

รายงานการวิจัย

โครงสร้างและผลผลิตตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผศ.ปัญญา เลิศไกร ผู้วิจัย

สุนทราภรณ์ จันทภาโส ผู้ช่วยวิจัย

สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช

รายงานการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
โครงการวิจัยเรื่อง โครงสร้างและผลผลิตวัฒนธรรมภาคใต้กับการพัฒนา
ของเมธีวิจัยอาวุโส ศาสตราจารย์สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์
โดยการสนับสนุนของ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

พฤษภาคม 2543

(ก)

คำนำ

รายงานการศึกษาเรื่อง โครงสร้างและพลวัตตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ อำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการโครงสร้างและพลวัตวัฒนธรรมภาคใต้กับการพัฒนา ตามโครงการเมธีวิจัยอาวุโส ของศาสตราจารย์สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย จาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในชั้นเก็บข้อมูล ตามกระบวนการ วิจัยเชิงคุณภาพ โดยเน้นพฤติกรรม การติดต่อสัมพันธ์เชิงธุรกิจก่อกันของ แม่ค้า กับเกษตรกรเจ้า ประจำ ลูกค้าเจ้าประจำ ที่มีคนขับรถเป็นสื่อกลาง ตามแนวคิดหลักที่ ศาสตราจารย์สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ เรียกว่า “สาวย่าน นัยยะ” เป็นหลักในการศึกษา

ปัญญา เลิศไกร

สุนทราภรณ์ จันทภาโส

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษา โครงสร้างและพลวัตตลาดพืชผล ของตลาดหัวอิฐโดยมีขอบเขตพื้นที่การศึกษาที่ตลาดหัวอิฐ ตำบลโพธิ์เสด็จ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช และตลาดบริเวณใกล้เคียงเฉพาะที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดหัวอิฐ ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่จะนำมาศึกษาประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ของการตลาด, พนักงานขับรถรับส่งพืชผัก, เกษตรกรผู้ผลิตพืชผักป้อนเข้าสู่ตลาด และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเท่าที่จำเป็น

วิธีศึกษาจะศึกษาตามแนวมนุษยวิทยาเศรษฐกิจ โดยอาศัยแนวสังคมพลวัต (social dynamic) แนวคิดแบบไดอะเลกติก (dialectic) และทฤษฎีบริเวณวัฒนธรรม (the cultural area) เป็นแนวทางหลัก ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเริ่มต้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อน แล้วลงเก็บข้อมูลภาคสนามโดยวิธีสังเกต ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม, การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสัมภาษณ์วิเคราะห์ (focus groups) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ และเขียนรายงานการวิจัยในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (analytical description)

จากการศึกษาพบว่า "ตลาดหัวอิฐ" เป็นตลาดที่ถือกำเนิดขึ้นมาโดยความประจวบเหมาะตามธรรมชาติ กล่าวคือ เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2518 บริเวณนี้เป็นเพียงสถานที่หยุดรถประจำทางเป็นการชั่วคราวเพื่อเก็บค่าโดยสารของสายต่าง ๆ (สายนคร - ลานสกา, นคร - พรหมคีรี, นคร - จันดี เป็นต้น) ก่อนที่จะเดินทางต่อเข้าสู่ตัวเมืองนครศรีธรรมราช แต่ด้วยเหตุที่บรรดารถต่าง ๆ เหล่านี้ ต่างก็มีการบรรทุกพืชผักติดรถมาเป็นจำนวนมากด้วย จึงมีพ่อค้ารายย่อยไปคอยดักรับเหมาพืชผักเหล่านั้นมาทำการแยกประเภทและคัดเกรด แล้วนำไปขายต่อได้กำไรอย่างงาม ต่อมา นายสุพร อินทวิเชียร ซึ่งเป็นเจ้าของสถานบริการน้ำมันในบริเวณนั้นมองเห็นการณ์ไกล และเห็นหนทางที่จะทำรายได้ จึงได้หาสิ่งจูงใจรถเหล่านั้นให้เข้ามาจอดในบริเวณสถานีบริการน้ำมันของตน และมีการจัดระเบียบโครงสร้างให้เรียบร้อยขึ้นกว่าเดิมค่อย ๆ พัฒนามาเป็นตลาดในระยะต่อมา และเริ่มเปิดอย่างเป็นทางการครั้งแรก เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2529 ในบริเวณเนื้อที่ประมาณ 30 ไร่ และด้วยเหตุที่บริเวณที่รับส่งพืชผักดังกล่าวนี้มีลักษณะประจวบเหมาะหลายอย่าง เช่น มีปริมาณและชนิดของพืชผักพอเพียงต่อความต้องการของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย สถานที่เหมาะสม การคมนาคมสะดวก มีการจัดระบบและการจัดการที่เหมาะสม เป็นต้น จึงทำให้ตลาดแห่งนี้ค่อย ๆ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนครอบคลุมบริเวณเนื้อที่ประมาณ 70 ไร่ และยังมีแนวโน้มที่ขยายตัวต่อไปอีกในอนาคต

(ค)

สาเหตุที่วิถีตลาดของตลาดแห่งนี้ ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ต่อเนื่อง และขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ก็เพราะ ทุกฝ่ายต่างก็ยึดมั่นในระบบคุณธรรมและจริยธรรม กล่าวคือ ต่างก็ซื่อสัตย์ ไว้วางใจ และมั่นใจต่อกัน เอื้ออาทรและไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักป้อนสู่ตลาด, พนักงานขับรถรับส่งพืชผักสู่ตลาดและรับเงินจากตลาดไปให้เกษตรกร หรือตัวพ่อค้าแม่ค้าคนกลางก็ไม่เอาเปรียบฝ่ายอื่น เป็นต้น

ปัจจุบันนี้เครือข่ายรับส่งพืชผักของตลาดหัวอิฐ ได้โยกย้ายไปทั่วทุกภาคของประเทศ ฯ ไม่ว่าจะเป็นเหนือ อีสาน กลาง และภาคใต้ และยังมีเครือข่ายโยกย้ายไปยังประเทศใกล้เคียงอีกด้วย ในแต่ละวันจะมีพืชผักส่งออกและรับเข้าระหว่างตลาดหัวอิฐ ซึ่งเป็นแม่ข่ายกับเครือข่ายต่าง ๆ นับได้วันหลายสิบล้าน คิดเป็นวงเงินหมุนเวียนวันละหลายล้านบาท

ตลาดหัวอิฐมีบทบาทช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ ให้แก่ผู้คนในชุมชนเป็นจำนวนมาก ทำให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง และเป็นปัจจัยให้วัฒนธรรมการผลิตของเกษตรกรในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงพัฒนาเป็นการผลิตเพื่อขาย และมีการทำไร่พืชผลกันมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีและวิทยาการมาใช้มากขึ้น มีความสัมพันธ์ระหว่างตลาดกับเกษตรกรและชุมชนอย่างน่าพอใจ ทั้งช่วยให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจชุมชนอันเป็นกำลังคนได้ระดับหนึ่ง คู่ควรกับกำไรเชิงธุรกิจการค้า อย่างไรก็ตามตลาดหัวอิฐยังคงมีปัญหาแทรกแฝงอยู่ไม่น้อย เช่น ระบบรักษาความสะอาด การจราจรยังไม่ดีพอ ปัญหาการติดยาเสพติด การเล่นหวยใต้ดินของบุคคลบางกลุ่มในตลาดแห่งนี้ และปัญหาที่เกษตรกรบางรายใช้ยาปราบศัตรูพืชจนถึงขนาดตนเองไม่กล้าบริโภคผลผลิตที่ตนปลูกเพื่อขาย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามเพื่อที่จะช่วยให้ วิถี ตลาดของตลาดแห่งนี้ดำเนินตัวเองไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าทางการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะได้เข้ามาช่วยเหลือในบางเรื่อง เช่น จัดให้มีศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับพืชผลการศึกษาวิจัยเพื่อให้ตลาดแห่งนี้เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาเกษตรกร เกษตรกร ให้สัมพันธ์กับจุดเด่นและความหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่น การพัฒนาสายพันธุ์และผลผลิต การแปรรูปพืชผล ตลอดจนการหาแนวทางเพื่อควบคุมและชี้แนะให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงผลได้และผลเสียที่มีต่อสังคมคู่กับกับผลได้และผลเสียที่มีแก่ตนและกลุ่มของตน

Abstract

The objective of this research was to study the structure and dynamics of produce marketing at the Hua-it market with the territory studied covering the Hua-it market, Po-sadet Village, Principal (Muang) District, Nakornsri thammaraj Province, and markets in the vicinity as related to the Hua-it market. The target population of the study consisted of marketing staff, drivers of produce-transporting vehicles, farmers who fed produce into the markets, and other people concerned as needed.

The method of study followed that of economic anthropology based principally on social dynamics, dialectic, and the cultural area theory. The first step of the study was a review of related documents and research findings, followed by fieldwork data collection by means of participatory and non-participatory observation, in-depth interview, and analytical seminar of focus group. The data were then analyzed and synthesized, and presented as a report of research findings in the form of analytical description.

It was found from the study that *the Hua-it market* was born out of natural convenience. That is to say, around B.E. 2518 (1975 A.D.) this location was only a temporary bus depot for the purpose of fare collection of various bus routes (such as Nakornsri thammaraj-Laansakaa, Nakornsri thammaraj-Phromkeeree, Nakornsri thammaraj-Chandee) before entering the town of Nakornsri thammaraj proper. Because these buses carried loads of produce with them, retailers waited at the depot to buy the produce wholesale for further sorting out and grading, and to sell the selected produce at great profit. Later, Mr. Suporn Intarawichian, who owned a gasoline service station in the neighborhood, had a vision and way of revenue generation, and so offered attractions for the buses to stop at his service station, now better organized than before. This gradually developed into a market and was officially opened for the first time on August 26, B.E. 2529 (1986 A.D.), on a plot of land about 30 *rai* (about 12 acres) in area. Because of its several suitable characteristics, such as adequate quantities and kinds of produce to meet the demands of buyers and sellers, favorable location of convenient accessibility, and proper organization and management, the market steadily grew into an enlarged area of about 70 *rai* (about 28 acres) and is showing a tendency to grow further into the future.

The reason for the market operating smoothly and continuously, as well as growing steadily larger, was that all parties concerned adhered to a system of merit and ethics. They were mutually honest, trustful, and confident. They cared for each other and took no advantage of anyone, be they, for example, the farmers who grew the produce for the markets, the drivers of vehicles that transported produce to the markets and brought money back from the markets to the farmers, or the middle-man traders who took advantage of none of the others.

At present, the network of incoming and outgoing produce of the Hua-it market has linkages with all the regions of the country, north, northeast, central, and south. In addition, its network reaches some neighboring countries. Each day, tens of tons of produce go out of and come into the Hua-it market and millions of baht circulate.

The Hua-it market has contributed much to job creation and revenue generation for the people of these communities, strengthening the community economy and causing the following changes: development from production by local farmers to production for sale and with more highland crop-oriented farming, increasing use of technology and technical knowledge, satisfactory relations among market, farmer, and community, with resultant benefits for the community economy, in themselves a measure of profit to society alongside commercial profit. Nevertheless, the Hua-it market is considerably beset by some problems, such as an inadequate system of sanitation and traffic, drug addiction, and underground lottery trade among some groups at the market, and the intensive use of insecticide by some farmers to the extent that these farmers are afraid to consume the produce that they themselves grow for sale.

In order to inject more efficiency into the way of this market, the researcher recommends that the government agencies concerned should render assistance in some matters such as the establishment of a crop information center that also conducts research so that this market will serve as a crucial mechanism for promotion and development of agriculture and farmers in relation to the area's strengths and local biodiversity, for development of breeds and products, and for diversification in the processing of products from crops. As well, it should be part of the mission of the center to seek ways to control and advise all concerned to realize the balance between the advantages and disadvantages to society and those for themselves and their groups.

สารบัญ

บทที่	หน้า
คำนำ.....	ก
บทคัดย่อ.....	ข
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	12
ขอบเขตการวิจัย.....	12
ระเบียบการวิจัย.....	13
การเก็บข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล.....	13
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	14
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดกลางสินค้าเกษตร.....	15
การเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามแนวปฏิพัฒนาการ (Dialectic).....	15
ทฤษฎีบริเวณวัฒนธรรม (The Cultural Area).....	15
ความหมายสินค้าเกษตร.....	16
หลักเกณฑ์ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร.....	18
การไหลเวียนของสินค้า.....	20
โครงสร้างและระบบการตลาดสินค้าเกษตรที่สมบูรณ์.....	25
ลักษณะทางกายภาพของตลาดสินค้าเกษตร.....	25
ปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น.....	26
3 ตลาดพืชผลที่หัวอิฐ.....	28
ความเป็นมาและพลของตลาดพืชผลตลาดหัวอิฐ.....	28
ปัจจัยที่มีผลต่อพลวัตตลาดหัวอิฐของก่อน พ.ศ. 2529.....	31

บทที่	หน้า
ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพลวัตตลาดหัวอิฐ ช่องที่ 2 พ.ศ. 2529-2532.....	32
ปัจจัยที่มีผลต่อพลวัตตลาดหัวอิฐของเศรษฐกิจขยายตัว พ.ศ.2533-2539.....	38
ปัจจัยที่ส่งผลต่อพลวัตตลาดหัวอิฐของวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540-2541.....	49
4 สวายนตลาดหัวอิฐ.....	66
ความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดหัวอิฐ.....	66
การก่อตั้งตลาดหัวอิฐกับการเริ่มต้นในการสายสัมพันธ์ไปยังเกษตรกร.....	69
การผูกใจคนขับรถต่อเกษตรกร.....	70
ชนิดของสินค้าในไตรมาสต่าง ๆ ที่เข้าสู่ตลาดหัวอิฐ พ.ศ. 2541.....	88
จำนวนแผงของสินค้าที่เข้าสู่ตลาดหัวอิฐ.....	89
5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	90
การเกิดและการดำรงอยู่ของตลาดหัวอิฐ.....	90
ความสัมพันธ์ระหว่างตลาดหัวอิฐกับเกษตรกรในท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชน...	93
ข้อจำกัดของตลาดหัวอิฐ.....	97
ข้อเสนอแนะ.....	97
บรรณานุกรม.....	99
บุคลากร.....	101
ภาคผนวก	
ก. แบบสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดหัวอิฐ.....	104
ข. ภาพประกอบ.....	120

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงการเดินทางของสินค้าจากตลาดหัวอิฐสู่ตลาดย่อยขนาดกลาง.....	10
2 แสดงวิถีตลาดของตลาดกกลางผักและผลไม้หัวอิฐ.....	40
3 แสดงโครงสร้างการบริหารงานของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐ.....	57
4 แสดงภูมิลำเนาของพ่อค้าตลาดหัวอิฐ.....	59
5 แสดงระยะเวลาในการประกอบอาชีพค้าขายในตลาดหัวอิฐ.....	60
6 แสดงระดับการศึกษาของพ่อค้าในตลาดหัวอิฐ.....	61
7 แสดงวิธีการรับซื้อสินค้า.....	62
8 แสดงการกำหนดราคาสินค้าในตลาดหัวอิฐ.....	63
9 แสดงการใช้พาหนะในการขนส่งสินค้า.....	64
10 แสดงวิธีการชำระเงินในการซื้อขายสินค้า.....	65
11 แสดงการสวาย่านตลาดหัวอิฐ กรณีเกษตรกร อำเภอพรมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช	72
12 แสดงเครือข่ายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตลาดหัวอิฐกับเกษตรกรรายย่อย ผู้ผลิตสินค้าเกษตร.....	73
13 แสดงเครือข่ายสินค้าตลาดหัวอิฐกับผู้บริโภคต่างจังหวัด.....	74

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงปริมาณการผลิตอาหารของประเทศไทย.....	5
2 แสดงปริมาณการส่งออกพืชผัก.....	6
3 แสดงอาชีพหลักและอาชีพรองของประชากรบ้านหัวอิฐ.....	11
4 แสดงประเภทและแหล่งที่มาของสินค้าในไตรมาส 1 ปี 2541.....	75
5 แสดงประเภทและแหล่งที่มาของสินค้าในไตรมาส 2 ปี 2541.....	80
6 แสดงประเภทและแหล่งที่มาของสินค้าในไตรมาส 3 ปี 2541.....	82
7 แสดงประเภทและแหล่งที่มาของสินค้าในไตรมาส 4 ปี 2541.....	85

สารบัญแสดงแผนที่

แผนที่		หน้า
1	แสดงที่ตั้งตลาดหัวอิฐก่อน พ.ศ. 2529.....	30
2	แสดงพื้นที่ถ่ายสินค้า.....	32
3	แสดงเขตอิทธิพลของตลาดในนครศรีธรรมราช.....	57
4	แสดงแหล่งที่มาของสินค้าตลาดหัวอิฐและปลายทางสินค้าจากตลาด.....	58

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ต้องการปัจจัยสี่ ในการดำเนินชีวิต ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า และยา รักษาโรค จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์บอกให้ทราบว่าชาวบ้านในพื้นที่ภาคใต้ได้อาศัยปัจจัยสี่จากธรรมชาติในการดำรงชีวิตเป็นไปตามสภาพธรรมชาติที่เอื้ออำนวย เช่น อาหารการกิน มีการจับปลา ดักสัตว์ หาผลหมากรากไม้เท่าที่จะหาได้ ที่อยู่อาศัยทำจากวัสดุธรรมชาติ ตามสภาพแวดล้อม เครื่องนุ่งห่มเพื่อปกปิดร่างกายให้อบอุ่นก็ใช้วัสดุที่มีตามธรรมชาติ ส่วนการรักษาโรคใช้ยากลางบ้านเป็นพื้น โดยอาศัยภูมิปัญญาจากหมอพื้นบ้าน ซึ่งได้เรียนรู้พันธุ์พืชที่กินได้ และสมุนไพร โดยมีการสืบสานวัฒนธรรมดังกล่าวมาจนถึงปัจจุบัน ภาคใต้ของประเทศไทยเป็นคาบสมุทรยื่นยาวจากเหนือลงไปทางทิศใต้ มีเทือกเขาทอดตัวเป็นแนวยาว จึงมีภูมิประเทศโดยรวมเป็น 3 ลักษณะได้แก่ ที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล แนวภูเขา และที่ราบตอนกลางระหว่างภูเขา ประกอบกับอยู่ในบริเวณใกล้เส้นศูนย์สูตร ความร้อนชื้น มีปริมาณฝนค่อนข้างสูง อันเกิดจากอิทธิพลของลมมรสุมจากทะเล ทั้ง 2 ด้าน ส่งผลให้มีป่าไม้ พืชพันธุ์ต่าง ๆ มากมาย และอุดมสมบูรณ์

สภาพอากาศ ภาคใต้เป็นเขตร้อน ประกอบกับมีความชื้นทำให้มีพืชพรรณมากมาย ซึ่งจำนวนพืชพรรณชาติที่เจริญงอกงามในภูมิภาคนี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก และประชาชนที่ได้อาศัยอยู่ในภูมิภาคนี้ได้ใช้ประโยชน์ต่าง ๆ กัน กล่าวคือ นำมาใช้ก่อสร้างที่อยู่อาศัย นำมาใช้เป็นเชื้อเพลิง นำมาใช้เป็นเครื่องเทศของหอม เนื่องจากภาคใต้มีพืชจำนวนมากที่นำมาใช้เป็นสมุนไพร และเครื่องเทศ ซึ่งเป็นแหล่งส่งออกขายยังที่ต่าง ๆ พืชเหล่านี้ได้แก่ พริกไทย กระวาน ขิง กระชาย ขมิ้น เว่า อบเชย กฤษณา ฝาง แฝก จันทน์แดง จันทน์ขาว ลำเจียก เตยหอม ฯลฯ พืชเหล่านี้เป็นของป่าหาได้ง่าย¹ เป็นพันธุ์พืชที่เหมาะสมกับดินฟ้าอากาศ พืชผลที่กล่าวมานี้บางชนิดใช้ประกอบเป็นอาหารแบบพื้นบ้าน แต่บางชนิดเคยเป็นสินค้ามาตั้งแต่สมัยโบราณ

ประชาชนในภาคใต้นิยมกินผักสดซึ่งเป็นยอดไม้และผลไม้ เรียกว่า “ผักเหนาะ” หรือ “ผักจิ้ม” ซึ่งหมายถึง พืชผักสด หรือผักดอง ซึ่งได้นำมารับประทานควบคู่กับอาหาร เช่น น้ำพริก

¹สำนักงานคณะกรรมการสาธารณสุขมูลฐาน. พืชผักพื้นบ้านภาคใต้. หน้า 1-2.

แกงเผ็ด ผักเหนาะอาจเป็นพืชผักที่มีอยู่ตามป่าเขา ลำห้วย ชายทะเล ชายทุ่ง ท้องนา ป่าพรุ และบนควน และอาจเป็นพืชผักสวนครัวที่มีการปลูกไว้บริเวณบ้านหรือตามท้องร่องท้ายสวน

เนื่องจากภาคใต้แต่ละท้องถิ่นมีพืชพันธุ์ธัญญาหารอุดมสมบูรณ์แตกต่างกัน ต่างถิ่นต่างก็สามารถใช้เทคนิควิธีที่จะนำทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ในถิ่นของตนมากินมาใช้ จึงเกิดนิสัยในการกินแตกต่างกันไป ปัจจัยสำคัญภาคใต้อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชผักนานาชนิด ผักสดจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของอาหารทุกมื้อที่จะมีหลายชนิดและสดจริง ๆ (ไม่นิยมผักลวก) เช่น กระถิน กระเจต ผักบุ้ง แตงกวา ถั่วฝักยาว ลูกเนียง สะตอ ฯลฯ เพื่อรับประทานคู่กับแกงน้ำยา (ไม่ว่าจะมีน้ำพริกหรือไม่) จึงเรียกผักนี้ว่า “ผักแก้ม” หรือ “ผักเหนาะ”¹ วัฒนธรรมนี้จะพบได้แม้แต่ตามร้านที่ขายอาหารพื้นเมืองจะจัดผักไว้ให้ลูกค้าเลือกรับประทานได้โดยไม่คิดเงิน ความนิยมผักเหนาะของชาวใต้ นิยมกันกันใน 3 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะที่เป็นพืชผักสด ๆ ผักเหนาะทุกชนิดนำมากินในลักษณะที่เป็นพืชสด ๆ และเป็นที่นิยมกันมาก เพราะสะดวก และให้คุณค่าทางอาหาร โดยการนำเอาพืชผักทุกชนิดที่จะใช้เป็นผักเหนาะมาล้างให้สะอาด แล้วนำมาจัดรวมกันไว้ในจานหรือภาชนะเดียวกัน อาจจัดไว้ในลักษณะที่ยังเป็นผลหรือเป็นต้นผัก หรือนำผักเหนาะบางชนิด เช่น แตงกวา ผักกาด ฯลฯ ก็ได้ นอกจากนั้นแล้วอาจมีการนำผักเหนาะบางชนิดเพาะหรือที่เรียกว่า “หนาม” เสียก่อนใช้เป็นผักเหนาะก็ได้ เช่น ลูกเนียงหนาม เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผักเหนาะนั้นแก่กรอบและมีรสชาติดียิ่งขึ้น

2. นำผักเหนาะบางชนิดราดกะทิ ผักเหนาะที่นิยมนำมาลวกกะทิก่อนใช้เป็นผักเหนาะ เช่น ผักบุ้ง ถั่วฝักยาว ปลีกล้วย หยวกกล้วย หน่อไม้ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้มีรสชาติแปลกออกไป เพราะจะมีรสมันของกะทิผสมอยู่ด้วย

3. นำผักเหนาะบางชนิดมาหมักดองเสียก่อน จะใช้ทั้งสด ๆ ไม่ได้ เช่น ผักเสี้ยนดอง เป็นต้น นอกจากนั้นอาจมีการนำผักเหนาะบางชนิดที่ใช้เป็นเหนาะในลักษณะที่ 1 หรือ 2 ได้แต่ก็นิยมนำมาใช้ในลักษณะที่ 3 นี้ด้วย เช่น สะตอดอง หน่อไม้ดอง ผักบุ้งดอง เป็นต้น โดยเฉพาะสะตอดองออกจะเป็นที่นิยมกันมากที่สุดถึงกับมีคำกล่าวในบางท้องถิ่นว่า **“ใส่ฟันทองสองเซ่ตาเหล่หน่อย ชาวเลน้อยมาขอลูกตอดอง”**² ซึ่งแม้จะเป็นคำล้อแต่ก็สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมเกี่ยวกับ “ลูกตอดอง” ของชาวบ้านได้พอสมควร ในปัจจุบันผักเหนาะยังคงเป็นอาหารที่สำคัญของชาวภาคใต้ นิยมกันทั่วไปทั้งชาวเมือง และชนบท โดยทั่วไปแล้วชาวใต้นิยมอาหารที่

¹สำนักงานคณะกรรมการสาธารณสุขมูลฐาน. ผักพื้นบ้านภาคใต้. หน้า 4-5.

