



รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
ฉบับสมบูรณ์

โครงการการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนในตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

ผศ.มนตรี สิงห์วาระ
เริงชัย ตันสุชาติ ,รศ.อารีย์ เชื้อเมืองพาน
รัชनिया บังเมฆ และ คณะ

ตุลาคม 2549

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน
ในตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

คณะผู้วิจัย

1. ผศ.มนตรี สิงหะวาระ คณะเศรษฐศาสตร์ ม.แม่โจ้
2. รศ.อารีย์ เชื้อเมืองพาน คณะเศรษฐศาสตร์ ม.แม่โจ้
3. เรืองชัย ต้นสุชาติ คณะเศรษฐศาสตร์ ม.แม่โจ้
4. รัชเนีย บังเมฆ คณะบริหารธุรกิจ ม.แม่โจ้

และทีมวิจัยชุมชน

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

บอกเล่าเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นกระบวนการที่คนในชุมชนได้มาร่วมคิดทบทวนสถานการณ์ ตั้งคำถาม วางแผน หาข้อมูล ทดลองทำ วิเคราะห์ สรุปผลการทำงานและหาคำตอบเพื่อปรับปรุงงานต่อไป” กล่าวคือ งานวิจัยเพื่อ ท้องถิ่นเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เน้นการให้ “คน” ในชุมชนเข้ามาร่วมในกระบวนการวิจัย ตั้งแต่การเริ่มคิด การตั้งคำถาม การวางแผน และค้นหาคำตอบอย่างเป็นระบบ เป็นรูปธรรม โดยเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริง (Action Research) อันทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ สร้างผลงาน มีความก้าวหน้าในการแก้ปัญหาของตนเอง และสามารถใช้กระบวนการนี้ในการแก้ไข ปัญหาอื่น ๆ ในท้องถิ่น โดยมีกระบวนการศึกษาเรียนรู้อย่างเป็นเหตุเป็นผล ดังนั้นจุดเน้นของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จึงอยู่ที่ “กระบวนการ” มากกว่า “ผลลัพธ์” เพื่อให้ชาวบ้านได้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยตรง และให้งานวิจัยมีส่วนในการแก้ปัญหของชาวบ้าน รวมทั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจริงในชุมชน ซึ่งจะต้องอาศัย “เวที” (การประชุม เสวนา พุดคุยถกเถียง) เป็นวิธีการเพื่อให้คนในชุมชน ทั้งชาวบ้าน ครู นักพัฒนา สมาชิกอบต. กรรมการสหกรณ์ ข้าราชการ หรือกลุ่มคนอื่นๆ เข้ามาร่วมหา ร่วมใช้ “ปัญญา” ในกระบวนการวิจัย

“กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น” หมายถึง การทำงานอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อตอบ “คำถาม” หรือ “ความสงสัย” บางอย่าง ดังนั้นสิ่งสำคัญคือประเด็น “คำถาม” ต้องคมชัด โดยมีการแยกแยะประเด็นว่า ข้อสงสัยอยู่ตรงไหน มีการหา “ข้อมูล” ก่อนทำ มีการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีการ “วางแผน” การทำงานบนฐานข้อมูลที่มีอยู่ และในระหว่างลงมือทำมีการ “บันทึก” มีการ “ทบทวน” ความก้าวหน้า “วิเคราะห์” ความสำเร็จและอุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อ “ถอด” กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นออกมาให้ชัดเจน ในที่สุดก็จะสามารถ “สรุปบทเรียน” ตอบคำถามที่ตั้งไว้แล้วอาจจะทำให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปใช้เป็นบทเรียนสำหรับเรื่องอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป ซึ่งทั้งหมดนี้กระทำโดย “ผู้ที่สงสัย” ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นนั่นเอง ดังนั้นกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจึงเป็นงานวิจัยอีกแบบหนึ่งที่ไม่ยึดติดกับระเบียบแบบแผนทางวิชาการมากนัก แต่เป็นการสร้างความรู้ในตัวคนท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น เพื่อคนท้องถิ่น โดยมุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการทดลองทำจริง และมีการบันทึกและวิเคราะห์อย่างเป็นระเบียบ การวิจัยแบบนี้จึงไม่ใช่เครื่องมือทางวิชาการ ไม่ใช่ของศักดิ์สิทธิ์ที่ผูกขาดอยู่กับครูบาอาจารย์ แต่เป็นเครื่องมือธรรมดาที่ชาวบ้านก็ใช้เป็น เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

สกว.สำนักงานภาค ได้ใช้วิธีการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นตามแนวคิดและหลักการดังกล่าวมาแล้วในระยะเวลาหนึ่ง พบว่า ชาวบ้านหรือทีมวิจัยส่วนใหญ่สามารถสะท้อนการดำเนินงานด้วยการบอกเล่าได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็พบว่า การเขียนรายงาน เป็นปัญหาที่

สร้างความสนใจให้แก่ักวิจัยเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นด้วยความตระหนักถึงสถานการณ์ปัญหาดังกล่าว สกว.สำนักงานภาค จึงได้ปรับรูปแบบการเขียนรายงานวิจัย ให้มีความยืดหยุ่น และมีความง่ายต่อการนำเสนองานออกมาใน รูปแบบที่นักวิจัยถนัด โดยไม่ยึดติดในเรื่องของภาษาและรูปแบบที่เป็นวิชาการมากเกินไป ซึ่งเป้าหมายสำคัญของรายงานวิจัยยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอให้เห็นภาพของกระบวนการวิจัยมากกว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย โดยกลไกสำคัญที่จะช่วยให้นักวิจัยให้มีความสามารถเขียนรายงานที่นำเสนอกระบวนการวิจัยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ ศูนย์ประสานงานวิจัย (Node) ในพื้นที่ ซึ่งทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงโครงการวิจัยมาตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบการทำงานวิจัย ดังนั้น Node จะรับรู้พัฒนาการของโครงการวิจัยมาโดยตลอด บทบาทการวิเคราะห์เนื้อหาหรือกิจกรรมของโครงการจึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง Node และนักวิจัย ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวได้นำมาซึ่งการถอดบทเรียนโครงการวิจัยสู่การเขียนมาเป็นรายงานวิจัยที่มีคุณค่าในที่สุด

อย่างไรก็ตาม รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นอาจไม่สมบูรณ์แบบดังเช่นรายงานวิจัยเชิงวิชาการโดยทั่วไป หากแต่ได้คำตอบและเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัย ซึ่งท่านสามารถเข้าไปค้นหา ศึกษาและเรียนรู้เพิ่มเติมได้จากพื้นที่

สกว.สำนักงานภาค

คำนำ

จากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 ได้ทำให้ผู้บริหารประเทศ นักวิชาการและนักพัฒนาทั้งหลายได้หันมาให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจในระดับชุมชนมากขึ้น โดยการส่งเสริมหรือนโยบายส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิตหรือการส่งเสริมให้เกิดสินค้าชุมชนอย่างเข้มข้น เช่น นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลที่ตามมาจากนโยบายดังกล่าวทำให้เกิดผู้ผลิตและผลผลิตจำนวนมากจนทำให้เกิดปัญหาความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทาน ผู้ผลิตในชุมชนหลายแห่งต้องเลิกล้มไป ความล้มเหลวดังกล่าวอาจจะกล่าวได้ว่ามีสาเหตุหนึ่งมาจากความไม่พร้อมทางด้านตลาดเพราะยังไม่มีตลาดที่จะรองรับสินค้าได้อย่างเพียงพอ

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาถึงการก่อเกิด รูปแบบ ตลอดจนปัจจัยที่จะเกื้อหนุนและส่งเสริมให้เกิดตลาดนัดชุมชนเพื่อสร้างให้เกิดวงจรทางเศรษฐกิจที่สมบูรณ์ คือประกอบด้วย หน่วยผู้ผลิต หน่วยตลาด หน่วยผู้บริโภค และหน่วยงานส่งเสริมจากภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดนัดริมถนน ใน ต.ออนใต้ ที่ถือได้ว่าเป็นตลาดนัดชุมชนหนึ่งที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อไปและเป็นที่พึ่งพิงให้กับคนใน ต.ออนใต้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งแนวคิดที่สำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้เกิดมาจากความต้องการของคนในชุมชนที่ไม่ต้องการเห็นถึงความเสื่อมลงของเศรษฐกิจและสังคมชุมชนเนื่องจากการเปิดรับต่อเศรษฐกิจทุนนิยม โดยมีตลาดเป็นแหล่งดูดเงินและทรัพยากรของคนในท้องถิ่นออกสู่ภายนอกเนื่องจากกำลังซื้อของคนภายในและผู้ขายจากภายนอกชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะฉะนั้นการสร้างให้เกิดรูปแบบของตลาดนัดชุมชนที่จะสามารถปกป้องตนเองจากวิถีของทุนนิยมจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เศรษฐกิจและสังคมสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยมีพื้นฐานที่สำคัญจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและการใช้ทรัพยากรในชุมชนได้ตามศักยภาพที่มีอยู่และต้องไม่ก่อให้เกิดการเบียดเบียนธรรมชาติและสังคมในชุมชน ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ชี้ให้เห็นว่าความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนต้องเกิดจากการประสานความร่วมมือฝ่ายต่างๆในชุมชนจนเป็นเครือข่ายความร่วมมือ โดยมีตลาดนัดชุมชนทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการประสานความร่วมมือกับฝ่ายต่างๆ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและมีความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยความมุ่งมั่นและเสียสละของทีมวิจัยภายในชุมชน อันได้แก่ คุณชรินทร์ วังใจ และ คุณอินสนธิ์ กองมา ซึ่งเป็นแกนนำสำคัญภายในชุมชน นอกจากนี้ ยังต้องขอขอบคุณในความร่วมมือของทีมงาน อบต. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและชาวบ้านทุกท่านที่เสียสละเวลาในการเข้าประชุม และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อคณะวิจัยด้วยดีตลอดมา

มนตรี สิงหหาระ

ตุลาคม 2549

บทคัดย่อ

ในการศึกษาถึงแนวทาง “การพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนในตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาถึงสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานตลาดนัดสินค้าชุมชน ทั้งอดีต ปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนการทำให้เกิดแผนกลยุทธ์เพื่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินงานของตลาดนัดสินค้าชุมชนที่เหมาะสมโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วม และให้ได้ทราบถึงปัจจัยเกื้อหนุนทั้งที่มีอยู่แล้วและที่ต้องทำให้เกิดขึ้นใหม่เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดนัดสินค้าชุมชนอย่างยั่งยืน

จากผลการศึกษาทำให้ได้ทราบว่าประชาชนใน ต.ออนใต้ มีประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรมอันยาวนาน ประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และมีสถาบันการเงินชุมชนที่เข้มแข็ง คือ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนทำให้เป็นที่พึ่งทางด้านเงินทุนของคนใน ต.ออนใต้ เป็นอย่างดี นอกจากนี้ใน ต.ออนใต้ ยังมีตลาดนัดริมออน ซึ่งเป็นตลาดชุมชนที่มีมาร่วม 20 ปี ทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นมูลค่าเฉลี่ย 142,850 บาท/สัปดาห์ แต่อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมของสินค้าจากชุมชนมีค่อนข้างจะน้อยและการเติบโตของตลาดเป็นไปได้ช้า ดังนั้นทีมวิจัยชุมชนจึงได้ทำการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT และ Balance Scorecard ทำให้ได้กลยุทธ์ที่สำคัญของตลาดคือ 1) การสร้างรูปแบบการบริหารตลาดและโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม 2) การอำนวยความสะดวกทางด้านพื้นที่ 3) การพัฒนาให้เกิดศูนย์กลางสินค้าชุมชน 4) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 5) การเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ และผลการวิจัยทำให้ได้รูปแบบตลาดนัดชุมชนริมออน ที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายประสานกันของฝ่ายต่างๆ อันได้แก่ 1) คนในชุมชน 2) ผู้ผลิต 3) สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน 4) ตลาดนัดชุมชน 5) หน่วยงานภายนอกชุมชน (อบต., สถานีอนามัยประจำตำบล, มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ฯลฯ) จากกลยุทธ์ดังกล่าวได้ทำให้เกิดโครงสร้างการบริหารในรูปแบบคณะกรรมการที่มาจากการเลือกตั้งของสมาชิกในชุมชนและจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางให้เกิดวงจรทางเศรษฐกิจในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความร่วมมือ และองค์ความรู้ต่างๆในชุมชน

สำหรับปัจจัยเกื้อหนุนที่ทำให้เกิดการพัฒนาลาดนัดอย่างยั่งยืนได้แก่ 1) ปัจจัยด้านสินค้า 2) ปัจจัยทางด้านองค์กร และ 3) ปัจจัยทางด้านบุคคล นอกจากนี้ปัจจัยที่ต้องทำให้เกิดเพื่อการพัฒนาตลาดนัดอย่างยั่งยืนนั้น ได้แก่ 1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้กับคนในชุมชนได้รู้ถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่มีต่อชุมชน 3)

เร่งพัฒนาและสรรหาสินค้าหรือบริการที่พัฒนามาจากทรัพยากรในชุมชน และ 4) พัฒนาให้เกิดตลาดเฉพาะส่วนขึ้น เช่น กาฉว และตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าโดยไม่ใช้เงิน

แผนกลยุทธ์และกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยได้ถูกประยุกต์ใช้กับชุมชน แต่ก็พบกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ 1) การขาดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของผู้ขายภายนอกชุมชน 2) ชาวบ้านบางกลุ่มไม่เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ อบต. 3) ขาดการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างจริงจัง 4) ปัญหาการปรับตัวเข้าสู่การผลิตในแบบนิเวศเกษตร 5) พฤติกรรมการบริโภคนิยมและการยึดถือวัตถุมมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ ปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาและความพยายามร่วมกันของคนในชุมชนในการทำมาเข้าใจและแก้ปัญหา นอกจากนี้ยังต้องมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกิจกรรมหรือกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่ผันแปรไปในอนาคตโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเป้าหมายสำคัญ

Abstract

The study on “Community Fair Development for Developing Sustainable Community Economy in Tambon On-Tai, Sankamphaeng District, Chiang Mai” has the following objective: to study economic and social conditions including local people’s opinions toward the community fair management in the past, present and future to make a strategic plan to form an appropriate fair managing method so that community people can participate and know about supporting factors both the existing ones and the others that need to be made for sustainable development of community fair.

The result of the study revealed that people in Tambon On-Tai had a long cultural history, most of them were farmers and had a strong community financial institution i.e. credit union cooperative which provided a good support on financial matter for On-Tai people. Moreover, there was Rim-On fair which has been held continuously for 20 years resulting in economic activities worth averagely 142,850 baht per week. Nevertheless, participation of local products was low and there was no direction in market growth. So, the researcher team used SWOT analysis and Balanced Scorecard to study this issue and obtained the important strategies of the market as follows: 1) building appropriate market management and organization structure; 2) providing space facility; 3) developing center for local products; 4) participation from local people; 5) being a learning center. The result of this research helps create Rim-On fair pattern which is a cooperation among several groups i.e. 1) local people; 2) producers; 3) credit union cooperative; 4) community fair; 5) external offices (e.g. Tambon council, public health center, Maejo University, etc.). From the above strategies, the community fair has set an organization structure that consists of committee coming from election by local people and performs duties as a coordinating center for economic circle in the community. They are also a center in distribution of information, cooperation and body of knowledge in the community.

The factors supporting a sustainable fair development are as follows : 1) goods factor; 2) organization factor; and 3) personnel factor. In addition, factors that need to be done to develop a sustainable fair are 1) promoting local people’s participation; 2) distributing to the local people the information about official duties for the community; 3) improving and selecting goods or

services developed from local sources in the community; and 4) developing a specific market e.g. cow market and barter trade without using money.

Strategic and activity plans were applied in the community. However, problems arose as follows. 1) lack of cooperation and participation from vendors outside community; 2) some local people did not understand the duties of Tambon council; 3) lack of goods or services that reflected truly local identity; 4) problem of adapting themselves into eco-agricultural production; 5) local people's behavior that put more importance to materials

It needs time and community cooperation to solve these problems. Flexibility is also needed to adapt strategies or activities to suit changing social and economic environments in the future, holding on to the philosophy of sufficiency economy as the main goal.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	จ
สารบัญ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 กรอบความคิดในการทำงาน	5
1.3 คำถามการวิจัย	5
1.4 วัตถุประสงค์	6
1.5 ขอบเขตการศึกษา	6
1.6 วิธีการศึกษา	6
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central place theory)	10
2.2 เศรษฐกิจชุมชน , องค์การธุรกิจชุมชน และโครงสร้างธุรกิจชุมชน	13
2.3 การบริหาร/ การจัดการ และการจัดองค์การ	18
2.4 การบริหารและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของตลาดชุมชนโดยอาศัย แนวคิดระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard)	21
2.5 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)	22
2.6 การปรับเปลี่ยนความคิดทางยุทธศาสตร์ไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ท้องถิ่นแบบใหม่	23
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 สภาพทางเศรษฐกิจ-สังคมและสถานการณ์การดำเนินงานของตลาดนัดชุมชน	
3.1 ความเป็นมาและภูมิศาสตร์	33
3.2 สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม	36
3.3 ตลาดนัดบ้านริมออน	39
3.4 ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดนัดชุมชน	42
3.5 สภาพของผู้ซื้อผู้ขายในปัจจุบัน	48
3.6 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานตลาดนัดริมออน	64

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 รูปแบบการบริหารจัดการและรูปแบบตลาดที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดอย่างยั่งยืน	
4.1 รูปแบบการบริหารจัดการ	70
4.2 สรุปผลการทำกิจกรรม	76
4.3 รูปแบบตลาดนัดชุมชนริมถนน	92
4.4 การบริหารและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของตลาดชุมชนโดยอาศัยแนวคิดระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard)	100
4.5 เส้นทางการก้าวไปสู่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	108
บทที่ 5 บทสรุป ปัจจัยเกื้อหนุนและที่ต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อการพัฒนาตลาดนัดชุมชนอย่างยั่งยืน	
5.1 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังการมีระบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน	112
5.2 ปัจจัยเกื้อหนุนที่ตลาดมีอยู่แล้วในการทำให้ตลาดมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน	115
5.3 ปัจจัยที่ต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	117
5.4 ปัญหาอุปสรรคและแนวทางการแก้ปัญหา	118
ภาคผนวก	121
บรรณานุกรม	122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามเพศ	49
3.2 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอายุ	49
3.3 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับการศึกษา	50
3.4 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอาชีพหลัก	50
3.5 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้	51
3.6 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดออนไลน์ จำแนกตามระดับรายได้ต่อครัวเรือน	52
3.7 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดออนไลน์ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ขาย	52
3.8 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระยะเวลาทำการค้า	53
3.9 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอัตราค่าเช่าพื้นที่ต่อครั้ง	54
3.10 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามความถี่ในการขาย สินค้าต่อเดือน	54
3.11 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามแหล่งผลิตสินค้า	55
3.12 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้จากการ ขายแต่ละครั้ง	56
3.13 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามเพศ	56
3.14 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอายุ	57
3.15 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับการศึกษา	58
3.16 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอาชีพหลัก	58
3.17 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	59
3.18 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้ต่อครัวเรือน	60
3.19 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามประเภทสินค้า	60
3.20 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า	61
3.21 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า	61
3.22 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ ตลาดนัดริมถนน	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
3.23 แสดงตลาดนัดที่พ่อค้าแม่ค้าเร่ให้ความนิยมไปขายสินค้า	63
4.1 แสดงกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผน โครงการและกิจกรรม ของตลาดนัดชุมชน	103

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1 กระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน	4
2 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
3 สมรรถนะของชุมชน	25
4 แผนที่แสดงที่ตั้งตำบลออนใต้	34
5 แสดงรูปแบบตลาดนัดชุมชนริมออน	99

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6-7 นับว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 7.8 ต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540:7) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจดังกล่าวจะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในขณะที่ภาคอื่นๆของประเทศยังมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ล้าหลัง โดยเฉพาะในเขตชุมชนชนบทซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม มีฐานะที่ยากจน เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากกลุ่มบุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่สูงกว่าและมุ่งแสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนในหลายรูปแบบ ปัญหาดังกล่าวได้สั่งสมกันมาเป็นเวลาช้านานรัฐบาลก็ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 โดยเน้นให้เกษตรกรนำเอาเทคโนโลยีสมัยมาใช้ ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวทำให้เกษตรกรยากจนมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัญหาช่องว่างของรายได้ระหว่างคนร่ำรวยกับคนยากจนยิ่งทวีความรุนแรง

อีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นในชนบทก็คือปัญหาสังคมและแบบแผนการบริโภคของชาวชนบทที่เปลี่ยนแปลงไปคือมีลักษณะของการบริโภคนิยมมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็มีชุมชนในท้องถิ่นอีกเป็นจำนวนมากที่พยายามดิ้นรนให้หลุดพ้นจากการครอบงำจากระบบทุนนิยมและบริโภคนิยมเพื่อตนเองจะได้มีอิสระสามารถกำหนดวิถีชีวิตของตนเองได้ นอกจากนี้ปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แรงงานส่วนใหญ่ต้องอพยพกลับสู่ภูมิลำเนาเดิม ดังนั้นหลายชุมชนจึงพยายามรวมกลุ่มกันขึ้นมาเพื่อจัดตั้ง “องค์กรธุรกิจชุมชน” เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการแก้ไขปัญหาชุมชน และเพื่อเป็นการกระจายโอกาสดังกล่าวให้คนชุมชนด้อยโอกาสดีกว่าเพื่อใช้เป็นเครื่องมือเพื่อยกระดับการครองชีพของตนเองให้ดีขึ้นและบรรเทาปัญหาผลกระทบจากการว่างงาน

แม้แต่ภาครัฐเองก็พยายามให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากนโยบาย หนึ่งในห้าฉบับหนึ่งผลิตภัณฑ์ นโยบายหมู่บ้านละหนึ่งล้านบาท หรือการกำหนดยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาชนบทและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจชุมชนที่เกิดขึ้นในแต่ละชุมชนนั้นมีหลากหลายเช่น ธุรกิจชุมชนด้านการเงิน ด้านการผลิตรวมถึงด้านการตลาดสินค้าชุมชน ถึงแม้ว่าการดำเนินงานขององค์กรดังกล่าวจะมีความแตกต่างในด้านการจัดตั้ง

แต่เป้าหมายของธุรกิจชุมชนเหล่านี้คือ ต้องการฝึกให้คนในชุมชนรู้จักการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตัวเองโดยอาศัยศักยภาพของทรัพยากรชุมชนที่มีอยู่ ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมสร้างคน สร้างวินัยและสร้างความเอื้ออาทรของคนในชุมชน

แนวทางหนึ่งที่ UNDP และ FAO ได้เสนอเพื่อให้เกิดความสมดุลในการพัฒนาก็คือ การให้คนในชุมชนรวมกันทำตลาดชุมชนในระดับท้องถิ่น ซึ่งตลาดดังกล่าวจะทำหน้าที่ในการจัดหาปัจจัยการผลิตและสินค้าที่ชุมชนต้องการ รวมถึงเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าที่ผลิตได้ในชุมชนไปสู่ตลาดที่ใหญ่กว่า ดังนั้นหากชุมชนใดมีการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้กลไกการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนประสบความสำเร็จได้ดังรูปที่ 1 ซึ่งในปัจจุบันจะพบว่าการทำงานในรูปแบบตลาดชุมชนที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมกันนั้นมักจะเป็นร้านค้าชุมชนซึ่งการดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จเพราะการดำเนินงานเน้นการทำธุรกิจร้านค้าปลีกที่รับสินค้าจากตัวเมืองไปจำหน่ายให้กับชาวบ้านอีกทอดหนึ่ง ชาวบ้านจึงอยู่ในฐานะผู้บริโภค อย่างไรก็ตามจากการสำรวจข้อมูลชุมชนเบื้องต้นพบว่าบางชุมชนได้มีการจัดกิจกรรมตลาดนัดชุมชน โดยให้ชาวบ้านนำสินค้าที่ตนเองมีอยู่มาจำหน่ายและให้พ่อค้านำสินค้าต่างถิ่นมาจำหน่ายด้วย ซึ่งการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าวบางแห่งก็มิมีปัญหาการแข่งขันกันจนทำให้คนในชุมชนแตกแยกกันเป็นหลายฝ่าย ด้วยเหตุนี้จึงมีความพยายามจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและแกนนำในชุมชนที่จะพยายามหาแนวทางในการพัฒนาตลาดนัดสินค้าให้เป็นตลาดสินค้าชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้หากสามารถหารูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมได้ จะทำให้กลายเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนที่สร้างความรู้และเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของชุมชนได้เป็นอย่างดี

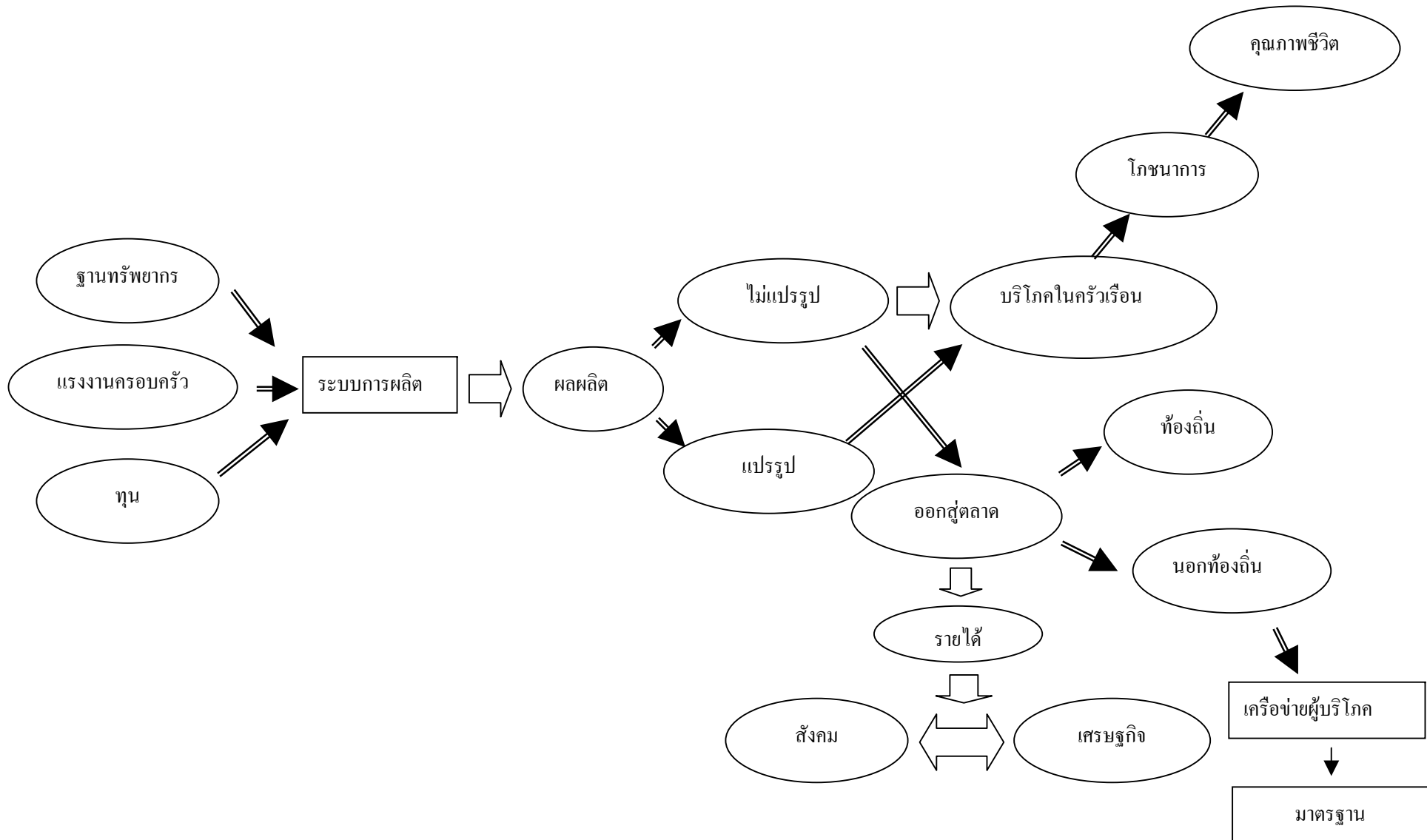
ชุมชนตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพงก็เป็นอีกชุมชนหนึ่งที่มีการจัดตั้งธุรกิจชุมชนขึ้นทั้งกลุ่มออมทรัพย์ที่เข้มแข็ง และกลุ่มการผลิตที่หลากหลาย และได้มีลานค้าตลาดนัดเพื่อใช้เป็นสถานที่ซื้อขายสินค้าของชุมชนรวมถึงเปิดโอกาสให้คนนอกชุมชนมาค้าขายด้วย ซึ่งได้มีการดำเนินอย่างต่อเนื่องและยาวนานเกือบ 30 ปี โดยมีลักษณะเป็นตลาดนัดริมถนน สินค้าที่มีการซื้อขายนั้นส่วนมาก จะเป็นสินค้าที่มีการผลิตขึ้นภายนอกชุมชน โดยเป็นจำพวกสินค้าอาหารร้อยละ 51 อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือนร้อยละ 19 ที่เหลือเป็นสินค้าทางการเกษตร เสื้อผ้า และเครื่องใช้ไฟฟ้า ประมาณร้อยละ 17

สำหรับด้านผู้ขายนั้นเป็นส่วนใหญ่เป็นพ่อค้ามีอาชีพถึงร้อยละ 65 และเป็นพ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกชุมชนถึงร้อยละ 80 ทางด้านผู้ซื้อนั้นส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ ต.ออนใต้ ประมาณร้อยละ 70 และมีเงินหมุนเวียนในตลาด 130,000 บาท/อาทิตย์ โดยประมาณ สำหรับรูปแบบการบริหารจัดการพื้นที่ในปัจจุบันเป็นในลักษณะตัวใครตัวมันกล่าว คือ มีการจัดเก็บค่าเช่าพื้นที่สำหรับขายสินค้าโดยผู้ที่เป็นเจ้าของบ้านจะจัดเก็บจากพ่อค้าแม่ค้าที่มาตั้งร้านค้าหน้าบ้านของตน

มีการตลาดมาจากคนในพื้นที่ หมู่ 3 (ตลาดตั้งอยู่) ทำหน้าที่ดูความเป็นระเบียบเรียบร้อยด้านการจราจร ความสะอาด และสาธารณสุข

แต่เนื่องจากการขยายตัวของตลาดที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นไปอย่างรวดเร็วหลังจากปี 2540 ทำให้การดำเนินงานดังกล่าวได้เกิดปัญหาขึ้นหลายประการ เช่น การจัดสรรพื้นที่ไม่มีความยุติธรรม ที่จอดรถไม่เพียงพอ เพราะเมื่อมีการจัดตลาดนัดนั้นจะทำให้ถนนแคบลงทำให้การจราจรไม่สะดวก มีขยะเป็นจำนวนมากภายหลังตลาดนัดสิ้นสุดลง ซึ่งทางองค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ต้องเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ นอกจากนี้ การไม่มีเป้าหมายหรือรูปแบบของตลาดที่ชัดเจนทำให้คนในชุมชนไม่สามารถได้รับประโยชน์ได้ตามศักยภาพที่ชุมชนมีอยู่ได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นแกนนำชุมชนโดย คุณชรินทร์ วัจใจ ได้ดำเนินงานประชุมร่วมกับชาวบ้านและองค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้และเห็นพ้องกันว่า **“ต้องการศึกษาหาแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมในการที่จะพัฒนาตลาดนัดดังกล่าวให้เป็นตลาดสินค้าชุมชนอย่างแท้จริง”** ทั้งนี้เพื่อที่จะป้องกันไม่ให้เอกชนรายใดรายหนึ่งมาฉกฉวยผลประโยชน์ของชุมชนซึ่งเป็นต้นตอของการล่มสลายในภายหน้าและต้องการตัดช่องทางของพ่อค้าคนกลางซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าให้กับผู้บริโภคได้โดยตรง ประกอบกับความต้องการที่จะทำให้คนภายในชุมชนเองได้รับประโยชน์จากตลาดชุมชนอย่างเต็มที่โดยการดึงเอาศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนออกมาใช้ประโยชน์ และการต่อยอดจากศักยภาพหรือภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชนโดยนำรูปแบบการบริหารจัดการแนวใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม เช่น ทรัพยากรที่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าและบริการ การเป็นศูนย์กลางด้านการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ และข้อมูลข่าวสารทางการตลาด รวมถึงการพัฒนานั้นจะต้องเกิดจากความพึงพอใจของชาวบ้านและทำให้สภาพเศรษฐกิจ สังคม และ ความเป็นอยู่ของผู้ที่อยู่ในชุมชนโดยรวมดีขึ้นอย่างยั่งยืน

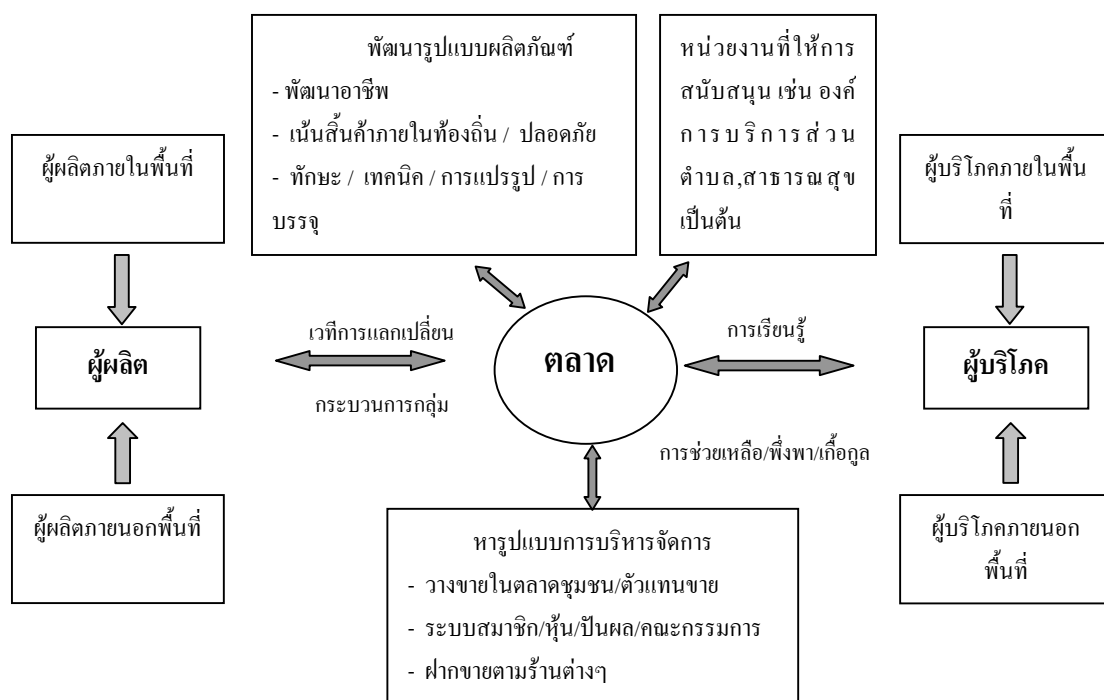
รูปที่ 1 กระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน



1.2 กรอบความคิดในการทำงาน

เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยเป็นการศึกษาร่วมกันระหว่างทีมวิจัยภายนอก และทีมวิจัยจากชุมชนเอง ซึ่งทีมวิจัยจากชุมชนนั้นได้แก่ ตัวแทนจากกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค ผู้นำชุมชน ผู้แทนจากภาครัฐในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารท้องถิ่น หน่วยงานมาตรฐานสินค้าและสาธารณสุข และหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้การสนับสนุนตลาดนัดดังกล่าว เป็นต้น ซึ่งจะศึกษาถึงองค์ประกอบของตลาด ประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ ผู้ผลิต ผู้บริโภค และรูปแบบตลาด ดังรูปที่ 2 ต่อไปนี้

รูปที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย



ที่มา : ดัดแปลงจาก แชน อะทะไซ และคณะ (2545)

1.3 คำถามการวิจัย

1. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตลาดนัดสินค้าชุมชนในเขตตำบลแม่อนได้อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จะเป็นอย่างไรเมื่อมองจากอดีต,ปัจจุบัน และอนาคต
2. ทำอย่างไรที่จะพัฒนาตลาดนัดดังกล่าวให้องค์กรการธุรกิจชุมชน โดยให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และการดำเนินงานในลักษณะดังกล่าวควรจะเป็นในรูปแบบใดจึงจะเหมาะสม และมีปัจจัยใดเป็นตัวเกื้อหนุน และปัจจัยดังกล่าวจะสร้างขึ้นหรือมีอยู่ในชุมชนแล้ว

1.4 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานตลาดนัดสินค้าชุมชนทั้งอดีต ปัจจุบันและในอนาคต
2. ทำให้เกิดแผนกลยุทธ์ในการได้มาซึ่งรูปแบบการดำเนินงานของตลาดนัดสินค้าชุมชนที่เหมาะสมโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วม
3. ศึกษาปัจจัยเกื้อหนุนทั้งที่มีอยู่แล้วและที่ต้องทำให้เกิดขึ้นใหม่ในการทำให้เกิดการพัฒนาตลาดนัดสินค้าชุมชนอย่างยั่งยืน

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นในเขตพื้นที่ ต.แม่ออนใต้ และแหล่งพื้นที่ใกล้เคียงที่เป็นแหล่งสนับสนุนทางวัตถุดิบหรือสินค้ารวมถึงกำลังซื้อจากประชาชนที่จะเข้ามาในตลาดที่ทำการศึกษาอันได้แก่พื้นที่ในเขต ต.แม่ออนเหนือ แม่ทา และบ้านธิ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ดังกล่าว ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

1.6 วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมีวิธีการศึกษาวิจัยในรูปแบบของการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวิจัย (Participatory Action Research) และจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อให้เกิดตลาดนัดชุมชนโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT) สภาพแวดล้อมภายนอกได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม ตลาด ลูกค้าและคู่แข่ง ส่วนภายใน ได้แก่ ทัศนคติความสามารถด้านต่างๆ ภายในชุมชน อันหมายรวมทั้งปริมาณและคุณภาพของสินค้า รวมถึงทรัพยากรบุคคล ซึ่งเมื่อได้ทำการมีการประชุมเชิงปฏิบัติการแล้วจะมีการถอดบทเรียนเพื่อวัดความเข้าใจ และประเมินผลการเรียนรู้ของผู้ร่วมประชุม ซึ่งรูปแบบการศึกษาในแต่ละข้อของวัตถุประสงค์พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

1.6.1 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนา (Research for Development) ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวิจัยในครั้งนี้ โดยการจัดประชุมแบบมีส่วนร่วมครั้งที่ 1 เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปถึงพัฒนาการของตลาดนัดสินค้าชุมชนจากอดีต-ปัจจุบัน และแนวโน้มที่ชาวบ้านอยากจะให้เป็นในอนาคต และการประชุมดังกล่าวจะใช้วิธีการประชุมแบบ A-I-C (Appreciation-Influence-Control) ซึ่งเทคนิคการประชุมดังกล่าวเป็นรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผน การพัฒนาและการสร้างความร่วมมือหรือแก้ไข ปัญหาความขัดแย้งได้ โดยมีวิธีการคือ

- 1) ต้องการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ของตลาดนัดสินค้าชุมชนในอดีต-ปัจจุบันเป็นอย่างไร มีพัฒนาการอย่างไร โดยการให้ผู้ร่วมประชุมทำการบอกเล่าหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- 2) ต้องการทราบแนวความคิดของคนในชุมชนว่าต้องการพัฒนาตลาดนัดสินค้าชุมชนไปในทิศทางใด

1.6.2 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3

ในการศึกษาเพื่อให้เกิดแผนกลยุทธ์ที่จะทำให้ได้มาซึ่งตลาดนัดชุมชนที่มีความเหมาะสมและเกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเองจะอาศัยการวิเคราะห์ SWOT เพื่อได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมของตลาดนัดชุมชนในส่วนของสภาพแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็ง , จุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาส , อุปสรรค ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการ คือ

จัดประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 2 มีขั้นตอน คือ

- 1) ให้ผู้เข้าร่วมประชุมแบ่งกลุ่มแล้วทำการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมพิจารณาถึงสิ่งที่ตนทำได้ดีและทำได้ไม่ดี แล้วร่วมกันให้คะแนนเพื่อกำหนดความสำคัญของจุดแข็งและจุดอ่อนในแต่ละข้อ
- 2) ให้ผู้เข้าร่วมวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านโอกาสและอุปสรรคที่จะมีผลต่อการดำเนินการของตลาดนัดชุมชน โดยมีการให้น้ำหนักต่อโอกาสและอุปสรรคเพื่อแสดงถึงขนาดของผลกระทบดังกล่าว

จัดประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 3 ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

- 1) การกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์ของกลุ่ม คือ ขั้นตอนในการกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมเศรษฐกิจซึ่งจะเกิดขึ้นในระยะ 3 ปีข้างหน้า โดยมีขั้นตอนดังนี้
 - 1.1) กระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมคิดถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต กลุ่มของตนจะเป็นอย่างไร หรือจะมีลักษณะใด
 - 1.2) จากนั้นให้ผู้เข้าร่วมช่วยกันกำหนดและเขียนภาระกิจของกลุ่ม
 - 1.3) ผู้เข้าร่วมช่วยกันกำหนดและเขียนวัตถุประสงค์ของกลุ่ม
- 2) การสร้างกลยุทธ์ทางเลือก ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างกลยุทธ์ทางเลือก ซึ่งกลุ่มต้องพิจารณาและตัดสินใจเลือกใช้เป็นแนวทางปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม โดยการสร้างกลยุทธ์ทางเลือกกระทำในขอบเขตจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของกลุ่ม โดยใช้วิธีการที่เรียกว่า SWOT matrix

จัดประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 4 ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

- 1) การจัดกระบวนการเสริมข้อมูล โดยอาจจะมีส่วนของการเพิ่มเติมข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่ง ในการนี้อาจจะเป็นการเชิญวิทยากรมาบรรยายวิเคราะห์ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจ และการตลาดชุมชนในอนาคต
- 2) การปรับปรุงกลยุทธ์ทางเลือก ผู้เข้าร่วมทำการปรับปรุงกลยุทธ์ทางเลือกโดยวิเคราะห์ โอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มเพิ่มเติมแล้วนำกลยุทธ์ใหม่กับเก่ามาสรุปเป็นกลยุทธ์ทางเลือกชุดใหม่
- 3) การประเมินกลยุทธ์ทางเลือก กลยุทธ์ที่ผ่านการประเมินแล้วจะเป็นกลยุทธ์ที่นำไปปฏิบัติต่อไป โดยการประเมินกลยุทธ์ทางเลือกทำได้ 2 ขั้นตอน คือ
 - 3.1) พิจารณาความสอดคล้องกันของกลยุทธ์ทางเลือกกับวัตถุประสงค์ของกลุ่ม โดยให้คาดการณ์ว่าจะนำกลยุทธ์ใดไปใช้แล้วจะบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มได้
 - 3.2) ประเมินโดยใช้เกณฑ์ คือ มีความเหมาะสมหรือไม่ เป็นไปได้หรือไม่ และยอมรับกันหรือไม่
- 4) การจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ ให้สมาชิกร่วมกันจัดอันดับความสำคัญโดยการให้คะแนนในแต่ละกลยุทธ์แล้วจึงจัดอันดับความสำคัญตามกลยุทธ์ที่ได้รับคะแนนมากที่สุด
- 5) ให้ชาวบ้านตั้งตัวแทนในการดำเนินงานตามแผนที่ได้จัดทำไว้

จัดประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 5

- 1) ประเมินผลการดำเนินงานพร้อมวิเคราะห์ถึงจุดร่วมและจุดที่แตกต่างที่ไม่สามารถดำเนินการร่วมกันได้ และนำไปชี้แจงต่อชาวบ้านเพื่อปรับแผนดำเนินงาน
- 2) สรุปผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการเกื้อหนุนที่ทำให้การพัฒนาตลาดนัดสินค้าชุมชนเป็นธุรกิจของคนในชุมชนได้ รวมถึงรูปแบบการดำเนินและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานว่าดีหรือไม่ดีกว่าการดำเนินงานในรูปแบบเดิม

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้รูปแบบของตลาดนัดสินค้าชุมชน ตำบล.ออนใต้ โดยมีเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและสามารถพัฒนาและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในรูปแบบของธุรกิจชุมชนซึ่งจะก่อให้เกิดการเกื้อหนุนกันในระบบธุรกิจชุมชนทั้งการเงิน ผลิตภัณฑ์และตลาดขึ้น
2. ทำให้หน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนได้ทราบถึงรูปแบบตลาดและความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งจะเป็แนวทางในการสนับสนุนได้ตรงกับสภาพเป็นจริง

3. ทำให้คนในชุมชน ต.ออนใต้ ได้มีช่องทางทางเศรษฐกิจมากขึ้นเป็นการช่วยให้เศรษฐกิจในระดับครัวเรือนเข้มแข็ง และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ตามธรรมชาติได้อย่างเกิดประโยชน์คุ้มค่า

4. คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการซื้อสินค้าได้ถูกลง มีคุณภาพดีขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการบริโภคที่หลากหลายได้ นอกจากนี้ยังเป็นการตัดตอนเพราะพ่อค้าคนกลางจะลดบทบาทลงทำให้กลไกตลาดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ผลิตสามารถขายสินค้าได้มากขึ้นเพราะตลาดจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยไม่มีข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลาและสถานที่

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเพื่อให้ได้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนในตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central place theory)
2. เศรษฐกิจชุมชน/ธุรกิจชุมชน
3. การบริหารจัดการ
4. การบริหารและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของตลาดชุมชนโดยอาศัยแนวคิดระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard)
5. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)
6. การปรับเปลี่ยนความคิดทางยุทธศาสตร์ไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นแบบใหม่

2.1 ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central place theory)

ถูกเสนอโดยนักภูมิศาสตร์ชาวเยอรมันชื่อ Walter Christaller ในปี ค.ศ. 1933 (กนกพร กระบวนศรี, 2531) เพื่ออธิบายระบบและบทบาทของเมืองในการให้บริการด้านการค้าขายและให้บริการต่างๆ แก่บริเวณรอบนอกเมือง โดยมีการตั้งสมมติฐานเพื่อลดความซ้ำซ้อนของปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้อง คือ

1. บริเวณที่ทำการศึกษเป็นที่ราบเรียบอุดมคติ (homogeneous plain) คือ เป็นพื้นที่ราบเรียบมีความอุดมสมบูรณ์เท่ากัน ระบบการคมนาคมเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและมีความสะดวกทุกทิศทาง
2. ประชากรมีการตั้งถิ่นฐานเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ มีอำนาจการซื้อและความต้องการสินค้าและบริการเท่ากัน

3. ประชากรจะใช้บริการจากแหล่งกลางที่อยู่ใกล้เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ทฤษฎีแหล่งกลางมีเนื้อหาสาระที่สำคัญคือ

1. หน้าที่ของแหล่งกลางทางด้านเศรษฐกิจ (economic function) คือ เป็นแหล่งจัดหาสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยที่สุด
2. ความเป็นแหล่งกลางขึ้นอยู่กับจำนวนและขนาดของแหล่งกลาง โดยขนาดของแหล่งกลางขึ้นอยู่กับขอบเขตของสินค้า (range of a good) ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ 2 ประการคือ

2.1 ขอบเขตของสินค้าที่เล็กที่สุด (inner range or minimum range) หมายถึง บริเวณโดยรอบขนาดที่เล็กที่สุดที่สนับสนุนให้แหล่งกลางดำเนินการได้ หรือจำนวนผู้บริโภคน้อยที่สุดที่สนับสนุนให้แหล่งกลางดำเนินการได้

2.2 ขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุด (outer range or maximum range) หมายถึง บริเวณที่ไกลที่สุดที่ผู้บริโภคจะมาใช้บริการจากแหล่งกลาง โดยขอบเขตนี้คำนึงถึง

- 1) ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของคนในพื้นที่
- 2) ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค
- 3) เวลาและความสะดวกในการเดินทาง
- 4) ประเภท ปริมาณ และราคาของสินค้าในแหล่งกลาง

3. แหล่งกลางลำดับศักดิ์สูง (higher-order central places) มีหน้าที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่าแหล่งกลางลำดับศักดิ์ต่ำ (lower-order central places)

4. แหล่งกลางลำดับศักดิ์เดียวกัน จะมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจเท่ากันและเหมือนกัน

5. แหล่งกลางลำดับศักดิ์ต่ำ มีจำนวนมากกว่าแหล่งกลางลำดับสูงและตั้งอยู่ภายในขอบเขตบริการของแหล่งกลางลำดับศักดิ์สูง ขอบเขตการให้บริการของแหล่งกลางแต่ละแห่งในแต่ละลำดับศักดิ์มีรูปทรงเป็นรูปหกเหลี่ยมด้านเท่า (hexagonal patterns)

6. จำนวนแหล่งกลางแต่ละลำดับศักดิ์ซึ่งรับบริการจากแหล่งศักดิ์ที่สูงกว่า มีกฎแห่งการกระจายตัวของแหล่งกลาง (law of central place) 3 ประการ

1) หลักการตลาด (marketing or supply principles) จำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าคือ 1 – 3 – 9 – 27 – 81 ...

