



แนวทางการพัฒนาตลาดนัดสีเขียวสำหรับคนเมือง Development Approach for the Urban Green Market

ธัญมิ อติเวทิน

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดนัดสีเขียวซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้บริบทสังคมเมืองสมัยใหม่ ทั้งในย่านชุมชนที่พักอาศัยและย่านธุรกิจการค้า เพื่อทำความเข้าใจมุมมองจากผู้ซื้อและผู้ขายเกี่ยวกับสินค้าและบริการสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของวิถีชีวิตแบบตลาดนัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการดูแลสุขภาพและการดำเนินชีวิตประจำวัน

ผลการศึกษาด้วยระเบียบวิธีเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกตการณ์พบว่า ตลาดนัดสีเขียวในปัจจุบันปรากฏขึ้นในสองลักษณะ ได้แก่ ตลาดนัดสีเขียวที่พัฒนาขึ้นมาจากตลาดสดหรือตลาดนัดชุมชน กับตลาดนัดสีเขียวในย่านอาคารสำนักงานหรือสถานที่ราชการ โดยผู้บริโภคมีมุมมองว่า สินค้าสีเขียวหมายถึง สินค้าที่มีความสดใหม่ ใกล้ชิดกับแหล่งผลิตตามธรรมชาติ ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปหรือผ่านกระบวนการให้น้อยที่สุด การบริโภคหรือใช้สินค้าดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลจากวัฒนธรรมบริโภคนิยมจากกระแสของการดูแลสุขภาพควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางสังคม ของการเป็นผู้บริโภคที่มีจิตสำนึก ทั้งนี้ เอกลักษณ์ของตลาดนัดมาจากการมีสินค้าพิเศษประจำท้องถิ่นหรือประจำฤดูกาลที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า ราคาสินค้าที่สามารถต่อรองได้ รวมไปถึงปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

คำสำคัญ : ตลาดนัดสีเขียว การบริโภค ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

Abstract

This research was aimed to study development approaches for the urban green markets which have emerged substantially within the modern urban contexts including residential areas and central business district areas. It was focused on examining social interactions between vendors and customers in terms of environmental-friendly green products and services, distinctive culture of flea markets involved with the individuals' ways of lives and health-related activities.

According to qualitative method including in-depth interviews and observation, there were two types of green flea markets including ones developed themselves from the ordinary local fresh markets and ones emerged in office buildings. From the customers' point of views, green products were defined as fresh agricultural products or least processed-products. By consuming these products, it illustrated the impacts of consumer culture (trends in health-promoted activities) paralleled with environmental preservation as well as conformity of the social norms as doing our bit for the society. Besides, the identity of flea market usually came from its unique products that might not be available in modern trades or department stores, prices that could be bargained or discounted and close relationship between the vendors and the customers.

Keyword : Green market, consumption, cultural experiences



บทนำ

จากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของกรุงเทพมหานครในฐานะของการเป็นศูนย์กลางประเทศก่อให้เกิดผลกระทบในหลากหลายมิติต่อกิจกรรมการค้าในชีวิตประจำวันของประชากรกรุงเทพฯ ทั้งในส่วนของกลุ่มผู้อาศัยอยู่ดั้งเดิมและกลุ่มผู้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาจากต่างจังหวัดในเขตภูมิภาค และในกรณีของสภาพการณ์ปัจจุบันยังอาจตีความรวมไปถึงชาวต่างชาติที่มาจากพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างซึ่งมาประกอบอาชีพในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ เป็นที่ยอมรับกันค่อนข้างกว้างขวางว่า การอยู่ร่วมกันของประชากรภายในพื้นที่ที่มีความจำค่ออย่างกรุงเทพฯ ย่อมก่อให้เกิดปัญหาในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต รวมไปถึงความเท่าเทียมหรือเหลื่อมล้ำระหว่างความเป็นอยู่ของกลุ่มต่างๆ ให้ขยายวงกว้างมากขึ้นด้วยเช่นกัน

เมื่อเรากลับมาพิจารณาถึงกิจกรรมประจำวันของผู้คนจำนวนมากที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือขอบเขตบริบทของเมืองก็จะพบว่า การจับจ่ายใช้สอยเพื่อหาซื้อสินค้ากลายเป็นกิจกรรมสำคัญที่ก่อให้เกิดพื้นที่และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในระดับสูง ทั้งในลักษณะความคุ้นเคยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายและซับซ้อนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ขายและผู้ขาย ตลอดจนผู้ซื้อและผู้ซื้อเองก็ตาม ด้วยเหตุที่ผู้คนเหล่านี้มักจะได้พบปะ สันทนา และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันอยู่เป็นประจำ ภายใต้เงื่อนไขของเวลาและสถานที่เดียวกันไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในแง่มุมนี้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องก็จะนำไปสู่ความแนบแน่นและการเป็นคู่สัมพันธ์กันไปได้ในอนาคต

ทั้งนี้ กรุงเทพฯ เองก็ไม่ได้มีความแตกต่างไปจากเมืองขนาดใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ มากนัก โดยเฉพาะในแง่มุมที่ว่า เมืองเป็นศูนย์กลางที่ดึงดูดทุกสิ่งเข้าหาตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงไม่ใช่เรื่องแปลกประหลาดที่เราสามารถที่จะพบเห็นการผสมผสานที่เป็นทวิลักษณ์ (Dualism) ระหว่างความเป็นสองขั้วที่แตกต่างกันได้ทั่วไป เช่น การอยู่ร่วมกันระหว่างรูปแบบชีวิตดั้งเดิมกับรูปแบบชีวิตทันสมัย ร่องรอยของวิถีชีวิตชนบทกับวิถีชีวิตเมือง การผสมผสานระหว่างค่านิยมและโลกทัศน์ที่เกิดขึ้น กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างสุดขั้วระหว่างผู้คนในชุดทำงานซึ่งอยู่ในบริษัทห้างร้านขนาดใหญ่กับผู้ค้าแผงลอยหรือร้านชำบริเวณใกล้เคียงจึงเกิดเป็นเอกลักษณ์ของเมืองที่มีความน่าสนใจเป็นพิเศษ

และด้วยความที่รูปแบบชีวิตดั้งเดิมยังคงเป็นสิ่งที่ยังคงเป็นผลจากการพัฒนาความทันสมัยเพียงอย่างเดียวด้วยเหตุนี้ แม้ในปัจจุบันในด้านของการจับจ่ายใช้สอยหรือซื้อสินค้านั้น เราจะมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่มุ่งนำเสนอสินค้าและบริการภายใต้รูปแบบที่มีความเป็นมาตรฐาน

