

รายงานฉบับสมบูรณ์

การถอดบทเรียนรูปแบบการจัดการตลาดเขียวท้องถิ่น

เพื่อพัฒนาระบบอาหารสุขภาวะอย่างยั่งยืน

ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพชาวนาและกลุ่มเปราะบาง เพื่อสร้างระบบอาหาร

สุขภาวะที่ยั่งยืน และผลักดันสู่ภารกิจหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อขยายผล

นักวิจัย

นันทา กันตรี

รายงานการศึกษานี้ได้รับการสนับสนุนจาก

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

และมูลนิธิชีวิตไท (Local Act)

เมษายน 2566

สารบัญ

หน้า

สารบัญ.....	1
บทที่ 1.....	2
บทนำ	2
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	3
วิธีการศึกษา	3
กรอบแนวคิดการศึกษา	3
บทที่ 2.....	4
ผลการศึกษา	4
ส่วนที่ 1 การสำรวจเอกสาร	4
ส่วนที่ 2 กรณีศึกษาจากพื้นที่.....	11
ส่วนที่ 3 ตลาดเขียวในฐานะเครื่องมือการแก้ปัญหาหนี้สิน	47
บทที่ 3.....	52
สรุปบทเรียนตลาดและข้อเสนอแนะ.....	52
เอกสารอ้างอิง	59
ผู้ให้ข้อมูล.....	60

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

จากข้อมูลสถานการณ์ในภาคเกษตรล่าสุด พบว่าครัวเรือนเกษตรกรมีแนวโน้มที่จะมีรายได้ลดลงและมีหนี้สินเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่ผ่านมาเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ปัญหาอุทกภัยในหลายพื้นที่จากความแปรปรวนของสภาพอากาศ ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อครัวเรือนเกษตรกร

ปัญหาหนี้สินเกษตรกรจึงยังเป็นปัญหาสำคัญ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเปราะบางของระบบการผลิตของครัวเรือนเกษตรกร ซึ่งภายใต้ความเปราะบางนี้ทำให้เกษตรกรไม่มีทางเลือกมากนักในการตัดสินใจด้านการผลิต รวมไปถึงกลไกของตลาดที่มีอยู่ก็ไม่สามารถเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนการผลิตของเกษตรกรไปสู่ความยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้นอกจากการสนับสนุนให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตแล้ว การสร้างตลาดสินค้าเกษตรขึ้นในชุมชน ก็ได้ถูกนำเสนอให้เป็นทางเลือกหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนเกษตรกร โดยเฉพาะการทำตลาดในลักษณะของตลาดนัดสีเขียว เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกษตรกรมีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าอาหารปลอดภัยแล้ว ตลาดในชุมชนยังเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้เกษตรกรสามารถมีรายได้จากการนำผลผลิตที่ปลอดภัยจำหน่ายให้กับคนในท้องถิ่น และยังทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยได้มากยิ่งขึ้น

การศึกษาของ กิ่งกร นรินทรกุล ณ อยุธยา และคณะ (2559) พบว่าตลาดนัดสีเขียว 8 แห่ง ในภาคอีสาน มีศักยภาพในการสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ผลิตหลายระดับ ครัวเรือนผู้ผลิตส่วนใหญ่ในตลาดเขียวมีรายได้หลักจากการขายของในตลาด และสัดส่วนของรายได้จากตลาดเขียวเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับรายได้จากแหล่งอื่น ๆ

ความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์และอาหารเพื่อสุขภาพที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ก็ได้ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีผู้ประกอบการรายใหญ่เกิดขึ้น ดังที่พบว่า มีตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในโมเดิร์นเทรด และเกิดแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ขึ้นอีกมากมาย ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ระดับท้องถิ่น ต้องเจอกับความท้าทายของการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ต้องอาศัยทุนและเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

การศึกษารั้งนี้ เป็นการถอดบทเรียนการจัดการตลาดเขียวท้องถิ่นในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง คือ ตลาดพอใจ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี ตลาดอนามย์บางซุด ซึ่งเป็นตลาดเขียวโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด ต.บางซุด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท และ ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม ซอยบางรักน้อย-ท่าอิฐ จ.นนทบุรี ตลาดทั้ง 3 แห่งเป็นตลาดเขียวที่ทางมูลนิธิชีวิตไท ได้สนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกรได้เปิดตลาดนัดสีเขียวขึ้นภายในชุมชน และนอกจากทำความเข้าใจการบริหารจัดการตลาดของกลุ่มภายใต้บริบทของแต่ละพื้นที่แล้ว การศึกษารั้งนี้ยังให้ความสนใจแง่มุมทางเศรษฐกิจ การบริหารการเงินของสมาชิกในตลาด การมีรายได้ที่

