่อยให้ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เข้ามาแข่งขันกับผู้ขายปลีกขนาดเล็กในเขตเมือง ทำให้ผู้ขายได้รับผลกระทบอย่างมาก) การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร เนื่องจากมายาภาพประการหนึ่งที่ห้างสรรพสินค้าทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้าในห้างสรรพสินค้ามีมาตรฐานมากกว่าทั้งบรรจุภัณฑ์ ความสะอาด และทันสมัยนั้น การวิจัยได้ข้อสรุปว่า ทั้งตลาดสดและห้างสรรพสินค้ามีความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน มาตรฐานของอาหารในตลาดสดมีหลายระดับ ขึ้นกับกำลังซื้อของผู้บริโภค เพราะตลาดสดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง อาหารสดจึงมีความหลากหลาย (ข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการข้อสรุปของสิทธิชัย ฝรั่งทอง (๒๕๔๗) ซึ่งนำเสนอจุดอ่อนของตลาดสดว่า สินค้าในตลาดสดไม่มีการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและสินค้ามีสารพิษปนเปื้อน รวมทั้งสินค้าที่มีจำหน่ายมีไม่ครบหมวดหมู่^{๑๔})

มุมมองอีกประการหนึ่งที่รัฐควรเข้าใจด้วยคือ แม้การขายสาขาของห้างสรรพสินค้าตามเมืองใหญ่ ทำให้ตลาดสดถูกรุกไล่ แต่การรุกคืบของห้างสรรพสินค้ามีข้อจำกัดเพราะไม่สามารถเข้าถึง “พื้นที่” ของกลุ่มคนรายได้น้อย ซึ่งต้องการสินค้าประเภทอาหารปรุงจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ และอาหารสด การคงอยู่และขยายตัวของหาบเร่แผงลอยข้างทางในเขตกรุงเทพมหานคร (พื้นที่ข้างทาง เช่น ริมถนน ตรอก ซอย ทางเท้า เป็นที่ประกอบการค้าทั้งการค้าแบบเร่ขายคือเคลื่อนที่ได้และการค้าบนแผงซึ่งอยู่กับที่) การดำรงอยู่และขยายตัวของหาบเร่

^{๑๔} การวิเคราะห์ตลาดสดโดยใช้เครื่องมือ SWOT ได้นำเสนอจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) จุดอ่อนของตลาดสดคือสถานที่และบรรยากาศในการเดินเลือกซื้อไม่สะอาด แม้ค้าปากráย และไม่มีความสะดวกในการจอดรถ ไม่มีการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและสินค้ามีสารพิษปนเปื้อน รวมทั้งสินค้าที่มีจำหน่ายมีไม่ครบหมวดหมู่ ไม่มีการทำกิจกรรมทางการตลาดเหมือนคู่แข่งอื่น ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปรียบเทียบราคาแล้วไม่ถูกกว่า หรือพอๆ กัน ผู้ขายสินค้ายังขาดความรู้ ความเข้าใจ ถึงสุขอนามัย อุปสรรค คือ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนิยมบริโภคอาหารนอกบ้านทั้งจากร้านอาหาร ร้านค้า และห้างสรรพสินค้า และกระแสตื่นตัวรักษาสุขภาพ รู้จักจับจ่ายสินค้าในสถานที่ที่มีสินค้าปลอดภัย ปลอดภัย สารพิษ และมีคุณค่ากับตนเอง นโยบายของภาครัฐที่เปิดเสรีให้กลุ่มทุนข้ามชาติเข้ามาลงทุนอย่างเสรี และไม่มี การสนับสนุนกลุ่มธุรกิจดั้งเดิมอย่างจริงจัง.

แผงลอยข้างทางยังเชื่อมโยงกับตลาดสด ในฐานะเป็นแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับนฤมล นีราทร (๒๕๔๘ : ๘๖-๘๗)