² แหล่งเดิม. หน้า 5.

รตจัด ในการรับประทานอาหารแต่ละมื้อจึงมักมีอาหารเผ็ดเป็นกับข้าวอย่างหนึ่งด้วยเสมอ และมักมีผักเหนาะใส่จานวางไว้เคียงคู่อาหารเผ็ดนั้นด้วยชาวใต้จะรู้สึกว่าการรับประทานอาหารมือนั้น ขาดรสชาติไปทันทีถ้าไม่มีผักเหนาะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าอาหารมือนั้นมีน้ำพริกหรือแกงไตปลา ชาวใต้บางคนติดผักเหนาะขนาดที่ว่าในการรับประทานอาหารทุกมื้อจะต้องมีผักเหนาะอยู่ด้วยเสมอไม่ว่าจะมีกับข้าวที่เป็นอาหารเผ็ดในมือนั้นหรือไม่ก็ตาม

นอกจากนี้ยังมีอาหารพื้นเมืองหลายชนิดนิยมกันในถิ่นหนึ่งแต่ไม่เป็นที่นิยมในอีกถิ่นหนึ่ง ในที่นี้จะกล่าวถึงอาหารพื้นเมืองบางอย่างที่นิยมอย่างแพร่หลายในบางถิ่น ซึ่งถ้าสามารถทำให้รู้จักกันแพร่หลายยิ่งขึ้นจะช่วยให้การใช้ทรัพยากรนั้น ๆ เกิดประโยชน์กว้างขวาง เช่น ชาวอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และอำเภอใกล้เคียงที่อุดมไปด้วยมะพร้าว นิยมนำเอากะลามะพร้าวที่ยังอ่อนยังไม่มีเนื้อซึ่งเรียกว่า “เหมงพร้าว” มาซอยเป็นชิ้นเล็ก ๆ คั่วแห้งเป็นผักจกกลายเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่น ชาวอำเภอสทิงพระและอำเภอรโนด จังหวัดสงขลา ซึ่งอุดมไปด้วยตาลโตนด นิยมนำเอาหัวของผลตาลโตนดมาสับซอยใส่แกงเลียง แกงกะทิ หรือยำด้วยน้ำส้มโตนด ชาวจังหวัดระนอง นิยมนำ “ผักเหลียง” มาแกงเลียงหรือลวกจิ้มน้ำพริกจนกลายเป็นอาหารพื้นเมืองที่มีชื่อเสียง กล่าวกันว่าใครไปจังหวัดระนอง ถ้าไม่ได้รับประทานแกงเลียง ผักลวก ก็เท่ากับยังไม่ถึง ชาวจังหวัดภูเก็ตนิยมเอาหัวอ่อนของลำต้นของพืชชนิดหนึ่งเรียกกันว่าหน่อไม้ หรือที่ชาวพื้นเมืองเรียกว่า “กะเบก” มีลักษณะคล้ายต้นข้าว มาปรุงเป็นอาหารทำนองเดียวกับต้นกะเทียมสด เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ถือเป็นอาหารชั้นดีมีจำหน่ายตามภัตตาคารใหญ่ ๆ ทุกภัตตาคาร ราคาก็ค่อนข้างแพง พืชชนิดนี้ปลูกง่ายขยายพันธุ์เร็ว ชาวสวน ชาวไร่ส่วนมากนิยมใช้หัวอ่อนของต้นเตาร้างมาแกงกะทิ ผู้ที่เคยรับประทานต่างพูดเป็นทำนองเดียวกันว่าอร่อยกว่าใช้นยวกกล้วยหลายเท่าแต่ต้องเลือกเอาที่พอเหมาะ ชาวได้หลายท้องถิ่นรับประทานกันมาช้านานแต่กลับไม่นิยมในท้องถิ่นอื่น เช่น ทัวทั้งภาคใต้นิยมรับประทาน “ลูกเนียงสด” เป็นผักสด ทั้ง ๆ ที่เกือบทุกจังหวัดมีลูกเนียงอย่างเหลือเฟือ แต่มีเฉพาะแถบฝั่งตะวันตกเท่านั้นที่นิยมรับประทาน “ลูกเนียงดอง” โดยเฉพาะชาวจังหวัดระนองจะนิยมกันเป็นพิเศษ และมีหลายท้องถิ่นนิยมนำลูกเนียงมาต้มแล้วคลุกมะพร้าวรับประทานเป็นขนมอาหารพื้นเมืองหลายชนิด เริ่มนิยมกันในวงแคบก่อนแล้วแพร่หลายยิ่งขึ้นตามลำดับจนกลายเป็นที่นิยมกันทั่วทั้งภาค อาหารพื้นเมืองของภาคใต้ที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง ได้แก่ ผักสดที่นิยมกันอย่างแพร่หลายได้แก่ ลูกเนียง ลูกเหรียง ลูกตอ ยอดมะม่วงหิมพานต์ ผลไม้ที่นิยมกันอย่างแพร่หลายได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลำสาต ลองกอง ลูกลูก จำปาตะ ละมุด ลูกหยี ทุเรียนกวน (เรียกกันว่าเรียนเคี้ยว) เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ คลุกหรือเชื่อมน้ำตาล เป็นต้น

พืชผลบางชนิดชาวภาคใต้ใช้ประกอบอาหารคาว ประเภทต้ม ยำ แกง เช่น มะนาว มะปริง มะมุด มะม่วง เพื่อให้รสเปรี้ยวและเป็นผักไปในตัว

การสืบทอดวัฒนธรรมด้านการบริโภคอาหารของชาวใต้ จะเห็นได้ว่าการใช้ประโยชน์จากพืชผักพื้นบ้านกันอย่างเต็มที่ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่สำคัญของการสรรหามาบริโภค ชาวใต้ในชนบทมักพูดว่า “ป่าของเขา” คือ บ้านผักกินไม่หมด มีลูกตอ เหยียง จิง กะทกรก จิก จวง ประ เกาต์น หุนาน หมวยหอม รกช้าง บอนน่านาชนิด ทำม้ง หน่อไม้ หัวข่า เสม็ด ส้มกุ้ง กำลังควายถึก มากมายกว่าที่หยิบยกมากล่าวได้ จะเห็นได้ว่าผักป่าหรือผักพื้นบ้านเป็นพืชผักที่ปลอดภัยเพราะผ่านกระบวนการผลิตจากธรรมชาติอย่างแท้จริง ให้รสชาติหลากหลายชวนกิน การเข้าดงเข้าป่า เพื่อสรรหาพืชผัก ผลไม้ ของผู้คนในท้องถิ่น ได้สะท้อนให้เห็นถึงสายใยแห่งวิถีชีวิตของชาวชนบทกับความผูกพันกันในโลกสีเขียว ซึ่งได้เอื้ออาหารปากท้องและลมหายใจไปตลอดกาล

จากสภาพนิเวศธรรมชาติภาคใต้และวัฒนธรรมการกินของชาวใต้ที่กล่าวมานี้ เป็นสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชนบทภาคใต้ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจ พืชผลพื้นบ้านหลายอย่างกลายเป็นสินค้าออกสู่ตลาดในท้องถิ่นและตลาดภายนอก ด้วยเส้นทางที่ตัดผ่านออกสู่ภายนอกเพื่อติดต่อค้าขายและไปมาหาสู่กัน เป็นผลให้ภาคใต้มีวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า “วันนัด หรือตลาดนัด (Market Fair)”¹ ซึ่งเป็นวันนัดการให้มีตลาดตามท้องที่ต่าง ๆ เป็นประจำ อันเป็นข้อตกลงของชุมชนว่าวันไหนมีนัดที่ใดให้มีการนำสินค้ามาแลกเปลี่ยน ชาวชนบทภาคใต้ จะให้ความสำคัญกับวันนัด หรือตลาดนัด เพราะเป็นวันของการนำพืชผัก ผลหมากรากไม้และของป่าอื่นๆ มาขายและซื้อสินค้าอุปโภคที่จำเป็นกลับไป ตลาดนัดจึงเป็นแหล่งชุมนุมปะทะกันที่คึกคักของชาวบ้านภาคใต้อย่างแท้จริง เป็นศูนย์กลางข่าวสาร เป็นแหล่งปฏิสัมพันธ์ของชาวบ้าน ชาวเมือง หนุ่มสาว ผู้แก่ ที่ต่างได้มาซื้อ-ขายจับจ่ายสินค้าจำเป็นและพบปะเสวนาแลกเปลี่ยนข่าวสารต่อกันและกันอย่างสุซสันต์ ความสำคัญของพืชผักไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะระดับท้องถิ่นหรือระดับภาคเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อระดับประเทศ และต่างประเทศด้วย เนื่องจากผักและผลไม้มีธาตุอาหารที่จำเป็นต่อมนุษย์อยู่มาก ดังกล่าวมาแล้ว การผลิตพืชอาหารของประเทศไทย นอกจากผลิตได้เพียงพอต่อความต้องการของคนในประเทศแล้วยังสามารถส่งออกขายต่างประเทศได้จำนวนมากพอสมควร ดังที่องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ รายงานการผลิตอาหารของประเทศไทยพบว่าการขยายตัวเพิ่มขึ้น

¹ วีระ โชติทอง. ตลาดนัดในนครศรีธรรมราช. หน้า 4.

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณการผลิตอาหารของประเทศไทย (อัตราส่วน 1 : 1000 ตัน)

พ.ศ.	2527	2535	2536	2537	อัตราการขยายตัว เฉลี่ย/ปี 2527-2537
ข้าว	19,905	20,400	19,917	18,447	-0.3%
พืชหัว	20,261	20,574	20,421	19,309	0.7%
ถั่วเหลือง	246	480	513	500	6.6%
ถั่วลิสง	172	137	136	136	-2.5%
มะพร้าว	1,128	1,411	1,462	1,400	2.0%
น้ำมันปาล์ม	81	270	310	320	15.8%
อ้อย	23,869	39,827	37,823	37,569	6.7%
พืชผัก	2,406	2,575	2,587	2,603	0.8%
ผลไม้	5,058	5,769	6,212	6,338	1.4%

ที่มา : คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วิสัยทัศน์ทางอาหารและโภชนาการ. หน้า 30.

จากตารางที่ 1 แสดงว่า คนไทยสามารถผลิตผักและผลไม้ออกมาจำนวนมาก เฉพาะผักใน พ.ศ. 2537 มีจำนวน มากกว่า 2 ล้านตัน (2,603,000 ตัน) ผักและผลไม้จึงเข้าสู่ตลาดจำนวนมากพร้อมส่งมีแนวโน้มในการเพิ่มผลผลิตมากขึ้น ผักจึงเป็นความต้องการและจำเป็นต่อวิถีชีวิตของผู้คน

เกษตรกรของประเทศไทย มีศักยภาพในการผลิตพืชผลทางการเกษตรสูง สามารถผลิตได้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ และส่งออกไปต่างประเทศ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ รายงานการส่งพืชผักออกต่างประเทศ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณการส่งออกพืชผัก (อัตราส่วน 1 : 1000 ต้น)

รายการ	พ.ศ. 2534	พ.ศ. 2536	พ.ศ. 2536
รวมผักสด	35,583	43,042	36,507
ผักแช่แข็ง	18,955	26,650	30,494
ผักกระป๋อง	150,506	123,307	140,500
ผักแช่น้ำเกลือ	2,995	5,982	6,061

ที่มา : คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. **วิสัยทัศน์ทางอาหารและโภชนาการ**. หน้า 31.

จากตารางที่ 2 แสดงว่า ผู้ส่งออกผักได้ส่งออกในรูปของผักสด จำนวนหนึ่ง (ซึ่งต้องดำเนินการในเวลาอันรวดเร็วหรือต่อวัน) และแปรรูปเป็นผักกระป๋อง หรือนำไปผ่านกระบวนการเบื้องต้นในรูปของผักแช่แข็ง ผักแช่น้ำเกลือ ในจำนวนนี้ผู้ส่งออกมักจะ ซื้อผ่านพ่อค้า แม่ค้า เจ้าประจำ ในตลาดกลางใหญ่ ๆ

พืชผักที่ผลิตออกแต่ละวัน แต่ละฤดูกาล ในจำนวนมากๆ นั้น ต้องอาศัยตลาดเป็นแหล่งกระจายผลผลิตออกสู่ผู้บริโภค บทบาทของตลาดพืชผัก จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งของสังคม ระบบการสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกันของผู้ผลิตพืชผักไปยังตลาด จึงเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีความสำคัญต่อกันอย่างมาก ปริมาณผักจำนวนมากต้องกระจายไปถึงผู้บริโภคภายใต้ข้อจำกัดหลายประการ อันได้แก่ การขนส่งจะต้องไม่ทำให้พืชผักเสียหาย ระยะเวลาต้องรวดเร็ว เพราะผักจะไม่สด และทำให้เน่าเสีย ค่าตอบแทนที่ได้รับจะต้องคุ้มค่า ตลาดกลางเกี่ยวกับพืชผักจึงเกี่ยวข้องกับเกษตรกรผู้ผลิต และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยความสำคัญของพืชผลไม้ ตลาดกลางพืชผลไม้ และการค้าพืชผลไม้ไม่ได้สร้างความเข้มแข็งมั่นคงแต่เฉพาะในท้องถิ่นเท่านั้น แต่มีความสำคัญต่อความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจของชาติ และความมั่นคงของประเทศ ดังจะเห็นได้จากนโยบายชาตินิยมในทางเศรษฐกิจของรัฐบาล หลวงพิบูลสงคราม ซึ่งเป็นช่วงที่จีนสยามต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจที่กล่าวทางวิทยุกระจายเสียงในวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2482 ที่ว่า "สาเหตุหลายประการที่ทำให้ประเทศของเราไม่ร่ำรวยหรือเจริญในทางเศรษฐกิจ เท่าที่ควรเจริญได้นั้น อยู่ที่เหตุสำคัญประการหนึ่ง คือ ชาวเราไม่ทำการค้า" เมื่อพวกเราปล่อยช่วงโหวซึ่งเป็นช่องทางสำคัญ ช่องทางหาเงิน คนอื่นเขาก็จะทำเสียหมด... เมื่อมีเหตุผลเช่นนี้ รัฐบาลไทยจึงได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการค้า โดยใช้สิ่งที่เรียกว่า ลัทธิ ไทยสม์ หมายถึง ลัทธิส่งเสริมให้คนไทยได้ทำการค้าเพื่อพัฒนาถาวรของตนเองและประเทศชาติ โดยรัฐบาลไทย

ได้ก่อตั้งบริษัทขึ้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2481 พร้อมกับการตั้งโรงสีของรัฐบาลขึ้น ตั้ง "บริษัท ชาวสยาม" หรือ "บริษัท ข้าวไทย" ขึ้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2481 พร้อมกับการตั้งโรงสีของ รัฐบาลขึ้นตั้ง "บริษัท ไทยนิคมพาณิชย์ จำกัด" ¹ ขึ้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2482 และเมื่อ วันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2481 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติให้ตั้ง "บริษัท ข้าวพืชผลไทย จำกัด" ขึ้นเพื่อ ตั้งเอาการค้าจากชาวต่างชาติกลับคืนมาเป็นของคนไทย การจัดตั้งบริษัททั้ง 3 บริษัทนี้เป็น นโยบายของรัฐบาลหลวงพิบูลสงคราม เป็นอุบายชี้ให้เห็นว่า เกษตรกรรมและธุรกิจการเกษตร คือพลังอำนาจของชาติ

ความสำคัญของตลาดพืชผลตลาดหัวอิฐ

ตลาดพืชผลการเกษตรเป็นสิ่งจำเป็นของการดำเนินชีวิตอย่างมาก ในแต่ละวันผักและ ผลไม้จำนวนหลาย 10 ตันเป็นอาหารประจำวันของคนไทยและคนในประเทศเพื่อนบ้าน ประกอบ กับในแต่ละวันผลิตผลการเกษตรของเกษตรกรออกสู่ตลาดจำนวนมากกว่า 10 ตัน² การมีศูนย์กลางของตลาดพืชผลเป็นตลาดกลางทางการเกษตรรองรับ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการกระจาย ออกไปยังผู้บริโภค ความต้องการที่มีตลาดพืชผลการเกษตรที่มีศักยภาพสูง สามารถรองรับผล ผลิตการเกษตรจำนวนมาก มีความพร้อมที่จะรับซื้อสินค้าการเกษตรในราคาที่สูงพอสมควร จนเป็นที่พอใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นศูนย์กลางที่มีบทบาทสำคัญต่อเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าการ เกษตร ผู้ประกอบธุรกิจค้าขายสินค้าการเกษตร ผู้ประกอบอาชีพข้างเคียง และผู้ซื้อสินค้าการ เกษตร ตลาดพืชผลการเกษตรจึงเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนจำนวนมาก

ผลิตผลการเกษตรในตลาด จะต้องสอดคล้องกับสภาพความต้องการของประชาชนผู้ บริโภค ในช่วงที่ผักชนิดต่าง ๆ ออกสู่ตลาด ปริมาณของผักจะขึ้นอยู่กับจำนวนความต้องการของ ผู้บริโภค หากตลาดตั้งอยู่ในที่ที่เป็นศูนย์กลางของประชากรจำนวนมาก ๆ โอกาสที่ตลาดจะ ขยายตัว และมีปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาดก็จะมากตามไปด้วย ขณะที่ตลาดศูนย์กลางมีปริมาณ สินค้าอยู่มาก ราคาขายส่งจำนวนมาก จะมีราคาถูกกว่าการซื้อขายรายย่อย จะทำให้เกิดระบบ ตลาดย่อยรองรับตลาดศูนย์กลางอีกชั้นหนึ่ง ในรูปของพ่อค้า แม่ค้า จากตลาดย่อยมาซื้อสินค้า แบบเหมารวมครั้งละมาก ๆ เพื่อไปขายกันทั้งแบบขายส่งและขายปลีกในตลาดย่อยของตนต่อไป

¹ วรศักดิ์ มหัทธโนบล. การเมืองจีนสยาม. หน้า 185.

² สัมภาษณ์นายหมาด สวัสดิภาพ เจ้าหน้าที่ตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2542.

สภาพในตลาดพืชผลซึ่งเป็นศูนย์ขนาดใหญ่ จะมีการซื้อขายแบบขายส่งในจำนวนครั้งละมาก ๆ จำนวนมากกว่าปริมาณการขายปลีกขายย่อย

ตลาดรวมพืชผลหัวอิฐ ของนายสุพร อินทวิเชียร ได้เปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2529¹ หลังจากการถมที่ ปรับปรุงพื้นที่ลุ่มใกล้ๆ วัดหัวอิฐ ได้พื้นที่ 80 ไร่ บริเวณตลาด ได้จัดเป็นพื้นที่ขนส่งสินค้า เป็นตลาดขายส่งขายปลีกสินค้าการเกษตรขนาดใหญ่ และมีตลาดสด มีการจัดระบบเป็นตึกอาคารถาวรจำนวนหนึ่ง บริเวณกลางตลาดเป็นแผงสินค้าถาวรมีลูกกรงเหล็กเป็นล็อกๆ ประมาณ 200 แผง แบ่งเป็นขายของชำ ขายผักผลไม้ และที่แบ่งเป็นล็อกกึ่งถาวรไว้อีกจำนวนหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีการแบ่งเขตพื้นที่ไว้สำหรับแม่ค้าที่ใช้ร่มใหญ่ประจำจุดพื้นที่อีกจำนวนหนึ่ง

ตลาดหัวอิฐ ได้จัดพื้นที่แผงขนาดใหญ่ 3.5 X 8 เมตร โดยทางตลาดจะเก็บค่าเช่าแผงวันละ 100-200 บาท โดยพิจารณาจากจุดตั้งของแผงประกอบด้วย (แผงที่อยู่ใกล้และสะดวกจะเก็บแพงกว่าแผงที่อยู่ไกลและไม่สะดวก) แผงเล็กขนาด 3 X 4 เมตร เก็บค่าเช่าแผงวันละ 40-50 บาท สำหรับพื้นที่ตลาดสด คิดค่าวางสินค้าวันละ 5 บาท

ตลาดหัวอิฐ เป็นตลาดที่ช่วยให้บุคคลหลายกลุ่มเข้ามาประกอบอาชีพ สามารถเข้ามาประกอบกิจกรรมเชิงธุรกิจ จำนวนมาก และกลุ่มเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลาง และกลุ่มเกษตรกร กรรมการ ที่ไม่ค่อยมีโอกาสทางธุรกิจมากนัก เช่น

เกษตรกรรายย่อย เป็นกลุ่มคนจำนวนมากที่ทำการเกษตร เก็บเกี่ยวผลได้ครั้งละไม่มากนัก แต่ด้วยปริมาณของเกษตรกรที่มีอยู่มาก ต่างก็นำผลผลิตของตนมาส่งตลาดหัวอิฐ ผ่านเจ้าของรถบรรทุกขาประจำบ้าง รถสองแถวรับจ้าง รถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้าง มาส่งแม่ค้าเจ้าประจำทุกวัน ทำให้เศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนเคลื่อนไหวพัฒนาในวงกว้าง

พ่อค้าท้องถิ่นรายย่อย เป็นกลุ่มคนที่ฐานะทางเศรษฐกิจไม่ค่อยดีนัก มักใช้วิธีหมุนเงินวันต่อวันเพื่อซื้อสินค้าจากตลาดหัวอิฐ นำไปขายต่อในตลาดนัด ตลาดย่อยที่กระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง ตรัง สงขลา

คนขับรถรับจ้างขนพืชผลการเกษตรจากหมู่บ้านมาสู่ตลาด และคนขับรถบริการให้เช่าเหมารถ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มขาประจำ ที่แม่ค้าจ้างเหมา หรือเกษตรกรรวมกลุ่มกันจ้างเหมาให้

¹ สัมภาษณ์นายไฉว อินทวิเชียร กรรมการบริหารตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2541.

นำสินค้ามาส่งที่ตลาดหัวอิฐ และซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ ของจำเป็นอื่นๆ จากตลาดหัวอิฐไปให้เกษตรกรในพื้นที่

กรรมกรรับจ้างขนสินค้าในตลาด เป็นกลุ่มคนยากจนจำนวนหนึ่ง ที่รับจ้างขนสินค้าจากร้านในตลาดไปยังรถบรรทุก หรือจากรถบรรทุกไปยังร้านในตลาด แต่ละวันจะมีคนกลุ่มนี้อยู่มาก วันละ 30-80 คน ในช่วงที่ผลไม้ตามฤดูกาล เช่นทุเรียน แดงโม เงาะ เข้าสู่ตลาดมากๆ กรรมกรกลุ่มนี้จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

พ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ กลุ่มนี้มักจะมีรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดใหญ่ ส่งรถมารับซื้อเหมาพืชผลจากตลาดหัวอิฐ ไปส่งตลาดย่อย หรือร้านค้าภัตตาหารเจ้าประจำวันละหลายๆ คัน กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีส่วนช่วยให้ตลาดหัวอิฐมีความเข้มแข็งค่อนข้างมาก ทำให้แม่ค้าหัวอิฐทำยอดขายส่วนใหญ่จากคนกลุ่มนี้

พ่อค้าต่างจังหวัด กลุ่มนี้มีจำนวนมากพอสมควร ประมาณ วันละ 50-80 คน ส่วนใหญ่จะนำรถบรรทุกหกล้อ ลีบล้อ มารับซื้อสินค้าเจ้าประจำ ไปส่งขายตลาด ภัตตาหาร ในเขตจังหวัดของตน ส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคใต้ และอีกส่วนหนึ่งจะมาจากภาคกลางภาคเหนือ ภาคอีสาน ซึ่งกลุ่มพ่อค้าต่างภาคมักจะนำสินค้าจากต่างภาคมาส่ง และซื้อพืชผลที่ต้องการกลับไป

ตลาดหัวอิฐเป็นเสมือนส่วนหนึ่งของชีวิต นายเขาวลิตร เพชรฤทธิ์¹ พ่อค้าตลาดย่อยจาก อำเภอฉวางกล่าวว่า ตลาดหัวอิฐเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบอาชีพพ่อค้าของตน และพ่อค้าอื่นๆในตลาดหลายแห่ง เช่นตลาดจันดี ซึ่งเป็นตลาดย่อยที่ใหญ่มากพอสมควรตลาดหนึ่งซึ่งเป็นลูกค้าเจ้าประจำของตลาดหัวอิฐเดินทางไปซื้อเหมาสินค้าจากหัวอิฐมาขายต่อ นอกจากนี้ตนยังนำสินค้าจากหัวอิฐไปขายส่งที่ตลาดทานพอ อำเภอฉวาง ตลาดนาบอน อำเภอ นาบอน

ตลาดหัวอิฐ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ชีวิตมีความหวัง นายทวี ชูประสูติ² เกษตรกรอำเภอพรหมคีรี ปลุกถั่วฝักยาวส่งขายตลาดหัวอิฐกล่าวว่า การดำเนินชีวิตของเกษตรกรในหมู่บ้านใกล้เคียงต่างมีความหวังในการประกอบอาชีพ เพราะทุกคนมีความมั่นใจว่า ผลผลิตที่ลงทุนลงแรงไปแต่ละวันจะไม่สูญเปล่า หากมีผลผลิตออกมา สามารถนำไปส่งขายที่ตลาดหัวอิฐได้อย่างแน่นอน และในรอบสิบปีที่ผ่านมา ตนและครอบครัวสามารถมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มี

¹ สัมภาษณ์นายเขาวลิตร เพชรฤทธิ์ พ่อค้าขายส่งตลาดจันดี อำเภอฉวาง ณ ตลาดหัวอิฐ เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2542.