ด้านราคาและคุณภาพ ความสะอาด รวมไปถึงความสดใหม่ของสินค้าก็ตาม แต่ก็ยังมีหลายสิ่งซึ่งขาดหายไปในการรู้สึกของผู้บริโภค นั่นก็คือ ความผูกพันที่เกิดขึ้นระหว่างคนกับคน และระหว่างคนกับพื้นที่ ซึ่งธุรกิจสมัยใหม่เหล่านี้ไม่สามารถชดเชยหรือตอบสนองความต้องการทางสังคมนี้ได้อย่างเต็มที่

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ นั้นดูเหมือนว่าสิ่งที่อยากจะหลีกเลี่ยงทั้งสำหรับประชากรซึ่งเป็นผู้อาศัยเดิมของกรุงเทพฯ รวมไปถึงประชากรแฝงที่ย้ายถิ่นเข้ามาเพื่อแสวงหาโอกาสทางอาชีพที่ดีขึ้นก็คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านระบบเศรษฐกิจของเมืองซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถส่งผลกระทบต่อทางตรงต่อวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คน ทั้งนี้ จากระบบเศรษฐกิจเมืองซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ เศรษฐกิจแบบเกษตรกรรมดั้งเดิม เศรษฐกิจภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมสมัยใหม่ และเศรษฐกิจนอกระบบที่อยู่บนพื้นฐานของอาชีพอิสระนั้นกลับพบว่า เศรษฐกิจนอกระบบมีอัตราการขยายตัวและการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่เศรษฐกิจแบบเกษตรกรรมดั้งเดิมค่อยๆ ลดจำนวนลงอันเป็นผลจากสัดส่วนของพื้นที่การเกษตรที่ถูกนำไปใช้จัดสรรเป็นที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยหรือการพาณิชย์ประเภทอื่นๆ และแม้แต่เศรษฐกิจภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมสมัยใหม่เองก็ม้ออัตราการเติบโตในระดับที่ถดถอยลงอย่างมาก โดยเฉพาะในส่วนของการนำแรงงานเข้าสู่ระบบเนื่องจากปัญหาจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจระดับโลกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ระบบเศรษฐกิจรูปแบบการค้าสมัยใหม่ซึ่งเกิดจากอิทธิพลของกระแสทุนนิยมโลกและโลกาภิวัตน์ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาได้สร้างผลกระทบอย่างใหญ่หลวงต่อการคงอยู่ของตลาดสดและร้านค้าขนาดย่อยหลายแห่งในเขตชุมชนเมือง พร้อมๆ กับกระบวนการรุกไล่ทางพื้นที่ที่กายภาพและการค้าสมัยใหม่ (Modern trade) ที่มาพร้อมกับบรรยากาศภาพลักษณ์ของความทันสมัยและความเป็นตะวันตกที่มีความเป็นมาตรฐานของสินค้าและราคา ปราบปรามการณที่เกิดขึ้นเช่นนี้ส่งผลกระทบอย่างร้ายแรง ทำให้ตลาดการค้าขนาดกลางและขนาดเล็กจำนวนมากในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลต้องปิดตัวลงเนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับห้างหรือร้านการค้าสมัยใหม่ได้ ในขณะเดียวกัน ค่านิยมและพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อสินค้าในตลาดสดก็เปลี่ยนแปลงไป โดยภาพในปัจจุบันของตลาดสดหลายแห่งมักจะถูกนำไปเชื่อมโยงกับมุมมองของความสกปรก ไม่น่ามอง สินค้าไม่ได้คุณภาพ ราคาขาดความเป็นมาตรฐาน เป็นต้น



ในขณะที่ตลาดสดจำนวนมากกำลังต้องเผชิญหน้ากับภาวะขาดทุน รวมถึงความพยายามที่จะต้องต่อสู้ดิ้นรนรักษากิจการไว้ท่ามกลางการแข่งขันที่เต็มไปด้วยความรุนแรง ในอีกแง่มุมหนึ่งเรากลับได้เห็นการเติบโตของตลาดอีกลักษณะหนึ่งในเขตเมืองได้อย่างชัดเจน ซึ่งก็คือ การเติบโตและขยายตัวของตลาดนัดสารพัดรูปแบบ เช่น ตลาดนัดในย่านธุรกิจ ตลาดนัดวันหยุด ตลาดนัดเปิดท้ายขายของ ตลาดนัดหมู่บ้าน หรือตลาดนัดสุขภาพ ซึ่งแม้ว่าโดยรายละเอียดแล้วอาจมีองค์ประกอบของสินค้าหรือบริการที่นำเสนอต่อผู้บริโภคแตกต่างกัน แต่ก็ยังมีลักษณะร่วมบางประการที่คล้ายคลึงกัน นั่นก็คือ การเป็นที่รวมของสินค้านานาชนิดหรืออาจรวมไปถึงบริการอื่นๆ เข้าไปด้วย โดยที่มีรูปแบบของสินค้าแทบจะไม่แตกต่างจากตลาดสดมากเท่าใดนัก หากแต่ตลาดเหล่านี้มักจะมีลักษณะของการคงอยู่ของเวลาและสถานที่ของตลาดที่ไม่แน่นอนตายตัวมากนัก แต่จะเป็นเสมือนกับกำหนดการภายในใจที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคนั้น “รู้จัก” เป็นอย่างดีว่า ร้านค้าเจ้าประจำของตนเองจะมาขายสินค้าเมื่อใดและ ณ สถานที่ใด

อาจฟังดูน่าประหลาดใจ แต่ตลาดนัดชุมชนเหล่านี้กลับสามารถดำรงอยู่ได้อย่างค่อนข้างมั่นคงภายใต้บริบทการบริโภคของผู้บริโภคชาวเมืองซึ่งขั้นตอนและกระบวนการตัดสินใจต่างๆ เต็มไปด้วยความซับซ้อนอันเป็นผลจากปัจจัยต่างๆ นานาประการด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมและมุมมองเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่สามารถนำไปเชื่อมโยงกับตัวตนของความเป็นตลาดนัดสีเขียว โดยอาศัยวิธีการเก็บข้อมูลเชิงลึกและทำการวิเคราะห์หาค่าด้านมุมมองจากทั้งส่วนของผู้ขายและผู้ซื้อซึ่งต่างก็จัดว่าเป็นองค์ประกอบภายใต้กรอบบริบทของแนวคิดวัฒนธรรมบริโภคนิยม เพื่อสุดท้ายจะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นในระดับลึกเกี่ยวกับความสำคัญและบทบาทของตลาดนัดที่มีต่อการตอบสนององระบบเศรษฐกิจและวิถีชีวิตประจำวันของผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองได้ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้า ณ ตลาดนัดสีเขียวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนารูปแบบของตลาดนัดสีเขียวเพื่อสุขภาพที่มีความเหมาะสมและยั่งยืน สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของผู้บริโภคในบริบทสังคมเมือง