นอกจากนี้ ความซับซ้อนของตลาดสดในเมืองใหญ่ มิได้ลดบทบาทหรือหน้าที่ของตลาดแต่ตลาดได้แสดงหน้าที่ที่แตกต่างกันไป (differentiation) โดยสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงกับตลาดนัด กลุ่มผู้ค้าส่ง ผู้ประกอบธุรกิจอาหารที่จำหน่ายตามภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ รวมถึงแผงลอยอาหารข้างทางซึ่งปรากฏตามเมืองใหญ่ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เกิดตลาดสดขนาดใหญ่โยกย้ายที่ตั้ง (site) ไปอยู่ชานเมืองกรุงเทพฯ ได้แก่ ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดไท ตลาดปทุมมงคล และกระจายสินค้าให้กับกลุ่มคนต่างๆ ทั้งผู้ค้าส่ง ค้าปลีกตามตลาดสด ตลาดนัดขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจประกอบอาหารในอาคารพาณิชย์ และริมทางเท้า กลุ่มคนเหล่านี้สัมพันธ์กับตลาดสดในรูปเครือข่ายการค้า เกิดรูปแบบตลาดที่สอดคล้องกับสังคมสมัยใหม่

นอกเหนือจากรัฐจะส่งเสริมการค้าในตลาดด้วยมาตรการการลดหย่อนภาษีแล้ว การร่างกฎหมายที่เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างการค้าในตลาด กับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เนื่องจาก พรบ. ผังเมืองและ พรบ. ควบคุมอาคาร^{๑๔} ที่ทำให้ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่มีข้อจำกัดในการขยายสาขาในรูปแบบเดิม แต่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่นห้างบิ๊กซี ได้ปรับกลยุทธ์รูปแบบเป็น “Big C compact size” เป็นสาขาแบบ ๑ ชั้น ตั้งอยู่ระนาบเดียวกันกับพื้นดิน ทำให้สะดวกในการจับจ่ายใช้สอย และวางตำแหน่งเป็นสโตร์เพื่อชุมชน ที่ต้องการปรับให้เหมาะสมและเข้าหาชุมชนมากยิ่งขึ้น เข้าถึงทำเลที่รองจากทำเลหลัก เพื่อต้องการรักษาส่วนแบ่งการตลาดที่มีอยู่ (บิ๊ก ซี. ปรับตัวสู่ยุทธ ชุกยุทธ์ ๒๕๔๙) ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงเป็นเครื่องชี้ชัดว่า แม้ พรบ. ผังเมืองและ พรบ. ควบคุมอาคาร ที่บังคับใช้ในขณะนี้ ก็ไม่สามารถบรรเทาปัญหาการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ได้ การส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางและขนาดเล็กจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเร่งด่วนและเข้มข้นมากกว่านี้ มิฉะนั้นแล้ว ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในท้องถิ่นจะได้รับผลกระทบ และกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง งานวิจัย

^{๑๔} ที่มา : ประกาศกรมโยธาธิการผังเมืองเรื่องกำหนดหลักเกณฑ์การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ในการวางแผนและจัดทำผังเมืองรวมในท้องที่จังหวัดนครปฐม และกฎกระทรวงกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างดัดแปลงหรือเปลี่ยนแปลงการใช้อาคารบางชนิดหรือบางประเภทในพื้นที่บางส่วนของท้องที่ตำบล...อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.

เกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมในประเทศญี่ปุ่นพบว่า ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกิดจากการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นฐานสำคัญ (นามูระ ๒๕๓๒)

บทเรียนการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในหลายประเทศเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาตินั้น ปรากฏอยู่มากมายซึ่งแสดงให้เห็นว่า การปรับตัวของกลุ่มผู้ค้าเป็นเงื่อนไขที่ต้องทำพร้อมไปกับนโยบายและมาตรการการสนับสนุนจากภาครัฐ หลายประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง ยังเห็นความสำคัญของการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม โดยออกกฎระเบียบและมาตรการเพื่อปกป้อง เช่น รัฐบาลในประเทศจีน^{๑๙} มีนโยบายปกป้องธุรกิจขนาดเล็กและเปิดให้ธุรกิจขนาดใหญ่จากต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ของประเทศเมื่อเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจขนาดเล็กของประเทศแล้ว ประเทศฝรั่งเศสมีกฎหมายปกป้องธุรกิจค้าปลีกรายย่อยให้สามารถแข่งขันกับรายใหญ่โดยมีข้อห้ามจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำกว่าต้นทุนหรือราคาที่ซื้อจากผู้ผลิต ผู้ฝ่าฝืนจะถูกลงโทษค่อนข้างรุนแรงและยังจำกัดการขยายตัวของกิจการขนาดใหญ่โดยกำหนดให้ต้องขออนุญาตก่อสร้างห้างสรรพสินค้าซึ่งมีพื้นที่เกิน ๓๐๐ ตารางเมตร^{๒๐} เป็นต้น

