

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ที่เปิดเสรีให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนจนมีลักษณะเป็นระบบทุนนิยมข้ามชาติ เช่นการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในรูปแบบ ห้างเทสโก้โลตัส ห้างบิ๊กซี ห้างคาร์ฟูร์ เป็นต้นการที่ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการขยายสาขาไปตามจังหวัด และในบางอำเภออย่างต่อเนื่อง ผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจ ค้าปลีก ข้ามชาติที่สำคัญที่สุด คือ ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กของไทยมีรายได้และจำนวนลูกค้าลดลง และสภาวะของการดำเนินงานทางธุรกิจสืบเนื่องจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่มีเงินทุนจำนวนมากสามารถจัดสรรงบประมาณ เพื่อส่งเสริมการขายทั้งการลด แลก แจก แถม รวมทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และดำเนินการจ้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ๆ แบบดั้งเดิมทั่วไปไม่สามารถทำได้ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กของไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคา ไม่สามารถทำการโฆษณา และส่งเสริมการขายได้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีสินค้าที่หลากหลาย และไม่มีศูนย์บริการครบวงจร ไม่มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิง ทำให้รายได้และลูกค้าที่มีอยู่เดิมลดลงไปเรื่อย ๆ ส่งผลให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กของไทยหลายร้านต้องเลิกกิจการไป (สุพัฒน์ ไควจักษณ์ชัยกุล และ กรวรรณ สังขกร, 2552: 77-78)

ระบบทุนนิยมข้ามชาติเป็นระบบที่เน้นแสวงหากำไร เป็นประโยชน์โดยตรงแก่นายทุนต่างชาติ นอกจากนั้นระบบทุนนิยมใช้ทุนที่มีมากกว่าผู้มีทุนน้อยกว่าออกจากการแข่งขัน เช่น ผู้ขายรายย่อยในชุมชนค่อย ๆ สูญหายไป ส่งผลให้เกิดการว่างงาน เป็นผลเสียแก่เศรษฐกิจชุมชน นอกจากนี้ระบบทุนนิยมข้ามชาติ ยังทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากอดีต โดยนิยมบริโภคอาหารจากตะวันตกกันมากขึ้น จึงทำให้อาหารไทยหลาย ๆ ชนิด ค่อย ๆ สูญหายไปจากตลาด ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้เศรษฐกิจไทยขึ้นอยู่กับการลงทุนภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งไม่ทำให้เกิดประโยชน์กับเศรษฐกิจภายในประเทศ (สุวิดา ธรรมมณีวงศ์ และคณะ, 2549 : 347) ด้วยปัญหาดังกล่าวรัฐบาลและผู้ที่เกี่ยวข้องควรจะหาทางในการแก้ไขปัญหาระบบทุนนิยมข้ามชาติ โดยการหาวิธีการที่จะทำให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งเพื่อที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น เนื่องจากเศรษฐกิจชุมชนมีลักษณะพึ่งตนเอง

พึงทรัพยากรในท้องถิ่น และพึ่งตนเองในชุมชน ผู้ขาย ผู้ผลิต ก็จะขายสินค้าในชุมชนสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นมีรายได้

นอกจากนี้ตลาดนัดชุมชนยังเป็นตัวกลางในการช่วยหมุนเวียนสินค้าให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิตในชุมชน (กุลยาธร ขวัญเพชร, 2548: 95) ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารระดับประเทศและผู้บริหารระดับท้องถิ่นควรส่งเสริมให้มีตลาดนัดให้มากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกแก่คนในชุมชนตลาดนัดในภาคใต้ มีเป็นจำนวนมาก คือพบได้ในทุกตำบล บางตำบลมีหลายแห่งกระจายไปตามหมู่บ้าน และมีตลาดนัดถึงสองวันในรอบหนึ่งสัปดาห์ ตลาดกลางสินค้าเกษตรในเมืองบางเมืองเติบโตใหญ่ขึ้นแทนตลาดดั้งเดิมที่เคยผูกขาดโดยคนจีน มีพ่อค้าแม่ค้ามากมายนับร้อยราย หรือหลายแห่งเป็นพัน ๆ คน ตามตลาดสดในเมืองใหญ่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นตลาดของเทศบาลหรือของทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ก็ตาม แม่ค้ารายย่อยที่เป็นมุสลิมเริ่มกลายเป็นแม่ค้ากลุ่มใหญ่ที่สุด ไทยพุทธแท้ ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเพียงแม่ค้าชั่วคราว นำผลผลิตออกขายเฉพาะครั้ง (สงบบ ส่องเมือง, 2546: 117)

