



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

## แนวทางการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองของ ชุมชนหมู่บ้านห้วยไค้ ตำบลยางเปียง อำเภอมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ อนูรัตน์ ไชยปิ่น<sup>1</sup>, เกียรติศักดิ์ ศรีเงินยวง<sup>2</sup>, อภินันท์ สุวรรณรักษ์<sup>3</sup>, ชนิษฐา เสถียรพิระกุล<sup>4</sup>

<sup>1</sup>คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

<sup>2</sup>คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้

<sup>3</sup>คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

<sup>4</sup>คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### บทคัดย่อ

ในชุมชนกะเหรี่ยง ตลาดนัดชุมชน เป็นสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้น เนื่องจากในชุมชนดังกล่าว ยังใช้ระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าแบบดั้งเดิม ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อขายแบบเป็น ระบบตลาด ทำให้ การกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคทำได้ยากลำบาก กระจายอยู่ในพื้นที่จำกัด ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการบริโภค อุปโภคสินค้าของชุมชนหมู่บ้านห้วยไค้ และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชนหมู่บ้านห้วยไค้ จำนวน 6 หมู่บ้านในพื้นที่ลุ่มน้ำขุนแม่หาดตอนบน ได้แก่หมู่บ้านห้วยไค้ หมู่บ้านปิตุคี หมู่บ้านแม่แหหลวง หมู่บ้านแม่แฮน้อย หมู่บ้านขุนหาด และหมู่บ้านห้วยตองหลวง ประชากรศึกษาจำนวน 305 ครัวเรือน ผลการศึกษาได้ทำการทดลองเปิดตลาดนัดชุมชน เพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภค ได้โดยง่าย โดยใช้อาหารที่สามารถผลิตได้จากชุมชนผ่านการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นสินค้า หลักในการซื้อ-ขาย ทำการเก็บข้อมูล มูลค่า ปริมาณ และจำนวนผู้ซื้อสินค้าในตลาดนัดชุมชน เปรียบเทียบกับปริมาณความต้องการอาหารจากปริมาณการบริโภคโดยปกติในชุมชนเพื่อหาสัดส่วน การทดแทนด้านอาหาร และพฤติกรรมกรซื้ออาหารเพื่อใช้ในการบริโภคของชุมชน พบว่า มีการตอบรับที่ดี ทั้งจากภายในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง มีผู้ให้ความสนใจเดินทางมาจับจ่ายซื้อสินค้า 2,445 ครั้ง เฉลี่ยครั้งละ 611.25 ( $\pm$  107.78 S.D.) ครั้งต่อการเปิดตลาดนัด (จากการทดลองเปิดตลาดนัดชุมชน 4 ครั้ง) มีผู้ขายสินค้าจากแต่ละชุมชนรวมทั้งสิ้น 14 ราย มีสินค้าประเภทอาหาร ประเภทผักสด เนื้อหมู เนื้อปลา และเนื้อไก่เป็นหลัก มีมูลค่าหมุนเวียนในตลาดเฉลี่ยคราวละ 34, 725 ( $\pm$  6, 229.48 S.D.) บาท และ ชุมชนมีแนวทางในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน 3 รูปแบบคือ 1) ตลาดนัดกลางชุมชน 2) ตลาดนัดเฉพาะ ในหมู่บ้านที่อาศัยอยู่ 3) ตลาดนัดกึ่งถาวรตามเส้นทางการสัญจรผ่านของชุมชน

**คำสำคัญ :** ชุมชนกะเหรี่ยง, สินค้าประเภทอาหาร, ตลาดนัดชุมชน



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

## Guideline to Establish Community Market for Self-reliance of Huaykong Village, Tumbon Yang Piang, Omkoi District, Chiangmai Province

Anurat Chaipin<sup>1</sup>, Kriangsak Sringhenyuang<sup>2</sup>, Apinun Suvarnaraksha<sup>3</sup>,  
Kanittha Satianpherakul<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Geosocial based sustainable development, faculty of agricultural production, Maejo university

<sup>2</sup>Faculty of Architecture and Environmental Design, Maejo University

<sup>3</sup>Faculty of fisheries technology and aquatic resources, maejo university

<sup>4</sup>Faculty of economics, Maejo university

### ABSTRACT

Community market is novel things among Karen tribe, now a day Karen village still used a native commodity exchange for goods, product merchandise from producer to customer are not well and very limit. These researches aim to 1 studies on demand and supply of Huaykong village and 2 Guideline to establish community market for self-reliance of Huaykong village. For 6 village around Maehard watershed as Huaykong, Pitukee, Maehairluang, Maehairnoi, Khunhard and Huaytongluang, studies on 305 family. These researches try to accommodate market place to gathering all producers to enhance product distribution to customer. Food from agricultural extension of government is main target of this community market, data form community market was collected as goods value, amount, number of customer and seller compare with food demand in the villager household. On community market test all of people around village were acceptance with people visited 2,445 times average 611.25 ( $\pm 107.78$  S.D.) times/test (4 community market test). 14 seller from every village, main supply on vegetable, pork, fish and chicken meat. Average value turnover 34, 725 ( $\pm 6, 229.48$  S.D.) baht/test. The community market are evolution by their community in 3 way: 1).Community market between community 2).Community market in their village 3).semstable market on main road of community.

**Keywords :** Karen community, food merchandise, community market



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

### บทนำ

ตลาดเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าของมนุษย์มาอย่างช้านาน โดยพบว่าตลาดเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนากิจการของเทคโนโลยี และการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ระหว่างอารยธรรม เช่น ตลาดการค้าในเส้นทางสายไหม ศูนย์กลางการค้าในอียิปต์โบราณ ซึ่งสินค้าที่มีอยู่ในตลาดจะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคเป็นหลัก รองลงมาจะได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือยประเภทต่าง ๆ ซึ่งสินค้าฟุ่มเฟือยก็ยังคงมีความจำเป็นที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน

ในพื้นที่ทุรกันดาร ตลาดก็เป็นกลไกที่สำคัญในการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนสินค้า และเทคโนโลยีต่าง ๆ ในอำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ก็เช่นกัน จากการศึกษาในเบื้องต้นพบว่าแต่ละชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำขุนแม่หาดตอนบน มีความสามารถในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกันไป ทั้งทางด้านคุณภาพ และชนิดของสินค้า ซึ่งเทคโนโลยีในการผลิตของแต่ละชุมชนก็แตกต่างกันไป เนื่องจากในแต่ละชุมชนจะมีความเป็นเอกเทศ และมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างชุมชนน้อยทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าเป็นไปได้ช้า อีกทั้งหน่วยงานที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนในเขตพื้นที่ทุรกันดาร เช่น โรงเรียน ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนชาวไทยแม่ฟ้าหลวงหน่วยจัดการต้นน้ำโครงการตามพระราชดำริที่ต้องการสินค้าสำหรับชีวิตประจำวันจำเป็นต้องไปซื้อสินค้าในเมืองใหญ่ ทำให้เม็ดเงินต่าง ๆ ของชุมชน ตกอยู่กับพ่อค้าในตัวเมือง อีกทั้งคุณภาพอาหารและสินค้าที่ได้บ่อยครั้งจะมีความเสื่อมสภาพตามระยะเวลาในการขนส่ง และจำเป็นที่จะต้องใช้เวลาในการขนส่ง