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดนัดสีเขียวสำหรับคนเมืองนั้น จะให้ความสำคัญกับขอบเขตงานวิจัยไปที่การใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เกิดภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับพัฒนาการในอดีตจนถึงปัจจุบันในการก่อตัว การคงอยู่และพลวัตของตลาดนัดสุขภาพให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยประกอบกับวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกตการณ์ข้อมูลภาคสนามตามลักษณะของปรากฏการณ์จริงเพื่อให้เกิดภาพของลักษณะปรากฏการณ์และพฤติกรรมของผู้ซื้อ และผู้ขายในบริบทที่เป็นจริงในกรณีศึกษาตามสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดนัดสีเขียวเพื่อสุขภาพที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีดำเนินการวิจัย จะแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้
ขั้นตอนที่ 1 : การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่

1. ข้อมูลเอกสารที่ได้มีการศึกษาและรวบรวมไว้โดยบุคคลและหน่วยงาน ทั้งในลักษณะของงานศึกษาวิจัย หนังสือบทความ สารคดีสั้นและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดประเภทต่างๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะในลักษณะของตลาดนัดสุขภาพ รวมถึง ข้อมูลจากสื่อประเภทอื่นๆ เช่น รายการโทรทัศน์ รายการสารคดี เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คนต่างๆ

2. การสังเกตการณ์โดยผู้ศึกษาและการสัมภาษณ์เชิงลึกในตลาดนัดสีเขียว โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ขาย ผู้ซื้อสินค้า และ คณะกรรมการโครงการฯ จำนวนทั้งสิ้น 40 คน

ขั้นตอนที่ 2 : การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลและทำการจัดหมวดหมู่ แยกประเภทของข้อมูลทั้งหมดเพื่อทำการวิเคราะห์ที่เข้ากับกรอบของแนวคิดหลักของงานวิจัย โดยแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการ การคงอยู่ในปัจจุบัน มุมมองการบริโภคและปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในบริบทของตลาดนัดสุขภาพ โดยแบ่งกระบวนการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ขั้นตอนได้แก่

- การจัดระบบข้อมูล
- การจัดแยกหมวดหมู่ รูปแบบและหัวข้อ
- นำข้อมูลที่ลกรองรหัสแล้วไปบันทึกในคอมพิวเตอร์ และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป
- การหาตัวเลือกในการอธิบายข้อมูล
- การเขียนรายงานวิจัย



ขั้นตอนที่ 3 : การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับหัวข้อของการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตลาดนัด หมายถึง สถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ประจำ มักเกิดขึ้นบริเวณย่านที่อยู่อาศัยหรือย่านชุมชน

ตลาดนัดสีเขียว หมายถึง สถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อสุขภาพที่ทางหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนได้จัดตั้งขึ้น

ผู้จำหน่ายสินค้า หมายถึง ที่มีรายชื่อผ่านการพิจารณาคัดเลือกจากกรรมการบริหารโครงการ และนำสินค้าอุปโภคบริโภคมาจัดจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียว

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในตลาดนัดสีเขียว

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดสด ตลาดนัดและ

ตลาดสีเขียว

หากถามอย่างนี้เมื่อสี่สิบหรือสามสิบปีก่อน คงไม่มีใครยกมือ แต่มาวันนี้ไม่แน่ใจเสียแล้ว อาจเห็นชูมือกันสลอนก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าถามใคร แต่อาจกล่าวโดยทั่วกันได้ว่า ในเมืองใหญ่เยาวชนไทยรุ่นใหม่จำนวนมากอาจไม่เคยไปตลาด ไม่เคยจับจ่ายอาหารและกับข้าวในตลาดสด อีกกระทั่งผู้ใหญ่หลายๆ คนก็อาจรำไรว่า เว้นวรรคการไปตลาดสดด้วยตัวเองกันมานาน จนลืมไปแล้วว่าครั้งหนึ่งตลาดสดละแวกบ้านเป็นส่วนหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน ท่ามกลางวิถีชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบันที่วันหนึ่งๆ หมุดไปกับสถานที่ทำงานและการเดินทางที่การจราจรติดบรลัยในโลกส่วนตัวแห่งรถยนต์ ประกอบกับนิสัยติดจิ้งหนับกับความสะดวกสบาย ชีวิตคนเมืองจำนวนหนึ่งจึงผูกพันอย่างมากกับตลาดติดแอร์ ไม่ว่าจะไปซูเปอร์มาร์เก็ต ในศูนย์การค้าและคอมมิวนิตีมอลล์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ตลอดจนร้านสะดวกซื้อที่ผุดขึ้นมามากมายราวกับดอกเห็ด ห่างเหินจากตลาดสดอันอาจถือเป็นเสาหลักของวัฒนธรรมการจับจ่ายและข้าวของของผู้คนในเอเชีย

อย่างไรก็ตาม แม้ตลาดติดแอร์สมัยใหม่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งคนเมืองจำนวนไม่น้อยได้ผันตัวไปเป็นลูกค้าประจำในสถานที่เหล่านั้น แต่ตลาดสดในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดแทนที่จะเสื่อมลงก็กลับเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ตลาดสดยังเป็นแหล่งของอาหารสด อาหารแห้งและเครื่องใช้ที่มีความหลากหลายมากกว่า สดกว่า และในสนนราคาที่ถูกกว่าตลาดติดแอร์ อีกทั้งยังสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (ยกเว้นของแห้งที่อาจมีราคาแตกต่างกัน) ด้วยเหตุนี้ ตลาดสดยังคงเป็นทางเลือกที่ดีกว่า

สำหรับครอบครัวที่จับจ่ายอาหารและข้าวของเครื่องใช้อย่างชาญฉลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับร้านอาหารต่างๆ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ตั้งแต่แผงลอยยันภัตตาคารหรือ อีกทั้งพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยที่ดำเนินธุรกิจค้าขายอาหารแทบทุกรายมักซื้อวัตถุดิบเครื่องประกอบอาหารจากเจ้าประจำในตลาดสดกันทั้งสิ้น นับเฉพาะเครื่องประกอบอาหารไทย ร้านไหนซื้อของสดจากซูเปอร์มาร์เก็ตก็เห็นจะเป็นเรื่องแปลกทีเดียว