เพิ่มขึ้น ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงการบริหารจัดการการเงินของเกษตรกร และเป็นข้อมูลสนับสนุนการแก้ปัญหาหนี้สิน รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาตลาดเขียวท้องถิ่นให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อถอดบทเรียนรูปแบบการจัดการตลาดเขียวระดับท้องถิ่น ในพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดพอใจ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี ตลาดอนามัย@บางซุด ต.บางซุด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท และ ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม ซอยบางรักน้อย-ท่าอิฐ จ.นนทบุรี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดเขียวในท้องถิ่นทั้ง 3 แห่ง

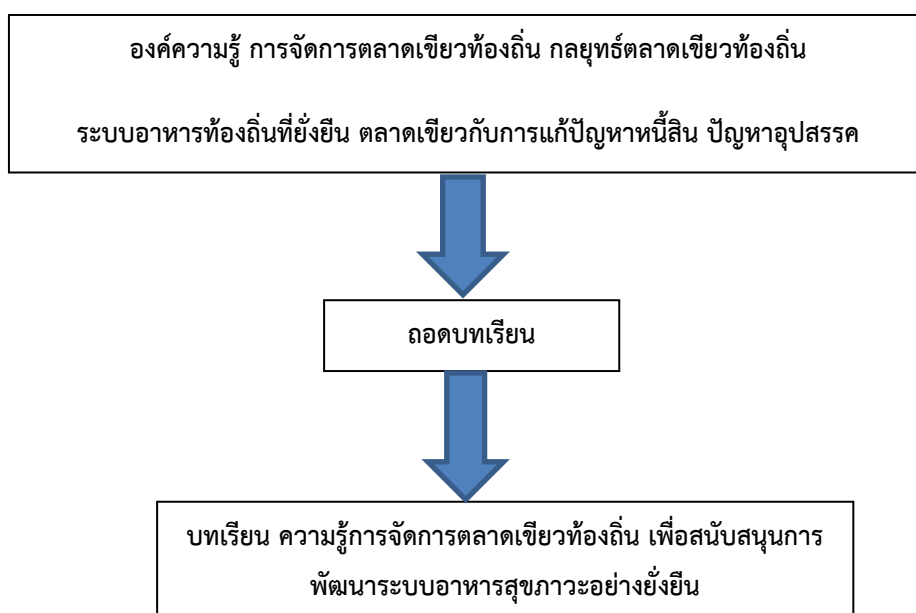
ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดเขียวระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนตลาดเขียวท้องถิ่นและระบบอาหารปลอดภัยของชุมชน

วิธีการศึกษา

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
2. การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง
3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม
4. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากข้อมูลเชิงคุณภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การสำรวจเอกสาร

ระบบตลาดแบบเดิม และระบบตลาดสมัยใหม่

ตลาดแบบเดิม

ตลาดในการรับรู้ของคนทั่วไป มีความหมายถึง พื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการของผู้ขายและผู้ซื้อ และยังประกอบไปด้วยกิจกรรมทางการตลาดที่ทำให้สินค้าและบริการไปถึงผู้ซื้อ ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งตลาดในรูปแบบนี้จะมีพื้นที่ชัดเจน เช่น ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดโมเดิร์นเทรด เป็นต้น

ตลาดในลักษณะนี้มักจะมีพื้นที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ซึ่งนอกจากเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้าแล้วยังเป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ เป็นพื้นที่ของการพบปะ และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน และเป็นพื้นที่สะท้อนสภาพทางเศรษฐกิจสังคมของชุมชน รวมไปถึงการเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมควบคู่กันไปด้วย