อาหาร หรือสิ่งของจำเป็นจำนวนมาก ซึ่งเงินค่าขนส่งดังกล่าว หากสามารถนำมาซื้อสินค้าในชุมชน ก็จะสามารถเพิ่มปริมาณ และคุณภาพของสินค้าได้มากขึ้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาสภาพบริบทชุมชนชาวไทยภูเขาในพื้นที่อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงพบว่าในแต่ละชุมชนจะมีการเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือใช้ในงานรื่นเริง และกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งหากเป็นสัตว์เล็ก เช่น ไก่ ปลา ในการฆ่าเพื่อบริโภค ก็จะสามารถบริโภคได้หมด แต่หากเป็นสัตว์ใหญ่ เช่น หมู วัว ควาย การฆ่าเพื่อบริโภคในครัวเรือน จะทำให้มีอาหารเหลือเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ จึงทำให้ประชากรในพื้นที่ได้รับสารอาหารประเภทโปรตีนจากเนื้อสัตว์เป็นครั้งคราว ไม่ต่อเนื่อง ซึ่งหากมีการฆ่าเพื่อจำหน่าย จะทำให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเทคโนโลยีปศุสัตว์ เทคโนโลยีแปรรูปอาหาร เกิดขึ้นในชุมชน โดยตลาดจะเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การกระจายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ทำได้ดียิ่งขึ้น และยังทำให้ประชากรในพื้นที่ได้รับโปรตีนจากเนื้อสัตว์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในการฆ่าสัตว์เพื่อบริโภคหนึ่งครั้ง เจ้าของสัตว์จำเป็นต้องแบกภาระด้านการเลี้ยงดู และจำเป็นต้องแจกจ่ายให้กับชาวบ้านในชุมชนเดียวกัน ซึ่งเจ้าของสัตว์เป็นผู้แบกภาระค่าใช้จ่ายทั้งหมด ตลาดจะเป็นตัวบีบบังคับให้เกิดการซื้อขาย โดยมีเงินเป็นตัวกลาง ลดภาระของเจ้าของสัตว์ โดยเจ้าของสัตว์จะได้เงินเป็นค่าตอบแทนจากการเลี้ยงสัตว์เพื่อขาย ทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินภายในและระหว่างชุมชน ลดการนำเข้าสินค้าประเภทเนื้อสัตว์จากภายนอกชุมชน ทำให้เม็ดเงินยังคงหมุนเวียนในชุมชน ไม่รั่วไหลออกนอกชุมชน อีกทั้งหน่วยงานที่ส่งเสริมด้าน



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ความเป็นอยู่ของชุมชน ยังสามารถเลือกซื้อสินค้าภายในชุมชน เพื่อมาใช้อุปโภค บริโภค ในองค์กรได้มากขึ้น เป็นการนำเม็ดเงินจากภายนอกชุมชนเข้ามาหมุนเวียนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

ตลาดนัดชุมชนจะสามารถช่วยให้ประชากรในชุมชนรู้จักการวางแผน และแนวทางในการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ เพื่อป้อนเข้าสู่ตลาด ซึ่งตลาดจะช่วยให้อาชีพชุมชนเกิดความเข้มแข็งมากขึ้น ทั้งจากทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ โดยการถ่ายทอดถึงกันระหว่างชุมชน ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบ ภายในชุมชนและระหว่างชุมชนมากขึ้น ประชาชนมีเงินออมเพิ่มมากขึ้น ลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อซื้อสินค้า เกิดการรวมกลุ่มในระหว่างชุมชนเพื่อกำหนดทิศทางในการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ ร่วมกัน และยังสามารถดึงสินค้าที่เป็นจุดเด่นของแต่ละชุมชน นำออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดได้

ในงานวิจัยนี้ จะทำการศึกษาความต้องการบริโภคสินค้าประเภทต่าง ๆ ของชุมชน ทั้งก่อนและหลังการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน ศึกษาการผลิตสินค้าชุมชน ตลอดจนภาวะโภชนาการของชุมชน เพื่อวางแผนการผลิตสินค้าชุมชน ซึ่งข้อมูลดังกล่าว จะสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมเพื่อสร้างตลาดนัดชุมชนในถิ่นทุรกันดาร ให้เกิดประโยชน์และมีความยั่งยืนสูงสุด

จากแนวคิดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ที่เน้นให้เกิดการพัฒนาโดยมีศูนย์กลางเป็นตัวบุคคล ให้มีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ที่เน้นการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ

สุขภาพแข็งแรง คิดเป็นทำเป็น มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีวิธีคิดอย่างมีเหตุผล มีคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย ซื่อสัตย์สุจริต และรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน การบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องนำไปสู่ภาวะทุพโภชนาการทั้งขาดและเกิน ซึ่งภาวะเกินนั้นจะสามารถพบได้ทั่วไปในสังคมเมืองและเป็นสาเหตุให้เกิดการตายเป็นจำนวนมาก ส่วนภาวะขาดส่วนมากจะพบในชุมชนชนบทที่ห่างไกล ความเจริญ (วิณะ และคณะ, 2541) พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลทำให้ถึงแก่ชีวิตได้ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทำให้ศักยภาพในการพัฒนาประเทศลดลง (อุรุวรรณ, 2536) ในชุมชนกะเหรี่ยงได้รับการสะสมทางด้านพิธีกรรม ความเชื่อในด้านต่าง ๆ รวมทั้งด้านกรบริโภคอาหาร เช่น จากการศึกษาของฐันันดรศักดิ์ (2539) ที่ได้ทำการศึกษาความเชื่อด้านอาหาร และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของชาวกะเหรี่ยง ใน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งพบว่ามีความเชื่อที่ผิดอยู่หลายประการ จากการสำรวจภาวะโภชนาการของชาวกะเหรี่ยงในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยพบว่าภาวะทางโภชนาการของชาวกะเหรี่ยงมีภาวะทุพโภชนาการในแง่ของการขาดสารอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารประเภทโปรตีนจากเนื้อสัตว์ เนื่องจากมีความเชื่อในด้านพิธีกรรม และธรรมเนียมปฏิบัติของชุมชน ซึ่งส่งผลให้ได้รับสารอาหารประเภทโปรตีนจากเนื้อสัตว์ทำได้อย่างไม่ต่อเนื่อง โดยจากการศึกษาของ สุจริตลักษณ์ และคณะ (2540) พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารของกะเหรี่ยงเผ่าโปจะมีอาหารหลักในการบริโภคในชีวิตประจำวันคือ ข้าวกับน้ำพริก และผักต่างๆ ซึ่งมีอาหารที่มีเนื้อสัตว์เป็นองค์ประกอบนั้นจะมีก็ต่อเมื่อมีการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เช่น



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การแต่งงาน เลี้ยงผี ปีใหม่ ฯลฯ โดยข้าวที่นิยมในการบริโภคจะได้แก่ ข้าวเจ้า