² สัมภาษณ์นายทวี ชูประสูติ เกษตรกรอำเภอพรหมคีรี ณ ตำบลบ้านเกาะ อำเภอพรหมคีรี เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2541.

เงินสดเป็นค่าใช้จ่าย ส่งเสียให้ลูกได้เรียนหนังสือ เพราะรายได้จากการส่งสินค้าขายที่หัวอิฐ หากไม่มีตลาดหัวอิฐก็ไม่มั่นใจว่า ผลผลิตที่ผลิตได้จะขายได้หรือไม่ และจะมีเงินมาให้ได้ใช้จ่ายคล่องตัวเหมือนปัจจุบันหรือไม่ ตลาดหัวอิฐจึงมีความสำคัญต่อเกษตรกรอย่างมาก

ตลาดพืชผลกับวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราช

นครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ มีประชากรมากและหนาแน่นที่สุดของภาคใต้กระจายอยู่ในพื้นที่ 21 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ จึงมีกลุ่มชุมชนขนาดใหญ่กระจายตัวอยู่หลายจุด หลายพื้นที่โดยแบ่งเป็นกลุ่มชุมชนขนาดใหญ่หลายชุมชนรอบๆ นครศรีธรรมราช ชุมชนรอบๆ ตลาดปากพนัง ชุมชนรอบๆ ตลาดทุ่งสง ชุมชนรอบๆ ตลาดคลองจันดี เป็นต้น

แผนภูมิที่ 1 แสดงการเดินทางของสินค้าจากตลาดหัวอิฐสู่ตลาดย่อยขนาดกลาง



จากแผนภูมิที่ 1 แสดงว่า ตลาดหัวอิฐเป็นศูนย์กลางของสินค้าการเกษตรของตลาดย่อยต่าง ๆ ผลผลิตการเกษตรส่วนใหญ่จะมารวมอยู่ที่ตลาดหัวอิฐ จากนั้นพ่อค้าแม่ค้า เจ้าประจำ จะมารับสินค้าจำนวนมากไปจำหน่ายในตลาดย่อย

ตลาดพืชผลหัวอัฐิได้ขยายตัวจากตลาดเล็กๆริมถนนกลางเป็นตลาดกลางของจังหวัด นครศรีธรรมราช

ตารางที่ 3 แสดงอาชีพหลักและอาชีพรองของประชากรบ้านหัวอัฐิ

อาชีพ	อาชีพหลัก ก่อนการ ขยายตัว	พ.ศ. 2539	อาชีพรอง ก่อนการ ขยายตัว	พ.ศ. 2539
เกษตรกรรม	26(29.5)	5(5.7)	16(18.2)	14(15.9)
ค้าขาย	27(30.7)	45(51.1)	3(3.4)	5(5.7)
รับจ้าง	18(20.5)	17(19.3)	2(2.3)	1(1.1)
บริการ	13(14.8)	16(18.2)	3(3.4)	5(5.7)
อุตสาหกรรมในครัวเรือน	1(1.1)	3(3.4)	-	-
รับเหมาก่อสร้าง	1(1.1)	2(2.3)	-	-
ไม่มีอาชีพแน่นอน	2(2.3)	-	64(72.7)	63(71.6)
รวม(ร้อยละ)	88(100.00)	88(100.00)	88(100.00)	88(100.00)

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าอาชีพของประชากร เมื่อมีการขยายตัวของเมืองอาชีพจะมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น อาชีพชาวบ้านทำกันมากคือ อาชีพค้าขายและรับจ้าง รองลงมาคือ อาชีพบริการ ทั้งนี้เนื่องจากดินจะถูกนำไปใช้ทางการค้ามากขึ้น และให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า ทำให้พื้นที่ที่ใช้ประกอบอาชีพอื่น เช่นเกษตรกรรมลดน้อยลงไป ประชากรส่วนหนึ่งขายที่ดินแล้วอพยพไปอยู่ที่อื่น ประชากรส่วนที่เหลือก็เปลี่ยนอาชีพตัวเองเข้าสู่การค้ามากขึ้น เพราะรายได้สูงกว่าเดิม

ตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอัฐิ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราชได้พัฒนาขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 ปริมาณสินค้าการเกษตรค่อย ๆ เพิ่มมากขึ้น พื้นที่ตลาดจึงขยายกลายเป็นตลาดพืชผลขนาดใหญ่ ที่มีสินค้าเข้า จากแหล่งผลิตมาจากหลายจังหวัด และส่งสินค้าออกสู่ผู้บริโภคทั่วภาคใต้และภาคอื่น ๆ

ตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นตลาดกลางการเกษตรที่มีบทบาทสำคัญยิ่งของภาคใต้ มีความเจริญเติบโตที่ค่อนข้างมั่นคงมีความโยงใยถึงระบบการผลิตภาคการเกษตรในท้องถิ่นและมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว

ตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐเป็นตลาดใหญ่ มีสินค้าหลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีปริมาณมาก เป็นศูนย์กลางใหญ่ที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และแม่ค้า พ่อค้าคนกลาง เป็นแหล่งรับและกระจายพืชผักให้กับตลาดย่อยต่าง ๆ หลายสิบตลาด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตลาดใหญ่ในต่างจังหวัด ต่างภาค และต่างประเทศ มีจุดเด่นที่ควรศึกษาทั้งด้านโครงสร้าง การจัดการ และบทบาทที่มีต่อระบบเกษตรกรรม ระบบการค้าแบบพื้นบ้าน กับแบบทุนนิยม ระบบเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับชุมชนและสังคม

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยโครงสร้างและพลวัตตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา และวิวัฒนาการของตลาดหัวอิฐ
2. เพื่อศึกษารูปแบบและโครงสร้างของตลาดหัวอิฐ
3. เพื่อศึกษาระบบการเคลื่อนไหวของสวนต่าง ๆ ในตลาดหัวอิฐ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตลาดหัวอิฐกับเกษตรกรในท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เน้นศึกษาระบบโครงสร้างพลวัตของตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ โดยศึกษาในเชิงมานุษยวิทยาเศรษฐกิจเป็นหลัก จึงมีกลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาเป็นกลุ่ม ๆ ดังนี้

1. กลุ่มเจ้าหน้าที่ตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าของตลาด พนักงานของตลาด
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ราชการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช เจ้าหน้าที่ตำรวจที่รับผิดชอบพื้นที่ในเขตตลาดหัวอิฐ
3. พ่อค้า แม่ค้า พนักงานรับจ้างเข็นรถส่งของในตลาดในตลาดหัวอิฐ
4. พนักงานขับรถขนส่ง และรับซื้อสินค้าที่ตลาดหัวอิฐ
5. เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าการเกษตรที่ส่งขายตลาดหัวอิฐ
6. คนที่ซื้อสินค้าจากตลาดหัวอิฐบ่อย ๆ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้จะใช้วิธีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและข้อมูลเบื้องต้น การเก็บข้อมูลภาคสนาม ด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสัมภาษณ์วิเคราะห์ และการรายงานผลแบบพรรณนาวิเคราะห์

การเก็บข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล

การเก็บข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการในการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร โดยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดหัวอัฐ ทฤษฎีทางมานุษยวิทยา
2. สัมภาษณ์ จากกลุ่มบุคคลเป้าหมาย โดยใช้วิธีการดังนี้
 - 2.1 สัมภาษณ์แบบไม่มีส่วนร่วม มีโครงร่าง
 - 2.2 สัมภาษณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ไม่มีโครงร่าง
 - 2.3 สัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม มีโครงร่าง
 - 2.4 สัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม ไม่มีโครงร่าง

3. การสังเกต

การสังเกตมี 2 กรณีคือ

1. สังเกตเพื่อนำประเด็นมาสร้างแบบโครงร่างการสัมภาษณ์ ใช้ก่อนที่จะเข้าไป

สัมภาษณ์ และเป็นการเริ่มต้นสร้างสายสัมพันธ์กับบุคคลเป้าหมาย

2. สังเกตเพื่อตรวจสอบผลการสัมภาษณ์ เป็นขั้นที่นำมาใช้หลังจากสัมภาษณ์เก็บข้อมูลมาได้แล้ว ขั้นนี้เป็นการสังเกตประเด็นตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นหลัก และหากพบประเด็นอื่น ๆ ก็จะต้องตรวจสอบลึกเกี่ยวกับข้อมูลนั้น

4. การสัมภาษณ์วิเคราะห์ (Focus Groups)

การสัมภาษณ์วิเคราะห์ ผู้วิจัยนำมาใช้ในการตรวจสอบ หรือสอบซ้ำเกี่ยวกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์สังเกตอีกครั้งหนึ่ง เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในเรื่องนั้น และใช้กรณีที่จะต้องสังเคราะห์ผลข้อมูลที่ได้มา

นิยามศัพท์

- | | |
|----------------------|---|
| ตลาดหัวอัฐ | หมายถึง ตลาดรวมพืชผลหรือตลาดกลางผักของนายสุพร อินทวิเชียร ณ บ้านหัวอัฐ ต.โพธิ์เสด็จ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช |
| พ่อค้า แม่ค้า | หมายถึง บุคคลผู้มีอาชีพค้าขาย ประจำอยู่ ณ ตลาดหัวอัฐ |

- คนขับรถ** หมายถึง บุคคลที่ขับรถบรรทุกสินค้าจากแหล่งผลิต เข้าสู่ตลาด ซึ่งแยกเป็น
- คนขับรถ (นายหัว) คือ บุคคลที่เกษตรกรผู้ค้ารายย่อยเรียก นายหัว ทำหน้าที่ขับรถรับผลผลิตไปส่งขายและนำเงินมาให้เกษตรกร
 - คนขับรถ ซึ่งเป็นเจ้าของรถ และเป็นเกษตรกรที่นำผลผลิตของตนและรับผลผลิตของคนอื่น ๆ ไปส่งขายพร้อมนำเงินมาให้เกษตรกร
 - คนขับรถ ซึ่งเป็นพ่อค้า แม่ค้าจากคนกลางไปรับซื้อด้วยเงินสด แล้วมาส่งขายพ่อค้า แม่ค้า ที่ตลาดหัวฮู
 - คนขับรถ ซึ่งเป็นผู้เช่าเหมารถจากเจ้าของรถ ธุรกิจรับผลผลิตจากเกษตรกรไปส่งพ่อค้า แม่ค้า แล้วนำเงินกลับมาให้เกษตรกร

เจ้าหน้าที่ของตลาด หมายถึง ผู้รับเงินเดือนประจำ จากตลาดหัวฮู โดยแบ่งเป็น เจ้าหน้าที่การเงิน ฝ่ายธุรกิจ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายรักษาความสะอาด เป็นต้น

สาวย่าน หมายถึง การติดตามศึกษารายละเอียดของเครือข่ายทางธุรกิจการค้าที่เกี่ยวข้องกับตลาดหัวฮู

เกษตรกร หมายถึง ประชาชนที่ปลูกพืช ผัก และเก็บผลผลิตส่งขายตลาดหัวฮู

สัมมนาวิเคราะห์ หมายถึง การเชิญผู้รู้ ผู้เกี่ยวข้อง ในเรื่องที่จะวิเคราะห์ มาสัมมนาร่วมกัน โดยผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่มีอยู่ เพื่อให้ผู้สัมมนา ตรวจสอบให้ความเห็น และวิเคราะห์ร่วมกัน

การเก็บข้อมูลแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การมอบหมายให้ผู้เก็บข้อมูลเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมประจำวันตามปกติกับกลุ่มเป้าหมายพร้อมๆ กับสังเกต สัมมนา ตรวจสอบ ให้ความเห็นและวิเคราะห์ร่วมกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1. ทราบถึงความเป็นมาและวิวัฒนาการของตลาดหัวฮู
2. ทราบถึงรูปแบบและโครงสร้างของตลาดหัวฮู
3. ทราบถึงระบบการเคลื่อนไหลส่วนต่าง ๆ ของตลาดหัวฮู
4. ทราบถึงระบบความสัมพันธ์ ระหว่างตลาดหัวฮู เกษตรกรในท้องถิ่นและ

วัฒนธรรมชุมชน

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดกลางสินค้าเกษตร

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามแนวปฏิพัฒนาการ (Dialectic)

แนวคิดทางสังคมอีกแนวหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษา คือ แนวปฏิพัฒนาการ (Dialectic) ซึ่งมีประเด็นหลักถึงขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมขึ้นอย่างเป็นกระบวนการ 3 ขั้นตอนคือ¹

1. Thesis เป็นภาวะทางสังคมปกติ สมาชิกและองค์กรย่อยในสังคมยอมรับกติกา กฎเกณฑ์ต่าง ๆ พฤติกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคมอยู่ในกรอบของระบบ ทุกคนจะเชื่อฟังยอมรับเหตุผล ศรัทธาในผู้นำ ยอมรับแนวคิดความเชื่อร่วมกัน เป็นภาวะที่มีการเคลื่อนไหวในสังคมอย่างมีดุลยภาพ ภาวะสังคมเช่นนี้จะดำรงอยู่ในสังคมระยะหนึ่ง บางครั้งอาจจะนานมาก ขณะที่บางช่วงอาจจะไม่นานเท่าใดนัก หลังจากนั้นก็จะนำไปสู่ภาวะสังคมขั้นที่ 2 ต่อไป

2. Antithesis เป็นภาวะสังคมที่เกิดความขัดแย้ง ขัดข้องทางสังคม คนส่วนใหญ่ในสังคมเกิดความรู้สึกว่า รูปแบบและพฤติกรรม ตลอดจนกติกาที่มีอยู่นั้น เป็นสิ่งที่ไม่สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน ทำให้คนส่วนใหญ่แสดงพฤติกรรมต่อต้านกฎกติกาเดิม ภาวะผู้นำเสื่อมถอย สมาชิกต้องการการเปลี่ยนแปลง เรียกร้องสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาแทนรูปแบบกติกา กฎเกณฑ์เดิมเป็นช่วงเวลาที่ค่อนข้างสับสนวุ่นวาย หรือเป็นช่วงที่เกิดปัญหาสังคมขึ้น

3. Synthesis เป็นภาวะสังคมที่สมาชิกในสังคมพยายามที่จะผสมผสานแนวความคิดที่ขัดแย้ง ให้เกิดการประนีประนอมยอมรับซึ่งกันและกัน กลายเป็นแนวคิดใหม่ที่น่าไปสู่ภาวะการยอมรับ Thesis อีกครั้ง

ทฤษฎีบริเวณวัฒนธรรม (The Cultural Area)

เป็นทฤษฎีทางสังคมที่มีแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรมทุกวัฒนธรรมจะมีพื้นที่เฉพาะของตนเองเสมอ และจะมีศูนย์กลางของวัฒนธรรมที่มีรูปแบบเฉพาะที่เข้มข้นที่สุด ทำหน้าที่กระจายลักษณะทางวัฒนธรรมของตนไปรอบ ๆ บริเวณในอาณาเขตของวัฒนธรรม เป็นแบบระลอก คล้ายคลื่นในสระน้ำที่เกิดจากการโยนก้อนหินลงไป จุดที่ก้อนหินตก จะกลายเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมและมีคลื่นแรงที่สุด บริเวณที่ห่างไกลออกคลื่นวัฒนธรรมจะค่อย ๆ เบาบางลงจนหายไป ในที่สุด ทฤษฎีบริเวณวัฒนธรรม มีประเด็นหลัก ๆ ในการศึกษาสังคมดังนี้

¹ ปัญญา เลิศไกร. ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. หน้า 103.

1. สังคมทุกสังคมบริเวณเฉพาะของตนเอง
2. สังคมจะมีศูนย์กลาง ซึ่งมีลักษณะทางวัฒนธรรมที่เข้มข้นที่สุด
3. ลักษณะทางวัฒนธรรมจะกระจายตัวออกจากศูนย์กลางไปทุกทิศทุกทาง จนสุดขอบ
4. บริเวณศูนย์กลาง มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่มีความเข้มข้นที่สุดแล้วค่อย ๆ จางลง ไปขอบสุดของสังคมจะมีลักษณะวัฒนธรรมที่เจือจางที่สุด และมีวัฒนธรรมซ้อนจากอีกขอบหนึ่งของสังคมอีกสังคมหนึ่ง

แนวคิดจากทฤษฎีบริเวณวัฒนธรรม สามารถบอกถึงขอบเขตบริเวณของตลาดหัวอิฐ และแนวทางในการติดต่อเครือข่ายของตลาด เพื่อสำรวจหาโยดตลาดหัวอิฐ ตั้งแต่เกษตรกร ผู้ผลิตสินค้า การขนส่งสินค้าสู่มือพ่อค้า แม่ค้าที่ตลาดหัวอิฐ แล้วไปต่อยังพ่อค้ารายย่อยสู่ผู้บริโภค

ความหมายของสินค้าเกษตร

ตลาดสินค้าเกษตร¹ หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวข้องกับการไหลเวียนของสินค้า และบริการจากแหล่งผลิตสินค้าเกษตรกรรม ในระดับไร่นาจนกระทั่งมาถึงผู้บริโภค กิจกรรมทางธุรกิจ ของตลาดสินค้าเกษตร ย่อมถูกผลักดันให้ดำเนินไปด้วยกลไกตลาด (Market Mechanism) กิจกรรมจะเกี่ยวพันอยู่กับการตัดสินใจในการซื้อ การขาย การสต็อกสินค้า การเก็บกำไรของผู้ผลิต ผู้บริโภคและ พ่อค้าคนกลาง ฯลฯ

ลักษณะ

อาจแยกอธิบายเป็นข้อ ๆ ดังนี้

- อาจมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้ โดยอาจเกิดขึ้นจากการโทรศัพท์ติดต่อซื้อขาย ซึ่งกันและกันได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานที่แน่นอน
- อาจเป็นตลาดที่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน (Formal) หรือไม่มีรูปร่าง และแบบแผนที่แน่นอน (Informal) ก็ได้ ตลาดที่มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน เช่น กำหนดไว้ว่า ผู้ที่ทำการซื้อขายกันจะต้องเป็นสมาชิกของตลาดนั้น ส่วนตลาดที่ไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน คือมีการซื้อขายกัน โดยไม่มีระเบียบอะไรใครจะมาซื้อหรือขายก็ได้

¹ สถาบันวิจัยสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงตลาดกลางสินค้าการเกษตรภาคใต้. หน้า 2-5.

ตลาดกลางสินค้าเกษตร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ตลาดกลางสินค้าในระดับท้องถิ่น เป็นองค์กรที่มีหน้าที่สำคัญในการจัดให้มีการประมูลแลกเปลี่ยน การซื้อขายสินค้าในระดับการขายส่งระหว่างเกษตรกร และพ่อค้าผู้รวบรวมสินค้าจากระดับจังหวัดหรือระดับประเทศ องค์กรนี้จะช่วยลดบทบาทของพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าในระดับจังหวัด และพ่อค้าคนกลางใน กทม. ทั้งนี้สิ่งที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการตลาดจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด คือราคาจะเป็นที่ทราบ โดยเปิดเผย และสินค้าจะไม่ถูกเก็บกักไว้ในมือบุคคล โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ก่อให้เกิดการเก็งกำไร นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสผู้บริโภคสถานที่และเวลาที่แน่นอนในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้ากับผู้ผลิตได้โดยตรง

2. ตลาดกลางสินค้าเกษตรในระดับภูมิภาค มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความเป็นจริงที่ว่า พ่อค้าปลายทางที่ กทม. ส่วนใหญ่ อาจไม่สามารถเข้าไปมีกิจกรรมยังตลาดกลางในระดับท้องถิ่น และเพื่อให้แหล่งการซื้อขายในระดับนี้มีการกระจายตัวอยู่กว้างขวาง ดังนั้น ในตลาดระดับนี้จึงมีพ่อค้าคนกลางธุรกิจคลังสินค้าหรือพ่อค้าจากตลาดท้องถิ่นเข้ามาขายในตลาดนี้ในขณะที่พ่อค้าคนกลางใน กทม. พ่อค้าส่งออก อุตสาหกรรมแปรรูปเข้ามาเป็นผู้ซื้อ

3. ตลาดกลางสินค้าเกษตรระดับประเทศ เป็นตลาดกลางปลายทางอันเป็นแหล่งขายรวมสินค้าเกษตรจากแหล่งต่าง ๆ และจากตลาดกลางแห่งนี้จะมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ กระจายไปสู่โรงงานแปรรูปหรือจำหน่ายเพื่อบริโภคต่อไป ซึ่งตลาดกลางสินค้าเกษตรระดับประเทศนี้ จะมีการค้าในปริมาณมาก เมื่อเทียบกับการค้าในระดับอื่น ๆ

รูปแบบของตลาด

ในที่นี้จะขอลำถึง ตลาดกลางสินค้าเกษตรระดับท้องถิ่น และภูมิภาคเท่านั้น ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ

1. ตลาดกลางแบบไม่มีระบบ

1.1 ตลาดกลางแบบดั้งเดิม

เป็นตลาดกลางที่ต่างคนต่างขายในสถานที่ค้าขายของตน แต่จะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน การค้าเป็นไปโดยเสรีไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับ การซื้อขายมักเป็นระบบต่อรองราคากันตัวต่อตัว ผู้ค้าอาจมีปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการตลาดเป็นของตนเอง เช่น คลังสินค้า เครื่องชั่งตวง รถบรรทุก เป็นต้น ตลาดที่มีลักษณะดังกล่าว เช่น ตลาดกลางข้าว

โพด ข้าวฟ่าง บริเวณอำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา หรือตลาดกลางสับปะรดที่ตลาดกลางอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

1.2 ตลาดกลางแบบใหม่

เป็นตลาดกลางที่มีรูปแบบที่พัฒนาขึ้น กล่าวคือ ตลาดกลางที่มีผู้จัดตั้งขึ้นนั้น จะมีสถานที่รวมให้ผู้ซื้อ ผู้ขายมาติดต่อค้าขายกันได้ การค้ามีลักษณะของการประมูลหรือการต่อรองราคา แต่ตลาดกลางมิได้มีกฎระเบียบมากมายนัก และไม่มีความหมายบังคับ ตลาดกลางลักษณะดังกล่าวได้แก่ ตลาดกลางข้าวเปลือกที่ จังหวัดนครสวรรค์ ตลาดนัดโคกระบือ ในภาคตะวันออก และภาคเหนือ เป็นต้น

2. ตลาดกลางที่มีระบบ

เป็นตลาดที่มีสถานที่ซื้อขายอันเป็นแหล่งรวมให้ผู้ซื้อขายมาพบปะกัน ผู้ซื้อขายต้องเป็นสมาชิกของตลาด มีระบบการควบคุมตลาด หรือโครงสร้างการบริหารที่แน่ชัด การซื้อขายในตลาดอาจทำได้โดยตรงหรือผ่านนายหน้า การดำเนินการซื้อขายเป็นไปโดยเปิดเผย โดยวิธีการประมูลหรือต่อรองราคา เป็นตลาดที่มีกฎหมายรองรับ และดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบ การตกลงซื้อขายกันอาจมีการทำสัญญากันเป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมีบริการต่าง ๆ จากตลาดกลาง เช่น คลังสินค้า ข้าราชการ การคิดแยกชั้นคุณภาพสินค้า และการขนส่ง เป็นต้น จากลักษณะของตลาดกลางที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันยังไม่ปรากฏมีตลาดกลางที่มีระบบทั้งในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค

หลักเกณฑ์ในการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร

- จะต้องลดส่วนเหลือของการตลาดลง จะต้องลดค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้าเกษตร และจะต้องลดภาระของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
- จะต้องให้ผลทางเศรษฐกิจโดยรวม คือ จะต้องให้ผลตอบแทนทางสังคม (Social Benefit) ได้แทนที่จะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการ ในรูปแบบผลตอบแทนทางธุรกิจ (Financial Benefit) เท่านั้นไม่เช่นนั้นแล้ว การลดส่วนเหลือของการตลาดในเรื่องสินค้าเกษตรนั้นจะเป็นภาระของผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจอื่น หรือไม่ก็เป็นภาระกับประชาชนเอง โดยผ่านทางรัฐบาลในรูปแบบให้เงินทุนอุดหนุนแก่ตลาดกลางด้านการใช้เงินภาษีอากร
- หากมีผลประโยชน์ใดเกิดขึ้นจะต้องตกอยู่กับผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสุด (Risk Taker) ก็คือ เกษตรกรที่ต้องเสี่ยงต่อปัญหาดินฟ้าอากาศ
- ควรจะเกิดเมื่อมีผู้ต้องการ และควรจะเกิดขึ้นจากเบื้องล่าง (Bottom up) ไม่ใช่เกิดขึ้น เพราะรัฐบาลผู้มีอำนาจอยากให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการใช้นโยบายจากบนสู่ล่าง (Top Down)