ตลาดนัด เป็นตลาดประเภทหนึ่ง มีลักษณะของตลาดที่จัดเฉพาะวันและสถานที่ที่กำหนด มีการจัดเป็นประจำ จนเป็นที่รู้จักของชุมชน พื้นที่สำหรับจัดตลาดนัด อาจจะเป็นพื้นที่สาธารณะหรือพื้นที่ของเอกชน รูปแบบของตลาดนัดในปัจจุบันมีแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับเจ้าของผู้จัดตลาดเป็นผู้กำหนดรูปแบบตลาดนัดที่คนทั่วไปนิยมคือ ตลาดที่มีสินค้าให้เลือกซื้อมากมายครบวงจร ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค ตอบสนองต่อความต้องการของคนในชุมชนได้หลากหลาย

ตลาดในรูปแบบนี้ถือได้ว่าเป็นตลาดในแบบเดิม ที่มีการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย การเจรจาต่อรอง การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า จะเกิดขึ้นในพื้นที่ของตลาดเป็นหลัก ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้านั้น ๆ จากผู้ขายได้โดยตรง ในขณะที่ผู้ขายก็สามารถนำเสนอข้อมูล รายละเอียด สินค้าของตนเองให้กับผู้ซื้อได้ในเวลาเดียวกัน

การศึกษาของ พิทักษ์ สุหฤทธดำรง (2559) พบว่า กลยุทธ์ความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดนัดนั้นประกอบไปด้วย การเลือกทำเลตลาดที่ต้องอยู่ใกล้ชุมชน สามารถเดินทางได้สะดวก จำนวนร้านค้าในตลาดนัดควรมีอย่างน้อย 20 ร้านค้าขึ้นไป และต้องมีอาหารทั้งของสด ของแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ และของใช้ในครัวเรือน รวมทั้งตลาดนัดควรมีสินค้าแปลก ๆ ใหม่ ๆ มีสินค้าที่ราคาถูก และพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดควรมีมโนธรรมสัมพันธ์ที่ดี

ตลาดสมัยใหม่

ในยุคสมัยที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน และเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนเรา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างมากมาย โดยเฉพาะในส่วนของตลาด

พื้นที่ของตลาด จากพื้นที่ในทางกายภาพ ความก้าวหน้าทางการสื่อสาร ได้ทำเกิดรูปแบบของตลาดสมัยใหม่ ผ่านพื้นที่ของตลาดออนไลน์ ในรูปแบบต่าง ๆ เกิดเครือข่ายชุมชนออนไลน์ ที่มีความต้องการหรือความสนใจ เฉพาะในเรื่องเดียวกัน สามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สร้างโอกาสทางการซื้อ ขาย สินค้า ให้กับคนในเครือข่ายออนไลน์ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันโดยผ่านช่องทางออนไลน์ ได้อย่างรวดเร็ว มีทั้งแบบที่ลงทุนต่ำ และแบบที่ลงทุนสูงเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น

ในระบบตลาดสมัยใหม่ การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าให้กับผู้ซื้อนั้นมีความสำคัญ มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น

กลยุทธ์การตลาด 4Es ซึ่งเป็นการทำการตลาดที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายสินค้า (วารุณีย์ ไ้วสกุล, 2563)

กลยุทธ์การตลาดที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจและเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าและบริการนั้น ๆ

กลยุทธ์การทำให้สินค้าและบริการนั้น ๆ สามารถเข้าถึงได้ทุกช่องทาง สะดวกและรวดเร็ว

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นคุณค่า ซึ่งหมายถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ๆ ผู้บริโภคสมัยใหม่ต้องการความชัดเจนเกี่ยวกับสินค้าของตนเองโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในเมือง ที่เข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

การใช้กลยุทธ์ ให้ผู้บริโภคประทับใจและรักในตัวสินค้า จนกลายเป็นผู้บอกต่อความประทับใจเพื่อให้อื่น ๆ ได้เข้ามามีประสบการณ์ร่วมกัน

แนวคิดในการทำตลาดเขียวหรือตลาดเกษตรอินทรีย์

ตลาดเขียว เป็นการรวมกลุ่มของคนหรือชุมชน หรือเครือข่ายต่าง ๆ ในการจัดทำตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าเป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และ/หรือสินค้าปลอดสารพิษ สินค้าเพื่อสุขภาพ

นอกจากนี้ ตลาดเขียวยังมีความหมายถึงพื้นที่ที่เชื่อมโยงผลผลิตอินทรีย์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางที่หลากหลาย และเป็นตลาดที่สนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม สุขภาพ ความยั่งยืน การดูแลเอาใจใส่ ทั้งต่อชุมชนและระบบนิเวศ (<http://www.foodcitizenmap.com/>)