โดยปัจจุบันได้มีการส่งเสริมในด้านการเกษตรกรรมและปศุสัตว์ด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานของภาครัฐ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานเอกชนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการสร้างอาหารโปรตีนในพื้นที่ขึ้น และช่วยลดรายจ่ายของชุมชนในการซื้ออาหารโปรตีนจากชุมชนภายนอก เช่น จากการส่งเสริมการเลี้ยงปลาให้แก่ชุมชนกะเหรี่ยงในการศึกษาของ อภินันท์ (2551 และ 2555) พบว่า ชุมชนกะเหรี่ยงมีความสามารถในการเลี้ยงปลาตามวิธีการที่แนะนำได้เป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดความสามารถในการวางแผนการผลิต และการตลาดเพื่อขายเนื้อปลาส่วนเกินที่ผลิตได้ให้แก่ชุมชน หรือชุมชนใกล้เคียงต่าง ๆ ซึ่งจากการศึกษาของ อภินันท์ (2555) พบว่าชุมชนชาวกะเหรี่ยงมีศักยภาพในการผลิตปลาเชิงพาณิชย์ในชุมชนได้ ทั้งเพื่อการบริโภค และเพื่อใช้เป็นลูกพันธุ์ในการเลี้ยง โดยชุมชนชาวกะเหรี่ยงในพื้นที่อมก๋อยจะทำการติดต่อซื้อขายลูกพันธุ์กันเองทำให้การกระจายลูกพันธุ์ทำได้น้อยและการส่งข่าวไม่ทั่วถึง

ตลาดในเชิงธุรกิจจะหมายถึงศูนย์กลางในการแพร่กระจายสินค้าและบริการต่าง ๆ ผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางการแลกเปลี่ยนด้วยสื่อกลางหรือสิ่งของต่าง ๆ ตามความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามลักษณะและสภาวะสังคม (เกียรติ, 2525; ศิริวรรณ, 2546) คือ จะต้องมີสิ่งที่ใช้ในการโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ของสินค้าหรือบริการ ซึ่งตลาดจะหมายถึงตัวกลางที่มีทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจะมีแต่ผู้ผลิตและผู้ขายอย่างเดียวไม่ได้ ซึ่งชุมชนที่มีการพัฒนา จะมีความเจริญทางด้านวัตถุประสงค์อยู่อย่างชัดเจน ซึ่งความเจริญและผลผลิต

ด้านต่าง ๆ จะถูกนำเสนอเข้าสู่สังคมด้วยวิธีการทางธุรกิจ ที่ประกอบด้วยกิจกรรมทางการตลาดเข้าไปมีส่วนร่วม (สุดาตวง, 2543) ดังนั้นหากมีการส่งเสริมให้เกิดการตลาดนัดในชุมชนซึ่งจะเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนก็จะทำให้สินค้าที่มีการผลิตขึ้นในชุมชนสามารถกระจายตัวได้อย่างทั่วถึง และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคอาหารทำให้คุณภาพชีวิตสมบูรณ์ขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

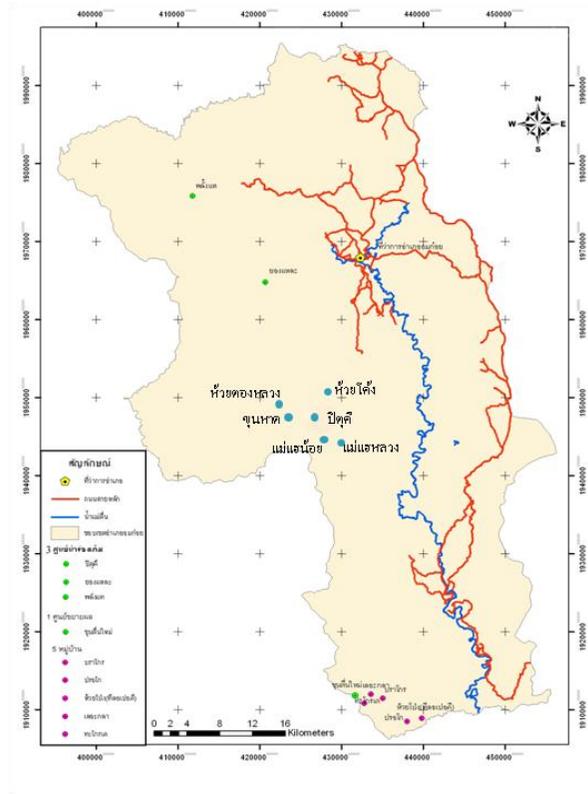
1. เพื่อศึกษาความต้องการบริโภค อุปโภค สินค้าประเภทต่าง ๆ ของชุมชนบ้านห้วยโค้ง บ้านปิตุคี บ้านแม่แหหลวง บ้านแม่แฮน้อย บ้านขุนหาด และบ้านห้วยตองหลวง ตำบลยางเปียง อำเภอมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเพื่อพึ่งตนเองในบ้านห้วยโค้ง บ้านปิตุคี บ้านแม่แหหลวง บ้านแม่แฮน้อย บ้านขุนหาด และบ้านห้วยตองหลวง ตำบลยางเปียง อำเภอมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่

### ระเบียบวิธีวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย  
ชุมชนในหมู่บ้านห้วยโค้ง ซึ่งเป็นศูนย์กลางของหมู่บ้านในเขตพื้นที่กลุ่มน้ำขุนแม่หาดตอนบน โดยมีหมู่บ้านบริวาร ได้แก่ บ้านปิตุคี บ้านแม่แหหลวง บ้านแม่แฮน้อย บ้านขุนหาด บ้านห้วยตองหลวง ตำบลยางเปียง อำเภอมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่  
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง  
ในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาประชากรในพื้นที่หมู่บ้าน 6 หมู่บ้าน ในเขตพื้นที่กลุ่มน้ำขุนแม่หาดตอนบน



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพ 1 แผนที่หมู่บ้าน ในกลุ่มหมู่บ้านห้วยคั้ง ต.ยางเปียง อ.อมก๋อย จ.เชียงใหม่

โดยมีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด จำนวน 305 ครัวเรือน ทำการจำแนกประชากรที่ใช้ศึกษา ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การสำรวจชนิด ปริมาณของสินค้าที่ผลิตในชุมชน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าชุมชน โดยในการสำรวจจะใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ผลิตสินค้าชุมชนทั้งหมดในพื้นที่เป้าหมาย

2. การสำรวจภาวะโภชนาการอาหารของชุมชนจะใช้การสัมภาษณ์แม่บ้านในแต่ละครัวเรือน จำนวนทั้ง 305 คน จากทั้งหมด 305 ครัวเรือน เช่นเดียวกับการสำรวจพฤติกรรมความต้องการการบริโภค

เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานข้อมูล พฤติกรรมการบริโภค อุปโภค ของชุมชน และข้อมูลด้านการผลิตเครื่องอุปโภค และบริโภคของชุมชนในเขตพื้นที่ ที่ทำการศึกษา

2. การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการตั้งคำถาม ใช้คำถามที่นำไปสู่การพูดคุย สนทนาที่ดำเนินไปอย่างธรรมชาติ

3. การสังเกตการณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation)

เน้นความเป็นวัง ปลูกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การวิเคราะห์ข้อมูล  
ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ข้อมูล  
วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive  
Statistics) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่จะช่วยให้  
ทราบถึงคุณลักษณะของกลุ่มต่าง ๆ ที่ต้องการ  
ศึกษาในตัวแปรต่าง ๆ การหาจำนวนร้อยละ

การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย  
(mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