2) หลักการขนส่ง (transportation or traffic principles) จำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 4 เท่าคือ 1 – 4 – 16 – 64 – 256 ...

3) หลักการบริหาร (administration or political-social principles) มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 7 เท่า คือ 1 – 7 – 49 – 343 – 2401 ... (Kolar and Nystuen , 1974 ; Bradford and Kent , 1977 อ้างใน กนกพร กระบวนศรี , 2531)

สำหรับทฤษฎีแหล่งกลางอีกแนวคิดหนึ่งถูกเสนอโดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมัน ชื่อ August Lösch ในปี ค.ศ.1939 โดยทฤษฎีดังกล่าวอธิบายถึงคุณภาพในการให้บริการแต่ละประเภทของแหล่งกลางในพื้นที่ ซึ่งมีการกำหนดเงื่อนไขเบื้องต้นเช่นเดียวกับ Christaller และสรุปสาระสำคัญคือ

1. ภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจ (economic landscape) แบ่งออกเป็น 12 เลี้ยว (sectors) จากเขตใจกลางเมืองหรือแหล่งกลางขนาดใหญ่ (metropolis) ซึ่งแบ่งเป็นเลี้ยวที่มีแหล่งกลางจำนวนมาก

(city-rich sectors) 6 เลี้ยว สลับกับเลี้ยวที่มีแหล่งกลางจำนวนน้อย (city-poor sectors) อีก 6 เลี้ยว แนวแบ่งเขตของแต่ละเลี้ยว คือเส้นทางคมนาคมที่พุ่งตรงจากเขตศูนย์กลางเมือง ขอบเขตของแหล่งกลางแต่ละแห่งมีลักษณะเป็นรูปหกเหลี่ยมด้านเท่า การกระจายของแหล่งกลางในแต่ละเลี้ยวจะพบมากบริเวณที่อยู่ห่างไกลจากเขตใจกลางเมือง

2. ค่าสัดส่วนระหว่างแหล่งกลางลำดับศักดิ์ต่ำกว่ากับแหล่งกลางลำดับศักดิ์สูงกว่า (ค่า k) มีการเปลี่ยนแปลงจากการหมุนรอบแกนของเขตใจกลางเมือง โดยมีค่า k เริ่มตั้งแต่ 3, 4, 7, 9, 12, 13, 16, 21, 25, ...

3. แหล่งกลางลำดับศักดิ์เดียวกันที่มีจำนวนสินค้าและบริการแตกต่างกัน เนื่องจากหน้าที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจพิเศษบางประเภทอาจพบในแหล่งกลางบางแห่งได้ (Parr, 1973 ; Herbert and Thomas, 1982 อ้างใน กนกพร กระบวนศรี, 2531)

ทฤษฎีแหล่งกลางของทั้ง Christaller และ Lösch ได้มีนักภูมิศาสตร์นำไปทดสอบบริเวณต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทดสอบตามแนวคิดของ Christaller ทั้งที่ทฤษฎีแหล่งกลางดังกล่าวมีข้อบกพร่องถ้าเราพิจารณาตามสภาพความเป็นจริง เช่นไม่ได้กล่าวถึงการรวมตัวทางเศรษฐกิจ การเคลื่อนย้ายของสินค้าจากแหล่งกลางลำดับศักดิ์ต่ำไปยังลำดับศักดิ์สูง และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยมีนักภูมิศาสตร์ที่นำแนวคิดของ Christaller ไปทดสอบ เช่น Ullman (1941) ได้ศึกษาที่มลรัฐอิลลินอยส์ทำให้ทฤษฎีแหล่งกลางได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก Brush (1953) ได้ศึกษาที่มลรัฐวิสคอนซินโดยการจัดลำดับศักดิ์ของแหล่งกลางจากการใช้ความหนาแน่นของประชากร และประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานเป็นเกณฑ์ พบว่ามีความใกล้เคียงกับทฤษฎีแหล่งกลางเป็นอย่างมาก Berry and Garrison (1958) ศึกษาที่มลรัฐวอชิงตันโดยการจัดลำดับศักดิ์ของแหล่งกลาง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Berry , Barnum and Tennant (1962) ซึ่งศึกษาที่มลรัฐไอโอวา และสรุปความแตกต่างของแต่ละลำดับศักดิ์ไว้อย่างชัดเจน รวมทั้งพบว่าผู้บริโภคเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อลำดับศักดิ์ (Herbert and Thomas, 1982) สำหรับ Ackerman (1978) ศึกษาในประเทศอาร์เจนตินา พบว่าความหนาแน่นของประชากรเป็นสัดส่วนกับขนาดของแหล่งกลางและหน้าที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของนักภูมิศาสตร์ส่วนมากไม่เป็นไปตามทฤษฎีแหล่งกลางทุกประการ ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดของเงื่อนไขเบื้องต้นและการละเลยสภาพความเป็นจริงบางประการไป

แม้ว่าทฤษฎีแหล่งกลางตามแนวคิดของ Lösch มีความเป็นไปได้มากกว่าของ Christaller หลายประการแต่ก็มีข้อบกพร่องเช่นกัน เช่น ไม่ได้พิจารณาการรวมตัวทางเศรษฐกิจ อิทธิพลของเมืองและความหนาแน่นของประชากรบริเวณใกล้เคียงกับใจกลางเมืองซึ่งมีผลทำให้รูปแบบของขอบเขตบริการเป็นรูปเหลี่ยมหลายด้าน และมีขนาดความแตกต่างกันโดยรูปเหลี่ยมหลายด้าน

ขนาดเล็กจะอยู่ใกล้เขตศูนย์กลางเมืองมากกว่า (Isard, 1979) ในการทดสอบของ Lösch ที่มัลรัฐ ไอโอวาก็เป็นการทดสอบตามแนวคิดมากกว่าการพิจารณาตามสภาพความเป็นจริง เนื่องจากทฤษฎีแหล่งกลางดังกล่าวมีความเหมาะสมสำหรับการทดสอบสำหรับการได้รับบริการสินค้าเฉพาะอย่างมากกว่าการทดสอบการให้บริการโดยทั่วไป เช่น ทฤษฎีแหล่งกลางของ Christaller หรือแม้แต่การทดสอบของ Nichols (1967) ก็พบว่ามีความใกล้เคียงกับทฤษฎีแหล่งกลางของ Christaller มากกว่า (Parr, 1973)

2.2 เศรษฐกิจชุมชน , องค์การธุรกิจชุมชน และโครงสร้างธุรกิจชุมชน

2.2.1 แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน

คือ การให้ความสำคัญกับหน่วยครอบครัวเป็นหลัก โดยเห็นว่าครอบครัวเป็นแหล่งป้อนกำลังแรงงานที่สำคัญให้กับภาคการผลิต แรงงานเป็นสิ่งที่มิโดยธรรมชาติอยู่แล้วไม่ต้องจัดจ้าง ความอยู่รอดของครอบครัวก็ต้องเริ่มจากการรู้จักพึ่งพาตนเองให้ได้ โดยอาศัยแรงงานในครอบครัวและทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก เมื่อสามารถอยู่รอดด้วยตนเองและมีความสามารถที่จะผลิตและสะสมได้แล้วจึงคิดที่จะขาย การขายนั้นก็มุ่งเน้นขายในชุมชนก่อนแล้วจึงคิดที่จะขยายสู่ตลาดภูมิภาคและตลาดภายในประเทศต่อไป ในหลักการของเศรษฐกิจชุมชนก็คือ เศรษฐกิจถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม แต่ในระบบแบบทุนนิยมเศรษฐกิจจะหลุดออกมาจากสังคมและวัฒนธรรมแล้วมีลักษณะหวนกลับมาทำลายสังคมและวัฒนธรรมในภายหลัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลไกตลาดได้ทำลายระบบความผูกพันแต่ดั้งเดิมของมนุษย์ลงจนหมดสิ้น (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2544)

เศรษฐกิจชุมชน มีลักษณะเป็นตัวของตัวเองมีพัฒนาการอยู่ตลอดเวลาและสามารถสร้างภูมิคุ้มกันได้ด้วยตัวเอง โดยกลุ่มทุนนิยมและกลุ่มมาร์กซิสต์ มีมุมมองว่าเศรษฐกิจแบบชุมชนเป็นระบบที่รอวันตาย และจะถูกผนวกเข้ากับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมในที่สุด แรงงานในครอบครัวจะกลายเป็นแรงงานรับจ้างและเครือข่ายครอบครัวจะสูญสลายไปในที่สุด ในขณะที่ผู้ที่เชื่อในแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนไม่เห็นเช่นนั้น พวกเขาเชื่อว่าครอบครัวและชุมชนมีภูมิคุ้มกันตัวเองและมีความสามารถพัฒนาตนเอง โดยระบบชุมชนยังคงมีการพัฒนาไปควบคู่กับกับระบบทุนนิยม ดังจะเห็นได้จากผลงานวิจัยที่ประเทศอิตาลี (Anna Bull and Paul Corner อ้างใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2544) แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจแบบครอบครัวในกิจกรรมเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมสามารถขยายตัวได้ดีในอิตาลีซึ่งเป็นกรณีที่ได้รับความสนใจทั้งจากในประเทศยุโรปและสหรัฐอเมริกา

2.2.2 องค์การธุรกิจชุมชน

ตามคำจำกัดความของคณะอนุกรรมการวางแผนพัฒนาชนบททรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค (ศิริก สาระวดี, 2540 อ้างใน ชฎารัตน์ ชุมพรัตน์, 2544) คือ ชมรมหรือสหกรณ์หรือใช้ชื่ออื่นใดที่จะมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งเพื่อทำธุรกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์และอุดมคติร่วมกันและมีการดำเนินการโดยชุมชน กล่าวคือสมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในกระบวนการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆขององค์กรทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม มีผู้นำตามธรรมชาติทั้งหญิงชายเกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการทำงานร่วมกัน

2.2.3 ธุรกิจชุมชน

คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการและ/หรือช่วยกันดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ มีการเรียนรู้และจัดการร่วมกันเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การค้าและบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน (ปาริชาติ วลัยเสถียร และ คณะ, 2540)

ธุรกิจชุมชนพอที่จะมีลักษณะที่สามารถสรุปได้คือ

- 1) ธุรกิจชุมชนจะประกอบการโดยกลุ่ม หรือองค์กรชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของและร่วมกันดำเนินกิจกรรม ตลอดจนร่วมกันรับผลประโยชน์จากการดำเนินการนั้น
- 2) การดำเนินธุรกิจชุมชนโดยมีความสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชน และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ตลอดจนมีความเกื้อกูลต่อระบบนิเวศ
- 3) โครงสร้างลักษณะการประกอบการและผลตอบแทนจะเป็นกิจกรรมการผลิต การค้าและการบริการขั้นปฐม อาศัยวัตถุดิบตามธรรมชาติหรือหาได้ในท้องถิ่น และมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน
- 4) แรงงานประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ระดับฝีมือค่อนข้างต่ำ ความชำนาญได้จากการเรียนรู้ และมีการพัฒนาฝีมือจากการถ่ายทอดโดยบรรพบุรุษหรือคนในชุมชนเดียวกัน
- 5) การบริหารจัดการ เน้นคนในชุมชนเข้าร่วมในการบริหารจัดการองค์กร โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กร

6) การจัดการและการจัดหาเงินทุน ส่วนใหญ่ได้มาจากทุนเรือนหุ้นที่ระดมจากสมาชิกและการร่วมหุ้นของหน่วยงานพัฒนาหรือบุคคลภายนอก บางส่วนได้มาจากการสนับสนุนของหน่วยงานภายนอกในรูปเงินยืมหรือสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ

7) การจัดการตลาด ส่วนใหญ่เป็นการจัดการโดยองค์กรนับตั้งแต่การรวบรวมผลผลิตการจัดหาแหล่งจำหน่าย การควบคุมราคาและคุณภาพ ตลอดจนการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตและผู้บริโภค ในระยะเริ่มแรกของการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจชุมชนจะอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานพัฒนาในการหาช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากขาดประสบการณ์ด้านการตลาด

8) การจัดสรรผลประโยชน์จากการประกอบการ นอกจากจะจัดสรรผลประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นแล้ว ยังจัดสรรกำไรบางส่วนสำหรับการบริหารจัดการ การขยายกิจการ ตลอดจนจัดสรรไว้สำหรับการดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์และกิจกรรมพัฒนาในชุมชน

จากความหมายและลักษณะของธุรกิจชุมชนข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจชุมชนเป็นการดำเนินกิจกรรมเชิงธุรกิจ ที่กระทำร่วมกันในลักษณะกลุ่มของคนในชุมชน ทั้งที่เป็นธุรกิจการผลิต การแปรรูป และการบริการ

2.2.4 โครงสร้างธุรกิจชุมชนและหลักคิดในการประกอบธุรกิจชุมชน

ชุมชนเป็นหน่วยพื้นฐานที่สำคัญของธุรกิจชุมชน จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าชุมชนจำนวนมากได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจน้อยมาก เพราะฉะนั้นการทำความเข้าใจถึงโครงสร้างของทุนในชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งพอที่จะสรุปเป็นโครงสร้างที่สำคัญได้คือ (พิทยา ว่องกุล , 2546)

1) โครงสร้างว่าด้วยทุนแห่งชีวิต หรือทุนโภคทรัพย์ที่ให้ผลผลิตแบบทวีคูณจากการปลูกพืชเลี้ยงสัตว์อย่างผสมผสาน วนเกษตร หรือการเกษตรครบวงจร และส่วนของทุนเงินตรา ได้แก่ กลุ่มออมทรัพย์และธนาคารชุมชนในรูปแบบต่างๆ ความเชื่อมโยงของปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ตามธรรมชาติทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าหรือบริการจากชุมชนมีต้นทุนลดลง ทำให้ชุมชนมีความพึ่งพิงกันสูงและมีลักษณะเป็นองค์กรร่วม

ด้วยความหลากหลายทางชีวภาพทำให้เกิดความหลากหลายในภูมิปัญญา ชุมชนสามารถผลิตสินค้าและบริการได้มากขึ้นทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของคนได้อย่างเพียงพอ เป็นการลดหรือกระจายความเสี่ยงทางการผลิตและการตลาดไปในตัว นอกจากนี้ยังลดบทบาทของการใช้เงินลงไปเพราะชุมชนใช้ระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าต่อกันควบคู่กับระบบเงินตรา

2) กฎว่าด้วยลดรายจ่ายเท่ากับเพิ่มรายได้และเพิ่มทุนในระดับชุมชน เป็นหลักคิดที่ชี้นำทิศทางการประกอบธุรกิจชุมชน มุ่งสู่เป้าหมายการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อลดรายจ่ายการซื้อสินค้าจากภายนอก

หลักคิดข้อนี้นำไปสู่แนวคิดเรื่องการแบ่งงานกันผลิตในชุมชนด้วยการแปรรูปพืชผลทางการเกษตรเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมชุมชน เข้าแทนที่อุตสาหกรรมนำเข้า เงินตราภายในชุมชนก็ไม่ไหลออกภายนอกเท่ากับเป็นการสะสมความมั่งคั่งจากภายในและเกิดสภาพคล่องของการหมุนเวียนเงินภายในชุมชนขึ้น

3) กฎว่าด้วยกองทุนชุมชน โดยการสะสมเพิ่มขึ้นของเงินทุนจากการเกิดขึ้นของกลุ่มออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า หรือกองทุนสวัสดิการต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันชีวิตที่สำคัญให้กับคนในชุมชน และสามารถสร้างระบบการเงินชุมชนให้ทุกคนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อการกู้ยืมไปประกอบอาชีพหรือเศรษฐกิจของตน

กองทุนชุมชนจะเป็นแหล่งทุนที่สำคัญทำให้วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากฐานเงินของคนในชุมชนเอง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำและผลตอบแทนจากดอกผลยังสามารถกลับคืนสู่สมาชิกในชุมชนได้อีกด้วย

4) กฎการตลาดเพื่อชุมชน วิสาหกิจหรือชุมชนที่มีการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อสนองความต้องการของชุมชนจนมากเกินไป จึงมีเหลือที่จะจำหน่ายสู่ภายนอกชุมชน ทำให้ราคาสินค้าไม่มีความผันผวนเนื่องจากไม่ได้เน้นผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากเกินไป หรือไม่ได้มุ่งเน้นที่ตลาดภายนอกจนเกินไป (ลดความเสี่ยงด้านอุปสงค์)

5) กฎว่าด้วยความหลากหลายทางธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญา ด้วยภูมิศาสตร์ประเทศไทยที่อยู่แถบเส้นศูนย์สูตรทำให้เกิดความหลากหลายในพืชพันธุ์ คนไทยสามารถเรียนรู้และสร้างสรรค์ภูมิปัญญาที่หลากหลายในการผลิตเป็นอาหาร ยา เครื่องใช้ต่างๆ เพราะฉะนั้นการนำมาประยุกต์เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจชุมชนจึงมีความเป็นไปได้และจะเป็นประโยชน์เป็นอย่างมาก

6) โครงสร้างการผลิตและปัจจัยการผลิตเป็นของชุมชน ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าบริษัทของเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดระบบการผลิตของทุนชีวิตได้หลากหลาย พืชผลการเกษตรจะค้างทุนไม่ให้รายจ่ายสูงเกินไปและสมาชิกชุมชนอยู่ได้ ทำให้สามารถกำหนดราคาสินค้าชุมชนเพื่อให้แข่งขันกับสินค้านอกตลาดได้

7) กฎว่าด้วยการปฏิสัมพันธ์แบบแนวนอนทางสังคม โครงสร้างทางธรรมชาติของประเทศไทยไม่ได้แบ่งให้พื้นที่ต่างๆในประเทศออกจากการกันเหมือนกับแถบประเทศตะวันตก การคมนาคมมีความสะดวก คนระหว่างชุมชนมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันสูง มีระบบเครือข่าย

และพวกพ้อง สร้างระบบสังคมและชุมชนที่พึ่งพากันค่อนข้างสูง มีขนบธรรมเนียมประเพณี เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของคนในชุมชนเข้าด้วยกัน ทำให้ลักษณะของชุมชนไทยเป็น ชุมชนแบบ องค์กรรวม ที่สามารถบูรณาการไปสู่ความยั่งยืนได้หากนำไปใช้อย่างถูกต้องและมีคุณธรรม

องค์ประกอบหรือโครงสร้างของธุรกิจชุมชนดังที่กล่าวมาข้างต้น เป็นฐานการพัฒนา แบบองค์กรรวมที่ยั่งยืน เพราะฉะนั้นถ้าหากเกิดผลกระทบใดๆขึ้นก็ตาม (วิกฤตเศรษฐกิจ) ชุมชนก็ สามารถที่จะพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน เพราะชุมชนเป็นเจ้าของชีวิตตนเอง มีระบบเป็นอิสระไม่ ต้องพึ่งพิงคนอื่น และสามารถจะยืนหยัดได้อย่างยาวนาน

2.2.5 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจชุมชน

ถึงแม้ว่าธุรกิจชุมชนในประเทศจะมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังมีเป็นจำนวนมากที่มีความ อ่อนแอ สามารถสรุปได้ดังนี้ (รังสรรค์ ปิติปัญญา, 2542 อ้างใน ชฎารัตน์ ชุมพรัตน์ , 2544)

ปัญหาจากปัจจัยภายใน

1) ความขาดแคลนปัจจัยที่จำเป็น คือ ทุน ความสามารถในการจัดการ (ผู้นำและ ระบบการจัดการที่ดี) และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

2) ตลาดของผลิตภัณฑ์/บริการ ของธุรกิจชุมชนมีจำกัด

3) สมาชิกขาดจิตสำนึกในการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ปัญหาจากปัจจัยภายนอก

1) นโยบายของรัฐไม่เอื้อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง

2) ผู้ส่งเสริมขาดความเข้าใจธุรกิจชุมชนอย่างเพียงพอ

3) การทำงานของหน่วยส่งเสริมธุรกิจชุมชน (รัฐองค์กรพัฒนาเอกชน และอื่นๆ) มุ่ง เน้นที่เป้าหมายของตนเองเป็นหลัก ละเลยเป้าหมายที่แท้จริงซึ่งคือการพัฒนาชาวบ้านและชุมชน ขาดการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ชาวบ้านเกิดความสับสนและเบื่อหน่ายไม่สนใจ ให้ทำกิจกรรมธุรกิจชุมชน

4) ขาดกัลยาณมิตรทางธุรกิจ

2.3 การบริหาร/ การจัดการ และการจัดองค์การ

สัมพันธ์ ภูโพนุลย์ (2540 , อ้างใน วชิรา เครือคำอ้าย , 2544) ได้กล่าวว่าคำว่าการบริหาร นิยมใช้ในทางราชการเกี่ยวกับเรื่องของนโยบายและมีความหมายกว้างกว่าคำว่าจัดการ ซึ่ง นิยมใช้ในด้านธุรกิจและเป็นเรื่องของการนำไปปฏิบัติ แต่ในปัจจุบันคำทั้งสองนี้สามารถใช้แทน กันได้และมีความหมายเหมือนกัน

2.3.1 ความหมาย การบริหาร

วิโรจน์ สารรัตนะ (2542) ได้ให้ความหมายของ **การบริหาร** คือกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์การ โดยอาศัยหน้าที่การบริหารที่สำคัญคือ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organization) การนำ (leading) และการควบคุม(controlling) หรือนักทฤษฎีบาง ท่านอาจจำแนกแตกต่างกันออกไป เช่น Fayol (อ้างใน Bartol & Others 1998) ได้จำแนกออกเป็น 5 หน้าที่ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม หรือ Gulick (อ้างใน Massie & Douglas 1981) จำแนกออกเป็น 7 หน้าที่ คือ การวางแผน การจัดองค์ การ การจัดบุคลากร การสั่งการ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ (รู้จักกันใน ชื่อย่อ POSDCoRB) นอกจากนี้ธีระวุฒิ บุญยโสภณ และ วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2534) ได้ กล่าวว่า**การบริหาร** คือการจัดการกระบวนการอย่างหนึ่งภายในองค์การ ซึ่งมีลำดับการทำงาน เป็นขั้นตอน มีกลุ่มบุคคลเป็นกลไกสำคัญในการทำงาน มีเงินทุนเครื่องจักรและวัสดุครุภัณฑ์ ต่างๆเป็นองค์ประกอบด้วย

จากความหมายขั้นต้นของการบริหารจัดการพอที่จะสรุปได้ คือ กระบวนการทำงานอย่าง มีขั้นตอน เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของกลุ่มที่ได้ตั้งเอาไว้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างให้ เกิดความพอใจแก่สมาชิก

2.3.2 คุณลักษณะของการจัดการ

การจัดการเป็นเรื่องของการวางแผนในด้านของทรัพยากรการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการซึ่ง เถาว์ลย์ นันทาทิวัฒน์ (2518 ,อ้างใน วชิรา เครือคำอ้าย , 2544) ได้สรุปถึง ลักษณะของของการจัดการไว้ดังนี้

- 1) การจัดการต้องมีจุดมุ่งหมาย
- 2) การจัดการเป็นมาตรการที่เห็นได้ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติที่มีผลต่อมนุษย์
- 3) การจัดการมักจะเกี่ยวข้องกับความพยายามของหมู่คณะ
- 4) การจัดการไม่มีตัวตน แต่ปรากฏขึ้นด้วยผลของการใช้ความพยายาม
- 5) ประสิทธิภาพทางการจัดการต้องใช้ความรู้ ทักษะและภาคปฏิบัติบาง

ประการ

2.3.3 ความสำคัญของการจัดการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2531) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่าไม่มีกิจการใดที่จะประสบความสำเร็จได้นาน ถ้าไม่มีการจัดการที่มีประสิทธิผล การกำหนดและการประสบความสำเร็จความสำเร็จวัตถุประสงค์เชิงการเมืองสังคมและเศรษฐกิจ อาศัยความสามารถของผู้จัดการอยู่มาก การจัดการถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้งานบรรลุผลสำเร็จได้ แม้ผู้ปฏิบัติงานในจุดต่างๆจะทำงานด้านเทคนิคได้ดีก็ตาม ถ้าไม่มีการประสานสอดคล้องกับงานฝ่ายอื่นๆหรือไม่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายนอกก็จะทำให้งานต่าง ๆ นั้นล้มเหลว

ระวีง เนตรโพธิ์แก้ว (2537, อ้างใน อ้างใน วชิรา เครือคำอ้าย, 2544) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่าธุรกิจต่างๆจำเป็นต้องมีการจัดการ ทั้งนี้เพื่อที่จะให้บริการแก่สังคมตามที่สังคมต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปแล้วการจัดการจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจดังนี้

- 1) ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย นั่นคือผลกำไรโดยยึดหลักประหยัดแต่ให้ได้ผลมากที่สุด
- 2) การจัดการช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานคือได้ประโยชน์สูงสุดและสำเร็จตามคาดหมาย
- 3) ช่วยพยุงและส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของชาติ
- 4) เป็นเครื่องชี้ความเสื่อมหรือความเจริญขององค์กรและของสังคมในอนาคต
- 5) เนื่องจากการแข่งขันกันมากขึ้นจึงต้องอาศัยหลักการจัดการมาใช้ปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ

2.3.4 การจัดองค์การ (organizing)

ถือเป็นหน้าที่สำคัญของผู้บริหารที่จะต้องให้ความสำคัญกับการตรวจสอบอยู่เป็นระยะ เพื่อให้มั่นใจว่าในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปโครงสร้างองค์กรเดิมที่ออกแบบไว้ยังมีความเหมาะสมที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือไม่ โดยการจัดองค์การจะประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร การออกแบบงาน การจัดแผนงานเป็นโครงสร้างองค์กร และการประสานงานในโครงสร้างองค์กร โดยมีแบบทั้งแนวดิ่งและแนวนอน (วิโรจน์ สารรัตน์, 2542)

- 1) โครงสร้างองค์กร คือ รูปแบบอย่างเป็นทางการที่แสดงถึงความเป็นปฏิสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารหรือการประสานงานที่เชื่อมโยงงานของบุคคลหรือกลุ่มในองค์กรเพื่อบรรลุจุดหมายขององค์กร โดยรูปแบบนี้จะได้จากกระบวนการออกแบบองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย หนึ่ง การออกแบบงาน สอง การจัดแผนงาน สามการจัดกลไกการประสานงานในแนวดิ่ง และ สี่การจัดกลไกการประสานงานในแนวนอน ซึ่งโครงสร้างองค์กรนี้มักแสดงให้เห็นในรูปของ แผนภูมิองค์กร (organization chart)

2) การออกแบบงาน เป็นการนำงานที่มีผลต่อการบรรลุจุดหมายขององค์การมา จำแนกออกเป็นส่วนๆ เพื่อให้เห็นถึงความเฉพาะของงาน มีการกำหนดกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละงานและจัดกลุ่มกิจกรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นเหตุผล การออกแบบงานมี 4 วิธีหลัก คือ หนึ่งการทำให้งานมีความง่ายขึ้น สองการหมุนเวียนในงาน สามการเพิ่มเนื้องาน สี่การเพิ่มคุณค่างาน

3) การจัดเป็นแผนงาน เป็นการจัดรวมงานของบุคคลเข้าเป็นหน่วย (unit) หลายหน่วยงานรวมเข้าเป็นแผนก (department) และหลายแผนกรวมเข้าเป็นหน่วยงานที่ใหญ่กว่าขึ้นไปอีกตามลำดับ ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุผลตามจุดหมายขององค์การ โดยทั่วไปการจัดเป็นแผนงานมี 4 รูปแบบ คือ 1) จัดตามหน้าที่ (functional) เป็นการคำนึงถึงความคล้ายคลึงกันในแง่ความเชี่ยวชาญ ทักษะ หรือกิจกรรมการทำงาน เช่น แผนกวิจัยและพัฒนา แผนกการผลิต และแผนกการตลาด เป็นต้น 2) จัดตามส่วนงาน (divisional) คือการคำนึงถึงความคล้ายคลึงกันในแง่การผลิต พื้นที่ภูมิศาสตร์ หรือลูกค้า 3) จัดแบบผสม (hybrid) เป็นการจัดคณะกันทั้งแบบตามหน้าที่และแบบตามส่วนงาน และ 4) จัดแบบเมตริกซ์ (matrix) โดยจัดแผนงานแบบตามส่วนงาน (อาจเป็นโครงการเพื่อบรรลุจุดหมายเฉพาะ) ขึ้นในโครงสร้างแนวนอน ให้สัมพันธ์กับแผนงานที่จัดตามหน้าที่ตามโครงสร้างสายบังคับบัญชาขององค์การในแนวตั้ง

ข้อดีและข้อเสียของการจัดแผนงานแต่ละรูปแบบ

1) รูปแบบการจัดตามหน้าที่ มีข้อดี คือ สามารถพัฒนาความเชี่ยวชาญแต่ละด้านได้อย่างลึกซึ้ง สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความประหยัด บุคคลทำงานจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อเสีย คือ การตอบสนองต่อปัญหาระหว่างหน้าที่ต่างๆทำได้ล่าช้า ทำให้ความรอบรู้ในงานด้านอื่นมีข้อจำกัด

2) รูปแบบการจัดตามส่วนงาน มีข้อดี คือ สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงขององค์การได้รวดเร็วเนื่องจากไม่ต้องขึ้นอยู่กับหน้าที่อื่น การประสานงานระหว่างหน้าที่ต่างๆทำได้สะดวก สามารถตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็ว ข้อเสีย ทำให้เกิดความสับสนเปลือง ลดความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีการแข่งขันระหว่างแผนกสูง

3) รูปแบบการจัดแบบผสมผสาน มีข้อดี เช่น องค์การสามารถเน้นความชำนาญเฉพาะทางและเกิดความประหยัดในแผนงานที่ทำตามหน้าที่ สามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามส่วนงานต่างๆ ข้อเสีย คือ เกิดความขัดแย้งระหว่างแผนกที่จัดตามหน้าที่และแผนกอื่นๆ โดยองค์การมักพัฒนาแผนกที่จัดตามหน้าที่ค่อนข้างมาก

4) จัดแบบเมตริกซ์ มีข้อดี คือ เป็นการกระจายอำนาจการตัดสินใจสู่ผู้บริหารระดับล่าง ทำให้นักบริหารระดับสูงมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ได้มากขึ้น การประสานงานและติดตามผลงานสามารถทำได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงได้

รวดเร็ว ข้อเสีย คือ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารสูง มีความสับสนในเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเนื่องจากมีผู้บังคับบัญชาสองคนอาจทำให้เกิดความขัดแย้งได้ง่าย

2.4 การบริหารและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของตลาดชุมชนโดยอาศัยแนวคิดระบบการ

ประเมินผลแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard)

ระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ หรือ Balance Scorecard เป็นที่รู้จักเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1992 โดย Robert Kaplan และ David Norton ในบทความซึ่งตีพิมพ์ใน Harvard Business Review บทความเรื่อง The Balance Scorecard - Measures that drive performance โดย Kaplan และ Norton กล่าวว่า Balance Scorecard ถือเป็นแม่บทของการวัดผลปฏิบัติงานที่ครอบคลุมการวัดผลการปฏิบัติงานในทุกๆ ด้าน และเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งได้ผนวกกลยุทธ์ในระยะยาวเข้าไว้ในระบบการจัดการโดยอาศัยกลไกของการวัดผลการปฏิบัติงาน

ระบบ Balance Scorecard จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถแปรเปลี่ยนวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ออกมาเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้กิจการถ่ายทอดความตั้งใจทางด้านกลยุทธ์ออกไปสู่พนักงานระดับต่างๆ ตลอดจนติดตามผลการปฏิบัติงานโดยการเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ กล่าวคือวิสัยทัศน์เป็นตัวบ่งบอกเป้าหมายที่จะนำกิจการไปสู่ความเป็นเลิศในที่สุด (Ultimate Goal) ส่วนกลยุทธ์คือความเข้าใจร่วม (Shared Understanding) กันระหว่างพนักงานระดับต่างๆ เกี่ยวกับเป้าหมายที่ต้องการให้บรรลุได้ในที่สุดนั้นจะไปถึงได้อย่างไร ในการนี้ระบบการวัดผลการปฏิบัติงานดุลยภาพก็จะเป็นสื่อกลางในการแปรเปลี่ยนวิสัยทัศน์ของผู้บริหารไปสู่ชุดของวัตถุประสงค์ (Objectives) ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งชุดของวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นนี้จะแปรเปลี่ยนไปสู่ระบบการวัดผลการปฏิบัติงานที่จะช่วยสื่อสารจุดเน้นทางด้านกลยุทธ์ที่มีลักษณะของการมองไปข้างหน้า และมีอำนาจอันทรงพลังไปทั่วทั้งองค์กรอย่างสัมฤทธิ์ผล

Kaplan และ Norton ยังกล่าวว่าระบบ Balanced Scorecard ประกอบด้วยตัววัดผลการปฏิบัติงานที่เป็นตัวเงิน ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิบัติงานที่ได้กระทำเสร็จสิ้น และตัววัดผลการปฏิบัติงานในระดับปฏิบัติการได้แก่ตัววัดผลการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งนำไปใช้ร่วมกับตัววัดผลการปฏิบัติงานที่เป็นตัวเงิน โดยที่ตัววัดผลการปฏิบัติงานในระดับปฏิบัติการจะสะท้อนถึงคามพึงพอใจของผู้บริโภค กระบวนการภายใน และนวัตกรรมและการพัฒนาการบริหารงานในด้านต่างๆ ซึ่ง Kaplan และ Norton เชื่อว่าตัววัดผลการปฏิบัติงานเหล่านี้จะผลักดันผลการปฏิบัติงานที่เป็นตัวเงินให้ดีขึ้นในอนาคต (วรศักดิ์, 2537)

ระบบ Balanced Scorecard ช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นถึงผลการปฏิบัติในหลายๆ ด้านในเวลาเดียวกันโดยพิจารณาจาก 4 มุมมองรวมกันไป ซึ่งจะช่วยสร้างความสมดุลระหว่าง

วัตถุประสงค์ระยะสั้นและระยะยาว และสร้างความสมดุลระหว่างตัววัดผลปฏิบัติงานที่เข้มงวด (Hard objective measures) กับตัววัดผลปฏิบัติงานที่ยืดหยุ่นได้ (Softer, more subjective measures) และยังช่วยให้ผู้บริหารตอบคำถามต่างๆ ดังนี้

1. มุมมองทางด้านลูกค้า (Customer Perspective) - ลูกค้ามองกิจการอย่างไร
2. มุมมองภายใน (Internal Perspective) – กิจการจะต้องเป็นเลิศในด้านใด
3. มุมมองทางด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ (Innovation and Learning Perspective) – กิจการจะยังคงสามารถพัฒนาและก่อให้เกิดคุณค่าต่อไปหรือไม่
4. มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) – ผู้เป็นเจ้าของมองกิจการอย่างไร

2.5 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)

เป็นเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพที่นำแนวคิดและวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการและการวิจัยแบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้

การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) หมายถึง การวิจัยเพื่อมุ่งแก้ปัญหาหรือพัฒนางานบางสิ่งที่เกิดขึ้น หรือต้องการนำมาใช้ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานขององค์กร หน่วยงานหรือชุมชน อาจเป็นการวิจัยของผู้วิจัยฝ่ายเดียวหรือมีคนในองค์กร หน่วยงานหรือคนในชุมชนร่วมด้วย มีลักษณะคล้ายการวิจัยเชิงทดลองแต่ไม่การควบคุมตัวแปรแทรกซ้อน เพราะถือว่าต้องทดลองกับสภาพปกติ ผลการวิจัยจะได้ความรู้ที่ใช้ปรับปรุง พัฒนาหรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

การวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) หมายถึง การวิจัยที่มีบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมการวิจัยทุกขั้นตอน (วิเคราะห์, เก็บข้อมูล, วิเคราะห์, สรุป, รายงานการวิจัย) อาจไม่ได้ทำเพื่อมุ่งแก้ปัญหาหรือพัฒนางานขององค์กร หน่วยงานหรือชุมชนก็ได้

การวิจัยเชิงพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) คือ การวิจัยเพื่อมุ่งแก้ปัญหาหรือพัฒนางานขององค์กร หน่วยงาน หรือชุมชนตามแนวทางที่บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่ายเข้าร่วมในกิจกรรมการวิจัยทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดกระบวนการวิจัย การทำงานอาจเกิดจากการประสานร่วมกันทั้ง 3 ฝ่าย คือ

- นักวิจัย เป็นผู้ที่มีความรู้เชี่ยวชาญด้านแนวคิดทฤษฎี ระเบียบวิธีวิจัย
- นักพัฒนา จะเป็นที่มีความรู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแก้ปัญหาในชุมชนตามนโยบาย
- ชุมชน เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับชุมชน ทั้งปัญหา ความต้องการ ข้อจำกัดของชุมชน

โดยทั้ง 3 ฝ่ายจะทำการร่วมมือกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและยอมรับซึ่งกันและกันตลอดกระบวนการวิจัย

กระบวนการและขั้นตอนการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และกำหนดความต้องการจำเป็นในการพัฒนา โดยสามฝ่ายจะทำการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน แล้วจึงร่วมกันศึกษา วิเคราะห์ปัญหา และหาสาเหตุแห่งปัญหาในชุมชน กำหนดทางเลือกในการพัฒนาหรือแก้ปัญหาตามความจำเป็นก่อนหลังของสภาพความรีบด่วนและตามทรัพยากรที่มีอยู่

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนโครงการ เป็นขั้นตอนจัดทำแผน(นักพัฒนาจะมีความเชี่ยวชาญด้านนี้) โครงการให้เป็นระบบมีการขอความคิดเห็นจากชุมชนเป็นระยะเพื่อประกอบการวางแผนอย่างรัดกุม เช่น ความเชื่อของชาวบ้านเกี่ยวกับปัญหา ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในชุมชน โดยนักวิชาการจะเข้ามาเกี่ยวข้องในเรื่องของข้อมูลทางวิชาการและแนวทางการแก้ปัญหา

ขั้นตอนที่ 3 ทดลองปฏิบัติตามแผนโครงการ เป็นการทดลองนำแผนที่จัดทำขึ้นไปทดลองใช้แก้ปัญหา โดยชุมชนอาจเป็นฝ่ายปฏิบัติตามแนวทางที่นักพัฒนาจัดทำขึ้น นักวิจัยเป็นฝ่ายกำหนดแบบแผนหรือรูปแบบการวิจัย ขณะทดลองมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อประเมินปรับเปลี่ยนแผนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ขั้นตอนที่ 4 ประเมินสรุปผลในภาพรวม เมื่อทำการทดลองเสร็จสิ้นตามระยะเวลา ผู้มีส่วนร่วมจะร่วมกันวิเคราะห์ประเมินภาพสรุป ของการดำเนินการทั้งความสำเร็จและข้อบกพร่อง ทั้งการดำเนินงาน บุคคล งบประมาณ ระยะเวลา วัสดุอุปกรณ์ และความพึงพอใจ

2.6 การปรับเปลี่ยนความคิดทางยุทธศาสตร์ไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นแบบใหม่

ตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความคิดริเริ่มในการพัฒนารอบแนวคิดและประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งต่อมาทาง สศช. ได้จำแนกองค์ประกอบของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความพอประมาณ 2) ความมีเหตุผล 3) การมีภูมิคุ้มกันตนเอง ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ต้องเกิดขึ้นพร้อมกันและพร้อมกับเงื่อนไขที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ความรู้และคุณธรรม โดยองค์ประกอบด้านความพอประมาณและความมีเหตุผลเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความยั่งยืน ของการใช้ทรัพยากรในสถานการณ์ที่ปราศจากผลกระทบจากภายนอก (deterministic optimality) ส่วนองค์ประกอบของการมีภูมิคุ้มกันนั้นจะช่วยเสริมให้เกิดความพร้อมต่อการรองรับผลกระทบจากภายนอก (stochastic optimality) (อภิชัย พันธเสน และคณะ , 2549)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เข้ามามีบทบาทต่อประเทศไทยเป็นอย่างมากในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540 ด้วยความคาดหวังที่จะช่วยกอบกู้เศรษฐกิจที่ล่มสลายไปด้วยแนวทางการพัฒนาในแบบแยกส่วน คือ การมุ่งเน้นทางวัตถุและเงินตรา มากกว่าคุณค่าทางจิตใจ ครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพยายามที่จะนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้กับเศรษฐกิจในระดับชุมชนเป็นอันดับแรก ด้วยเหตุเพราะเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศและวิถีชีวิตที่เป็นมาจากอดีตมีความง่ายในการปรับเปลี่ยนมากกว่าคนในสังคมเมืองหรือภาคอุตสาหกรรม เพราะฉะนั้นการทำให้คนในระดับรากหญ้ามีความพร้อมหรือมีภูมิคุ้มกันจากกระแสทุนนิยมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ

ในแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแนวใหม่เป็นแนวทางการพัฒนาที่ไม่มุ่งเน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจตามเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก แต่มุ่งเน้นความพอเพียงในทุกๆ ด้าน หลักการพื้นฐานที่สำคัญ คือ

- ความยุติธรรมทางสังคม
- ชุมชนในฐานะผู้นำการพัฒนา
- การพัฒนาที่จัดการโดยชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน
- ความสุขสมบูรณ์เชิงบูรณาการและแบบองค์รวม
- ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ ในท้องถิ่น
- การคำนึงถึงขีดจำกัดของระบบนิเวศท้องถิ่น
- ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของยุทธศาสตร์ท้องถิ่น

จากหลักการพื้นฐานข้างต้นนี้จะเป็นไปได้อย่างจริงในทางปฏิบัติจำเป็นต้องคำนึงถึง “สมรรถนะของชุมชน” ในแต่ละท้องถิ่น ความสำเร็จจึงจะมีความยั่งยืนเพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นแนวใหม่นี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคิดเศรษฐกิจแบบพอเพียง ดังรูปที่ 3 ต่อไปนี้

รูปที่ 3 สมรรถนะของชุมชน



การสร้างให้เกิดสมรรถนะนี้หมายถึง ความสามารถของชุมชนในการค้นหาศักยภาพของชุมชนเองทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยมีการระดมเอาศักยภาพเหล่านี้มา ส่วนกระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความพอเพียงและความยั่งยืนแก่ท้องถิ่น แนวคิดสมรรถนะของชุมชนนี้ครอบคลุมไปถึงเรื่องความสามารถของชุมชนทางด้านความรู้ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ความสามารถในการปรับปรุงสถาบันหรือสร้างสถาบันใหม่ๆขึ้นมา รวมทั้งความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนเชิงบูรณาการที่อยู่บนพื้นฐานของระบบนิเวศชุมชนและหลักการความพอเพียงเชิงนิเวศ

ถ้าสมรรถนะชุมชนมีความเข้มแข็ง ชุมชนสามารถริเริ่มดำเนินการทุกอย่างด้วยตนเองบนพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนก็จะสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างเต็มที่ แต่ถ้าสมรรถนะของชุมชนอยู่ในระดับที่อ่อนแอ วิถีชีวิตชุมชนก็จะถูกควบคุมโดยระบบทุนนิยมและเศรษฐกิจโลกได้โดยง่าย อันจะนำไปสู่อนาคตแห่งการพึ่งพาโลกาภิวัตน์และต้องอยู่บนความผันแปรไม่แน่นอน

เครื่องมือที่จะทำให้ “สมรรถนะของชุมชน” เกิดขึ้นได้อย่างเข้มแข็ง คือต้องมีกระบวนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งชุมชนเป็นผู้สร้างรากฐานทางสถาบันและเป็นผู้ดำเนินการเองอันประกอบด้วย 6 ขั้นตอน

1. ริเริ่มการวางแผน
 - วิเคราะห์ความตื่นตัว ความต้องการและโอกาสของชุมชน
 - ชุมชนเรียนรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง
2. การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร
 - พิจารณาภาพรวมของเศรษฐกิจชุมชน
 - พิจารณาความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจชุมชนกับโลกภายนอก
3. การวิเคราะห์และการตีความ

- การประเมินสมรรถนะของชุมชนสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
 - การให้ความสำคัญกับความหลากหลาย และความแตกต่างทางด้านสมรรถนะของชุมชนแต่ละท้องถิ่น
4. สร้างแผนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน
- วิสัยทัศน์ของชุมชน
 - ยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและการพึ่งตนเอง
 - โครงการพัฒนาชุมชนแบบเศรษฐกิจพอเพียง
5. ปฏิบัติการไปสู่เศรษฐกิจพอเพียง
6. ประเมินผล/ตรวจสอบ/ปรับปรุง