ในระยะแรกการเกิดขึ้นของตลาดเขียวดำเนินไปพร้อมกันกับการขยายตัวของแนวคิดการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ การทำเกษตรกรรมทางเลือก และการขับเคลื่อนเครือข่ายของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีการเปิดพื้นที่ตลาดเขียวในลักษณะของตลาดนัดอาหารเพื่อสุขภาพ ตลาดนัดสินค้าปลอดสารเคมี รวมไปถึงการเป็นร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ และสินค้าเพื่อการดูแลสุขภาพ

ปัจจุบันตลาดนัดสีเขียวมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น หน่วยงานทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐต่างก็ให้ความสนใจ เกิดตลาดเขียวในโรงพยาบาลและโรงเรียนหลาย ๆ แห่ง มีการพัฒนารูปแบบของตลาดนัดที่เหมาะสมสำหรับคนในเมือง เช่น การเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องการทำการเกษตรสำหรับคนในเมือง การเป็นพื้นที่เรียนรู้ด้านวัฒนธรรมอาหาร รวมไปถึงด้านสิ่งแวดล้อม บทบาทของตลาดเขียวในช่วงนี้ นอกจากตลาดเขียวจะเป็นพื้นที่สำหรับการซื้อขายสินค้าเกษตรอินทรีย์แล้ว พบว่า ตลาดเขียวได้กลายเป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว พักผ่อน

หย่อนใจของครอบครัว ไปในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ที่สำคัญคือ ตลาดเขียวได้กลายเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารระบบอาหารเพื่อสุขภาพให้กับคนในสังคม

พบว่า ตัวช่วยที่สำคัญของตลาดเขียวสมัยใหม่คือ การขยายตัวของสื่อออนไลน์ ทำให้แต่ละตลาดสามารถสร้างช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคได้รวดเร็ว และกว้างมากยิ่งขึ้น ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่สนใจอาหารที่ปลอดภัยเพื่อสุขภาพ ก็มีเพิ่มมากขึ้น เกษตรกรบางรายในตลาดเขียวที่ขายมานาน ทำให้มีลูกค้าติดตามให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ประสบผลสำเร็จ สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองและสมาชิกในกลุ่มได้ ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

นอกจากเกษตรกรรายย่อยที่เป็นผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดแล้ว ยังพบว่า ได้เกิดผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เป็นคนในเมือง มีความรู้ ความสนใจในการทำการผลิตแบบอินทรีย์ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายน่าสนใจมากขึ้น

การเกิดขึ้นของตลาดเขียวจำนวนมาก ทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐานสินค้าที่นำมาขายในตลาด ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าจากตลาดเขียว เป็นการสร้างมาตรฐานที่สามารถนำไปใช้ร่วมกันในเครือข่ายตลาดเขียว และการสร้างกระบวนการรับรองมาตรฐานที่สามารถตรวจสอบได้

ซึ่งรูปแบบของการตรวจสอบรับรองมาตรฐานนั้น ปัจจุบันได้มีการพัฒนาในหลายรูปแบบ ทั้งในส่วนของภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ เช่น มาตรฐาน IFOAM มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (PGS) มาตรฐาน Organic Thailand มาตรฐาน GAP เป็นต้น

ด้วยเหตุที่ตลาดเขียวแต่ละแห่งมีบริบทที่แตกต่างกันไป สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดเขียวนั้น มาจากกลุ่มผู้ผลิตที่มีความหลากหลาย และบางรายอาจจะปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์แล้ว แต่ในบางรายยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ทั้งหมด นอกจากนี้ในกลุ่มสินค้าแปรรูป ผู้ผลิตอาจจะยังไม่สามารถนำส่วนผสมที่เป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ทั้งหมดมาใช้ได้

ในเครือข่ายของตลาดเขียว Thai Green Market ได้มีการกำหนดมาตรฐานสินค้าในตลาดเขียวทั้งในกลุ่มของผลผลิตการเกษตรและกลุ่มอาหารแปรรูป จำแนกมาตรฐานเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าไร้สารเคมี และสินค้าปลอดภัย เพื่อสื่อสารให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าในเครือข่ายของตลาดเขียว Thai Green Market

การมีมาตรฐานยังเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการจำหน่ายสินค้า ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบัน ที่ผู้ซื้อ ทั้งที่เป็นผู้บริโภคโดยตรง หรือเป็นธุรกิจเอกชนที่ต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อนำไปจำหน่าย หรือแปรรูป ต่างก็ต้องการสินค้าที่มีมาตรฐานการรับรองที่ชัดเจน เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า และสร้างจุดขายให้กับสินค้าของตนเอง

มาตรฐานสินค้าในตลาดเขียว Thai Green Market

เกณฑ์มาตรฐานสินค้าในตลาดเขียว	สินค้าเกษตรอินทรีย์	สินค้าไร้สารเคมี	สินค้าปลอดภัย
ไม่ให้มีการใช้สารเคมีทุกชนิด			
มีการควบคุมการใช้สารเคมีในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม			
ไม่ใช่ปัจจัยการผลิตและแปรรูปที่มาจากการตัดต่อพันธุกรรม			
มีระบบการผลิตที่ส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพ			
ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะ			
แนวทางการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์แต่ยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน			
มีระบบป้องกันการปนเปื้อนมลพิษจากทั้งทางน้ำและอากาศ			
ต้องคำนึงถึงหลักของความเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย รวมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค			
สินค้าแปรรูปต้องไม่ใช้สารปรุงแต่งและสารช่วยแปรรูปจากสารเคมีสังเคราะห์			
ใช้กระบวนการแปรรูปด้วยวิธีธรรมชาติไม่ก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม			
สินค้าแปรรูปต้องใช้วัตถุดิบจากเกษตรอินทรีย์ที่มีการรับรองมาตรฐาน	อย่างน้อย 70%		
ใช้วัตถุดิบ สารแต่งสีกลิ่น ที่เป็นวัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ผ่านการสังเคราะห์ทางเคมี		อย่างน้อย 70%	อย่างน้อย 50%
ใช้สารเคมีและวัตถุกันเสียในปริมาณที่ปลอดภัย			

ที่มาดัดแปลงจาก Facebook Gindee Club

ประเภทของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัจจุบันการเติบโตของตลาดอินทรีย์ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีการทำตลาดในหลายระดับ อาภา หวังเกียรติ (2562) ได้จำแนกและจัดกลุ่มของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ไว้ดังนี้คือ

1. ตลาดส่งออก เป็นตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีมานาน โดยมีตลาดสำคัญ คือ ยุโรปและอเมริกา สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ส่งออกมาที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป และข้าวอินทรีย์ โดยการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปต่างประเทศจะต้องมีการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล ที่ประเทศผู้ซื้อรับรอง

2. ตลาดท้องถิ่น ตลาดลักษณะนี้เน้นผู้ซื้อในท้องถิ่น เป็นตลาดที่เกษตรกรสามารถนำผลผลิตมาขายได้โดยตรง ไม่ผ่านคนกลาง ตลาดลักษณะนี้ เช่น ตลาดเขียว ที่จัดขึ้นตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งตลาดท้องถิ่นนี้เป็นแหล่งค้าขายสำคัญของเกษตรกรรายย่อย

3. ร้านขายสินค้ากรีน มีลักษณะเป็นร้านค้าที่ขายสินค้าเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ในร้านอาจจะมีส่วนที่ผ่านการรับรองมาตรฐานและยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์

4. ตลาดระบบสมาชิก เป็นลักษณะของการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านระบบการจ่ายเงินล่วงหน้าให้กับเกษตรกร และเกษตรกรจะจัดส่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้กับผู้บริโภคตามช่วงเวลาที่กำหนด การตลาดระบบนี้ ต้องอาศัยความไว้วางใจกัน และความเข้าใจ ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพราะผู้ผลิตจะเป็นผู้จัดการผลผลิตทั้งหมดให้กับผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคจะไม่ได้เลือกสินค้าเอง ต่างกันกับการเดินซื้อสินค้าในตลาดเขียวหรือในโมเดิร์นเทรด