**ผลการวิจัย**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม  
พบว่าแต่ละหมู่บ้านจะมีปริมาณการบริโภค  
อาหารกลุ่มต่าง ๆ ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยปริมาณความต้องการอาหารแต่ละชนิดในแต่ละหมู่บ้านที่ทำการศึกษา

(หน่วย: กิโลกรัม)

หมู่บ้าน	ข้าวสาร	เนื้อ วัว	เนื้อ ควาย	เนื้อหมู	เนื้อไก่	เนื้อ เป็ด	ไข่ไก่	ไข่ เป็ด	ปลาน้ำ จืด	อาหาร ทะเล	ผัก	ปลา กระป๋อง
แม่แฮน้อย	8138.8 9	21.3 0	4.5	182.33	97	5	175	0	21.5	62.5	2852.4	84.33
ห้วยคัง	0	3	42	438.60	11	0	1696	0	4.375	89.06	0	335.8
ปิตุคี	0	0	0	158.67	111	6.2	158.1	3	91.75	86.9	2014	77.2
ขุนหาด	0	0	2.5	139.33	16	9.5	72	0	36	3	32	35.53
แม่แฮหลวง	0	0.87	0	44.27	36.4	7	74.5	2	52.5	39.9	0	36.97
ห้วยตอง หลวง	0	0.7	0	94.93	58.5	5	136.5	0	18.12	116.2	0	93.8
รวม	8138.8 9	26.0 4	49.0 0	1058.1 3	329.9 0	32.7 0	2312.1 0	5.0 0	224.2 5	397.5 6	4898.40	663.63

**หมายเหตุ:** ปริมาณความต้องการสินค้าในชุมชนประเมินจากปริมาณการกินอาหารแต่ละชนิด และปริมาณสินค้าแต่ละชนิดที่มีการซื้อเพื่อบริโภคในแต่ละเดือน

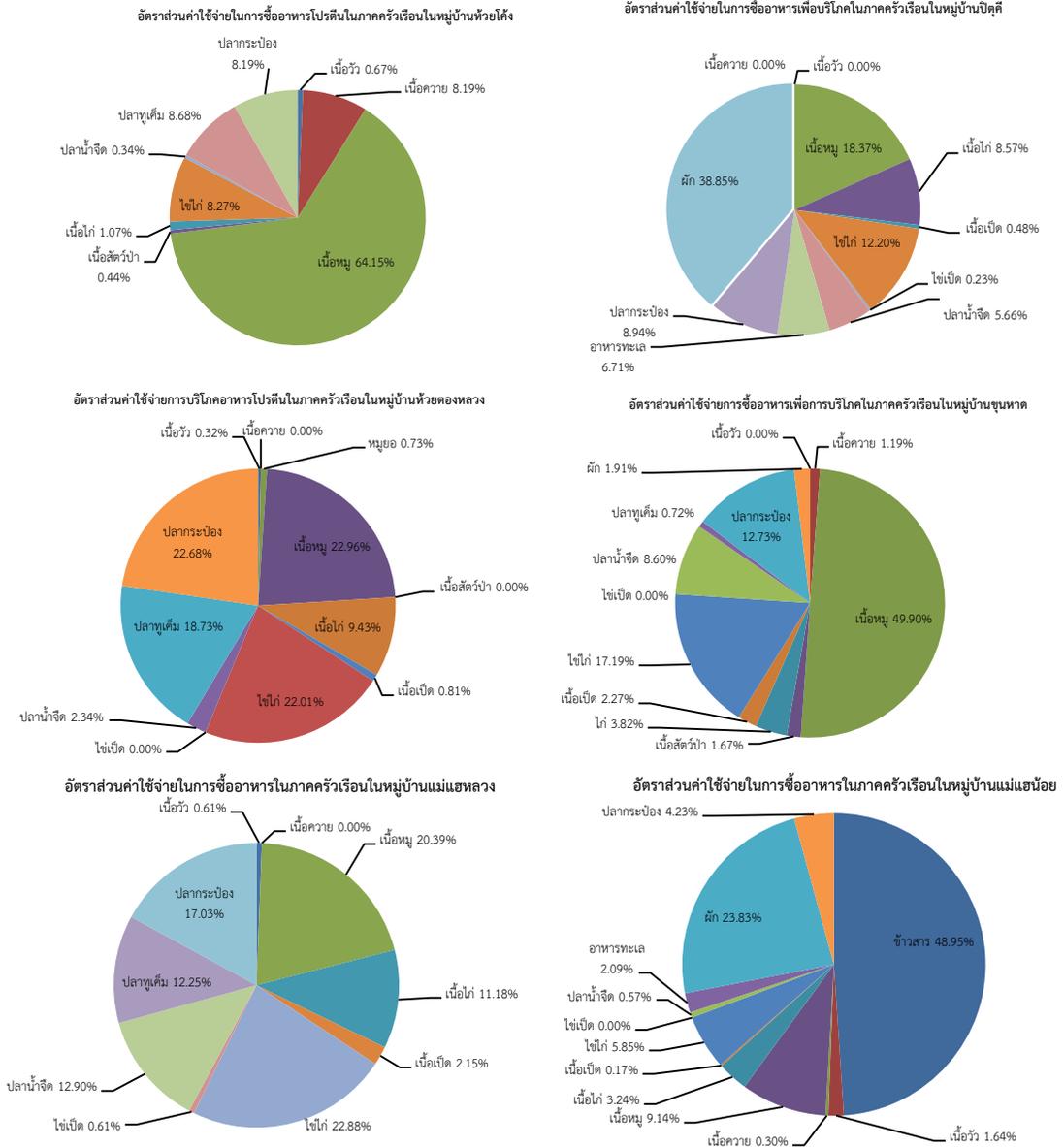
ในแต่ละชุมชนจะมีการใช้จ่ายเงินเพื่อการซื้อ  
อาหารโปรตีนเป็นส่วนมาก โดยข้าวสาร และผักจะมีการ  
ปลูกขึ้นเองเพื่อใช้ในการบริโภค หรืออาจจะได้  
จากการเก็บผักในป่ามาบริโภค พบเพียงชุมชนเดียวที่  
มีการซื้อผักเพื่อการบริโภค ได้แก่หมู่บ้านปิตุคี โดยมี  
อัตราส่วนการใช้จ่ายเพื่อซื้อผักสดถึง 38.85  
เปอร์เซ็นต์ ซึ่งในชุมชนปิตุคีนี้จะเป็นชุมชนนำร่องใน  
การเลี้ยงสัตว์ประเภทต่าง ๆ เพื่อการบริโภคอาหาร  
ประเภทโปรตีนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาหารโปรตีนแต่ละ  
ประเภทที่ผลิตขึ้นจะถูกนำมาแลกกับผักสดต่าง ๆ  
เพื่อใช้ในการบริโภคทำให้เกิดความต้องการซื้อผัก  
เพื่อบริโภคต่างจากชุมชนอื่น ๆ ที่มีการซื้อเนื้อสัตว์