- จะต้องทำให้ผู้ซื้อขายสามารถเข้ามาในตลาดได้โดยเสรี ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม
- ข้อมูลการตลาดจะต้องเป็นที่รู้กันโดยทั่วไปในหมู่ผู้ซื้อขาย
- จำนวนผู้ซื้อขายจะต้องมีจำนวนมากพอ ที่จะทำให้การตกลงร่วมกันให้การซื้อขายเป็นไปได้

- สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาด จะต้องมียุทธศาสตร์มากพอที่จะทำให้ มีกิจกรรมซื้อขายพอเพียง ที่จะให้ตลาดดำเนินไปได้ในเชิงธุรกิจ

- สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาดจะต้องเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานที่แน่นอน และมีการจัดแบ่งชั้นคุณภาพสินค้า

- จะทำให้ค่าใช้จ่ายการตลาดลดลง เช่น สามารถบริการขนส่งสินค้าที่ทำให้ค่าใช้จ่ายลดลง เกิดจากตลาดจัดตั้งในทำเลที่เหมาะสมการเดินทางครั้งเดียวสามารถซื้อของครั้งละมากๆ และมีตัวเลือกมาก

วิธีการตกลงซื้อขาย

การตกลงซื้อขาย ณ ตลาดกลางระดับต่าง ๆ จะใช้วิธีการประมูลเป็นหลัก ได้แก่ สินค้าที่นำมาซื้อขายนั้นจะกระทำได้ 3 วิธี คือ

- การซื้อขายโดยการเห็นสินค้าทั้งหมด
- การซื้อขายด้วยตัวอย่างสินค้า
- การซื้อขายโดยใช้ใบประทวนสินค้า

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าที่จะมีการซื้อขาย เพราะการซื้อขายบางอย่างที่ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ผู้ซื้อจะมีความประสงค์ที่จะเห็นของทั้งหมดก่อนการตัดสินใจ นอกจากนั้นแล้วยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของการตลาดกลางด้วย พอสรุปได้ดังนี้

ตลาดกลางระบบห้องดิน การซื้อขายกระทำได้ 2 วิธี คือ

- เห็นสินค้าทั้งหมด
- นำตัวอย่างมาขาย

ตลาดกลางระดับภูมิภาค เนื่องจากตลาดกลางมีระดับใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก การซื้อขายจึงทำได้ทุกรูปแบบ

ตลาดระดับประเทศ ตลาดระดับนี้จะกระทำได้ด้วย

- มีตัวอย่างสินค้าให้ดูตรวจสอบ
- ใช้ใบประทวนสินค้า

ทั้งนี้เป็นเพราะตลาดกลางระดับประเทศมีจุดประสงค์เพื่อการซื้อขายล่วงหน้า (Futures Trading) ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จะเอื้ออำนวยให้มีการขนส่งสินค้าทั้งหมดมาซื้อขายกันที่ตลาดแห่งนี้

การไหลเวียนของสินค้า

สินค้าจากเกษตรกรจะถูกนำมาขายที่ศูนย์กลางสินค้าระดับไร่นาเป็นแห่งแรก สินค้าจากศูนย์ระดับไร่นาทั้งหมดก็จะส่งไปขายตลาดกลางระดับท้องถิ่น ผู้ซื้อซึ่งเป็นพ่อค้าระดับท้องถิ่น จะขายสินค้าต่อไปยังตลาดกลางระดับภูมิภาค จากตลาดกลางระดับภูมิภาคสินค้าจะถูกส่งไปขายยังตลาดกลางระดับประเทศ หลังจากนั้นสินค้าจะถูกส่งออกไปยังต่างประเทศ หรือบริโภคในประเทศ

พิทักษ์สิทธิ์ ฉายะภูติ¹ กล่าวถึงลักษณะของตลาดไว้ 2 ประการ คือ

1. เป็นการกระทำ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบางตอนในการเคลื่อนสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค
2. เป็นรูปของการรวมกันของเหตุการณ์และกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นสำหรับสินค้าและบริการจะเคลื่อนจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

จากลักษณะของตลาดกลางสินค้าเกษตร ดังที่มีผู้กล่าวมาแล้วข้างต้นอาจจะสรุปถึงลักษณะของตลาดกลางสินค้าได้ดังนี้คือ ตลาดกลางสินค้าเกษตรอาจจะมีลักษณะที่มีการจัดสถานที่สำหรับการจัดการด้านการตลาดไว้อย่างชัดเจน คือ มีสถานที่ รูปร่าง ขนาดที่แน่นอน หรืออาจจะไม่มีสถานที่แน่นอน เป็นเพียงการตกลง เพื่อการติดต่อซื้อขายสินค้าซึ่งกันและกัน โดยใช้ระบบวิธีการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งที่เห็นว่าสะดวก

เกียรติ จิวะกุล² ได้กล่าวถึงการขยายตัวและพัฒนาการของตลาดไว้สรุปได้ดังนี้ ตลาดหมายถึง แหล่งที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทั้งในด้านที่ตั้งรูปแบบตลาดจนประเภทของสินค้า ตามสภาพแวดล้อมทั้งทางด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัย

¹ พิชัยสิทธิ์ ฉายะภูติ. การตลาดเกษตร. หน้า 44.

² เกียรติ จิวะกุล ตลาดในกรุงเทพฯ : การขยายตัวและพัฒนาการ. หน้า 1.

สมัยสุโขทัย ตลาดในสมัยนั้นเป็นตลาดบก เนื่องจากเมืองสุโขทัยไม่ได้ตั้งอยู่ริมน้ำ ตลาดสำคัญในตัวเมืองคือตลาดปสาน ซึ่งเป็นตลาดประจำและตลาดนัดอยู่ทางเหนือของตัวเมือง ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน ส่วนตลาดย่อยคงมีกระจายอยู่ทั่วไป ทั้งในเมืองและนอกเมือง กษัตริย์ของสุโขทัยทรงมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนจากหัวเมืองต่างๆ เข้ามาค้าขายที่สุโขทัย นโยบายนี้คือการไม่เก็บภาษีจังกอบ (ภาษีผ่านด่าน) สำหรับผู้นำมาผลิตผลและสินค้าเข้ามาจำหน่ายในสุโขทัย แสดงว่าผู้ปกครองสุโขทัยเห็นความสำคัญของการเป็นตลาดการค้า ซึ่งจะอำนวยความสะดวกด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ อันส่งผลถึงความมั่นคงทางการเมืองของสุโขทัย

สมัยอยุธยา ด้วยเหตุที่อยู่อยุธยาตั้งอยู่ไม่ไกลจากแม่น้ำรวมทั้งเป็นที่ชุมชนของแม่น้ำมีถึงสามสายคือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก และแม่น้ำลพบุรี (อันได้แก่ หัวเมืองภาคใต้ชายฝั่งทะเลตะวันออก และชนชาติอื่นที่เข้ามาค้าขายทางเรือด้วย) พ่อค้าชาวเอเชียรู้จักแหล่งค้านี้ดี ตั้งแต่การตั้งอาณาจักรอยุธยาแล้ว ส่วนพ่อค้ายุโรปเข้ามาตั้งห้างร้าน โรงเรือน ตั้งแต่สมัยพระเจ้ารามาธิบดีที่ 1 จึงปรากฏว่ามีชุมชนต่างชาติอยู่ทางใต้ของอยุธยา ที่เป็นเขตใหญ่ที่สุดคือชาวจีน ซึ่งเป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญ ลักษณะของตลาดเป็นแบบถาวร นอกจากตลาดกลางซึ่งเป็น สินค้าต่างประเทศและหัวเมืองต่างๆ แล้ว ในกรุงศรีอยุธยายังมีตลาดจำนวนมากตามแหล่งชุมชนทั่วไป และจากการที่ประชากรส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานตามริมฝั่งแม่น้ำเป็นสำคัญ และตลาดอีกประเภทหนึ่ง คือ ตลาดซึ่งมีลักษณะเป็นย่านการผลิตสินค้าเฉพาะอย่าง ทั้งสินค้าประเภทอาหาร เครื่องมือเครื่องใช้ สินค้าประเภทเกษตรกรรม หัตถกรรม และศิลปกรรม เป็นต้น

สมัยธนบุรี ด้วยธนบุรีไม่ได้เป็นศูนย์กลางด้านการตลาดการค้าใหญ่เช่นอยุธยา สาเหตุจากสงครามต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปลายสมัยอยุธยา ทำให้พ่อค้าชาวต่างประเทศที่เคยเข้ามาค้าขายมีความหวาดเกรงไม่กล้ามาติดต่ออีก การค้ากับต่างชาติจึงหยุดชะงักลงชั่วคราว ยกเว้นพ่อค้าชาวจีนยังคงเข้ามาอย่างสม่ำเสมอทั้งพ่อค้าเก่าและพ่อค้าใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากพระเจ้าตากสินมีเชื้อสายจีน ทั้งพระองค์ได้ส่งคณะทูตไปเจริญสัมพันธไมตรีกับฮ่องเต้แห่งราชวงศ์ไคย ซึ่งตลาดในสมัยกรุงธนบุรีจึงมีทั้งตลาดบกและตลาดน้ำ แต่สำหรับตลาดน้ำนั้นไม่มากเท่าสมัยอยุธยา ค้าขายในสิ่งจำเป็นเท่านั้น

สมัยรัตนโกสินทร์ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของตลาดในสมัยรัตนโกสินทร์เป็นแต่ช่วงของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีในแต่ละสมัย คือ รัตนโกสินทร์ตอนต้น เป็นการวิเคราะห์ตลาดใหญ่ในช่วงรัชกาลที่ 1

ถึงรัชกาลที่ 3 สมัยเข้าสู่ยุคใหม่คือสมัยรัชกาลที่ 4 ถึงรัชกาลที่ 6 และสมัยการปกครองระบอบประชาธิปไตยถึงปัจจุบัน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช¹ ได้กล่าวถึงพัฒนาการของตลาดสินค้าเกษตร ไว้ว่า "การพัฒนาทางการผลิตและการบริโภครวมทั้งการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของประเทศไทยนั้น ได้เป็นไปภายใต้ระบบเศรษฐกิจที่เรียกว่า "ระบบวิสาหกิจเสรี" (FREE ENTERPRISE SYSTEM) คือการผลิต และการค้าที่เป็นไปตามความสามารถของผู้ประกอบการ โดยอาศัยกลไกของตลาด และราคาที่เป็นสิ่งขับเคลื่อนทิศทางของขอบเขตการผลิต และการบริโภคสินค้าเป็นลำดับจากระบบดังกล่าวนี้ แบบดั้งเดิมเป็นระบบแบบเลี้ยงตนเอง และได้พัฒนาไปสู่ระบบการผลิตเพื่อการค้าของเกษตรกรไทยที่มีได้มีเฉพาะในประเทศเท่านั้น แต่คลุ่มไปถึงการค้าระหว่างประเทศอีกด้วย ดังนั้นตลาดสินค้าเกษตรจึงได้เพิ่มบทบาทและรับการพัฒนามากขึ้นเป็นลำดับ..."

ตลาดกลางสินค้าเกษตรนั้นมีพัฒนาการเช่นเดียวกับการจัดตั้งตลาดอื่น ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่จะก่อให้เกิดการจัดตั้งตลาดจนได้พัฒนามาเป็นตลาดกลางสินค้าเกษตร ที่เกิดขึ้นอย่างมากมายในปัจจุบัน เช่น ตลาดกลางข้าว ตลาดกลางยางพารา และตลาดกลางผักและผลไม้ เป็นต้น

รูปแบบของตลาดกลางเกษตร

ตลาดกลางเกษตรในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค สามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบพอสรุปได้ คือ ขายในสถานที่ของตนเอง แต่จะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน การค้าเป็นไปโดยเสรี ไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับ การซื้อขายมักเป็นระบบต่อรองราคาตัวต่อตัว ผู้ค้าอาจมีปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาดเป็นของตนเอง เช่น คลังสินค้า เครื่องชั่งตวง และรถบรรทุก เป็นต้น ตลาดที่มีลักษณะดังกล่าว เช่น ตลาดกลาง ข้าวโพด ข้าวฟ่าง บริเวณอำเภอกำแพงเพชร จังหวัดอยุธยา หรือตลาดกลางที่จังหวัดอื่น ๆ

¹ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชาตลาดสินค้าเกษตร
เศรษฐกิจไทย. หน้า 60.

ตลาดกลางแบบใหม่ เป็นตลาดที่มีรูปแบบที่พัฒนาขึ้นกล่าวคือ ตลาดกลางที่มีผู้จัดตั้ง ขึ้นนั้นจะมีสถานที่รวมให้ผู้ซื้อขายมาติดต่อซื้อขายกันได้ การค้ามีลักษณะของการประมูลหรือ การต่อรองราคา แต่ตลาดกลางมิได้มีกฎระเบียบมากมายนัก และไม่มีกฎบังคับตลาดกลางที่มี ลักษณะดังกล่าว ได้แก่ ตลาดกลางข้าวเปลือก จังหวัดนครสวรรค์ ตลาดนัดโคกระบือ ในภาค ตะวันออกและภาคเหนือ เป็นต้น

ตลาดกลางที่มีระบบ เป็นตลาดที่มีสถานที่ซื้อขายอันเป็นแหล่งรวมให้ผู้ซื้อขายมา พบปะกัน ผู้ซื้อขายจะต้องเป็นสมาชิกของตลาดมีระบบการควบคุมตลาดหรือโครงสร้างการ บริหารที่แน่ชัด การซื้อขายในตลาดอาจทำได้โดยตรง หรือผ่านนายหน้าการดำเนินการซื้อขาย เป็นไปได้โดยเปิดเผย โดยวิธีการประมูลหรือต่อรองราคาเป็นตลาดที่มีกฎหมายรับรอง และ ดำเนินงานภายใต้กฎระเบียบการตกลงซื้อขาย อาจมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร รวม ทั้งมีบริการต่าง ๆ ของตลาดกลาง เช่น คลังสินค้า ข่าวดาร การคัดเกรดสินค้า การขนส่งสินค้า เป็นต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันไม่ปรากฏตลาดที่มีระบบในตลาดท้องถิ่นและภูมิภาค

รูปแบบของตลาดกลางสินค้าเกษตรนั้นมีทั้งตลาดที่มีระบบการจัดการการบริหารงาน ที่ดีและระบบที่ไม่มีการจัดการใด ๆ เพียงแต่การจัดการเพื่อสนองผู้ซื้อ และผู้ขายให้ดำเนิน กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งไม่มีการจัดระเบียบการตลาดที่ชัดเจน

อนวัช สุวรรณเดช¹ ได้กล่าวถึงการจัดตั้งว่าต้องมีหลักเกณฑ์ต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

1. จะต้องลดส่วนเหลือมล้ำการตลาดลง คือ การลดค่าใช้จ่ายในการซื้อขายสินค้า เกษตรและจะต้องลดภาระของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จะต้องให้ผลทางเศรษฐกิจโดยรวม คือจะต้องได้ผลตอบแทนทางสังคม (Social Benefit) ได้แทนที่จะได้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการ ในรูปผลตอบแทนทางธุรกิจ (Financial Benefit) เท่านั้น ไม่เช่นนั้นแล้วการลดส่วนเหลือม ล้ำของตลาดในเรื่องสินค้าเกษตรนั้นจะต้องเป็นภาระของผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจอื่น หรือไม่ก็เป็นภาระกับประชาชนเอง โดยผ่านทางรัฐบาลในรูปให้เงินทุนอุดหนุนแก่ตลาดกลางด้าน การใช้เงินภาษีอากร

2. หากมีผลประโยชน์ใดเกิดขึ้น จะต้องตกอยู่แก่ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสุดในระบบการ ตลาดในประเทศไทยที่เกี่ยวกับสินค้าเกษตร ผู้ที่เป็นคนรับความเสี่ยง (Risk Taker) คือเกษตรกร ที่ต้องเสี่ยงต่อปัญหาดินฟ้าอากาศ

¹อนวัช สุวรรณเดช. อิทธิพลของตลาดกลางสินค้าเกษตรหัวอัฐต่อการขยายตัวของ เทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช. หน้า 1.

2. หากมีผลประโยชน์ใดเกิดขึ้น จะต้องตกอยู่กับผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสุดในระบบการ ตลาดในประเทศไทยที่เกี่ยวกับสินค้าเกษตร ผู้ที่เป็นคนรับความเสี่ยง (Risk Taker) คือเกษตรกร ที่ต้องเสี่ยงต่อปัญหาดินฟ้าอากาศ

3. ควรจะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้ต้องการ และควรจะเกิดขึ้นในลักษณะจากเบื้องล่าง (Bottom up) ไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะรัฐบาลผู้มีอำนาจอยากให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการใช้นโยบายจากบน สู่ล่าง (Top Down)

4. จะต้องทำให้ผู้ซื้อขาย สามารถเข้ามาในตลาดได้โดยเสรีไม่ว่าทางตรงก็ทางอ้อม

5. ข้อมูลการตลาดจะต้องเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปในหมู่ผู้ซื้อขาย

6. จำนวนผู้ซื้อขาย จะต้องมีความหลากหลายพอที่จะทำให้การตกลงร่วมกันให้การซื้อขาย เป็นไปได้

7. สินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาดจะต้องมีปริมาณมากพอ ที่จะทำให้อิทธิพลซื้อขายพอเพียง ที่จะทำให้ตลาดดำเนินไปได้ในเชิงธุรกิจ สินค้าเกษตรที่เข้าสู่ตลาดจะต้องเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน ที่แน่นอนและมีการจัดแบ่งชั้นคุณภาพของสินค้า

8. จะทำให้ค่าใช้จ่ายของตลาดลดลง เช่น สามารถบริการขนส่งสินค้าที่ทำให้ค่าใช้จ่าย ลดลง โดยอาจเกิดจากตลาดได้จัดตั้งในทำเลที่เหมาะสม เป็นต้น

หลักเกณฑ์ในการจัดตั้งสินค้าการเกษตรดังที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปได้ว่า การจัดตั้ง ตลาดกลางสินค้านั้นควรเป็นตลาดการค้าเสรี ที่ขาดการควบคุมจากอำนาจรัฐจน เกษตรกรจะต้องเสียเปรียบในเรื่องการจำหน่ายผลผลิต ควรให้ความเป็นธรรมในเรื่องการกำหนด ราคาอย่างแท้จริง

อนวัช สุวรรณเดช¹ ได้กล่าวถึงวิธีการตกลงราคา ณ ตลาดกลางระดับต่าง ๆ สรุปได้ ว่า จะต้องใช้วิธีการประมูลเป็นหลักแก่สินค้าที่นำมาซื้อขายกันนั้นจะกระทำได้ 3 วิธีคือ

1. การซื้อขายโดยการมองเห็นสินค้าทั้งหมด

2. ซื้อขายด้วยตัวอย่างสินค้า

3. การซื้อขายโดยใช้ใบประทวนสินค้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าที่จะมาซื้อ ขาย เพราะการซื้อขายบางอย่างไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ผู้ซื้อจะต้องมีความประสงค์ที่จะเห็น

¹อนวัช สุวรรณเดช. อิทธิพลของตลาดกลางสินค้าเกษตรต่อเกษตรกรรายย่อยของ เทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช. หน้า 2.

ของทั้งหมดก่อนการตัดสินใจ นอกจากนั้นแล้วยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของตลาดกลางด้วยพอสรุปได้ดังนี้ ตลาดกลางท้องถิ่น การซื้อขายสินค้ากระทำได้ 2 วิธีได้แก่

ก. เห็นสินค้าทั้งหมด

ข. นำสินค้าตัวอย่างมาขาย

ตลาดกลางระดับภูมิภาค เนื่องจากตลาดกลางมีขนาดใหญ่และมีสิ่งอำนวยความสะดวกการซื้อขายจึงทำได้ทุกรูปแบบ

ตลาดระดับประเทศ ตลาดระดับนี้จะกระทำได้โดยวิธีการดังนี้

1) ตัวอย่างสินค้า

2) ใช้ใบประทวนสินค้า

ทั้งนี้เพราะตลาดกลางระดับประเทศมีจุดประสงค์ ซื้อขายล่วงหน้า (Futur Trading) ดังนั้น จึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้ออำนวยให้มีการขนส่งสินค้าทั้งหมดซื้อขายกันที่ตลาดแห่งนี้

วิธีการกำหนดราคาในการซื้อขายสามารถกระทำได้โดยวิธีการดังนี้

1. การซื้อขายโดยที่ผู้ซื้อได้เห็นสินค้าด้วยตนเอง

2. การซื้อขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งอาจเห็นแค่ตัวอย่างสินค้าหรือซื้อขายโดยไม่เห็นตัวอย่างสินค้าแต่เป็นการซื้อขายด้วยการใช้ใบประทวนสินค้า

โครงสร้างและระบบการตลาดสินค้าเกษตรที่สมบูรณ์

โดยมีตลาดกลางทุกระดับและคลังสินค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของตลาดอย่างไรก็ดี มิได้หมายความว่า สินค้าทุกชนิดต้องมีโครงสร้างและระบบการตลาดตามนี้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณคมนาคมขนส่งด้วย

ลักษณะกายภาพของตลาดกลางสินค้าเกษตร

ในเรื่องลักษณะกายภาพในการจัดตั้งตลาดนั้นต้องคำนึงถึง

- ประเภทสินค้าเกษตรที่จะเข้าสู่ตลาด
- ลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่จะตั้งตลาด
- ท่าเลที่ตั้งตลาด

ลักษณะการพัฒนาทางกายภาพ ซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตตามแบบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในบริเวณพื้นที่จะติดตั้ง

- ระบบสังคมและสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่ที่จะติดต่อกับตลาด

- การกำหนดผัง (Lay-out) ของตลาดโดยคำนึงถึง

1.พื้นที่อาคาร (Building Area) โดยจะต้องคำนึงการจัด

- อาคารซื้อขาย (Premises and Stores)
- อาคารประมูล (Auction Hall)
- อาคารคัดเลือก (Sorting Area)
- อาคารแสดง (Exhibition area)
- โรงอาหารและอาคารบริการเบ็ดเตล็ด
- อาคารสถาบันการเงิน
- สำนักงาน
- คลังสินค้า

2. สำหรับพื้นที่การขนส่งนั้น จะต้องคำนึงถึง

- ทำขึ้นและลงสินค้า (Loading. Unloading. area)
- เส้นทางเข้าออกตลาด
- ที่จอดรถ
- ที่บริการเบ็ดเตล็ดเกี่ยวกับการขนส่ง เช่น ปิมน้ำมัน อยู่ซ่อมรถ เป็นต้น

3. สำหรับพื้นที่โล่ง ควรคำนึงถึง

- พื้นที่ประมูลและขายส่งสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องนำเข้าอาคารประมูล
- ลานโล่ง เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม เช่น ที่เดินเล่นและที่ขจัดสิ่งปฏิกูล

ปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น

ตลาดกลางจำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยสนับสนุนให้การดำเนินด้วยกันขึ้นอยู่กับความจำเป็นและผู้ดำเนินการตลาดเห็นสมควร ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมีดังนี้

- คลังสินค้า อาจเป็นอิสระหรือเป็นส่วนหนึ่งของตลาดกลาง คลังสินค้าจะทำหน้าที่รับฝากสินค้าของผู้ขายที่ยังไม่พอใจราคาขณะนั้น หรืออาจจะรับจำนำสินค้าของผู้มีความจำเป็นต้องใช้เงินด่วน

- ข่าวสารการตลาด ทั้งนี้อาจเป็นระบบการสื่อสารที่ติดต่อระหว่างประเทศ อันจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างตลาดกลางระดับประเทศกับตลาดกลางระดับล่าง นอกจากนี้ยังควรมีป้ายแสดงราคาและปริมาณการซื้อขายในตลาดกลางแต่ละวัน เพื่อให้ผู้ซื้อผู้ขายและผู้อื่นรู้ความเคลื่อนไหวของภาวะตลาดได้

- ตลาดกลางมีการให้สินเชื่อผู้ซื้อผู้ขาย ในตลาด หรือติดต่อให้ธนาคารพาณิชย์มา
ประจำที่ตลาดกลาง

- ตลาดกลางอาจจัดให้มีบริการตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยจัดให้มีการชั่ง
น้ำหนัก การตรวจสอบขั้นมาตรฐานสินค้าและความชื้นของสินค้าที่เข้ามาค้าในตลาดกลาง