จะเห็นได้ว่าแนวคิด “สมรรถนะของชุมชน” และการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ได้ให้คำตอบในสองเรื่องพร้อมกัน คือ ชุมชนสามารถมีพลังที่จะรับมือกับแรงกดดันจากทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ได้มากขึ้นเพียงใด และชุมชนมีพลังอำนาจแค่ไหนที่จะนำพาตนเองไปสู่ความพอเพียงและการพึ่งพาตนเอง

การสร้างเครือข่ายสถาบันเศรษฐกิจชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางด้านสถาบัน คือ การสร้างระบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจชุมชนให้มีลักษณะคล้าย “Community Economic Complex” หรือนำเอาเครือข่ายกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ มาเชื่อมโยงประสานกันในระดับท้องถิ่น โดยจะต้องเข้าใจว่าครัวเรือนในชนบทไม่ใช่ผู้ผลิตและไม่ใช่มือถืออย่างใดอย่างหนึ่งอย่างแยกส่วน หากแต่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค (Prosumer) ในเวลาเดียวกัน โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นผลิตเพื่อท้องถิ่นและบริโภคในท้องถิ่น ครัวเรือนเหล่านี้จะรวมตัวกันเป็น “เครือข่ายของครัวเรือนเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งจะประสานสัมพันธ์เชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ ของระบบเศรษฐกิจชุมชนอันประกอบด้วยเครือข่ายสินเชื่อชุมชน (เช่น Micro Credit หรือกองทุนสินเชื่อออมทรัพย์อื่น) เครือข่ายธุรกิจชุมชน เครือข่ายเงินตราชุมชนและการแลกเปลี่ยนในท้องถิ่นรวมทั้งเครือข่ายตลาดนัดชุมชนท้องถิ่น

การสร้างระบบความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ ในท้องถิ่นดังกล่าวนี้จะช่วยให้เกิดแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงเกิดขึ้นได้ง่ายและดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพมากกว่าแนวทางที่ส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงแบบโดดเดี่ยว

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Stine (1962 อ้างใน กนกพร กระบวนศรี , 2531) ได้มีส่วนสำคัญในการศึกษาตลาดนัด โดยนำทฤษฎีแหล่งกลางของ Christaller มาประยุกต์ใช้ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับในส่วนของขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดและเล็กที่สุด โดยได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ maximum range และ minimum range ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจการเคลื่อนไหวของพ่อค้าในการให้บริการที่แหล่งกลาง ถ้า maximum range มีมากกว่าหรือเท่ากับ minimum range การให้บริการที่แหล่งกลางก็สามารถดำเนินต่อไปได้ แต่ถ้า maximum range มีค่าน้อยกว่า minimum range ก็มีทางเลือกสองกรณีสำหรับพ่อค้าคือ หยุดกิจการหรือเคลื่อนย้ายไปแหล่งอื่นเพื่อให้คุ้มกับการลงทุน แม้ว่าจะมีผู้นำแนวคิดของ Stine ไปศึกษาในพื้นที่อื่นและให้ผลที่สอดคล้องกัน แต่ก็มีนักวิชาการบางท่าน เช่น Hay (1971) กล่าวว่า การเคลื่อนย้ายขงพ่อค้าอาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดและเล็กที่สุด แต่อาจเกิดจากพ่อค้าต้องการกำไรส่วนเกิน ด้วยเหตุนี้้อาจเป็นสาเหตุให้พ่อค้าบางกลุ่มเดินทางไปขายสินค้าได้หลายแห่ง

Bromley (1971) ได้เสนอแนวคิดที่ว่าพ่อค้าอาจไม่ต้องเคลื่อนที่ถ้ามีการค้าขายสินค้าหลายประเภท เนื่องจากมีความต้องการรวมอย่างเพียงพอ และ Symanski and Webber (1973) ได้เสนอแนวคิดเพิ่มเติมว่า การเพิ่มกำไรส่วนเกินนั้นพ่อค้าสามารถทำได้ถ้ามีการรวมตัวทางด้านการค้าเพื่อลดต้นทุนบางประการลง เช่น ค่าขนส่งซึ่งมีผลต่อราคาและปริมาณสินค้าในการค้าขายนอกจากนี้ ยังได้นำกระบวนการตัดสินใจประกอบการศึกษาซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจในลักษณะและรูปแบบในพฤติกรรมของพ่อค้ามากขึ้น โดยที่ลักษณะดังกล่าวนี้ถูกกลืนจากการศึกษาในระยะแรกเริ่มซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะรายบุคคลเท่านั้น

กนกพร กระบวนศรี (2531) ได้ทำการศึกษาด้านทฤษฎีศูนย์กลางในภาคเหนือโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ คือ 1) พิจารณาโครงสร้างตลาดนัดโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีแหล่งกลางของ Christaller 2) ศึกษาพัฒนาการของตลาดนัด และ 3) ศึกษารูปแบบพัฒนาการตลาดนัด โดยมีวิธีการศึกษาคือการใช้วิธีเชิงประวัติศาสตร์และการสำรวจภาคสนาม โดยใช้พื้นที่ศึกษา 10 อำเภอ อยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 7 อำเภอ และ ลำพูน 3 อำเภอ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกระจายของตลาดนัด ประกอบด้วยเส้นทางคมนาคม ความสะดวกในการเข้าถึง และที่ตั้งซึ่งสัมพันธ์กับแหล่งตั้งถิ่นฐานของประชากรผู้บริโภค ตลาดนัดแบ่งออกได้เป็น 3 ลำดับศักดิ์ คือ ใหญ่ กลาง และเล็ก ตามจำนวนพ่อค้า ผู้บริโภคและหน้าที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจ จากลำดับศักดิ์ทั้ง 3 นี้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทตามชนิดของสินค้า คือ ตลาดที่จำหน่ายโค-กระบือ และสินค้าอื่นๆ และตลาดนัดที่จำหน่ายเฉพาะสินค้าอื่นๆ ระบบการหมุนเวียนเป็นระบบสัปดาห์ละครั้งและมีรูปแบบเป็นระบบเหลื่อม ตลาดนัดซึ่งก่อตั้งนานกว่า 20 ปีขึ้นไปมีลักษณะเป็นตลาดนัดโค-กระบือ มีระบบการหมุนเวียนมากกว่า 1 ครั้ง

ต่อสัปดาห์ มีวัตถุประสงค์สำคัญคือ ใช้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขายโคกระบือ ส่วนพ่อค้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ พ่อค้าชั่วคราวและพ่อค้าอาชีพ ปัจจัยสำคัญสำหรับการเดินทางค้าขายของพ่อค้าชั่วคราวคือ ระยะทาง ความสะดวกในการเข้าถึงและความโอปอ้อมอารีของเจ้าของตลาดนัดและผู้บริโภคในพื้นที่ ส่วนปัจจัยของพ่อค้ามืออาชีพ คือ ขนาดของตลาดนัด ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความสะดวกในการเข้าถึงและระบบหมุนเวียน

แม้ว่าปัจจุบันตลาดนัดมีจำนวนเพิ่มขึ้นและมีประเภทของสินค้าคล้ายคลึงกับตลาดในเขตเมืองแต่แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงเป็นตลาดถาวรดังเช่น ตลาดในเขตเมืองมีน้อย เนื่องจากวันนัดพบมิได้มีเพิ่มขึ้นในแต่ละรอบ เพราะอำนาจซื้อของผู้บริโภคมีน้อย ในปัจจุบันตลาดนัดมีความสำคัญต่อการให้บริการด้านการซื้อ-ขายสำหรับประชากรในเขตชนบท ดังนั้นรัฐบาลควรมีนโยบายคือ 1) ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการค้าขายผลิตผลทางการเกษตรในแต่ละท้องถิ่น 2) ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทางไปรับบริการของผู้บริโภค และ 3) ร่วมมือกับเจ้าของตลาดนัดในการรักษาความปลอดภัยสำหรับพ่อค้า และผู้บริโภค

เพ็ชรี ฐปะวิเชตร์ (2548) ได้ทำการศึกษาถึงสภาพการดำเนินการสร้างตลาดนัดชุมชน อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยการใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีแนวคิดและอุดมคติเดียวกัน โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นเวลา 2 ปี โดยใช้เวลาช่วง 2 ปีแรกสำหรับการประชุมอย่างมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากการบันทึกสรุปผลการประชุมอย่างมีส่วนร่วมจำนวน 12 ครั้ง และทำกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดชุมชน มีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับสมาชิกผู้เข้าร่วมประชุมและประชาชนในพื้นที่ มีการสำรวจพื้นที่ชุมชน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล และทำให้ได้ผลการศึกษาคือ กระบวนการประชุมอย่างมีส่วนร่วมที่เพื่อให้เกิดการก่อสร้างตลาดนัดชุมชนได้ก่อให้เกิดการระดมความคิด การปรึกษา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกที่เข้าร่วมประชุม และนำไปสู่การหาแหล่งเงินทุนเพื่อการสนับสนุนได้ในที่สุด แต่มีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือเวลาของคณะกรรมการและปัญหาการให้ความร่วมมือของสมาชิกในการเข้าประชุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกระดับผู้นำท้องถิ่นที่ขาดความสม่ำเสมอ การประสานงานในพื้นที่มีน้อย ปัญหาการขาดเจ้าภาพที่แท้จริงในการรับผิดชอบและดำเนินการสานต่อโครงการ

โดยผลของการประชุมอย่างมีส่วนร่วมได้ข้อสรุปว่าจะใช้งบประมาณการก่อสร้างจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อำเภอเชียงดาว สำหรับความสำเร็จของโครงการนั้นไม่สามารถบรรลุแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงได้ เนื่องจากการนำงบประมาณที่ได้รับไปใช้

โดยไม่มีการนำเรื่องเข้าที่ประชุมแบบมีส่วนร่วมหรือไม่มีการแจ้งให้คณะกรรมการได้ทราบก่อน และเมื่อการก่อสร้างเสร็จก็ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการเลย

ปัญญา เลิศไกร และ สุนทราภรณ์ จันทภาโส (2543) ได้ทำการศึกษาถึง โครงสร้างและ พลวัตของตลาดพืชผล ซึ่งมีพื้นที่การวิจัยอยู่ที่ ตลาดหัวอิฐ ต.โพธิ์เสด็จ อ.เมืองนครศรีธรรมราช จ. นครศรีธรรมราช โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคือ เจ้าหน้าที่ของตลาด พนักงานขับรถรับส่งผัก เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเข้าสู่ตลาด และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเท่าที่จำเป็น โดยการศึกษาตาม แนวมานุษยวิทยาเศรษฐกิจ โดยอาศัยแนวสังคมพลวัต แนวคิดแบบไดอะเลกติก และทฤษฎี บริเวณวัฒนธรรม เป็นแนวทางหลัก การวิจัยใช้ทั้งรูปแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ใช้การ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสัมภาษณ์วิเคราะห์ (focus groups) แล้วนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์ และสังเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า “ตลาดหัวอิฐ” เป็นตลาดที่มีการกำเนิดมาโดยความเหมาะสม ตามธรรมชาติ กล่าวคือ เป็นตลาดที่มีพัฒนาการมากจากสถานที่หยุดรถประจำทางเป็นการชั่วคราวเพื่อการเก็บค่าโดยสารของสายต่างๆ (สายนคร- สานสภา , นคร – พรหมคีรี , นคร – จันดี เป็นต้น) ก่อนที่จะเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองนครศรีธรรมราช และเนื่องจากรถที่มาจากนั้นมีผักเป็น สินค้าหลักในการขนส่ง บรรดาพ่อค้ารายย่อยได้เข้ามาคัดเลือกผักเพื่อนำไปขายต่อ ต่อมา นายสุ พร อินทวิเชียร ซึ่งเป็นเจ้าของสถานีให้บริการน้ำมันบริเวณนั้นได้เห็นเป็นโอกาสและพัฒนาพื้นที่บริเวณดังกล่าวเป็นตลาดหัวอิฐในเวลาต่อมา ด้วยความเหมาะสมของสถานที่ คือ การคมนาคม สะดวก มีการจัดระบบและการจัดการที่เหมาะสม เป็นต้น ทำให้ตลาดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องก็คือ **ทุกฝ่ายต่างยึดมั่นในระบบคุณธรรมและจริยธรรม** กล่าวคือ มีความซื่อสัตย์ ไว้ใจ และมั่นใจต่อกัน เอื้ออาทร ไม่เอา รัดเอาเปรียบต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร คนขับรถขนส่ง หรือพ่อค้าและแม่ค้าคนกลาง ปัจจุบันเครือข่ายรับส่งพืชผักของตลาดหัวอิฐมีลักษณะการเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่างๆและยังมี เครือข่ายโยงใยไปยังประเทศใกล้เคียงด้วย ในปัจจุบันมีปริมาณพืชผักขนส่งไม่ต่ำกว่าวันละหลาย สิบล้น คิดเป็นวงเงินหมุนเวียนวันละหลายล้านบาท ตลาดหัวอิฐสร้างให้เกิดรายได้ ช่วยสร้าง งานให้กับคนในท้องถิ่นจำนวนมาก มีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง มีผลต่อการ เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมด้านการปลูกพืชของเกษตรกรในท้องถิ่น คือ การเน้นปลูกพืชผักเพื่อการค้า ขยายมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีและวิทยาการเพื่อมาปรับใช้กับการผลิตด้านการเกษตรมากขึ้น และความสัมพันธ์ระหว่างตลาดและชุมชนเป็นไปอย่างพึ่งพาซึ่งกันและกัน

แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดหัวอิฐยังคงมีปัญหาที่แอบซ่อนอยู่ไม่น้อย เช่น ระบบรักษาความ สะอาด การเล่นหวยใต้ดินของกลุ่มคนบางกลุ่ม และปัญหาการใช้สารเคมีในการผลิตสินค้าพืชผัก

เพื่อหวังผลทางการค้ามากจนเกินไป ดังนั้น เพื่อช่วยให้วิถีตลาดของตลาดหัวอิฐ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอให้ทางการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความช่วยเหลือในบางเรื่อง เช่น จัดให้มีศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับพืชผล การศึกษาวิจัยเพื่อให้ตลาดแห่งนี้เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาเกษตรกรรมและเกษตรกร โดยการพัฒนาต้องมีความสอดคล้องกับจุดเด่นและความหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่น ส่งเสริมการแปรรูปและสายพันธุ์พืชผักที่เหมาะสม ตลอดจนการหาแนวทางเพื่อควบคุมและชี้แนะให้ทุกฝ่ายได้ตระหนักถึงผลได้และผลเสียของตลาดที่มีต่อสังคม ชุมชน และตนเอง

แซน อะทะไชย และ คณะ (2545) ได้ทำการศึกษาถึงรูปแบบการตลาดเอื้ออาทรจากกองทุนชุมชนของกลุ่มผู้ยากลำบาก อ.สันติสุข จ.น่าน โดยใช้การศึกษาแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยเน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ในอำเภอสันติสุข จ.น่าน โดยได้รับความร่วมมือจากกลุ่มผู้ยากลำบากต่างๆในพื้นที่ กลุ่มชุมชนที่เกี่ยวข้อง องค์การชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนและทีมวิจัย โดยส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนมากนั้นใช้วิธีคัดเลือกตัวแทนของแต่ละกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการพัฒนาอาชีพของชุมชนมี 2 รูปแบบ คือการสนับสนุนโดยภาครัฐ และการรวมกลุ่มพึ่งพากันเอง ในส่วนของกระบวนการก่อเกิดรูปแบบตลาดเอื้ออาทรมี 7 ขั้นตอน คือ 1) การประเมินสภาพการณ์กลุ่มอาชีพ 2) หาสาเหตุของปัญหา 3) แนวทางการแก้ปัญหา 4) ทดลองปฏิบัติตามแนวทาง 5) พัฒนาเสริมทักษะระบบการผลิต 6) สรุปผล 7) แนวคิดสู่การปฏิบัติ โดยทำให้ได้ลักษณะของตลาดนัดเอื้ออาทรที่เหมาะสมกับท้องถิ่นซึ่งมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 2 ลักษณะ คือ 1) การกำหนดสถานที่หรือจุดขายสินค้าท้องถิ่นในตลาดสด 2) การบริการส่งสินค้าถึงร้านค้า

ในส่วนของการสร้างความเข้มแข็งในกลุ่มผู้ยากลำบากนั้นมีเงื่อนไขที่ประกอบด้วย การพึ่งตนเองและพึ่งพากันเอง การเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง ความเป็นสถาบันครอบครัว การออม สภาพความเป็นผู้นำ การเป็นเครือข่ายและการมีส่วนร่วม ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนในการพัฒนา โดยในส่วนของการข้อเสนอแนะนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนตลาดนัดชุมชนอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง สร้างวิสาหกิจชุมชนให้มีความเป็นรูปธรรม ในระดับหมู่บ้านนั้นควรมีการรวมเครือข่ายธุรกิจชุมชน เพื่อเป็นหนทางในการช่วยเหลือตนเองและแก้ไขปัญหาความยากจนในชนบท

จากผลการวิจัยตลาดนัดเอื้ออาทรสามารถเกิดขึ้นจริงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยตลาดนัดเอื้ออาทรที่เกิดขึ้นประกอบด้วยสำนักของชุมชน มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน มีความร่วมมือจากคนในชุมชน การจัดการที่ดี ความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ องค์

กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ชุมชนอื่นๆสามารถนำกระบวนการศึกษาวิจัยไปขยายผลในการพัฒนาได้

รัตนพร เศรษฐกุล , 2546 ได้ทำการศึกษาถึงประวัติศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคเหนือในช่วงปี พ.ศ. 2442 – 2542 เป็นการศึกษาถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนภาคเหนือจากเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองและสังคมแบบจารีต มาสู่ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและสังคมสมัยใหม่ภายใต้ระบบการเมืองแบบรัฐชาติจนถึงปัจจุบัน โดยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน คือ **ส่วนที่ 1** การศึกษาถึงภูมิศาสตร์และภูมิหลังประวัติศาสตร์ที่กำหนดวิถีการผลิตของชาวชาวบ้านในภาคเหนือมาตั้งแต่ในอดีต **ส่วนที่ 2** ศึกษาการในช่วงของการเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านยังไม่มี การเปลี่ยนแปลงมากนักแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในเมืองใหญ่ที่มีพ่อค้าชาวต่างประเทศเข้าไปทำธุรกิจต่าง ๆ มากขึ้น ปัญหาเรื่องการคมนาคมทำให้อำนาจรัฐเข้าไปสู่ชุมชนได้ลำบาก แต่กลุ่มพ่อค้าและนายทุนตลอดจนผู้ประกอบการเดิมได้เข้าไปยึดครองจับจองที่ดินซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในชุมชนหมู่บ้าน ทำให้ปัญหาการขาดแคลนที่ดินทำกินก่อตัวขึ้นและเป็นปัญหาเรื้อรังมาตลอด โดยชาวบ้านยังดำรงชีพด้วยการทำไร่ทำนาและเก็บหาของป่า **ส่วนที่ 3** เป็นการศึกษาเศรษฐกิจชุมชนภาคเหนือในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่มีนโยบายการเข้าสู่ชุมชนมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2504 - 2524 ซึ่งผลการศึกษาพบว่าเศรษฐกิจชุมชนได้มีการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากการผลิตเพื่อการยังชีพเป็นการผลิตเพื่อการขายมากขึ้น โดยอำนาจรัฐและทุนจากภายนอกได้เข้าไปแทรกแซงระบบเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านมากขึ้น มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆเพื่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อระหว่างชุมชนเมืองกับชนบท ในช่วงของการพัฒนานี้ได้ทำให้เศรษฐกิจชุมชนภาคเหนือเปิดสู่การระบบเศรษฐกิจทุนนิยมและระบบตลาดมากขึ้น **ส่วนที่ 4** ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคเหนือที่มีการปรับมาเป็นระบบการผลิตเพื่อการค้าและอุตสาหกรรม ตลอดจนการขยายตัวของธุรกิจภาคบริการซึ่งทำให้ภาคเหนือปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในหลายๆพื้นที่ การปรับเปลี่ยนมาสู่วิถีการผลิตแบบทุนนิยมทำให้ชาวนาต้องเสียที่ดินในการทำมาหากินและลูกหลานได้ก้าวเข้าเป็นแรงงานรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม โรงแรม และร้านอาหาร การสูญเสียที่ดินของชาวบ้านได้ส่งผลกระทบต่อวิถีการผลิตทางการเกษตรทำให้เกิดการโอนย้ายทรัพยากรจากภาคการเกษตรเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการ และผลที่ตามมาคือ เกิดความไม่แน่นอนในการดำรงชีพทำให้ชาวบ้านต้องหันมาพึ่งวัฒนธรรมชุมชนในการแก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหา เช่น การสร้างกลุ่มร่วมมือในชุมชน การเรียกร้องสิทธิในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ และการฟื้นฟูเศรษฐกิจพึ่งตนเองในอดีตให้กลับมาอีก

หนึ่งศตวรรษที่ผ่านมาของเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคเหนือแสดงให้เห็นอำนาจของรัฐที่เข้าไปแทรกแซงชุมชนอย่างช้าๆ เพื่อดูดซับเอาผลประโยชน์และรายได้จากชุมชนหมู่บ้าน นำเอานโยบายเศรษฐกิจระดับชาติมาครอบงำและชักนำให้ชาวบ้านได้ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตแบบดั้งเดิมที่มีความมั่นคงและยั่งยืนมาเป็นระบบการผลิตแบบทุนนิยมที่พึ่งพาตลาดมากกว่าการพึ่งตนเอง เนื่องจากกระบวนการวัฒนธรรมชุมชนที่เข้มแข็งด้วยจารีตประเพณีและระบบเครือญาติ ทำให้ชุมชนในภาคเหนือหลายแห่งยังรับมือกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมได้

บทที่ 3

สภาพทางเศรษฐกิจ-สังคมและสถานภาพการดำเนินงานของตลาดนัดชุมชน

3.1 ความเป็นมาและภูมิศาสตร์

1. ประวัติความเป็นมาอำเภอแม่ออน

ตามหลักศิลาจารึกของวัดเชียงแสน ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง สันนิษฐานว่าได้มีการอพยพของคนท้องถิ่นจากพันนาภูเลา แขวงเมืองเชียงแสน (อยู่ในจังหวัดเชียงราย) มาตั้งบ้านเรือนอยู่ริมบ้านแม่ออน ต่อมาเมื่อเจริญขึ้นได้ยกฐานะเป็นอำเภอชื่อว่า “แขวงแม่ออน” อยู่ในปกครองของนครเชียงใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2445 รัชสมัยของพระเจ้าอินทวโรรส ได้เกิดกบฏเงี้ยว ที่แขวงแม่ออนมีเงี้ยว 11 คน มีอาวุธครบมือบุกปล้นโรงกลั่นสุราที่บ้านป่าไผ่ ตำบลแช่ช้าง และเผ่าที่ทำการแขวงแม่ออนจนเสียหายมาก ในปีพ.ศ. 2446 ทางกรมจิงย้ายที่ทำการแขวงแม่ออน มาสร้างที่บ้านสันกำแพง ตั้งแต่นั้นเป็นมา จึงได้ชื่อว่า “อำเภอสันกำแพง”

ในปีพ.ศ. 2537 กระทรวงมหาดไทยได้แบ่งพื้นที่บางส่วนของอำเภอสันกำแพง รวม 6 ตำบล ยกฐานะเป็น “กิ่งอำเภอแม่ออน” เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2530

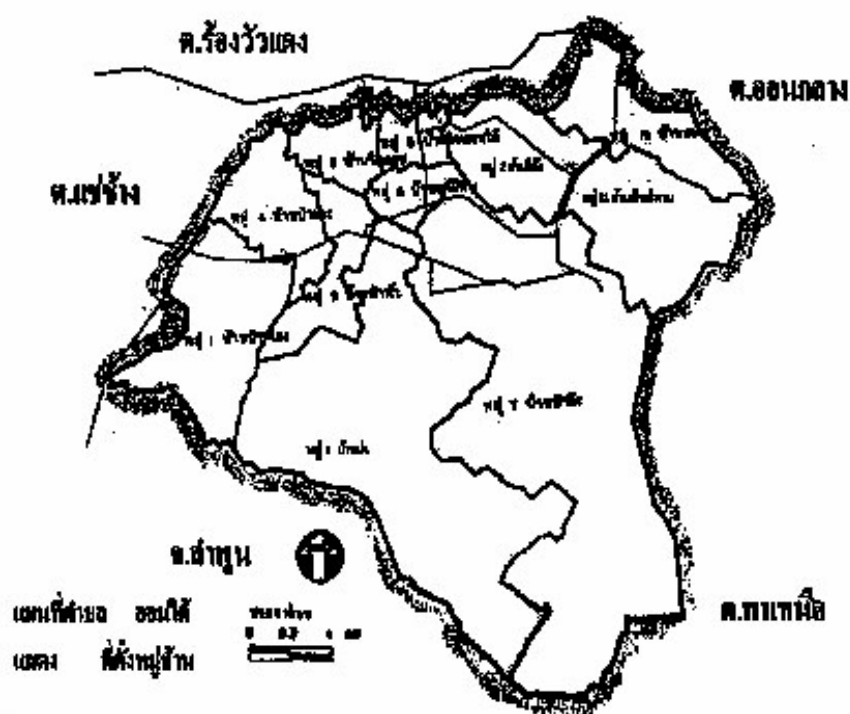
2. ที่ตั้งและขนาด

ตำบลออนใต้ เป็นหนึ่งในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอสันกำแพง มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 28,966 ไร่ หรือ 46.34 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตดังนี้คือ

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลออนใต้ โดยใช้น้ำแม่ออนเป็นแนวแบ่งเขต
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลทาเหนือ โดยใช้สันเขาเป็นแนวแบ่งเขต
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลออนกลาง โดยใช้คันนาเป็นแนวแบ่งเขต
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบลแช่ช้าง โดยใช้เหมืองลึกเป็นแนวแบ่งเขต

ระยะห่างจากอำเภอประมาณ 7 กิโลเมตร เนื้อที่รวมทั้งหมด 28,966 ไร่ หรือ 46.34 ตารางกิโลเมตร

รูปที่ 4 แผนที่แสดงที่ตั้งตำบลออนใต้



3. สภาพภูมิศาสตร์

เป็นที่ราบลุ่ม และที่ราบเชิงเขา อยู่ในชั้นความสูงประมาณ 340 เมตรลาดเอียงมาทางทิศตะวันตก มีน้ำแม่ออนไหลผ่าน ซึ่งเป็นสายหลักสำคัญของตำบล เส้นทางคมนาคมมีถนนแยกจากทางหลวงเข้าสู่ตำบล ประชาชนอาศัยกระจายตามเส้นทางคมนาคมภายในตำบล

4. จำนวนหมู่บ้าน 11 หมู่บ้าน ในเขต อบต. ทั้ง 11 หมู่บ้าน ได้แก่

- | หมู่ที่ | บ้าน |
|---------|---------------|
| 1 | บ้านป่าเหียง |
| 2 | บ้านโห้ง |
| 3 | บ้านริมออน |
| 4 | บ้านป่าแะ |
| 5 | บ้านริมออนใต้ |
| 6 | บ้านแม่ผาแหน |
| 7 | บ้านป่าตึง |
| 8 | บ้านปง |
| 9 | บ้านป่าห้ำ |
| 10 | บ้านแพะ |
| 11 | บ้านป่าปางาม |

5. ประชากร

ประชากรทั้งสิ้น 4,427 คน แยกเป็น ชาย 2,184 คน หญิง 2,243 คน มีความหนาแน่นเฉลี่ย 86 คน/ตารางกิโลเมตร

หมู่ที่	บ้าน	จำนวนประชากร			จำนวนครัวเรือน
		ชาย	หญิง	รวม	
1	บ้านป่าเหียง	145	131	276	81
2	บ้านโห้ง	201	208	409	115
3	บ้านริมออน	182	211	393	116
4	บ้านป่าแะ	227	232	459	132
5	บ้านริมออนใต้	80	90	170	49
6	บ้านแม่ผาแหน	308	291	599	178
7	บ้านป่าตึง	330	352	682	194
8	บ้านปง	168	177	345	102
9	บ้านป่าห้ำ	222	248	470	147
10	บ้านแพะ	178	171	349	91
11	บ้านป่าปางาม	143	132	275	86
รวม		2,184	2,243	4,427	1,291

3.2 สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

สภาพทางเศรษฐกิจ

1. อาชีพ

อาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม ทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ รับจ้าง ทอผ้า

อาชีพเสริม คือ เย็บปัก ทำกระดาษสา ทำดอกไม้จัน จักรสาน รับจ้างเย็บตัดเสื้อ

2. ข้อมูลทางด้านเกษตรกรรม

- 1) ข้อมูลการเพาะปลูก ข้าว ยาสูบ ข้าวโพด พริก ลำไย มะม่วง พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ตำบลออนใต้ ผลผลิต 1,111,850 กิโลกรัมต่อปี ช่วงการเพาะปลูก หมุนเวียนกันตลอดปี ปัญหาและอุปสรรค คือ ราคาน้ำ
- 2) ข้อมูลการด้านการเลี้ยงสัตว์ เช่น สุกร โคนม ไก่ พื้นที่เลี้ยง ตำบลออนใต้ เกือบทุกครัวเรือน สุกร จำนวนผลผลิต 3,500 ตัวต่อปี โคนม จำนวนผลผลิต 1,500 ตัว ไก่ จำนวนผลผลิต 8,940 ตัวต่อปี ช่วงการเลี้ยง ตลอดปี ปัญหาและอุปสรรค ไม่มี
- 3) ข้อมูลทางด้านการประมง เลี้ยงปลาในกระชัง พื้นที่เลี้ยง อ่างเก็บน้ำห้วยลาน หมู่ที่ 8 ตำบลออนใต้ ผลผลิต 144,000 ตัวต่อปี ช่วงการเลี้ยง ตลอดปี ปัญหาและอุปสรรค ช่วงฤดูฝนปลาจะสำลักน้ำทำให้ตายได้

3. หน่วยธุรกิจในเขต อบต.

- ปิมน้ำมันและก๊าซ	5	แห่ง
- โรงสี	5	แห่ง
- โรงงานอุตสาหกรรม	-	แห่ง

สภาพทางสังคม

1. การศึกษา

- โรงเรียนประถมศึกษา	2	แห่ง
1) โรงเรียนวัดบ้านโห้ง	จำนวนนักเรียน	101 คน
2) โรงเรียนวัดแม่ผาแห่น	จำนวนนักเรียน	204 คน
- ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน/ห้องสมุดประชาชน	11	แห่ง

2. สถาบันและองค์กรทางศาสนา มีวัด/สำนักสงฆ์ทั้งหมด 8 แห่ง ได้แก่

- วัดป่าตึง ที่ตั้ง เลขที่ 76 บ้านป่าตึง หมู่ที่ 7 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง

จังหวัดเชียงใหม่

- วัดแม่ผาเหวน ที่ตั้ง เลขที่ 2 บ้านแม่ผาเหวน หมู่ที่ 6 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

- วัดป่าแะ ที่ตั้ง เลขที่ 12 บ้านป่าแะ หมู่ที่ 4 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

- วัดป่าห้าว ที่ตั้ง เลขที่ 110 บ้านป่าห้าว หมู่ที่ 9 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

- วัดอรุณโชติการาม ที่ตั้ง เลขที่ 48 บ้านริมออน หมู่ที่ 3 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

- วัดบ้านโห้ง ที่ตั้ง เลขที่ 1 บ้านโห้ง หมู่ที่ 2 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

- อารามบ้านแพะ ที่ตั้ง เลขที่ 84 บ้านแพะ หมู่ที่ 10 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

- สำนักปฏิบัติธรรม ที่ตั้ง บ้านป่าเหียง หมู่ที่ 1 ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

3. สาธารณสุข

- สถานีอนามัยประจำตำบล/หมู่บ้าน 1 แห่ง (ตั้งอยู่ หมู่ที่ 6)
- อัตราการมีและใช้ส้วมราดน้ำ ร้อยละ 100

4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- สถานีตำรวจชุมชนตำบลออนใต้ 1 แห่ง (ตั้งอยู่ หมู่ที่ 8)

การบริการพื้นฐาน

1. การคมนาคม

การคมนาคม มีเส้นทางหลัก 2 สาย ประกอบด้วย

- 1) ถนนเชียงใหม่ - แม่ออน เป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก
- 2) ถนนสันกำแพง - บ้านธิ เป็นถนนลาดยางแอสฟัลท์

การเดินทางเข้าสู่ตำบลออนใต้โดยรถยนต์ส่วนตัวมี 3 เส้นทาง

1) เดินทางจากเชียงใหม่ โดยทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 1317 ถนนเชียงใหม่-กิ่งอำเภอแม่ออน มุ่งหน้ามาทางทิศตะวันออก เมื่อมาถึงทางสี่แยกบริเวณหมู่บ้านคอยยาว ตำบลแช่ช้าง อำเภอสันกำแพง ก็เลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1147 ถนนสาย สันกำแพง-บ้านธิ ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร บริเวณ หมู่ที่ 1 ตำบลออนใต้ จะมีถนน รพช.สาย บ้านป่าเหียง-บ้านป่าดิง เป็นถนนสายหลักเข้าสู่ตำบลออนใต้ ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร

2) เดินทางจาก ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 1006 ตอนเชียงใหม่-สันกำแพง เป็นถนนเชื่อมจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 ระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตร ผ่านเขตเทศบาลของอำเภอสันกำแพง แล้วแยกมาตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1147 เข้าสู่ ตำบลแช่ช้าง อำเภอสันกำแพงระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร จนมาถึงหมู่ที่ 1 ตำบลออนใต้จะมีถนน รพช. สายบ้านป่าเหียง- ป่าตึง เป็นถนนสายหลักเข้าสู่ตำบลระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร

3) ถนนทางหลวง จังหวัดหมายเลข 1006 ตอนเชียงใหม่-สันกำแพง เป็นถนนเชื่อมจาก ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 11 ผ่านเขตสุขภาพของอำเภอสันกำแพงมาทางด้านตะวันออกของอำเภอ เข้าสู่ตำบลออนใต้ ระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร แยกเข้าสู่ตำบลออนใต้ บริเวณหมู่ที่ 7 ของตำบลออนใต้ อยู่ด้านเหนือของตำบลออนใต้ ถนน รพช. หมายเลข 12026 เชื่อมกับทางหลวงสายนี้ เข้าสู่ตำบลออนใต้ ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร

2. การโทรคมนาคม

- โทรศัพท์สาธารณะ 11 ตู้

3. การไฟฟ้า

- จำนวน 11 หมู่บ้าน จำนวนครัวเรือนที่ใช้ไฟฟ้า 1,291 ครัวเรือน

4. แหล่งน้ำธรรมชาติ

- ลำน้ำ - ลำห้วย 3 สาย
- บึง, หนอง และอื่น ๆ 7 แห่ง

5. แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

- ฝาย 3 แห่ง
- บ่อน้ำตื้น 1,200 แห่ง
- บ่อโยก 9 แห่ง
- ประปา 8 แห่ง

ข้อมูลอื่น ๆ

1. ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่

- ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ได้แก่ ป่าไม้

2. มวลชนจัดตั้ง

- สมาชิกแจ้งข่าวอาชญากรรม 1 รุ่น 120 คน

3.3 ตลาดนัดบ้านริมออน

3.3.1 ประวัติตลาดนัดบ้านริมออนและกลุ่มผู้ผลิตที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดนัดชุมชน

ตลาดนัดริมออนตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ 3 ต. ออนใต้ จากการสัมภาษณ์ กำนันบ้านริมออน นายอดุลย์ อินก้อนวงศ์ ได้ให้สัมภาษณ์ถึงความเป็นมาของตลาดนัดออนใต้ว่ามีการตั้งขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2524-2525 จนกระทั่งปัจจุบันก็นับเวลาได้ 25 ปี โดยลุงคำ กันทะวงศ์ ในช่วงเริ่มแรกนั้นได้ทำเป็นเพิงมุงหญ้าคาที่หน้าบ้านของตนเองเพื่อทำการค้าขายเองและให้พ่อค้าแม่ค้ามาวางขายผัก หรือเนื้อหมู จากนั้นจึงมีการขยายพื้นที่การขายออกมาเรื่อยๆตามถนนสองข้างทาง ซึ่งอาศัยพื้นที่หน้าบ้านที่อยู่สองข้างถนน การขยายตัวของตลาดนั้นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงแรกนั้นยังไม่มีมีการเก็บค่าเช่าแผงหรือค่าเช่าพื้นที่ เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2526-2527 มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากขึ้นทำให้พื้นที่ไม่เพียงพอจึงได้มีการเริ่มเก็บค่าเช่าพื้นที่ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2540 ที่เป็นช่วงของการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้เกิดผู้ขายจำนวนมากขึ้นเป็นอย่างมาก เพราะปัญหาการตกงานของแรงงานในเมือง

ผู้ที่เป็แม่ค้าและพ่อค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มาจากภายนอกพื้นที่ ต.ออนใต้ จากการคาดการณ์แล้วน่าจะมถึง ร้อยละ 80 ส่วนที่เหลือจึงเป็นคนที่อยู่ในชุมชนเองประมาณร้อยละ 20 ในขณะที่ผู้ซื้อนั้นเป็นคนในชุมชนเองประมาณร้อยละ 70 และเป็นบุคคลที่มาจากภายนอกพื้นที่ ร้อยละ 30 สินค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าและอาหารกึ่งสำเร็จรูป ในขณะที่สินค้าด้านการเกษตรนั้นมีมูลค่าน้อยกว่ามาก การเติบโตของตลาดทั้งปริมาณซื้อและขายนั้นเกิดขึ้นตามธรรมชาติไม่ได้เกิดจากการประชาสัมพันธ์หรือวางแผนทิศทางของตลาดใดๆเลย เป็นลักษณะของการบอกกล่าวกันปากต่อปากจากตัวผู้ขายและผู้ซื้อเท่านั้น ในปัจจุบันได้มีการขยายพื้นที่ของตลาดไปตามเส้นทางสองฝากถนนจนกระทั่งมีการใช้พื้นที่ส่วนหนึ่งของสหกรณ์เครดิตยูเนียนในการเป็นที่จอดรถของพ่อค้าและแม่ค้ารวมถึงผู้เข้ามาซื้อสินค้า

ในเรื่องของกลุ่มแข่งขันนั้นนับได้ว่าตลาดนัดริมออนไม่มีคู่แข่งเนื่องจากในพื้นที่ใกล้เคียงนั้นแม้จะเคยมีการพยายามเปิดตลาดนัดเหมือนกันแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เช่น ตลาดนัดแม่ลาน มีทั้งการสร้างโรงเรียนและเตาเผาขยะแต่ก็ยังไม่เป็นที่ยอมรับ หรือตลาดบ้านป่าเปางาม ก็ทำโรงเรียนแต่ไม่มีคนไปขาย

จากการสัมภาษณ์ นาย ชรินทร์ วังใจ ซึ่งเติบโตมากับตลาดแห่งนี้ถึงสาเหตุที่คนเข้ามาเดินซื้อ หรือขายสินค้าในตลาดนัดแม่ออน ก็ได้ข้อมูลว่าอาจจะเกิดจากกระแสการชักชวนแบบปากต่อปากและความเคยชิน เพราะตลาดมีการตั้งมานานแล้วและวันที่ตลาดเปิดเป็นวันอาทิตย์ตอนเช้าถึงเที่ยงวันซึ่งสะดวกต่อผู้ซื้อในการมาจับจ่ายซื้อของ ประกอบกับการที่ตลาดมีการเปิดเสรีให้

พ่อค้าและแม่ค้าต่างถิ่นเข้ามาค้าขายโดยการเก็บค่าเช่าพื้นที่ต่ำมาก ไม่เหมือนกับตลาดที่มีเอกชนเป็นเจ้าของที่เก็บค่าเช่าพื้นที่แพงและมีกฎระเบียบมากกว่า

3.3.2 ลักษณะการบริหารจัดการที่ผ่านมา

สำหรับรูปแบบการบริหารจัดการของตลาดนัดที่ผ่านมาจนกระทั่งในปัจจุบันนั้น จากการสัมภาษณ์นายชรินทร์ วังใจ ซึ่งมีบ้านอยู่บริเวณตลาดนัดชุมชนและมีส่วนร่วมในการค้าขายในตลาดนัดชุมชน ได้บอกเล่าถึงการบริหารจัดการที่ผ่านมาของตลาดนัดว่า ในอดีตนับตั้งแต่เกิดตลาดนัดแห่งนี้ขึ้นมาก็ไม่ได้มีใครแสดงความเป็นเจ้าของตลาดอย่างชัดเจน จึงไม่ได้มีการกำหนดแบบแผนหรือรูปแบบการบริหารจัดการ ทำให้การจัดระเบียบพื้นที่หรือการจัดหมวดหมู่ร้านค้าไม่มีความเป็นระบบแบบแผน และภายหลังจากมี พ.ศ. 2540 ได้เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจขึ้นมาทำให้การค้าขายในตลาดมีความคึกคักมากขึ้นเพราะคนที่เคยเข้าไปทำงานในเมืองเมื่อตกงานจึงกลับบ้านเกิดและทำอาชีพค้าขายมากขึ้น จึงได้มีการพูดคุยกันระหว่างแกนนำในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่โดยเฉพาะสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออนและองค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้เพื่อขยายพื้นที่ตลาด เนื่องจากทั้งสองหน่วยงานนี้มีพื้นที่อยู่ในบริเวณตลาดนัดจากผลการพูดคุยได้ทำให้เกิดการจัดสรรพื้นที่จ่อรถให้กับพ่อค้าและแม่ค้าขึ้น โดยมีการใช้พื้นที่ในบริเวณสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน และพื้นที่ของ อบต.ออนใต้ ส่วนหนึ่ง เพื่อให้ร้านค้าเข้าไปใช้พื้นที่ในการค้าขาย และได้ติดประกาศให้ตลาดนัดริมออนมีรูปแบบเป็นตลาดคนเดินที่เปิดขายทุกเช้าวันอาทิตย์โดยมีเวลาตั้งแต่ 6.00 – 11.00 น. โดยประมาณ

ทางด้านสาธารณูปโภค เช่น น้ำ ไฟฟ้า หรือห้องน้ำนั้น พ่อค้าและแม่ค้าจะใช้บริการจากบ้านที่ตนเองเช่าพื้นที่ที่หน้าบ้านนั้น และอีกส่วนหนึ่งก็จะใช้บริการห้องน้ำในที่ทำการ อบต. และเมื่อการค้าขายของตลาดมีการขยายตัวมากขึ้น และมีคนภายนอกชุมชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดมากขึ้นก็ทำให้เกิดปัญหาขึ้นหลายประการ เช่น การจัดสรรพื้นที่ไม่มีความยุติธรรม มีลักษณะของการให้เช่าพื้นที่ค้าขายต่อให้บุคคลซึ่งเป็นคนนอกชุมชน ปัญหาการทับซ้อนกันของพื้นที่ขายทำให้เกิดปัญหาทะเลาะเบาะแว้งกันระหว่างผู้ขาย ปัญหาที่จ่อรถไม่เพียงพอและไม่มีความเป็นระเบียบ การจัดพื้นที่ของตลาดนัดทำให้พื้นที่ถนนแคบลงการจราจรจึงไม่สะดวก อีกทั้งหลังการจัดตลาดนัดในแต่ละครั้งจะมีขยะเป็นจำนวนมาก มีคณะกรรมการหมู่บ้านเป็นผู้ดูแลโดยมีการเก็บค่าเก็บขยะเพื่อเป็นเอาไว้จ้างเอกชนไว้ทำความสะอาดพื้นที่ในตลาดและบริเวณโดยรอบๆ

1) การเก็บค่าเช่าและการใช้จ่ายรายได้

สำหรับการจัดเก็บค่าเช่าที่นั้นดำเนินการโดยคนในพื้นที่หมู่ 3 ปัจจุบันได้แก่ นายจรัส บุญตันดา และ นายพงษ์ศักดิ์ สุขะแดง โดยการจัดเก็บเงินค่าเช่ามีหลักการคือถ้าร้านค้าที่ตั้ง

อยู่หน้าบ้านใครบ้านนั้นจะเป็นคนจัดเก็บแต่ถ้าร้านใดตั้งอยู่ในที่สาธารณะ เช่น พื้นที่ของหมู่บ้าน หรือพื้นที่ อบต. ผู้จัดเก็บจะเป็นนาย จรัส บุญตันธา และ นายพงษ์ศักดิ์ สุยะแดง ช่วยกันจัดเก็บ และเงินที่จัดเก็บได้จะนำไปใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ คือ

- การจัดซื้ออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับตลาด เช่น ถังหรือถุงขยะ
- จ้างคนทำความสะอาดพื้นที่และกำจัดขยะ
- การซ่อมแซมสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ในพื้นที่ตลาดนัด
- งานบุญงานกุศลของชุมชน

สำหรับอัตราการจัดเก็บเงินมีดังนี้

- 5 – 10 บาท/ครั้ง ถ้าที่ตั้งร้านอยู่หน้าบ้านที่มีเจ้าของ
- 5 บาท/ครั้ง ถ้าที่ตั้งร้านอยู่ในพื้นที่สาธารณะ
- 250 บาท / เดือน ถ้าที่ตั้งร้านอยู่ในอาคารสาธารณะที่มีหลังคา

รายได้ที่จัดเก็บโดยเฉลี่ยหลังจากหักค่าใช้จ่ายข้างต้นที่กล่าวมาแล้วจะนำเข้าเป็นรายได้ของหมู่บ้านโดยเฉลี่ยแล้วจะเหลือเข้าหมู่บ้าน 350 บาท/สัปดาห์ และสำหรับช่วงเทศกาลจะมีรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายถึง 600 – 700 บาท/สัปดาห์ โดยทั่วไปจะมีจำนวนพ่อค้าและแม่ค้าประมาณ 70 - 80 ราย / สัปดาห์ แต่ในช่วงเทศกาลเช่น งานปีใหม่เมือง ส่งท้ายปีเก่า ลอยกระทง มีพ่อค้าแม่ค้ามากถึง 100 ราย/สัปดาห์

2) การดูแลเรื่องขยะและห้องน้ำ

การกำจัดขยะใช้วิธีการจ้างเหมาคนในหมู่บ้านโดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดจ้าง 60 บาท/อาทิตย์ สำหรับการใส่สาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำนั้นในปัจจุบันมีห้องน้ำที่จัดสร้างโดยหมู่ 3 เพื่อให้บริการแก่พ่อค้าและแม่ค้าเพียง 1 ห้อง และห้องน้ำที่ อบต. จัดให้บริการฟรีอีก 4 ห้อง แต่ค่อนข้างที่จะอยู่ไกลจากพื้นที่ขายและไม่สะอาด