เพื่อบริโภคเนื่องจากสามารถผลิตเนื้อสัตว์ได้ใน  
ปริมาณน้อยไม่เพียงพอต่อการบริโภค

ดังนั้นกลุ่มของอาหารที่มีความต้องการซื้อ  
เพื่อการบริโภคมากที่สุดในหมู่บ้านจะได้แก่ อาหารใน  
กลุ่มเนื้อสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหมู เนื้อไก่ และ  
เนื้อปลา นอกจากนี้ยังพบว่าหมู่บ้านที่มีการปลูก  
มะเขือเทศเพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพหลัก จะมีการซื้อ  
ข้าวสารเพื่อการบริโภคเนื่องจากแปลงที่ใช้ในการทำ  
นาจะถูกนำมาใช้เพื่อการปลูกมะเขือเทศหรือฟริกไป  
จนหมด ทำให้ไม่มีเวลาและพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการ  
ปลูกข้าว



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพที่ 2 อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารแต่ละประเภทของแต่ละหมู่บ้าน

เมื่อนำความต้องการในการซื้ออาหารแต่ละประเภทมาคำนวณหาปริมาณความต้องการที่สามารถนำขายได้ในชุมชนพบว่าข้าวสารมี

ความต้องการสูงสุดมากถึง 8,138.89 กิโลกรัมต่อเดือน ผักสด 4,898.4 กิโลกรัมต่อเดือน เนื้อหมู 1,058.13 กิโลกรัมต่อเดือน เนื้อไก่ 329.90

เน้นความเป็นวัง ปลุกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล

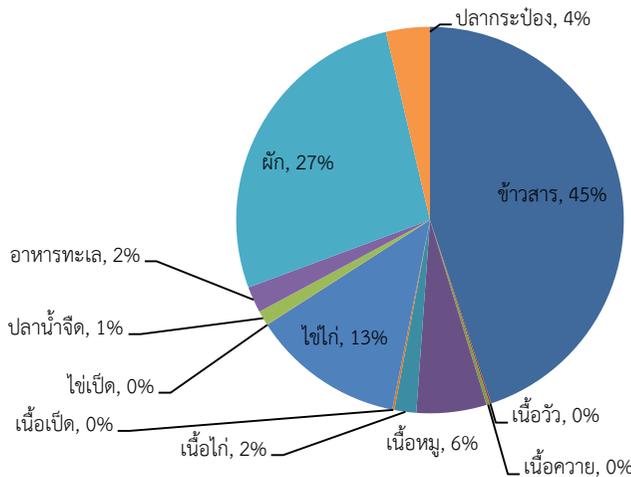


วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

กิโลกรัมต่อเดือน ปลาน้ำจืด 224.25 กิโลกรัมต่อเดือน และไข่ไก่ 2,312.10 กิโลกรัมต่อเดือน (46, 242 ฟอง) และมีมูลค่าในการซื้อต่อเดือนเท่ากับ 1,067,432 บาท ต่อเดือน โดยอาหารที่สามารถผลิตได้เอง และมีความนิยมในการซื้อมากที่สุดจะได้แก่เนื้อหมู ไข่ไก่ เนื้อไก่ ปลาน้ำจืด โดยในความเป็นจริงอาจจะมีความต้องการอาหารเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นจากปริมาณการใช้ที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้ เนื่องจากในปัจจุบันการเดินทาง เพื่อซื้ออาหารจากตัวอำเภอทำได้ยากเนื่องจากต้อง

เดินทางไกล และใช้เวลาในการเดินทางมาก ซึ่งการสร้างตลาดนัดชุมชน จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้า และนำเอาสินค้าที่มีอยู่ออกมาแปรรูปเพื่อจำหน่าย และเกิดอาชีพใหม่ขึ้น ทั้งอาชีพคนกลาง อาชีพเกษตรกร และอาชีพขนส่ง ช่วยให้ชุมชนเกิดความยั่งยืนขึ้นได้ด้วย การพึ่งตนเอง และสร้างช่องทางในการผลิตสินค้าเพื่อป้อนสู่ตลาด และการกระตุ้นการกินอาหารประเภทโปรตีนให้มากขึ้น ไม่จำกัดเพียงแค่การใช้ในครัวเรือน หรือบริโภคเฉพาะเทศกาล (ตารางที่ 1 และภาพที่ 3)

ปริมาณความต้องการอาหารแต่ละประเภทในตลาดนัดชุมชน



ภาพที่ 3 อัตราส่วนความต้องการอาหารแต่ละประเภทในการสร้างตลาดนัดชุมชน

ในการทดลองเปิดตลาดนัดชุมชน โดยได้มีการตั้งคณะกรรมการในการดูแล โดยใช้ชาวบ้านในพื้นที่เป็นผู้จัดการ พบว่า ในการเปิดตลาดนัดแต่ละครั้ง จะมีผู้มาจับจ่ายซื้อสินค้าจากทุกหมู่บ้าน ที่ทำการเก็บข้อมูล และยังมีชาวบ้านจากชุมชนอื่น ๆ เช่น บ้านแม่ลาน บ้านห้วยปูหลวง และบ้านห้วยปูน้อย เป็นต้น เดินทางมาจับจ่ายซื้อของในตลาดนัดชุมชน เนื่องจากมีการกระจายข่าวให้

ทราบโดยทั่วถึง โดยผู้ค้าในตลาดจะเป็นชาวบ้านจากหมู่บ้านปิตุคี และหมู่บ้านห้วยโค้ง เนื่องจากเป็นหมู่บ้านที่มีการส่งเสริมการเกษตรด้านต่าง ๆ ทำให้มีสินค้าในกลุ่มอาหารเป็นจำนวนมาก ในส่วนของผู้ซื้อ พบว่า ผู้ซื้อจากหมู่บ้านปิตุคี และหมู่บ้านห้วยโค้งจะมีจำนวนมากที่สุด ในบางครั้งก็จะมีการเดินทางซื้อซ้ำในแต่ละครั้งที่เปิดตลาด โดยสินค้าที่สามารถขายได้เยอะจะได้แก่สินค้าใน



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

กลุ่มอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น มีด จอบ ลูกปืนแก๊ป เป็นต้น โดยในส่วนของอาหารจากการทดลองเปิดตลาดนัด พบว่า อาหารสดที่มีขายทุกชนิดสามารถขายหมดอย่างรวดเร็วเนื่องจากมี

ความต้องการสูง โดยในแต่ละครั้งที่ทำการทดลอง ปริมาณที่วางจำหน่าย และปริมาณที่ขายได้จะแสดงอยู่ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายและขายได้ในการเปิดตลาดนัดชุมชนแต่ละครั้ง

ครั้งที่	จำนวนคนเดิน (คน)	จำนวนร้านค้า (ราย)	ปริมาณสินค้าที่จำหน่าย (กิโลกรัม)				ปริมาณสินค้าที่ขายได้(กิโลกรัม)			
			ผักสด	เนื้อหมู	เนื้อไก่สด	ปลาสด	ผักสด	เนื้อหมู	เนื้อไก่สด	ปลาสด
1	758	12	200	120	40	80	195	120	37	80
2	542	14	280	120	60	80	230	120	55	80
3	625	14	250	120	50	80	220	120	50	80
4	520	13	250	120	50	80	200	120	50	80
รวม	2445	53	980	460	200	320	845	480	192	320
เฉลี่ย	611.25 ± 107.78	13.25 ± 0.96	245 ± 33.17	120 ± 00.00	50 ± 8.16	80 ± 0.00	211.25 ± 16.25	120 ± 0.00	48 ± 7.70	80 ± 0.00