บทที่ 3

ตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ

ความเป็นมาและพลวัตของตลาดพืชผลตลาดหัวอิฐ

ตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ เป็นตลาดใหญ่ มีสินค้าหลากหลายชนิด เป็นศูนย์กลางใหญ่ในการกระจายสินค้าให้กับตลาดย่อยต่าง ๆ หลายสิบตลาดในนครศรีธรรมราช เช่น ตลาดปากพ่อง ตลาดทุ่งสง ตลาดสิชล ตลาดคลองเจ็ด เป็นต้น และยังเป็นศูนย์กลางหลักในการกระจายสินค้าการเกษตรใหญ่ ๆ ในต่างจังหวัดทั่วภาคใต้

ชุมชนรอบ ๆ เมืองนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนขนาดใหญ่มาก มีตลาดพืชผลใหญ่ ๆ อยู่ที่บ้านหัวอิฐ ถึง 3 ตลาด คือตลาดพืชผลของ นายสุพร อินทวิเชียร (ตลาดหัวอิฐ) เริ่มเปิดตลาดเวลา 06.00 – 18.00 น. ตลาดพืชผลของ คุณสุวรรณ คงสำราญ (ตลาดแม่พยอม) ส่วนใหญ่จะขายส่งภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ เปิดตลาด เวลา 18.00 – 22.00 น. และตลาดสดตลาดหัวอิฐ เปิดตลาดตั้งแต่วเวลา 04.00 – 07.00 น. ตลาดใหญ่ทุกตลาด จะมีแม่ค้า พ่อค้าตลาดย่อยมาเป็นเครือข่ายเจ้าประจำมากมาย เช่น ตลาดเทศบาลถนนพัฒนาการคูขวาง ตลาดแม่สมจิตร ตลาดเย็น (ตลาดเชิงสะพานราเมศ) นอกจากนี้ยังมีตลาดย่อย ๆ อีกหลายตลาด เช่น ตลาดถนนท่าชี ตลาดวัดหัวโคตร ตลาดผลไม้ถนนหลังโรงพยาบาลนตรดาว เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์พ่อค้า แม่ค้า ตลาดย่อยต่าง ๆ ตลอดจนพนักงานขับรถขนส่งสินค้ามาส่งตามตลาดย่อย และตรวจสอบด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า ตลาดใหญ่ที่หัวอิฐ ทั้งสามตลาด จะเป็นแหล่งรวมสินค้าใหญ่ที่สุดที่ตลาดย่อยไปซื้อเหมามาขายต่อ โดยนำมาคัดแยกขนาดคัดเกรด หรือปรับแต่งสินค้าเพิ่มเติมอีกเล็กน้อย ก็สามารถตั้งราคาให้สูงกว่าที่ซื้อเหมาะทำกำไรให้สามารถดำเนินธุรกิจได้

ตลาดพืชผลที่ตลาดหัวอิฐ เป็นที่รวมของชาวนครศรีธรรมราชจำนวนมากที่เข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตลาดจนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต นอกจากพ่อค้า แม่ค้า เจ้าของตลาดและเจ้าหน้าที่ตลาดแล้ว ยังมีผู้ประกอบการอาชีพข้างเคียงอีกมาก เช่น คนขับรถรับจ้าง สามล้อ รถเข็นรับจ้างขนของในแต่ละวัน ชาวนครศรีธรรมราช ได้เกี่ยวข้องกับตลาดพืชผลหลายตลาดด้วยกันดังนี้

ตลาดหัวอิฐ เป็นตลาดใหญ่ที่เปิดบริการตลอดวัน มีประชาชนไปซื้อพืชผลการเกษตร รายย่อยจำนวนมากพอสมควร (ส่วนใหญ่จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่ไปซื้อเหมาจำนวนมาก) จากการสังเกต 21.00 น. โดยเฉลี่ยช่วงละประมาณ 200 – 500 คน¹

ตลาดเทศบาลพัฒนาการคูขวาง เปิดตลาด 05.30 – 9.00 น. ประชาชนจำนวนมากไปซื้อสินค้า (พืชผลการเกษตร) เพื่อเตรียมอาหารประจำวันรายย่อย แต่มีจำนวนประชาชนไปซื้อในปริมาณมากจนพื้นที่บริเวณตลาดมีคนคับคั่งมาก จากการสังเกตพบว่า ที่จอดรถหน้าตลาดจะมีปริมาณมาก โดยจอดเต็มแนวสองข้างถนน ความยาวรวมกันหลายร้อยเมตร ในขณะที่เวลาหลังจาก 9.00 น. ปริมาณรถที่จอดลดลงประชาชนก็ไม่คับคั่งเหมือนในช่วงเวลาเปิดตลาด

ตลาดแม่สมจิตร์ เปิดเวลา 12.00 – 18.00 น. เป็นตลาดย่อยที่ค่อนข้างใหญ่อีกตลาดหนึ่งประชาชนมาซื้อสินค้าไปเตรียมประกอบอาหารอีกตลาดหนึ่ง แม่ค้าส่วนหนึ่ง คือ แม่ค้าที่ขายอยู่ที่ตลาดเทศบาลคูขวางในช่วงเช้า พอบ่ายก็ย้ายมาที่ตลาดแม่สมจิตร์ ปริมาณคนที่มาซื้อสินค้าไม่มากเท่าตลาดเทศบาล แต่มีปริมาณการซื้อขายต่อวันหลายหมื่นบาท จากการสังเกตพบว่า กลุ่มประชาชนที่มาซื้อสินค้าจะเป็นคนละกลุ่มกับตลาดเทศบาลคูขวาง

ตลาดเย็นสะพานราเมศ เปิดเวลา 16.00 – 18.00 น. เป็นตลาดที่ไม่ค่อยใหญ่นัก มีพ่อค้าแม่ค้าประมาณ 20 – 30 ราย มีประชาชนมาซื้อสินค้าพอสมควร ในตลาดจะมีพืชผักอยู่ไม่มากนักแต่จะมีสัตว์น้ำประเภท ปลา กุ้ง ปู มากพอสมควร

ตลาดย่อยอื่น ๆ เช่น ตลาดถนนท่าชี ตลาดวัดท่าวโคตร เป็นตลาดที่มีผัก ผลไม้ และขนม ค่อนข้างมาก มีพื้นที่ตลาดไม่มากนัก ประชาชนมาซื้อสินค้าพอสมควร (เนื่องจากพื้นที่ไม่กว้างเท่าใดนัก มีการซื้อขายกันตลอดเวลาที่เปิดตลาด ซึ่งเปิดเวลา 16.00 – 18.00 น.) นอกจากนี้ยังมีตลาดนัดย่อย ๆ กระจายอยู่ในที่ต่าง ๆ ในเขตเทศบาล และรอบนอกในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช แต่จะจุดพบว่ามีสินค้าจำนวนหนึ่งไปจากตลาดใหญ่ที่หัวอิฐ (ตลาดพืชผล)

ชาวนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่ (จากจำนวนหนึ่งล้านห้าแสนคนเศษ) จะดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตลาดพืชผลการเกษตร² ทั้งในรูปของการผลิตสินค้าการเกษตรป้อนตลาด การประกอบอาชีพขนส่งสินค้า อาชีพ พ่อค้าแม่ค้าทั้งรายใหญ่ รายย่อย และการเป็นผู้ซื้อสินค้าไปบริโภค

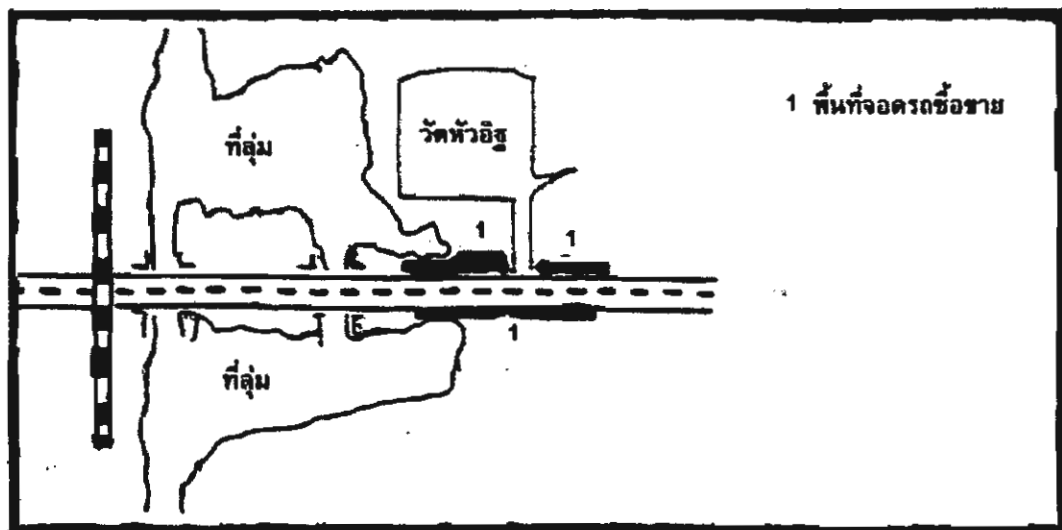
¹ สัมภาษณ์ ดต.ประสพ ยอดพิจิตร. อดีตตำรวจสายตรวจอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ณ แผนกส่งกำลังบำรุง ตำรวจภูธรนครศรีธรรมราช. เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2542.

² สัมภาษณ์นายอนันต์ สงทวน. พ่อค้าตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ. เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2542.

1. ตลาดหัวอิฐช่วงก่อน พ.ศ. 2529
2. ตลาดหัวอิฐช่วงที่ 2 พ.ศ. 2529 -2532
3. ตลาดหัวอิฐช่วงเศรษฐกิจขยายตัว (พ.ศ.2533-2539)
4. ตลาดหัวอิฐช่วงเศรษฐกิจ ทรงตัวและวิกฤติเศรษฐกิจ (พ.ศ.2540-2541)

บริเวณบ้านหัวอิฐก่อน พ.ศ. 2527 บริเวณตลาดอยู่ในพื้นที่ไม่กว้างขวางนัก อยู่ริมถนนกะโรม ห่างจาก ถนนพาด (ถนนกะโรมตัดผ่านถนนรถไฟ) ประมาณหนึ่งกิโลเมตร เป็นจุดจอดรถไถล์ ๆ สถานบริการเติมน้ำมัน ของนายสุพร อินทวิเชียร บริเวณดังกล่าวกลายเป็นตลาดขึ้นมา เนื่องจากมีรถโดยสาร และรถบรรทุก นำผลิิตผลการเกษตรจำนวนมากมาจอดและมีพ่อค้าแม่ค้าย่อยจากตลาดสดในเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราชมารับซื้อในช่วงเวลาดังแต่ 05.00-09.30 น.¹ ช่วงเวลาดังกล่าว มีคนและรถค่อนข้างมาก ทำให้สองข้างถนนคับแคบ และรถจำนวนหนึ่งจอดล้ำเข้ามาในพื้นที่ผิวจราจร ทำให้สภาพจราจรในช่วงดังกล่าวติดขัดตลอดแนวถนน

แสดงที่ตั้งตลาดหัวอิฐก่อน พ.ศ.2529



¹ สัมภาษณ์ ด.ต.ประสพ ยอดพิจิตร อดีตหัวหน้าสายตรวจ สถานีตำรวจภูธร อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตลาดหัวอิฐช่วงต้น ๆ เป็นที่ตลาดหนาแน่นในทุกๆ วัน ๆ เวลาเช้ามีผู้คนจำนวนมาก โดยเฉพาะแม่ค้าจำนวนมากมารอดักซื้อสินค้าจากรถชนสินค้า และต่อรองราคาเพื่อนำไปคัดแยกกระตือรือร้นของสินค้า แล้วนำไปขายต่อที่แผงประจำของตนในตลาด ส่วนใหญ่จะมีแม่ค้าจากตลาดแขก ตลาดเสาธงทอง ตลาดยาว ทั้งนี้เพราะการซื้อสินค้าเหมาจากหัวอิฐ ไปคัดแยกเกรดขายต่อ จะได้กำไรต่อวันค่อนข้างสูง ปริมาณสินค้าและผู้ซื้อขายจึงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ¹ จนเจ้าของสถานีบริการน้ำมันได้ขยายตลาดด้วยการถมพื้นที่ออกไป ทางทิศใต้ขยายพื้นที่จอดรถและจัดแผงวางขายสินค้า² ประกอบกับต่อมาแขวงการทางนครศรีธรรมราชได้ขยายถนนเป็นถนนสี่ช่องจระจร ทำให้พื้นที่ตลาดริมถนนเดิมต้องย้ายเข้าไปในบริเวณตลาด ของนายสุพร อินทวิเชียรมากขึ้น

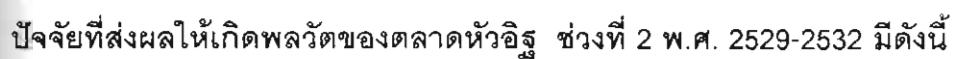
ปัจจัยที่มีผลต่อพลวัตตลาดหัวอิฐช่วงก่อน พ.ศ. 2529

1. พื้นที่ตลาดเดิมคับแคบ เพราะอยู่บริเวณไหล่ถนน 2 ข้าง และสถานีบริการน้ำมัน
2. พื้นที่ตลาดเดิมถูกปิด เพราะแขวงการทางนครศรีธรรมราชก่อสร้างขยายถนนจาก 2 ช่องจราจร เป็นถนน 4 ช่องจราจร
3. ปัญหาจราจรติดขัด

จากปัจจัยหลัก ๆ 3 ประการข้างต้น ทำให้นายสุพร อินทวิเชียร ตัดสินใจถมที่ขยายตลาดออกไปทางทิศทางใต้ซึ่งเป็นที่ลุ่มขนาดใหญ่ออกไป ทำให้ตลาดมีพื้นที่เพิ่มขึ้น ถึง 30 ไร่ และได้เปิดตลาดอย่างเป็นทางการครั้งแรก วันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2529 เดิมมีชื่อว่า “ตลาดพืชผลหัวอิฐ” เป็นตลาดกลางสินค้าเกษตรของเอกชนที่ดำเนินการโดยนายสุพร อินทวิเชียร ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 4016 เป็นตลาดที่มีพื้นที่มากที่สุดในบรรดาสามตลาดที่อยู่ในบริเวณบ้านหัวอิฐ ได้แก่ตลาดหวดทองหัวอิฐ (ตลาดสดของนายประสงค์ สิงห์โกวินทร์ เป็นเจ้าของ) และตลาดกลางเกษตรหัวอิฐ (นายสุวรรณ คงสำราญ เป็นเจ้าของ) โดยตลาดกลางผักและผลไม้ของนายสุพร อินทวิเชียร มีพัฒนาการที่ดีอย่างต่อเนื่อง เช่นพัฒนาการทางด้านกายภาพโครงสร้างรูปแบบ กลไก และวิถีตลาดเป็นต้น

¹ สัมภาษณ์นายอนันต์ สังทวน. พ่อค้าตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ. 12 พฤษภาคม 2542.

² สัมภาษณ์นายหมวด สวัสดิภาพ. เจ้าหน้าที่ตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ. 12 พฤษภาคม 2542.



ปัจจัยทางด้านกายภาพของตลาดกลางผักและผลไม้หัวฉีช่วงเปิดตลาด(พ.ศ.2529-2533) มีปัจจัยหลายประการทั้งส่งผลให้ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงได้แก่

ปัจจัยทางด้านกายภาพนอกตลาด ด้วยเหตุที่ที่ตั้งของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐตั้งอยู่ในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งเป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 10,211,492 ตร.กม. หรือร้อยละ 14.2 ของพื้นที่ภาคใต้ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยรถไฟประมาณ 832 กม.

ความสัมพันธ์ทางสังคม ระบบความสัมพันธ์ในตลาดระหว่างพ่อค้ามีภาวะพึ่งพากันสูง สินค้าที่นำมาขายในระยะแรกเป็นสินค้าภายในท้องถิ่น เมื่อจำหน่ายสินค้าไม่หมดในแต่ละวัน จะมีการแบ่งปันเพื่อนำไปบริโภค เพราะส่วนใหญ่แล้วกลุ่มแม่ค้าในช่วงเปิดตลาดในช่วง พ.ศ. 2529-2532 นั้น จะเป็นกลุ่มแม่ค้าที่มาจากท้องถิ่นเดียวกัน และเป็นญาติกันทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นแบบสังคมเครือญาติ ส่วนในด้านการบริหารการตลาดของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐนั้นไม่ได้มีการวางกฎระเบียบของตลาดไว้มากนัก เป็นการกระทำบางอย่างที่เจ้าของตลาดได้ใช้ความพยายามที่จะให้กลุ่มแม่ค้า พ่อค้า เข้ามาทำการค้าในตลาด โดยการแจกเงิน แจกเชื้อ แจกเหล้าแก่คนขับรถ และรวมถึงการแจกสิทธิ์ให้แก่วรรพบุรุษที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย

ลักษณะของประชากรที่อยู่ในตลาดในช่วงเปิดตลาดนั้น มีลักษณะของความเป็นท้องถิ่นนิยมสูง มีความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีการปฏิสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน เพราะกลุ่มแม่ค้าและพ่อค้าในช่วงนี้จะมาจากคนในท้องถิ่นเดียวกัน หรือเป็นญาติกัน โดยได้ชักชวนกันมาเพื่อทำการซื้อขายกันในตลาดแห่งนี้ ผลผลิตที่นำเข้ามาจำหน่ายในตลาดนั้นเป็นสินค้าประเภทผักและผลไม้ประจำท้องถิ่น และการขนส่งโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัวบรรทุกสินค้าเข้ามาทำการค้าขายในตลาดในตอนเช้าและกลับเข้าบ้านในตอนเย็น ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางครอบครัวที่ดีในกลุ่มผู้ทำการค้าในตลาด

อาชีพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในตลาด เมื่อตลาดได้ย้ายจากบิมน้ำมันเอสโซ่ ซึ่งอยู่ติดกับถนนกะโรมเดิมเข้ามาอยู่ภายในตลาด ซึ่งเป็นที่ตั้งของตลาดในปัจจุบันทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้ทำการซื้อขายในตลาดได้แก่

- อาชีพเข็นรถเข็น เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนถ่ายสินค้า โดยเจ้าของตลาดเป็นผู้จัดรถเข็นให้เช่า และมีกลุ่มรถเข็นอีกบางกลุ่มที่มีรถเข็นเป็นของตนเองคอยให้บริการแก่ลูกค้าในตลาดโดยจะมีรายได้ประมาณ วันละ 50-100 บาท

- อาชีพรับจ้างทั่วไป เช่น อาชีพให้บริการต่าง ๆ ได้แก่การคัดเกรดสินค้า การบรรจุและตกแต่งสินค้าตามแผงสินค้า ส่วนใหญ่จะเป็นลูกจ้างประเภทเช้าไป-เย็นกลับ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มของผู้ค้ารายใหญ่ และผู้ที่รับเข้าทำงานนั้นจะเป็นญาติ หรือบุคคลที่มีความสนิทสนมกันเป็นพิเศษ โดยมีรายได้ประมาณ วันละ 50-70 บาท

- อาชีพหาสิ่งของตามกองขยะ เนื่องจากขณะนั้นตัวตลาดยังไม่ได้อยู่ในเขตเทศบาล ระบบการรักษาความสะอาดจึงไม่ดีนัก จะใช้บริเวณพื้นที่ด้านหลังตลาดสำหรับนำขยะไปถม จน

ทำให้เกิดอาชีพ ๆ หนึ่ง คืออาชีพการเก็บสิ่งของประเภทผักและผลไม้ที่เน่าเสีย สิ่งเหล่านั้นจะได้รับการคัดเลือกออกมาเพื่อนำมาแปรรูป เช่นการตัดตกแต่งส่วนที่เสียออกไปแล้วนำมาขายในราคาถูก ๆ หรือมะนาวที่เน่าในบางส่วนจะได้รับการตกแต่งแล้วแปรรูปเป็นน้ำมะนาวขายต่อไป ผู้ประกอบอาชีพนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเด็กที่มีอายุประมาณ 7-15 ปี โดยทำร่วมกันกับครอบครัว สินค้าที่ก่อให้เกิดราคาค่อนข้างดีคือมะนาว ในฤดูกาลที่มีราคาถูกมาก ๆ เมื่อขายไม่หมดก็จะถูกนำไปเททิ้งด้านหลังตลาด ทำให้ผู้ประกอบอาชีพเหล่านั้นมีรายได้พอที่จะเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด

การเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐมีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแบ่งออกได้ 4 ลักษณะได้แก่

การก่อตั้งของตลาด จากการสัมภาษณ์ ฉัตรชัย สุกระกาญจน์¹ ได้เล่าว่า จุดเริ่มต้นของตลาดในเมืองนครศรีธรรมราชนั้นมีอยู่หลายแห่ง ได้แก่ตลาดผีหีบ (ปัจจุบันคือบริเวณคิวรถแท็กซี่) ซึ่งเป็นตลาดที่เกิดขึ้นครั้งแรกประมาณ พ.ศ. 2497 บนริมคลองท่าทั้งสองฟากที่ตื้นเขิน ประกอบกับชุมชนในเขตเทศบาลเติบโตขึ้น ตลาดผีหีบไม่สามารถรองรับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มแม่ค้าได้ จึงมีการขยายตัวตามแนวคลองท่าที่ตื้นเขินจนกลายเป็นตลาดใหม่อีกแห่งหนึ่งในบริเวณที่ใกล้เคียงกัน คือ ตลาดคลองท่าหรือที่เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ตลาดยาว” ปัจจุบันคือบริเวณที่ตั้งของถนนยมราชต่อมาใน พ.ศ. 2503 นายกเทศมนตรีในขณะนั้นคือนายไสว สวัสดิสาร ได้มีนโยบายขยายผิวจราจรในเขตเมืองบริเวณตลาดคลองท่า เพื่อให้กว้างขวางและสะดวกต่อการสัญจรไปมา โดยพยายามที่จะจัดระเบียบตลาดขึ้นใหม่ และได้ประกาศยกเลิกตลาดคลองท่า โดยให้คงเหลือแต่ตลาดผีหีบและตลาดเสาธงทองซึ่งมีอยู่เดิม และได้ขยายตลาดใหม่เพื่อให้เป็นตลาดสดของเทศบาลอีกแห่งหนึ่ง คือ ตลาดสดคูขวาง (ปัจจุบันตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของเมือง) เมื่อตลาดคลองท่า และตลาดผีหีบได้มีคำสั่งจากเทศบาลให้ยุบเลิกกิจการ ประมาณ พ.ศ. 2503 – 2504 ทำให้กลุ่มแม่ค้าจากซีกตะวันตกของตัวเมืองคือสินค้าที่มาจากอำเภอลานสกา อำเภอพรหมคีรี และอำเภอฉวาง เป็นต้น ได้ใช้บริเวณหมู่ที่ 1 บ้านหัวอัฐตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล ทั้งยังมีการตัดถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4013 สายนาพรุ – ปากพะยี่ ในปี พ.ศ. 2516 (ถนนพวงศ) ทำให้สินค้าจากอำเภอต่าง ๆ เข้าสู่ตลาดได้โดยสะดวกและมี

¹ สัมภาษณ์นายฉัตรชัย สุกระกาญจน์. อาจารย์สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช ณ สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช. 19 ธันวาคม 2541.