สำหรับค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาดนั้นคณะกรรมการหมู่บ้านต้องเสียค่าทำความสะอาด 200 บาท/เดือน สำหรับการใช้น้ำนั้นจะขึ้นอยู่กับพื้นที่ขายว่าเช่าอยู่ในพื้นที่ของใครก็จะใช้บริการกับเจ้าของที่นั้น

3) การดูแลเรื่องสถานที่จอดรถ

เนื่องจากตลาดนัดจะอาศัยพื้นที่ด้านข้างถนนในการค้าขายทำให้ต้องเสียพื้นที่ในการจอดรถไปประกอบกับการจัดวางสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบจึงทำให้ยากต่อการจอดรถ นายจรัส บุญตันธา ได้บอกเล่าว่ากรรมการตลาดได้จัดพื้นที่ส่วนหนึ่งคือบริเวณหลัง อบต. เพื่อให้พ่อค้าและแม่ค้านำรถไปจอดได้ แต่พ่อค้าและแม่ค้าส่วนใหญ่จะมกง่าย คือจอดรถในบริเวณที่ตัวเองขายทำให้เกิดกีดขวางการจราจร นอกจากนี้ ทางกรรมการตลาดยังได้จัดพื้นที่จอดรถบริเวณที่ทำการกลุ่ม

แม่บ้าน ต.ออนใต้ สำหรับผู้มาซื้อสินค้าแต่ละคนส่วนใหญ่เลือกที่จะจอดรถให้ใกล้กับตลาดมากที่สุด จึงทำให้พื้นที่ไม่เพียงพอและกีดขวางการจราจรเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องความปลอดภัยต่อรถเพราะจำนวนรถที่มีมากและคนไม่นิยมล็อกรถ

ที่ผ่านมา นายจรัส บุญตันตา ได้แก้ปัญหาความไม่เป็นระเบียบและความปลอดภัย ด้วยการจ้างเยาวชนในพื้นที่ในการขยับรถและเฝ้าดูแลเพื่อให้มีความเป็นระเบียบ ซึ่งก็ได้ผลดีแต่มีปัญหาคือเยาวชนไม่มีเวลามากพอหรืออาจจะคิดภาระเรื่องเรียนทำให้ไม่สามารถมารับจ้างได้อย่างต่อเนื่อง

3.4 ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับตลาดนัดชุมชน

3.4.1 กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ

ในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา หมู่ 6 บ้านแม่ผาแพน ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ นั้น ได้มีการปลูกผักเพื่อการค้าเป็นอาชีพเสริม ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรอำเภอ สันกำแพง แต่ต่อมาเมื่อทางสำนักงานเกษตรอำเภอไม่ได้มีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง อาชีพปลูกผักของชาวบ้านจึงได้หายตามไปด้วยเนื่องจากขาดเงินทุน และเมล็ดพันธุ์

ปัจจุบันในหมู่บ้านมีผู้ที่ปลูกผักเพื่อการค้าเพียง 4 - 5 รายเท่านั้น เช่น คุณสุรินทร์ อินตา ขวง ที่มีการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง ซึ่งเป็นระบบคอนแทกฟาร์มมิ่งกับทางประเทศไต้หวัน หมู่บ้านแม่ผาแพนจึงยังไม่มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ปลูกผักอย่างเป็นทางการ ต่อมาทางอนามัยบ้านแม่ผาแพนโดยการนำของ นายสุรพันธ์ พัฒนพงษ์ หัวหน้าสถานีอนามัยได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมการปลูกผักปลอดสารพิษเพื่อบริโภคเป็นการลดอัตราการเจ็บป่วยด้วยการสร้างเสริมให้เกิดสุขภาพที่ดี โดยโครงการของสาธารณสุขมีการสอนให้คนในชุมชนรู้จักการทำวิจัยชุมชนเบื้องต้น เช่น การจัดประชุมแบบมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อให้ตระหนักถึงพิษภัยที่เกิดจากการบริโภคผักที่มีสารพิษหรือการออกสำรวจความคิดเห็นของครัวเรือนต่างๆทั้งในด้านการใช้จ่ายและการบริโภคผักในครัวเรือน ซึ่งแนวทางดังกล่าวเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับแนวคิดของงานวิจัยตลาดนัดชุมชน คือ การส่งเสริมให้เกิดนักวิจัยภายในชุมชนขึ้นและสามารถใช้กระบวนการทางการวิจัยในการแก้ปัญหาให้กับชุมชนได้ ซึ่งผลจากการสำรวจและการประชุมแบบมีส่วนร่วมของทีมวิจัยชุมชนกับชาวบ้านพบว่าชาวบ้านส่วนใหญ่จะซื้อผักจากตลาดเมืองใหม่ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผักที่มีสารพิษตกค้างและมีค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 40 - 50 บาท / ครัวเรือน/ครั้ง ซึ่งในชุมชนของหมู่บ้านแม่ผาแพนนี้มีทั้งสิ้น 180 ครัวเรือน ก็แสดงให้เห็นว่าจะมีเม็ดเงินไหลออกไปจากชุมชนเพื่อไปซื้อผักที่มีสารพิษถึง 1,200,000 บาท/ปี

จากโครงการของสาธารณสุขและการทำงานเชิงรุกของนายสุรพันธ์ พัฒนพงษ์ ทำให้ชาวบ้านเริ่มตระหนักถึงผลของการบริโภคผักที่มีสารพิษตกค้าง ชาวบ้านจึงมีความสนใจที่ปลูกผักปลอดสารพิษไว้บริโภคในครัวเรือนเพื่อลดค่าใช้จ่ายและอันตรายจากสารพิษตกค้าง นอกจากนี้ อาจเป็นช่องทางเพิ่มรายได้หากเหลือจากการบริโภคในครัวเรือน จากความคิดดังกล่าวชาวบ้านจึงมีความต้องการที่จะเริ่มตั้งกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ โดยการสนับสนุนจากโครงการส่งเสริมการปลูกผักปลอดสารพิษเพื่อการบริโภคของอนามัยบ้านผาเหนือและจากกระแสความต้องการสินค้าบริโภคที่ปลอดสารพิษของตลาดภายนอกชุมชนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษมีเป้าหมายการปลูกเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการภายในชุมชนให้ได้และถ้ามีเหลือจึงขยายตลาดออกไปภายนอกชุมชนในอนาคต สำหรับช่วงเริ่มต้นมีสมาชิกที่ให้ความสนใจที่จะปลูกผักปลอดสารพิษเพื่อการค้าอย่างจริงจังอยู่ 5 ราย โดยการใช้พื้นที่ของรัฐบาลซึ่งในอดีตใช้ปลูกยาสูบประมาณ 9 ไร่ ผักที่เลือกมาปลูกได้แก่พืชผักพื้นบ้านทั่วไป เช่น กระเทียม ฝรั่ง กระหล่ำ เป็นต้น สำหรับด้านการตลาดนั้นส่วนใหญ่แล้วจะมีพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อถึงหน้าสวนจนหมด

พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จะซื้อจากสวนไปขายในตลาดนัดริมถนนซึ่งเปิดขายทุกวันอาทิตย์ เพราะฉะนั้นตลาดนัดริมถนนจึงถือเป็นช่องทางการวางจำหน่ายสินค้าของกลุ่มที่สำคัญ เพราะผู้ขายและผู้ผลิตไม่ต้องเสียต้นทุนในการขนส่งและเป็นตลาดที่มีความคึกคักถือเป็นความได้เปรียบของกลุ่มปลูกผักปลอดสารที่ไม่ต้องไปแสวงหาตลาดภายนอกชุมชน (การขาดแคลนตลาดของผักปลอดสารพิษถือเป็นปัญหาสำคัญของผู้ปลูกในพื้นที่อื่น) นางทัศนีย์ ถั่วประโคน ให้ความคิดเห็นว่าพื้นที่ ต.ออนใต้ มีน้ำอุดมสมบูรณ์และสภาพดินเหมาะสมกับการปลูกผักสวนครัวนอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์ที่ขายปุ๋ยให้ในราคาถูก ผักปลอดสารจึงน่าจะเป็นสินค้าหลักที่จะทำรายได้ให้กับชุมชนในอนาคต

3.4.2 กลุ่มสตรีสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน จำกัด (ชมอบบ้านริมออน)

สืบเนื่องมาจากหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยวทางกลุ่มสตรีจะว่างงานไม่มีอาชีพเสริม จึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้น โดยเริ่มแรกมีสมาชิกอยู่ 4 คน ต่อมา มีการจัดตั้งสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน จำกัด ขึ้นทางกลุ่มจึงได้ปรึกษากับคณะกรรมการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนของบสนับสนุนเพื่อนำมาใช้ในกิจกรรมเสริมสร้างรายได้แก่สมาชิก ต่อมากลุ่มได้มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 10 คน จึงมีการก่อตั้งกลุ่มขึ้นอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2543 โดยวิธีการดำเนินงานของกลุ่มนั้นจะให้สมาชิกถือหุ้นละ 300 บาท เป็นทุนแรกเริ่ม และรวมกับทุนที่กู้ยืมจากสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออนเพื่อใช้ในการซื้ออุปกรณ์เครื่องมือ และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการทั้งหมด 100,000 บาท

ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ทางรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมให้ทางกลุ่มสตรีสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน จำกัด ปรับปรุงผลิตภัณฑ์แปรรูปให้ได้มาตรฐาน GMP ทางกลุ่มจึงได้มีการปรับปรุงการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันสินค้าของกลุ่มได้ผลิตสินค้าในระดับสินค้า 3 ดาว โดยมีการทำขนม 2 ประเภท คือ อบ และ ทอด มีขนมที่ทำคือ คุกกี้, ขนมเปียะ, โมจิ, เอแคลร์, กลีบลำดวน, พายสัปรด, ขาไก่, แยมโร, แกล็ก, โดนัท เป็นต้น

ในปัจจุบันทางกลุ่มไม่สามารถผลิตให้ได้ทันต่อความต้องการของตลาด ทางกลุ่มจึงได้มีการปรึกษาถึงปัญหาดังกล่าวภายในกลุ่ม ซึ่งทางกลุ่มมีความเห็นว่าการเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัยขึ้น เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบสินค้า ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งขณะนี้ทางกลุ่มได้มีเงินทุนหมุนเวียน 28,000 บาท โดยมียอดขายโดยประมาณ 20,000 – 30,000 บาท/เดือน มีกำไรโดยประมาณ 1,000-2,000 บาท/เดือน สมาชิกจะได้รับค่าแรงวันละ 100 บาท กำไรที่ทางกลุ่มได้รับจะถูกใช้เพื่อการชำระคืนหนี้เงินกู้สหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน จำกัด

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นในปัจจุบันได้มีการขายผ่าน 3 ช่องทาง คือ 1) โรงเรียนในบริเวณชุมชน 2) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำพุร้อนสันกำแพง 3) ตลาดนัดชุมชน

ปัจจุบันมีโรงเรียนที่รับขนมไปจำหน่ายได้แก่ โรงเรียนแม่ฟ้าหลวง , โรงเรียนสหกรณ์ 2 โรงเรียนอเนกกุล , โรงเรียนบ้านอเนกกุล และโรงเรียนเปาสามขา แต่อย่างไรก็ตามรายได้จากการขายผ่านโรงเรียนและสถานที่ท่องเที่ยวจะมีรายรับเฉพาะช่วงโรงเรียนเปิดเทอมและเทศกาลท่องเที่ยวเท่านั้นรายรับจึงไม่สม่ำเสมอ

การขายผ่านตลาดนัดทุกวันอาทิตย์ถือเป็นแหล่งรายได้ที่มีความสม่ำเสมอมากที่สุด คือ จะมีรายรับผ่านช่องทางนี้โดยเฉลี่ย 1,000 – 1,500 บาท / อาทิตย์ โดยผู้ผลิตจะผลัดเปลี่ยนกันไปขายในบริเวณตลาดนัดชุมชนซึ่งมีพื้นที่ประจำอยู่แล้ว

สำหรับปัญหาที่ทางกลุ่มต้องการให้ช่วยเหลือก็คือ เครื่องมือในการนวดแป้งเพราะอุปกรณ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้แล้ว และต้องการเพิ่มช่องทางหรือโอกาสทางการตลาดให้มากขึ้นเพื่อทดแทนรายได้ที่จะหายไปในช่วงปิดเทอมหรือช่วงที่นักท่องเที่ยวมีน้อย นอกจากนี้ยังต้องการสร้างตราสินค้ารวมถึงบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

3.4.3 กลุ่มฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผาเวียงเชียงแสน

ตามหลักศิลาจารึกในอดีตนายหมื่น ดาบเหือนได้เป็นผู้สร้างวัดเชียงแสนและมีกลุ่มชาวบ้านที่มีฝีมือในการปั้นเครื่องปั้นดินเผามาก่อสร้างบ้านเรือนและเตาเผาเพื่อประกอบกิจกรรมในการปั้นเครื่องถ้วย ในบริเวณวัดเชียงแสน ต่อมาคุณไกรศรี นิมนานหมื่น ได้ค้นพบแหล่งเตา

นี้ในปี พ.ศ. 2495 โดยกรมศิลปากรได้ส่งเจ้าหน้าที่มาสำรวจและขุดค้นในปี พ.ศ. 2513 และ 2517 ทำให้พบเตาหลายแห่งในบริเวณบ้านป่าตึง ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง

เมื่อหลวงปู่หล้าซึ่งจำพรรษาอยู่ที่วัดป่าตึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของเครื่องปั้นโบราณ ซึ่งถูกทอดทิ้งไว้ในบริเวณวัดเชียงแสนโดยไม่มีผู้ใดเหลียวแล จึงได้ขนย้ายเครื่องถ้วยโบราณ จากวัดเชียงแสนมายังบริเวณวัดป่าตึง หรือวัดบ้านหม้อ จัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์วัดป่าตึงปัจจุบันยังปรากฏเตาเผาโบราณอยู่จำนวน 12 เตาที่วัดเชียงแสน ซึ่งชาวบ้านและทางองค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ได้มีแนวคิดที่จะสร้างเป็นจุดท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ตำบลออนใต้

ต่อมาคุณอนันต์ ซึ่งเดิมเป็นคนในพื้นที่ตำบลออนใต้ได้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของเตาเครื่องปั้นดินเผาวัดเชียงแสน จึงต้องการที่จะฟื้นฟูการทำเครื่องปั้นดินเผาแบบเดิมที่เคยมีรูปแบบการผลิตมาตั้งแต่สมัยโบราณและมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านได้มีอาชีพที่เพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนโดยการเชิญกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเข้ามาให้ความรู้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งในขั้นแรกนั้นมีผู้เข้าร่วมการอบรมจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 23 สิงหาคมถึง วันที่ 20 กันยายน 2547 จำนวน 24 คน เป็นตัวแทนจากทุกหมู่บ้านในตำบลออนใต้ หมู่บ้านละ 2 คน เมื่อหลังจากการเข้าร่วมการอบรมแล้วจึงได้ตั้ง **“กลุ่มฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผาเตาวัดเชียงแสน”** โดยได้ตกลงกับทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมว่าจะไม่รับค่าเบี้ยเลี้ยงในการเข้าร่วมอบรมแต่ขอแลกเปลี่ยนเป็นอุปกรณ์ในการทำเครื่องปั้นดินเผาแทน และได้เริ่มการผลิต มาเรื่อย โดยได้รับการส่งเสริมทางด้านการอบรม ให้ความรู้ในการผลิตและการเขียนลายจาก ดร.กาญจนะ แก้วกำเนิด อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และได้รับการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าจาก องค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน และการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตของคุณอนันต์ จากที่ผ่านมามทางกลุ่มได้มีการจัดจำหน่ายสินค้าในงานประจำปีไปบ้าง และมีวางขายในบริเวณสถานที่ผลิตของกลุ่มซึ่งอยู่บริเวณวัดเชียงแสน

ปัจจุบันทางกลุ่มไม่ได้ผลิตสินค้านับตั้งแต่เดือนเมษายน 2548 เป็นต้นมา เนื่องจากทางสมาชิกของกลุ่มนั้นมีอาชีพประจำอยู่อีกทั้งขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการตลาด รวมทั้งเมื่อต้นปีมีพายุฝนทำให้พื้นที่ที่กลุ่มใช้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาเสียหาย ยังไม่ได้รับการซ่อมแซม ซึ่งขณะนี้ทางกลุ่มได้มีการประสานงานกับทางองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อขอเงินทุนในการดำเนินการ และเพื่อส่งเสริมให้เป็นสินค้า OTOP ต่อไป

3.4.4 สหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน

อาจารย์วีระ คำวิเศษณ์ อาจารย์ประจำสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ (ปัจจุบันคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่) ได้มาชี้แนะแนวทางให้กับชาวบ้านริมออน ให้เห็นถึงความประหยัด อดออม และการจัดตั้งสถาบันการเงินภายในหมู่บ้านริมออน และชาวบ้านจำนวน 46 คน ได้มาร่วมกันสะสมเงินทุนเรือนหุ้นครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2533 เป็นเงินทั้งสิ้น 1,250 บาท ในนาม “กลุ่มเครดิตยูเนียนแม่ออน” ทางกลุ่มฯ ได้เลือกอาจารย์บุญเลิศ โพธิ์ตา เป็นประธานคณะกรรมการดำเนินการคนแรก กิจการดำเนินไปด้วยดี มีกิจกรรมการสะสมเงินทุนเรือนหุ้นทุกวันที่ 5 ของเดือน มีการปล่อยกู้ให้กับสมาชิกที่มีความเดือดร้อนเกี่ยวกับการเงิน ได้กู้เงินไปใช้ทุกเดือนในอัตราดอกเบี้ยที่เป็นธรรม

เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2533 ทางคณะกรรมการดำเนินการ ได้เห็นว่ากิจกรรมดำเนินการไปได้ด้วยดี จึงได้สมัครเป็นสมาชิกสมทบของชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทยจำกัด (ช.ส.ค.) ซึ่งทำให้สมาชิกได้รับสวัสดิการที่ทาง ช.ส.ค. จัดให้หลายสวัสดิการด้วยกัน

กลุ่มได้เริ่มดำเนินการมาร่วม 5 ปี จึงได้เสนอขอจดทะเบียนกิจการกลุ่มเป็นสหกรณ์และนายทะเบียนสหกรณ์ ได้รับจดหมายเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2537 ในนาม “สหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน จำกัด” เป็นสหกรณ์ประเภทออมทรัพย์หมายเลขทะเบียนสหกรณ์ที่ อ. 044037 มีสมาชิกจำนวน 289 คน เงินทุนเรือนหุ้นจำนวน 531,140 บาท กิจการดำเนินการไปได้ด้วยดีมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆทุกเดือน

จากการประชุมใหญ่สมาชิกกลุ่มเครดิตยูเนียนริมออนเพื่อเตรียมจัดตั้งสหกรณ์เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2537 ที่ประชุมได้มีมติเป็นเอกฉันท์ให้นำเอากำไรที่ได้จากการปิดบัญชีก่อนที่จะโอนกิจการกลุ่มมาเป็นสหกรณ์นั้นมาจัดซื้อที่ดินเพื่อเป็นที่ตั้งสหกรณ์ ทางคณะกรรมการจึงได้ดำเนินการจัดซื้อที่ดินจากนางคำ กันทาพิทย์ เนื้อที่ 36 ตารางวา ในราคา 25,000 บาท (สองหมื่นห้าพันบาทถ้วน) และทางคณะกรรมการจึงได้ดำเนินการออกแบบจัดสร้างอาคาร ซึ่งเป็นอาคารคอนกรีตสูง 2 ชั้น โดยชั้นล่างเป็นที่ทำการของสหกรณ์ ชั้นที่ 2 เป็นห้องประชุม และสถานที่จัดกิจกรรม แต่ว่าทุนดำเนินการของกลุ่มมีไม่มาก จึงได้มีมติให้จัดสร้างเป็นชั้นเดียวก่อน อีกระยะหนึ่งจึงจะสร้างชั้นที่ 2 เริ่มทำการก่อสร้างเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2537

ต่อมาเมื่อมีการโอนกิจการจากกลุ่มมาเป็นสหกรณ์แล้ว การก่อสร้างจะจกกลงเนื่องจากขาดเงินทุนในการดำเนินงาน ทางคณะกรรมการสหกรณ์จึงได้ขอกู้เงินจากชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย จำกัด มาก่อสร้างต่อจนแล้วเสร็จสมบูรณ์ เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2537 และได้มีการกำหนดวันที่เปิดทำการวันที่ 5 มกราคม 2538 สหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน จำกัด นี้เป็นสหกรณ์ที่มุ่งเน้นพัฒนาคนควบคู่ไปกับการพัฒนาเงินของสมาชิก สมาชิกใหม่ทุกคนจะต้อง

ผ่านการอบรมหลักการของเครดิตยูเนียน หลักสหกรณ์และการมาอยู่ร่วมกันในการทำกิจกรรมของสหกรณ์ หลักที่มุ่งเน้นมากที่สุดคือ จิตตารมณ์ ประกอบด้วย ซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบ เห็นใจกัน วางใจกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกทุกคนควรยึดมั่นอย่างเต็มที่

ในปัจจุบันเครดิตยูเนียนได้ทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินชุมชนโดยเป็นทั้งแหล่งออมทรัพย์และแหล่งทุนที่สำคัญให้กับคนในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น การให้กู้ยืมฉุกเฉินและใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เป็นแหล่งทุนให้กับกลุ่มแม่บ้านเพื่อการประกอบอาชีพทำขนมเบเกอรี่ ให้กู้เพื่อการซื้อเตาอบลำไยโดยไม่คิดดอกเบี้ย นอกจากนี้ทางสหกรณ์เองได้มีการลงทุนเพื่อทำเตาอบลำไยและรับจ้างอบลำไยให้กับคนในชุมชน มีการจัดตั้งสถานีวิทย์ชุมชนเพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และสร้างความบันเทิงให้กับคนในชุมชน

3.4.5 สถานีอนามัย ค. ออนใต้

สถานีอนามัยเป็นหน่วยงานที่ริเริ่มให้มีการปลูกผักปลอดสารพิษในตำบลออนใต้ รวมทั้งได้ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของผัก โดยนายสุรพันธ์ พัฒนพงษ์ และทีมงานของสถานีอนามัยได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมการปลูกผักปลอดสารพิษ มีการทำงานที่เอาจริงเอาจังและยึดหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยการให้คนในชุมชนได้ร่วมกันทำวิจัยภายในพื้นที่ของตัวเองคือการจัดตั้งทีมวิจัยภายในชุมชนเพื่อการเก็บข้อมูลในช่วงเวลากลางคืนคืนละประมาณ 3-4 ชั่วโมง เป็นรูปแบบของการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแนะแนวทางการแก้ไข ซึ่งผลที่ได้รับก็คือ ทำให้คนในชุมชนเริ่มที่จะตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคผักที่ปลอดสารพิษมากขึ้นและสามารถเป็นช่องทางการทำรายได้เพิ่มขึ้นถ้าหากผลผลิตมีมากกว่าความต้องการในครัวเรือน

ในปัจจุบันมีสมาชิกที่อยู่ในโครงการปลูกผักปลอดสารพิษ 30 ราย แต่มีผู้ที่ปลูกอย่างจริงจังและมีผลผลิตเหลือพอที่จะขายได้ 8-9 ราย โดยมีลักษณะร่วมกันผลิตและร่วมกันขายและมีการหักรายได้จากการขายร้อยละ 10 เพื่อใช้เป็นทุนในการปลูกครั้งต่อไป ผักที่ปลูกได้จากกลุ่มจะได้รับการรับประกันจากสาธารณะสุขโดยการเข้ามาตรวจสอบจากแปลงผักของสมาชิก และมอบถุงบรรจุผักที่มีสัญลักษณ์รับรองความปลอดภัยจากสารพิษ ผักที่มีการปลูกได้แก่ กระหล่ำปลี, กระหล่ำดอก, ปวยเล้ง, ยอดผักทอง, ถั่วฝักยาว, บล๊อคคอลลี เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือคนในชุมชนและพ่อค้าแม่ค้าที่มารับซื้อผักถึงสวน และปริมาณผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ทางกลุ่มผักปลอดสารพิษมีการวางแผนที่จะขยายการผลิตเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามทางกลุ่มผู้ผลิตบางคนก็ยังกังวลกับปัญหาเรื่องเทคนิคการผลิตและการรักษาผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวถ้าหากต้องมีการขยายการผลิตเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมถึงปัญหาด้านการตลาดเพราะราคาผักปลอดสารพิษจะมีราคาขายที่สูงกว่าผักทั่วไปซึ่งอาจทำให้ขายได้ยาก

3.4.6 องค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้

องค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยหน้าที่เพราะถือเป็นหน่วยงานภาครัฐบาลที่มีนโยบายในการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน และเนื่องจากพื้นที่ของ อบต.ออนใต้ ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่หมู่ 3 ซึ่งเป็นที่ตั้งของตลาดนัด เพราะฉะนั้นจึงเข้ามามีส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกทางด้านพื้นที่ โดยบุคคลที่ถือว่ามีความสำคัญคือนายอินสนธิ์ ทองมา ซึ่งเป็นคนในพื้นที่และทำหน้าที่เป็นนักจัดรายการวิทยุชุมชนให้กับเครดิตยูเนียนได้เข้าไปเป็นสมาชิกของอบต.ออนใต้ ด้วยความที่เป็นนักกิจกรรมและเห็นถึงความสำคัญของตลาดนัดในด้านที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจชุมชนของ ต.ออนใต้ ได้ นายอินสนธิ์ ทองมา จึงทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างกรรมการตลาดนัดและอบต.ออนใต้ ทำให้หน่วยงานภาครัฐเห็นความสำคัญตลาดนัดมากขึ้น จึงเกิดการอำนวยความสะดวกด้านพื้นที่ที่สามารถนำรถมาจอดในพื้นที่บางส่วนของ อบต. ได้ รวมทั้งได้จัดการด้านความสะอาดและห้องน้ำกับแม่ค้าพ่อค้าในพื้นที่บริเวณ อบต.ออนใต้

3.5 สภาพของผู้ซื้อผู้ขายในปัจจุบัน

ผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นโดยทีมวิจัยชุมชน โดยการออกแบบสอบถามแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์เครดิตยูเนียนที่พอจะมีความรู้ด้านการใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของการสำรวจก็คือกลุ่มผู้ซื้อ และผู้ขายในตลาดนัดริมออนในช่วงเดือนเมษายน 2548 ทำให้สามารถประเมินมูลค่าทางการตลาดได้ว่า ในการเปิดตลาดแต่ละครั้งนั้นตลาดนัดริมออนจะมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 142,850 บาทต่อครั้ง(สัปดาห์)

3.5.1 ข้อมูลจากผู้ขายในตลาดนัดริมออน

จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ขายในตลาดนัดออนใต้ เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2548 จำนวนตัวอย่างในกลุ่มพ่อค้าและแม่ค้ามีจำนวนทั้งสิ้น 83 คน โดยเมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ขายที่อยู่ในตำบลออนใต้กับผู้ขายที่อยู่นอกตำบลแล้วพบว่าส่วนมากผู้ขายจะเป็นผู้ที่อยู่นอกพื้นที่ตำบลออนใต้ ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 86.75 และผู้ขายที่อยู่ในตำบลออนไต้นั้นมีเพียงร้อยละ 13.25 เท่านั้นและรายละเอียดของผู้ขายสินค้าในตลาดนัดออนใต้มีดังต่อไปนี้

เพศ

จากจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 83 คนแบ่งออกเป็นชาย 36 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.4 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และหญิงจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	36	43.4
หญิง	47	56.6
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

อายุ

จากการสำรวจพบว่าผู้ขายในตลาดนัดริมถนนที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 15 ปี และอายุมากที่สุดคือ 76 ปี ซึ่งเมื่อแบ่งเป็นช่วงอายุแล้ว พบว่า มีผู้ขายที่มีอายุระหว่าง 31- 40 ปีมากที่สุด คือ 23 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.71 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.30 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และอายุระหว่าง 20-30 ปีมีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 21.68 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ขายในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 60 ปีน้อยที่สุด คือมีจำนวน 4 คนเท่า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.82 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	4.82
20 - 30 ปี	18	21.68
31 - 40 ปี	23	27.71
41 - 50 ปี	21	25.30
51 – 60 ปี	13	15.66
มากกว่า 60 ปี	4	4.82
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ระดับการศึกษา

ผู้ขายในตลาดนัดริมถนนส่วนใหญ่แล้วมีความรู้ในระดับประถมศึกษาซึ่งมีจำนวนมากถึง 48 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 57.83 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 18.07 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และผู้ขายที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับปวช. จำนวน 11 หรือร้อยละ 13.25 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่ได้รับการศึกษา	0	0.00
ประถมศึกษา	48	57.83
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	18.07
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	13.25
อนุปริญญา/ปวส.	2	2.41
ปริญญาตรี	7	8.44
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

อาชีพหลัก

ผู้ขายส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือค้าขายอยู่แล้ว ซึ่งมีจำนวน 52 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 62.65 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด โดยผู้ขายที่มีอาชีพหลักอื่นๆนอกจากค้าขายจำนวน 14 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.87 ซึ่งได้แก่ นักเรียน นักศึกษา หรือแม่บ้าน เป็นต้น รองลงมาคือมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรและรับจ้างซึ่งมีจำนวน 6 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.23 และไม่มีผู้ขายคนใดเลยที่มีอาชีพหลักรับราชการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดนัดริมถนนเป็นแหล่งรายได้สำคัญของกลุ่มพ่อค้าแม่ค้ามีอาชีพ โดยพ่อค้าและแม่ค้าเหล่านี้จะหมุนเวียนไปขายสินค้าตามตลาดนัดต่างๆที่มีพื้นที่ไม่ไกลกัน และตลาดนัดริมถนนถือว่าเป็นตลาดนัดที่พ่อค้าและแม่ค้าเหล่านี้ให้ความสำคัญในการมาขายเป็นลำดับแรกๆ

ตารางที่ 3.4 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	6	7.23
รับจ้าง	6	7.23
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	6.02
ข้าราชการ	0	0.00
ค้าขาย	52	62.65
อื่นๆ	14	16.87
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการขายของในตลาดนัดต่างๆ

สำหรับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการขายของในตลาดนัดต่างๆนั้นพบว่าผู้มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยที่สุดคือ 550 บาทต่อเดือน และผู้มีรายได้เฉลี่ยสูงสุดคือ 30,000 บาท/เดือน กลุ่มผู้ขายที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 3,000 – 6,000 บาทมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 35 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 42.17 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 17 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.48 และมีผู้มีรายได้ระหว่าง 12,001 – 15,000 บาท น้อยที่สุด คือมีจำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.21

ส่วนใหญ่แล้วผู้ขายมีอาชีพจะตระเวนขายสินค้าในตลาดนัดต่างๆประมาณ 3-4 ตลาดต่ออาทิตย์ ซึ่งตลาดนัดที่ผู้ขายเลือกจะมีพื้นที่ไม่ไกลกันมากนักและแต่ละตลาดจะมีวันเปิดให้บริการที่แตกต่างกันจึงทำให้ผู้ค้าส่วนใหญ่สามารถจัดสรรเวลาของตนเองได้

ตารางที่ 3.5 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้

รายได้ (บาทต่อเดือน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	17	20.48
3,000 – 6,000 บาท	35	42.17
6,001 – 9,000 บาท	9	10.84
9,001 – 12,000 บาท	8	9.64
12,001 – 15,000 บาท	1	1.21
มากกว่า 15,000 บาท	8	9.64
ไม่ตอบคำถาม	5	6.02
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้ต่อครัวเรือนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

จากแบบสอบถามพบว่าพ่อค้าและแม่ค้าในตลาดนัดริมถนนมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงสุดคือ 30,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่ำที่สุดเท่ากับ 1,000 บาทต่อเดือน เมื่อแบ่งระดับรายได้ต่อครัวเรือนออกเป็นช่วงแล้ว จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่แล้วผู้ขายจะมีรายได้ต่อครัวเรือนระหว่าง 3,000 – 6,000 บาทต่อเดือน จำนวน 35 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 42.17 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีรายได้ต่อครัวเรือนต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 17 ครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.48 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 12,001 – 15,000 บาท เพียง 1 ครัวเรือนเท่านั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.21 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.6 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกกระดั้บรายได้ต่อครัวเรือน

รายได้ (บาทต่อเดือน)	จำนวน(ครัวเรือน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	17	20.48
3,000 – 6,000 บาท	35	42.17
6,001 – 9,000 บาท	9	10.84
9,001 – 12,000 บาท	8	9.64
12,001 – 15,000 บาท	1	1.21
มากกว่า 15,000 บาท	8	9.64
ไม่ตอบคำถาม	5	6.02
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ประเภทของสินค้าที่มีขายในตลาดนัดริมถนน

เมื่อสำรวจแล้วพบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ในตลาดนัดริมถนนมีการขายอาหารมากที่สุด คือ มีจำนวน 46 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.42 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีการขายสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน มีผู้ขายจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 20.48 และมีการขายเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มน้อยที่สุด ซึ่งมีจำนวน 2 คน หรือร้อยละ 2.41

ถึงแม้จะมีผู้ขายสินค้าประเภทอาหารจำนวนมากแต่ผู้ขายส่วนใหญ่มาจากภายนอกชุมชน และผู้ขายสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือนกับเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มถึงจะมีจำนวนน้อย แต่มีมูลค่าการขายค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นสินค้าอุตสาหกรรม และเป็นผู้ค้าที่มาจากภายนอกชุมชนทั้ง 100 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 3.7 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามประเภทสินค้าที่ขาย

ประเภทสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหาร	46	55.42
เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม	2	2.41
อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	17	20.48
ผลผลิตทางการเกษตร	6	7.23
อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า	7	8.43
อื่นๆ	12	14.46

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ระยะเวลาที่ผู้ขายเริ่มเข้ามาทำการขายสินค้าในตลาดนัดริมถนน

จากการสำรวจพบว่าผู้ขายที่เข้ามาทำการค้าในตลาดนัดริมถนนที่นานที่สุดมีระยะเวลา 27 ปี และมีบางรายที่เพิ่งเข้ามาเริ่มขายเป็นครั้งแรก ซึ่งเมื่อแบ่งระยะเวลาในการขายเป็นช่วงแล้วพบว่า มีผู้ขายที่ขายในตลาดนัดริมถนนน้อยกว่า 3 ปีมากที่สุด มีจำนวน 32 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 38.55 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาเป็นผู้ที่ขายในตลาดนานถึง 3-6 ปี มีจำนวน 27 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 32.53 และมีผู้ขายที่ขายในตลาดนานมากกว่า 12 ปีเพียง 4 คนเท่านั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4.82

ตารางที่ 3.8 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระยะเวลาทำการค้า

ระยะเวลา (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 ปี	32	38.55
3 - 6	27	32.53
7 - 9	6	7.23
10-12	9	10.84
มากกว่า 12 ปี	4	4.82
ไม่ตอบคำถาม	5	6.02
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ค่าเช่า

ในการเก็บค่าเช่าผู้ขายจะมีการจ่ายค่าเช่าให้กับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของบ้านที่ตนวางขายสินค้า ซึ่งผู้ให้เช่าหรือเจ้าของพื้นที่นั้นจะมีอัตราการเก็บค่าเช่าพื้นที่ที่ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและการตกลงระหว่างสองฝ่ายโดยอัตราค่าเช่าที่ผู้ให้เช่าพื้นที่เก็บจากขายนั้นมีอัตราต่ำสุดคือ 5 บาทต่อครั้ง และสูงสุดคือ 300 บาทต่อครั้ง(เป็นค่าเช่ารายเดือน) เมื่อพิจารณาจากช่วงอัตราค่าเช่านั้นพบว่า มีผู้ขายเสียค่าเช่าระหว่าง 10 – 20 บาทต่อครั้งมากที่สุด เป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 26.51 รองลงมาเสียค่าเช่าระหว่าง 21-30 บาทต่อครั้งคิดเป็น ร้อยละ 16.87 และ มากกว่า 50 บาทต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 15.66

โดยส่วนใหญ่ผู้ขายจะเลือกการเสียค่าเช่าในแบบค่าเช่าต่อครั้งมากกว่าการเสียค่าเช่าแบบรายเดือน เนื่องจากไม่ต้องการมีต้นทุนคงที่และนอกจากนี้พื้นที่ที่เก็บค่าเช่าเป็นรายเดือนนั้นเป็นพื้นที่มีหลังคาซึ่งมีเป็นจำนวนน้อยจึงไม่เพียงพอต่อผู้ขาย

ตารางที่ 3.9 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอัตราค่าเช่าพื้นที่ต่อครั้ง

ค่าเช่า (บาทต่อครั้ง)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 บาท	8	9.64
10 – 20 บาท	22	26.51
21 - 30 บาท	14	16.87
31 – 40 บาท	9	10.84
41 – 50 บาท	9	10.84
มากกว่า 50 บาท	13	15.66
ไม่ตอบคำถาม	8	9.64
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ความถี่ที่ผู้ขายเข้ามาขายสินค้าในตลาดนัดริมถนนต่อเดือน

เมื่อพิจารณาถึงความถี่ ตารางที่ 3.10 ในการเข้ามาขายสินค้าต่อเดือนของผู้ขายนั้นพบว่า ส่วนใหญ่จะเข้ามาขายทุกวันอาทิตย์ที่มีการเปิดตลาด หรือ 4 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 84.34 จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ขาย 2 ครั้งต่อเดือนมีจำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.82 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และเข้ามาขาย 1 ครั้งต่อเดือนมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.41 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ส่วนผู้ขายที่ขายสินค้า 3 ครั้งต่อเดือนนั้นมีเพียง 1 คนเท่านั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.21 เท่านั้น

ตารางที่ 3.10 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามความถี่ในการขายสินค้าต่อเดือน

ความถี่ (ครั้งต่อเดือน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	2	2.41
2	4	4.82
3	1	1.20
4	70	84.34
ไม่ตอบคำถาม	6	7.23
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

แหล่งผลิตสินค้า

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 3.11 พบว่าส่วนใหญ่แล้วผู้ขายจะรับสินค้าจากผู้ผลิตหรือพ่อค้าคนกลางเพื่อนำสินค้ามาขายในตลาดนัด ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนตัวอย่าง คือ มีจำนวน 51 คน หรือ ร้อยละ 61.45 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือผลิตสินค้าเอง เช่น ผลิตทางการเกษตร อาหาร มีจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.92 และมีผู้ที่ผลิตสินค้าเอง รวมทั้งมีการรับสินค้าจากผู้ผลิตหรือพ่อค้าคนกลาง จำนวน 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.20 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.11 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามแหล่งผลิตสินค้า

แหล่งผลิตสินค้า	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ทำเอง	24	28.92
รับช่วงจากผู้ผลิต/พ่อค้าคนกลาง	51	61.45
ทั้งสองอย่างร่วมกัน	7	8.43
ไม่ตอบคำถาม	1	1.20
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้โดยเฉลี่ยในการขายสินค้าแต่ละครั้งในตลาดนัดริมถนน

ในการสำรวจพบว่าในแต่ละครั้งนั้นผู้ขายจะมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งน้อยที่สุดคือ 150 บาทต่อครั้ง และมากที่สุดคือ 12,000 บาทต่อครั้ง(ต่ออาทิตย์) และเมื่อพิจารณาช่วงรายได้ต่อครั้งนั้นจะมีผู้ขายที่มีรายได้ระหว่าง 500 - 1,500 บาทต่อครั้ง(ต่ออาทิตย์) มากที่สุด คือมีจำนวน 34 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.96 รองลงมาคือมีรายได้ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 20 คน หรือร้อยละ 24.10 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ขายที่มีรายได้ระหว่าง 3,501 – 4,500 บาทต่อครั้ง น้อยที่สุด ซึ่งมีเพียงร้อยละ 3.62 หรือ 3 คนเท่านั้น

**ตารางที่ 3.12 แสดงจำนวนผู้ขายในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้จากการขาย
แต่ละครั้ง**

รายได้ (บาทต่อครั้ง)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	20	24.10
500 - 1,500 บาท	29	34.93
1,501 – 2,500 บาท	12	14.46
2,501 – 3,500 บาท	7	8.43
3,501 – 4,500 บาท	3	3.62
มากกว่า 4,500 บาท	7	8.43
ไม่ตอบคำถาม	5	6.03
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

3.5.2 ข้อมูลจากผู้ให้บริการตลาดนัดริมถนน

จากการสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการตลาดนัดริมถนน จำนวน 83 คน โดยผู้ที่ให้บริการจากตลาดนัดริมถนนนั้นเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลริมถนนจำนวน 38 คนและเป็นผู้ที่อยู่นอกพื้นที่ที่มีจำนวน 45 คน ซึ่งผู้ที่อยู่นอกพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ในตำบลใกล้เคียง เช่น ตำบลอนกลาง ตำบลอนเหนือ ตำบลแชะช้าง ตำบลร้องวัวแดง เป็นต้น และมีรายละเอียดอื่นๆดังนี้

เพศ

จากตารางที่ 3.13 จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 83 คนแบ่งออกเป็นชาย 17 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.48 และหญิงจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 79.52

ตารางที่ 3.13 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	17	20.48
หญิง	66	79.52
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

อายุ

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 3.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจากตลาดนัดริมถนนนั้นมีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 38.55 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือผู้ที่มีต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา ที่กลับมาเยี่ยมบ้านในวันหยุดมีจำนวน 24 คน หรือร้อยละ 28.92 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 13.25 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ และมีผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีเพียงคนเดียวเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 1.21 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.14 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	24	28.92
20 - 30 ปี	32	38.55
31 - 40 ปี	11	13.25
41 - 50 ปี	9	10.84
51 – 60 ปี	6	7.23
มากกว่า 60 ปี	1	1.21
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ระดับการศึกษา

จากการสำรวจพบว่ามีผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาในระดับ ประถมศึกษามากที่สุด ซึ่งมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 33.73 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. 20 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 12 คน หรือร้อยละ 14.56 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ และมีผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษาเพียง 2 คนเท่านั้น หรือคิดเป็นร้อยละ 2.41 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.15 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่ได้รับการศึกษา	2	2.41
ประถมศึกษา	28	33.73
มัธยมศึกษาตอนต้น	12	14.56
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	20	24.10
อนุปริญญา/ปวส.	8	9.64
ปริญญาตรี	13	15.66
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

อาชีพหลัก

จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมดของผู้ใช้บริการพบว่าผู้มีอาชีพรับจ้างมากที่สุด คือมีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 39.76 รองลงมาคือมีอาชีพอื่นๆ อาทิเช่น แม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น มีจำนวน 28 คน หรือร้อยละ 33.73 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่ทำอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและค้าขายน้อยที่สุด คืออาชีพละ 1 คนเท่านั้น หรือคิดเป็นร้อยละ 1.21 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.16 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	13	15.66
รับจ้าง	33	39.76
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	1.21
ข้าราชการ	7	8.43
ค้าขาย	1	1.21
อื่นๆ	28	33.73
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยต่อเดือนนั้นมีผู้มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยที่สุดคือไม่มีรายได้ เนื่องจากเป็นแม่บ้าน และมีผู้มีรายได้เฉลี่ยสูงสุดคือ 20,000 บาทต่อเดือน และเมื่อแบ่งการพิจารณาระดับรายได้เป็นช่วงแล้วพบว่าผู้ซื้อสินค้าจากตลาดนัดส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 1,000 – 5,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 46 คน ซึ่งมากกว่าครึ่งของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด หรือคิด

เป็นร้อยละ 55.42 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 15 คน หรือร้อยละ 18.07 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และมีผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือนเพียง 1 คนเท่านั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.2

จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับรายได้โดยเฉลี่ยแล้วต่ำกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่ก็มีอาชีพรับจ้างอยู่ในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง เพราะฉะนั้นสินค้าส่วนใหญ่ที่ขายอยู่ในตลาดนัดจะต้องมีราคาขายต่อหน่วยไม่สูงมากนักจึงจะสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้

ตารางที่ 3.17 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ (บาทต่อเดือน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	10	12.05
1,000 – 5,000 บาท	46	55.42
5,001 – 10,000 บาท	15	18.07
10,001 – 15,000 บาท	3	3.61
15,001 – 20,000 บาท	1	1.20
ไม่ตอบคำถาม	8	9.65
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้ต่อครัวเรือนโดยเฉลี่ยต่อเดือน

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดริมถนนมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงสุดคือ 27,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่ำที่สุดเท่ากับ 800 บาทต่อเดือน เมื่อแบ่งรายได้ออกเป็นช่วงแล้วจะเห็นว่าผู้ที่มีรายได้ต่อครัวเรือนที่ระดับ 3,000 – 6,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีจำนวน 21 ครัวเรือน หรือร้อยละ 25.30 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีรายได้ต่อครัวเรือนระหว่าง 9,001 – 12,000 บาทต่อเดือน จำนวน 20 คนหรือร้อยละ 24.10 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด นอกจากนี้มีผู้ที่มีรายได้ต่อครัวเรือนที่ต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้ต่อครัวเรือนระหว่าง 12,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนน้อยที่สุดคือระดับละ 5 ครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.02

ตารางที่ 3.18 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับรายได้ต่อครัวเรือน

รายได้ (บาทต่อเดือน)	จำนวน(ครัวเรือน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	5	6.02
3,000 – 6,000 บาท	21	25.30
6,001 – 9,000 บาท	14	16.87
9,001 – 12,000 บาท	20	24.10
12,001 – 15,000 บาท	5	6.03
มากกว่า 15,000 บาท	7	8.43
ไม่ตอบคำถาม	11	8.43
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ประเภทของสินค้าในตลาดนัดริมถนนที่กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจซื้อ

จากการสำรวจพบว่าสินค้าที่ผู้บริโภคมีการซื้อมากที่สุดคือเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งมีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 73.49 รองลงมาคืออาหารและเครื่องใช้ในครัวเรือน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 66.27 และ 45 คน หรือร้อยละ 54.22 ตามลำดับ และผู้บริโภคที่ซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าเพียง 5 คนเท่านั้น หรือคิดเป็นร้อยละ 6.02 จะเห็นได้ว่าสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความสนใจนั้นเป็นสินค้าที่มาจากภายนอกชุมชนและมีราคาต่อหน่วยสูงกว่าสินค้าที่ชุมชนผลิตได้เอง

ตารางที่ 3.19 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหาร	55	66.27
เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม	61	73.49
อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	45	54.22
ผลผลิตทางการเกษตร	7	8.43
อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า	5	6.02

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความถี่ของการใช้บริการตลาดนัดริมถนนต่อเดือน

เมื่อพิจารณาความถี่ที่ผู้ซื้อซื้อสินค้าจากตลาดนัดริมถนนนั้นพบว่า สัดส่วนของความถี่นั้นไม่แตกต่างกันมากนัก คือมีผู้ที่ซื้อสินค้า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 31.33 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด หรือ 26 คน ผู้ที่ซื้อสินค้า 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 22 คน หรือร้อยละ 26.51 ของจำนวนตัวอย่างทั้ง