ในปัจจุบัน แม้ในมหานครขนาดใหญ่อย่างกรุงเทพฯ ที่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ผู้คนจากทุกภาคหลังไหลเข้ามาอยู่ ทั้งเป็นการชั่วคราวและถาวร ตลาดสดและโครงข่ายการขนส่งสินค้ากลับยังมีการพัฒนามากขึ้นเรื่อยๆ เกิดตลาดขายส่งขนาดใหญ่ ตลอดจนพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยในตลาดที่รับผลผลิตอาหารจากทุกภาคเข้ามาจำหน่าย ส่งผลให้สินค้ามีความหลากหลายของภูมิภาคและวัฒนธรรมต่างๆ สามารถสนองตอบความต้องการของกลุ่มประชากรจำนวนมากได้เป็นอย่างดี เช่นในตลาดหลายแห่ง จะมีพ่อค้าแม่ค้าเจ้าประจำขายผักพื้นบ้านจากภูมิภาคต่างๆ แม้กระทั่งอาหารต่างชาติอย่างอาหารพม่าก็มีจำหน่ายเช่นกัน หรืออย่างตลาดคลองเตยเองก็มีตลาดลาวเป็นการเฉพาะ ตลาดบางกะปิมีตลาดอาหารปักษ์ใต้ที่มีชื่อเสียงเป็นต้น นี่ยังไม่นับตลาดสดรถเร่ ตลาดสดเคลื่อนที่บนรถกระบะที่วิ่งบริการตามบ้านเรือนและสถานที่ก่อสร้างในแทบทุกซอย

นอกจากจะเป็นแหล่งสินค้าดี ราคาเหมาะสมแล้ว ตลาดยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมของพ่อค้าแม่ขาย ตลอดจนผู้ซื้อ การพบปะโอภาปราศรัยและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น จึงเสมือนเป็นอาหารใจ โน้มนำให้ผู้คนเดินทางไปตลาดอยู่เรื่อยๆ ในฐานะที่ตลาดเป็นแหล่งรวมของอาหารและพืชผักทุกชนิดของท้องถิ่น ของภูมิภาคและของประเทศ ตลาดสดจึงเป็นแหล่งการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารการกินที่สำคัญมาก และเนื่องจากตลาดเป็นพื้นที่ทางสังคม ตลาดสดจึงเป็นเสมือนมหาวิทยาลัยที่เปิดทางปากะศิลป์ ซึ่งยินดีต้อนรับพ่อแม่พี่น้องมองเพื่อนทุกคน โดยไม่จำกัดเพศ อายุ และภาษา ที่กล่าวว่าไม่มีข้อจำกัดทางภาษาเพราะปัจจุบันเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจมาเที่ยวชมตลาดสดในบ้านเราตามค่านิยมว่า ตลาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ไม่ควรพลาด ในวันนี้เราจึงไม่ได้ไปจ่ายตลาดเท่านั้น แต่ไปเที่ยวตลาดด้วยชีวิตตลาดสดในกรุงเทพฯ หลายแห่งดำเนินไปเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งจับจ่ายซื้อของ บางแห่งก็ยังเป็นแหล่งกินแหล่งเดินเที่ยวเล่น ช่วงเช้า สาย บ่ายหรือเย็น ความคึกคักและสีสันของตลาดแต่ละแห่งก็จะมีแตกต่างกันไปตามบุคลิก ในมหานครกรุงเทพฯ ของเรา มีตลาดที่นำเดินหลายแห่งให้เราได้ทำความเข้าใจและสัมผัสกับเสน่ห์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์



ผลการวิจัย

ตลาดสีเขียว

ใครอยากเดินตลาดช่วยโลกต้องมาที่นี่ ตลาดสีเขียว แหล่งรวมสินค้าปลอดภัยสารเคมีนานาชาติ จากผู้ชายที่มีหัวใจสีเขียว ซึ่งพร้อมซื้อเชิญลูกค้าที่มีหัวใจเดียวกันให้มาอุดหนุน แต่ก่อนอื่นต้องขอเกริ่นกล่าวไว้ว่า อย่าเพิ่งตกใจ ถ้าเดินเข้ามาแล้วรู้สึกว้าว บรรยากาศแตกต่างจากตลาดสดทั่วไป เพราะที่นี้เน้นให้เดินกันสบายๆ ข้าวของที่วางขายก็จัดอย่างเป็นระเบียบ และมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละร้าน แคมยังมีรอยยิ้มจากพ่อค้าแม่ขายผู้แสนใจดี เพราะไม่เพียงจะเอาสินค้ามาขาย แต่ยังเต็มอกเต็มใจเล่าถึงที่มาที่ไปของสินค้าของตนอย่างละเอียด ลูกค้าคนไหนอยากรู้ว่าผักต้นนี้ อาหารจานนั้น หรือขนมพุดดิ้งนั้น มีความเป็นมาอย่างไร ก็สามารถสอบถามกันได้โดยไม่ต้องเคอะเขิน

อ่านมาถึงตรงนี้อาจคิดในใจว่า เป็นตลาดในอุดมคติหรือไม่ ทางกองบรรณาธิการพิสูจน์แล้วว่า นี่เป็นตลาดที่มีอยู่จริง และอยากชักชวนให้ไปอุดหนุนหรือเดินเที่ยวกันเรื่อยๆ ส่วนในตลาดมีอะไรขายบ้างนั้น วัลลภา แวน วิลเลี่ยนส์วาร์ด ผู้จัดการบริษัทสวนเงินมีมา จำกัด องค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งทำหน้าที่ประสานงานเครือข่ายตลาดสีเขียวเล่าให้ฟังว่า ‘ตอนเริ่มต้น สินค้ามาจากสินค้าเกษตรก่อน ปลูกข้าว เอาข้าวมาขาย ปลูกผัก ก็เอาผักมาขาย เลี้ยงไก่ เอาไข่มาขาย ต่อมาก็ทำเป็นสินค้าแปรรูป เช่น เอาข้าวมาทำน้ำข้าวกล้องงอก ทำแครกเกอร์ เพราะว่าเราไม่ได้กินข้าวอย่างเดียว ไม่ได้กินผักอินทรีย์อย่างเดียว เราก็อยากกินขนมขนมตรงนั้นต้องใช้น้ำตาล น้ำตาลก็เป็นน้ำตาลอินทรีย์ ส่วนนมก็นำมาแปรรูปเป็นไอศกรีม โยเกิร์ต เนย ระยะเวลาที่ขยับขยายมาเป็นพวกเครื่องสำอาง น้ำยาต่างๆ เสื้อผ้า

สินค้าที่นำมาขายล้วนเป็นฝีมือของชาวบ้านซึ่งผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารเคมี ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและตัวผู้ผลิตเอง โดยมีการคัดกรองจากกลุ่มเครือข่ายและมีมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ เป็นเครื่องการันตีทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทยและต่างประเทศ เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยสำนักงานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) มาตรฐานพืชอินทรีย์ Organic Thailand โดยศูนย์ปศุสัตว์อินทรีย์ กรมปศุสัตว์ มาตรฐานประมง USDA ORGANIC ของสหรัฐอเมริกา JAS ของรัฐบาลญี่ปุ่น IFOAM Accredited โดยสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ เป็นต้น ดังนั้น ผู้บริโภคจึงสามารถเชื่อใจได้ว่าสินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าปลอดสารเคมี สด ใหม่และไม่ไกลจากแหล่งผลิต ซึ่งเป็นคอนเซ็ปต์สำคัญของตลาดสีเขียว