ปริมาณที่มากขึ้น มีผลทำให้ตลาดขยายตัวออกเป็น 3 ตลาด คือตลาดหัวอิฐ (ปัจจุบันเป็นตลาดสด) ตลาดรวมพืชผล (ปัจจุบันคือตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐ) และตลาดแม่พยอม

จากความแออัดของตลาดหัวอิฐของนายประสงค์ สิงหนโกวินทร์ (ตลาดสด) ทำให้กลุ่มผู้ค้าขายเกิดปัญหาพื้นที่สำหรับวางสินค้าไม่เพียงพอ ประกอบกับปริมาณสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้กลุ่มแม่ค้าบางกลุ่มพยายามที่จะมองหาแหล่งที่พักรักษาสินค้าในบริเวณที่ใกล้เคียงกับตลาดเดิม โดยได้นำมาพักในบริเวณสถานีบริการน้ำมันของนายสุพร อินทวิเชียร ประกอบกับนายสุพร ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการหลายแห่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีที่ดินหลายแห่งและรวมถึงสถานที่ก่อตั้งตลาดในปัจจุบัน การก่อตั้งในระยะแรกนายสุพร ได้ชักชวนกลุ่มแม่ค้าเหล่านั้น นำสินค้าไปวางขายที่ตลาดแห่งใหม่ใกล้สถานบริการน้ำมัน พื้นที่ในช่วงเปิดตลาดในระยะแรกนั้นมีเนื้อที่ประมาณ 2 ไร่เศษเท่านั้น พ.ศ. 2527 – 2529 จากการสัมภาษณ์นายหมาด สวัสดิภาพ¹ ซึ่งเป็นญาติทางฝ่ายภรรยาของนายสุพร ได้ทำหน้าที่ดูแลตลาดในระยะบุกเบิก อธิบายว่า ถ้าหากได้ใช้ความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าใหม่ ๆ ได้เข้ามาค้าขายในตลาด ในระยะแรกผู้ที่ทำการค้าจะเป็นลูกค้าที่อยู่ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่มีการเก็บเงินจากผู้ที่มาซื้อขายในตลาด ถ้าหากได้ใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อเป็นการชักจูงใจให้ผู้ค้าได้ใช้สถานที่แห่งนี้เป็นแหล่งทำการค้า เช่นวิธีการเรียกลูกค้าโดยการแจกเงิน แจกเหล้า แจกเสื้อ แจกกล้วย ฯลฯ ให้แก่รถที่นำสินค้าเข้าสู่ตลาด ประกอบวิธีการอื่น ๆ นายสุพร อินทวิเชียร ได้ใช้ความพยายามอยู่ ประมาณ 3 ปี ได้ขยายตลาดออกไปมีการพัฒนาโครงสร้างของตลาด ทำให้กลุ่มผู้คนที่เข้ามาทำการค้าขายเกิดความเชื่อมั่นจนสภาพของตลาดได้รับการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี

ลักษณะทางกายภาพของตลาด ระยะก่อตั้งตลาดนั้นแผงสินค้าไม่ได้มีรูปแบบที่เป็นสัดส่วน และมีจำนวนน้อยกว่าในปัจจุบันมาก ลักษณะของแผงสินค้าเป็นแบบเพิงสินค้าแบบง่าย ๆ หรือแบบกางร่ม หลังคามุงด้วยสังกะสีหรือผ้ายาง ระบบการจัดการบริหารของตลาดภายในอยู่ในความดูแลของบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ภรรยาและญาติสนิทประมาณ 4-5 คน สภาพของกลุ่มผู้ดำเนินการในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐ ในด้านการจัดการตลาดในขณะนั้นมีเพราะกลุ่มเครือญาติของเจ้าของตลาด ลักษณะการดำเนินงานในระยะแรกของการก่อตั้งของตลาดนั้นไม่มีกฎระเบียบและรูปแบบที่ตายตัว ส่วนผู้ที่ทำการค้าขายในตลาดจะเป็นกลุ่มผู้ค้าในท้องถิ่น

¹ สัมภาษณ์นายหมาด สวัสดิภาพ. เจ้าหน้าที่ตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ. เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2542

โครงสร้างและระบบของตลาด

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของตลาดในช่วง พ.ศ. 2529 – 2532 การดำเนินงานด้านการบริหารการจัดการของตลาดใช้ระบบครอบครัวในการจัดการและการบริหาร ประมาณ 5–7 คน โดยใช้ระบบเครือญาติ วิธีการที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาทำการค้าในตลาด ส่วนด้านการจัดการทางด้านโครงสร้างทางกายภาพของตลาดนั้นเป็นแบบง่าย ๆ แผงสินค้าทำด้วยไม้ ส่วนใหญ่ไม่มีแผงสินค้า แต่ใช้รั้วขนาดใหญ่กางสำหรับกำหนดพื้นที่ในการจำหน่ายระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ มีน้อยมาก

ส่วนระบบการตลาดของตลาดในช่วง พ.ศ. 2529 – 2532 ระบบการซื้อขายใช้วิธีการซื้อขาย ด้วยการเห็นสินค้า และตัดสินใจซื้อ โดยผ่านนายหน้าน้อยมาก ผู้ทำการค้าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร หรือพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อย การชำระเงินใช้วิธีการชำระเงินด้วยเงินสด ส่วนระบบการขนถ่ายสินค้า นั้นใช้รถเข็นในการขนถ่ายสินค้า อัตราการให้บริการเที่ยวละ 5 บาท การคัดเกรดสินค้า การแปรรูป และการจัดเก็บรักษาตลาดไม่ได้มีส่วนดำเนินการในเรื่องเหล่านี้ ภาชนะที่ใช้สำหรับบรรจุสินค้าจะเป็นเข่งที่สานด้วยไม้ไผ่ มีขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ส่วนการคัดเกรดสินค้าก็เริ่มมีขึ้นโดยการคัดเกรดสินค้าที่เสีย นอกจากนั้นก็เป็นการค้าเกรดตามขนาดของสินค้าแต่ละประเภท ส่วนใหญ่การจัดเก็บรักษาใช้วิธีการตามธรรมชาติ

กลไกของตลาดนั้น หมายถึงวิธีการที่สินค้าจากแหล่งผลิตต่าง ๆ เดินทางเข้าสู่ตลาด โดยผ่านกระบวนการซื้อขายเป็นทอด ๆ จนกระทั่งไปถึงมือผู้บริโภคในที่สุด สำหรับกลไกของตลาดกลางผักและผลไม้หัวฮิสในระบะแรกของการก่อตั้งนั้นได้แบ่งกลไกของตลาดในลักษณะวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. วิธีการซื้อขายสินค้า การซื้อขายสินค้าในระยะนี้เป็นการตกลงราคาระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย โดยที่เกษตรกรนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดเอง การชำระเงินส่วนใหญ่เป็นเงินสด และส่งมอบสินค้ากันทันทีที่ตกลงซื้อขายกัน สำหรับสินค้าบางประเภทที่ตลาดมีความต้องการมากจะมีการจับจองสินค้าโดยวิธีการไถ่รถที่นำสินค้าเข้ามาโดยวิธีการใช้มือและสินค้านั้น ๆ หมายถึงการได้เริ่มเป็นเจ้าของสินค้านั้น ๆ ได้แล้ว หลังจากนั้นก็จะเป็นขั้นตอนของการตกลงต่อรองราคากันโดยตรงระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายต่อไป หากผู้ขายไม่พอใจราคาก็สามารถที่จะเลือกขายให้แก่คนอื่นได้

2. ผู้ซื้อและผู้ขาย ในการระยะแรกพ่อค้าท้องถิ่นยังมีไม่มากนักที่เป็นผู้ที่คอยรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรมาจำหน่ายให้แก่พ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่ง แต่จะมีผู้ค้าบางรายที่เป็นผู้รวบรวมสินค้าต่าง ๆ จากท้องถิ่น ส่งไปจำหน่ายยังต่างจังหวัดรวมทั้งกรุงเทพมหานคร แต่จะพบกรณีเช่นนี้เพียงไม่กี่ราย พ่อค้าต่างจังหวัดเริ่มมีเข้ามาบ้าง จะนำสินค้าบางประเภทเข้ามา

จำหน่าย เช่น ส้ม กะหล่ำปลี หอมแดง และกระเทียม เป็นต้น โดยผู้ค้านำสินค้ามาจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง การซื้อขายกันโดยวิธีการเห็นสินค้าและตกลงซื้อขายกันด้วยเงินสด ส่งมอบสินค้ากันทันที ยังมีกลุ่มผู้ค้าอีกประเภทหนึ่งที่คอยให้บริการหรือจัดการกับสินค้าทำให้การค้าสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น คือการมีนายหน้า (ผู้ที่คอยให้บริการในการซื้อสินค้า) ซึ่งจะทำหน้าที่ซื้อสินค้าจากพ่อค้าขายส่ง และจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกรหรือผู้ค้าท้องถิ่น โดยจะคิดค่าบริการเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนสินค้าที่ขายได้

วิถีตลาดกลางผักและผลไม้หัวฮูซึ่งได้แก่ผู้ขายคือเกษตรกร โดยที่เกษตรกรจากภายในอำเภอเมืองและอำเภอต่าง ๆ มาจำหน่ายด้วยตนเองประมาณร้อยละ 60 ของผู้ค้าทั้งหมดพ่อค้าท้องถิ่นมีทั้งรายใหญ่และรายย่อยจะไปรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรมาจำหน่ายในตลาด บางรายจะมีรถไปรับซื้อสินค้าที่ต่างจังหวัดมาจำหน่ายพ่อค้าท้องถิ่นทั้งหมดประมาณร้อยละ 20 ส่วนพ่อค้าต่างจังหวัดจะนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดประมาณร้อยละ 20 มีทั้งขายปลีกและขายส่งผู้ซื้อได้แก่พ่อค้าท้องถิ่นมีทั้งพ่อค้าปลีกจากอำเภอต่าง ๆ โดยจะนำสินค้าไปจำหน่ายยังจังหวัดต่าง ๆ บางรายจะเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยรับสินค้าจากตลาดไปยังตลาดต่าง ๆ แล้วจะนำสินค้าจากจังหวัดนั้น ๆ มาจำหน่ายด้วย ส่วนพ่อค้าจากต่างจังหวัดพ่อค้าเหล่านี้จะซื้อสินค้าไปจำหน่ายในจังหวัดของตน และมีบางรายจะนำสินค้าจากจังหวัดของตนมาจำหน่ายและรับสินค้าจากตลาดกลับไปด้วย

บรรยากาศของตลาด

บรรยากาศของตลาดในช่วง พ.ศ. 2529-2532 ซึ่งเป็นช่วงเปิดตลาดนั้นการซื้อขายในตลาดยังไม่คึกคักมากนัก ผู้วิจัยขอกล่าวถึงบรรยากาศของตลาดในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

บรรยากาศด้านการขนส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดส่วนใหญ่สินค้าจะขนส่งทางรถยนต์ รถบรรทุกที่ใช้กันเป็นรถบรรทุกเล็ก สีล้อ หกล้อ และสิบล้อ ลักษณะของการขนส่งสินค้าแบ่งได้ตามประเภทของผู้ค้า ส่วนในระยะใกล้ ๆ จะใช้การขนส่งด้วยรถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้าง เกษตรกรและพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยเป็นผู้ค้าที่ส่วนมากยังไม่มีรถบรรทุกเป็นของตนเอง จะใช้บริการรถสองแถวรับจ้าง ซึ่งจะเป็นรถประจำทางระหว่างหมู่บ้านกับอำเภอเมืองนครศรีธรรมราชและอำเภอใกล้เคียง รถสองแถวรับจ้างที่บรรทุกสินค้าในตลาดกลางเกษตรหัวฮูส่วนใหญ่เป็นรถสองแถว สายนคร – ลานสกา สายนคร – พรหมคีรี และสายนคร – จันดี เป็นต้น ในพื้นที่ใกล้ ๆ บริเวณภายในอำเภอเมือง จะเสียค่าบริการในการขนส่งสินค้าในราคาข่งละ 3 – 5 บาท ส่วนสินค้าจากต่างอำเภอส่วนใหญ่จะเสียค่าบริการแบบเหมาจ่าย โดยจะจ่ายครั้งละ 10 – 15 บาท

พ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ส่วนมากจะมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง ได้แก่ รถบรรทุกเล็กสีล้อ หกล้อ และสิบล้อ โดยจะรับซื้อสินค้าจากตลาดบรรทุกไปจำหน่ายยังต่างอำเภอ และต่างจังหวัด

เพียงอย่างเดียว ไม่ได้บรรทุกสินค้าอื่น ๆ กลับมาด้วย พ่อค้าท้องถิ่นบางรายนำรถไปซื้อสินค้าจากต่างจังหวัดมาจำหน่ายที่ตลาด คือจะวิ่งรถเปล่า 1 เที่ยว พ่อค้าท้องถิ่นบางรายที่ไม่มีรถบรรทุกของตนเองนั้นจะส่งสินค้าเข้ากรุงเทพฯ โดยใช้บริการของรถรับจ้างบรรทุกสินค้าระหว่างนครศรีธรรมราชกับกรุงเทพฯ โดยเสียค่าบริการในอัตราเหมาจ่ายเที่ยว ตามระยะทาง

พ่อค้าต่างจังหวัดจะมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง มีทั้งรถบรรทุกเล็กซึ่งเป็นจังหวัดในภาคใต้ รถบรรทุก หกล้อ และสิบล้อจากจังหวัดที่อยู่ไกล ๆ พ่อค้าเหล่านี้จะซื้อสินค้ามาจำหน่ายเที่ยวกลับก็จะซื้อสินค้าบรรทุกกลับไปจำหน่ายในจังหวัดของตนเอง เช่น พ่อค้าจากจังหวัดเพชรบุรี จะบรรทุกเผือกกับฟักทองมาจำหน่าย ส่วนพ่อค้าจากจังหวัดในภาคใต้ส่วนใหญ่จะวิ่งรถเปล่ามาซื้อสินค้าติดสินค้ามาเพื่อขายเพียงเล็กน้อย

บรรยากาศของการขนถ่ายสินค้า

การขนถ่ายสินค้าภายในตลาดกลางผักและผลไม้หัวขีวในช่วงนี้ ส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกรและพ่อค้ารายย่อยในท้องถิ่นที่นำสินค้ามาเก็บรถสองแถวรับจ้าง หรือหากเป็นสินค้าในปริมาณที่ไม่มากนัก ก็จะใช้วิธีการขนส่งสินค้าโดยทางรถจักรยานยนต์ของตนเอง โดยจะบรรทุกเข้าสู่ตลาดทางด้านหน้าของตลาด ซึ่งเปิดทางเข้าออกของตลาดไว้เพียงสองทางเท่านั้น และรถไม่สามารถที่จะเข้าไปจอดได้หมด เพราะขณะนั้นลานจอดรถของตลาดยังไม่มีจึงต้องใช้บริเวณสถานีบริการน้ำมันเป็นลานจอดรถ จะมีบางส่วนที่คงใช้บริเวณริมถนนบนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4016 ขนถ่ายสินค้า หรือบางส่วนก็ใช้พื้นที่ของสถานบริการน้ำมันเป็นสถานที่สำหรับการขนถ่ายสินค้า หลังจากนั้นจะมีรถเข็นสินค้าเหล่านั้นเข้าสู่ตลาด สำหรับรถเข็นในระยะแรกนั้นจะมีจำนวนประมาณ 50 คัน โดยมีเจ้าของรถเป็นคนในพื้นที่ใกล้เคียงตลาดโดยให้บริการเที่ยวละ 5 บาท หรือหากสินค้าในปริมาณที่มากจะจ่ายกันแบบเหมาจ่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อพลวัตตลาดหัวขีวช่วงเศรษฐกิจขยายตัว พ.ศ. 2533 – 2539

ในช่วงนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นช่วงที่ตลาดประสบผลสำเร็จอย่างสูง ทั้งด้านการขยายตัวของตลาด การขยายตัวของกลุ่มผู้ทำการค้า และการได้รับการอนุมัติจากภาครัฐจนได้รับการยกย่องให้เป็นตลาดกลางผักและผลไม้ของกรมการค้าภายในเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2534 และการขยายตัวของเทศบาลในปี พ.ศ. 2535 การเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟูนี้มีเหตุปัจจัยหลายประการได้แก่

ปัจจัยทางด้านกายภาพ

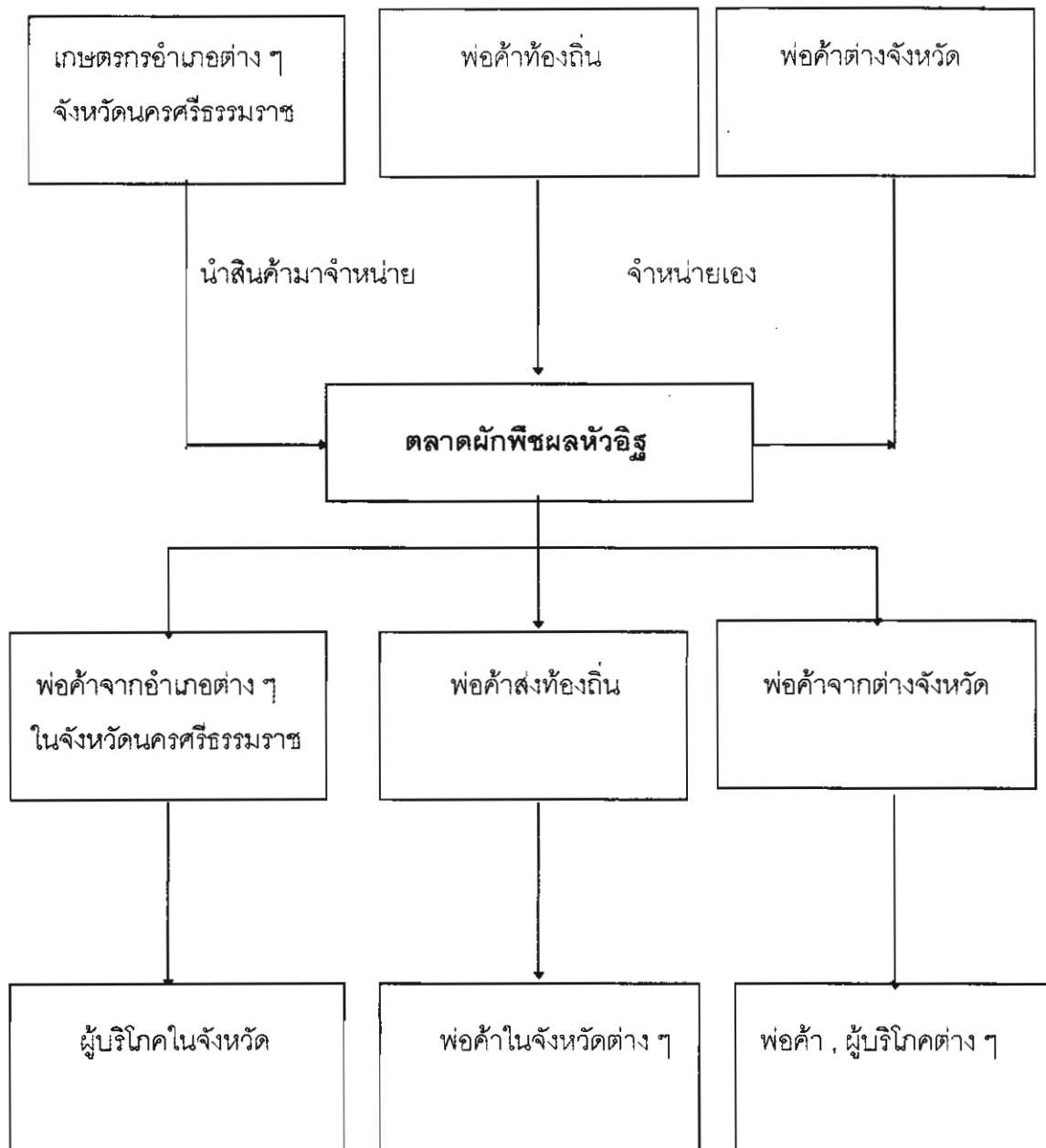
ปัจจัยทางด้านกายภาพได้แบ่งตามสภาพพื้นที่ ของชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงตลาด สถานที่ก่อตั้งตลาดเป็นพื้นที่ ๆ เหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง เช่น ปัจจัยทางกายภาพ นอกตลาดที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ มีธุรกิจการค้า และการธนาคารมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว พื้นที่

บริเวณสองฟากถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4016 เป็นย่านชุมชนที่แออัด ในขณะนี้มี การขยายสาขาของธนาคารหลายแห่ง เช่น ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงเทพฯ ธนาคารออมสินและธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น มีการก่อสร้างสะพานลอยเพื่ออำนวยความสะดวกในการจราจร และการขนส่งสินค้า มีการจัดระเบียบของชุมชนภายนอกตลาด เนื่องจากการดูแลของเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช ถ้าจะพิจารณาถึงพื้นที่จากลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีอาคารพาณิชย์เกิดขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกับตลาดจำนวนมาก และหนาแน่นในช่วงประมาณ 2 กิโลเมตร โดยมีลักษณะยาวกันตามแนวถนนสาย 4016 ทั้งสองข้าง นอกจากตลาดจะมีสินค้าประเภทผักและผลไม้แล้วยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกิดเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ตลาดมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น กิจกรรม เหล่านั้นได้แก่ ร้านค้าส่งผักและผลไม้ ธนาคาร สถานบริการน้ำมัน ร้านอาหาร เป็นต้น

อนวัช สุวรรณเดช¹ ได้กล่าวถึงกิจกรรมที่เป็นส่วนส่งเสริมตลาดกลางผักและผลไม้ หัวอัฐิใน พ.ศ. 2534 เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดสินค้าเกษตรโดยตรง และกิจกรรมที่เป็นส่วนส่งเสริมกิจการของตลาดกลางเกษตร การมีกิจกรรมส่งเสริมเกี่ยวข้องกับตลาด เป็นการเสริมพลัง ศักยภาพของตลาด ให้มีบทบาท มีขอบข่ายการติดต่อธุรกิจค้าขายของตลาดให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น

¹ อนวัช สุวรรณเดช. อิทธิพลของตลาดกลางสินค้าเกษตรหัวอัฐิต่อการขยายตัวของเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช. หน้า 72-80.

แผนภูมิที่ 2 แสดงวิถีตลาดของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐ



จากแผนภูมิที่ 2 แสดงวิถีตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐโดยมีพ่อค้าภายในจังหวัด และต่างจังหวัดที่นำสินค้าเข้าสู่ตลาดและซื้อสินค้าของตลาดกลับไป

ลักษณะทางกายภาพที่แสดงถึงความเป็นเมืองของบริเวณตลาดกลางสินค้าเกษตรหัวอิฐ พิจารณาได้จากปัจจัยต่อไปนี้

ปัจจัยบ่งชี้	ปัจจัยที่เป็นอยู่ในช่วง พ.ศ. 2533-2539
1. ลักษณะของอาคาร	- มีการสร้างอาคารหนาแน่น เป็นแนวตามถนนรูปแบบการใช้ประโยชน์ของอาคารเพื่อการพาณิชย์
2. ลักษณะของถนน	- เป็นถนนคอนกรีตถึง 6 ช่องวิ่งนอกจากนั้นริมถนนทั้ง 2 ทางยังมีช่องสำหรับรถจักรยานยนต์
3. ลักษณะของการขนส่ง	- มีรถสาธารณะที่การขนส่งต่อเนื่องกันระหว่างเมืองและตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐ ตลอดจนถึงสี่แยกเบญญ์ อันเป็นที่ตั้งของโรงเรียนเบญจมราชูทิศจะมีรถเป็นจำนวนมากขึ้น
4. ลักษณะของการสัญจร	- มีการผ่านไปมาระหว่างพื้นที่ทั้งสองตลอดเวลา และเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นทั้งเส้นทางไปสู่จังหวัด และอำเภอต่าง ๆ ทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถานีขนส่งประจำจังหวัด
5. ระบบสาธารณูปโภค	- การประปาและการเก็บขยะบริเวณตลาดกลางสินค้าเกษตรหัวอิฐมีการวางท่อและส่งรถมาเก็บโดยเทศบาลเมืองนครศรีฯ

ปัจจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบริเวณตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐ ซึ่งมีอาคารพาณิชย์เป็นจำนวนมาก มีถนนสะดวก จากการขนส่งสาธารณะหลายชนิด รวมทั้งความคับคั่งของการจราจร และจำนวนคนมีลักษณะของเมืองจากรูปลักษณะทางกายภาพ ส่งผลให้กิจกรรมของตลาดดำเนินไปอย่างรวดเร็วในช่วงนี้

ปัจจัยทางด้านสังคม

ปัจจัยทางด้านโครงสร้างทางสังคมของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐในช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟู พ.ศ. 2533 – 3539 นั้น ระบบโครงสร้างทางสังคมของตลาดมีความสลับซับซ้อนสูงกว่ายุคแรกซึ่งเป็นยุคเปิดตลาด ความสัมพันธ์ทางโครงสร้างของกลุ่มผู้ค้าขายในตลาด เริ่มมีธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้นขนาดความไว้นื้อเชื่อใจกันมากขึ้น กลุ่มผู้ค้าพยายามที่จะสร้างโครงสร้างทางสังคมของตนเองมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการค้า และผลประโยชน์ของตนเองในอนาคต เริ่มมีการขยายตัวของกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดต่างภาค รวมถึงต่างประเทศมากขึ้น

การดำเนินงานของตลาด โครงสร้างการบริหารงานเริ่มปรากฏอย่างชัดเจน โดยมีคณะกรรมการบริหารงานด้านการตลาด ทำหน้าที่ดำเนินงานในทุก ๆ ด้านของตลาดมีการว่าจ้างบุคคลภายนอกเพื่อทำหน้าที่ดำเนินงานด้านต่าง ๆ มากขึ้น มีกฎข้อบังคับ และกฎเกณฑ์ของตลาดที่ชัดเจน ใน พ.ศ. 2538 นายสุพร อินทวิเชียร ได้เสียชีวิตลง และได้จัดตั้งเป็น “ห้างหุ้นส่วนจำกัดเจริญพันธ์” โดยมีการปรับโครงสร้างการบริหารงานของตลาดดังนี้

1. นางสาว	อินทวิเชียร	ดูแลฝ่ายการเงิน
2. นายไพโรจน์	อินทวิเชียร	บริหารงานทั่วไป
3. นายชัยสงวน	อินทวิเชียร	ผู้จัดการและฝ่ายการเงิน
4. นางสาวพิน	จโนภาส	บริหารงานทั่วไป
5. นายชัยรัตน์	อินทวิเชียร	บริหารงานทั่วไป
6. นายชัยมงคล	อินทวิเชียร	บริหารงานทั่วไป

ด้านการบริหารงานทั่วไป

ด้านการบริหารงานได้มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างทั่วถึง โดยมีลักษณะของการบริหารงานดังนี้

1. มีการประชุมร่วมกันเดือนละ 2 ครั้ง คือในวันที่ 1 และวันที่ 16 ของทุกเดือนเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของทุกฝ่าย
2. มีการสับเปลี่ยนเวรผู้ตรวจเช็ครถตรงบริเวณประตูทางเข้า-ออก เพื่อเป็นการตรวจสอบเรื่องการปฏิบัติงาน และเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้มากขึ้น
3. มีการขึ้นเงินเดือนของพนักงาน โดยจะพิจารณาจากหัวหน้างานในแต่ละฝ่ายเสนอต่อผู้จัดการเป็นลำดับ โดยมีการพิจารณาขึ้นเงินเดือน ปีละ 1 ครั้ง

ความรู้สึกของผู้ที่อยู่ในบริเวณตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐ และผู้ที่อาศัยอยู่ใกล้เคียงตลาด ปรากฏว่าผู้ที่อยู่ในบริเวณตลาดมิได้มีความรู้สึกที่ตนเองอยู่นอกเขตเมือง (ก่อน พ.ศ.