หมด ซื้อสินค้า 4 ครั้งต่อเดือน มี 20 คน หรือร้อยละ 24.10 และผู้ที่ซื้อสินค้า 3 ครั้งต่อเดือนมีร้อยละ 14.45

ตารางที่ 3.20 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า

ความถี่ (ครั้งต่อเดือน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	26	31.33
2	22	26.51
3	12	14.45
4	20	24.10
ไม่ตอบคำถาม	3	3.61
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง

ในการสำรวจพบว่าในแต่ละครั้งนั้นผู้บริโภคจะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าจากตลาดนัดริมถนนโดยเฉลี่ยต่อครั้งน้อยที่สุดคือ 50 บาทต่อครั้ง และมากที่สุดคือ 1,000 บาทต่อครั้ง และเมื่อพิจารณาเป็นช่วงจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายจากการซื้อสินค้าจากตลาดในระดับ 100 - 300 บาทต่อครั้งมากที่สุด ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนตัวอย่าง คือมีจำนวน 53 คน หรือร้อยละ 63.86 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายจากการซื้อสินค้าที่ระดับ 301 - 600 บาทต่อครั้ง มีร้อยละ 19.28 และมีค่าใช้จ่ายที่ระดับ 601- 900 บาทต่อครั้งน้อยที่สุดคือร้อยละ 1.20 ของ

ตารางที่ 3.21 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามระดับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า

ค่าใช้จ่าย (บาทต่อครั้ง)	จำนวน(ครัวเรือน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	3	3.61
100 – 300 บาท	53	63.86
301 – 600 บาท	16	19.28
601 – 900 บาท	1	1.20
900 – 1,200 บาท	2	2.41
ไม่ตอบคำถาม	8	9.64
รวม	83	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

เหตุผลที่ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าจากตลาดนัดริมถนน

จากตารางที่ 3.22 จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคมีความเห็นว่า ความสะดวกด้านระยะทางเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เลือกใช้บริการจากตลาดนัดริมถนน ซึ่งมีจำนวน 72 คน หรือร้อยละ 86.75 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือสินค้ามีหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อและสินค้ามีราคาถูก มีจำนวน 42 คน หรือร้อยละ 50.60 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด และ 30 คนหรือร้อยละ 36.14 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดตามลำดับ และมีผู้ที่เห็นว่าสินค้ามีคุณภาพเป็นเหตุผลที่ทำให้เลือกใช้บริการจากตลาดนัดริมถนนเพียง 7 คนเท่านั้น หรือคิดเป็นร้อยละ 8.43 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.22 แสดงจำนวนผู้ซื้อในตลาดนัดริมถนน จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ

ตลาดนัดริมถนน

เหตุผล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความสะดวกด้านระยะทาง	72	86.75
สินค้ามีราคาถูก	30	36.14
สินค้ามีหลากหลายชนิด	42	50.60
สินค้ามีคุณภาพ	7	8.43

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3.5.3 ตลาดนัดใกล้เคียงและสถานการณ์การแข่งขัน

ตลาดนัดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดนัดริมถนนและพ่อค้าแม่ค้าเร่ให้ความนิยมในการไปขายสินค้าแสดงดังตารางที่ 3.23 จะเห็นได้ว่าตลาดนัดที่มีระยะทางใกล้กับตลาดนัดริมถนนใน 3 ลำดับแรกก็คือ ตลาดนัดร้องวัวแดง , ตลาดนัดต้นตู และ ตลาดนัดสี่แยกบ้านใหม่ แต่เนื่องจากตลาดนัดทั้ง 3 มีวันและเวลาในการเปิดให้บริการต่างจากตลาดนัดริมถนน ซึ่งเปิดให้บริการในวันอาทิตย์ตอนเช้า และจากการให้สัมภาษณ์ของพ่อค้าแม่ค้าเร่ส่วนใหญ่ก็จะให้ความสำคัญกับตลาดนัดริมถนนเป็นอันดับแรกในการเลือกสถานที่ขาย เนื่องจากมีความคิดเห็นว่าเป็นตลาดที่มีความคึกคักและเป็นตลาดที่มีมานานแล้วผู้ซื้อและผู้ขายจึงมีความคุ้นเคยกันดีทำให้มีลูกค้าประจำอยู่มาก

สำหรับสถานการณ์การแข่งขันนั้นแต่ละตลาดไม่ได้มีการแข่งขันกันอย่างเด่นชัดเพราะโดยผู้ขายส่วนใหญ่จะมีลักษณะของการเป็นพ่อค้าแม่ค้าเร่ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วจะเร่ขายสินค้าในตลาดต่างๆโดยเฉลี่ยประมาณ 3 – 4 แห่ง/ สัปดาห์ ตลาดนัดโดยส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ของเอกชนรายใดรายหนึ่ง ซึ่งเอกชนก็ไม่ได้เรียกเก็บค่าเช่าพื้นที่แพงนัก และสำหรับตลาดนัดริมถนนนั้นเป็นตลาด

ที่ไม่ได้มีใครเป็นเจ้าของพื้นที่ทั้งหมด พื้นที่ให้บริการตลาดนัดประมาณ 70% เป็นพื้นที่สาธารณะและอีก 30% เป็นของส่วนบุคคล (ให้เช่าพื้นที่หน้าบ้านซึ่งมีประมาณ 5-6 บ้านเท่านั้น) ส่วนของตลาดนัดที่จะเกิดขึ้นใหม่ก็จะเปิดให้บริการในพื้นที่ที่ห่างไกลจากบริเวณที่มีตลาดเดิมตั้งอยู่ และถึงแม้จะมีระยะทางของตลาดที่ใกล้กันแต่ตลาดนัดใหม่ก็มักจะเลือกเวลาให้บริการที่แตกต่างจากตลาดเดิม

ตารางที่ 3.23 แสดงตลาดนัดที่พ่อค้าแม่ค้าเรีให้ความนิยมไปขายสินค้า

ตลาด	ช่วงเวลาเปิดให้บริการ	ระยะห่างโดยประมาณ จากตลาดนัดริมออน(กม.)
1. ตลาดนัดริมออน	เป็นตลาดช่วงเช้า(อาทิตย์)	-
2. ตลาดนัดบ้านธิ	เป็นตลาดช่วงเช้า	13
3. ตลาดนัดร่องวัวแดง	เป็นตลาดช่วงเช้า (อังคาร)	5
4. ตลาดนัดอู้อยา (บ่อสร้าง)	เป็นตลาดช่วงเย็น	12
5. ตลาดนัดคันคู	เป็นตลาดช่วงเช้า (พฤหัสบดี)	3
6. ตลาดนัดสี่แยกบ้านใหม่	เป็นตลาดช่วงเย็น	2
7. ตลาดนัดรวมโชค	เป็นตลาดช่วงเช้า – เย็น(ทุกวัน)	20
8. ตลาดนัดท่าเรือ	เป็นตลาดช่วงเย็น	16
9. ตลาดนัดบ้านหลวง	เป็นตลาดช่วงเช้า (พฤหัสบดี)	15
10. ตลาดนัดล้านตอง	เป็นตลาดช่วงเย็น (พุธ และ ศุกร์)	16
11. ตลาดนัดเหมืองฝ้า(แม่ริม)	เป็นตลาดช่วงเย็น(ทุกวัน)	33
12. ตลาดนัดแม่มาลัย	เป็นตลาดช่วงเช้า (ทุกวัน)	46

ที่มา : จากการสำรวจ

3.6 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานตลาดนัดริมถนน

จากการสอบถามคนในชุมชนทั้งผู้ซื้อผู้ขาย และคนที่มีส่วนรู้เห็นเกี่ยวกับความเป็นมาของตลาด สามารถบรรยายในแง่มุมต่างๆ ได้ดังนี้

3.6.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและรู้เห็นถึงความเป็นไปของตลาดนัดริมถนน

พ่อหลวงชรินทร์ วังใจ อดีตประธานเครดิตยูเนียน และเจ้าของร้านขายมอเตอร์ไซด์และร้านค้าสะดวกซื้อ กล่าวว่า ตลาดแห่งนี้ได้เจริญเติบโตมาเป็นเวลาหลายสิบปี โดยพ่อหลวงชรินทร์ได้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และตลาดมีลักษณะที่เรียกว่า ใครใคร่ขายก็ขายได้ ใครที่บ้านเรือนติดกับถนนเป็นผู้เริ่มที่จะนำของมาขายก่อนที่หน้าบ้านของตน เริ่มต้นจากการขายพืชผักสวนครัว อาหารสำเร็จรูป อาหารแห้ง จนมาถึงเครื่องใช้ต่างๆ การเติบโตของตลาดก็เป็นอย่างค่อยเป็นค่อยไป และมีผู้ซื้อผู้ขายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีผู้ขายที่มาจากภายนอกมีจำนวนเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ขายที่เป็นคนในชุมชน แต่การเติบโตก็เป็นไปอย่างไร้ทิศทาง เช่น รูปแบบการเก็บเงินค่าเช่าพื้นที่ที่ไม่ได้มีการจัดเก็บในระบบเดียวกัน โดยพื้นที่หน้าบ้านใครเจ้าของที่ก็จะเก็บค่าเช่าในอัตราที่ตกลงกับผู้ขายเอง และมีการให้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้าซึ่งก่อให้เกิดการเกรงกลัวจากค่าเช่า แนวโน้มนี้ตัวของพ่อหลวงชรินทร์ วังใจ มองว่าจะก่อให้เกิดการมีอิทธิพลในพื้นที่ได้ในอนาคต

นายอินสนธิ์ กองมา มีความคิดเห็นว่า การบริหารจัดการตลาดในปัจจุบันนี้ ยังไม่มีความเป็นระบบและระเบียบ โดยมองประเด็นการวางสินค้าที่ไม่เป็นหมวดหมู่ และการจอดยานพาหนะในส่วนที่ห้ามจอด พ่อค้าและแม่ค้ามักจะเห็นแก่ความสะดวกส่วนตนโดยการนำรถขนสินค้าไปจอดบริเวณที่วางสินค้าทำให้เกิดปัญหาการรुकล้ำพื้นที่ขายของคนอื่น นอกจากนี้สินค้าและบริการที่คนในชุมชนสามารถพัฒนานำมาขายให้กับตลาดได้ยังมีอีกหลายอย่าง เช่น เครื่องหัตถกรรม (ตระกร้าไม้ไผ่, กล้องใบตาล), ผักปลอดสารพิษ เครื่องปั้นดินเผา หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ ควรพัฒนาให้เกิดตลาดวัว-ควาย ขึ้น เนื่องชุมชนใน ต.ออนใต้ มีความเกี่ยวข้องกับวัวและควาย ทั้งในแง่ของการเป็นปัจจัยการผลิตและสามารถขายเพื่อเปลี่ยนเป็นเงินทุนหมุนเวียน ดังนั้นการมีกาดวัว-ควาย จะช่วยทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างครบวงจร

นางทัศนีย์ อ้วนประโคน มีความเห็นว่า ผลประโยชน์ส่วนใหญ่จากตลาดถูกกอบโกยไปโดยคนนอกชุมชน เพราะคนที่ค้าขายในตลาดนี้เป็นคนในชุมชนน้อยมาก และตลาดนัดไม่ควรจำกัดเฉพาะสถานที่ที่จะต้องเป็นถนนบริเวณพื้นที่ หมู่ 3 หรือเป็นตลาดนัดที่เปิดขายเฉพาะวันอาทิตย์เท่านั้น แต่ควรมองสินค้าในชุมชนทั้ง ต.ออนใต้ และไม่จำกัดเวลา เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กับสินค้าและบริการในชุมชนมากขึ้น เพื่อจำหน่ายให้กับทั้งคนในชุมชนเองและคน

นอกชุมชน นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าควรมีพื้นที่จัดวางสินค้าในชุมชน และมีการประชาสัมพันธ์สินค้าในชุมชนให้กับผู้ค้าทั้งภายในและภายนอก และสนับสนุนให้ผู้ค้าภายนอกนำสินค้าในชุมชนไปขายภายนอกด้วย รวมทั้งการจัดวางสินค้ายังไม่เป็นระเบียบและไม่เป็นหมวดหมู่

นางนิตยา ใจสุ สมาชิกกลุ่มสตรีทำขนมเบเกอรี่มีความเห็นว่า สินค้าที่เข้ามาขายในตลาดยังไม่มีมีการตรวจสอบคุณภาพ เช่น ผัก หน่อ และอาหารสด และยังไม่มีการสุ่มตัวอย่างในการปรุงอาหารและการจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ ในบางครั้งมีการนำอาหารที่หมดอายุไปแล้วมาถือเป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค แต่เนื่องจากตลาดไม่ได้มีบทลงโทษหรือตรวจสอบคุณภาพสินค้าเหมือนตลาดเอกชนทั่วไปจึงยังมีพ่อค้าและแม่ค้าที่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคอยู่ เพราะฉะนั้น ถ้ามีการกำหนดระเบียบและบทลงโทษหรือรูปแบบการบริหารตลาดที่เข้มงวดขึ้นก็น่าที่จะรักษาผลประโยชน์ให้กับคนในชุมชนได้มากกว่านี้

3.6.2 กลุ่มพ่อค้าและแม่ค้าที่ขายสินค้าในตลาด

นางวันเพ็ญ เทียนงาน (แม่ค้าขายผลไม้)

จากการสัมภาษณ์นางวันเพ็ญ เทียนงาน ผู้ขายผลไม้ ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า ในอดีตที่ผ่านมาตลาดนัดแห่งนี้เป็นตลาดนัดที่ขายสินค้าได้ดีทีเดียวหากทำการเปรียบเทียบกับปัจจุบันสาเหตุที่ทำให้การขายสินค้าได้น้อยลงกว่าเดิมอาจเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจและราคาน้ำมันที่แพงขึ้น ๆ ทุกวันจึงทำให้กำไรที่ได้รับน้อยลง ตลาดนัดแห่งนี้เป็นตลาดนัดที่มีผู้คนจับจ่ายใช้สอยมากพอ ๆ กับตลาดนัดใหญ่ ๆ แห่งอื่นและไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องที่จอดรถเพราะว่าแผงขายสินค้าอยู่ทางด้านหลังตลาดและติดกับถนนใหญ่จึงมีความสะดวกสบายในเรื่องของที่จอดรถ สิ่งที่น่าวันเพ็ญ เทียนงาน คาดหวังไว้ก็คือ ต้องการให้มีการจัดสถานที่เช่นการตั้งแผงขายสินค้าจะมีการกระจุกตัวอยู่ตรงกลางตลาดนัดจนเกินไปอยากให้จัดโซนขายสินค้าให้เป็นระเบียบเพื่อที่ลูกค้าจะได้เดินมาจับจ่ายใช้สอยหรือเดินมาดูสินค้าได้ทั่วถึง

นางเพชร ศรีกาวิณ (แม่ค้าขายหมอนและที่นอนรวมถึงเสื้อผ้าและสิ่งทอ)

จากการสัมภาษณ์นางเพชร ศรีกาวิณ ผู้ขายหมอนและที่นอนรวมถึงเสื้อผ้าและสิ่งทอ ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า ในอดีตขายสินค้าได้มากกว่าปัจจุบันและจำนวนของผู้คนที่เดินมาจับจ่ายใช้สอยก็มีมากกว่าปัจจุบัน และนางเพชร ศรีกาวิณ ยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ข้อดีของตลาดนัดแห่งนี้ก็คือ สถานที่ในการวางแผงขายสินค้ามีความสะดวกสบายที่จอดรถก็สะดวก แต่ตลาดนัดแห่งนี้มีข้อเสียก็คือ ห้องน้ำสกปรก และไม่มีห้องน้ำให้ใช้บริการ แต่ก่อนจะใช้บริการห้องน้ำที่ อบต.ออนใต้ ซึ่งอยู่ทางด้านหลังแผงขายสินค้าของตนนั่นเองแต่ปัจจุบันห้องน้ำของ อบต.ออนใต้ได้ปิดล็อกประตูเอาไว้ และหากต้องการใช้ห้องน้ำแต่ละครั้งต้องเสียเวลาเพราะห้องน้ำที่มีอยู่นั้นมีจำนวนน้อยและสกปรกมาก ๆ สิ่งที่น่าเพชร ศรีกา

วิน มีความคาดหวังไว้ก็คือต้องการให้จัดสร้างห้องน้ำเพิ่มเติมถึงแม้ห้องน้ำที่จัดสร้างขึ้นมาจะมีการเก็บค่าบริการก็ตามตนเองก็จะยอมจ่ายขอแค่มีห้องน้ำสะอาดไว้อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการในตลาดนัดก็พอ

นางเงินขา ปาลี(แม่ค้าขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป)

จากการสัมภาษณ์นางเงินขา ปาลี ผู้ขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า ในอดีตและปัจจุบันขายสินค้าได้ดีพอ ๆ กัน แต่ในภาวะปัจจุบันมีจำนวนพ่อค้าและแม่ค้าเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ในอดีตการขายสินค้าของ นางเงินขา ปาลี เป็นไปอย่างคล่องตัวทำให้นางเงินขามีเงินกำไรจากการขายเป็นจำนวนมากพอที่จะเก็บออมไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน แต่ในปัจจุบันขายสินค้ามีเงินไว้พอแค่ใช้สอยไปวัน ๆ ไม่มีเงินให้เก็บเหมือนในอดีตที่ผ่านมา นางเงินขาได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ตลาดนัดนี้เป็นตลาดนัดที่มีขนาดปานกลางพื้นที่ไม่กว้างขวางมากนัก แต่ถึงแม้พื้นที่จะไม่กว้างขวางก็จริงแต่จำนวนผู้คนที่มาจับจ่ายใช้สอยในตลาดแห่งนี้ก็มีมากมายทีเดียว และการมาขายสินค้าในตลาดนัดแห่งนี้มีข้อเสียอยู่ตรงที่ว่านางเงินขาต้องตื่นออกจากบ้านมาแต่เช้าตรู่เพื่อมาจอดรถและนำสินค้าลงจากรถมีฉะนั้นจะเข้าไปในแผงได้ยากเพราะแผงขายสินค้าของตนนั่นอยู่ด้านในถ้ามาช้าแผงด้านนอกจะเอาของมาลงก่อนทำให้ปิดทางเข้าแผงจึงเข้าไปได้ยากในขณะที่ตลาดนัดแห่งอื่นนางเงินขาไม่ต้องตื่นแต่เช้า ด้วยสาเหตุดังนี้ นางเงินขาจึงมีความคาดหวังว่าต้องการให้ผู้เกี่ยวข้องมีการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างจริงจังและควรจัดสรรพื้นที่ ๆ วางแผงขายสินค้าให้เป็นล๊อค ๆ และอยากให้ร้านค้าหรือแผงขายสินค้านั้นอยู่ติดกับถนนเพราะว่าแผงของตนนั่นอยู่ด้านในและมีความต้องการในเรื่องทางด้านสาธารณสุข เช่น เรื่องห้องน้ำ

นายสุรินทร์ ยอดมูล (พ่อค้าขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป)

จากการสัมภาษณ์นายสุรินทร์ ยอดมูล ผู้ขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า ในอดีตมียอดขายการขายสินค้าดีกว่าภาวะปัจจุบันมาก และมีการคาดเดาถึงภาวะปัจจุบันว่าถ้าหากภาวะเศรษฐกิจไม่ดี คือน้ำมันแพงผู้คนคงไม่อยากจะออกไปไหนหากมีความจำเป็นก็จะซื้อของใกล้บ้านคงจะทำให้ตลาดนัดมีความคึกคักขึ้นอีกเพราะหลังจากที่มีร้านค้าห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ เปิดตัวขึ้น เช่น แม็คโคร บิ๊กซี โลตัส ผู้คนก็หันไปจับจ่ายซื้อของตามห้างมากขึ้นแม้กระทั่งตัวของผู้ชายเองก็ตามเพราะว่ามีความต้องการรู้เห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ นั้นเอง แต่จากปัญหาค่าครองชีพสูงขึ้นเนื่องจากราคาน้ำมันก็ทำให้ผู้คนไม่นิยมออกไปไกลบ้านแล้วหันมาซื้อของจับจ่ายใช้สอยในตลาดนัดมากขึ้น ส่วนข้อเสียของตลาดแห่งนี้ก็คือ แผงขายสินค้าที่ตนได้ทำการเช่าอยู่นั้นอยู่ด้านในจนเกินไปผู้ซื้ออาจจะเดินมาไม่ถึง สิ่งที่นายสุรินทร์ ยอดมูล

คาดหวังก็คือ ต้องการให้จัดสรรพื้นที่ของตลาดทุก ๆ พื้นที่ให้เป็นพื้นที่ ๆ ผู้คนเดินผ่านเพราะผู้คนมักจะเดินอยู่ด้านนอกหากไม่จำเป็นจะซื้อของของตนก็ไม่มีใครเข้ามาเลย

นางวัล ภิระตา (แม่ค้าขายอาหาร กะปิ ปลาร้า)

จากการสัมภาษณ์นางวัล ภิระตา แม่ค้าขายอาหาร กะปิ ปลาร้า ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่าดีที่ผ่านมานั้นตนขายได้กำไรดีกว่าปัจจุบัน และข้อดีของตลาดนัดแห่งนี้ก็คือพื้นที่ตลาดนัดแห่งนี้เป็นจุดศูนย์กลางของการคมนาคมไปยังหมู่บ้านต่าง ๆ หลายหมู่บ้านทำให้ผู้ที่มาจับจ่ายใช้สอยมีจำนวนเยอะและมาจากหลายทิศทางอีกทั้งในวันอาทิตย์ที่มีการจัดเป็นตลาดนัดขึ้นถึงแม้ว่าถนนสายนี้จะเป็นเส้นทางที่ใช้เดินทางไปยังหมู่บ้านอื่น ๆ ก็ตาม แต่หากมีการจัดตั้งตลาดนัดขึ้นผู้คนก็จะเลี่ยงไปใช้เส้นทางอื่น ๆ ซึ่งทำให้ไม่ค่อยมีรถผ่านเข้าออกเหมือนอย่างตลาดนัดแห่งอื่นอาจเป็นเพราะว่าถนนนี้มีความแคบมากด้วยก็เป็นได้ แต่ก็เป็นสิ่งดีเพราะทำให้ผู้คนเดินซื้อของได้อย่างสะดวก ส่วนเรื่องอื่น ๆ นั้นนางวัล ไม่มีความคิดเห็นเพิ่มเติมเพราะคิดว่าสถานที่แห่งนี้สะดวกทุกอย่างแล้ว

3.6.3 ทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าในตลาดนัดบ้านริมถนน ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

นางศิริวรรณ คำโพธิ์ (อาชีพรับจ้าง)

จากการสัมภาษณ์นางศิริวรรณ คำโพธิ์ อาชีพรับจ้าง ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า เป็นตลาดนัดที่มีพ่อค้าแม่ค้าเยอะและมีผู้คนจับจ่ายใช้สอยมาก สินค้าส่วนใหญ่ที่นางศิริวรรณ เดินทางมาซื้อได้แก่อาหารเพราะจะมีคนเฒ่าคนแก่มาขายอาหารพื้นเมืองหลายคนแต่ก็ถือว่าไม่มากนักเพราะส่วนใหญ่เท่าที่สังเกตเห็นจะเป็นสินค้าจำพวกเสื้อผ้ามากกว่า ส่วนข้อเสียของตลาดนัดแห่งนี้ก็คือ ที่จอดรถยนต์ไม่ค่อยมี หากนำรถยนต์มาจอดได้แล้วจะกลับรถยากเพราะถนนแคบมาก สิ่งที่นางศิริวรรณคาดหวังก็คือต้องการให้แบ่งแยกโซนการขายสินค้า เช่น โซนของสินค้าประเภทอาหาร โซนเสื้อผ้า โซนเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

นางพัชรี คำวงศ์ปิ่น (อาชีพรับจ้าง)

จากการสัมภาษณ์นางพัชรี คำวงศ์ปิ่น อาชีพรับจ้าง ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า เป็นตลาดนัดที่เป็นจุดศูนย์กลางของหลาย ๆ หมู่บ้านและหากมีการพัฒนาตลาดนัดให้มีความเป็นระเบียบก็จะยิ่งทำให้มีจำนวนลูกค้ามากยิ่งขึ้น ในเรื่องของการบริการควรจัดให้มีการสร้างห้องน้ำให้เป็นแบบมีคนเก็บเงินเพราะเขาจะได้นำไปจ้างคนมาทำความสะอาดห้องน้ำซึ่งจะทำให้ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการมีความประทับใจมากยิ่งขึ้น และพ่อค้าแม่ค้าควรพูดจากับลูกค้าอย่างเป็นมิตรเหมือนแต่ก่อนอาจเป็นเพราะเดี๋ยวนี้คนต่างถิ่นเข้ามาจำหน่ายสินค้ามากยิ่งขึ้นการพูดจาจึงไม่ไพเราะเหมือนชาวบ้านชนบทแถวนี้

นายสรายุทธ ปาลี (นักศึกษา)

จากการสัมภาษณ์นายสรายุทธ ปาลี นักศึกษา ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดริมถนนว่า เป็นตลาดนัดแห่งหนึ่งที่มีวัยรุ่นมาจับจ่ายซื้อของเยอะเหมือนกันซึ่งในความคิดของคนหาตลาดนัดแห่งนี้ไม่ใกล้บ้านตนก็คงไม่มาซื้อของแน่นอนแต่เมื่อได้มาซื้อของที่ตลาดนัดแห่งนี้และได้เห็นวัยรุ่นที่มีจำนวนมากก็ทำให้ตนสังเกตว่านอกจากตลาดนัดแห่งนี้จะขายอาหาร เช่น แกง น้ำพริก กะปิ ปลา ร้าแล้วยังมีพ่อค้าแม่ค้าที่นำสินค้าหลากหลายประเภทมาจำหน่ายอีกด้วย ซึ่งบางครั้งเสื้อผ้าบางตัวก็มีความสวยงามและมีราคาถูกกว่าในตัวเมืองอีกด้วย ตลาดนัดแห่งนี้น่าจะมีการพัฒนาให้มีที่จอดรถมาก ๆ หน่อยและควรจัดแผงขายสินค้าให้เป็นระเบียบ เช่น บางครั้งเห็นคนแถมมาวางขายสินค้าบนพื้นดินทำให้ตนรู้สึกสงสารมาก และมันทำให้สินค้าที่นำมาจำหน่ายนั้นไม่เป็นที่มองเห็นเพราะร้านค้าหรือแผงใหญ่ ๆ จะบังหรืออาจแยกประเภทของสินค้าก็น่าจะเป็นการดี เช่น อาหารพื้นเมืองก็แยกไว้อีกที่หนึ่ง ผลไม้ หรือเสื้อผ้าก็แยกออกจากกัน แต่หากทำเช่นนี้ก็จะทำได้ยากและก็จะทำให้ไม่เหมือนเป็นตลาดนัดก็เป็นได้

นายวุฒิพงษ์ เรือแก้ว (อาชีพรับจ้าง)

จากการสัมภาษณ์นายวุฒิพงษ์ เรือแก้ว อาชีพรับจ้าง ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดบ้านริมถนนว่า ตลาดนัดแห่งนี้ถือได้ว่าเป็นตลาดนัดที่จัดตั้งขึ้นมานานแล้วและผมก็มาซื้อสินค้าที่นี้เกือบทุกอาทิตย์เลยที่เคยมาซื้อสินค้าที่นี้ก็เพราะใกล้บ้าน แล้วก็เป็นการผ่อนคลายด้วยเพราะว่าตรงกับวันหยุดของผมพอดี อีกทั้งอาหารต่าง ๆ ก็มีราคาถูกกว่าที่เราจะซื้อตามซูเปอร์มาร์เก็ตอีกด้วย ส่วนใหญ่จะซื้ออาหารพื้นเมือง เช่น แกง ขนมหั้ว หรือว่าผลไม้ เช่น กุ้ง ที่คนแก่เอามาขายเพราะคิดว่าเป็นการอุดหนุนช่วยให้คนแก่มีรายได้เสริมและอาหารพวกนี้ก็มีราคาไม่แพงด้วย ประมาณ 5-10 บาท เท่านั้นเองซึ่งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วย แต่ตลาดนัดแห่งนี้ไม่ค่อยจะสะดวกในเรื่องที่จอดรถเพราะว่าทั้งมอเตอร์ไซด์และทั้งรถยนต์มีการจอดไม่เป็นที่เป็นทางบางครั้งก็มีการจอดบังหน้าร้านค้า นายวุฒิพงษ์ เรือแก้ว มีความคิดเห็นว่ามันน่าจะมีการเก็บค่าบริการรับฝากรถเลย ควรจะจัดเป็นสถานที่จอดรถถาวรและมีการรับบริจาคก็พอใครพอใจจะบริจาคเท่าไรก็ได้แล้วแต่ศรัทธา ซึ่งการจะทำเช่นนี้ได้ก็ควรต้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัดเป็นคนจัดการต่อไป

นางทัศนิกา คำแก้ว อาชีพค้าขาย(ขายอาหารตามสั่ง)

นางทัศนิกา คำแก้ว ได้ให้สัมภาษณ์ถึงทัศนคติที่มีต่อตลาดนัดบ้านริมถนนว่า ตลาดแห่งนี้เป็นตลาดที่น่าจะเจริญเติบโตได้อีกเยอะหากมีการพัฒนาหลาย ๆ ด้าน เช่น เรื่องที่จอดรถ เรื่องห้องน้ำ เป็นต้นเพราะสองอย่างนี้เป็นสิ่งสำคัญมาก ๆ อย่างอื่นก็ไม่ค่อยมีปัญหาอยู่แล้ว อีกทั้งตลาดนัดแห่งนี้มีวันอาทิตย์ซึ่งตรงกับวันหยุดของคนส่วนใหญ่พอดี ส่วนเรื่องราคาสินค้าก็มีถูก

ข้างแพงบ้างเป็นธรรมดาแต่ถ้าคำนวณต้นทุนที่จะเข้าไปซื้อของในเมืองแล้วก็คุ้มกว่ากันเยอะเลยทีเดียว

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าตลาดนัดริมออนมีความเป็นมาร่วม 20 ปีแล้ว โดยมีต้นกำเนิดจากพ่อค้าและแม่ค้าในท้องถิ่นเพียง 3 – 4 ราย และเป็นสินค้าในชุมชนก่อนจากนั้นจึงขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีพ่อค้าและแม่ค้ารวมถึงชนิดของสินค้าจากภายนอกตำบลเพิ่มขึ้นมากกว่าคนและสินค้าในชุมชนเอง เนื่องจากตลาดนัดแห่งนี้ไม่ได้มีใครเป็นเจ้าของอย่างเด็ดขาดจึงทำให้ระบบการบริหารจัดการในเรื่องการจัดวางสินค้า สาธารณูปโภค การจัดเก็บรายได้ ที่จ่อครดไม่สามารถที่จะทำให้เกิดระบบระเบียบได้ และที่สำคัญก็คือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในด้านการผลิต การขาย มีสัดส่วนที่น้อยมากเม็ดเงินของคนในชุมชนถูกดูดออกไปสู่ภายนอกเสียส่วนใหญ่ และเป็นการสร้างพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้องให้กับลูกหลานในชุมชน ดังนั้นกลุ่มคนจำนวนหนึ่งในตำบลออนใต้จึงเห็นถึงประเด็นปัญหานี้และคิดที่จะจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมออนขึ้นเพื่อหารูปแบบในการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดเป็นทุนทางสังคมกับตำบลริมออนต่อไป

บทที่ 4

รูปแบบการบริหารจัดการและรูปแบบตลาดที่เหมาะสมเพื่อให้เกิด การพัฒนาตลาดอย่างยั่งยืน

4.1 รูปแบบการบริหารจัดการ

จากการจัดประชุมคนในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัดริมออน โดยเป็นการประชุมแบบมีส่วนร่วมพบว่าที่ประชุมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดหลากหลาย แต่โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือต้องการให้ตลาดมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเนื่องจากตลาดนัดริมออนมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลหลายฝ่ายกล่าวคือ

- 1) คนในพื้นที่หมู่ 3 ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินตลาดตั้งอยู่
- 2) ผู้ขายซึ่งมีทั้งผู้ขายที่มาจากภายนอกและผู้ขายภายในที่มาจากหมู่บ้านใกล้เคียง
- 3) ผู้ผลิตสินค้าในชุมชนจากหมู่บ้านใกล้เคียง เช่น ผู้ผลิตพืชผัก ผู้ผลิตผลไม้ ผู้ผลิตอาหาร
- 4) ผู้ซื้อในชุมชน
- 5) หน่วยงานต่างๆ เช่น เครดิตยูเนียน ซึ่งมีสมาชิกมาจากคนใน ต.ออนใต้ เป็นส่วนใหญ่ , องค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ , สถานีอนามัย เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าขอบเขตของตลาดนัดริมออนจึงไม่ได้จำกัดอยู่แต่เพียงบริเวณของพื้นที่หมู่ 3 เท่านั้น แต่จะหมายถึงพื้นที่ของ ต.ออนใต้ ทั้งหมด โดยสินค้าอาจจะเกิดขึ้นและขายตรงที่แห่งใดก็ได้แต่จะมีศูนย์กลางการเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้า ข้อมูลข่าวสารและความร่วมมืออยู่ในพื้นที่บริเวณตลาดนัดริมออนในพื้นที่หมู่ 3

ดังนั้น เพื่อให้ตลาดเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT) มาใช้ในการค้นหากลยุทธ์ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาด

4.1.1 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
1. มีช่วงเวลาในการเปิดตลาดที่เหมาะสม คือวันอาทิตย์ซึ่งเป็นวันหยุดทำให้มีลูกค้าจำนวนมาก 2. บริเวณที่ตั้งตลาดเป็นศูนย์กลางชุมชน มีผู้ขายมากมายและมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย 3. เป็นที่รู้จักเนื่องจากเปิดมานานและมีการบอกเล่าแบบปากต่อปาก 4. ผู้ซื้อมีความคุ้นเคยกับตลาด ไม่มีข้อขัดแย้งระหว่างชุมชน 5. มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น เครื่องปั้นดินเผา สินค้า OTOP 6. พื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูก คือมีดินและน้ำอุดมสมบูรณ์	1. ยังไม่มีคณะกรรมการที่ทำหน้าที่บริหารจัดการตลาดโดยเฉพาะ ปัจจุบันมีแต่กรรมการของหมู่บ้านเท่านั้น 2. ไม่มีการจัดระเบียบผู้ขาย หรือกฎระเบียบสำหรับตลาด 3. ระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ถึงขยะไม่เพียงพอ 4. ไม่มีการจัดแผนผังของตลาด 5. ไม่มีการตรวจสอบการทำงานคณะกรรมการที่มีอยู่ในปัจจุบัน 6. ไม่มีความเป็นเจ้าของตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการ 7. ขาดผู้นำเฉพาะกลุ่ม 8. ไม่มีการประชาสัมพันธ์เพียงพอ อาศัยการเพียงการบอกแบบปากต่อปาก 9. ไม่มีการจัดสรรระเบียบพื้นที่ตลาดและหมวดหมู่ของร้านค้า 10. ไม่มีรูปแบบการบริหารจัดการตลาดที่ชัดเจน 11. ที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่เป็นระบบ

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Tread)
1. สามารถจัดเป็นตลาดสำหรับสินค้า OTOP ได้ในอนาคต 2. ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3. มีระบบการเงินและการออมที่เข้มแข็ง โดยมีเครดิตยูเนียนเป็นแหล่งเงินทุน 4. ตลาดอยู่ใกล้ชุมชนและสะดวกในการเดินทางของคนในชุมชนอื่น 5. สินค้าจากตลาดอื่นๆ มีราคาสูงกว่า 6. ราคาน้ำมันแพงทำให้ชาวบ้านไม่เดินทางไปซื้อสินค้าในเมือง	1. ผู้ขายส่วนมากเป็นผู้ขายต่างถิ่นทำให้ควบคุมได้ยาก 2. ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐ 3. พื้นที่ตลาดมีอย่างจำกัด 4. มีตลาดคู่แข่งใหม่เกิดขึ้น

จากการร่วมกันวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ทำให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับตลาดนัดออนใต้ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างรูปแบบการบริหารตลาดและโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม

โอกาส - มีระบบการเงินและการออมที่เข้มแข็ง โดยมีเครดิตยูเนียนริมออนเป็นแหล่งเงินทุน

- ตลาดอยู่ใกล้ชุมชนและสะดวกในการเดินทางของคนในชุมชนอื่น

จุดอ่อน - ยังไม่มีคณะกรรมการที่ทำหน้าที่บริหารตลาดจัดการโดยเฉพาะ ปัจจุบันมีแต่กรรมการของหมู่บ้านเท่านั้น

- ไม่มีการจัดระเบียบผู้ขาย หรือกฎระเบียบสำหรับตลาด

- ไม่มีการตรวจสอบการทำงานคณะกรรมการที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- ไม่มีความเป็นเจ้าของตลาดส่งผลต่อการบริหารจัดการ

- ขาดผู้นำเฉพาะกลุ่ม

- ไม่มีรูปแบบการบริหารจัดการตลาดที่ชัดเจน

กลยุทธ์ที่ 2 การอำนวยความสะดวกทางด้านพื้นที่

กลยุทธ์นี้เกิดขึ้นจากการที่ตลาดมีปัจจัยสนับสนุนทางด้านโอกาส คือการที่ตลาดอยู่ใกล้ชุมชน

ชนและสะดวกในการเดินทางของคนในชุมชนอื่น เมื่อประกอบกับการวิเคราะห์ทางด้านจุดอ่อน คือ ยังไม่มีการจัดสรรระเบียบพื้นที่ตลาดและหมวดหมู่ของร้านค้า นอกจากนี้พบว่ายังไม่มีการจัดระเบียบผู้ขายหรือกฎระเบียบสำหรับตลาด การจัดแผนผังของตลาด รวมทั้งที่จอดรถไม่เพียงพอและไม่เป็นระบบ จึงทำให้เห็นว่าจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดการจัดสรรพื้นที่ตลาดอย่างเป็นระบบ และมีการอำนวยความสะดวกทางด้านพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 3 ศูนย์กลางสินค้าชุมชน

กลยุทธ์นี้เกิดขึ้นจากจุดแข็งที่มีคือพื้นที่ตลาดเป็นศูนย์กลางชุมชน และเสริมด้วยโอกาสที่มีอยู่ คือชุมชนมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถจัดเป็นตลาดสำหรับสินค้า OTOP ได้ในอนาคต และมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกพืชผักผลไม้เนื่องจากมีดินและน้ำที่อุดมสมบูรณ์และ เหตุผลอีกประการหนึ่งคือจากการวิเคราะห์จุดแข็งที่ว่าตลาดมีผู้ขายมากมายและมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และเสริมด้วยปัจจัยสนับสนุนทางด้านโอกาสที่มี คือตลาดอยู่ใกล้ชิดชุมชนและสะดวกในการเดินทางของคนในชุมชนอื่นเป็นที่รู้จักเนื่องจากเปิดมานานและมีการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ซึ่งจากเหตุผลเหล่านี้จึงมีความเป็นไปได้ว่าในอนาคตตลาดจะมีการพัฒนาเป็นศูนย์กลางสินค้าชุมชนได้

กลยุทธ์ที่ 4 การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

กลยุทธ์นี้เกิดขึ้นจากจุดแข็ง คือ ผู้ซื้อมีความคุ้นเคยกับตลาด และเสริมด้วยโอกาสที่มีคือสินค้าของชุมชนมีเอกลักษณ์ เช่น เครื่องปั้นดินเผา สินค้า OTOP ซึ่งจะทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 5 เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้

กลยุทธ์นี้เกิดขึ้นจากจุดแข็งที่มีคือมีช่วงเวลาในการเปิดตลาดที่เหมาะสม คือวันอาทิตย์ซึ่งเป็นวันหยุดทำให้มีลูกค้ามาก และมีจุดแข็งคือการเป็นศูนย์กลางของชุมชนทำให้เป็นที่รู้จักการคมนาคมสะดวก เสริมด้วยโอกาสที่มีคือมีระบบการเงินและการออมที่เข้มแข็ง นอกจากนี้การที่ราคาน้ำมันแพงทำให้ชาวบ้านไม่สะดวกที่จะเข้าไปซื้อสินค้าหรือแสวงหาความรู้ในเมือง เพราะฉะนั้นการพัฒนาให้เกิดศูนย์กลางการเรียนรู้ก็จะประโยชน์ทำให้คนในชุมชนสามารถเรียนรู้หรือได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาตนเองได้ง่ายและประหยัดที่สุด

4.1.2 การกำหนดกิจกรรมและวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุกลยุทธ์ของตลาดนัด

การที่จะบรรลุตามแผนกลยุทธ์ที่ได้ตั้งเอาไว้จำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์และกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในแต่ละวัตถุประสงค์ ซึ่งจากการจัดประชุมในแบบมีส่วนร่วมของชุมชนกับทีมวิจัย ทำให้ได้ผลลัพธ์จากการประชุมดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนและโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม

- 1) กำหนดโครงสร้างการบริหารตลาดนัด
 - จัดประชุมแบบมีส่วนร่วมระหว่างทีมวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดเพื่อให้ได้โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม
- 2) ร่างระเบียบข้อควรปฏิบัติและสิทธิประโยชน์ของสมาชิก
 - คณะกรรมการที่ถูกแต่งตั้งร่วมกันร่างระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับสมาชิกตลาดนัดริมถนนและร่างสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกตลาดพึงได้รับการปฏิบัติตามร่างระเบียบของตลาด

กลยุทธ์ที่ 2 อำนาจความสะดวกด้านพื้นที่ มีวัตถุประสงค์และกิจกรรมคือ

- 1) จัดพื้นที่ตลาดอย่างมีระบบ มีกิจกรรมประกอบด้วย
 - แบ่งส่วนพื้นที่ออกเป็นสามส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง พื้นที่จอดรถ โดยใช้พื้นที่หน้าสำนักงานเครดิตยูเนียนริมถนน ส่วนที่สอง พื้นที่ขาย ใช้พื้นที่หน้าโรงอบลำไย เครดิตยูเนียนริมถนนเป็นพื้นที่ที่ให้ข้อมูลการผลิตและการขาย และสำหรับแสดงตัวอย่างสินค้า ส่วนที่สาม พื้นที่สาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ
- 2) จัดบริการสาธารณูปโภคอย่างเป็นระบบและเพียงพอ มีกิจกรรมประกอบด้วย
 - ติดตั้งถังขยะเพิ่มขึ้น
 - ร่วมกันออกค่าใช้จ่ายเพื่อจัดจ้างผู้รับผิดชอบการจัดเก็บขยะและกำจัดขยะของชุมชนเพิ่มเติม
 - ติดตั้งจุดบริการน้ำสาธารณะ
 - ดูแลความสะอาดและต่อเติมห้องน้ำ (ใช้เงินกองกลาง หรือของบจากองค์การบริหารส่วนตำบล)

กลยุทธ์ที่ 3 เป็นศูนย์รวมสินค้าชุมชน มีวัตถุประสงค์และกิจกรรมคือ

- 1) สินค้าดีมีคุณภาพและมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
 - ส่งสินค้าเข้าแข่งขัน
 - มีกระบวนการผลิตที่ถูกต้อง โดยยึดตามหลักอนามัย
 - เปิดรับร้องเรียนเรื่องคุณภาพมาตรฐานสินค้าจากลูกค้า (ใช้ศูนย์บริการข้อมูล)

2) ราคายุติธรรม

- คัดป้ายบอกราคาสินค้า
- มีสถานที่ร้องเรียนของผู้บริโภค

3) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

- ขายสินค้าที่จุดผลิตเพื่อให้เห็นถึงขบวนการผลิต

4) สร้างเครือข่ายผู้ผลิตและผู้ขายเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการผลิต

- ให้ผู้ผลิตหลักเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมกลุ่มผลิต เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ผลิต
- จัดตั้งหน่วยงานเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตในชุมชนกับผู้ขาย

5) เพิ่มพูนความรู้เทคนิคและพัฒนากระบวนการผลิต

- จัดอบรมด้านการตลาดและการผลิต
- จัดศึกษาดูงานในหน่วยงานหรือกลุ่มต้นแบบ ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด

กลยุทธ์ที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชน มีวัตถุประสงค์และกิจกรรมคือ

1) ทราบความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

- จัดทำแบบสอบถามเพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้า และตั้งผู้รับความคิดเห็น

2) ส่งเสริมกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

- ให้ลูกหลานของลูกค้าได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น การประกวดดนตรีพื้นเมือง ประกวดการแสดงนาฏศิลป์ (เดือนละ 1 ครั้ง)

3) เผยแพร่แนวโน้ม สังคม เศรษฐกิจสภาพแวดล้อมภายนอกชุมชน

- ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุชุมชน

กลยุทธ์ที่ 5 ศูนย์รวมการเรียนรู้ มีวัตถุประสงค์และกิจกรรมคือ

1) มีลานวัฒนธรรมและกิจกรรมของคนในชุมชน

- จัดรายการแสดงลงในพื้นที่ที่กำหนด (ลานหน้าเตาอบลำไยสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน รีมออน)

2) มีศูนย์รวมข้อมูลชุมชน (สินค้า, การเงิน, วัฒนธรรม, ผลิต , ตลาด ฯลฯ)

- จัดให้มีระบบสารสนเทศของสินค้าชุมชน เช่น วิธีการปลูกผัก การทำขนม ในรูปแบบเอกสารแผ่นพับ
- จัดอบรมวิธีการผลิตสินค้าชุมชนแก่คนในชุมชน

3) เผยแพร่วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

- ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผ่านวิทยุกระจายเสียงของชุมชน

4) นำระบบสารสนเทศทันสมัยใช้

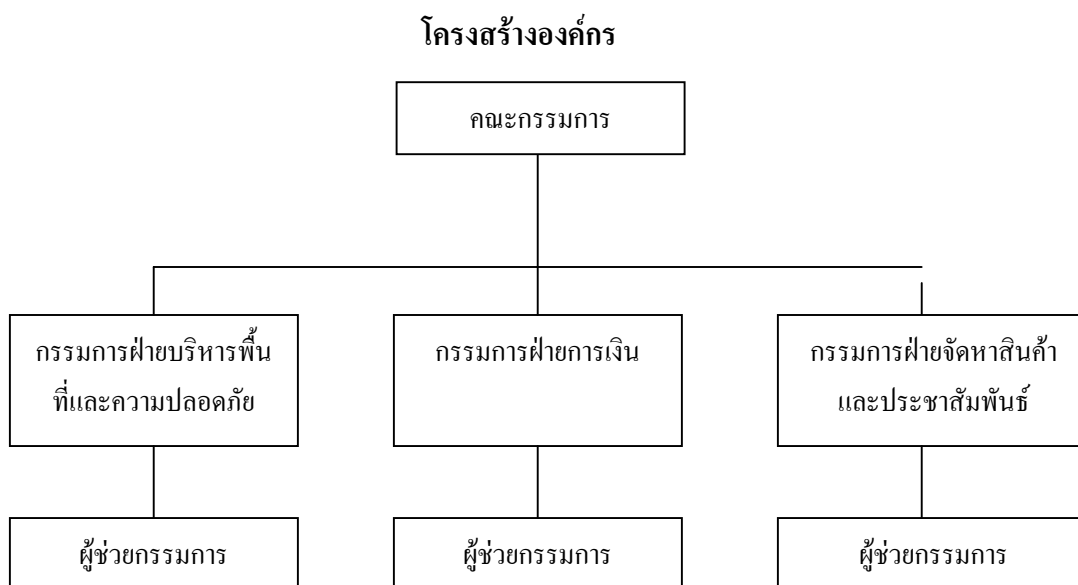
- จัดหา Software และ Hardware มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลและจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศของตลาด

4.2 สรุปผลการทำกิจกรรม

4.2.1 กิจกรรมตามกลยุทธ์ข้อที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนและโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 กำหนดโครงสร้างการบริหารตลาดนัด

จากการประชุมแบบมีส่วนร่วมระหว่างทีมวิจัยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดนัดชุมชน ได้แก่ ตัวแทนจากกลุ่มสินค้าต่างๆ คือ นางอุไร จินดาปุกและนางทัศนีย์ ถั่วประโคน (กลุ่มผักปลอดสารพิษ) นางเครือวัลย์ ปาลี (ประธานกลุ่มขนมเบเกอรี่) ตัวแทนจาก อบต. ออนใต้ ประกอบด้วยสมาชิก อบต. ที่มาจาก 11 หมู่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ คือ นายทวยเทพ ไชยสิทธิ์ ได้มีความคิดร่วมกันว่าจะทำอะไรที่จะทำให้เกิดโครงสร้างบริหารงานที่ทำให้เกิดประโยชน์แก่ตลาดและทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนใน ต.ออนใต้ ได้มากที่สุด นอกจากนี้ต้องทำให้เกิดความโปร่งใสในการบริหารจัดการ โดย นายทวยเทพ ไชยสิทธิ์ มีแนวคิดว่า การสร้างให้เกิดระบบการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและถึงแม้คนทำงานจะไม่เก่งหรือไม่ดีแต่ถ้าระบบดีก็จะช่วยมาก ดังนั้น จึงทำให้ได้โครงสร้างการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนดังนี้



บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบตามโครงสร้างองค์กร

คณะกรรมการตลาด คณะกรรมการตลาด ประกอบด้วย สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลที่มาจากแต่ละหมู่บ้านซึ่งมีวาระตามระเบียบขององค์การบริหารส่วนตำบล มีหน้าที่หลักคือ

1) กำกับดูแลและคัดเลือกกรรมการตลาดฝ่ายต่างๆ โดยกรรมการฝ่ายบริหารและฝ่ายการเงินจะต้องมาจากคนในพื้นที่ที่ตลาดตั้งอยู่ ส่วนกรรมการฝ่ายอื่นนั้นสามารถเลือกได้จากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถตามความเหมาะสม

2) ให้ข้อคิดเห็นหรือเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน ซึ่งจากการประชุมทำให้ได้คณะกรรมการดังนี้

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 1. นายประพิณ ปาลี | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 1 |
| 2. จสอ. จอมจันทร์ เปี้ยววงศ์ | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 2 |
| 3. นาง นิตยา ใจสุ | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 3 |
| 4. นายนิวัฒน์ สารปิ่นปา | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 4 |
| 5. นางศรีไล อินตาขวง | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 5 |
| 6. นางทัศนีย์ ถั่วประโคน | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 6 |
| 7. นายสมบุญ จิตศักดิ์ | สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 7 |

8. นายสะอาด อินตาวง	สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 8
9. นายบุญชื่น บุญตันดา	สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 9
10. นายศรายุทธ ทราพรหม	สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 10
11. นายศรีลัษณ์ จะงาม	สมาชิกอบต. ประจำหมู่ที่ 11

กรรมการฝ่ายต่างๆ

1) กรรมการฝ่ายบริหารพื้นที่และความปลอดภัย มีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการจัดสรรพื้นที่ของตลาดให้มีความเป็นระบบระเบียบ และมีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยทางด้านการจราจร สาธารณูปโภค และยานพาหนะ

2) กรรมการฝ่ายการเงิน มีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการจัดเก็บเงินและจัดทำรายงานทางการเงินที่แสดงรายรับ-รายจ่ายของตลาด

3) กรรมการฝ่ายจัดหาสินค้าและประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการจัดหาสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่มีศักยภาพ ประสานงานเกี่ยวกับผู้ผลิต ผู้ขายและผู้บริโภค และมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

โดยกรรมการแต่ละตำแหน่งจะมีวาระอยู่ได้ไม่เกิน 2 ปี และจะเป็นต่อเนื่องได้ไม่เกิน 2 วาระ กรรมการแต่ละฝ่าย สามารถคัดสรรผู้ช่วยที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้ฝ่ายละ 1 คน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ร่างระเบียบข้อควรปฏิบัติและสิทธิประโยชน์ของสมาชิก

จากผลการประชุมแบบมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดนัดทำให้ได้คณะกรรมการและมีภารกิจแรกก็คือ การร่วมกันร่างระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับสมาชิกตลาดนัดริมออนและสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกตลาดพึงได้รับจากการปฏิบัติตามร่างระเบียบของตลาด โดยได้ข้อสรุปดังนี้

1) ระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับสมาชิกตลาดนัดริมออน

ข้อ 1 พ่อค้าและแม่ค้าควรจอดรถอย่างเป็นระเบียบโดยมีหลักการคือ ถ้าพื้นที่ขายเป็นที่จอดรถสาธารณะ เช่น พื้นที่ อบต. , พื้นที่หมู่บ้านให้นำรถไปจอดในบริเวณพื้นที่ด้านหลังที่ทำการ อบต. หรือพื้นที่อื่นที่ทางกรรมการตลาดได้ จัดสรรให้ถ้าพื้นที่ขายเป็นบ้านที่มีเจ้าของให้สามารถ จอดรถหน้าบ้านนั้นได้ถ้าเจ้าของบ้านอนุญาตแต่ต้องไม่จอดกีดขวางการจราจร

ข้อ 2 การจัดวางสินค้าควรจัดให้เป็นระเบียบ เช่น การจัดวางร่มหรือเต็นท์ไม่ควรกีดขวางการจราจรหรือรูกำแพงพื้นที่ขายของคนอื่น

ข้อ 3 สินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องมีคุณภาพ คือ ไม่หมดอายุ และถ้าสินค้าของร้านใดถูกร้องเรียนจากผู้บริโภค ร้านค้านั้นจะถูกพิจารณาเรื่องสิทธิในการใช้พื้นที่ขาย

ข้อ 4 พ่อค้าและแม่ค้าต้องดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่บริเวณรอบร้านของตนเอง ควรมี การแยกทิ้งขยะแห้งและขยะเปียกลงในที่บรรจุขยะที่ทางกรรมการตลาดจัดไว้ให้

ข้อ 5 ควรจัดแสดงป้ายราคาสินค้า และสินค้าต้องมีราคายุติธรรม

ข้อ 6 ต้องมีการแจ้งต่อกรรมการตลาดนัดทุกครั้งที่มีการเช่าพื้นที่ขายต่อกัน

ข้อ 7 ต้องมีการแสดงบัตรประจำตัวผู้ขายที่ทางกรรมการตลาดได้จัดทำให้ทุกครั้งที่มาขาย

ข้อ 8 พ่อค้าและแม่ค้าควรจัดวางสินค้าของตนเฉพาะในพื้นที่ที่ได้รับการจัดสรรเท่านั้น ถ้าผู้ใดถูกร้องเรียนจะต้องถูกพิจารณาโดยคณะกรรมการตลาด

2) สิทธิประโยชน์ของผู้ที่เป็นสมาชิกตลาดนัดชุมชนริมออน

ข้อ 1 พ่อค้าและแม่ค้าที่ปฏิบัติตามระเบียบข้อปฏิบัติได้อย่างเคร่งครัดจะได้รับสิทธิประโยชน์หรือของสมนาคุณในทุกสิ้นปี หรือตามแต่คณะกรรมการจะเห็นสมควร

ข้อ 2 พ่อค้าและแม่ค้าจะได้รับการดูแลในด้านของความสะอาดในการจัดวาง ความปลอดภัย และความสะอาดในพื้นที่ขาย

ข้อ 3 ท่านจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้บริโภคและสินค้าชุมชน เช่น ผักปลอดสารพิษ

ข้อ 4 มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลและประสานงานระหว่างผู้ขายภายนอกและผู้ผลิตในชุมชนและการรับเรื่องการร้องเรียนจากทั้งผู้ขายและผู้บริโภค

ปัญหา- อุปสรรคจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 1

1) ความยากลำบากในการทำความเข้าใจและประสานงานกับคนในหมู่บ้านต่างๆ ถึงการมีส่วนร่วมของตนเอง เพราะคนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตลาดนี้อยู่ในพื้นที่หมู่ 3 ดังนั้น ผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกแก่คนในพื้นที่หมู่ 3 ทำให้ไม่อยากเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

2) ความหวาดระแวงและความไม่เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ อบต. ทำให้ชาวบ้านกลุ่มหนึ่งซึ่งถือเป็นกลุ่มเล็กๆ ค่อนข้างจะไม่เห็นด้วยกับการนำกรรมที่เป็นสมาชิก อบต. เข้ามามีส่วนในคณะกรรมการตลาด โดยชาวบ้านกลุ่มนี้มีความเห็นว่า อบต. จะมาหาประโยชน์จากตลาดแห่งนี้ เช่น การเก็บค่าเช่าพื้นที่ราคาแพงขึ้น หรือการรื้อกล้าพื้นที่ของเอกชนทำให้พื้นที่ขายสินค้าลดลง

แนวทางการแก้ไขปัญา

1) ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุชุมชนเพื่อให้คนใน ต.ออนใต้ มีความตื่นตัวและชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นร่วมกัน

2) เริ่มทำความเข้าใจกับสมาชิก อบต. ที่มาจากแต่ละหมู่บ้าน โดยมีนาย อินสนธิ์ กองมา ซึ่งเป็นรองนายก อบต. และนางนิตยา ใจสุ ซึ่งเป็นสมาชิก อบต. คอยช่วยประชาสัมพันธ์และชักจูงให้สมาชิก อบต. จากหมู่บ้านอื่น เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์โดยรวมที่จะเกิดขึ้นกับชุมชน ซึ่งก็ได้ผลดีเพราะนายอินสนธิ์ กองมา และนางนิตยา ใจสุ เป็นบุคคลที่ทำงานเพื่อส่วนรวมและมีความจริงจังในการทำงาน ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและได้รับความร่วมเป็นอย่างดีจากสมาชิก อบต. เช่น การฝากแสดงความคิดเห็นของ อบต. บางท่านที่ไม่สามารถมาร่วมประชุมได้ นอกจากนี้ ยังได้จัดทำบันทึกการประชุมของคณะกรรมการทุกครั้งแล้วทำการเวียนหนังสือเพื่อให้สมาชิกตลาดทราบอย่างทั่วถึงกัน

3) มีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และขอบเขตของหน่วยงานรัฐบาลในชุมชน เช่น อบต. กำนัน โดยสอดแทรกร่วมกับกิจกรรมของชุมชน เช่น โครงการของสาธารณะสุขตำบล งานวัด สถานีกระจายเสียงชุมชนหรืองานบุญต่างๆ

4.2.2 กิจกรรมตามกลยุทธ์ข้อที่ 2 อำนวยความสะดวกด้านพื้นที่

วัตถุประสงค์ที่ 1 จัดพื้นที่อย่างเป็นระบบ

1) ส่วนที่หนึ่งคือพื้นที่จอดรถ การดูแลที่จอดรถซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากสหกรณ์เครดิตยูเนียนให้ผู้มาใช้บริการตลาดทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถจอดรถบริเวณหน้าโรงอบลำไย ที่มีเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่ และคณะกรรมการตลาดได้มอบหมายให้ นาย สัญญา (ปัจจุบันดูแลเตาอบลำไยของเครดิต ยูเนียนซึ่งมีพื้นที่อยู่ใกล้กับที่จอดรถ) ให้มีหน้าที่ดูแลที่จอดรถเพิ่มขึ้น คือการจัดระเบียบรถและดูแลความปลอดภัย โดยนายสัญญา จะได้รับค่าจัดเก็บรถจักรยานและรถจักรยานยนต์คันละ 5 บาท รถยนต์คันละ 10 บาท

2) ส่วนที่สองคือพื้นที่ขาย มีการจัดพื้นที่ส่วนหนึ่งของเครดิตยูเนียนที่เป็นพื้นที่ว่างและอยู่บริเวณตลาดเพื่อใช้สำหรับจัดวางสินค้าชุมชน ที่ประกอบไปด้วย ผักปลอดสารพิษ ขนมอบเกอรี่และเครื่องปั้นดินเผา นางอุไร จินดาปุก ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษได้กล่าวว่าสินค้าที่ทดลองนำมาจัดวางในช่วงแรกได้แก่ผักปลอดสารพิษ มีการนำมาจัดวางทุกวันผลปรากฏว่าไม่สามารถขายได้หมด เป็นเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่รู้และในวันธรรมดาที่ไม่มีตลาดนัดชาวบ้านส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผักจากร้านค้าประจำซึ่งมีความสะดวกในการซื้อมากกว่า

บริเวณเครดิตยูเนียน ประกอบกับผู้ปลูกส่วนใหญ่ไม่มีเวลาที่จะมานั่งเฝ้าสินค้าของตัวเองได้

แต่อย่างไรก็ตามผักปลอดสารพิษมักที่จะถูกเลือกซื้อจนหมดจากบริเวณสวนอยู่แล้วจึงไม่เหลือผักมาขายบริเวณที่จัดไว้ให้ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าและชาวบ้านทั่วไปโดยผู้ซื้อมีความพอใจที่ได้เห็นหรือได้เลือกผักด้วยตัวเอง เพราะเขามีความรู้สึกว่าได้บริโภคผักที่มีคุณภาพจริงๆ และเขามีความคิดว่าการได้บริโภคผักปลอดสารพิษจะทำให้เจ็บป่วยน้อยลง

สำหรับกลุ่มขนมเบเกอรี่นั้นมีปัญหาในการจัดวางสินค้าเพราะขนมเบเกอรี่จำเป็นต้องอาศัยตู้กระจกในการจัดเก็บและอุณหภูมิต้องไม่สูงเกินไป ประกอบกับไม่มีงบประมาณในการจัดซื้อตู้จึงไม่สามารถจัดวางในบริเวณเครดิตยูเนียนได้ แต่เนื่องจากสถานที่ผลิตขนมไม่ไกลจากตลาดนัดมากนักและผู้ผลิตจะผลัดเปลี่ยนกันนำสินค้าไปขายที่ตลาดนัดอยู่แล้วโดยมีพื้นที่ขายอยู่บริเวณหน้าร้านขายมอเตอร์ไซด์ นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรู้สถานที่ผลิตอยู่แล้วจึงทำให้สามารถเปิดขายได้ตลอดแม้ไม่ใช่วันอาทิตย์

3) ส่วนที่สามพื้นที่สาธิตอุปโภค ส่วนของสาธิตอุปโภคที่จำเป็นต้องจัดหาอย่างเร่งด่วนก็คือห้องน้ำซึ่งในปัจจุบันห้องน้ำที่เป็นของตลาดมีอยู่เพียงห้องเดียว จึงมีแผนงานที่จะต่อขยายอีก 2 ห้อง แต่เนื่องจากติดปัญหาเรื่องงบประมาณจึงยังไม่สามารถดำเนินการได้ ทางคณะกรรมการจึงมีความเห็นว่าควรใช้วิธีการเรียกรายเงินเพิ่มเติมจากกลุ่มพ่อค้าและแม่ค้าเพื่อบรรเทาปัญหาให้ได้อย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ที่ 2 จัดพื้นที่สาธิตอุปโภคอย่างเป็นระบบและเพียงพอ

1) มีการจัดวางถังขยะเพิ่มขึ้นอีก 2 จุด และแจกถุงดำสำหรับให้พ่อค้าและแม่ค้าเพิ่มเติมโดยให้ใช้ร่วมกัน 2 ร้านต่อ 1 ใบ

2) จัดจ้างคนให้ดูและความสะอาดห้องน้ำของ อบต. เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการใช้งานของพ่อค้าแม่ค้าและคนเดินตลาด

ปัญหา-อุปสรรคจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 2

1) เกิดความกังวลของตัวแทนจากกลุ่มสินค้าต่างๆว่าการใช้พื้นที่ของสหกรณ์เครดิตยูเนียนอาจจะทำได้จำกัดเพราะถ้านาคศสหกรณ์เครดิตยูเนียนขอพื้นที่กินหรือเรียกเก็บค่าเช่าในอัตราสูงก็จะทำให้กลุ่มสินค้าเกิดความเดือดร้อนขึ้นได้

2) ขาดแคลนงบประมาณในการจัดสร้างและจัดการพื้นที่สาธิตอุปโภค เช่น ห้องน้ำและที่จอดรถ

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1) พ่อหลวงชรินทร์ วังใจ ซึ่งเป็นอดีตผู้บริหารสหกรณ์เครดิตยูเนียนได้มีข้อเสนอให้เรียกประชุมคณะกรรมการสหกรณ์เครดิตยูเนียนโดยด่วนและได้ข้อตกลงร่วมกันว่าจะให้คนในชุมชน ต.ออนใต้ สามารถใช้ประโยชน์พื้นที่ของสหกรณ์ฯได้โดยจะเสียเพียงแค่ค่าบริการสาธารณูปโภคเท่านั้น และจะเปิดโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้าภายนอกมาใช้พื้นที่บริเวณสหกรณ์ฯได้แต่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่แพงกว่า

2) เขียนโครงการเพื่อของบประมาณจาก อบต. ในการจัดสร้างห้องน้ำสาธารณะ และบางส่วนให้เอกชนมาดำเนินการ เช่น การจัดเก็บขยะ และการดูแลเรื่องการจราจร

4.2.3 กิจกรรมตามกลยุทธ์ที่ 3 เป็นศูนย์รวมสินค้าชุมชน

จากการประชุมแบบมีส่วนร่วมเพื่อคัดเลือกสินค้าที่มีอยู่ในชุมชน ต.ออนใต้ โดยมีตัวแทนผู้ผลิตสินค้าคือ นางอุไร จินดาปุก (ตัวแทนกลุ่มผักปลอดสารพิษ) นางเครือวัลย์ ปาลี (กลุ่มขนมเบเกอรี่) และนางสุรางค์ พรหมพันธุ์ (กลุ่มสินค้าเครื่องปั้นดินเผา) และมีสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆซึ่งมีเพียงเล็กน้อยและไม่ได้ผลิดขายอย่างต่อเนื่องจะขายแต่ช่วงที่มีเทศกาลงานบุญเป็นส่วนใหญ่ สมาชิกในที่ประชุมจึงมีความเห็นพ้องกันว่าให้จัดลำดับสินค้าที่มีความเป็นไปได้หรือมีศักยภาพที่จะได้รับการส่งเสริมก่อน ทำให้ได้ข้อสรุปว่าสินค้าที่สามารถให้การส่งเสริมได้ก่อนก็คือ กลุ่มผักปลอดสารพิษ และกลุ่มขนมเบเกอรี่ เพราะเป็นสินค้าที่มีความพร้อมทางการผลิต มีตลาดรองรับชัดเจนและมีสมาชิกอยู่จำนวนมาก ส่วนเครื่องปั้นดินเผานั้นยังไม่มีความพร้อมเพราะต้องใช้เงินทุนเพื่อการพัฒนาและมีสมาชิกในกลุ่มจำนวนน้อย จึงทำให้เราได้วัตถุประสงค์และกิจกรรมสำหรับสินค้า 2 ชนิดข้างต้น

วัตถุประสงค์ที่ 1 สินค้าดีมีคุณภาพและมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

ผักปลอดสารพิษ ได้มีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้าจากสถานีอนามัย ต.ออนใต้ จากแนวนโยบายของสถานีอนามัย ต.ออนใต้ ที่ส่งเสริมให้ชาวบ้านมีสุขภาพดีขึ้นโดยการบริโภคผักปลอดสารพิษและมีการให้ความรู้รวมถึงการส่งเสริมให้มีการปลูกผักปลอดสารพิษ มีการตรวจคุณภาพผักที่ได้มีการปลูกจากคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผักปลอดสารพิษที่ได้จากหมู่บ้านนาร่องคือ บ้านแม่ผาแหน หมู่ 6 ต.ออนใต้ ได้ผ่านการตรวจสอบจากสถานีอนามัย ต.ออนใต้ และให้ถุงใส่ที่มีสัญลักษณ์รับรองถึงความปลอดภัยทำให้เป็นที่น่าเชื่อถือจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ศูนย์ข้อมูลและประสานงานตลาดนัดชุมชน มีการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ตลาดนัดชุมชนขึ้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออน โดยมี นาย อินสนธิ์ กองมา เป็นผู้ดำเนินการ มีกิจกรรมที่สำคัญคือรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทั้งในเรื่องคุณภาพและราคาเพื่อสามารถนำผลที่ได้ไปพัฒนาให้บรรลุดูวัตถุประสงค์ทางด้านสินค้าดีมีคุณภาพ และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ นายอินสนธิ์ กองมา กล่าวว่าที่ผ่านมามีผู้ร้องเรียนเข้ามาพอสมควรในเรื่องที่เกี่ยวกับสินค้าไม่ได้คุณภาพ เช่น สินค้าหมดอายุแล้วแต่นำมาขายอยู่และทางคณะกรรมการจะนำเรื่องร้องเรียนดังกล่าวเข้าสู่ที่ประชุมเพื่อดำเนินการกับร้านค้าดังกล่าว โดยเบื้องต้นก็ใช้วิธีการบอกกล่าวและตักเตือนกับพ่อค้าแม่ค้าก่อน แต่ถ้ามีการทำผิดซ้ำอีกก็จะถูกยกเลิกไม่ให้ขายอีกต่อไป และที่ผ่านมายังไม่มีผู้ขายรายใดถูกยกเลิกสิทธิในการขายเลย

ขนมเบเกอรี่ กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตขนมเบเกอรี่ได้ส่งขนมกลีบลำดวนเข้าแข่งขัน เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2549 และได้รับรางวัลจากเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในตำแหน่งที่ 3 นางเครือวัลย์ ปาลี ซึ่งปัจจุบันเป็นประธานกลุ่มสตรีทำขนม ได้กล่าวว่าปัญหาอุปสรรคที่ทำให้ขนมของกลุ่มตนไม่ได้รางวัลที่ 1 ก็คือการไม่มีบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์เนื่องจากทางกลุ่มขาดแคลนเงินทุน

วัตถุประสงค์ที่ 2 ราคายุติธรรม

ศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน ได้ประชาสัมพันธ์โดยให้กรรมการตลาดที่ทำหน้าที่เก็บค่าเช่าพื้นที่ คือ นายพงษ์ศักดิ์ สุขะแดง และ นายจรัส บุญตันดา บอกกล่าวกับพ่อค้าและแม่ค้าที่ตลาดนัดเพื่อให้ติดป้ายแสดงราคาสินค้า และหลังจากบอกกล่าวได้ 1 เดือนก็ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือจำนวนน้อย โดยกลุ่มสินค้าที่เริ่มมีการติดป้ายราคาได้แก่ อาหารทะเลและผลไม้ เนื่องจากสินค้าประเภทนี้มีการเปลี่ยนแปลงของราคาบ่อยครั้งจึงต้องมีการติดป้ายราคาเพื่อให้ผู้บริโภคทราบ แต่ส่วนใหญ่ยังไม่มีการติดป้ายราคาซึ่งผู้ขายให้เหตุผลว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรู้ราคาตลาดของสินค้าอยู่แล้ว เช่น เสื้อผ้า พริก หัวหอม กระเทียม โดยผู้บริโภคจะใช้วิธีการต่อรองราคาแล้วเปรียบเทียบกับราคาที่ตนรู้อยู่แล้วในการตัดสินใจซื้อ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ผักปลอดสารพิษ จากผลการประชุมของกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษโดยมี นางอุไร จินดา ปุก ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มได้กล่าวว่าแรกเริ่มนั้นสมาชิกกลุ่มผักปลอดสารพิษจะปลูกเพื่อการบริโภคในครัวเรือนก่อนแต่หลังจากที่ผลผลิตเริ่มเหลือจากการบริโภคในครัวเรือนและมีการรวมกลุ่มกันผลิตเพื่อขายอย่างจริงจังทางกลุ่มได้มีช่องทางการตลาดอยู่ 2 ช่องทาง คือ **ช่องทางแรก** การขายภายในชุมชนก่อนโดยการนำไปขายในบริเวณพื้นที่ของเครดิตยูเนียนซึ่งได้รับจัดสรรโดยกรรมการตลาดนัดและขายหน้าสวนผักโดยมีพ่อค้าและแม่ค้ามารับซื้อถึงหน้าสวนซึ่งส่วนใหญ่แล้วก็จะรับไปขายต่อบริเวณตลาดนัดในพื้นที่นั่นเอง **ช่องทางสอง** ในกรณีที่ที่มีผลผลิตมากพอที่จะนำไปขายตามตลาดนัดนอกพื้นที่ชุมชนโดยผู้ปลูกนำไปขายเอง เช่น ตลาดนัดผักปลอดสารพิษของโรงเรียนปรีณัฏฐ์ร้อยเอ็ด หมู่บ้านแลนด์แอนเฮาส์ โรงพยาบาล เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามในระยะแรกนี้ได้มีการขายผ่านช่องทางแรกเท่านั้นเพราะปริมาณผลผลิตที่ได้มีน้อยและยังไม่สามารถตอบสนองกับคนในชุมชนได้อย่างเพียงพอ ส่วนทางด้านรายได้นั้นทางกลุ่มมีรายได้โดยเฉลี่ย 27,000 บาท ต่อ 3 เดือน

กลุ่มขนมเบเกอรี่ นาง เครือวัลย์ ปาลี ประธานกลุ่มสตรีทำขนมเบเกอรี่ กล่าวว่าทางกลุ่มมีแนวทางการจำหน่ายสินค้าอยู่ 4 ช่องทาง คือ

1) ตลาดนัดริมออน(เช้าวันอาทิตย์) มีการจัดวางสินค้าโดยใช้รถเข็นและสมาชิกผลัดเปลี่ยนกันไปขาย

2) ส่งขายตามโรงเรียนในชุมชน ได้แก่ โรงเรียนแม่ผาแพน ,โรงเรียนสหกรณ์ 2 ,โรงเรียนออนหรว , โรงเรียนบ้านออนกลาง และ โรงเรียนเปาสามขา โดยจะมีลูกหลานของคนในชุมชนรับขนมไปขายที่สหกรณ์โรงเรียนของตนเอง

สำหรับ 2 แนวทางแรกนั้นเป็นช่องทางการตลาดที่เคยทำมาก่อนแล้วแต่ภายหลังจากการประชุมแบบมีส่วนร่วมโดยมีคณะกรรมการตลาดเข้าร่วมให้ความคิดเห็นด้วยทำให้ได้ช่องทางการตลาดคือ 3) การวางจำหน่ายที่ห้างโลตัส 4) สถานที่ท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำพุร้อนสันกำแพง เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับตลาดนัดริมออน

การขายผ่านทางตลาดนัดริมออนสามารถทำรายได้มากที่สุดในขณะที่ช่องทางโรงเรียนและสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยยอดขายจะลดลงมากในช่วงปิดเทอมและหน้าฝนรายได้ที่กลุ่มขนมทำได้โดยประมาณเท่ากับ 20,000 - 30,000 บาทต่อเดือน โดยเงินจำนวนนี้นำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน,จ่ายดอกเบี้ยสหกรณ์ และจ้างสมาชิกให้ทำขนมวันละ 100 บาท โดยจะมาทำขนม

สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นวันศุกร์และเสาร์

วัตถุประสงค์ที่ 4 สร้างเครือข่ายคนภายในชุมชน และสร้างกลุ่มพันธมิตรนอกชุมชน

ศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน ถูกตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ประสานงาน ประชาสัมพันธ์และรับเรื่องร้องเรียนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดนัดริมออน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประสานงานให้ผู้บริโภคและพ่อค้าแม่ค้าได้รับรู้ถึงสินค้าชุมชน เช่น ผักปลอดสารพิษและขนมเบเกอรี่ โดยการใช้วิทยุชุมชนซึ่งมีนายอินสนธิ์ กองมา เป็นผู้รับผิดชอบ

กลุ่มผลิตผักปลอดสารพิษ นางทัศนีย์ ถั่วประโคน กล่าวว่ากลุ่มผู้ผลิตผักปลอดสารพิษมีแนวทางการสร้างเครือข่ายและกลุ่มพันธมิตรอยู่ 3 แนวทาง คือ 1) การพยายามที่จะรณรงค์เพื่อให้ชาวบ้านได้เห็นถึงโรคภัยที่เกิดจากการบริโภคผักที่มีสารพิษโดยการทดสอบตรวจเลือดกับเกษตรกรที่ปลูกผักโดยใช้สารเคมี ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสารเคมีปนอยู่ในเลือดเกินกว่ามาตรฐานที่กำหนดและการเปิดรับสมาชิกที่ต้องการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อการผลิตและขายผักปลอดสารพิษ 2) ได้มีความพยายามที่จะสร้างเครือข่ายกับกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษและผักอินทรีย์ที่อยู่ภายนอกชุมชน โดยการติดต่อกับสาธารณะสุขจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเข้าร่วมโครงการเชียงใหม่อาหารปลอดภัย ซึ่งจะทำให้ทางกลุ่มได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิควิธีการเพาะปลูก การพัฒนาคุณภาพและปริมาณตลอดจนช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น เช่น โครงการตลาดนัดธงฟ้า หรือการขายสินค้าตามโอกาสในเทศกาลต่างๆ 3) การขอความช่วยเหลือทางวิชาการและเมล็ดพันธุ์จากองค์กรภายนอก เช่น การขอรับความอนุเคราะห์ด้านเมล็ดพันธุ์จากภาควิชาพืชผัก มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วัตถุประสงค์ที่ 5 เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคนิคและพัฒนากระบวนการผลิต

การศึกษาดูงานของกลุ่มผักปลอดสารพิษ กลุ่มผักปลอดสารพิษมีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบการปลูกผักปลอดสารพิษและวิธีการทำการเกษตรแบบครบวงจรเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็งและมีแนวทางการพัฒนาที่สามารถนำมาปรับใช้กับพื้นที่ในชุมชนได้ โดยคำแนะนำจากสาธารณะสุขจึงทำให้กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษเลือกที่จะไปศึกษาดูงานที่ศูนย์การเรียนรู้แบบครบวงจรของ อ.ประทีป อินแสง อยู่ที่ 197 หมู่ 10 ต.กลางเวียง อ.เวียงสา จ.น่าน อ.ประทีป อินแสง ได้ให้การต้อนรับอย่างเป็นกันเองและได้รับการบรรยายจาก อ.ประทีป อินแสง ในด้านความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการทำเกษตรครบวงจรและการทำการตลาดสินค้าเกษตร มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพูดคุยกันแบบเปิดใจกับผู้บรรยายทำให้ได้ทราบปัญหาอุปสรรคตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหา และเรียนรู้วิธีการทำการเกษตรจากพื้นที่จริง คือ การเลี้ยงไก่เมือง , เลี้ยงหมูหลุม , เลี้ยงปลา , และปลูกผักปลอดสาร

พืช สิ่งทีกลุ่มผักปลอดสารพิษได้รับก็คือ สมาชิกได้แรงบันดาลใจและเทคนิควิธีการทำการเกษตรแบบครบวงจรและช่องทางการทำการตลาด

ภายหลังจากการดูงานกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษมีแนวคิดที่จะทำปุ๋ยหมักชีวภาพเพื่อจำหน่ายให้กับสมาชิกในราคาถูกลงนอกเหนือจากปุ๋ยหมักที่ทางกลุ่มทำอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังคิดที่จะเก็บเกี่ยวเมล็ดพันธุ์ผักต่างๆเพื่อเตรียมไว้จำหน่ายให้กับผู้ที่มีความสนใจจะปลูกผักปลอดสารพิษและกลุ่มศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่างๆ

อบรมการปลูกและเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวกลุ่มผักปลอดสารพิษ จากแนวโน้มที่ผู้บริโภคและเกษตรกรในชุมชนเริ่มหันมาให้ความสนใจต่อการบริโภคและการผลิตผักปลอดสารพิษมากขึ้นทำให้การดูแลเรื่องคุณภาพของผักเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าปริมาณผลผลิตเริ่มที่จะมีมากขึ้น เพราะฉะนั้นกลุ่มผู้ผลิตผักปลอดสารพิษจึงมีความสนใจที่จะได้รับการอบรมในด้าน “การปฏิบัติต่อผักชนิดต่างๆหลังการเก็บเกี่ยว” โดยทีมวิจัยภายในได้ทำการประสานงานเพื่อขอความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร.สุจิตรา รัตนะมโน อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว ได้มาให้การอบรมเรื่องเทคนิคการถนอมผักให้กับกลุ่มโดยเนื้อหาเริ่มตั้งแต่การทำความเข้าใจกับกระบวนการหายใจของพืช เทคนิคการเก็บเกี่ยว การดูแลพืชผักก่อนการขายเพื่อให้คงความสดและประโยชน์เอาไว้ให้มากที่สุด ซึ่งผลที่รับก็คือกลุ่มเกษตรกรให้ความสนใจและซักถามเป็นอย่างมาก นางอุไรวรรณ จินดาบุค ซึ่งสมาชิกกลุ่มปลูกผักให้ความเห็นว่าวิธีการที่ได้รับถ่ายทอดจากวิทยากรนั้นสามารถนำไปใช้งานได้จริงและเป็นประโยชน์อย่างมากคือทำให้ลดการสูญเสียของผักลงได้ เกษตรกรสามารถบันทึกข้อมูลปริมาณผลผลิตของพืชผักแต่ละชนิดและการมีโรคภัยที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตทั้งในแง่ของชนิดพืชผักและปริมาณได้

ปัญหา- อุปสรรคจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 3

1) การขาดแคลนเงินทุนในการจัดซื้ออุปกรณ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกลุ่มต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับจัดทำฐานข้อมูลสินค้าชุมชน , บรรจุภัณฑ์และเครื่องมือทำขนมเบเกอรี่

2) มีความยากลำบากในการนำสินค้าไปวางจำหน่ายในร้านสินค้าประเภท modern trade เช่น โลตัส คาร์ฟู เพราะกฎระเบียบและมาตรฐานที่ร้านค้าเหล่านี้ได้วางเอาไว้ได้สร้างความยุ่งยากและไม่เป็นธรรมต่อสินค้าชุมชนจนทำให้สินค้าประเภทผักปลอดสารพิษและขนมเบเกอรี่ี่ขาดโอกาสในการนำสินค้าไปขาย

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1) ขอความอนุเคราะห์เครดิตยูเนียนในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการดำเนินงานให้กับ ศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ตลาดนัดริมถนนในการจัดทำฐานข้อมูลสินค้าชุมชนและจัดพิมพ์งานที่เกี่ยวข้องกับกิจการของตลาดนัด

2) เพื่อให้ได้มาซึ่งอุปกรณ์ในการทำนมเบเกอร์ที่ทันสมัยมากขึ้นทางกลุ่มได้มีแนวทาง คือ **ประการแรก** เปิดรับสมัครสมาชิกเพิ่มเพื่อให้เกิดการรวมเงินทุนได้มากขึ้น **ประการที่สอง** กู้จากสหกรณ์เครดิตยูเนียน **ประการที่สาม** หักจากผลกำไรทุกเดือน จากทั้งสามแนวทางนี้ทำให้กลุ่มผลิตนมเบเกอร์มีเงินทุนเพิ่มขึ้นเพื่อใช้จัดซื้อเครื่องมือทำนมได้ในอนาคต

4.2.4 กิจกรรมตามกลยุทธ์ที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

วัตถุประสงค์ที่ 1 ทราบความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

ศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน จัดทำแบบสอบถามเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ขายและผู้ซื้อ มูลค่าทางการตลาด ทักษะคิด และแนวทางการพัฒนาตลาดที่เป็นไปตามความต้องการของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ปัจจุบันนายอินสนธิ์ กองมา นายจรัส บุญตันตา และนายพงศ์ศักดิ์ สุยะแดง เป็นผู้รับผิดชอบในการเก็บแบบสอบถามและให้เจ้าหน้าที่เครดิตยูเนียน ช่วยประมวลผลข้อมูล โดยการจัดเก็บแบบสอบถามจะกำหนดให้มีการทำขึ้นปีละ 1 ครั้ง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ส่งเสริมกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ลานแสดงศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากกรรมการตลาดนัดริมถนนจะจัดให้มีการจัดตั้งลานการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านในบริเวณลานหน้าเตาอบลำไยแต่ยังติดปัญหาเรื่องงบประมาณและพื้นที่ทำให้กิจกรรมนี้ยังไม่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เผยแพร่แนวโน้ม สังคม เศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมภายนอกชุมชน

ศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน โดยนายอินสนธิ์ กองมา ได้จัดรายการวิทยุเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับชุมชนและผู้มาใช้บริการตลาดนัด เช่น การแจ้งข่าวราคาน้ำมัน ข่าวโจรจากรักรมรณ เป็นต้น ผลที่ได้รับก็คือทำให้คนในชุมชนมีความตื่นตัวและรู้เท่าทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังจะเห็นได้จากคนในชุมชนที่เข้ามาแจ้งข่าวเรื่องการจากรักรมรณยนต์และรถจักรยานยนต์กับนายอินสนธิ์ กองมา และผลจากการประชาสัมพันธ์ข่าวผ่านวิทยุชุมชน ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการตลาดนัดจลจรได้เป็นระเบียบและอยู่ในกฎเกณฑ์ของตลาดนัดมากขึ้น

ปัญหา- อุปสรรคจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 4

- 1) ขาดแคลนงบประมาณในการจัดลานแสดงศิลปวัฒนธรรม
- 2) กรรมการตลาดในปัจจุบันยังไม่มีทักษะและความรู้ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำให้เป็นอุปสรรคในการจัดทำรายงานหรือการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ

แนวทางการแก้ปัญหา

- 1) ประสานความร่วมมือกับทาง อบต. เพื่อให้เห็นถึงความจำเป็นด้านงบประมาณในการช่วยสนับสนุนให้เกิดลานวัฒนธรรมขึ้น โดยนายอินสนธิ์ กองมา และคณะกรรมการตลาดนัดซึ่งเกือบทุกคนเป็นสมาชิกของคณะกรรมการ อบต. อยู่แล้ว ได้มีการนำเรื่องความจำเป็นนี้เข้าสู่การประชุมของ อบต. และได้ข้อสรุปว่าให้นำเสนอเป็นโครงการเพื่อขอของบสนับสนุนปีงบประมาณ 2550 ต่อไป
- 2) มีการจัดอบรมการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นให้กับคณะกรรมการตลาดนัดเพื่อให้สามารถจัดทำรายงานและใช้โปรแกรมเพื่อการประมวลผลข้อมูลในแบบง่ายๆ ได้ โดยในระยะแรกได้ขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของเครดิตยูเนียนช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและจัดทำรายงานเบื้องต้นไปก่อน

4.2.5 กิจกรรมตามกลยุทธ์ที่ 5 ศูนย์รวมการเรียนรู้

วัตถุประสงค์ที่ 1 มีลานวัฒนธรรมและกิจกรรมคนในชุมชน

ลานแสดงศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากกรรมการตลาดนัดริมออนได้มีการนัดหมายประชุมกับตัวแทนจากแต่ละหมู่บ้านเพื่อทำการเสนอแนวคิดเรื่องการจัดให้มีลานแสดงศิลปวัฒนธรรมในบริเวณพื้นที่หน้าโรงอบลำไยซึ่งอยู่ติดกับตลาดนัดโดย นายอินสนธิ์ กองมา ได้ชี้แจงเพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์หลักก็คือ 1) ต้องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป 2) ต้องการสร้างความมีส่วนร่วมและการรู้จักสามัคคีของคนใน ต.ออนใต้ หลังจากการนำเสนอวัตถุประสงค์นี้ตัวแทนที่มาจากหมู่บ้านต่างๆ ได้แสดงความเห็นด้วยเป็นอย่างมาก เพราะส่วนใหญ่ต้องการที่จะให้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นคงอยู่ต่อไป เช่น การเล่นดนตรีพื้นเมือง ซึ่งปัจจุบันจะมีแต่คนเฒ่าคนแก่ที่รู้วิธีเล่นถ้าไม่อนุรักษ์เอาไว้ก็จะสูญหายไปในที่สุด นอกจากนี้ยังมีศิลปะการปั้นเครื่องปั้นดินเผาแบบวิถีโบราณซึ่งกำลังจะสูญหายไปเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานเพื่อจัดทำลานแสดงศิลปวัฒนธรรมจำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนหนึ่ง จึงมีความเห็นพ้องกันว่าต้องมีเจ้าภาพร่วมกันสามฝ่าย คือ 1) สหกรณ์เครดิตยูเนียน 2) ตลาดนัดออนใต้ 3) องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งทั้งสามฝ่ายนี้จะต้องหาแนวทางเพื่อให้ได้มาซึ่งงบประมาณให้เร็วที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 มีศูนย์รวมข้อมูลชุมชน(สินค้า, การเงิน,วัฒนธรรม, การผลิต ฯลฯ)

ศูนย์รวมข้อมูลชุมชน จากการจัดประชุมแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอันประกอบด้วย คณะกรรมการตลาด ตัวแทนจาก อบต. ตัวแทนจากหมู่บ้านต่างๆใน ต.ออนใต้ และตัวแทนจากสหกรณ์เครดิตยูเนียน ได้มีแนวคิดร่วมกันว่าสหกรณ์เครดิตยูเนียนเป็นสถาบันการเงินชุมชนที่มีความเข้มแข็ง มีสมาชิกที่มาจากคนในตำบลออนใต้ มีสถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นของตัวเอง และมีพื้นที่ตั้งอยู่ในบริเวณหมู่ 3 ซึ่งเป็นที่ตั้งของตลาดนัด โดย นายชรินทร์ วังใจ และนายอินสนธิ์ กองมา ซึ่งเป็นอดีตผู้บริหารเครดิตยูเนียน มีความคิดเห็นว่าพื้นที่บริเวณสถานีวิทยุกระจายเสียงเครดิตยูเนียนน่าที่จะเป็นศูนย์ข้อมูลชุมชนได้ โดยสถานีวิทยุชุมชนมีการดำเนินรายการที่มีความบันเทิงและสอดแทรกสาระของชุมชน พร้อมทั้งเป็นที่ประสานงานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดนัดชุมชนทั้งฝ่ายผู้ผลิต ผู้ขายและผู้บริโภค โดยมีนายอินสนธิ์ กองมา เป็นผู้บริหารจัดการ

จากผลการประชุมทำให้ได้กิจกรรมในปัจจุบัน คือ การรวบรวมข้อมูลสินค้าชุมชนและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับตลาดนัดและชุมชนโดยรอบ โดยอาศัยการกระจายเสียงตามสายและคลื่นวิทยุชุมชน แต่เนื่องจากการดำเนินการดังกล่าวยังขาดเงินทุนที่จะนำมาใช้เพื่อจัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมของตลาดและการจัดซื้อคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดทำฐานข้อมูลของตลาด จึงจำเป็นต้องอาศัยการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และบุคลากรจากสหกรณ์เครดิตยูเนียนไปก่อน

กิจกรรมอบรมนักจัดรายการวิทยุเยาวชน ทางกลุ่มศูนย์รวมข้อมูลชุมชนได้ทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุกลยุทธ์ศูนย์รวมการเรียนรู้ก็คือ การจัดฝึกอบรมนักจัดรายการวิทยุแก่เยาวชนโดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถรวมถึงการเห็นถึงความสำคัญของข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังเป็นการอนุรักษ์ภาษาถิ่นและประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการดำเนินงานมีรายละเอียดคือ

- ประกาศรับสมัครเยาวชนจำนวน 20 ราย
- แบ่งการฝึกอบรมเป็น 2 รุ่น
- ระยะเวลาในการอบรม 6 วัน
- รุ่นที่ 1 อบรมวันที่ 20-22 เม.ย. 2549 และรุ่นที่ 2 อบรมวันที่ 25-27 เม.ย. 2549

โดยมีกระบวนการการอบรมคือ

- อธิบายทำความเข้าใจถึงความสำคัญของวิทยุชุมชน
- อธิบายถึงรูปแบบวิธีการจัดรายการวิทยุ เทคนิคการใช้อุปกรณ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2

ส่วนดังนี้

1. การใช้เครื่องมืออุปกรณ์พร้อมทั้งวิธีการดูแลรักษาภายในสถานีวิทย์

2. รูปแบบวิธีการดำเนินรายการวิทยุของผู้จัด

2.1 การออกเสียงอักขระ คำควบกล้ำ การเว้นจังหวะให้ชัดเจน

2.2 การจัดผังรายการวิทยุชุมชน

2.3 การจัดเตรียมข้อมูลในแต่ละประเภทรายการ

3. ฝึกปฏิบัติจริงในสถานีวิทย์ โดยแบ่ง เป็นฝ่ายเทคนิค และฝ่ายผู้จัด จากนั้นก็สลับฝ่ายกันเพื่อทดสอบความถนัดของแต่ละบุคคล โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นจะเน้นให้เกิดทักษะในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ให้แก่เยาวชน นอกจากจากนั้นยังให้เยาวชนกลุ่มนี้ จัดหาข่าวสาร สารความรู้ทั้งในและนอกชุมชน ที่มีความสำคัญต่อชุมชนในเขตพื้นที่ ที่ผู้อบรมอาศัยอยู่แล้วนำมาเผยแพร่ผ่านทางวิทยุชุมชน และยังเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชนให้รับรู้ในวงกว้างอย่างทั่วถึง

ผลที่ได้รับก็คือ เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความสนใจ ตื่นเต้นและเอาใจใส่กับการทดลองจัดรายการผ่านทางวิทยุกระจายเสียง มีความตื่นตัวกับข่าวสารข้อมูลทั้งภายในและภายนอกชุมชน นอกจากนี้เยาวชนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดรายการเสียงตามสายภายในโรงเรียนของตนเองได้อีกด้วย