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ถือว่าเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและมีปัญหาเกี่ยวกับการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก คำส่ง สมัยใหม่ จึงทำให้เกิดผลกระทบกับตลาดในชุมชน เช่น ตลาดขวัญเจริญ ตำบลควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยได้รับผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีก คำส่ง สมัยใหม่ จนทำให้ตลาดอยู่ในภาวะที่ซบเซา ทั้งที่เป็นตลาดที่เปิดมายาวนานกว่า 6 ปี โดยพื้นที่ของตลาดมีประมาณ 15 ไร่ 3 งานในระยะแรกเริ่มมีพ่อค้า แม่ค้า ประมาณ 30- 40 ราย ขายอาหารพื้นบ้านทุกชนิด ต่อมาเมื่อห้าง เค แอนด์ เคและห้างเซเว่น ซึ่งมาเปิดตรงข้ามตลาดและในพื้นที่ใกล้เคียง ผู้คนจึงนิยมไปซื้อสินค้าที่ห้างเหล่านี้ จนทำให้ร้านค้าบริเวณนั้นต้องปิดกิจการ เหลือเพียงร้านค้าขายของชำเพียงร้านเดียว ดังนั้น จึงทำให้เจ้าของตลาดปิดตลาดและให้ผู้อื่นเช่าเพื่อทำธุรกิจอยู่ซ่อมรถ และขายน้ำมัน (สมหมาย ขวัญชัย, 2553) นอกจากนั้นตลาดที่ได้ปิดตัวไปแล้วคือตลาดนัดมหาชน ตรงข้ามกับโรงพยาบาลราษฎร์ยินดี โดยได้เปิดตลาดมาตั้งแต่ พ.ศ. 2549 พื้นที่ของตลาดมีประมาณ 1 ไร่เศษ มีจำนวนล๊อค 109 ล๊อค

ในระยะแรกเริ่มมีพ่อค้าแม่ค้ามาเช่าแผงเป็นจำนวนมาก โดยในระยะแรกเจ้าของตลาดสามารถเก็บเงินค่าเช่าแผงได้เดือนละ 2-3 แสนบาทต่อเดือน ต่อมาตลาดได้รับผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจ การแข่งขันทางการค้า และสถานที่ของตลาดค่อนข้างจะคับแคบและไม่มีที่จอดรถเพียงพอ ผู้ซื้อจึงลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ จนในที่สุดตลาดก็ได้ปิดลงไป (พรมวิทย์ ชีววัฒนาพงษ์, 2553) และผู้ที่ได้รับผลกระทบต่อมาคือ เกษตรกรรายย่อยที่ถูกแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด เพราะเมื่อตลาดสดตลาดนัด ร้านโชห่วย ปิดตัวลง เกษตรกร ไม่มีแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร จึงทำให้รายได้ลดลง ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเริ่มมีความอ่อนแอ เกษตรกรเริ่มทิ้งไร่นาอพยพไปทำงานในเมือง ความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนเริ่มมีความห่างเหินกันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม พบว่ายังมีตลาดนัด

บางแห่งที่ยังดำรงอยู่ได้ ซึ่งรวมถึงตลาดนัดเกาะหมี่ ในบริเวณตำบลคองหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เปิดตลาดมาประมาณ 80 ปี มีพื้นที่ 5 ไร่ เปิดทำการซื้อขายเฉพาะวันพุธและวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 06.00-11.00 น. เป็นตลาดที่ขายส่งขายปลีกสินค้าทางการเกษตรที่มีความหลากหลาย เช่น เต็มผ้า เนื้อสัตว์ ผักผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ และอื่น ๆ โดยผู้ที่นำสินค้ามาขายเป็นทั้งเกษตรกรในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง พ่อค้าเร่และข้าราชการ ผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงาน ทั้งคนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง รวมทั้งคนในเมือง

ในปัจจุบัน ตลาดนัดเกาะหมี่มีการเปิดให้ซื้อขายเป็นปกติและมีแนวโน้มว่าผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น เจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นสถานที่ช่องทางจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรให้พ่อค้าแม่ค้ามีสถานที่ขายสินค้าทางการเกษตร นอกจากนั้นตลาดนัดเกาะหมี่ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่บางประการคือ มีขยะและน้ำจากการล้างปลาที่ส่งกลิ่นเหม็นสร้างความเดือดร้อนให้กับชาวบ้านที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง และยังเป็นแหล่งอาหารและแหล่งเพาะพันธุ์ของแมลงนำโรค เช่น แมลงวัน แมลงสาป ยุง ฯลฯ และเป็นที่ซุกซ่อนของหนูและสัตว์อื่น ๆ ก่อให้เกิดปัญหาต่อสภาพแวดล้อมเป็นอย่างมาก และมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์ ทั้งโดยตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ยังมีปัญหาในด้านสภาพการจราจรที่ติดขัดเป็นบริเวณกว้าง เพราะพ่อค้าแม่ค้าต้องขนส่งสินค้าเข้าและต้องจอดรถบริเวณในตลาดเสียเวลาขนขนถ่ายสินค้า ขณะที่ผู้ซื้อก็ต้องจอดรถซื้อสินค้าในตลาดทำให้สภาพการจราจรติดขัด ดังนั้น สภาพปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวควรได้รับการแก้ไข ซึ่งจะช่วยให้ตลาดนัดเกาะหมี่ได้มีการพัฒนาให้ขยายใหญ่และเป็นที่ยอมรับของประชาชนในชุมชนและเมืองหาดใหญ่ได้หันมาซื้อสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี่มากขึ้นแทนที่จะซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกชำรุดในเมืองหาดใหญ่

ดังนั้นถ้าสามารถพัฒนาตลาดนัดเกาะหมี่ ก็จะทำให้มีประโยชน์ในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่บุคคลในชุมชนและสามารถเป็นแหล่งรองรับการจับจ่ายซื้อสินค้าของประชาชนในชุมชนแทนที่จะให้ คนในชุมชน ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกชำรุด อีกทั้ง ตลาดนัดในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแหล่งที่มีศักยภาพพร้อมที่จะส่งเสริมรองรับกับการแข่งขันของห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต เช่นตลาดนัดชุมชนเกาะหมี่มีเป็นจำนวนไม่มากนัก (ชัยวัฒน์ ธรรมรัตน์, 2551: 104) จึงมีคำถามวิจัยประการแรก คือ ตลาดนัดเกาะหมี่มีความเป็นมาได้อย่างไร รวมถึงบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัดเกาะหมี่ และมีแนวทางการพัฒนาเกาะหมี่อย่างไร เหล่านี้เป็นคำถามวิจัยที่ต้องการหาคำตอบ เนื่องจากเกษตรกรที่มีผลผลิตเป็นของตนเองแต่มีเป็นจำนวนน้อย มูลค่าไม่สูงก็สามารถนำมาขายได้ในตลาดนัดชุมชน หรือผู้ขายที่มีงานประจำอยู่แล้ว แต่ต้องการหารายได้พิเศษก็สามารถนำสินค้ามาจำหน่ายได้ จากคำถามดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาและบริบทชุมชนของตลาดนัดเกาะหมี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดนัดเกาะหมี อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำถามวิจัย

คำถามวิจัยของการศึกษานี้ประกอบด้วย

1. ตลาดนัดเกาะหมีมีความเป็นมาได้อย่างไร
2. บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัดเกาะหมีเป็นอย่างไร
3. มีแนวทางการพัฒนาตลาดนัดเกาะหมีเป็นอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยนี้มีดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่
ในการศึกษานี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชน โดยใช้พื้นที่ในการศึกษาวิจัยคือ ตลาดนัดเกาะหมี ตำบลคอหงส์ อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก
 - 2.1 กลุ่มหุ้นส่วนของตลาดนัดเกาะหมี
 - 2.2 กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดเกาะหมี
 - 2.3 เกษตรกรผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร
 - 2.4 กลุ่มผู้นำชุมชนในพื้นที่บ้านเกาะหมี
 - 2.5 กลุ่มผู้ซื้อสินค้าในตลาดนัดเกาะหมี
 - 2.6 เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
3. ขอบเขตด้านเวลา
ช่วงเวลาในการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนธันวาคม 2553

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ตลาดนัด หมายถึง สถานที่ที่รวมสินค้าทางการเกษตรหลากหลาย ชนิดและเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมกันของผู้คนในตลาดเช่น ผู้ขาย ผู้ซื้อ เกษตรและอาชีพอื่นที่เกี่ยวข้องกับตลาดเพื่อพัฒนาให้ความเป็นฐานเศรษฐกิจที่ยั่งยืน
2. เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง เป็นเศรษฐกิจที่เน้นการพึ่งตนเองและเป็นเศรษฐกิจที่ติดเชื่อมโยงกับสังคม วัฒนธรรมในท้องถิ่น เน้นการใช้แรงงานในชุมชน และทรัพยากรท้องถิ่น เป็นเศรษฐกิจที่ค่อย ๆ พัฒนา โดยอยู่บนรากฐานที่ยั่งยืน
3. บริบทชุมชน หมายถึง อาณาบริเวณของตลาดนัดที่ประกอบไปด้วย การบริหารจัดการ ลักษณะที่ตั้งของตลาด ลักษณะของพ่อค้าแม่ค้า ลักษณะของผู้ซื้อสินค้า ลักษณะของสินค้า การกำหนดราคาสินค้า เทคนิคการขายสินค้า และเป็นแหล่งที่มีผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบความเป็นมาและสภาพโดยทั่วไปของชุมชนตลาดนัดเกาะหมี่
2. ได้ทราบแนวทางการพัฒนาตลาดนัดเกาะหมี่ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
3. ได้แนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเพื่อเสนอให้เขตเทศบาลเมืองคอหงส์นำไปปรับใช้ในเชิงนโยบายหรือนำไปปรับปรุงตลาดนัดเกาะหมี่