2535) ทั้งที่ส่วนใหญ่ก็ทราบว่าบริเวณนี้อยู่นอกเขตเทศบาล จะมาแบ่งว่าตนเองอยู่ในเมืองหรือนอกเมือง แต่อาศัยจากลักษณะทางกายภาพที่ตนได้พบเห็นว่ายังมีความสะดวกสบายมีตึกอาคารที่มั่นคง มีสินค้าบริการมากมาย การคมนาคมขนส่งที่สะดวก คือความรู้สึกของประชาชนโดยทั่วไป พื้นที่ทั้งสองแห่งมีความต่อเนื่องกัน ดังนั้นจึงทำให้ความรู้สึกของคนที่อยู่ในบริเวณนี้ และคนที่ผ่านไปมามีความต่อเนื่องกัน ดังนั้นจึงทำให้ความรู้สึกของคนที่อยู่ในบริเวณนี้ และคนที่ผ่านไปมา มีความรู้สึกว่าย่านนอกเมืองในขณะนั้น และใน พ.ศ. 2535 เทศบาลได้ขยายตัวมาทางด้านทิศตะวันตกรวมถึงตลาดกลางผักและผลไม้หัวอริสด้วย แต่ความรู้สึกของประชาชนแถบนั้นยังไม่มีการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงของผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาล (ก่อน พ.ศ. 2535)¹ ก็มีความรู้สึกว่าบริเวณตลาดกลางผักและผลไม้หัวอริส เป็นส่วนหนึ่งของเมือง ทั้งนี้ นอกจากลักษณะทางกายภาพแล้วยังเป็นเพราะการที่ต้องติดต่อกับบริเวณนี้อยู่เสมอเนื่องจากโรงเรียนประจำจังหวัดคือ โรงเรียนเบญจมราชูทิศ และสถานี่ขนส่งประจำจังหวัดก็ตั้งอยู่ในบริเวณนี้ทำให้การเดินทางระหว่างเมืองผ่านหัวอริสเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความรู้สึกของคนนอกเขตตลาด และภายในตลาดต่างมีความสัมพันธ์กันทางสังคม นับเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจโดยรวมของชุมชนในช่วงนี้เฟื่องฟูมาก อันจะเห็นได้จากการขยายตัวของตลาด จะเห็นได้จากการขยายตัวของชุมชน และการเติบโตของการปลูกสร้างอาคารต่าง ๆ ที่หนาแน่นไปตามแนวถนน รูปแบบการใช้ประโยชน์ของอาคารเพื่อการพาณิชย์ ธุรกิจบริการและธนาคารเกิดขึ้นหลายแห่ง เช่น ธนาคารทหารไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงศรีอยุธยา การจัดการทางด้านสาธารณูปโภคของชุมชนดีขึ้น อันส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเทศบาลใน พ.ศ. 2535 จากลักษณะพฤติกรรมของผู้ที่มีบทบาทอยู่ในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอริส พบว่าผู้ขายที่มีกิจกรรมการขายตลอดทั้งวัน ในช่วงนี้มีการรีบเร่งในเรื่องของการเดินทางเมื่อซื้อสินค้าเสร็จก็จะรีบเดินทางกลับทันที ด้วยลักษณะของการประกอบอาชีพค้าขายเช่นนี้ก่อให้เกิดข้อจำกัดเรื่องเวลา ทำให้การทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การรับประทานอาหาร การเลือกซื้อสินค้า การพบแพทย์ ฯลฯ ก็จะกระทำในบริเวณใกล้เคียงเพื่อมิให้เสียเวลา ส่งผลให้เกิดธุรกิจด้านบริการขยายตัวมากขึ้น

¹ อนุวัช สุวรรณเดช. อิทธิพลของตลาดกลางสินค้าเกษตรหัวอริสต่อการขยายตัวของเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช. หน้า 80.

สภาพทางเศรษฐกิจของประชากร

กล่าวได้ว่าเมื่อมีการจัดตั้งตลาด และตลาดได้เติบโตขึ้น การขยายตัวของการให้บริการ และการค้าประเภทอื่น ๆ ด้วย จึงนับ เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชนตามไปด้วย เพราะเหตุนี้จึงทำให้ผู้ที่อยู่ในบริเวณตลาดสามารถหาซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยไม่ต้องเดินทางเข้าไปซื้อในเมือง จึงทำให้บริเวณชุมชนนี้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ

การที่มีกิจกรรมสนับสนุนภาวะเศรษฐกิจในรูปแบบของธุรกิจบริการส่งผลให้ประชากรในบริเวณตลาดหัวอิฐโดยตรงมีอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับการเติบโตและ แข็งแกร่งของตลาดหัวอิฐ ทำให้เกษตรกร พ่อค้าแม่ค้าในตลาดหัวอิฐซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่นครศรีธรรมราชมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น ยิ่งส่งผลให้การขยายตัวในการดำเนินกิจกรรมตลาดสูงขึ้นด้วย ซึ่งกิจกรรมบริการต่าง ๆ ที่เสริมความแข็งแกร่งของตลาด จะเป็นปฏิกิริยาลูกโซ่ ทำให้ตลาดมีความมั่นคงด้วย¹

รายได้ของตลาด ตลาดมีรายได้จากหลายทาง เช่น รายได้จากการเรียกเก็บอัตราค่ารถที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในตลาด โดยที่ทางตลาดได้กำหนดอัตราต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ประเภท	ราคา/บาท
1. ค่าเช่าแผง ๆ ละ	20-50
2. ค่าชั่งน้ำหนักรถยนต์บรรทุกเล็ก	20
3. ค่าชั่งน้ำหนักรถยนต์บรรทุกหกล้อ	30
4. ค่าชั่งน้ำหนักรถยนต์บรรทุกสิบล้อ	40
5. รถบรรทุก 4 ล้อ	30
6. รถบรรทุก 6 ล้อธรรมดา	60
7. รถบรรทุก 6 ล้อบรรทุกกะหล่ำและดอก	120
8. รถบรรทุก 10 ล้อธรรมดา	100
9. รถบรรทุก 10 ล้อบรรทุกกะหล่ำและดอก	170

¹ ผลการสัมมนาวิเคราะห์แม่ค้าตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ. 18 สิงหาคม 2542.

จากการสัมภาษณ์นางหนูเหวียน แก้วโคก¹ พนักงานเก็บเงินประตูทางเข้าได้กล่าวว่า ในช่วงมีรถเข้าสู่ตลาดมากสามารถเรียกเก็บค่ารถได้ประมาณ 8,000.- 9,000 บาท/วัน ส่วนในช่วงที่มีผลไม้มตามฤดูกาลมีมากก็สามารถเรียกเก็บได้มากขึ้น

รายได้จากการให้บริการเช่ารถเข็น ในราคาคันละ 30 บาท/วัน ตลาดมีรถให้เช่าประมาณ 150 คัน ฉะนั้นสามารถเรียกเก็บค่าเช่ารถได้ประมาณวันละ 4,000-4,500 บาท

รายได้จากการเก็บค่าวางสินค้าจำหน่ายในตลาดสดหากวางกับพื้นจะเรียกเก็บรายละ 5 บาท ส่วนแม่ค้าที่ขายในแผงของตลาดสดจะเรียกเก็บ 10 บาท ตลาดสามารถเรียกเก็บเงินจากตลาดสดได้ประมาณวันละ 1,000-1,200 บาท/วัน

กลไกและวิถีตลาด

การเปลี่ยนแปลงในด้านของกลไกของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐได้มีการเปลี่ยนแปลงไปดังนี้

วิธีการซื้อขายสินค้า เดิมวิธีการซื้อขายเป็นแบบตกลงราคากันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายที่เกษตรกรนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดเอง มีการชำระเงินเป็นเงินสด และส่งมอบสินค้ากันทันทีที่ตกลงราคาซื้อขายกันได้ ในส่วนของพ่อค้าท้องถิ่นก็เริ่มมีมากขึ้น โดยการรับซื้อสินค้าจากเกษตรกรจากแหล่งผลิตมาจำหน่ายในตลาดให้แก่พ่อค้าปลีก และพ่อค้าส่งส่วนใหญ่จะขายให้แก่เจ้าประจำ การชำระเงินจะชำระเป็นงวด ๆ คือเมื่อนำสินค้ามาส่งให้พ่อค้าท้องถิ่นจะยังไม่เก็บเงินค่าสินค้าครั้งต่อไป เมื่อสินค้ามาส่งก็จะเก็บเงินครั้งต่อไปก่อนยังไม่เก็บครั้งใหม่ นอกจากพ่อค้าท้องถิ่นจะจำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกและพ่อค้าส่ง บางรายจะเป็นผู้รวบรวมสินค้าจากท้องถิ่นไปจำหน่ายยังจังหวัดต่าง ๆ เสียเองรวมทั้งกรุงเทพฯ ซึ่งจำนวนพ่อค้าเหล่านี้จะมีมากขึ้น กว่าในช่วงเปิดตลาด

พ่อค้าจากต่างจังหวัด เริ่มนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดแห่งนี้มากขึ้น ส่วนมากได้แก่กะหล่ำปลี หอมแดง กระเทียม เป็นต้น ผู้ค้าเหล่านี้จะนำมาจำหน่ายส่งเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีจำหน่ายปลีกบ้างแต่ไม่มากนัก มีการชำระเงินในลักษณะเช่นเดียวกับพ่อค้าท้องถิ่น คือชำระเงินจากสินค้าครั้งก่อน และสินค้าที่จัดซื้อกันในครั้งนี้จะเรียกเก็บในครั้งต่อไป

¹ สัมภาษณ์นางหนูเหวียน แก้วโคก. พนักงานเก็บเงินประตูทางเข้าตลาดหัวอัฐ ณ ตลาดหัวอัฐ. เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2542.

การซื้อขายเริ่มเปลี่ยนแปลง เดิมพ่อค้าคนกลางมีเพียงไม่กี่ราย ก็เริ่มมีระบบนายหน้า มาโดยกำหนดหน้าที่ขายสินค้าให้เกษตรกร หรือผู้ค้าท้องถิ่น จะคิดอัตราค่าบริการในอัตราที่ถูก หรือแพงกว่าเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณและราคาสินค้าในช่วงเวลานั้น ๆ

วิถีตลาดของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐ จากวิถีตลาดเดิมซึ่งพ่อค้าส่วนใหญ่ได้นำ สินค้ามาจำหน่าย เป็นเกษตรกรจากอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดนครราชสีมา ในช่วงนี้จำนวน พ่อค้ากลุ่มนี้ลดลง แต่พ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยกลับมีมากขึ้น ทั้งนี้เพราะเกษตรกรบางรายที่นำ สินค้ามาจำหน่ายได้พัฒนาตนเองขึ้นเป็นพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อย และรายใหญ่ในที่สุด

พ่อค้าจากต่างจังหวัดที่นำสินค้ามาจำหน่าย เริ่มมีมากขึ้นกว่าในช่วงแรก¹ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพ่อค้าจากต่างจังหวัดในภาคใต้ และรวมถึงจังหวัดชายแดนพ่อค้าเหล่านี้มีบทบาทต่อ ตลาดสูงมากในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู การซื้อของจากพ่อค้าต่างประเทศได้ผ่านพ่อค้าคนกลางใน จังหวัดชายแดน เช่น พ่อค้าจากจังหวัดนราธิวาส ยะลา สงขลา และสตูล เป็นต้น พ่อค้าเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องคัดเลือกสินค้าด้วยตนเอง เพียงแต่ใช้โทรศัพท์ เพื่อการสั่งซื้อสินค้า โดยให้พ่อค้า คนกลาง ซึ่งอาจเป็นพ่อค้าท้องถิ่น หรือพ่อค้าต่างจังหวัดที่เข้ามาอาศัยอยู่ในตลาด เป็นผู้ดำเนินการ จัดซื้อแล้วจัดส่งไปยังลูกค้าปลายทาง ซึ่งดูรายละเอียดได้จากแผนภูมิวิถีตลาด

ผู้ชาย ได้แก่เกษตรกร ในช่วงนี้มีเกษตรกรจากอำเภอต่าง ๆ นำผลผลิตของตนมา จำหน่าย พ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่และรายย่อยเพิ่มขึ้น โดยที่พ่อค้าท้องถิ่นจะไปรับซื้อสินค้าจาก เกษตรกรมาจำหน่ายที่ตลาด บางรายมีรถไปรับซื้อจากต่างจังหวัดมาจำหน่าย พ่อค้าท้องถิ่น เหล่านี้มีจำนวนมากขึ้น โดยมีการขายปลีกและขายส่งแต่มีปริมาณการขายส่งที่สูงกว่า

ผู้ซื้อ ในช่วงนี้ได้แก่พ่อค้าท้องถิ่นจากอำเภอต่าง ๆ และพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีกจะซื้อ สินค้าไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคภายในจังหวัด พ่อค้าส่งรับซื้อสินค้าส่งไปยังจังหวัดต่าง ๆ บางราย จะเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ชาย โดยรับซื้อสินค้าจากตลาดไปยังจังหวัดต่าง ๆ แล้วจะซื้อสินค้าจาก จังหวัดนั้น ๆ มาจำหน่ายด้วย ส่วนพ่อค้าจากต่างจังหวัด จะซื้อสินค้าไปจำหน่ายในจังหวัดของ ตน และมีบางรายจะนำสินค้าจากจังหวัดของตนมาจำหน่าย และรับซื้อสินค้าจากตลาดกลับไป ด้วย

บรรยากาศของตลาดโดยทั่วไปในช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟูนั้น บรรยากาศของตลาดโดยรวมค่อนข้างคึกคักตั้งแต่ช่วงเปิดตลาดคือเวลา 05.00 น. ถึงเวลา 18.00 น. ซึ่งเป็นช่วงปิดตลาด

¹ สัมภาษณ์นายวิทยา ฤทธิชัย. พ่อค้าตลาดหัวอัฐ ณ ตลาดหัวอัฐ. เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2542.

ในส่วนของผู้ซื้อและผู้ขายจะเป็นบรรยากาศของการเก็งกำไร ทุกคนต่างแสวงหาผลกำไร เพื่อโอกาสทางการค้ามากยิ่งขึ้น บรรยากาศของตลาดแบ่งออกเป็นส่วน ๆ ได้ดังนี้

ด้านระบบการขนส่งสินค้า การขนส่งสินค้า การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นบรรยากาศการขนส่งทางรถยนต์ รถยนต์บรรทุกที่ใช้กันส่วนใหญ่เป็นรถบรรทุกสี่ล้อมีการตกแต่งด้วยโครงเหล็กด้านหลังกระบะรถ เพื่อสามารถเพิ่มปริมาณการบรรทุกสินค้าให้มากขึ้น นอกจากนี้ ก็จะเป็นรถบรรทุกหกล้อ และสิบล้อ โดยมีลักษณะของการขนส่ง ซึ่งแบ่งได้ตามประเภทของผู้ค้า ดังนี้

เกษตรกรและพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อย ในช่วงนี้ผู้ค้าเหล่านี้มีฐานะเศรษฐกิจค่อนข้างดี จะมีรถบรรทุกสินค้าเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่เป็นรถบรรทุกสินค้าขนาดเล็ก จะมีเกษตรกรบางรายที่ไม่มีรถบรรทุกสินค้าเป็นของตนเอง ก็จะใช้บริการรถสองแถวรับจ้าง ที่วิ่งประจำระหว่างหมู่บ้านกับอำเภอเมือง และอำเภอต่าง ๆ เข้าตัวเมือง รถสองแถวรับจ้างที่บรรทุกสินค้าในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอิฐส่วนใหญ่ เป็นรถเล็กที่มาจากอำเภอลานสกา อำเภอพรหมคีรี และอำเภอฉวาง ในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง ๆ จะเสียค่าบรรทุกสินค้าประมาณเฉลี่ย 5 บาท ในพื้นที่ไม่ไกลนัก เช่นในเขตอำเภอพรหมคีรี จะเก็บค่าขนส่งจากหน้าหน้าสินค้า

นางปรีดา หนูทอง¹ ซึ่งเป็นทั้งเกษตรกรและเจ้าของรถขนส่งสินค้าในท้องถิ่น อำเภอพรหมคีรี กล่าวว่า ตนเองได้ติดต่อแม่ค้าในตลาดประมาณ 3-5 ปีมาแล้ว สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดได้แก่ ถั่วฝักยาว แตงกวา และแตงโม เป็นต้น โดยจะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด วันเว้นวัน ในตอนเช้ารถของตนเองจะเก็บถั่วฝักยาวจากเกษตรกร ตามที่ได้นัดหมายไว้วางตามไว้ริมถนน เพื่อให้นำไปขายในตลาด โดยเรียกเก็บค่าบริการในราคากิโลกรัมละ 50 สตางค์ โดยผู้ขายจะนำสินค้าไปขายในตลาด แล้วจึงนำเงินมาให้กับเกษตรกร ซึ่งเป็นลูกค้าประจำของตน นอกจากรถบรรทุกเล็กที่วิ่งในหมู่บ้าน และในบริเวณใกล้เคียง ๆ ตลาดยังมีรถจักรยานยนต์รับจ้าง ที่ได้รับการดัดแปลง เพื่อให้สามารถบรรทุกสินค้าได้มากขึ้น หรือที่เรียกในท้องถิ่นว่ารถพ่วงข้าง

พ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ บรรยากาศการซื้อขายของพ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ส่วนมาก พ่อค้าเหล่านี้จะมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง มีทั้งรถสี่ล้อธรรมดา สี่ล้อที่ได้รับการดัดแปลง หกล้อ และสิบล้อซึ่งบางรายมีบริการให้เช่ารถด้วย โดยจะรับซื้อสินค้าจากตลาดและบรรทุกไปจำหน่ายยังต่างจังหวัดเพียงอย่างเดียว ไม่ได้บรรทุกสินค้าชนิดอื่นกลับมาด้วย และมีพ่อค้าท้องถิ่นบางราย

¹ สัมภาษณ์นางปรีดา หนูทอง. เกษตรกรเจ้าของรถอำเภอพรหมคีรี ณ หน้าวัดอินคีรี อำเภอพรหมคีรี. เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2542.

นำรถไปซื้อสินค้าจากต่างจังหวัดมาจำหน่ายที่ตลาด และบางรายนั้นจะส่งสินค้าเข้ากรุงเทพฯ โดยใช้บริการรถรับจ้างบรรทุก

นางเสรี สงทวน¹ แม่ค้าขายส่งผักคะน้า ผักกาดขาว กล่าวว่า ตนจะรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าประจำ ว่าต้องการผักอะไรเท่าไร เช่นจากหาตใหญ่ต้องการคะน้า 2 ตัน ผักกาดขาว 3 ตัน ตนก็จะส่งรถไปรับผักจากเจ้าประจำแถว ๆ อำเภอปากพันธ์ หากไม่พอจะสั่งซื้อจากกรุงเทพฯ โดยนำรถไปรับมาเอง หรือเหมารถจากกรุงเทพฯ ลงมา แต่ส่วนใหญ่จะนำรถไปรับซื้อจากเกษตรกรในพื้นที่

รถบรรทุกสินค้าที่วิ่งระหว่างนครศรีธรรมราชกับกรุงเทพฯ โดยเสียค่าบริการเฉลี่ย 30-50 บาท พ่อค้าส่วนใหญ่ในช่วงนี้จะเป็นบรรยากาศของการค้าแบบเป็นลูกค้าประจำกันไม่ต้องไปเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง จะฝากสินค้าไปกับรถบรรทุกโดยใช้โทรศัพท์ติดต่อซื้อขายกัน และการชำระเงินโดยผ่านธนาคารมากขึ้นกว่าในช่วงแรก

พ่อค้าจากต่างจังหวัด บรรยากาศด้านการค้าของกลุ่มพ่อค้าต่างจังหวัดนั้นในด้านการขนส่ง พ่อค้าต่างจังหวัดจะมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง และว่าจ้างรถบรรทุกสินค้าทั้งรถบรรทุก สี่ล้อ รถบรรทุกหกล้อ และรถบรรทุกสิบล้อ ซึ่งพ่อค้าเหล่านี้เพียงไม่กี่ราย โดยจะซื้อสินค้ามาจำหน่ายในตลาด บางรายมาตั้งหลักแหล่งในตลาดโดยการเช่าอาคารพาณิชย์หรือแผงสินค้าขนาดใหญ่ แต่ในบางรายเที่ยวกลับก็จะซื้อสินค้าบรรทุกกลับไป

บรรยากาศด้านการขนถ่ายสินค้า การขนถ่ายสินค้าในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐ โดยผู้นำรถเข้ามาในตลาดต้องจ่ายค่าบริการตรงประตูทางเข้าตลาดในอัตราที่ทางตลาดได้กำหนดไว้ดังนี้

อัตราค่าบริการตรงประตูทางเข้าตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐ

รถบรรทุก 4 ล้อธรรมดา ค่าบริการ	60 บาท
รถบรรทุก 4 ล้อบรรทุกกะหล่ำและดอก ค่าบริการ	100 บาท
รถบรรทุก 4 ล้อใหญ่ ค่าบริการ	70 บาท
รถบรรทุก 4 ล้อใหญ่บรรทุกกะหล่ำดอก ค่าบริการ	120 บาท
รถบรรทุก 6 ล้อธรรมดา ค่าบริการ	80 บาท
รถบรรทุก 6 ล้อบรรทุกกะหล่ำปลีและดอก ค่าบริการ	150 บาท
รถบรรทุก 10 ล้อธรรมดา ค่าบริการ	120 บาท

¹ สัมภาษณ์นางเสรี สงทวน. แม่ค้าตลาดหัวอัฐ ณ ตลาดหัวอัฐ. 22 กรกฎาคม 2542.