มูลค่าในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของการเปิดตลาดนัดจะมีมูลค่าสูงถึง 33,681 (± 6,394.91 S.D.) บาท ต่อครั้งของการเปิดตลาด โดยสินค้าที่มีการจำหน่ายจนหมดทุกครั้งจะได้แก่ เนื้อหมู และเนื้อปลา ในส่วนของเนื้อไก่ และผักสด แม้จะจำหน่ายได้ไม่หมดในบางครั้ง ก็ยังสามารถจำหน่ายได้ในปริมาณมาก จนเกือบหมด ปริมาณผู้ซื้อในตลาดจากแต่ละหมู่บ้านจะมีจำนวนครั้งที่เข้าซื้อไม่แตกต่างกัน โดยในคราวแรกที่มีการเปิดตลาดจะมีผู้เข้าซื้อสูงที่สุด โดยมีจำนวนผู้เข้าซื้อมากถึง 758 ครั้ง (จากการเปิดตลาดนัดที่ชัดเจน 1 สัปดาห์ต่อครั้ง) จากการสัมภาษณ์ พบว่า วันที่เหมาะสมที่สุดในการเปิดตลาดนัดชุมชนจะเป็นวันเสาร์ เนื่องจากในวันอาทิตย์อาจจะมีกิจกรรมทางศาสนา เช่น เข้าโบสถ์ หรือทำบุญที่วัด ซึ่งในวันอาทิตย์บางบ้านจะมีการจัดเตรียมอาหารเพื่อเลี้ยงต้อนรับ ญาติมิตร หรือเตรียมอาหารสำหรับทำบุญ ทำให้มีความต้องการอาหารเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของการกำหนดราคา พบว่า

ราคาอาหารบางชนิดที่ผลิตได้ในชุมชนจะมีราคาที่ถูกลงกว่าอาหารจากในเมือง เช่น เนื้อหมู มีราคาต่อกิโลกรัมเพียง 150 บาท (ซื้อในตัวอำเภอมักน้อยมีราคาสูงถึง 175 บาท) ซึ่งผู้ที่เข้าจับจ่ายในตลาดนัดมีความพึงพอใจในราคาสินค้า และการเดินทางเนื่องจากอยู่ใกล้และสะดวกกว่าการเดินทางเข้าสู่ตัวอำเภอ มูลค่าของสินค้าที่ขายได้ในแต่ละครั้งจะแสดงอยู่ในตารางที่ 3



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 3 มูลค่าสินค้าที่จำหน่ายและขายได้ในการเปิดตลาดนัดชุมชนแต่ละครั้ง

ครั้งที่	จำนวนคน เดิน (คน)	จำนวน ร้านค้า (ราย)	มูลค่าสินค้าที่จำหน่าย (บาท)				มูลค่าสินค้าที่ขายได้ (บาท)			
			ผักสด	เนื้อหมู	เนื้อไก่สด	พลาสติก	ผักสด	เนื้อหมู	เนื้อไก่สด	พลาสติก
1	758	12	5000	18000	4000	5600	4875	18000	3700	5600
2	542	14	7000	18000	6000	5600	5750	18000	5500	5600
3	625	14	6250	18000	5000	5600	5500	18000	5000	5600
4	520	13	6250	18000	5000	5600	5000	18000	5000	5600
รวม	2445	53	24500	69000	20000	22400	21125	72000	19200	22400
เฉลี่ย	611.25 ± 107.78	13.25 ± 0.96	6125 ± 829.15	18000 ±	5000 ±	5600 ±	5281.25 ±	18000 ±	4800 ±	5600 ±
				0.00	816.50	0.00	413.00	0.00	770.28	0.00

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายหลังจาก  
การทดลองเปิดตลาดนัดชุมชน

ภายหลังจากการทดลองเปิดตลาดนัด  
ชุมชน พบว่า ตลาดมีความเปลี่ยนแปลงไปใน 3  
รูปแบบ โดยรูปแบบแรก ตลาดนัดที่เป็นพื้นที่  
กลางในการขายจะถูกยกเลิกไป เนื่องจากการ  
เดินทางในฤดูฝนทำได้ยากลำบาก จึงไม่นิยม  
เดินทางมายังพื้นที่กลางที่ใช้เปิดตลาดนัดชุมชน  
โดยในลักษณะนี้ตลาดได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบไป  
โดยผู้ซื้อได้เดินทางไปซื้อสินค้ายังบ้านของผู้ผลิต  
โดยตรงด้วยตนเอง และนำเอาสินค้าที่ได้ไปขาย  
ต่อในหมู่บ้านที่ตนอาศัยอยู่ โดยมีการจัดการ  
การขายเป็นรอบ ๆ ไป โดยสินค้าที่นิยมทำใน  
ลักษณะนี้จะได้แก่ เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น โดยใน  
แต่ละรอบการขายจะมีการสั่งจำนวน และนัดวัน  
เวลากันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยส่วนที่เหลือ  
จากการขาย จะถูกนำไปวางจำหน่ายในหมู่บ้าน  
ให้แก่สมาชิกในชุมชน โดยในแต่ละรอบการซื้อ  
ในแต่ละหมู่บ้านจะสั่งเนื้อหมูเฉลี่ยรายละ 30 - 50  
กิโลกรัม (3 - 4 รายต่อครั้ง) ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม  
ในการเลี้ยงหมูขึ้นในชุมชนตนเอง และชุมชน  
ใกล้เคียง เพื่อจำหน่ายให้แก่ตลาด

รูปแบบที่สอง เกิดตลาดนัดเฉพาะใน  
หมู่บ้านที่ตนเองอาศัยอยู่ เนื่องจากตามปกติในแต่

ละชุมชน จะมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันแบบให้  
เปล่าทำให้ในบางครั้งก็เกิดการกระทบกระทั่งกัน  
บ้างในชุมชน ดังนั้นเพื่อเป็นทางออกในการแก้ไข  
ปัญหาผู้ค้าบางส่วนจึงผันตัวเองมาเปิดตลาด  
ภายในหมู่บ้านของตนเอง โดยใช้พื้นที่บ้านตนเอง  
เป็นพื้นที่ในการขาย โดยมีผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ  
นำสินค้าของตนเองมาฝากวางจำหน่ายในบ้าน  
ดังกล่าว สินค้าส่วนใหญ่ที่ถูกนำมาวางจำหน่ายจะ  
ได้แก่ เนื้อไก่ ของป่าต่าง ๆ หน่อไม้ ผลไม้ พลาสติก  
และผักสด ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องใช้ผู้ซื้อใน  
ปริมาณสูง สามารถขายได้ง่าย โดยเฉพาะไก่  
สามารถระบายขายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งหมู่บ้านที่  
เปิดในลักษณะนี้จะเป็นหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลจาก  
ตัวอำเภอ และหมู่บ้านอื่น ๆ มีการคมนาคมไม่  
สะดวก

รูปแบบที่สาม เกิดตลาดกึ่งถาวรขึ้นใน  
บริเวณชุมชน ตลาดในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นใน  
พื้นที่ที่มีการสัญจรไปมาได้อย่างสะดวก และเป็น  
ทางผ่านของหมู่บ้านใหญ่ ๆ และมีคนภายนอก และ  
คนเมืองสัญจรผ่านไปมา โดยสินค้าที่มีการนำมาวาง  
จำหน่ายจะได้แก่ พืชผักต่าง ๆ ข้าวสาร ของป่า  
ผลไม้ ผลไม้ป่า น้ำผึ้งป่า โดยตลาดในลักษณะนี้จะ  
เป็นตลาดที่อยู่ใกล้กับชุมชน ผู้ค้าไม่มีการรวมกลุ่ม  
ในการผลิต จะทำการซื้อหาสินค้าต่าง ๆ มาวาง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