การส่งเสริมตลาด และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตลาด แม้เป็นปัญหาจากเงื่อนไขในระดับบุคคลของแต่ละฝ่ายไม่ว่าผู้ขาย เจ้าของตลาด ผู้บริโภค แต่บทเรียนของประเทศต่างๆ ได้สะท้อนว่าการเปลี่ยนมุมมองของรัฐให้เข้าใจว่าการส่งเสริมพัฒนาตลาดเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างและรัฐควรมีการกำหนดนโยบาย และมาตรการที่จริงจังและเป็นรูปธรรมมากกว่านี้

๓. บทส่งท้าย

การวิจัยเรื่อง การวิจัยเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐมและตลาดในพื้นที่อื่นๆ แต่กระบวนการเรียนรู้เพื่อปรับตัว เพื่อกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตลาดในสังคมสมัยใหม่ยังดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง และต้องการนักวิชาการหลากหลายสาขาวิชาในการศึกษาและทำความเข้าใจในแง่มุมที่ลึกซึ้งมากขึ้น “ตำแหน่งแห่งที่ของตลาดในสังคมสมัยใหม่บน

^{๑๙} รายละเอียดโปรดดู พระพงษ์ กิตติเวชโกวัฒน์ (๒๕๔๗).

^{๒๐} รายละเอียดโปรดดู “กฎหมายธุรกิจค้าปลีก : กว้างจะสูง งาก็ไหม้หมดแล้ว” Econnnews (๖ สิงหาคม ๒๕๔๔) : ๕๐-๕๓)

เส้นทางเศรษฐกิจพอเพียง” ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ หากขาดมุมมอง และการปฏิบัติความร่วมมือกันของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ค้า เจ้าของตลาดและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้แล้ว การสร้างค่านิยมให้ดำรงอยู่ได้ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ยังต้องให้การศึกษากับเด็กและเยาวชน ให้เรียนรู้และเข้าใจคุณค่า และความสำคัญของตลาด หากลองสอบถามเด็กและเยาวชนว่า “จะกิน ข้าว และเล่นที่ไหน” ผู้เขียนเชื่อได้ว่าเกือบร้อยละ ๑๐๐ ไม่มี “ตลาดสดหรือตลาดนัด” เป็นคำตอบ จึงควรปลูกฝังเด็กและเยาวชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของ “ตลาด” โดยเปิดพื้นที่สำหรับคนกลุ่มนี้ และนำจุดแข็งของห้างสรรพสินค้ามาปรับใช้

ทุกคนขานรับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกันอย่างถ้วนหน้าโดยไม่ต้องสงสัย แต่เราสามารถใช้ชีวิตตามแนวทางดังกล่าวหรือไม่ ผู้เขียนยังไม่แน่ใจ การสร้างสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม กฎกติกาที่ส่งเสริม ผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเป็นรูปธรรมนั้น มิใช่ปล่อยให้ประชาชนตื่นนอนไปตามยถากรรม แต่ต้องการการผลักดันในเชิงโครงสร้าง ต้องการรูปธรรมนำร่อง ต้องการความจริงใจ และศรัทธาของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (ธ.ค. ๔๙ - พ.ค. ๕๐) ๑๕๗

บรรณานุกรม

“กฎหมายธุรกิจค้าปลีก : กว่าจะสู้จะสุข งาก็ใหม่ไปหมดแล้ว” **Econnews** (๖ สิงหาคม ๒๕๕๔) : ๕๐-๕๓.

กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (**Critical Theory**) : แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, ๒๕๕๔.

การจัดระเบียบตลาดนครปฐม ในจังหวัดนครปฐม [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗. เข้าถึงได้จาก <http://www.nakhonpathom.go.th/data/ceo1.htm>

กลุ่มงานเศรษฐกิจพอเพียง ก. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๘ มิถุนายน ๒๕๕๔. เข้าถึงได้จาก <http://www.sufficiencyecomy.org/detail.swf>

_____ ข. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๘ มิถุนายน ๒๕๕๔. เข้าถึงได้จาก <http://www.sufficiencyecomy.org/show.php?Id=72>

เกียรติ จิวะกุล และคนอื่นๆ. ตลาดในกรุงเทพมหานคร : การขยายตัวและการพัฒนาการ. กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการปฏิบัติการกิจโครงการวิจัย ‘วิวัฒนาการของศิลปวัฒนธรรมไทยในรอบ ๒๐๐ ปีแห่งกรุงรัตนโกสินทร์’ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๒๕.