5. ตลาดโมเดิร์นเทรด เมื่อกระแสความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่หรือโมเดิร์นเทรด ก็ได้เข้าร่วมทำตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วย ซึ่งผู้ประกอบการมักจะเน้นกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต ผู้ผลิตสามารถส่งผลผลิตให้ได้สม่ำเสมอ และมีการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ รวมทั้ง มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับให้กับสินค้าซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค และสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ในอดีตพบว่าผู้ที่ผู้ประกอบการรายย่อยจะนำสินค้าเกษตรอินทรีย์เข้าไปขายในโมเดิร์นเทรด จะมีค่าใช้จ่ายที่สูง และมีรอบการเคลียร์บัญชีที่นาน รวมทั้งต้องสามารถส่งผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นข้อจำกัดของผู้ผลิตรายย่อย ที่ขาดเงินทุนหมุนเวียน และการเข้าถึงเทคโนโลยี ในการจัดการผลิตเพื่อลดความเสี่ยง และรักษาการผลิตให้มีความต่อเนื่อง

6. ตลาดร้านอาหาร ความต้องการบริโภคอาหารอินทรีย์ ยังทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนหนึ่ง ต้องการวัตถุดิบที่เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อนำมาใช้ในการปรุงอาหารของร้าน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มที่รักสุขภาพ

7. ตลาดอินทรีย์แบบออนไลน์ การเติบโตของสื่อออนไลน์ ได้ทำให้เกิดแพลตฟอร์มขายสินค้าเกษตรอินทรีย์อินทรีย์ขึ้นอย่างกว้างขวาง ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ที่ทำเกษตรอินทรีย์ได้เข้าไปขายสินค้าของตนเอง ซึ่งส่วนหนึ่งจะเป็นเกษตรกรที่เป็นคนรุ่นใหม่ เข้าถึงเทคโนโลยี หรือเป็นคนในเมืองที่มีความรู้ มีข้อมูล และรู้จักคุ้นเคยกับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ช่องทางการตลาดออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่เกษตรกรจำนวนมากใช้

ในการนำเสนอสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรง และสามารถใช้ออนไลน์ในการสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตลอดเวลา

กฤษฎา บุญชัย (2563) ได้จำแนกประเภทของตลาดเขียวตาม อัตลักษณ์ของตลาด ไว้ 3 ลักษณะ คือ

(1) **ตลาดเขียววัฒนธรรมพื้นบ้าน** ตลาดลักษณะนี้นอกจากจะจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของคนในชุมชนท้องถิ่นแล้ว ยังเชื่อมโยงมิติทางอาหารเข้าด้วยกันกับวิถีวัฒนธรรมพื้นบ้าน ผู้บริโภคจะได้บริโภคความหมายทางวัฒนธรรมจากสินค้าและความเป็นตลาดนั้น ๆ ด้วย

(2) **ตลาดเขียวท้องถิ่นเกษตรกรอินทรีย์** ตลาดลักษณะนี้เน้นให้กลุ่มเกษตรกรรายย่อยในพื้นที่นำผลผลิตเกษตรอินทรีย์มาขายโดยตรง เป็นลักษณะของตลาดนัดในพื้นที่ทั้งของเอกชนและหน่วยงานราชการ

(3) **ตลาดเขียวผู้ประกอบการ** เป็นตลาดที่ผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้ามาดำเนินงาน โดยสร้างเครือข่ายกับเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ลักษณะหนึ่งที่สำคัญของตลาดผู้ประกอบการ คือ การมีกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นเกษตรในเมือง และเน้นกลุ่มผู้บริโภคในเมืองเป็นหลัก

ในด้านการสื่อสารกับผู้บริโภค พบว่า ตลาดเขียวในปัจจุบันได้พยายามสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคด้วยการมีระบบมาตรฐานรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ของตนเอง ซึ่งปัจจุบันการสร้างมาตรฐาน ระบบการรับรองอย่างมีส่วนร่วม Participatory Guarantee Systems (PGS) กำลังเป็นมาตรฐานที่ตลาดเขียวส่วนใหญ่นำไปใช้ นอกจากการสร้างมาตรฐานรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในกลุ่มของตนเองแล้ว ยังพบว่า การสร้างจุดขายด้วยเรื่องราวของสินค้า storytelling ในแง่มุมต่าง ๆ ก็เป็นแนวโน้มที่ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จะต้องนำเสนอให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ ที่ให้คุณค่าต่อตัวสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มากกว่าการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ แต่ยังเชื่อมโยงไปยังมิติทางสิ่งแวดล้อม ความละเอียดละไม ความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น เป็นต้น