รถบรรทุก 10 ล้อบรรทุกกะหล่ำปลีและดอก ค่าบริการ	220 บาท
รถพ่วงข้าง ค่าบริการ	20 บาท
รถเข็น ค่าบริการ	10 บาท

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพลวัตตลาดหัวอิฐ ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 - 2541

ปัจจัยทางด้านกายภาพ

ปัจจัยทางด้านกายภาพ ลักษณะทางด้านกายภาพของตลาดในช่วงนี้มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก มีเพียงในส่วนด้านพื้นที่ของตลาดมีการขยายตัวไปทางด้านทิศใต้ ข้อมูลจากการสำรวจของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2541 พบว่าสภาพทั่วไปของตลาดประกอบด้วย อาคารสำนักงาน 1 หลัง สถานที่ซื้อขาย 6 หลัง ลานคอนกรีต 4 แถว อาคารค้าส่ง 18 หลัง อาคารค้าส่ง 18 หลัง อาคารค้าปลีก 500 หลัง และลานจอดรถที่สามารถจอดรถสินค้าได้ประมาณ 500 คัน ในช่วงนี้ได้มีการสร้างแผงสินค้าเพิ่มเติมมีทั้งแผงสินค้าแบบชั่วคราวและแบบถาวร ดังรายละเอียดแผนผัง 2 แสดงโครงสร้างของตลาด ในส่วนของลักษณะทางกายภาพภายนอกตลาดในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ไม่ได้มีอะไรเปลี่ยนแปลงมากนัก มีเพียงการก่อตั้งและการขยายของกิจการของธนาคารมากขึ้น ในส่วนของบริษัทและห้างร้านที่จำหน่ายสินค้าฟุ่มเฟือยมีบางประเภทที่ปิดกิจการลง หรือลดขนาดของกิจการลง เช่น บริษัทจำหน่ายรถยนต์ฮุนไดโตโยต้า และนิสสัน ได้ลดปริมาณพนักงานลง แต่ในทางกลับกันปริมาณการบริโภคอาหารยังคงเดิมจึงทำให้เกิดการขยายตัวของร้านอาหารประเภทแผงลอยหรือรถเข็นบริเวณชุมชนบ้านหัวอิฐมากขึ้น

การขยายตัวของตลาดในช่วง พ.ศ. 2540-2541 ตลาดมีการขยายตัวบ้าง ซึ่งไม่มากนัก ขยายไปทางด้านทิศใต้ โดยมีการเทพื้นคอนกรีตและกำหนดให้ผู้เข้าทำการค้าเช่าแผงสินค้า ตามขนาด เช่น 4x4 เมตร 4x8 เมตร เป็นต้น โดยที่ทางตลาดเป็นผู้กำหนด แผนผังของตลาดทั้งหมด ในส่วนของผู้เช่าแผง จะต้องปลูกสร้างแผงของตนเองตามรูปแบบที่ทางตลาดเป็นผู้กำหนด ส่วนใหญ่ใช้วิธีการเดินเท้าพร้อมพื้นที่ที่เช่าไว้ ซึ่งราคาเช่าทางตลาดได้คิดค่าเช่าช่วง เปิดแผงครั้งแรกแผงละ 3,000 บาท นอกจากนั้นก็ยังมีเรียกเก็บเป็นรายวัน ๆ ละ 100-120 บาท/วัน ตามขนาดของแผง สำหรับแม่ค้าซึ่งจำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดมานานจะได้รับส่วนลดในการจ่ายค่าแผงโดยทางตลาดคิดค่าเช่าให้แผงละ 80 บาท/วัน

ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดประกอบด้วย รถปิกอัพ 2 คัน รถตัก 1 คัน เครื่องคัดเกรดสินค้า 10 เครื่อง เครื่องโหลสาร 1 เครื่อง เครื่องโหลศัพท์ 5 เครื่อง รถเข็น 250 คัน ร่มกันแดด 500 คัน และที่รองรับขยะมูลฝอย 20 แห่ง

ปัจจัยทางด้านสังคม

ปัจจัยทางด้านสังคม สภาพสังคมของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอริฐ อันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงนี้ลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ทำการค้าภายในตลาดยังเป็นกลุ่มผู้ทำการค้าในกลุ่มเดิม

การชำระค่าสินค้า คณะวิทยาการจัดการ¹ ได้ศึกษาเรื่องการสำรวจการจัดการตลาดของพ่อค้าและสินค้าในตลาดหัวอริฐของนักศึกษา สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช พบว่าการชำระเงินค่าสินค้ายังคงใช้การชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 50.42 เงินเครดิต ร้อยละ 12.50 และทั้งสองอย่าง ร้อยละ 37.08 จะเห็นว่าความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ซื้อขาย ยังคงมีความสัมพันธ์มีความไว้วางใจกันอยู่เหมือนกับช่วง พ.ศ.2533 -2534

ส่วนผู้เข้ามาทำการค้าในตลาด มีภูมิลำเนาในจังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 81.25 และจากต่างจังหวัดร้อยละ 18.75 (ดูแผนภูมิที่ 4 แผนผังแสดงภูมิลำเนาของพ่อค้าตลาดหัวอริฐ) และจากการศึกษาถึงระยะเวลาในการประกอบอาชีพค้าขายในตลาดหัวอริฐพบว่าร้อยละ 42.08 เป็นผู้ที่เข้าทำการค้าในตลาด 10 ปีขึ้นไป (ดูแผนภูมิที่ 5 แสดงระยะเวลาในการประกอบอาชีพค้าขายในตลาดหัวอริฐ) ฉะนั้นความสัมพันธ์ทางสังคมจึงเป็นไปอย่างแน่นแฟ้น เพราะระยะเวลาที่อยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือเผื่อแผ่ต่อกันยาวนานนับ 10 ปี ทั้งยังก่อให้เกิดอาชีพค้าขายขยายไปยังลูกหลานต่อไปในอนาคต

ในเรื่องของระดับการศึกษา ในช่วง พ.ศ.2540 - 2541 ซึ่งเป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ผู้จบชั้นประถมศึกษาร้อยละ 52.08 มัธยมศึกษาร้อยละ 34.17 อนุปริญญาร้อยละ 6.67 และปริญญาตรีร้อยละ 7.08 (ดูแผนภูมิที่ 6 แสดงระดับการศึกษาของพ่อค้าในตลาดหัวอริฐ) จะเห็นได้ว่าผู้ทำการค้าขายในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอริฐได้รับการศึกษาสูงขึ้น ทั้งอีกส่วนหนึ่งที่ถูกออกจากรานทำให้ต้องแสวงหาอาชีพใหม่ให้กับตนเอง ฉะนั้นระดับการศึกษาจึงมีตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับปริญญาตรี ทำให้สภาพสังคมในตลาดมีการศึกษาต่างระดับกันมากขึ้น การทำการค้าขายแสวงหาผลกำไรและผลประโยชน์ให้กับตนเองมากขึ้น

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ จากการศึกษาของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช เรื่องการสำรวจการจัดการตลาดของพ่อค้าและสินค้าเกษตรในตลาดหัวอริฐ พ.ศ. 2541 พบว่าแหล่งที่มาของพืชผักผลไม้ ที่เข้าสู่ตลาดกลางผักและผลไม้หัวอริฐส่วนใหญ่มาจากภายในจังหวัดและหลายจังหวัดจากต่างภูมิภาคของประเทศ

¹ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช. การสำรวจการจัดการตลาดของพ่อค้าและสินค้าการเกษตรในตลาดหัวอริฐ. หน้า 39.

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด

ลักษณะทางด้านกายภาพของตลาดในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541 การเปลี่ยนแปลงของตลาดในช่วงนี้มีไม่มากนัก ดังปรากฏในด้านต่าง ๆ ได้แก่

โครงสร้างและระบบของตลาด การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของตลาด ได้เปลี่ยนแปลงไปจากช่วงที่หนึ่งและช่วงที่ 2 ในลักษณะรูปแบบโครงสร้างด้านพื้นที่ของตลาด จากพื้นที่ด้านหลังตลาดซึ่งเดิมเป็นการถมที่เพื่อเป็นลานจอดรถสำหรับลูกค้า ได้ขยายเป็นการปรับพื้นผิวบริเวณนั้นทั้งหมดด้วยการเทพื้นคอนกรีต และสร้างแผงสินค้าเพิ่มขึ้นจัดระบบระเบียบมากขึ้น ลักษณะของแผงสินค้าเป็นแบบกึ่งถาวร แผงสินค้ามีขนาด 4X4 , 4X6 , 4X8 ตารางเมตร คือ โครงสร้างเป็นหลักทางด้วยผ้าเด้นท์ หลังคามุงสังกะสีบ้าง ครอบ ๆ แผงกันด้วยเหล็กดัดลวดลายต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปาและโทรศัพท์ครบครัน เครื่องอำนวยความสะดวกที่จัดให้มีขึ้นในตลาด ได้แก่ รถตัก เครื่องคัดเกรดสินค้า เครื่องโหลสาร เครื่องโทรศัพท์ และที่รองรับขยะมูลฝอย เป็นต้น

ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างการบริหารงานมีการกำหนดคณะกรรมการของตลาดไว้อย่างชัดเจน มีคณะทำงานในตลาดทั้งสิ้นกว่า 60 คน มีการแบ่งภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ

ระบบของตลาดในช่วง พ.ศ. 2540 –2541 ระบบการซื้อขายใช้วิธีการซื้อขายสินค้าโดยวิธีการต่าง ๆ เช่นด้วยการเห็นสินค้า และตัดสินใจซื้อหรือขายสินค้าโดยผ่านนายหน้า ผู้ค้าส่วนใหญ่จะมีทั้งพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อย พ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ พ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยต่างจังหวัดและพ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ต่างจังหวัด ในส่วนของเกษตรกรในช่วงนี้ที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่ายเองจะพบน้อยกว่าช่วงที่หนึ่งและช่วงที่สอง ยังมีวิธีการซื้อขายสินค้าอีกวิธีหนึ่ง คือ ผู้ซื้อส่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ไม่ได้มาเลือกสินค้าด้วยตนเองเพียงแต่ให้ผู้ขายซึ่งอาจเป็นพ่อค้าท้องถิ่นหรือผู้ค้าต่างจังหวัดมาทำหน้าที่จัดส่งสินค้าให้ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่วนการชำระเงินของสินค้าในงวดที่ 1 เมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าของงวดที่สองที่ส่งไปยังมือผู้ซื้อสินค้าเองบ้างเป็นคราว ระบบดังกล่าวนี้ผู้ค้าแต่ละรายมิได้เลือกวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งแต่ใช้หลาย ๆ วิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนของสินค้าและลักษณะของผู้ค้า เป็นต้น

กลไกและวิถีตลาด

วิธีการที่สินค้าจากแหล่งผลิตต่าง ๆ เข้าสู่ตลาด ในช่วงนี้กระบวนการซื้อขายสินค้าจนสินค้าไปถึงผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงที่สองไม่มากนัก ดังได้แบ่งลักษณะกลไกของตลาดด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

วิธีการซื้อขายสินค้าในช่วงนี้มีอาจจะสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อขายสินค้าได้ใช้วิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อซื้อขายสินค้า แต่จะใช้หลาย ๆ วิธี คือ การซื้อขายสินค้าด้วยการเห็นสินค้าและตัดสินใจเลือกซื้อชำระกันด้วยเงินสด การซื้อขายสินค้า โดยผ่านนายหน้าเพื่อซื้อขายสินค้าเช่น การขนส่ง การชำระเงินผ่านนายหน้า หรือการซื้อขายสินค้าโดยใช้ระบบการสื่อสารที่มีความทันสมัยมากขึ้น ได้แก่ จดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร ส่งถึงผู้ขายและชำระเงินโดยผ่านธนาคารและชำระด้วยเงินสด เมื่อมาเลือกซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

จากการศึกษาของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช เรื่อง การสำรวจการจัดการตลาดของพ่อค้าและสินค้าเกษตรในตลาดหัวอูฐในปี พ.ศ. 2541 พบว่า วิธีการซื้อขายสินค้าผู้ซื้อโดยตรงมีจำนวน ร้อยละ 37.5 จัดซื้อโดยผ่านพ่อค้าคนกลางมีจำนวน ร้อยละ 62.5 ลักษณะการซื้อขายสินค้าร้อยละ 50 เป็นการขายปลีก ส่วนการขายส่งมีจำนวน ร้อยละ 3.75 ใช้วิธีการทั้งสองอย่างร้อยละ 46.25 ซึ่งเดิมในตลาดแห่งนี้ใช้วิธีการขายส่งมากกว่าขายปลีก ต่อมาการค้ามีการแข่งขันกันมากขึ้น ลักษณะของการขายจึงใช้วิธีการบูรณาการทั้งสองวิธีการเข้าด้วยกันเพื่อจะให้จำหน่ายสินค้าให้ได้มากที่สุด

การกำหนดราคาสินค้าของผักและผลไม้ในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอูฐ ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจนี้ จากการศึกษานักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช พบว่ายังคงใช้วิธีการกำหนดราคาแบบเดิม คือ การกำหนดราคา พ่อค้าแม่ค้าจะโทรศัพท์สอบถามไปที่ตลาดในกรุงเทพฯ พ่อค้ารายใหญ่ในตลาดหัวอูฐกำหนดเอง และโดยวิธีการอื่น ๆ เช่น ตลาดเป็นผู้กำหนดหรือกลุ่มแม่ค้ารายย่อยเป็นผู้กำหนด

ผู้ซื้อและผู้ขาย จากการสำรวจของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวนผู้ซื้อในตลาดกลางผักและผลไม้หัวอูฐพบว่า ผู้ส่งออกมีจำนวน 5 ราย พ่อค้าคนกลางรายใหญ่ 10 ราย และผู้ซื้อท้องถิ่น และผู้บริโภค จำนวน 730,000 รายต่อปี มูลค่าการซื้อขายสินค้าเฉลี่ยต่อปี 5,000,000 บาท ในช่วงนี้พ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยได้พัฒนาตนเองขึ้นเป็นพ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ ส่วนพ่อค้าต่างจังหวัดรายย่อยก็กลายกลายเป็นพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยและรายใหญ่นั้นในกลุ่มผู้ซื้อขายบางรายในช่วงนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่ในทางกลับกันในบางรายที่ประสบกับปัญหาการทำการค้าที่ขาดทุน ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ก็ได้เปลี่ยนแปลงจากพ่อค้ารายใหญ่เป็นรายย่อย จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่ค้าที่ทำการค้าในตลาดในระยะเวลาที่นานเกิน 10 ปี มีบางคนพัฒนาการค้าขายตนเองเป็นอันมาก สามารถขยายแผงสินค้าให้แก่ลูกหลานต่อไปได้อีก

บรรยากาศของตลาด

บรรยากาศของตลาดในช่วง พ.ศ. 2540 – 2541 บรรยากาศโดยทั่วไปยังคงมีความคึกคัก เห็นได้จากพื้นที่ของตลาดที่ขยายตัวในช่วงนี้ ยังคงทำให้ตลาดมีความคับแคบ ในช่วง

เวลา 9.00 – 14.00 น. จะเห็นได้ว่าการขยายตัวทางด้านกายภาพ ชว่งนี้ยังคงช้ากว่าการขยายตัวของตลาดที่ผ่านมา จากลักษณะของกลุ่มผู้ซื้อขายที่เพิ่มปริมาณมากขึ้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าตลาดแห่งนี้ไม่มีผลกระทบต่อการซื้อขายสินค้ามากเท่าใดนัก

บรรยากาศด้านการลงทุนมีอยู่ในต้นปี พ.ศ. 2540 ซึ่งธนาคารได้ปล่อยสินเชื่อปล่อยลง อันเนื่องจากขาดความมั่นใจต่อสภาวะเศรษฐกิจทำให้การลงทุนชะงักลงไปบ้าง ด้านการซื้อขายในปลายปี 2541

ลักษณะของรถที่เข้า – ออกในช่วงนี้จะมีรถหลายประเภทที่เข้าสู่ตลาด เช่น รถมอเตอร์ไซด์ธรรมดา รถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้าง รถบรรทุก 4 ล้อเสริมโครงเหล็กด้านข้างสูง รถบรรทุก 6 ล้อ และรถบรรทุก 10 ล้อ รถเหล่านี้เข้าสู่ตลาดตามช่วงเวลาของสินค้า หากเป็นรถบรรทุกที่บรรทุกสินค้าจากต่างจังหวัด เช่น จังหวัดในภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเข้าสู่ตลาดในช่วงเช้า ส่วนรถที่เข้าสู่ตลาดด้วยรถ 4 ล้อธรรมดา หรือเสริมโครงเหล็ก 6 ล้อ และรถ 10 ล้อ ซึ่งจะมียูบ้างไม่มากนักจะเป็นรถที่มาจากจังหวัดต่าง ๆ ภายในภาคใต้ สินค้าเหล่านี้จะเข้าสู่ตลาดช้ากว่าสินค้าที่มาจากภาคกลางและภาคเหนือ ส่วนรถบรรทุกสินค้าภายในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่จะเป็นรถบรรทุก 4 ล้อ และมีมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างเป็นจำนวนมากพอควร สำหรับสินค้าที่มาจากตำบลต่าง ๆ ในอำเภอเมือง จะเข้าสู่ตลาดใน 2 ช่วง คือ 8.00 – 10.00 น. และ 13.00 – 15.00 น.

กล่าวได้ว่ารถเข้า-ออกในช่วงนี้ ประตูทางเข้า-ออก ที่ทางตลาดได้กำหนดให้มีขึ้นอย่างพอดีคือมีทางเข้า 2 ทาง คือตรงประตูที่ 2 และประตูที่ 4 และทางออก 3 ทาง รวม 5 ทาง ทำให้การจราจรภายในตลาด ไม่ติดขัดเหมือนช่วงที่สอง และการขยายลานจอดรถของตลาดทางด้านหลังทำให้การจราจรโดยรวมของตลาดดีขึ้น

จากการสัมภาษณ์นายสมพงศ์ สุขปาน¹ เจ้าหน้าที่เก็บเงินประตูที่ 4 ของตลาดได้กล่าวว่าในช่วงนี้รถที่เข้าสู่ตลาดลดลงกว่าตอนต้นปีมาก เดิมเคยเก็บค่ารถได้ประมาณวันละ 7,000 – 8,000 บาท ส่วนทางด้านประตูที่ 2 เจ้าหน้าที่เก็บเงินก็ประสบปัญหาเก็บเงินค่ารถได้ลดลงเช่นกัน จากการสำรวจของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปริมาณการซื้อขายลดลง แต่ในขณะที่จำนวนผู้ขายกลับเท่าเดิม จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่ค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยพบว่าขณะนี้ขายสินค้าได้ลดลง โดยเฉพาะสินค้าประเภทผลไม้ เช่น แอปเปิล ส้ม และอื่น ๆ ทำให้แผงสินค้าบางแผงต้องปิดตัวลง หรือลงจำนวนแผงสินค้าลง

¹ สัมภาษณ์นายสมพงศ์ สุขปาน เจ้าหน้าที่ตลาดหัวอิฐ ณ ตลาดหัวอิฐ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2541.

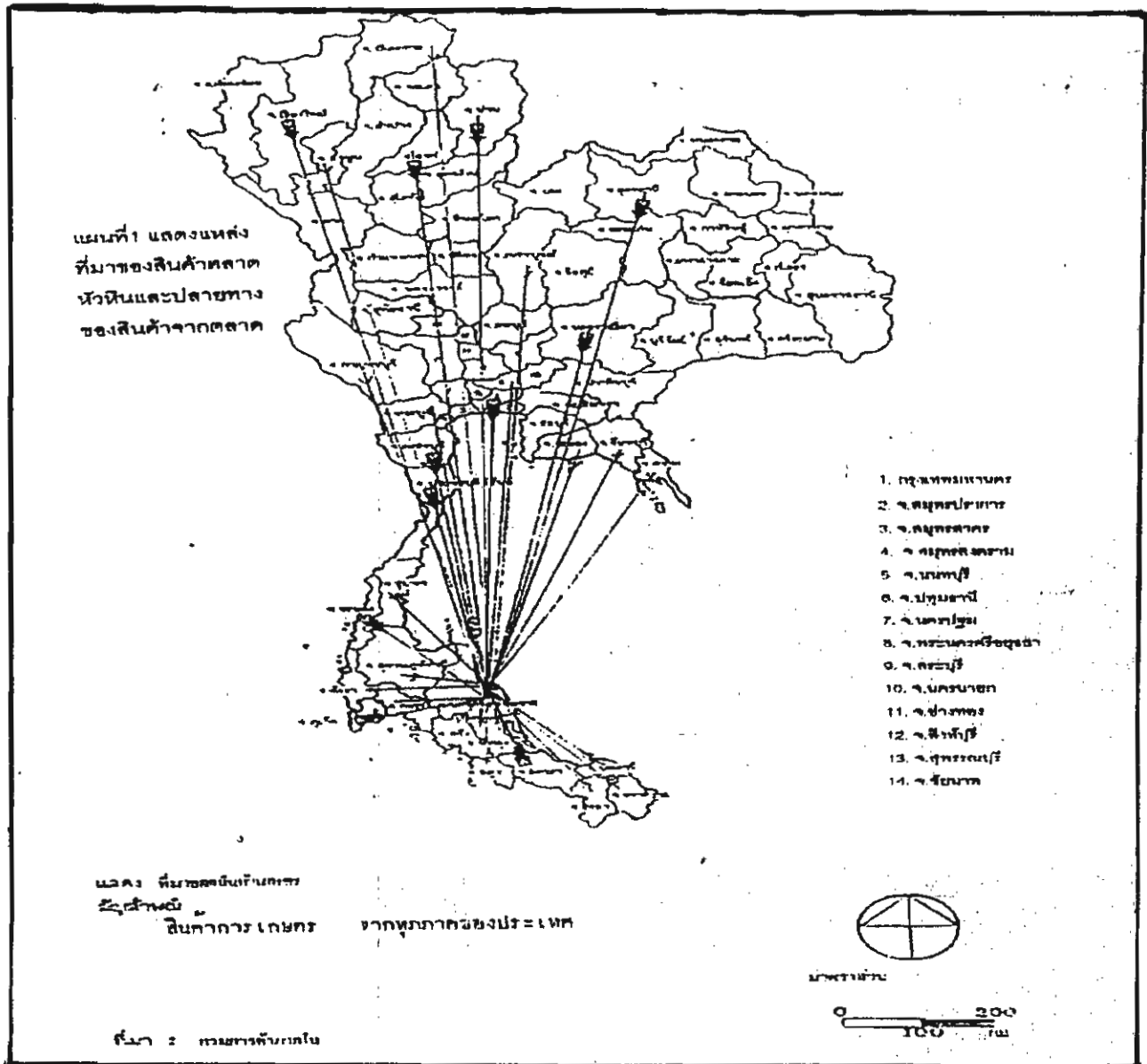
ชนิดและที่มาของสินค้า สินค้าที่เข้าสู่ตลาดในช่วงนี้มีชนิดและพันธุ์ต่าง ๆ ของผักและผลไม้ต่าง ๆ เข้าสู่ตลาดมากและสม่ำเสมอ สินค้าที่เข้าสู่ตลาดส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้าภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังแสดงไว้ในแผนที่แสดงแหล่งที่มาและแหล่งที่ไปของสินค้า

แผนภูมิที่ 3 แสดงโครงสร้างการบริหารงานของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐ



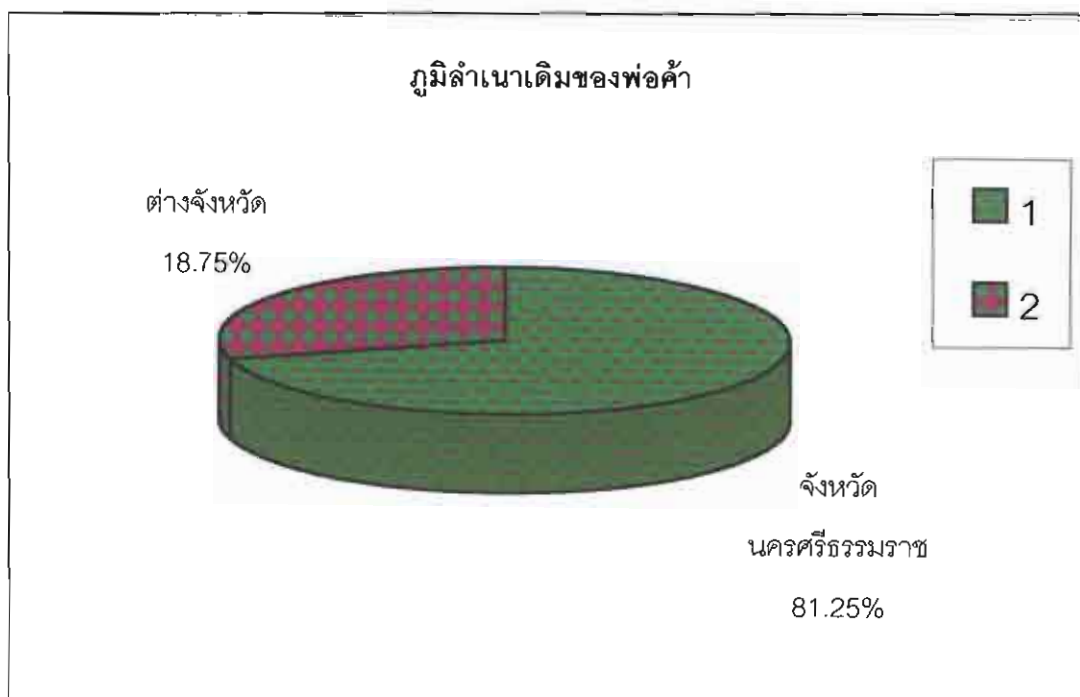
จากแผนภูมิที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการบริหารงานของตลาดกลางผักและผลไม้หัวอัฐมีการจัดระบบงานอย่างเป็นระบบในรูปแบบของคณะกรรมการ และผู้ปฏิบัติได้ชัดเจน

แผนที่ 3 แสดงแหล่งที่มาของสินค้าตลาดหัวหินและปลายทางของสินค้าจากตลาด



แผนภูมิที่ 4 แสดงภูมิถิ่นเนาของพ่อค้าตลาดหัวอิฐ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดนครศรีธรรมราช	195	81.25
ต่างจังหวัด	45	18.75
รวม	240	100



จากแผนภูมิที่ 4 พ่อค้าส่วนใหญ่มีภูมิถิ่นเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มา : การสำรวจการจัดการตลาดของพ่อค้าและสินค้าเกษตรในตลาดหัวอิฐ. 2541 หน้า 20.