ไกรอัมพร พงษ์จร. การดำรงอยู่ของกลุ่มผู้ค้าส่งในพื้นที่ย่านท่าเตียน : กรณีศึกษาจากผู้ค้าส่งปลาแดดเดียว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต แผนกวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๗.

“ข้อเสนอจากทีดีอาร์ไอ ในการแก้ไขความยากจนต้องเข้าถึง ‘คนจน’ ที่แท้จริง.” **มติชน** (๘ ธันวาคม ๒๕๕๖) : ๑-๒.

ฉันทนา บรรพศิริโชติ และสุริชัย หวันแก้ว “ความคิดของผู้ใหญ่วิบูลย์ เข็มเฉลิม.” ใน ผู้ใหญ่วิบูลย์กับการเรียนรู้เพื่อการพึ่งตนเองและพัฒนาชุมชน. ๑๑๙-๒๐๘ ฉันทนา บรรพศิริโชติ และคนอื่นๆ, เรียบเรียง. ฉะเชิงเทรา : ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนป่าตะวันออก, ๒๕๕๖.

เดชา ศิริภัทร. เกษตรกรรมสำนึก. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโกลบอลฟู้ด, ๒๕๓๒.

เดอโซโต, เออร์นันโด. เปรู : เส้นทางเศรษฐกิจนอกระบบ การปฏิบัติที่ไม่เห็นในโลก ๔ ที่สาม. แปลโดย ภัควดี วีระภาสพงษ์. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, ๒๕๕๒.

ตลาดสดน้ำซื่อ [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๘. เข้าถึงได้จาก <http://province.moph.go.th/suratthani/webpage/frame4ee.htm>

นฤมล นิราทร. **หาบเร่แผงลอยอาหาร : ความสำเร็จและตัวบ่งชี้**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสหวิทยาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘.

นากามุระ, ฮิเดะอิจิโร. **ธุรกิจขนาดกลาง-ย่อมที่ท้าทายโลกอุตสาหกรรม**. แปลโดย ไว จามรมาน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ๒๕๓๒.

นิธิ เอียวศรีวงศ์ “มิติทางวัฒนธรรมในยุคเศรษฐกิจพอเพียง” ใน **รายงานสัมมนาเรื่อง มิติทางวัฒนธรรมในยุคเศรษฐกิจพอเพียง**, ๓-๑๗. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), ๒๕๕๔.

บิก ซี. **ปรับตัวสู่ธุรกิจ ชุกलयุทธ์. Compact / รีโนเวททุกสาขารักษาลูกค้า**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ มกราคม ๒๕๕๙. เข้าถึงได้จาก http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=407323_Cover

ประคอง เตกนัต. **ห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ กับการพัฒนา ผู้ประกอบการรายย่อย**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๕ มกราคม ๒๕๕๙. เข้าถึงได้จาก [http://asoke.info/09 Communication/DharmaPublicize/Kid/k155/067.html](http://asoke.info/09%20Communication/DharmaPublicize/Kid/k155/067.html)

ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคนอื่นๆ. **ห่วย ช่อง บ่อน ยาบ้า เศรษฐกิจนอกกฎหมายกับนโยบายสาธารณะในประเทศไทย**. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์ตรัสวิน (ซิลค์เวอร์มบุคส์), ๒๕๕๓.

พอพันธ์ อุยยานนท์. “เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคกลาง” ใน **ประวัติศาสตร์ความคิดไทยกับแนวคิดชุมชน**, ๒๐๘-๒๑๖. นครพิบูลย์ นาสสุภา และวัลย์วิภา บุรุษรัตนพันธุ์, บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สร้างสรรค์, ๒๕๕๘.

พิทยา ว่องกุล. **ชีวประวัติบุคคลไม่สำคัญ : ประชาชนชาวบ้าน**. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์, ๒๕๓๑.
พีระพงษ์ กิตติเวชโกศาวัฒน์. **ปลาใหญ่ยอมกินปลาเล็กจริงหรือ** [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ มกราคม ๒๕๕๙. เข้าถึงได้จาก http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=407018_consumer%20wars

_____. **เรียนรู้ค่าปลีกจีน (๑)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ มกราคม ๒๕๕๙. เข้าถึงได้จาก http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=406894_consumer%20war

_____. **เรียนรู้ค่าปลีกจีน (๒)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ มกราคม ๒๕๕๙. เข้าถึงได้จาก http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=406952_วรยุทธ์ค่าปลีก.

วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (ธ.ค. ๔๙ - พ.ค. ๕๐) ๑๕๙

มหาวิทยาลัยศิลปากร. คณะอักษรศาสตร์. ภาควิชาสังคมศาสตร์. “การจัดระเบียบตลาดนครปฐม : ทำไมเพื่อใคร” รายการสังคมสนทนา วันศุกร์ที่ ๙ มกราคม ๒๕๔๗ เวลา ๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. ณ ห้อง อษ. ๑๒๐๒ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม.

มูลนิธิชัยพัฒนา. เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : มูลนิธิฯ, ๒๕๔๒.

ยุทธศาสตร์อาหารปลอดภัย [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ เมษายน ๒๕๔๘. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaigov.go.th/news/speech/thanksin/sp06aug47-06.htm>

ยุพดี จารุทรัพย์. ตลาดนครปฐม : วันวาน-วันนี้-วันพรุ่งนี้. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๘ มิถุนายน ๒๕๔๙. เข้าถึงได้จาก http://www.snamcn.lib.su.ac.th/west/activities/seminar/nk_market/market.htm

วาทินี เรืองติกรัตน์. วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ตามตลาดนัด : กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม และพื้นที่ต่อเนื่อง. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๑.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, บรรณาธิการ. พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๔.

วิบูลย์ เข็มเฉลิม และคนอื่นๆ , บรรณาธิการ. ๑๐ ปี วันเกษตร. ใน เอกสารประกอบการสัมมนา เครือข่ายชาวบ้านในสังคมชนเกษตร ๑๕-๑๘ ธันวาคม ๒๕๓๗ ที่สวนวนเกษตรห้วยหิน จ. ฉะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๗.

ศิรินทร์ ใจเที่ยง. “ตลาดนัดชั่วคราวกับสินค้ามือสองในชุมชนมหาวิทยาลัย.” ใน การสัมมนาเรื่อง ‘ตลาด...ตลาด’ ณ ห้องประชุม ๔๐๗ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ๑๗ ธันวาคม ๒๕๔๗.

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). รายงานการสัมมนาเรื่อง มิติทางวัฒนธรรมในยุค เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : ศูนย์ฯ, ๒๕๔๔.

สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. มูลค่าผลผลิตมวลรวม [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ มกราคม ๒๕๔๙. เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/NAD.htm#gpp>.

สิทธิชัย ฝรั่งทอง. “ญาติใกล้ชิดตลาดสด.” กรุงเทพธุรกิจ ๑๘ มิถุนายน ๒๕๔๗. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๑๐ มกราคม ๒๕๔๙. เข้าถึงได้จาก <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2004q2/article2004june18p4.htm>

สุธาทิพย์ ชวนะเวสสกุล. การศึกษาตลาดนัดชั่วคราวในเมืองและชานเมือง กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : ลักษณะทางกายภาพตลาดนัด พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ขายในตลาดนัดลาดพร้าว ๑๐๑ และตลาดนัดหัวตะเข้. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๕๐.