โครงการอบรมการทำขนมแก่เยาวชนโดยกลุ่มขนมเบเกอรี่

จากการจัดประชุมเพื่อวิเคราะห์ SWOT ให้กับกลุ่มสินค้าต่างๆ ทางกลุ่มขนมเบเกอรี่ได้มีแนวคิดที่จะสร้างให้เกิดเครือข่ายทางการตลาดโดยผ่านทางเยาวชนและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มสินค้าชุมชน จึงได้แนวคิดว่าจะมีการจัดโครงการอบรมทำขนมให้กับเยาวชน โดยมีเยาวชนในชุมชนเข้าร่วมโครงการจำนวน 20 คน โครงการนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) สร้างเครือข่ายผู้บริโภครุ่นเยาว์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าชุมชน 2) เยาวชนได้ใช้เวลาว่างในช่วงปิดเทอมให้เป็นประโยชน์และสามารถใช้เป็นแรงบันดาลใจเพื่อการประกอบอาชีพในอนาคต ผลที่ได้รับจากโครงการอบรมนี้ นางเครือวัลย์ ปาลี (ประธานกลุ่มขนมเบเกอรี่) กล่าวว่ากิจกรรมนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพราะกลุ่มเยาวชนให้ความสนใจและมีทัศนคติที่ดีกับการเข้าร่วมกิจกรรมนี้ กล่าวคือเยาวชนได้รับความรู้จากการทำขนม ได้รู้จักเพื่อนและการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดรายได้และสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ในอนาคตนอกจากนี้ยังเกิดความภาคภูมิใจและเป็นแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพให้เยาวชนได้ด้วย

ปัญหา- อุปสรรคจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ 5

1) ขาดแคลนงบประมาณในการจัดลานแสดงศิลปวัฒนธรรมและจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลสินค้าชุมชน รวมทั้งการทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลตลาดนัดริมออน

2) การให้ความร่วมมือจากชาวบ้านในตำบลต่างๆในการเข้าร่วมประชุมเพื่อการแสดงความคิดเห็นเมื่อมีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการมีค่อนข้างคั่งจะน้อย ส่วนใหญ่ผู้ที่เข้าประชุมจะเป็นตัวแทนจากกรรมการตลาดและอบต. เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจาก 1) ชาวบ้านส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเป็นผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจากตลาดนัดเป็นส่วนใหญ่ทำให้ต้องใช้เวลาในการปรับตัวในการคิดหาประโยชน์จากตลาดเพื่อการขายสินค้าของตนเอง 2) ชาวบ้านมีความเห็นว่ากรรมการตลาดมีตัวแทนจากหมู่บ้านของตนเองเข้าร่วมอยู่แล้วจึงไม่อยากจะเสียเวลามานั่งประชุมอีก

แนวทางการแก้ปัญหา

1) ประสานความร่วมมือกับทาง อบต. เพื่อให้เห็นถึงความจำเป็นด้านงบประมาณในการช่วยสนับสนุนให้เกิดลานวัฒนธรรมขึ้น โดยนายอินสนธิ์ กองมา และคณะกรรมการตลาดนัดซึ่งเกือบทุกคนเป็นสมาชิกของคณะกรรมการ อบต. อยู่แล้ว ได้มีการนำเรื่องความจำเป็นนี้เข้าสู่วาระการประชุมของ อบต. และได้ข้อสรุปว่าให้นำเสนอเป็นโครงการเพื่อขอของบสนับสนุนปีงบประมาณ 2550 ต่อไป

2) มีการจัดอบรมการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นให้กับคณะกรรมการตลาดนัดเพื่อให้สามารถจัดทำรายงานและใช้โปรแกรมเพื่อการประมวลผลข้อมูลในแบบง่ายๆได้ โดยในระยะแรกได้ขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของเครดิตยูเนียนช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและจัดทำรายงานเบื้องต้นไปก่อน

3) การให้ความรู้กับคนในชุมชนในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของคนที่มีต่อชุมชนเพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนายั่งยืน โดยอาศัยวิทยุชุมชนและการประชาสัมพันธ์ตามงานบุญต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการเปิดเวทีแสดงความคิดเห็นของคนในชุมชนที่มีต่อการบริหารจัดการทางเศรษฐกิจและสังคม โดยออกอากาศผ่านทางวิทยุชุมชน เป็นการช่วยให้ชาวบ้านที่ไม่กล้าจะแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นมากขึ้น

4.3 รูปแบบตลาดนัดชุมชนริมออน

จากผลการประชุมเชิงปฏิบัติการหลายครั้งที่ผ่านมามีให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของกลุ่มต่างๆที่มีส่วนร่วมในการก่อให้เกิดตลาดนัดชุมชน แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงหรือขาดเจ้าภาพที่จะเป็นตัวประสานความเชื่อมโยงเหล่านี้ เพราะฉะนั้นจึงทำให้ตลาดนัดที่มีอยู่ตั้งแต่ดั้งเดิมนั้นยังไม่สามารถดึงศักยภาพที่แท้จริงออกมาได้หมด ดังนั้นการตั้งคณะกรรมการที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของคนใน ต.ออนใต้ จึงเป็นก้าวแรกที่มีความสำคัญต่อการประสานประโยชน์ร่วมกันของฝ่ายต่างๆในชุมชนและเป็นแนวทางการเริ่มต้นที่ใช้การตลาดเป็นตัวนำซึ่งแตกต่างจากแนวทางนโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมามีมักจะส่งเสริมให้เกิดการผลิตก่อนการหาตลาดทำให้เกิดปัญหาการตลาดตามมาคือไม่รู้จะไปขายที่ไหน

การก่อกำเนิดขึ้นของตลาดนัดริมออนในช่วงแรกเริ่มนั้นอาจจะเกิดจากคนในพื้นที่หมู่ 3 แล้วจึงเริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับเป็นเวลารวม 20 ปี ด้วยปัจจัยสนับสนุนจากในอดีตที่พอจะสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

- 1) ทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนหลายแหล่งในบริเวณนั้น ได้แก่ หมู่บ้านต่างๆใน ต.ออนใต้ และบางหมู่บ้านใน ต.แซ่ซ่าง ต. หนองกลาง
- 2) ความเคยชินและการบอกกันปากต่อปากของทั้งผู้บริโภคและผู้ขายในเรื่องของความสะดวกของตลาดทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 3) เป็นตลาดนัดที่ไม่ได้เป็นของเอกชนรายใดรายหนึ่งทำให้ไม่มีกฎระเบียบสำหรับผู้ขายมากนัก ทำให้ผู้ขายมีอิสระในการเข้ามาค้าขายหรือเลิกขาย นอกจากนี้ยังเสียค่าใช้จ่ายหรือค่าเช่าพื้นที่ในราคาถูกด้วย

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540 ทำให้ตลาดนัดแห่งนี้ทวีความคลั่งคลั่งมากขึ้นเนื่องจากคนในท้องถิ่นที่ตกงานจากในเมืองได้หันกลับประกอบอาชีพในมาท้องถิ่นเพื่อหลบภัยเศรษฐกิจที่ล่มสลาย เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจชุมชนเป็นเสมือนฉนวนป้องกันภัยทางเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี นโยบายของรัฐบาลหลายอย่างเริ่มเข้ามาให้ความสนใจกับเศรษฐกิจชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะเศรษฐกิจภาคการเงินชุมชน เพื่อลดการพึ่งพาแหล่งเงินภายนอกชุมชนและเงินนอกระบบให้มากที่สุด ทำให้แนวคิดการออมเงินภายในชุมชนและนำเงินนั้นมาใช้ประโยชน์ให้กับชุมชนเองจึงเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย และรูปแบบหนึ่งของระบบการเงินท้องถิ่นที่ถือเป็นรูปแบบที่ประสบความสำเร็จก็คือ เครดิตยูเนียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รศ. อารีย์ เชื้อเมืองพาน (2543) ที่พบว่าองค์กรการเงินชุมชนหรือกิจกรรมการออมที่เกิดขึ้นภายในชุมชนจะสามารถช่วยเหลือคนในชุมชนจากภาวะอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมนอกระบบได้เป็นอย่างดี

สหกรณ์เครดิตยูเนียนริมออนถือเป็นตัวอย่างของสถาบันการเงินชุมชนที่ประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของจำนวนสมาชิกและเงินฝากที่เพิ่มขึ้น และด้วยความเชื่อมโยงของเศรษฐกิจชุมชนทั้งภาคการผลิต การบริโภค การตลาด โดยมีสถาบันการเงินชุมชนเป็นเสมือนเส้นเลือดหล่อเลี้ยงให้หน่วยเศรษฐกิจต่างๆดำเนินไปด้วยความสะดวก จากการวิจัยทำให้ทราบถึงรูปแบบของความเชื่อมโยงดังต่อไปนี้

4.3.1 เครดิตยูเนียน ต. ออนใต้

เริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ 1 มกราคม 2533 และด้วยการบริหารงานที่มุ่งเน้นตามหลักการพัฒนาคนควบคู่กับการพัฒนาเงินของสมาชิก มีการมุ่งเน้นที่ความซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบ เห็นใจกัน วางใจกัน ทำให้สหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งนี้เป็นแหล่งออมเงินและแหล่งทุนที่สำคัญของคนในตำบลออนใต้และด้วยการมีผู้นำที่ดี คือ นายชรินทร์ วังใจ ทำให้การบริหารงานมีความโปร่งใสและชาวบ้านมีความเชื่อถือจึงส่งผลให้จำนวนสมาชิกมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันจากการบอกเล่าของนาย อินสนธิ์ กองมาที่กล่าวว่า สหกรณ์เครดิตยูเนียนมีสินทรัพย์เป็นที่ดินอยู่บริเวณใกล้กับตลาดนัดริมออนในพื้นที่หมู่ 3 เพิ่มขึ้นประมาณ 10 ไร่ มีเตาอบลำไยเพื่อให้บริการแก่สมาชิก และสถานีวิทยุชุมชน โดยความสัมพันธ์ของเครดิตยูเนียนกับชุมชนเป็นไปในลักษณะเกื้อกูลซึ่งกันและกัน การอนุมัติเงินกู้มีความยุติธรรมและมีหลักการเป็นที่น่าเชื่อถือให้กับสมาชิก

ความสัมพันธ์ของเครดิตยูเนียนกับหน่วยอื่นๆในชุมชนพอจะกล่าวได้ คือ

1) เครดิตยูเนียนมีความสัมพันธ์กับชุมชนในแง่ของการเป็นสถาบันการเงินชุมชนที่ให้บริการทางการเงิน เช่น การให้สมาชิกได้กู้เงินเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน หรือเพื่อการอุปโภคบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับวิถีทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนที่อยู่บนชนบทที่ต้องหาเช้ากินค่ำ ความต้องการใช้เงินในบางช่วงอาจมีสูง เช่น ช่วงต้นฤดูการเพาะปลูก ช่วงเปิดเทอม เป็นต้น เนื่องจากสหกรณ์เครดิตยูเนียนให้บริการเงินกู้แก่สมาชิกด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำจึงลดปัญหาหนี้ของระบบของชุมชน ต.ออนใต้ ลงได้ ด้วยการบริหารที่มีความโปร่งใสและวิสัยทัศน์ของทีมบริหารทำให้สมาชิกมาใช้บริการการฝากเงินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) เครดิตยูเนียนมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ผลิต เพราะสหกรณ์มีเงินที่ได้จากการรับฝากเงินของสมาชิกทำให้เป็นต้นทุนเพราะต้องจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิก ดังนั้น การบริหารเงินฝากอย่างระมัดระวังจึงเป็นสิ่งสำคัญ จากคำบอกเล่าของนาย ชรินทร์ วังใจปัญหา ถึงนโยบายการปล่อยเงินกู้ของสหกรณ์ฯ คือ การปล่อยกู้ให้กับสมาชิกที่มีแนวทางการผลิตที่มีความเสี่ยงต่ำ การกู้เพื่อการซื้ออุปกรณ์การผลิตสินค้าในชุมชน เช่น การเครื่องมือการทำขนมเบเกอรี่ เครื่องอบลำไย เป็นต้น โดย

การอนุมัติการให้กู้ยืมจะทำให้รูปของคณะกรรมการและมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำมากหรือไม่คิดดอกเบี้ยเลยในบางกรณี

3) เครดิตยูเนียนกับตลาดนัดชุมชน ถือได้ว่าเป็นความสัมพันธ์แบบทางอ้อมต่อกันเพราะสหกรณ์เครดิตยูเนียนให้ตลาดใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่เครดิตยูเนียนมีอยู่และไม่ได้คิดค่าใช้จ่ายในการใช้สินทรัพย์นั้นๆแต่อย่างใด จากการประชุมของคณะกรรมการบริหารสหกรณ์เครดิตยูเนียนได้ลงความเห็นว่าจะให้ตลาดนัดได้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่บางส่วนในปัจจุบัน เช่น พื้นที่บริเวณหน้าโรงอบลำไยประมาณ 1 ไร่ ให้ใช้เป็นที่จอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการตลาดได้ และพื้นที่ในส่วนของอาคารที่ว่างเปล่าจะให้สินค้าในชุมชนมาตั้งขายได้โดยไม่เก็บค่าใช้จ่ายใดๆ เพราะถือเป็น การให้บริการสมาชิกสหกรณ์ฯ นอกจากนี้ เครดิตยูเนียนยังให้สถานีวิทย์ชุมชนเป็นแหล่งประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลให้กับตลาดนัดชุมชน และเป็นศูนย์ประสานงานระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ขายไปด้วย โดยผู้ที่รับผิดชอบในส่วนนี้ก็คือ นายอินสนธิ กองมา ซึ่งปัจจุบันทำหน้าที่เป็นรองประธาน อบต. และเป็นอดีตรองกรรมการของเครดิตยูเนียน นอกจากนี้ยังมีความสามารถเป็นนักจัดรายการวิทยุ เพราะฉะนั้นจึงเป็นบุคคลสำคัญในการทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานหลายฝ่ายของตลาดนัดชุมชน

4.3.2 ชุมชน

ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของตลาดนัดชุมชนแต่ที่ผ่านมาชุมชนในตำบลออนใต้จะทำหน้าที่เป็นแค่เพียงผู้บริโภค โดยมีพ่อค้าแม่ค้าจากภายนอกมาขายสินค้าให้เป็นการดึงเม็ดเงินออกไปจากชุมชนหลายแสนบาทต่อเดือน ในขณะที่สินค้าที่คนในชุมชนได้บริโภคนั้นยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร เพราะเริ่มมีเสียงร้องเรียนผ่านคณะกรรมการตลาดมาว่าสินค้าบางร้านค้างหมดยาวไปแล้วยังไม่นำมาขายอยู่ ดังนั้น เมื่อเกิดคณะกรรมการตลาดขึ้นผู้บริโภคสามารถร้องเรียนผ่านคณะกรรมการตลาดและมีการกำหนดข้อควรปฏิบัติสำหรับพ่อค้าแม่ค้ารวมถึงบทลงโทษสำหรับผู้ไม่ปฏิบัติตามซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้มีคุณภาพมากขึ้น

ชุมชนมีความเกี่ยวพันกับผู้ผลิตในแง่ของการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน แรงงาน

ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต และเป็นเจ้าของเงินทุนที่นำมาปล่อยกู้โดยผ่านสหกรณ์เครดิตยูเนียน และผู้ผลิตก็จะตอบแทนให้กับเจ้าของปัจจัยการผลิตในรูปของค่าเช่า ค่าแรง ผลกำไรและดอกเบี้ย เพราะฉะนั้นชุมชนจึงมีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตอย่างใกล้ชิด โดยมีเครดิตยูเนียนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงในแง่ของเงินทุน ถือว่าเป็นการลดต้นทุนการผลิตของฝ่ายผลิตเพราะไม่ต้องกู้เงินนอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า

4.3.3 ฝ่ายผลิตภายในชุมชน

โดยส่วนใหญ่แล้วการผลิตใน ต.ออนใต้ เป็นสินค้าทางการเกษตร เช่น การปลูกข้าว และการปลูกพืชผักผลไม้ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมทั้งสภาพดินและน้ำอุดมสมบูรณ์ และจากการสำรวจข้อมูลผู้ขายสินค้าในตลาดนัดริมออน พบว่ามีอยู่ประมาณยี่สิบกว่ารายที่เป็นผู้ขายที่มาจากใน ต.ออนใต้ เอง และส่วนใหญ่จะเป็นการขายสินค้าประเภทอาหารแปรรูป เช่น ข้าวเกรียบ แคนหมู แหนม ผักกาดดอง รวมถึงการขายขนมไทย ๆ เช่น ข้าวต้มมัด ขนมชั้น สากุ ข้าวเหนียวเปียก และผักผลไม้ต่าง ๆ เช่น หน่อไม้ ผักชะอม ผักบุ้ง ผักกาด พริกขี้หนู แตงกวา ข้าวสาลี ข้าวโพดกล้วย ขนุน มะม่วง แดงไทย ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่ผู้ขายจะทำการแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรและนำผักผลไม้จากในสวนของตนออกมาจำหน่ายเอง ความถี่ในการขายสินค้านั้นขึ้นอยู่กับผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาลซึ่งมีความแปรผันไม่แน่นอน

โดยสินค้าที่ถือได้ว่ามีศักยภาพทางการตลาดอยู่มากและสามารถให้การส่งเสริมได้ในระยะสั้นคือผักปลอดสารพิษและขนมเบเกอรี่ โดยเฉพาะผักปลอดสารพิษถือได้ว่ามีความได้เปรียบทางปัจจัยการผลิตเนื่องจาก ต.ออนใต้ มีพื้นที่เหมาะสมในการปลูกพืชผักได้หลากหลายชนิดและมีน้ำอุดมสมบูรณ์ ทำให้สามารถพัฒนาสินค้าที่เกิดจากความได้เปรียบด้านทรัพยากรภายในชุมชนและด้วยกระแสความตื่นตัวทางด้านสุขภาพจะช่วยให้เกิดอุปสงค์ที่จะสามารถรองรับสินค้าได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ภายในพื้นที่ ต.ออนใต้ ยังมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะมีเตาเผาโบราณซึ่งเป็นสถานที่ที่ใช้ในการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งถูกค้นพบโดยคุณไกรศรี นิมมานเหมินท์ และมีการจัดตั้ง “กลุ่มฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผาเตาวัดเชิงแสน” มีกิจกรรมการทำเครื่องปั้นดินเผาตามแบบวิถีโบราณเพื่อขายเป็นของที่ระลึก แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนากลุ่ม

เครื่องปั้นดินเผาต้องอาศัยการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องทั้งทางด้านเทคนิคการผลิตและเงินทุน นางสุรางค์ พรหมพันธุ์ (สมาชิกกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา) ให้ข้อคิดเห็นว่าที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่องของการส่งเสริม เพราะฉะนั้น หน่วยงานภาครัฐโดยการนำของ อบต. นำที่จะเข้ามามีบทบาทต่อการส่งเสริมให้มากขึ้นทั้งทางด้านเทคนิควิธีการผลิตและการตลาด

4.3.4 หน่วยงานภายนอกชุมชน

คือหน่วยงานที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการเติบโตของตลาดและผู้ผลิตในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในปัจจุบันหน่วยงานที่มีบทบาทต่อชุมชนใน ต.ออนใต้ อย่างมากได้แก่

1) องค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ โดยหน้าที่หลักแล้วก็คือการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (มาตรา 66) ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย องค์การบริหารส่วนตำบลมีหน้าที่ต้องทำในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังต่อไปนี้ (มาตรา 68)

- ให้ มีน้ำ ำ เพื่ อการอุปโภค บริโภค และการ เกษตร

- ให้ มีและบำรุงการไฟฟ้า ำหรือแสงสว่าง ำ โดยวิธีอื่น

- ให้ มีและบำรุงรักษาทางระบายน้ำ ำ

- ให้ มีและบำรุงสถานที่ ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจและสวนสาธารณะ

- ให้ มีและส่งเสริมกลุ่ม เกษตรกรและกิจการสหกรณ์

- ส่งเสริมให้ มีอุตสาหกรรมในครอบครัว ำ

- บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร

- การคุ้มครองดูแลและรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดิน

- หาผลประโยชน์จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนตำบล

- ให้ มีตลาดที่ ำเทียบเรือและท่า ำข้าม

- กิจการเกี่ยวกั บการพาณิชย์

- การท่องเที่ยว

- การผังเมือง

จากอำนาจหน้าที่ที่กล่าวมาข้างต้นนี้แสดงให้เห็นชัดเจนในแง่ของบทบาทหน้าที่ของ อบต. ออนใต้ ที่มีต่อตลาดนัดและผู้ผลิตในชุมชน ซึ่งที่ผ่านมา อบต. เข้ามามีบทบาทต่อตลาดนัดในแง่ของการสนับสนุนปัจจัยทางด้านสาธารณูปโภค เช่น การขยายท่อส่งน้ำทำให้ลดปัญหาท่วมขังตลาดลงได้ นอกจากนี้ยังอนุญาตให้ตลาดได้ใช้พื้นที่บางส่วนสำหรับจอดรถและห้องน้ำเก่าสำหรับพ่อค้าแม่ค้าที่มาค้าขายทุกวันอาทิตย์ได้ด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มคนบางกลุ่มที่ยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่และสิทธิของ อบต. จึงก่อให้เกิดกระแสการไม่ไว้วางใจ อบต. เช่น พื้นที่ในปัจจุบันที่ อบต. เข้ามาก่อนสร้างนั้นเดิมเป็นพื้นที่ราชพัสดุ และมีกลุ่มชาวบ้านเข้ามาใช้ประโยชน์เพื่อการค้าขายมานานแล้ว ชาวบ้านบางกลุ่มจึงเกิดความไม่ไว้วางใจกลัวว่า อบต. จะเข้ามาอ้างสิทธิเหนือพื้นที่นั้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อประโยชน์ที่ตนได้รับจากการขายสินค้าในอนาคต

เพราะฉะนั้น อบต. ต้องทำการชี้แจงบทบาทและหน้าที่ตลอดจนประโยชน์ของ อบต. ที่มีต่อชุมชนให้มีความชัดเจน เพราะการลงทุนและการส่งเสริมผู้ผลิตในชุมชนของ อบต. จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อ อบต. ในด้านของภาษีที่จัดเก็บได้ เป็นการขยายทั้งฐานและขนาดของรายได้จากการจัดเก็บภาษี

2) อนามัย และ เกษตรอำเภอ ถือเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการผลิตสินค้าปลอดสารพิษในชุมชน ด้วยนโยบายที่ต้องการลดผู้ป่วยและสร้างเสริมให้คนในชุมชนมีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรงส่งผลทางอ้อมทำให้เกิดการผลิตผักปลอดสารพิษเพื่อใช้บริโภคในชุมชนเอง และมีโอกาสที่จะขายเชิงพาณิชย์ได้ในอนาคตเพราะตลาดผักปลอดสารพิษมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องผักที่ผลิตได้จึงไม่พอขาย นอกจากนี้หน่วยงานทั้งสองยังช่วยทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือถือเป็นไปตามมาตรฐานด้วยการออกเครื่องหมายรับรองคุณภาพให้กับผักที่ผ่านการตรวจสอบจากอนามัยอีกด้วย

3) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มีหน้าที่สำคัญคือการกำหนดมาตรฐานและให้การรับรองมาตรฐานตลอดจนการส่งเสริมเพื่อให้สินค้าชุมชนได้มาตรฐานตามสากลกำหนดซึ่งที่ผ่านมากลุ่มสตรีแม่บ้าน(กลุ่มเบเกอรี่)ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ให้กับขนมกลีบลำดวน เมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2549 แต่อย่างไรก็ตามปัญหาของกลุ่มเบเกอรี่ก็คือความต้องการเครื่องมือเพื่อใช้ในการนวดแป้งเครื่องใหม่ทดแทนเครื่องเก่าที่เสียไปแต่ยังขาดเงินทุน นอกจากนี้การทำบรรจุภัณฑ์และสร้างตราหือก็เป็สิ่งสำคัญที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต้องการให้กลุ่มได้พัฒนาต่อไป

4) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นหน่วยงานที่ช่วยให้ความรู้ทางวิชาการและให้ความอนุเคราะห์ด้านเมล็ดพันธุ์ โดยการประสานงานของทีมงานวิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ให้ ผศ.ดร. สุจิตรา รัตนะมโน อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมกรรมการเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีหลังเก็บเกี่ยว มาอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกและเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวพืชผัก นอกจากคณะกรรมการเกษตร ภาควิชาพืชผัก ยังให้ความอนุเคราะห์เมล็ดพันธุ์ผักสวนครัวให้กับกลุ่มผักปลอดสารด้วยจำนวนหนึ่ง

4.3.5 ตลาดนัดชุมชน

จากรูปที่ 4 ตลาดนัดชุมชนถือว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อโครงสร้างของตลาดนัดชุมชนริมถนนมากที่สุด เพราะเป็นศูนย์กลางในการประสานความร่วมมือจาก เครดิตยูเนียน ชุมชน ผู้ผลิตในชุมชน และหน่วยงานภายนอก โดยตลาดนัดชุมชนจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ 4 ฝ่าย ดังนี้

1) ผลต่อเครดิตยูเนียน การเติบโตของตลาดนัดชุมชนจะส่งผลกระทบทางอ้อมต่อเครดิตยูเนียนใน 2 ทิศทาง คือ ทิศทางที่ 1 ตลาดจะทำให้ผู้ผลิตในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตมีความสามารถในการชำระหนี้และดอกเบี้ยให้กับเครดิตยูเนียนได้ ทิศทางที่ 2 ผู้ผลิตที่ขายสินค้าให้ตลาดได้จะทำให้เกิดผลตอบแทนแก่ชุมชนในรูปของผลตอบแทนต่อปัจจัยการผลิต เช่น ค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ยและกำไร ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีรายได้และจะถูกจัดสรรเพื่อการออมให้กับเครดิตยูเนียนได้ในที่สุด

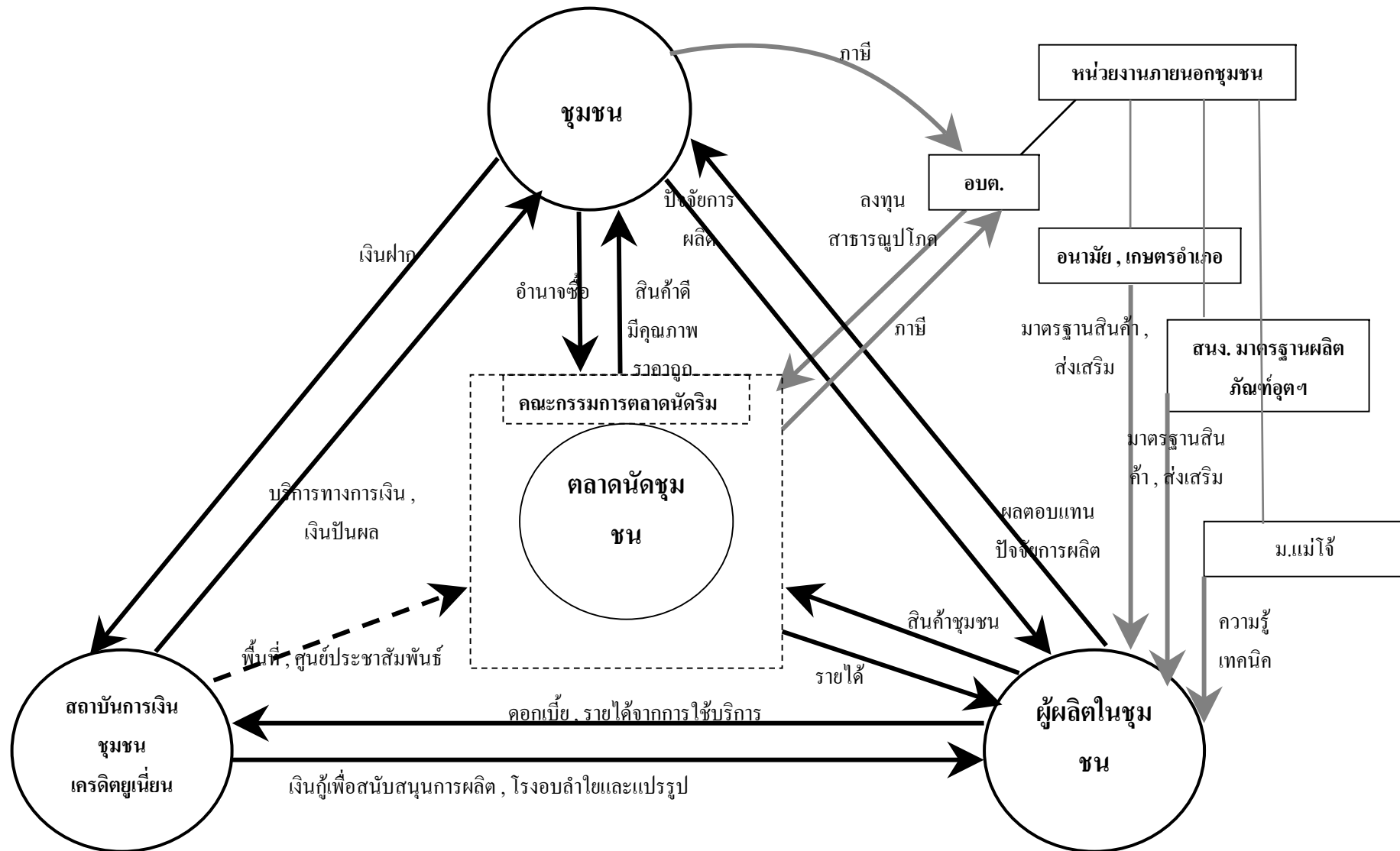
2) ผลต่อชุมชน เป็นผลได้ทางตรงอันเนื่องมาจากการกลั่นกรองสินค้าโดยคณะกรรมการทำให้สินค้าในตลาดมีคุณภาพดีและเนื่องจากผู้ผลิตเป็นผู้ขายในเวลาเดียวกันทำให้สินค้ามีราคาถูกเนื่องจากไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหลายทอด เพราะฉะนั้นคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนจึงดีขึ้น

3) ผลต่อผู้ผลิตในชุมชน เป็นผลทางตรงเพราะตลาดที่ขยายตัวจะเป็นการจูงใจให้ผู้ผลิตในชุมชนมีความตื่นตัวที่จะผลิตและพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองตลาดให้มากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ผลิตได้สัมผัสประสบการณ์และความชำนาญซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น

4) ผลต่อองค์กรบริหารส่วนตำบล เป็นผลจากการขยายตัวของตลาดนัดจะทำให้ อบต. มีรายได้จากภาษีท้องถิ่นเพิ่มขึ้นในอนาคต

รูปแบบตลาดนัดชุมชนสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 5 ต่อไปนี้

รูปที่ 5 แสดงรูปแบบตลาดนัดชุมชนริมถนน

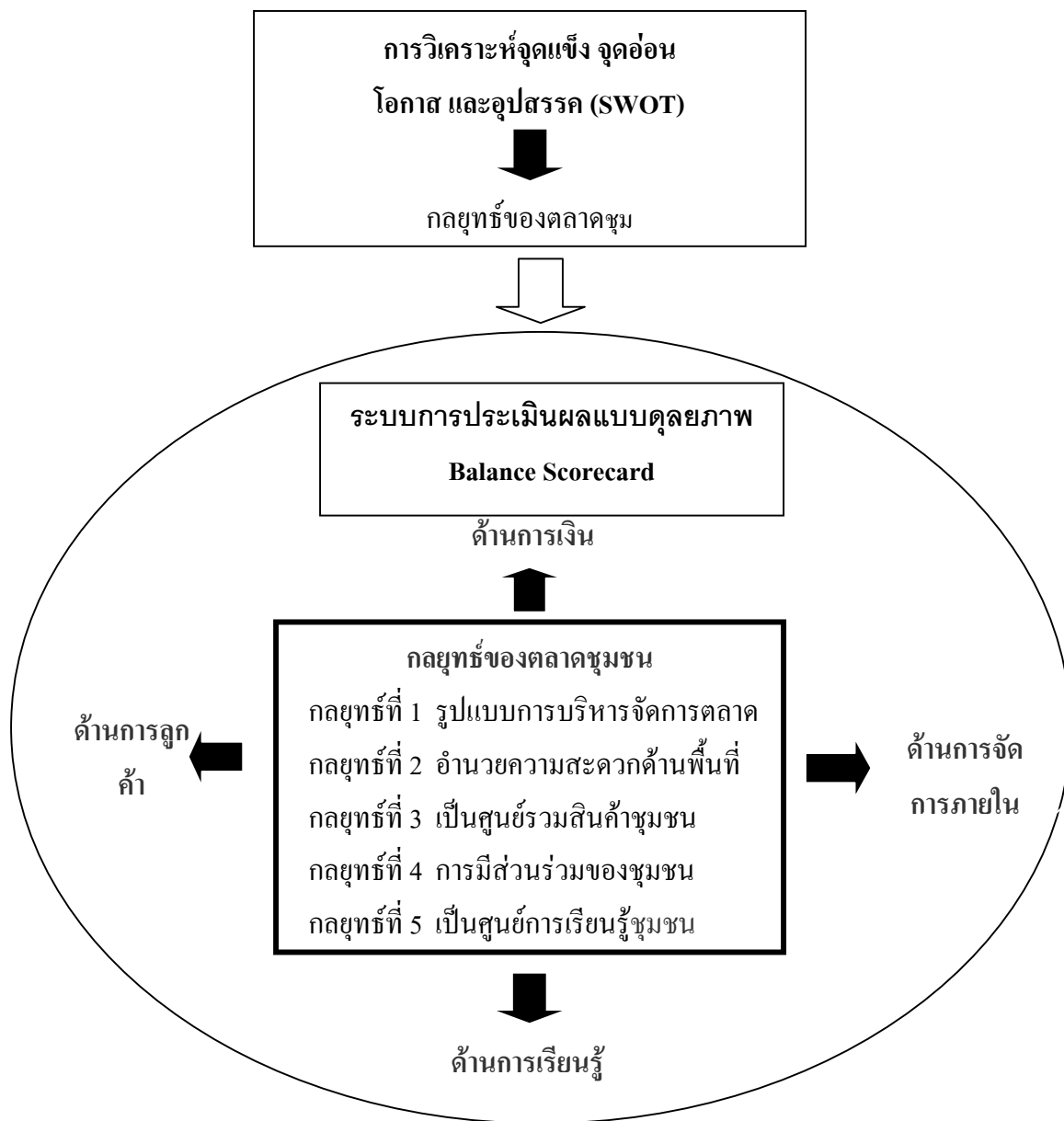


4.4 การบริหารและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของตลาดชุมชนโดยอาศัยแนวคิดระบบการ

ประเมินผลแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard)

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ร่วมกันระหว่างทีมวิจัยและคนในชุมชน ทำให้ตลาดมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน ซึ่งการประชุมแบบมีส่วนร่วมทำให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จในแต่ละกลยุทธ์ และนำไปสู่การกำหนดกิจกรรมที่ต้องทำในแต่ละวัตถุประสงค์ โดยที่กระบวนการเชื่อมโยงกลยุทธ์ต่างๆ ทั้ง 5 กลยุทธ์ได้นำไปสู่การปฏิบัติจริง และการริเริ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาตลาดนัดชุมชนในทุกๆ ด้าน ทั้งทางด้านการเงิน การบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน ด้านการเรียนรู้ของคนในชุมชน กระบวนการนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการและการวัดผลการทำงานสมัยใหม่ที่เรียกว่า ระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ หรือ Balance Scorecard

การประยุกต์ระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard) กับตลาดชุมชน จะช่วยแปลงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของตลาดชุมชนให้กลายเป็นเป้าหมายที่ชัดเจนสามารถวัดได้ มีการกำหนดจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม รวมทั้งถ่ายทอดไปสู่คนทั่วทั้งชุมชนให้มีการรับรู้และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน จากการประชุมแบบมีส่วนร่วมทำให้ได้แผนที่ทางกลยุทธ์ (Strategy Map) ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ในเชิงเหตุผลของวัตถุประสงค์ต่างๆ ตัวชี้วัด เป้าหมาย แผนโครงการและกิจกรรมของของตลาดชุมชน ผลของการจัดทำแผนที่ทางกลยุทธ์พบว่าตลาดชุมชนสามารถบรรลุ **กลยุทธ์ที่ 1** เรื่องรูปแบบการบริหารจัดการตลาดเนื่องจากตลาดชุมชนประสบผลตามเป้าหมายและตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ โดยมีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีการร่างระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับสมาชิก และร่างสิทธิประโยชน์ของผู้ที่เป็นสมาชิก **กลยุทธ์ที่ 2** เรื่องการอำนวยความสะดวกด้านพื้นที่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์คือ การจัดพื้นที่อย่างเป็นระบบและการจัดระบบสาธารณูปโภค ทีมวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดได้ร่วมกันกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนโครงการและกิจกรรมที่จะจัดทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ทั้งนี้ทีมวิจัยพบว่าวัตถุประสงค์ทั้งสองประการนี้จะบรรลุได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากองค์กรในชุมชน และหน่วยงานราชการด้วย เนื่องจากต้องใช้เงินทุนในการจัดสร้างระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ที่ค่อนข้างสูง



รูปที่ 6 การประเมินผลแบบดุลยภาพ

สำหรับกลยุทธ์ที่ 3 เรื่องการเป็นศูนย์รวมสินค้าชุมชน ตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนโครงการและกิจกรรมที่ทีมวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดได้ร่วมกันกำหนดขึ้น ยังไม่สามารถบรรลุได้ในปัจจุบัน ต้องอาศัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ กลยุทธ์ที่ 4 เรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน และกลยุทธ์ที่ 5 เรื่องการเป็นศูนย์การเรียนรู้ จะบรรลุได้ต้องอาศัยความตระหนักและร่วมมือของคนในชุมชน รวมทั้งความร่วมมือจากคนนอกชุมชนด้วย

อย่างไรก็ตามการจัดทำระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพให้มีความสมบูรณ์ในระยะเวลาอันสั้นนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพเป็นสิ่งที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานะแวดล้อมของชุมชนทั้งภายในและภายนอกตลอดเวลา ดังนั้น การจัดทำระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพของตลาดชุมชนจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนอย่างแท้จริงในอนาคต โดยมีคนในชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญนั่นเอง

ตารางที่ 4.1 แสดงกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนโครงการและกิจกรรมของตลาดนัดชุมชน

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กิจกรรม/แผนโครงการ
กลยุทธ์ที่ 1 รูปแบบการบริหาร จัดการตลาด 1.1 กำหนดโครงสร้าง องค์กร 1.2 ร่างระเบียบข้อปฏิบัติ และสิทธิประโยชน์	1.1 กำหนดโครงสร้าง องค์กร 1.2 ร่างระเบียบข้อ ปฏิบัติและสิทธิ ประโยชน์ของสมาชิก	โครงสร้างองค์กร 1 โครงสร้าง • ร่างระเบียบข้อ ปฏิบัติสำหรับ สมาชิก 1 ร่าง • ร่างสิทธิประโยชน์ ของผู้ที่เป็นสมาชิก 1 ร่าง	โครงสร้างองค์ กร ที่ชัดเจน ☐ ร่างระเบียบ ข้อปฏิบัติ สำหรับ สมาชิก • ร่างสิทธิ ประโยชน์ ของผู้ที่เป็น สมาชิก	• การประชุมแบบมีส่วนร่วมระหว่าง ทีมวิจัยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ตลาดนัด • คณะกรรมการตลาดที่ถูกแต่งตั้งร่วม กันร่างระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับ สมาชิกตลาดนัดออนไลน์และร่างสิทธิ ประโยชน์ที่สมาชิกตลาดพึงได้รับจาก การปฏิบัติตามร่างระเบียบ

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กิจกรรม/แผนโครงการ
กลยุทธ์ที่ 2 อำนาจความสะดวกด้านพื้นที่ 2.1 จัดพื้นที่อย่างมีระบบ 2.2 จัดระบบสาธารณูปโภค	2.1 จัดพื้นที่อย่างเป็นระบบ	- ป้ายบอกทาง - อัตราการร้องเรียนของลูกค้า - ขนาดพื้นที่จอดรถ - อาคารศูนย์การร้องเรียน	- 5 จุด - ไม่เกินร้อยละ 20 - 100 คัน - จำนวน 1 หลัง	แบ่งส่วนพื้นที่ออกเป็นสามส่วน ได้แก่ <u>ส่วนที่หนึ่ง</u> พื้นที่จอดรถ โดยใช้พื้นที่จาก 1) พื้นที่หน้าสำนักงานเครดิตยูเนียนริมออน 2) พื้นที่ใกล้เคียงจำนวน 8 ไร่ <u>ส่วนที่สอง</u> พื้นที่ขาย 1) จัดพื้นที่ใหม่สำหรับผู้ขายรายใหม่โดยแบ่งโซนสินค้าตามถนนหลัก 2) ใช้พื้นที่หน้าโรงอบลำไยเครดิตยูเนียนริมออนเป็นพื้นที่ที่ให้ข้อมูล การผลิตและการขาย และสำหรับแสดงตัวอย่างสินค้า <u>ส่วนที่สาม</u> จัดพื้นที่ระบบสาธารณูปโภค เช่น สร้างห้องน้ำเพิ่มขึ้น
	2.2 จัดระบบสาธารณูปโภค	- ก๊อกน้ำ - ห้องน้ำ - ถังขยะ - อัตราการร้องเรียนจากลูกค้า	- 10 จุด - 3 ห้อง - 20 ถัง - ไม่เกินร้อยละ 20	● ติดตั้งถังขยะเพิ่มขึ้น ● แจกจ่ายถุงดำสำหรับใส่ขยะให้แก่พ่อค้าแม่ค้า เขียนโครงการเพื่อของบประมาณจาก อบต. เพื่อจัดสร้างห้องน้ำ

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กิจกรรม/แผนโครงการ
กลยุทธ์ที่ 3 เป็นศูนย์รวมสินค้าชุมชน 3.1 สินค้ามีคุณภาพ 3.2 รายได้ชุมชน 3.3 เพิ่มช่องทางการจำหน่าย 3.4 สร้างเครือข่ายในชุมชน 3.5 เพิ่มความรู้ด้านเทคนิคและพัฒนากระบวนการผลิต	3.1 สินค้ามีคุณภาพ 3.2 รายได้ชุมชน 3.3 เพิ่มช่องทางการจำหน่าย 3.4 สร้างเครือข่ายคนภายในชุมชน 3.5. เพิ่มความรู้ด้านเทคนิคและพัฒนากระบวนการผลิต	- จำนวนของลูกค้าที่ร้องเรียน - จำนวนของลูกค้าที่ร้องเรียน - ยอดขาย - จำนวนสมาชิก - จำนวนครั้งที่จัดอบรม และศึกษาดูงาน	- ไม่เกิน 10 คน ต่อเดือน - ไม่เกิน 10 คน ต่อเดือน - อย่างน้อยร้อยละ 50 ของสินค้าที่มี - ไม่เกินร้อยละ 15 - เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% - อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง	☐ ขอมมาตรฐานรับรองสินค้าคุณภาพสินค้า เช่น ผักปลอดสารพิษ และมาตรฐานสินค้าชุมชน ● มีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องโดยยึดตามหลักอนามัย ● คิดป้ายบอกราคาสินค้า ● สร้างความหลากหลายของสินค้า เช่น ขนม เครื่องปั้นดินเผา และผัก ● มีการตรวจสอบโดยหน่วยงานที่ให้คุณภาพ หรือมาตรฐานรับรอง เช่น สาธารณสุข กรมส่งเสริมการเกษตร ● เปิดรับร้องเรียนเรื่องคุณภาพมาตรฐานสินค้าและราคาจากลูกค้า ● จัดอบรมด้านการตลาดและการผลิต จัดศึกษาดูงานในหน่วยงานหรือกลุ่มต้นแบบ ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กิจกรรม/แผนโครงการ
กลยุทธ์ที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชน 4.1 ทราบความต้องการของลูกค้า 4.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 4.3 เผยแพร่ข่าวสารจากภายนอกให้คนในชุมชน	4.1 ทราบความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา 4.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 4.3 เผยแพร่แนวโน้มสังคมเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมภายนอกชุมชน	- จำนวนของลูกค้าที่ร้องเรียน - จำนวนลูกค้าและร้านค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมของตลาด - จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมการประชุมในแต่ละครั้ง - จำนวนครั้งที่ของการจัดกิจกรรม - จำนวนข่าวสารที่มีการเผยแพร่ผ่านวิทยุชุมชน	- ไม่เกิน 10 คน ต่อเดือน - จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน - จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน - มีการจัดประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง - อย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อเดือน	● จัดทำแบบสอบถามเพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้า และตั้งผู้รับความคิดเห็น ● ให้ลูกหลานของลูกค้าได้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น การประกวดดนตรีพื้นเมือง ประกวดการแสดงนาฏศิลป์ (เดือนละ 1 ครั้ง) ● จัดสรรผลตอบแทนคืนแก่พ่อค้าและแม่ค้า ● ประชาสัมพันธ์กลุ่มผู้ผลิตและกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นภายในตลาดผ่านวิทยุชุมชน ● จัดประชุมชาวบ้าน ☐ ให้พ่อค้าและแม่ค้านอกชุมชนเข้าร่วมงานบุญที่เกิดขึ้นในชุมชน ● จัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐกิจผ่านรายการวิทยุชุมชน

กลยุทธ์	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	กิจกรรม/แผนโครงการ
กลยุทธ์ที่ 5 เป็นศูนย์การเรียนรู้ 5.1 จัดลานวัฒนธรรม 5.2 ศูนย์ข้อมูลชุมชน	5.1 มีการจัดลานศิลปวัฒนธรรม 5.2 มีศูนย์รวมข้อมูลของชุมชน	- กิจกรรมที่แสดงศิลปวัฒนธรรมของชุมชน - ศูนย์รวมข้อมูลของชุมชน	- การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านอย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง - ศูนย์รวมข้อมูลของชุมชน 1 ศูนย์	● จัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านของคนในชุมชน ในพื้นที่ที่กำหนด (ลานหน้าเตาอบลำไยสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนริมออน) ● จัดระบบสารสนเทศของสินค้าชุมชน เช่น วิธีการปลูกผัก การทำขนม ในรูปแบบเอกสารแผ่นพับ ● ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านบริษัทท่องเที่ยว ● จัดหา Software และ Hardware มาใช้ ● จัดอบรมเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการจัดการสารสนเทศ

4.5 เส้นทางก้าวไปสู่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จากแนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 – 6 ที่พยายามเน้นให้เกิดการกระจายรายได้ไปในทุกภาคส่วนของประเทศและเน้นการเจริญเติบโตของตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเป็นสำคัญ จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นเป้าหมายแห่งหนึ่งที่จะทำให้เกิดการกระจายตัวของรายได้จากภาคกลาง โดยการมุ่งเน้นให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา และการท่องเที่ยว มุ่งเน้นให้ผลิตสินค้าเกษตรในเชิงพาณิชย์มากขึ้น เช่น ลำไย มัณฑัง ซึ่งผลพวงจากนโยบายดังกล่าวได้ส่งผลทำให้คนในชุมชนชนบทต้องเปิดรับต่อการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนที่เกิดมาจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมนำพาให้คนในชุมชนต้องพึ่งพาปัจจัยภายนอกชุมชน เช่น ปัจจัยทุน ทำให้คนในชุมชนละเลยที่จะพัฒนาทุนในชุมชนที่เคยมีอยู่จนได้แก่สินค้าพื้นบ้านที่เกิดจากปัจจัยการผลิตและภูมิปัญญาในชุมชนหรือแม้แต่ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามที่เคยเป็นตัวประสานคนในชุมชนเข้าด้วยกัน ผลพวงดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อชุมชนในอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่เท่ากัน โดยชุมชนในอำเภอที่อยู่ใกล้เมืองจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากนโยบายของรัฐมากกว่าอำเภอที่อยู่ไกลออกไป ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง ถือได้ว่าเป็นเขตที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลไปไม่น้อย เนื่องระยะทางที่ไม่ไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ การคมนาคมที่มีความสะดวกสบายพร้อมด้วยระบบสาธารณูปโภคที่พร้อมมูล การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ต.ออนใต้ ก็คือการผลิตสินค้าที่เน้นเพื่อการพาณิชย์มากขึ้นทำให้ต้องพึ่งพาเงินทุนจากภายนอกชุมชนเป็นอย่างมาก และการมุ่งเน้นผลิตสินค้าทางการเกษตรก็ทำให้เกิดปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาดนำมาซึ่งสินค้าราคาตกต่ำเกษตรกรต้องเป็นหนี้สินมากขึ้น ซึ่งปัญหาเรื่องนี้และพฤติกรรมการบริโภคที่มาพร้อมกับวัฒนธรรมการบริโภคนิยมทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานออกไปหางานภายในตัวเมืองเพื่อหารายได้ให้เพียงพอจากรายจ่าย นายชรินทร์ วังใจ ซึ่งเป็นคนในพื้นที่หมู่ 3 และได้เห็นถึงพัฒนาการของตลาดและเศรษฐกิจของคนในพื้นที่มาโดยตลอด มีความคิดเห็นว่า ความล่มสลายของเศรษฐกิจไทยในปี 2540 ได้ทำให้แรงงานที่เคยไปทำมาหากินในตัวเมืองกลับมาสู่ ต.ออนใต้ มากขึ้นโดยส่วนหนึ่งก็กลับมาเพื่อหาอาชีพใหม่ในท้องถิ่นโดยมีความคิดเห็นว่าถึงแม้รายได้จะน้อยแต่ค่าใช้จ่ายก็น้อยทำให้สามารถเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัวได้ โดยไม่ต้องไปเผชิญกับความไม่แน่นอนทางรายได้และยังได้อยู่กับครอบครัวทำให้เกิดความอบอุ่นนำมาซึ่งสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น

จากความล้มเหลวทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางแนวคิดในการวางแผนพัฒนาประเทศที่แต่เดิมยึดเอาแนวคิดเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ที่เน้นการเพิ่มขึ้นของตัวเลขเศรษฐกิจเป็นหลักโดยกระแสความคิดหนึ่งที่โดดเด่นเป็นอย่างมากก็คือ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งในหลักการนี้ได้มีกลุ่มนักวิชาการพยายามสังเคราะห์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและได้ข้อสรุปว่าการจะทำให้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสัมฤทธิ์ผลได้นั้น จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ที่สำคัญทางด้านสถาบัน คือการสร้างเครือข่ายสถาบันเศรษฐกิจชุมชน เป็นการโยงเอาเครือข่ายกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างมาเชื่อมโยงประสานกันในระดับท้องถิ่น และมุ่งเน้นให้เกิดการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก คือ สนับสนุนให้เกิดการบริโภค การลงทุน การค้าขาย และการออมในท้องถิ่น เพื่อสร้างให้เกิดทุนในชุมชนและสร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่เกิดจากการวิเคราะห์ตนเองของคนในชุมชน โดยชุมชนและสถาบันของชุมชนมีพลังอำนาจเต็มทั้งในการควบคุมดูแลจัดการบริหารทรัพยากรของชุมชน ถ้าทำเช่นนี้ได้ก็จะทำให้เกิดชุมชนพอเพียงที่มีเสถียรภาพ มีความมั่นคงและยั่งยืน จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงแนวทางไปสู่การมุ่งเน้นชุมชนมากขึ้นนี้จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้าน เช่น โลกทัศน์ อุดมการณ์ แนวคิด วิธีการพัฒนาไปจนถึงการปรับโครงสร้างต่างๆ รวมทั้งการสร้างสถาบันใหม่ๆขึ้นมาด้วยและสร้างให้เกิดเครือข่ายการเชื่อมโยงให้กับภาคครัวเรือน องค์กรและสถาบันเศรษฐกิจสังคมต่างๆในบริบทของเศรษฐกิจพอเพียง (อภิชัย พันธเสน และคณะ , 177)

จากกระบวนการวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดออนไลน์ ที่ได้ยึดหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยเกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเอง และมีกลุ่มผู้เป็นแกนนำที่มีวิสัยทัศน์ ความรู้ ความสามารถ และมีคุณธรรม จนเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำให้เกิดรูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนที่มีความเหมาะสม โดยแนวทางการพัฒนาที่เกิดขึ้นนี้มีความสอดคล้องกับแนวทาง “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงด้วยกระบวนการท้องถิ่นวิถีวัฒนธรรม (localization)” ที่เกิดจากการสังเคราะห์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน และคณะ (2549) กล่าวคือ รูปแบบตลาดนัดชุมชน ต. ออนไลน์ (รูปที่ 5) ซึ่งเป็นผลจากการวิจัยนี้มีรูปแบบของการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของหน่วยต่างๆในชุมชน อันได้แก่

- 1) องค์กรการเงินชุมชน (สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน)
- 2) กลุ่มผู้ผลิตซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผักปลอดสารพิษ , กลุ่มขนมเบเกอรี่ , กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น
- 3) ชุมชนหรือกลุ่มผู้บริโภค

4) องค์การตลาดนัดชุมชน

- 5) หน่วยงานจากภายนอกชุมชน ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบล , สาธารณสุข ,
ม.แม่ใจ , สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นนี้้องค์การตลาดนัดชุมชนจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการประสาน
หน่วยต่างๆเข้าด้วยกันโดยมีโครงสร้างการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและการเน้นให้เกิดการมี
ส่วนร่วมของคนในชุมชนและแบ่งหน้าที่ตามความสามารถและมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างองค์การตลาดนัดที่มีการเปิดกว้างให้คนในหมู่บ้านต่างๆที่ไม่ได้อยู่ในหมู่ 3
ซึ่งเป็นพื้นที่ของตลาดนัดเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการเพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางในการพัฒนาตลาด
นัดก็ถือเป็นแนวคิดที่ไม่เห็นแก่ตัวและความเป็นผู้มีจิตใจกว้างขวางของคนในพื้นที่ หมู่ 3 การ
บริหารจัดการขององค์การตลาดจะยึดหลักการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายใน ต.ออนใต้ ร่วมกัน
โดยมีการแบ่งปันทรัพยากรและผลประโยชน์ให้กับชุมชนซึ่งจะคำนึงถึงความพึงพาและเอื้ออาทรเป็น
สิ่งสำคัญ ตัวอย่างเช่น สหกรณ์เครดิตยูเนียนยินยอมให้ตลาดนัดได้ใช้พื้นที่ส่วนหนึ่งของสหกรณ์ใน
การเป็นที่จอดรถของตลาดนัดโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆเลย หรือการที่สหกรณ์เครดิตยูเนียนยินยอมให้
ใช้พื้นที่ส่วนหนึ่งของสหกรณ์ในการจัดตั้งสินค้าที่มาจากชุมชน

นอกจากนี้การทราบถึง “สมรรถนะของชุมชน” เป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้มีแนวทางการใช้
ทรัพยากรในท้องถิ่นได้อย่างถูกต้องและมีหลักการ ซึ่งจากการใช้วิธีวิเคราะห์ SWOT ทำให้ทราบ
ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทางเศรษฐกิจของคนในชุมชน จากนั้นเพื่อให้สามารถนำ
ผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปสู่การปฏิบัติก็ได้ใช้แนวคิดระบบการประเมินผลแบบดุลยภาพ (balance
scorecard) โดยผลลัพธ์ที่ได้นั้นทำให้เกิดสถาบันตลาดนัดชุมชนขึ้น และมีทิศทางการส่งเสริมและ
การพัฒนาสินค้าชุมชนที่เน้นใช้ทรัพยากรในชุมชนเป็นหลักสำคัญ โดยมีคนในชุมชนทำหน้าที่เป็นทั้ง
ผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นหลัก และสินค้าที่มีศักยภาพในการพัฒนาได้ก่อนก็คือ ผักปลอดสารพิษ
ขนมเบเกอรี่ และยังมีสินค้าและบริการที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อีกในอนาคตก็คือ เครื่องปั้นดินเผา
เครื่องจักสานและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำหรับผักปลอดสารพิษนั้นถือเป็นแนวทางเริ่มต้นของการทำการเกษตรโดยยึดหลักของ
ระบบนิเวศวิทยา คือ การทำการเกษตรที่เป็นไปในเชิงธรรมชาติเน้นการใช้ทรัพยากรและปัจจัยการ
ผลิตทางชีวภาพ เช่น การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ลดการใช้สารเคมีลงให้เหลือน้อยที่สุดหรือไม่ใช้เลย ซึ่งหลัก
การดังกล่าวนี้จะลดการเบียดเบียนธรรมชาติทำให้ระบบนิเวศมีความสมดุล การเพาะปลูกในระบบนี้
จะเน้นความหลากหลายของพืชและต้องเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ดีในท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้ไม่มี

ปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาดเหมือนการปลูกที่ใช้สารเคมี แนวคิดการปลูกผักปลอดสารพิษนี้มีจุดเริ่มต้นจากการที่ชาวบ้านกลุ่มหนึ่งใน ต. ออนใต้ มีความเป็นห่วงตนเองและลูกหลานในชุมชนในด้านสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคและปลูกผักที่เน้นใช้สารเคมี โดยมีองค์กรในท้องถิ่นคือ สาธารณสุข ที่ทำการตรวจเลือดให้ชาวบ้านและพบสารเคมีตกค้างในเลือดปริมาณค่อนข้างสูง ทำให้ชาวบ้านกลุ่มนี้มีความตื่นตัวและมีความสนใจในการปลูกผักปลอดสารพิษ โดยผักที่ปลูกนั้นส่วนใหญ่ก็เป็นผักพื้นบ้านที่อยู่ในวิถีชีวิตการบริโภคของคนในท้องถิ่น มีการพึ่งพาวัตถุดิบก็คือปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากมูลสัตว์ในท้องถิ่นโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับความรู้จากนักวิชาการเกษตรที่เข้ามาส่งเสริมภายในชุมชนทำให้ได้ปุ๋ยอินทรีย์ราคาถูก โดยในกลุ่มผู้ผลิตเองก็มีแนวคิดว่าจะผลผลิตที่ได้จะใช้บริโภคในชุมชนให้เพียงพอเสียก่อนและถ้าในอนาคตมีผลผลิตเกินความต้องการในชุมชนจึงค่อยหาแนวทางในการขายสินค้าส่วนเกินนี้ไปสู่ภายนอกชุมชน ซึ่งแนวคิดหนึ่งก็คือการใช้ศูนย์ข้อมูลของตลาดนัดในการประชาสัมพันธ์ให้กับพ่อค้าและแม่ค้าที่ตระเวนขายผักในตลาดต่างๆให้สามารถนำผักในชุมชนไปขายภายนอกชุมชน

เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่ารูปแบบของตลาดนัดชุมชนที่ได้จากกระบวนการวิจัยในแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนนั้นจะประกอบไปด้วย 1) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนใน ต.ออนใต้ 2) ความเป็นเครือข่ายขององค์กรต่างๆได้แก่ สหกรณ์เครดิตยูเนียน องค์กรตลาดนัดชุมชน สาธารณะสุข และองค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าชุมชน 3) การส่งเสริมให้เกิดการผลิตสินค้าที่เน้นใช้ทรัพยากรทั้งเงินทุนและปัจจัยการผลิตในชุมชน โดยต้องไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม ส่วนประกอบทั้ง 3 นี้แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของกระบวนการพัฒนาตลาดนัดชุมชนกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการสร้างองค์กรที่เป็นตัวประสานงานเพื่อให้เกิดเครือข่ายที่อยู่บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยมีองค์กรทางการเงินชุมชนที่มีความเข้มแข็งและองค์กรภายนอก เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล แม่ใจ และสาธารณสุข คอยให้การสนับสนุนทั้งในด้านของความรู้ วิธีการ และเงินทุนที่จำเป็นพร้อมกับการเริ่มต้นขึ้นของแนวคิดการทำการเกษตรในแบบ “นิเวศเกษตร” ที่จะลดการเบียดเบียนธรรมชาติและมีความพอเพียงต่อธรรมชาติ ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันตนเองจากการกระแสของโลกาภิวัตน์ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาชุมชนใน ต.ออนใต้ ที่เกิดขึ้นนี้ยังเป็นแค่จุดเริ่มต้นที่ต้องมีกระบวนการที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องในทางปฏิบัติเพื่อการมีเศรษฐกิจในแบบพอเพียงอย่างแท้จริง

บทที่ 5

บทสรุป ปัจจัยเกื้อหนุนและที่ต้องทำให้เกิดขึ้น เพื่อการพัฒนาตลาดนัดชุมชนอย่างยั่งยืน

5.1 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังการมีระบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

5.1.1 ด้านโครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการ

ก่อนการมีระบบบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

ตลาดนัดริมถนนเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่เป็นการเติบโตอย่างไร้ทิศทางและขาดการควบคุมเพราะเป็นตลาดที่ไม่ได้มีใครเป็นเจ้าของอย่างแท้จริง จึงทำให้การกำหนดกฎเกณฑ์เป็นไปอย่างยากลำบาก ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ

1) การทับซ้อนกันของพื้นที่ขายของทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ขายสินค้า

2) การขายสิทธิการเช่าพื้นที่ขาย เนื่องจากตลาดนัดริมถนนเป็นตลาดที่มีผู้ซื้อจำนวนมากทำให้ผู้ขายมีความสนใจที่จะเข้ามาจับจองพื้นที่ขายทำเลดีๆ ทำให้เกิดการขายสิทธิกันเองระหว่างพ่อค้าแม่ค้าในราคาที่สูงมาก (ประมาณ 2,000 - 5,000 บาท ขึ้นอยู่กับทำเล) โดยเจ้าของพื้นที่ไม่ได้รับรู้ ผลเสียที่ตามมาคือพ่อค้าแม่ค้าที่ซื้อสิทธิมาในราคาแพงมักจะอ้างว่าได้มีการจ่ายค่าสิทธิในราคาสูงแล้วจึงปฏิเสธที่จะไม่จ่ายค่าบำรุงให้กับเจ้าของพื้นที่หรือกรรมการตลาดอีก ทำให้การบริหารจัดการตลาดเป็นไปอย่างยากลำบาก นอกจากนี้คนในพื้นที่เองอาจต้องเช่าพื้นที่ต่อในราคาที่สูงจากคนจากภายนอกตลาดก็เป็นได้ ปัญหาที่ตามมาอีกประการหนึ่งก็คือ ถ้ายังคงปล่อยให้การขายสิทธิการเช่าในราคาที่สูงต่อไป จะส่งผลให้ราคาสินค้าในตลาดนัดริมถนนอาจต้องสูงตามไปด้วยเพราะผู้ขายผลักภาระต้นทุนค่าซื้อสิทธิให้กับผู้บริโภคเป็นไปได้อีก

3) ภาระงานตกอยู่กับ นายจรัส บุญตันดา นายพงษ์ศักดิ์ สุยะแดง และ นายอินสนธิ์ กองมา ซึ่งทำหน้าที่เก็บเงินค่าเช่าพื้นที่และดูแลความเป็นระเบียบและปลอดภัยของตลาดเป็นงานที่ต้องเสียสละโดยไม่ได้ผลตอบแทนใดๆและด้วยจำนวนผู้ขายผู้ซื้อที่มีเพิ่มขึ้นทำให้การบริหารจัดการไม่สามารถทำได้อย่างทั่วถึง ขาดการกำหนดทิศทางและวิธีการพัฒนาตลาดที่เหมาะสม เกิดปัญหาการทะเลาะกันเรื่องพื้นที่เช่า ความสกปรกและไม่เกิดระเบียบ คนในชุมชนต้องสูญเสียทรัพยากรมากขึ้นเรื่อยๆ (เงินที่ซื้อสินค้าจากภายนอกชุมชน) นอกจากนี้ยังขาดการมีส่วนร่วมของคนภายในและภายนอกชุมชน

4) การจอดรถที่ไม่เป็นระเบียบของผู้ซื้อและผู้ขายอันเนื่องมาจากความมั่งคั่ง และ ปัญหาความไม่เพียงพอของที่จอดรถ

หลังจากมีระบบบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

จากการกำหนดคณะกรรมการและกรรมการด้านต่างๆขึ้น โดยคณะกรรมการมาจากสมาชิกอบต. ในแต่ละหมู่บ้านส่วนกรรมการด้านฝ่ายบริหารพื้นที่และความปลอดภัย กรรมการฝ่ายการเงินจะมาจากคนในหมู่ 3 ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตลาดตั้งอยู่ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากมีระบบบริหารจัดการคือ

1) การทับซ้อนกันของพื้นที่ลดลง เนื่องจากการเอาจริงเอาจังของกรรมการตลาด และมีการออกกฎระเบียบที่ชัดเจน

2) การขายสิทธิการเช่าพื้นที่ขายลดลงเพราะคณะกรรมการออกกฎระเบียบและแจ้งบทลงโทษสำหรับผู้กระทำผิด รวมถึงการกำหนดให้ผู้ขายทุกคนต้องมีบัตรประจำตัวผู้ขายทำให้ผู้ขายต้องแจ้งกรรมการตลาดหรือเจ้าของพื้นที่ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนเจ้าของสิทธิในการใช้พื้นที่ขาย

3) หน้าที่การบริหารจัดการมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ยังแบ่งเบาภาระงานแก่คณะกรรมการเดิม คือ นายจรัส บุญตันธา นายพงษ์ศักดิ์ สุยะแดง และ นายอินสนธิ์ กองมา

4) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุกระจายเสียงว่ามีการโจรกรรมรถในเขตพื้นที่ตลาดนัดทำให้ผู้มาใช้บริการตลาดมีความระมัดระวังมากขึ้นและนำรถไปจอดในที่ที่คณะกรรมการตลาดจัดไว้ให้ และเครดิตยูเนียนได้เสียดสพื้นที่ส่วนหนึ่งเพื่อให้ผู้มาตลาดนัดสามารถจอดรถได้ นอกจากนี้การประกาศว่าจะมีบทลงโทษสำหรับพ่อค้าและแม่ค้าที่ไม่จอดรถให้เป็นระเบียบโดยการตัดคะแนนซึ่งจะมีผลต่อการนำสินค้ามาวางขายในอนาคตส่งผลให้พ่อค้าและแม่ค้ามีการจอดรถเป็นระเบียบมากขึ้น

5) ตลาดมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนเนื่องจากมีคณะกรรมการจาก 11 หมู่บ้านช่วยชี้แนะและเสนอความคิดเห็น

6) ความสะอาดและระเบียบการจัดวางสินค้ามีมากขึ้น เนื่องจากมีกฎเกณฑ์หรือบทลงโทษจากกรรมการตลาด

5.1.2 ด้านความร่วมมือของคนในชุมชน

ก่อนการมีระบบบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

1) สินค้าจากชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในตลาดนัดริมถนนค่อนข้างน้อยเนื่องจากขาดการส่งเสริมภาคการผลิตที่เน้นใช้ความได้เปรียบจากทรัพยากรในชุมชน ทำให้ขาดสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์นอกจากนี้ยังขาดแผนพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในแบบองค์รวม ทำให้ชุมชนและตลาดนัดไม่มีทิศทางการเติบโตที่ชัดเจน

2) ตลาดเติบโตตามยุทธศาสตร์เพราะกรรมการตลาดเดิมที่เป็นคนในพื้นที่หมู่ 3 ไม่มีเวลาหรือขาดแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสม

หลังจากมีระบบบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

1) สินค้าจากชุมชนมีช่องทางการขายมากขึ้นเนื่องจากสินค้าชุมชนใน ต.ออนใต้ มีศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์คือ ศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน ที่ตั้งอยู่บริเวณสถานีวิทยุท้องถิ่น สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน ตัวอย่างเช่น ผักปลอดสารพิษ ที่ผลิตขึ้นจาก หมู่ 6 ได้รับการประชาสัมพันธ์จากศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชนทำให้ผู้ซื้อสามารถสามารถไปซื้อได้ถึงสถานที่ปลูก

2) มีคณะกรรมการที่มาจากสมาชิก อบต. หมู่บ้านทั้ง 11 แห่ง ช่วยชี้แนะแนวทางการบริหารจัดการและเสนอสินค้าจากชุมชนหมู่บ้านต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับตลาดนัดมากขึ้นในอนาคต

5.1.3 ศูนย์กลางการเรียนรู้ชุมชน

ก่อนการมีระบบบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

1) ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีอยู่ในแต่ละหมู่บ้านในตำบลออนใต้มีอยู่กระจัดกระจายและจะมีเฉพาะกลุ่มคนที่อยู่ใกล้หรือหมู่บ้านเดียวกันเท่านั้นที่เข้าใจหรือสามารถทำได้ เช่น เครื่องปั้นดินเผา (หมู่ 8) การปลูกผักปลอดสารพิษ (หมู่ 5) การทำขนมเบเกอรี่ (หมู่ 3) และการทำเครื่องหัตถกรรมทางการเกษตร เช่น ตระกร้าไม้ไผ่ ภาชนะทำจากใบตาล “ไซดักปลา เติงไม้ไผ่” ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีอยู่กระจัดกระจายในหมู่บ้านอื่นๆ ซึ่งภูมิความรู้ของการทำสินค้าบางอย่างเช่น เครื่องปั้นดินเผาอาจจะต้องสูญหายไปถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนที่ถูกต้อง

หลังจากมีระบบบริหารจัดการตลาดนัดชุมชน

1) เกิดศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน การมีศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชนเกิดขึ้นจะช่วยรวบรวมภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีอยู่กระจัดกระจายถูกรวมไว้ที่เดียวกัน โดยเก็บไว้ในรูปของสื่อมัลติมีเดียทำให้ง่ายต่อการนำไปถ่ายทอดและเรียนรู้ในอนาคต

2) มีหลักสูตรการอบรมภูมิปัญญาชาวบ้านหรือเทคนิควิธีการผลิตแบบใหม่โดยมีศูนย์ข้อมูลสินค้าชุมชนเป็นแหล่งกระจายข่าวหลักสูตรต่างๆ จะช่วยให้คนในชุมชนโดยเฉพาะเยาวชนมีความรักท้องถิ่นของตนเองมากขึ้นหรือจะเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการประกอบอาชีพได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังช่วยให้สินค้าชุมชนมีความเป็นมาตรฐานจนเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป เช่น การอบรมทำขนมเบเกอรี่ , การอบรมทำเครื่องปั้นดินเผา , การอบรมนักจัดรายการวิทยุ เป็นต้น

5.2 ปัจจัยเกื้อหนุนที่ตลาดมีอยู่แล้วในการทำให้ตลาดมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คือปัจจัยที่มีอยู่แล้วในชุมชนและกระแสนทางสังคมซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ตลาดนัดริมออนมีความได้เปรียบมากกว่าตลาดแห่งอื่น สามารถจำแนกปัจจัยเหล่านี้ได้เป็น

5.2.1 ปัจจัยด้านสินค้า

1) พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์คือ มีดินที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกพืชผัก และมีน้ำที่อุดมสมบูรณ์ทำให้การปลูกผักปลอดสารพิษของชุมชนในหมู่ 6 ประสบความสำเร็จคือผลผลิตมีขนาดใหญ่และให้ผลผลิตมาก

2) เป็นพื้นที่ที่มีความเป็นมาด้านเครื่องปั้นดินเผา มีเตาเผาโบราณและเทคนิควิธีการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เพราะฉะนั้นจึงถือเป็นจุดขายในเชิงการตลาดท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ในอนาคต

3) กระแสการบริโภคที่ตระหนักถึงผลเสียจากการบริโภคผักที่มีสารพิษมีมากขึ้นเรื่อยๆ

4) การมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น กลุ่มขนมเบเกอรี่ มีช่องทางการขายที่สำคัญ คือ ตลาดนัดริมออนตอนเช้าวันอาทิตย์ โรงเรียนในชุมชนประมาณ 4 แห่ง และสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงเช่น บ่อน้ำพุร้อน หรือกลุ่มผักปลอดสารพิษที่มีช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญก็คือแปลงปลูกผักและตลาดนัดริมออน

5.2.2 ปัจจัยทางด้านองค์กร

1) สหกรณ์เครดิตยูเนียน เนื่องจากสหกรณ์เครดิตยูเนียน ด.ออนใต้ ถือได้ว่าเป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีนโยบายที่เอื้อต่อการผลิตและการตลาดในชุมชน เช่น การสนับสนุนให้มีโรงอบลำไยเพื่อให้บริการสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน การสนับสนุนด้านเงินทุนให้แก่กลุ่มแม่บ้านเพื่อการผลิตขนมเบเกอรี่ การสนับสนุนด้านพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์ในการจอดรถและจัดวางสินค้าแก่ตลาดนัดชุมชนริมออน การสนับสนุนให้เกิดสถานีวิทย์ชุมชน

2) สถานีนอนามัยประจำตำบลออนใต้ มีนโยบายเชิงรุกคือการป้องกันการเกิดโรคภัยไข้เจ็บโดยการสร้างพฤติกรรมบริโภคใหม่ให้คนในชุมชน ด้วยการบริโภคผักผลไม้ที่ปลอดภัยจากสารพิษและให้ความรู้เรื่องการปลูกผักปลอดสารพิษเบื้องต้น นอกจากนี้ยังให้บริการตรวจและรับรองพืชผักที่ได้จากการปลูกของสมาชิกผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ

3) องค์การบริหารส่วนตำบลออนใต้ ตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 ได้ระบุเอาไว้ชัดเจนในเรื่องของหน้าที่ อบต. คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องส่งเสริมให้ชุมชนนั้นสามารถพัฒนาได้ตามศักยภาพของชุมชน ตลาดนัดริมออนถือได้ว่าเป็นความพร้อมและอยู่ภายใต้งานหลักของ อบต. ออนใต้ และ

จากที่ผ่านมา อบต. ถือเป็นองค์กรสำคัญที่ช่วยสนับสนุนด้านสาธารณูปโภค เช่น การวางท่อน้ำใหม่ช่วยทำให้การระบายน้ำมีความคล่องตัวและน้ำไม่ท่วมตลาดเหมือนอดีต หรือการอนุญาตให้ผู้ขายสามารถใช้ห้องน้ำของ อบต. ได้

5.2.3 ปัจจัยทางด้านบุคคล

1) พ่อหลวงชรินทร์ วังใจ เป็นคนที่เติบโตมากับตลาดนัดริมออน มีส่วนได้รู้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงและการเติบโตของตลาดแห่งนี้อย่างใกล้ชิด นอกจากนี้พ่อหลวงชรินทร์ วังใจ ซึ่งเคยเป็นอดีตผู้บริหารเครดิตยูเนียนและเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน เพราะเป็นผู้วางรากฐานที่สำคัญในการบริหารงานสหกรณ์เครดิตยูเนียนและด้วยความเป็นผู้มีวิสัยทัศน์และแนวคิดที่ดีต่อชุมชนทำให้แนวทางการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของสมาชิกและชุมชนเป็นหลัก เช่น การเป็นแหล่งเงินทุนให้กับผู้ผลิตสินค้าชุมชน (กลุ่มแม่บ้านทำขนมเบเกอรี่) การสร้างเตาอบลำไยเพื่อให้บริการกับชุมชน การสนับสนุน เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นผู้มีแนวคิดที่จะให้เครดิตยูเนียน

2) นายอินสนธิ์ กองมา เป็นคนที่เติบโตมาในพื้นที่ หมู่ 5 และถือได้ว่าเป็นบุคคลที่เสียสละในการทำงานเพื่อส่วนรวมมาโดยตลอด ในปัจจุบันเป็นรองประธาน อบต. ออนใต้ และเป็นผู้จัดรายการวิทยุชุมชนของเครดิตยูเนียน ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นศูนย์ข้อมูลตลาดนัดชุมชน โดยนายอินสนธิ์ กองมา ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ขายนอกจากนี้ยังช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับชุมชนและแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างผู้ขายในตลาดอีกด้วย

3) นายจรัส บุญตันตา และ นายพงษ์ศักดิ์ สุริยะแดง เป็นคนภายในชุมชน หมู่ 3 ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตลาดตั้งอยู่และเป็นกรรมการตลาดนัดที่ทำหน้าที่ในการเดินเก็บค่าเช่าพื้นที่ทุกเช้าวันอาทิตย์ ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยด้านพื้นที่จอดรถและสาธารณูปโภค โดยไม่รับค่าตอบแทนใดๆจากตลาด ถือเป็นผู้ที่มีความเสียสละต่อชุมชนหมู่ 3 เป็นอย่างมาก

4) นายสุรพันธ์ พัฒนพงษ์ เป็นสาธารณสุขตำบลออนใต้เป็นคนที่เอาใจจริงเอาใจและคลุกคลีกับปัญหาด้านสุขภาพของคนในชุมชนอย่างทุ่มเท และเป็นผู้กระตุ้นให้ชาวบ้านได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคผักปลอดสารพิษและเป็นที่มาของกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษในที่สุด

5.3 ปัจจัยที่ต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

1) การทำความเข้าใจกับชุมชนและผู้ขายที่มาจากภายนอกถึงความมีส่วนร่วมของแต่ละฝ่ายในตลาดนัดชุมชนออนไลน์ รวมถึงข้อควรปฏิบัติและกฎเกณฑ์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบกับตลาดนัด

2) การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้กับคนในชุมชนรู้ถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่มีต่อชุมชนเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างความร่วมมือที่ดีได้ในอนาคต

3) เร่งพัฒนาและสรรหาสินค้าหรือบริการที่พัฒนามาจากทรัพยากรในชุมชนเพื่อให้สินค้าใน ค.ออนไลน์ เข้ามามีบทบาทในตลาดนัดมากขึ้น

4) พัฒนาให้เกิดตลาดเฉพาะส่วนขึ้น คือ

4.1) **ตลาดพอเพียง** เป็นส่วนของตลาดที่ใช้เงินเป็นสื่อกลางน้อยที่สุด โดยเน้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าต่อสินค้า สมาชิกที่นำสินค้ามาแลกเปลี่ยนจะไม่คำนึงถึงต้นทุนของสินค้า ต้องเป็นผู้มีจิตใจกว้างและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน โดยสินค้านั้นอาจเป็นสินค้าที่เคยใช้แล้วแต่ยังสามารถใช้ประโยชน์ได้อยู่ หรือพืชผักผลไม้ที่อยู่ในสวนของตนเอง เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมาย คือ **ประการแรก** ลดค่าใช้จ่ายของชาวบ้านที่ไม่มีเงินสดมากนัก **ประการที่สอง** ทำให้เกิดความเอื้ออาทรและปรองดองของคนในชุมชน **ประการที่สาม** เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคกับคนในชุมชนได้อย่างหลากหลาย

4.2) **กาดวัว** เนื่องจากพื้นที่และชาวบ้านส่วนใหญ่ของ ค.ออนไลน์ มีความเกี่ยวข้องกับการเกษตรกรรม เพราะฉะนั้นโคและกระบือจึงมีความสำคัญกับเศรษฐกิจชุมชนเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จาก **ประการแรก** โคและกระบือถือเป็นปัจจัยการผลิตในการทำไร่นาทำให้เกิดผลผลิตทางการเกษตร **ประการที่สอง** โคและกระบือเป็นทุนให้กับเกษตรกรคือการเลี้ยงโคและกระบือเพื่อขายเป็นพ่อ-แม่พันธุ์หรือการขายเพื่อนำไปประกอบอาหารทำให้เกษตรกรมีเงินทุนเพื่อหมุนเวียนได้ต่อไป การส่งเสริมให้เกิดการเลี้ยงโคและกระบือจึงมีส่วนช่วยเศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะฉะนั้นการจัดตั้ง กาดวัว จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้บริการแก่คนในชุมชนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างครบวงจร

5.4 ปัญหาอุปสรรคและแนวทางการแก้ปัญหา

1) คนในชุมชนบางกลุ่มไม่เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาล เช่น อบต. ทำให้ อบต. ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากชุมชนเท่าที่ควรและทำให้เกิดประเด็นความขัดแย้งขึ้น เช่น ปัญหาเรื่องพื้นที่บางส่วนของ อบต. ที่คนในชุมชนอ้างว่าเป็นของตัวเอง เพราะฉะนั้น ก็จะส่งผลต่อการเข้ามาแก้ปัญหาของ อบต. ในการช่วยสนับสนุนกิจกรรมของตลาดได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังมี คนในชุมชนจำนวนน้อยมากที่ให้ความสนใจและสามารถเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาด้วยกระบวนการวิจัยชุมชน เป็นเพราะคนส่วนใหญ่ยังไม่เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการแก้ปัญหาด้วยการวิเคราะห์ตัวเองและการมีส่วนร่วมของตนต่อสังคมอย่างเพียงพอ

แนวทางการแก้ปัญหาก็คือ

1.1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้คนดีมีคุณธรรมและมีความเข้าใจในความต้องการของคนในท้องถิ่นและรู้ถึงศักยภาพของ ต.ออนใต้ เป็นอย่างดีให้เข้ามาเป็นคณะกรรมการและผู้บริหาร อบต. เพื่อให้เกิดการยอมรับและสามารถผลักดันนโยบายที่มาจากความต้องการของคนในชุมชนได้อย่างแท้จริง

1.2) ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชนต่อกระบวนการวิจัยด้วยการแบ่งคนออกเป็นกลุ่มย่อยๆเพื่อให้เกิดความกล้าที่จะแสดงความคิดเห็น โดยมีนักวิจัยในชุมชนเป็นที่เล็ง และคอยสนับสนุนในเรื่องของวิธีการและเครื่องมือในการแก้ปัญหา

2) ขาดความร่วมมือและความมีส่วนร่วมของผู้ขายจากภายนอกชุมชน เพราะความที่ไม่รู้สิทธิผูกพันหรือเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเท่าใดนัก เนื่องจากผู้ขายส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าและแม่ค้ามืออาชีพจึงไม่มีเวลาที่จะมาร่วมทำกิจกรรมกับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชุมกับชุมชน เพราะฉะนั้น การติดต่อประสานงานหรือการแจ้งข่าวสารต่างๆของตลาดจึงสามารถทำได้อย่างจำกัด คือ ใช้ช่วงของการเก็บค่าเช่าพื้นที่ตอนเช้าวันอาทิตย์เท่านั้น

แนวทางการแก้ปัญหาก็คือ

การพยายามจัดกิจกรรมในตลาดนัดช่วงเทศกาลงานบุญต่างๆ โดยให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดได้มีส่วนร่วมในการทำบุญดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ ยังมีการให้รางวัลประจำปีกับพ่อค้าและแม่ค้าที่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของตลาดเพื่อให้เป็นแบบอย่างกับพ่อค้าและแม่ค้ารายอื่น กิจกรรมที่จัดขึ้นนี้จะช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันให้เกิดขึ้นซึ่งจะทำให้เกิดความรักและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันกับคนในพื้นที่

3) ขาดการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างจริงจัง เช่น เครื่องปั้นดินเผา ในอดีตที่ผ่านมาได้มีการส่งเสริมที่ไม่ต่อเนื่องและไม่จริงจังจากทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากการขาดแคลนเงินทุน ความรู้ทางวิชาการ และเจ้าภาพที่จะมาดำเนินการอย่างจริงจัง จึง

ทำให้โครงการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีอันต้องล้มเลิกไป นอกจากนี้ สถานที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผาโบราณก็ไม่เอื้ออำนวยเพราะอยู่ในบริเวณวัดร้างทำให้เกิดการสูญหายของเครื่องมืออยู่บ่อยครั้ง

แนวทางการแก้ปัญหา คือ

จัดทำโครงการเสนอต่อ อบต. เพื่อให้ได้งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนซึ่งต้องเป็นสินค้าที่เน้นใช้วัตถุดิบและภูมิปัญญาในท้องถิ่นเป็นหลักสำคัญและเนื่องจากพื้นที่ ต.ออนใต้ มีประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรมอันยาวนานทำให้มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น การซ่อมแซมวัดร้างและเตาเครื่องปั้นดินเผาโบราณ นอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมให้เกิดการจัดกิจกรรมเพื่อให้เยาวชนได้สามารถเรียนรู้และมีความรักในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะทำให้เกิดความหวงแหนและสามารถสืบทอดสิ่งดีงามของชุมชนได้ต่อไปในอนาคต

4) ปัญหาการปรับตัวเข้าสู่การผลิตในแบบนิเวศเกษตร เนื่องจากการผลิตสินค้าเกษตรในรูปแบบของเกษตรทางเลือกหรือการเกษตรแบบนิเวศเกษตร เช่น ที่คนในชุมชน ต.ออนใต้ กำลังริเริ่มทำกันอยู่จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจ ความอดทน และความพอเพียงในการดำเนินชีวิตเนื่องจากภาระหนี้สินและรายจ่ายในชีวิตประจำวันที่มีอยู่ของคนในชุมชนทำให้การปรับตัวในการทำเกษตรปลอดสารพิษหรือเกษตรอินทรีย์เป็นไปได้ยากลำบากเพราะในช่วงแรกของการผลิตรายรับจะไม่สูงเท่ากับการผลิตในแบบใช้สารเคมีจึงทำให้ผู้ผลิตต้องล้มเลิกไปหลายราย ดังนั้น จึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายกลุ่มผู้ผลิตและปริมาณสินค้า

แนวทางการแก้ปัญหา คือ

4.1) การเข้าร่วมกลุ่มกับเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตผักปลอดสารพิษหรือผักอินทรีย์ ซึ่งในปัจจุบันมีโครงการเชียงใหม่อาหารปลอดภัยโดยหน่วยงานสาธารณสุขเชียงใหม่เป็นผู้ประสานงาน ประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมกลุ่มก็คือ จะได้รับการส่งเสริมทางด้านวิชาการและเทคนิควิธีการเพาะปลูกจากสมาชิกและนักวิชาการในเครือข่าย นอกจากนี้ ยังได้ทราบถึงข่าวสารข้อมูลทางการตลาดและมีช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น

4.2) รมรณรงค์และส่งเสริมให้คนในชุมชนหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษมากขึ้นเพื่อให้คนในชุมชนมีสุขภาพที่ดีและเป็นการส่งเสริมการตลาดในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

5) พฤติกรรมการบริโภคนิยมและการยึดถือวัตถุมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ ปัญหานี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินตัวการอยากมีและอยากได้ในวัตถุดิบของที่ถูกเสนอโดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดทำให้ผู้บริโภคในชุมชนต้องนำเข้าสินค้าจากภายนอกชุมชนมากขึ้น ในขณะที่ชาวบ้านก็ต้องสูญเสียทรัพยากรออกไปนอกชุมชน เช่น เงินออม และ แรงงาน

แนวทางการแก้ปัญหา คือ

5.1) การนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมายึดปฏิบัติ โดยการนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อเกิดเป็นรูปธรรม เช่น การผลิตทางการเกษตรที่เน้นการทำเกษตรอินทรีย์ หรือการผลิตสินค้าและบริการที่เน้นใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นโดยไม่เบียดเบียนธรรมชาติและสังคมจนเกิดความเสียหาย นอกจากนี้ต้องรณรงค์ให้คนในชุมชนบริโภคสินค้าในชุมชนมากขึ้น ด้วยหลักการที่ว่า **“ปลูกทุกอย่างที่กินและกินทุกอย่างที่ปลูก”**

5.2) ส่งเสริมให้เกิดศูนย์กลางการเรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดในแนวคิดและวิธีการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3) ส่งเสริมให้เกิดตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าและสร้างให้เกิดระบบการแลกเปลี่ยนที่เป็นธรรมให้กับคนในสังคม เพื่อลดการสูญเสียเงินตราและทำให้เกิดความเอื้ออาทรให้กับคนในชุมชน

ภาคผนวก

บรรณานุกรม

- กนกพร กระบวนศรี, 2531. ตลาดนัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือ : กรณีศึกษาในเชียงใหม่-ลำพูน. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาภูมิศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกียรติ จิระกุล และ คณะ, 2525. ตลาดในกรุงเทพฯ การขยายตัวและการพัฒนาการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2544. แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม. กรุงเทพฯ : มูลนิธิวิถีทรรศน์.
- แซน อะทะไชย และคณะ, 2545. รูปแบบการตลาดเอื้ออาทรจากกองทุนชุมชนของกลุ่มผู้ยากลำบากอำเภอสันติสุข จังหวัดน่าน. งานวิจัยเสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชอบ เข้มกลัด และโกวิท พวงงาม, 2547. การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเชิงประยุกต์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เสมอธรรม.
- ชัยรินทร์ ชัยวิสิทธิ์, 2542. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเสริมค่านิยมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงให้นักเรียนและชุมชนด้วยโครงการอาชีพ. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538. ภาคครัว (ตลาดวัว) : มิติหนึ่งของภาพสะท้อนในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของสังคมชาวนาในภาคเหนือของประเทศไทย : รายงานการวิจัย. ม.ป.ท. : ม.ป.พ.
- ณรงค์ เพชรประเสริฐ, 2542. ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธงชัย สันติวงศ์, 2531. หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นันทิยา หุตานุวัตร และ ณรงค์ หุตานุวัตร, 2547. การพัฒนาองค์กรชุมชน. อุบลราชธานี : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร, 2542. SWOT การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. อุบลราชธานี : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- สุคติ รุมาคม, 2544. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- ยศ สันตสมบัติ, 2546. พลวัตและความยืดหยุ่นของสังคมชาวนา : เศรษฐกิจชุมชนภาคเหนือการปรับกระบวนการทัศน์ว่าด้วยชุมชนในประเทศโลกที่สาม. เชียงใหม่ : บริษัท วิทอินดิไซน์ จำกัด.

ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว, 2537. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: พิกษ์อักษร.

รัตนพร เศรษฐกุล, 2546. หนึ่งศตวรรษเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคเหนือ. กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.

วชิรา เครือคำอ้าย, 2543. ระบบการจัดการอาชีพค้าขายในภาควังทุ่งฟ้าบด อ.สันป่าตอง จ. เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อภิชัย พันธเสน และ คณะ, 2549. สังเคราะห์องค์ความรู้เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.

อรุณ ไทยสนิท และคณะ, 2546. โครงการ "การจัดตั้งตลาดนัดฟรีเดย์ไทย-มาเลย์" ระยะที่ 1 (Thai - Malay Freeday market) อำเภอดาเกา จังหวัดนราธิวาส : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.

กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อารีย์ เชื้อเมืองพาน, 2543. บทบาทของสถาบันการเงินชุมชนต่อการพัฒนาชนบท. วารสารการส่งเสริมและพัฒนา ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 มิถุนายน – กันยายน 2543.

อำนาจ ชีระวนิช, 2544. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

1. ภาพแสดงบรรยากาศตลาดนัดชุมชนริมถนนซึ่งเปิดให้บริการทุกวันอาทิตย์ เวลา 6.00–11.00 น.



2. จัดเวทีชุมชนเพื่อการวางแผนการดำเนินงานกิจกรรมและ การเรียงลำดับความสำคัญของกิจกรรม
ตามที่ได้จากการทำกิจกรรม Balance Scorecards โดยชุมชนมีส่วนร่วม



3. การบรรยายของวิทยากรเรื่องการใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว โดยมีกลุ่มชาวบ้านที่ปลูกผักปลอดสารพิษให้ความสนใจ



4. การจัดกิจกรรมอบรมการทำเบเกอรี่ให้กับเยาวชนใน ต. ออนใต้ โดยกลุ่มสตรีสหกรณ์แปรรูปอาหารและทำขนม สังกัดสหกรณ์เครดิตยูเนียน



5. สถานที่ผลิตและเครื่องมือของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา



6. สหกรณ์เครดิตยูเนียนและโรงอบลำไยซึ่งมีพื้นที่อยู่บริเวณตลาดนัด



7. สถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนและศูนย์ข้อมูลสินค้าชุมชน



8. สถานที่จอดรถที่สหกรณ์เครดิตยูเนียนอนุญาตให้ตลาดใช้ได้



9. อาคารสถานที่และพื้นที่ว่างเปล่าของสหกรณ์เครดิตยูเนียนที่อนุญาตให้ตลาดนัดสามารถใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต ซึ่งเป็นผลจากการประชุมของคณะกรรมการตลาดและกรรมการบริหารสหกรณ์เครดิตยูเนียน



9. อ่างเก็บน้ำที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ในอนาคต



ประวัตินักวิจัย

1. ทีมวิจัยภายนอก

1.1 หัวหน้าโครงการ นายมนตรี สิงหหาระ ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์

สังกัด คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

การศึกษา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.2 ผู้ร่วมวิจัย

1) นายอารีย์ เชื้อเมืองพาน ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ระดับ 7

สังกัด คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

การศึกษา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2) นายเรวัชย์ ต้นสุชาติ ตำแหน่ง อาจารย์

สังกัด คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

การศึกษา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3) นางสาวรัชนิยา บังเมฆ ตำแหน่ง อาจารย์

สังกัด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

การศึกษา บัณฑิตมหาบัณฑิต (บช.ม.) สาขาบัญชีบริหาร

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ทีมวิจัยจากภายในชุมชน

1. นางทัศนีย์ ถั่วประโคน

บ้านเลขที่ 66 หมู่ 6 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053 - 880680

การศึกษาระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง ศศบ.

2. นางนิตยา ใจสุ

บ้านเลขที่ 40/1 หมู่ 3 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 053 880653

การศึกษาระดับปริญญาตรี จาก สถาบันราชภัฏเชียงราย เอกพัฒนาชุมชน

3. นายสุรินทร์ อินตาวง

บ้านเลขที่ 54 หมู่ 6 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 09 8554035
การศึกษาระดับปริญญาตรี จาก สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ครุศาสตร์บัณฑิต
สาขาเกษตรศาสตร์

4. นางสาวณิเนตร สอนทุ่ง

บ้านเลขที่ 62/1 ต.บ้านกาศ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน
การศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต

5. นายชรินทร์ วังใจปัญญา

บ้านเลขที่ 40 หมู่ 3 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130
การศึกษาคุศาสตร์บัณฑิต (วิทยาศาสตร์ทั่วไป) วิทยาลัยครูเชียงใหม่
ไมโครเอ็มบีเอ ม.พายัพ , ส่งเสริมเกษตรและสหกรณ์บัณฑิต (สหกรณ์)

6. นางเครือวัลย์ ปาลี

บ้านเลขที่ 30 หมู่ 7 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130

7. นายอินสนธิ์ กองมา

บ้านเลขที่ 39 หมู่ 6 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130

8. นายจรัส บุญตันดา

บ้านเลขที่ 25 หมู่ 3 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130

9. นายพงษ์ศักดิ์ สุยะแดง

บ้านเลขที่ 15 หมู่ 3 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130