ในแง่ตลาดสีเขียวจึงมีบทบาทในฐานะพื้นที่ของการสื่อสารกับสาธารณะในประเด็นต่าง ๆ ที่มากกว่ามิติของอาหาร แต่สามารถสื่อสารเรื่องราวทั้งของผู้ผลิตและผู้บริโภค ในแง่มุมต่าง ๆ ให้กับสังคมไปควบคู่กัน

กลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับท้องถิ่น

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์เกิดขึ้นและมีรูปแบบที่หลากหลาย ตลาดแต่ละประเภทก็มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันไป การศึกษาของ กิ่งกร นรินทรกุล ณ อยุธยา และคณะ (2559) พบว่ากลยุทธ์ที่ตลาดสีเขียวท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ นำมาใช้ในการบริหารจัดการตลาด มีกลยุทธ์หลายรูปแบบ ประกอบด้วย

1. การสร้างกลไกการทำงานที่ตื่นตัว และการควบคุมกฎเกณฑ์อย่างเคร่งครัด มีระบบการบริหารจัดการผ่านกลไกของกรรมการตลาด มีกรรมการตรวจสอบมาตรฐานและตรวจแปลงรับรองสินค้าของกลุ่มผู้ขายในตลาด

2. การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยที่ชัดเจนและสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างตรงไปตรงมา โดยจะระบุมาตรฐานอย่างชัดเจนกับสินค้าที่จำหน่ายในตลาดสี่เขียวนั้น ๆ ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าในตลาด

3. มีการวางแผนการผลิตเพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า ซึ่งมีทั้งการสำรวจความหลากหลายของสินค้าในตลาด การทดลองขาย และการแบ่งกันผลิตแบ่งกันขาย เพื่อให้มีสินค้าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อในตลาด

4. มีการกำหนดราคาอย่างเหมาะสม โดยผ่านระบบกรรมการตลาดและสมาชิกเป็นผู้ตกลงร่วมกัน

5. การสร้างเอกลักษณ์และความพิเศษให้กับสินค้า เป็นการสร้างจุดเด่นของตลาด โดยนำเสนอผ่านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ซื้อ ผ่านความหลากหลายของสินค้าในตลาด และการออกแบบพื้นที่ตลาดให้เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจไปด้วยกันกับการจับจ่ายสินค้าในตลาด

6. การมีทำเลที่ตั้งที่ดี มีพื้นที่ไม่ไกลจากชุมชน มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นพื้นที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ มีบรรยากาศดี

7. มีการจัดกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ปัญหาของเกษตรกร

จะเห็นได้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ตลาดและผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายในตลาด ได้รับความไว้วางใจจากผู้ซื้อ ดึงดูดให้ผู้ซื้อเข้ามาจับจ่ายสินค้าในตลาด สามารถกระตุ้นยอดขาย เพิ่มรายได้ให้กับผู้ผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลไกการบริหารตลาดก็มีบทบาทสำคัญ ทั้งการตั้งกฎกติกาที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม การสร้างระบบมาตรฐานของสินค้าของกลุ่ม การช่วยกันในการวางแผนการผลิต การกำหนดราคา การออกแบบกิจกรรมเพื่อสื่อสารกับผู้ซื้อในตลาด รวมทั้งการเป็นกลไกในการช่วยกันแก้ปัญหาาร่วมกัน

ตลาดเขียวในฐานะพื้นที่อาหารปลอดภัยของชุมชน

พบว่าการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับตลาดเขียว ได้มีผู้สนใจทำการศึกษาไว้เป็นจำนวนมาก สะท้อนให้เห็นว่าตลาดเขียวได้รับความสนใจและมีความสำคัญในฐานะที่เป็นพื้นที่ของอาหารที่ปลอดภัย และความตื่นตัวของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่การขับเคลื่อนงานด้านตลาดเขียวได้ให้ความสำคัญกับ ระบบอาหารเพื่อสุขภาวะมากขึ้น ซึ่งมีความหมายถึง วงจรนิเวศการผลิตอาหารตั้งแต่ต้นทาง ที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางชีวภาพและความมั่นคงทางอาหาร การฟื้นฟูระบบนิเวศและระบบธรรมชาติ การกระจายอาหารและการบริโภคที่มีความปลอดภัยทั้งต่อสุขภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม และการแก้ปัญหาสุขภาพจาก NCDs (<http://www.foodcitizenmap.com>)