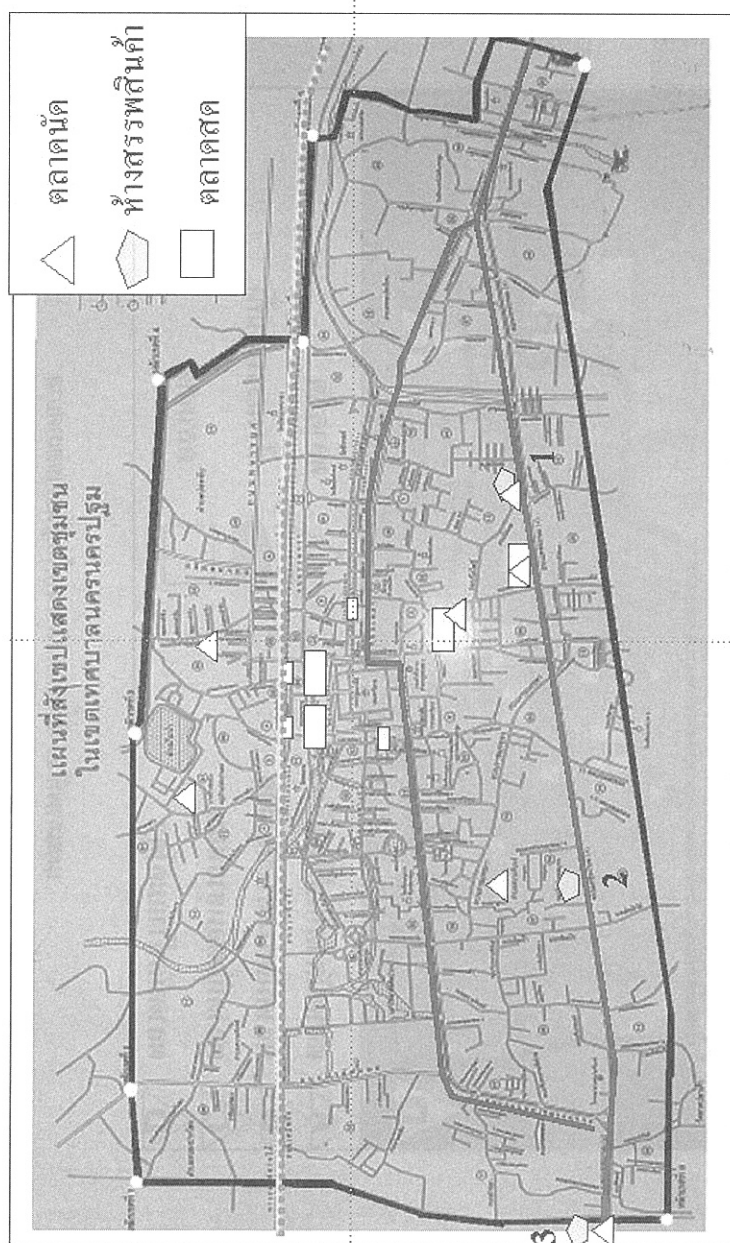
สุวิตา ธรรมเมธีวงศ์และคนอื่นๆ. การวิจัยเพื่อแสวงหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดในเขตเทศบาลนครนครปฐม. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๔.

เสรี พงศ์พิศ. ความหวังใหม่ของสระคูณ. กรุงเทพฯ : หมู่บ้าน, ๒๕๓๒.

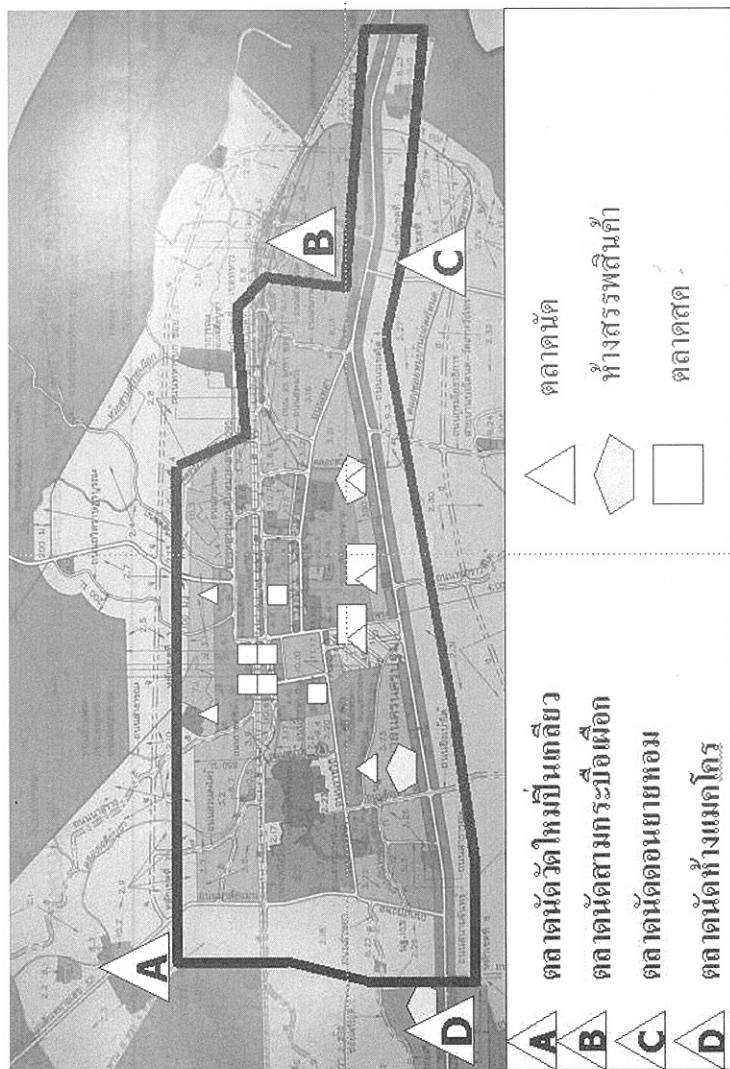
_____. “จากไม้เรียงถึงมะนิลา : จากรากหญ้าถึงแมกไซไซ (๗).” มติชนสุดสัปดาห์ ๒๔, ๑๒๕๖ (๑๓ ตุลาคม ๒๕๔๗) : ๔๖.