นอกจากตลาดสีเขียวจะมีในเมืองกรุงแล้ว ยังกระจายอยู่ตามต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ สุรินทร์ ยโสธร มหาสารคาม เลย ฉะเชิงเทรา ฯลฯ มีวันนัดเจอกันสัปดาห์ละครั้งสองครั้ง หมุนเวียนกันไปในแต่ละที่ ปัจจุบันตลาดสีเขียวยังจำกัดอยู่เพียงกลุ่มผู้

รักสุขภาพและรักสิ่งแวดล้อม ทำให้ราคาสินค้ายังสูงอยู่ ด้วยผลผลิตที่ออกมาน้อยและต้องดูแลมาก แต่ถ้ามีผู้สนใจจับจ่ายซื้อของในตลาดสีเขียวเพิ่มขึ้น ก็จะช่วยเป็นกำลังใจให้กับผู้ผลิตสร้างสินค้าอุปโภคบริโภคนานาชาติออกมาวางตลาดกันมากขึ้น ราคาก็จะถูกลงได้ มีพื้นที่ในการพบปะกันบ่อยครั้งขึ้น จนกระทั่งกลายเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับผู้มีหัวใจสีเขียวได้เดินเลือกซื้อของกันอย่างสบายใจ เพราะสินค้าที่ไม่เป็นพิษภัยกับผู้ซื้อ ผู้ขาย สิ่งแวดล้อมและโลกกลมๆ ใบนี้นี้ ใครๆ ก็อยากได้ทั้งนั้น

ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสีเขียวที่เดินทางไปในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (จัดโดยเครือข่ายตลาดสีเขียว)

1. ศูนย์สุขภาพศาสตร์ ร.พ. ธรรมศาสตร์ รัชสิต: ทุกวันจันทร์ และพฤหัสบดี เวลา 7.00-14.00 น.
 2. อาคาร 3 สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข: ทุกวันอังคาร เวลา 7.00-14.00 น.
 3. ร.พ. ปทุมธานี และ ร.พ. นครธน: ทุกวันพุธ เวลา 7.00-14.00 น.
 4. อาคารเจ้จันทน์เฮ้าส์ ถ.ราชดำริ: ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 11.00-14.00 น.
 5. ร.พ. บางโพ และ ร.พ. กรุงธน 1: ทุกวันศุกร์ เวลา 7.00-14.00 น.
 6. ร.พ. มิชชั่น: ทุกวันอาทิตย์ เวลา 9.00-14.00 น.
 7. Suk 11 ซอยสุขุมวิท 11 ตรงข้ามโรงแรมแอมบาสเดอร์: ทุกวันอาทิตย์ เวลา 10.00-15.00 น.
- (ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.thaigreenmarket.com หรือ โทร. 0-2622-0955 และ 0-2222-5698)

กรณีศึกษา: ตลาดสวนหลวง ร.9

ตลาดสวนหลวง ร.9 ตั้งอยู่บริเวณหน้าหมู่บ้านเสรีวิลล่า ถนนศรีนครินทร์ หน้าสวนสาธารณะสวนหลวง ร.9 ตลาดแห่งนี้จัดอยู่ในลักษณะประเภทตลาดนัด (เปิดขายแค่ 2 วัน เสาร์-อาทิตย์) ตั้งแต่เวลาเช้ามืดประมาณตี 5 ถึงเที่ยงวัน) เกิดขึ้นจากแผงตลาดนัดเล็กๆ ขายอาหารเข้าอย่างจึก น้ำเต้าหู้ แผงผักเล็กๆ ร้านขายผลไม้ ซึ่งลูกค้าในระยะแรกมีเพียงคนที่มาออกกำลังภายในตอนเช้า และผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง

ในเวลาต่อมา เมื่อชุมชนมีการขยายตัวมากขึ้น หมู่บ้านจัดสรรต่างๆ บนถนนศรีนครินทร์และย่านใกล้เคียงผุดขึ้นมาก ผู้คนที่มาออกกำลังกายและจับจ่ายใช้สอยที่ตลาดสวนหลวง ร.9 จึงเพิ่มมากขึ้นไปด้วย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่เข้ามาออกกำลังกาย สินค้าที่วางจำหน่ายบนตลาดจึงเป็นไปในลักษณะค่อนข้างสุขภาพ โดยเฉพาะจำพวกผักปลอดสารพิษ ผักพื้นบ้านจากสวน เต้าหู้สดๆ ผลไม้ต่างๆ นานา อาหารเจหรือมังสะวิรัติ



เช่น ร้านขายเห็ดหอมคั่วซีอิ้ว ร้านขายยาสมุนไพรสร้อยที่มีทั้งแบบธรรมดาที่รับประทานกับน้ำบูดู และแบบมังสะวิรัตที่รับประทานกับน้ำยาสูตรพิเศษ หรือที่ผู้เขียนเห็นแล้วชอบใจอย่างยิ่งก็คือ ร้านขายสลัดที่ใช้ผักไฮโดรโปนิคส์ ขายคู่กับน้ำสลัดทั้งน้ำใสที่ทำจากน้ำมันมาปรุงรสและน้ำสลัดน้ำข้นที่ใช้ธัญพืชเป็นส่วนประกอบ เกษตรกรหลายรายนำสินค้าจากเรือสวนไร่นาของตนมาขาย บ้างก็เอามาแปรรูป ต่อยอดสินค้าให้ได้ราคาสูงขึ้น เช่น ไข่เค็มจากไข่เป็ดท้องถิ่น (ผู้เขียนซื้อแทบทุกครั้งที่มาตลาดแห่งนี้ ทั้งไว้รับประทานเองและแบ่งปันเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง) ปลาแดดเดียวและกะปิจากแม่กลองแท้ๆ ก็มีขาย ปลากรอบหอมๆ และแมงดานาสดๆ จากปราจีนบุรีก็มี)

ทั้งนี้ เนื่องจากย่านชุมชนสะพานคนครินทร์และชุมชนใกล้เคียงประกอบด้วยชาวไทยเชื้อสายจีนที่ย้ายออกมาจากย่านการค้าภายในเมืองมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงไม่แปลกที่เราจะเห็นอาก อามา อาซิม อาแปะ ทั้งหลาย นั่งล้อมวงกันดื่มข้าวกาแฟอย่างออกรสภายหลังจากการออกกำลังกายในช่วงเช้า ทำให้ตลาดแห่งนี้มีร้านอาหารการกินแบบ ‘จีนๆ’ อยู่จำนวนหลายสิบล้าน ทั้งร้านข้าวมันไก่ ก๋วยเตี๋ยวและ ข้าวต้มเครื่อง จี๋หมาหวู ห่งเต้าจิก (ซูปรงาด้า-ถั่วแดง) หรือแม่แต่ ‘เจิ้งจู้ต้อห่วยทิง’ หรือเกาเหลาเลือดหมูใส่ผักจิงจูฉ่าย ซึ่งหารับประทานได้ไม่ยากนักนอกจากจะไปหาซื้อจากย่านเยาวราช

เอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของอาหารที่ขายในตลาดแห่งนี้ก็คือ ‘ความหลากหลาย’ ความหลากหลายในที่นี้หมายถึงความหลากหลายทางรสชาติและท้องถิ่นของอาหาร เช่น ‘ฮู้แซ’ หรือ ‘ไต้กัว’ อาหารลูกผสมจีนฮกเกี้ยนกับมาเลย์ ลักษณะคล้ายสลัด มีเส้นหมี่ลวก ไข่ต้ม หูหมู เต้าหู้ ถั่วงอกและผักบุงลวก ราดด้วยน้ำจิ้มกลมกลมเม็ดเล็กน้อย ก็สามารถหารับประทานได้ที่นี้ รวมไปถึง ‘ปิดจูเกี้ยกั’ (ชาหมุดุ่นข้าวหมาก) และ ‘ย้งแท้ฟู้’ (เต้าหู้ยัดไส้) แบบชาวเงินแคะแท้ๆ ก็มี อีกทั้งทางริมถนนหน้าตลาดยังมีแผงขายอาหารเวียดนามที่เจ้าของเป็นชาวเวียดนามแท้ๆ ขายทั้งก๋วยจั๊บ ก๋วยเตี๋ยวหลอดและเปาะเปี๊ยะ ดังนั้น นอกจากจะได้ออกกำลังกายและสูดอากาศบริสุทธิ์ในสวนสวยเนื้อที่หลายร้อยไร่แล้ว ยังได้เสริมทั้งสุขภาพกายและใจ จากการได้รับประทานอาหารดีๆ ที่ดีต่อร่างกายและอร่อยลิ้น ได้นั่งพักผ่อนพูดคุยกับ ‘เดอะแก๊ง’ ในร้านกาแฟที่มีกาแฟสดคั่วหอมๆ หรือดื่มกาแฟที่คั้นสดๆ จากผักผลไม้เมืองหนาวนานาชนิด เป็นทางเลือกที่ ‘อิน’ มากสำหรับสุดสัปดาห์แบบ ‘Healthy Weekend’

พัฒนาการ การเปลี่ยนแปลงของตลาดและวิถีชีวิตประจำวัน

เมื่อก้าวถึงตลาดนัด หรือตลาดบกที่จัดให้มีขึ้นเฉพาะวัน และสถานที่ที่กำหนด อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์และจะเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนนั้นๆ ตลาด

ลักษณะนี้อาจมีปรากฏอยู่ทั่วไป ทั้งในเมืองขนาดใหญ่ ย่านพักอาศัย หรือชุมชนชนบท โดยตลาดนัดในชนบทมักมีที่ตั้งอยู่ในบริเวณลานวัด ใกล้เคียงกับสวนสาธารณะ ริมทางเท้า ริมถนนที่มีรถราสัญจรผ่านไปมา เพื่อให้ผู้คนในละแวกนั้นเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย ส่วนขนาดของตลาดนัดแต่ละแห่งก็มักขึ้นอยู่กับความเจริญของชุมชนนั้นๆ เป็นสำคัญ สินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาวางขายประกอบด้วยสินค้าหลากหลายประเภท เช่นเดียวกันกับสินค้าที่จำหน่ายในตลาดสด รวมถึงอาจมีสินค้าบางอย่างที่ไม่มีจำหน่ายในตลาดสดก็ได้ แต่มีผู้นำมาจำหน่ายเฉพาะในวันที่มีตลาดนัดเท่านั้น เช่น สินค้าจากต่างจังหวัดหรือสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น โดยตลาดนัดบางแห่งอาจเป็นตลาดนัดสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น ตลาดนัดวัวควาย ที่จำหน่ายเฉพาะวัวและควาย เวลาที่เปิดขายอาจมีเฉพาะช่วงเช้าครึ่งหนึ่ง และช่วงเย็นอีกครั้งหนึ่ง หรือขายทั้งวัน หรือ ตลาดนัดรถยนต์มือสอง

ตลาดนัดที่เป็นที่รู้จักของคนไทยมากที่สุดในระยะหนึ่งก็คือตลาดนัดทองสนามหลวง ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าแทบทุกประเภท โดยเฉพาะหนังสือเก่าแก่ที่หาได้ยาก สัตว์เลี้ยงและต้นไม้านาชนิด โดยจะติดตลาดทุกวันอาทิตย์ ตลาดนัดทองสนามหลวงนี้ได้จัดให้มีขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2491 สมัยรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ปัจจุบัน ตลาดนัดทองสนามหลวงได้ย้ายไปอยู่ที่สวนจตุจักร เขตบางเขน ส่วนตลาดนัดย่านชานเมืองอีกแห่งหนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมของชาวกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงก็คือ ตลาดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งแต่เดิมได้จัดให้มีขึ้นทุกวันเสาร์-อาทิตย์ แต่ในปัจจุบันได้เปิดขายสินค้าเป็นประจำทุกวัน กล่าวโดยคำนิยามข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ตลาดนัดเป็นตลาดที่จะต้องจัดให้มีขึ้นเฉพาะวันและเฉพาะสถานที่ที่กำหนด อาจเป็นเพียงวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์และเป็นเช่นนั้นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นที่รู้จักแพร่หลายของคนในชุมชน โดยตลาดนัดสุขภาพสวนหลวง ร.9 แห่งนี้จัดว่าเป็นตลาดอีกประเภทหนึ่งที่มีการจัดเวลาและสถานที่ไว้อย่างชัดเจน ณ บริเวณด้านหน้าของสวนหลวง ร.9 เปิดทุกวันเสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่หกโมงเช้าถึงประมาณเที่ยงตรง จากจุดเริ่มต้นจนกระทั่งปัจจุบัน ตลาดนัดแห่งนี้ได้กลายเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมในการจับจ่ายใช้สอย ทั้งกับผู้คนในพื้นที่ใกล้เคียงและผู้คนที่มาจากพื้นที่อื่นๆ ด้วยเช่นกัน

จากสภาพการแข่งขันของตลาดสดและตลาดนัดที่เพิ่มมากขึ้น ตลาดต่างๆ จึงมีการพัฒนาและให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและกระบวนการให้บริการลูกค้า เช่น การให้บริการสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย ความหลากหลายของร้านค้าและสินค้า ความสะอาดของพื้นที่โดยรอบ การจัดบริการห้องสุขาและจุดรับประทานอาหาร เป็นต้น ลักษณะหนึ่งที่มีมักพบเป็นจุดร่วมก็คือ ตลาดส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก ตลอดจนพื้นที่ของตลาดก็ได้รับการขยายให้กว้างขึ้น