จำหน่ายด้วยตนเอง และนั่งเฝ้าขายของเอง โดยอาจจะมิญาติ หรือลูกเป็นส่วนช่วยในการขาย

จากการเปิดตลาดนัดชุมชนพบว่าสินค้าที่นำมาวางจำหน่ายตามปริมาณความต้องการของชุมชนสามารถขายได้เกือบเต็มเป้าความต้องการของชุมชนเนื่องจากชุมชนสามารถเดินทางได้สะดวกกว่า แต่หากเพิ่มปริมาณของสินค้าเพิ่มมากขึ้นก็ยังคงขายได้เนื่องจากปริมาณการซื้อเดิมยังไม่สามารถเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคได้ แต่หาผู้บริโภคกลับมีเม็ดเงินไม่เพียงพอแก่การซื้อสินค้า ดังนั้นจึงควรสร้างตลาดควบคู่ไปกับการสร้างผลผลิตให้แก่ชุมชนเพื่อเป็นฐานในการนำเอาสินค้าออกมาวางจำหน่ายให้เกิดความยั่งยืน และมั่นคง ลดปัญหาแรงงานรั่วไหลออกจากชุมชน

### สรุปและอภิปรายผล

จากการทดลองเปิดตลาดนัดชุมชน พบว่าชุมชนมีการตอบสนองดี โดยในแต่ละชุมชนมีความต้องการด้านอาหารมากกว่าสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ โดยอาหารที่มีความต้องการสูงที่สุดจะได้แก่อาหารในกลุ่มเนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เนื้อหมู และปลาสด ซึ่งอาหารในกลุ่มนี้จะสามารถจำหน่ายได้จนหมดในทุก ๆ ครั้งของการเปิดตลาดนัด โดยตลาดนัดชุมชนมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้มีการผลิตอาหารเพื่อการบริโภคมากขึ้น โดยในแต่ละชุมชนจะมีความสามารถในการผลิตอาหาร และสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณอาหาร และสินค้านี้มีความต้องการที่แตกต่างกัน การเปิดตลาดนัดในลักษณะนี้จะเป็นการดำเนินการกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้มีการนำความรู้ด้านการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น มีการพัฒนาความรู้ด้านการผลิตในชุมชน

ตลอดจนพัฒนาตนเองและสังคมที่ตนเองอยู่ให้มีเสถียรภาพด้านอาหาร และเศรษฐกิจ จากองค์ความรู้ที่ถูกพัฒนาเพิ่มขึ้น ในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม อีกทั้งระบบธุรกิจที่ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบนี้จะสามารถช่วยผันเม็ดเงินลงทุนต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้เพื่อการผลิต มาสร้างให้เกิดผลกำไร และนำผลกำไรที่ได้ไปต่อยอดกิจกรรมอื่น ๆ ภายในชุมชน และครัวเรือน เช่น กิจกรรมด้านการศึกษา (ส่งลูกเรียน) และกิจกรรมด้านการพัฒนา (สร้างถนนเข้าสู่หมู่บ้าน) ทำให้ชุมชนได้รับสินค้าในราคายุติธรรม และลดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองเพื่อซื้อสินค้า อีกทั้งยังสร้างโอกาสในการหารายได้จากกิจกรรมที่มีอยู่เดิม ดังเช่นตัวอย่างรูปแบบการดำเนินงานภายในชุมชนจากการอภิปรายของ สุวิตา (2557) ที่มีการพูดถึงรูปแบบกิจกรรมภายในสังคม ซึ่งรูปแบบที่กล่าวมานี้จะช่วยหนุนนำการพัฒนาของสังคมได้เป็นอย่างดีตามข้อเสนอของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) เสนอว่า การประกอบอาชีพและธุรกิจในการผลิตสินค้าและบริการที่สร้างงาน สร้างรายได้ ซึ่งไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของภาครัฐ เป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กของชุมชน ธุรกิจที่ผู้ทำงานเป็นเจ้าของที่อาจมีลูกจ้างหรือใช้แรงงานในครอบครัว โดยมีทั้งที่ดำเนินการโดยถูกกฎหมาย และหลีกเลี่ยงกฎหมาย หรือไม่มีกฎหมายกำกับ ธุรกิจเหล่านี้มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของไทย และรัฐควรกำหนดทิศทางบริหารจัดการที่ดีเพื่อสร้างความคุ้มครองและหลักประกันสังคม สร้างความเป็นธรรมและกระจายโอกาสในสังคม ส่งเสริมให้เป็นฐานของเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งกล่าวได้ว่า ธุรกิจทางเลือกจำนวนมากในประเทศมีลักษณะดังที่กล่าวมา การส่งเสริมให้เกิดการจัดการที่ดี และสร้างความคุ้มครอง จึงเป็นทางเลือกหนึ่ง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และยังส่งเสริมการอยู่ร่วมกันของคนในชาติให้เกิดหลักประกันการมีชีวิตที่ดี ความยุติธรรมและกระจายโอกาสของคนในสังคม ซึ่งลักษณะที่เกิดขึ้นนี้ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่มีความเป็นไปได้อย่างดีพร้อมกับเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมในรูปแบบของแนวคิดแห่งการอยู่ร่วมกันอย่างมีศีลธรรม (moral economy) ช่วยลดความขาดแคลนของชุมชน และบุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชนสามารถพัฒนาบทบาทหน้าที่ของตนเองให้สามารถช่วยค้ำจุนชุมชนให้เกิดความมั่นคง และมีเสถียรภาพได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังตัวอย่างเช่น ในแทนซาเนีย (Hyden, 2014) พบว่าเศรษฐกิจในระดับชุมชนท้องถิ่น ประกอบขึ้นด้วยความผูกพันในหลายระดับทั้งระหว่างตัวบุคคล ครอบครัว และระหว่างชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตเพื่อให้แต่ละครอบครัวสามารถดำรงสถานภาพในสังคมอยู่ได้ โดยการทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด และยังสามารถแสวงหาความพึงพอใจ แบ่งปันผลประโยชน์ หรือแม้กระทั่งจัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ มาตอบสนองการดำรงชีวิตของตนเอง และชุมชนได้ ซึ่งแม้รูปแบบการขายในตลาดนัดชุมชนในหมู่บ้านห้วยโค้งจะมีความเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ และการเดินทางก็ยิ่งส่งผลให้เกิดความมั่งคั่งขึ้นในชุมชน จากการค้าขายระหว่างกัน ซึ่งจะช่วยในการรักษาความสมดุล และความมั่นคงในแง่ต่าง ๆ จากความถนัดของแต่ละชุมชน ดังเช่นการศึกษาของ Matsumura (2009) ยืนยันว่าแม้ชุมชนชนบทในแอฟริกาจะค่อย ๆ ขึ้นกับระบบตลาด แต่การศึกษาพบว่า ชาวนาในเอธิโอเปียยังรักษาขนบธรรมเนียมในการอยู่ร่วมกันกับเศรษฐกิจแบบตลาด ผลผลิตที่ได้จึงมิได้มีความหมายเพียงสินค้าในตลาดเท่านั้น แต่อาจมีความหมายเป็นผลผลิตที่ใช้เพื่อสะสมความมั่งคั่ง หรือเพื่อแบ่งปัน