อติตา สุนทโรธก. “ตลาดนัดในมหาวิทยาลัยมหิดล : การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่.” ใน การสัมมนาเรื่อง ‘ตลาด...ตลาด’ ณ ห้องประชุม ๔๐๗ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ๑๗ ธันวาคม ๒๕๔๗.

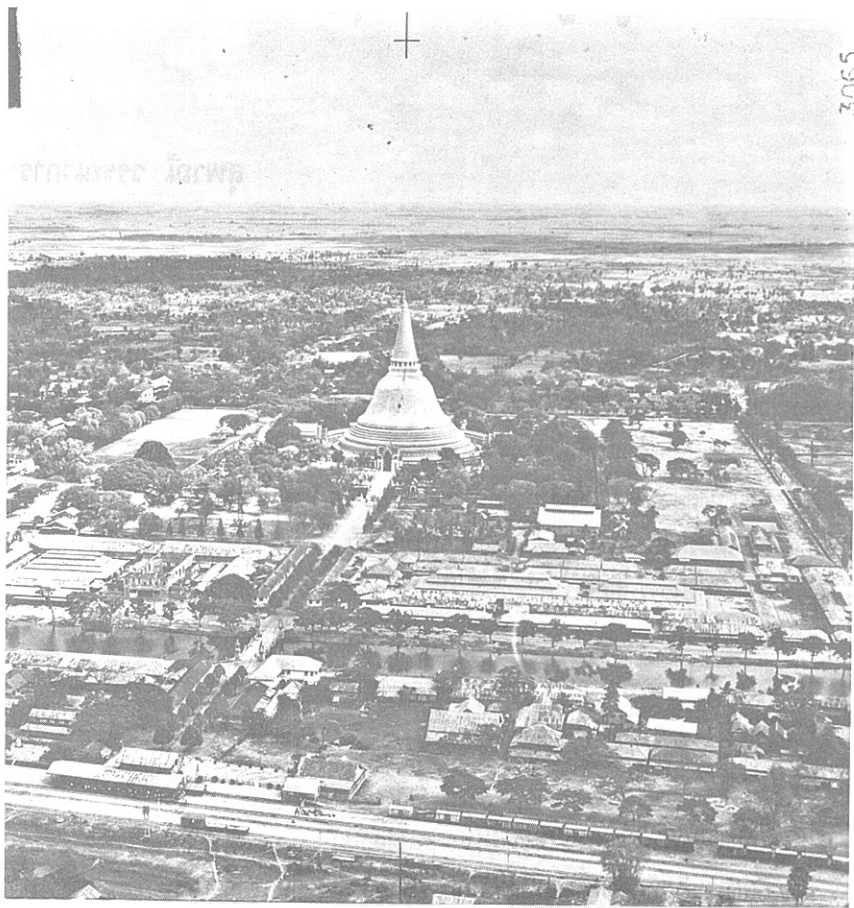
อภิชัย พันธเสน. “เศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงกับการวิเคราะห์ความหมายของนักเศรษฐศาสตร์.” ใน เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : มูลนิธิชัยพัฒนา, ๒๕๔๒.



แผนภาพที่ ๑. การกระจายตัวของตลาดสดและตลาดนัดในเขตเทศบาลนครปฐม



แผนภาพที่ ๒. ที่ตั้งตลาดนัดขนาดใหญ่ในภาคใต้



แผนภาพที่ ๓. หจช. ภ. WH2/186 ภาพถ่ายทางอากาศชุด William Hunt
อ.เมือง จ.นครปฐม (๒๔๘๖-๒๔๘๙)