รวมถึงจำนวนและความหลากหลายของสินค้า โดยที่แนวคิดของการจัดสินค้าและสถานที่แบบตลาดนั้นกำลังเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่ต้องการระลึกถึงความโหยหาอดีต (Sense of nostalgia) ที่แม้แต่ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าก็นำไปประยุกต์ใช้ และยังใช้ความได้เปรียบต่อตลาดสดทั่วไปด้วยสภาพแวดล้อมที่สะอาด ทันสมัย ติดเครื่องปรับอากาศ แม้ว่าสินค้าอาจมีราคาสูงกว่าบ้าง แต่ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มชั้นกลางขึ้นไปที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงก็ให้การตอบรับเป็นอย่างดี

ด้วยเหตุนี้ ข้อเสนอแนะประการหนึ่งของการจัดตลาดนัดในปัจจุบันก็คือ การคำนึงถึงพื้นที่ที่ลูกค้าสามารถเดินเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกสบาย มีอากาศถ่ายเทสะดวก ถูกสุขลักษณะอนามัยไม่แฉะแฉะ มีต้นไม้ร่มเงากันแดดและฝน มีบริการห้องสุขาที่สะอาด ที่จอดรถ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการควบคุมคุณภาพโดยรวมของสินค้าให้อยู่ในระดับเป็นที่น่าพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะให้อยู่ภายในขอบเขตของความเป็น 'สินค้าเพื่อสุขภาพ' ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างและเสริมจุดเด่นทางการแข่งขันให้ต่างจากตลาดนัดแห่งอื่นๆ และช่วยเน้นย้ำภาพลักษณ์ของตลาดซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่เคียงข้างมากับชุมชนและวิถีชีวิตแบบไทยได้เป็นอย่างดี ด้วยเอกลักษณ์ของความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ ต่อรองราคาได้ มีร้านค้าให้เลือกซื้อได้อย่างหลากหลายซึ่งแตกต่างจากมุมตลาดสดในซูเปอร์มาร์เก็ตโดยประเด็นเหล่านี้เป็นสิ่งที่ฝ่ายจัดการของตลาดนัดสวนหลวง ร.9 ให้ความใส่ใจอยู่เสมอ

จากความหมายข้างต้น เราอาจเห็นได้ว่า นิยามของตลาดนัดมีความสัมพันธ์กับความหมายและวิถีทางวัฒนธรรมของผู้คนที่มิมาแต่อดีต โดยตลาดทำหน้าที่เป็นเสมือนสถานที่ที่เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งเป็นที่ประกอบอาชีพของทุกคนในชุมชนและคนจากภายนอกที่ส่งผลไปถึงการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ เสริมสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน และเป็นแหล่งที่รวบรวมความรู้และภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น ในอดีตหากบ้านใดในชุมชนเป็นคนเชื้อสายจีนซึ่งมักนิยมปรุงยาใช้ในบ้าน ก็มักจะปรุงยาออกมาจำหน่าย ส่วนหากบ้านใดประกอบอาชีพเกษตรกรรมก็จะนำผักผลไม้สด หรือผลิตผลแปรรูปทางการเกษตรออกมาจำหน่าย หรือหากมีอาชีพเลี้ยงสัตว์ก็อาจนำเป็ด ไก่ วัว ควาย มาซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างกัน และในการแลกเปลี่ยนสินค้านี้จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมตามไปด้วย ที่เห็นได้ชัดก็คือ ชุมชนชาวนาไทยในอดีตที่ใช้ข้าวแลกเปลี่ยนกับเกลือภายหลังสิ้นสุดฤดูกาลของการเก็บเกี่ยว นำไปสู่การผสมผสานทางวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ระหว่างวัฒนธรรม 'นา' และวัฒนธรรม 'คลอง' ภาพของตลาดนัดในอดีต จึงเป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันมาร่วมพบปะ เกิดกิจกรรมแลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยเฉพาะในส่วนของสินค้าพื้นฐานประเภทปัจจัยสี่นั่นเอง

สรุปผลการศึกษา

ตลาดนัดสีเขียวหรือตลาดนัดสุขภาพสวนหลวง ร.9 เป็นตลาดนัดในย่านชุมชนของหมู่บ้านเสรีและผู้พักอาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียง โดยมีห้างสรรพสินค้าพาราไดซ์ พาร์ค อยู่บริเวณหน้าปากซอย มีถนนที่สามารถเดินทางเข้า-ออก ได้อย่างสะดวกสบาย เป็นตลาดนัดที่เปิดบริการตั้งแต่เช้าตรู่ประมาณ 6.00 น. ไปจนถึงประมาณเที่ยง เฉพาะในวันเสาร์และอาทิตย์ สำหรับสภาพทั่วไปของตลาดพบว่า ตลาดแห่งนี้เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาซื้อสินค้ามากพอสมควรมีการปรับปรุงในด้านคุณภาพการให้บริการค่อนข้างต่อเนื่องและมีระบบในการบริหารจัดการตลาดที่ดี มีความสะอาดของพื้นที่ขายสินค้า ทางเดิน จุดรับประทานอาหารและจุดทิ้งขยะมูลฝอย นอกจากบริการที่ได้กล่าวมาแล้วยังมีบริการห้องสุขา ต้นไม้บังแดดฝนตลอดจนให้บริการที่จอดรถให้กับกลุ่มลูกค้าด้วย

ในส่วนของความเป็นตลาดนัดสีเขียวหรือตลาดนัดสุขภาพจากการศึกษาพบว่า ในตลาดมีสินค้าหมวดสุขภาพและสิ่งแวดล้อมอยู่พอสมควร แต่ยังไม่ถึงกับเป็นตลาดนัดสินค้าเพื่อสุขภาพเต็มรูปแบบ อาจด้วยเหตุหนึ่งที่กลุ่มลูกค้าข้างเคียงมีความหลากหลาย มีผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าประเภททั่วไปก็มีจำนวนไม่น้อย แต่ตลาดกลับได้รับความนิยมในฐานะของตลาดนัดสีเขียวเนื่องจากได้ถูกนำไปปรากฏในสื่อต่างๆ ซึ่งส่งผลให้จำนวนของลูกค้าที่ไม่ใช่คนในพื้นที่ใกล้เคียงที่เป็นกลุ่มลูกค้าเดิมมีมากขึ้น ความหลากหลายของสินค้าจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย ทั้งในส่วนของสินค้าอาหารสด อาหารแห้ง อาหารแปรรูป อาหารสำเร็จรูป เสื้อผ้า เครื่องประดับ เป็นต้น ทำให้ทั้งลูกค้าที่ตั้งใจเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยและผู้ที่มาออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาที่สวนสาธารณะมีโอกาเลือกซื้อสินค้าได้มาก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน ตลาดยังไม่ได้มีการแบ่งพื้นที่ออกมาเป็นโซนสินค้าเพื่อสุขภาพอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ฝ่ายจัดการตลาดอาจริเริ่มแนวคิดบางประการ เช่น การลดใช้ถุงพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ใช้ถุงผ้าหรือตะกร้า หรือการจัดพื้นที่เฉพาะสำหรับสินค้าสีเขียวเพื่อสุขภาพก็จะยิ่งช่วยให้ภาพลักษณ์ของตลาดมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ในด้านความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพหรือสินค้าสีเขียวนี้ผู้บริโภคหรือลูกค้าส่วนใหญ่มีทัศนคติค่อนข้างไปในทางเดียวกันโดยเชื่อว่า สินค้าที่เข้าข่ายคุณลักษณะความเป็นสินค้าสีเขียวจะต้องเป็นสินค้าที่มีจากกระบวนการผลิตตามธรรมชาติ ไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปที่อาจมีการเจือปนสารสังเคราะห์หรือสารเคมีที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย หรือหากผ่านกระบวนการก็ควรจะให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยแนวคิดของสินค้าสีเขียวมักถูกนำไปเชื่อมโยงกับการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์พลังงาน การลดปริมาณขยะ อาหารทางเลือก สินค้าที่ผ่านการนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือสินค้าที่ในกระบวนการผลิตมิได้สร้างหรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผักปลอดสารพิษที่ปลูก