ความมั่งคั่งให้กับเครือญาติ และชุมชน เนื่องจากในการขายสินค้าในชุมชนบ้านปิดตั้งแต่ครั้งก็ยังมึลักษณะของพ่อค้าคนกลาง หรือกลุ่มเครือญาติที่เข้ามามีส่วนร่วมในการกระจายสินค้าไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ทำให้เม็ดเงินที่ได้สามารถกระจายออกไปกับกลุ่มคนได้หลายกลุ่มมากขึ้น การเปิดตลาดนัดนอกจากจะเป็นการส่งเสริมด้านการขาย และกระจายสินค้าแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการสร้างสมดุล และเสถียรภาพให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

ในรูปแบบของการส่งเสริมด้านการผลิต และการเลี้ยง และส่งเสริมด้านการตลาดควบคู่กันไปในการผลิตก็จะสามารถช่วยให้การดำเนินการส่งเสริมด้านการเกษตรเพื่อสร้างความยั่งยืนทำได้รวดเร็วขึ้น เนื่องจากมีผู้เห็นถึงความสำคัญที่จะได้จากกิจกรรมมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างความมั่นคงด้านเศรษฐกิจให้แก่ตนเองและชุมชนได้อีกทาง ดังเช่นการศึกษาของ อภินันท์ (2551 และ 2555) ที่ทำการถ่ายถอดเทคโนโลยีในการเลี้ยงปลาให้แก่ชุมชน พบว่าผลผลิตที่เกิดขึ้นสามารถกระจายตัวไปได้ในหลายรูปแบบทั้งในรูปแบบการแจก และการขายในชุมชน อีกทั้งยังสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนให้เกิดขึ้นได้ผ่านการค้าขาย และการแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ในการเลี้ยงปลา โดยจะสามารถสร้างกลุ่มการเลี้ยงปลาเพื่อป้อนสู่ตลาดการเลี้ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านการจัดตั้งกลุ่มผู้เลี้ยงปลาขึ้นมา ซึ่งส่งผลให้ปริมาณการผลิตและรายได้ของผู้เลี้ยง และชุมชนเพิ่มสูงขึ้น และถึงแม้จะเกิดความขัดแย้งขึ้นในบางครั้งความขัดแย้งดังกล่าวก็จะสามารถหาข้อยุติ และสร้างผลประโยชน์ที่ลงตัวแก่กันที่สุดในที่สุด



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

### ข้อเสนอแนะ

1 ควรมีการสร้างตลาดในกลุ่มสินค้าอื่น ๆ ให้เป็นตลาดเฉพาะของสินค้าแต่ละประเภทควบคู่กับการสร้างตลาดนัดชุมชนที่มีการขายสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยให้สินค้าสามารถกระจายตัวได้ดีขึ้นผ่านคนกลางทำให้เสถียรภาพเกิดได้เร็วยิ่งขึ้น

2. นอกจากการส่งเสริมด้านการผลิตแล้วควรมีการส่งเสริมด้านการแปรรูป การเก็บรักษาผลผลิต ในลักษณะของเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวให้กับชุมชน เพื่อยืดอายุของสินค้าให้ยาวนานขึ้น และอยู่ในตลาดได้นาน คงความสดใหม่แก่ผู้บริโภค

### References

Apinun Suvararaksha. (2008) **Conservation and breeding of Thai native fishes for protein source to rural Hill tribe people in mountainous area of Omkoi District, Chiangmai province.** Full report. National science and technology development agency northern region. Faculty of fisheries and aquatics resources. Maejo university. Chiangmai. [in Thai].

Apinun Suvararaksha. (2012) **Protein Sources Security from Aquatic Animals for Hill Tribe People and Conservation for Highland Population.** Full report. National science and technology development agency northern region. Faculty of fisheries and aquatics resources. Maejo university. Chiangmai. [in Thai].

Hyden G. (2014). **The Economy of Affection:Vanishing or Still Alive?. In Rural Development and Moral Economy in Globalizing Africa: From Comparative Perspectives.** Proceeding on 6th International Conference on African Moral Economy Africa (26-28 August 2013,Fukui Japan). 3-21.

Hyden G. (2014). **The Economy of Affection:Vanishing or Still Alive?. In Rural Development and Moral Economy in Globalizing Africa: From Comparative Perspectives.** Proceeding on 6th International Conference on African Moral Economy Africa (26-28 August 2013,Fukui Japan). 3-21.

Kiat jivakul, chaturon vatthanaphasook, Suwattana Thadaniti, Kwansuang Atibodhi, Chompoonut Nakeerak, Netnaphit Nakkhawatchara. (1982). **Market in Bangkok: Extension and development.** Bangkok. Chulalongkorn University. [in Thai].

Matsumura Keiichiro. (2009). **'Turning Wealth into Cash or Gift?. Negotiating Morality in Highland Ethiopia' in Comparative Perspectives on Moral Economy: Africa and Southeast Asia.** Proceeding on 3rd International Conference on Moral Economy of Africa (7-9 October,2006,Fukui Japan). 181-186.



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร  
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

- Matsumura Keiichiro. (2009). **‘Turning Wealth into Cash or Gift?. Negotiating Morality in Highland Ethiopia’ in Comparative Perspectives on Moral Economy: Africa and Southeast Asia.** Proceeding on 3rd International Conference on Moral Economy of Africa (7-9 October,2006,Fukui Japan). 181-186.
- Office of the National Economics and Social Development Board. (2004).**strategic of informal economy management.**(online) In annual conference on informal economy and government management. 24 june 2004. Impact arena, Mueang Thong Thani. Access on 7 july 2004. [http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/annual\\_meet/47/present/presentation\\_01Pdf](http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/annual_meet/47/present/presentation_01Pdf). [in Thai].
- Siriwan Serirat. (2003). **retailing management.** Bangkok. Dhammasarn. [in Thai].
- Sudaduang Ruengrujira. (2000). **Principle of marketing.** (9th ed). Bangkok. Yongpol Trading. [in Thai].
- Sujaritlak Deepadung and Sarinya Khammuang. (1997). **Encyclopedia of ethnic groups in thailand : Pwo Karen.** Bangkok. Sahadhammika. [in Thai]
- Suwida Thammanee Wong. (2014). **Moral economy and alternative business.** Veridian E-Journal: international humanities social sciences and art. , Silpakorn University Vol 7. No 3. 1041 - 1054. [in Thai].
- Tanansak Weigsarawin. (1990). **Ju-Ta-Ou; Food belief and practice of Karens; An Ethnographic case study of Dietary pattern in Bankleuw community, Danchang, Suphanburee.** Master’s thesis. Anthropology. Graduate school. Silpakorn University. [in Thai].
- Uruwan Yamborisut. (1993). **Factors influencing obesity in school children in Bangkok Metropolitan Area.** Siriraj Hospital Gazette, Vol. 45, No. 11. 759-769. [in Thai].
- Vina Viravaidhya and Sahar Damapong. (1998) . **The Behavior of Food Consumption.** Nonthaburi Province. Bureau of Nutrition, Ministry of Public Health. [in Thai].