โดยไม่ใส่สารเคมีบำรุงหรือปุ๋ย ที่นอกจากนั้นจะส่งผลดีต่อสุขภาพ และร่างกายแล้ว ยังส่งผลดีต่อสภาพแวดล้อมของดินและน้ำด้วย ด้วยเหตุนี้ ความนิยมในการจับจ่ายใช้สอย ณ ตลาดนัดสีเขียวก็ยังเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ได้รับความนิยมจากวัฒนธรรมบริโคนิยมเกี่ยวกับการหาสินค้าและบริการมาตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล และภายใต้บริบทของสังคมที่ผู้บริโภคอาจมีทางเลือกหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการดำรงชีพประจำวัน แต่ยังคงรวมถึงการปฏิบัติตนเป็น ‘ผู้บริโภคที่ประกอบด้วยจิตสำนึก’ ในการใส่ใจและรักษาสภาพแวดล้อมและสังคมให้หน้าอยู่ด้วย

สำหรับปัญหาที่ยังพบเกี่ยวกับการจัดตลาดนัดสีเขียวแห่งนี้ก็คือ ปัญหาของสภาพการจราจรภายในซอยที่อาจคับคั่งในช่วงที่มีลูกค้าเป็นจำนวนมาก รวมถึงที่จอดรถที่อาจรองรับได้ไม่เพียงพอในกรณีที่มีลูกค้าเข้ามาเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ ลูกค้าส่วนหนึ่งจึงมักแก้ปัญหาโดยการรีบไปตลาดตั้งแต่ช่วงเช้าเพื่อจะได้มีที่จอดรถว่างและคนไม่พลุกพล่านจนเกินไป นอกจากนี้ประเด็นนี้แล้วการจัดการในเรื่องระเบียบของตลาดถือว่าเป็นไปได้ค่อนข้างดีและมีประเภทสินค้าที่เหมาะสมกับ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตลาดดังที่กล่าวไว้ตั้งแต่ต้น กล่าวคือ ผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นในความสดใหม่ ใกล้ชิดกับธรรมชาติของสินค้าที่วางจำหน่าย รวมทั้งมีสินค้าบางชนิดที่เป็นสินค้าพิเศษหรือสินค้าประจำฤดูกาลที่ไม่มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ตสมัยใหม่ นอกจากนี้เสน่ห์ของตลาดในด้านความใกล้ชิด อธิษาศัยของพ่อค้าแม่ค้ากับลูกค้า ความเพลิดเพลินที่เกิดขึ้นในการต่อรองราคาสินค้า และปฏิสัมพันธ์ความคุ้นเคยระหว่างลูกค้าที่สามารถพัฒนาไปเป็นเครือข่ายทางสังคมอีกลักษณะหนึ่ง จึงไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่าสิ่งเหล่านี้เป็นจุดเด่นที่สำคัญยิ่งของตลาดนัดชุมชน

จากกรณีศึกษาของตลาดนัดสวนหลวง ร.9 ได้ก่อให้เกิดแนวปฏิบัติที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนารูปแบบของตลาดนัดสีเขียวสำหรับคนเมืองในด้านของความพร้อมที่จะตลาดจะต้องนำเสนอสินค้าที่มีความสด สะอาด รสชาติเป็นที่ถูกปาก ถูกสุขอนามัย และที่สำคัญก็คือ เป็นสินค้าที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ และเอื้อประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งมีมิติของความหลากหลายด้านสินค้าของตลาดนัดสีเขียวอาจมิได้ครอบคลุมเพียงด้านอาหารการกินเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมได้ด้วย เช่น ยาสระผม สบู่ ครีมทาผิวจากสมุนไพรหรือพืชธรรมชาติ อุปกรณ์ประดับหรือตกแต่งที่ปักอาศัยที่ผลิตมาจากวัสดุเหลือใช้ ต้นไม้ดอกไม้ธรรมชาติที่ใช้ประดับสถานที่ และอาจมีสินค้าประเภทอื่นๆ รวมอยู่ด้วยก็ได้เนื่องจากผู้ซื้อเองก็อาจมีความต้องการซื้อสินค้าในหมวดอื่นๆ ด้วย นอกจากนี้ ยังมีข้อสังเกตที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือ ตลาดนัดแห่งนี้มีลักษณะที่ผสมผสานกันระหว่างตลาดนัดสุขภาพและตลาดนัดหมู่บ้าน ด้วยเหตุที่ว่า ตลาดนัดสุขภาพที่มีการตั้งสถานที่ที่เป็นตลาดขึ้นมาอย่างชัดเจนอาจเป็นสิ่งที่ยังใหม่สำหรับบริบทสังคมไทย การผสมผสานที่ลงตัวนี้จึงมีส่วนช่วยทั้งในผู้ขายในการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจและผู้ซื้อที่ต้องการสินค้าสีเขียวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ตลาดนัดสวนหลวง ร.9 จึงตอบโจทย์ที่เกิดขึ้นนี้ได้เป็นอย่างดี และยังเป็นตลาดที่คงให้ความสำคัญกับการใส่ใจคุณภาพการบริการ การรักษาความสะอาด การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคคนเมืองยุคใหม่

เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการนิตยสารครัว. 2555. ‘เที่ยวตลาดสด: จับจ่ายเรียนรู้ เข้าสู่พื้นที่ทางสังคม สัมผัสวัฒนธรรมและชีวิตผู้คน’ นิตยสารครัว ปีที่ 18 ฉบับที่ 207 (80-93).