การศึกษาครั้งนี้ให้ความสนใจกับตลาดเขียวระดับท้องถิ่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรายย่อยจำนวนมาก และเชื่อมโยงกับระบบอาหารของท้องถิ่นโดยตรง หากชุมชนสามารถมีระบบอาหารท้องถิ่นที่เข้มแข็งสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย ก็จะสามารถสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนมีสุขภาพที่ดีขึ้นได้

ในขณะที่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ตลาดท้องถิ่นยังมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะตลาดสีเขียวในชุมชน เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค และเป็นพื้นที่ให้กับเกษตรกรรายย่อยที่ปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์ ได้ใช้เป็นช่องทางขายผลผลิตของตนเองให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งระบบอาหารท้องถิ่นลักษณะนี้เป็นระบบที่อยู่กับชุมชนมาแต่เดิม แต่ถูกลดบทบาทลงไปจากระบบการบริโภคสมัยใหม่

แนวคิดหนึ่งในการทำความเข้าใจระบบอาหารท้องถิ่นผ่านมุมมองของระบบห่วงโซาอาหารท้องถิ่น ให้ความสนใจกับเส้นทางของการผลิตสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งระบบอาหารท้องถิ่นที่ด้นั้นควรมีลักษณะที่สนับสนุนเศรษฐกิจของคนในชุมชน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชน เป็นการขายโดยตรงจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค หรือผ่านคนกลางให้น้อยที่สุด และมีระยะทางที่ไม่ไกลเกินไปจากแหล่งผลิต ซึ่งหมายถึงการที่ผู้บริโภคจะได้อาหารที่สดใหม่ มีคุณค่าทางโภชนาการ และถ้าผู้ผลิตในท้องถิ่นสามารถปรับเปลี่ยนระบบการผลิตให้เป็นเกษตรอินทรีย์ ก็จะทำให้ระบบอาหารท้องถิ่นนั้นเป็นประโยชน์กับคนในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

พบว่า ตลาดสีเขียวที่ประสบผลสำเร็จ สามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้กับสมาชิกได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่เกษตรกรมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นก็เป็นแรงจูงใจประการหนึ่งในการปรับเปลี่ยนการผลิตและเป็นทุนที่จะช่วยยกระดับการผลิตให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 กรณีศึกษาจากพื้นที่

ตลาดอนามัย@บางซุด

จุดเริ่มต้นของตลาด

กลุ่มผู้ก่อตั้งตลาดอนามัย@บางซุด มาจากการรวมกลุ่มกันของชาวนาและเกษตรกรจากหลายกลุ่มในพื้นที่ตำบลบางซุด รวมทั้งเจ้าหน้าที่จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด มีการทำงานเป็นเครือข่ายและประสานงานร่วมกัน ในช่วงเริ่มแรกมูลนิธิเป็นชีวิตไทเป็นผู้ประสานงานกับเครือข่ายต่าง ๆ และได้มีกิจกรรมร่วมกัน ทั้งการแก้ปัญหาหนี้สินครัวเรือน การสนับสนุนในการปรับเปลี่ยนการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์ ลดละเลิกการใช้สารเคมี เพื่อเข้าสู่ระบบการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ยกย่องคุณภาพชีวิตของสมาชิกในกลุ่มให้ดีขึ้น เพื่อไปหนุนเสริมการแก้ไขปัญหาหนี้สินครัวเรือนเกษตรกร

การดำเนินกิจกรรมตลาดในช่วงเริ่มต้นได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิชีวิตไท ในการไปศึกษาดูงานตลาดเขียว ตามที่ต่าง ๆ ที่มีการดำเนินกิจกรรมตลาดได้ประสบผลสำเร็จ เช่น ตลาดนัดชาวไร่ ที่อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งได้ทำให้สมาชิกจากกลุ่มต่าง ๆ เกิดความสนใจ เห็นความเป็นไปได้ที่จะมีตลาดนัดในชุมชนสำหรับจำหน่ายสินค้าอาหารปลอดภัย และสมาชิกจะมีช่องทางในการมีรายได้เพิ่มขึ้น

สมาชิกของตลาดอนามัย@บางซุด ประกอบไปด้วย

1. กลุ่ม อสม.รพ.สต.บางซุด สมาชิกของกลุ่มเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน กลุ่มได้ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้บริโภคผัก ผลไม้ และอาหารปลอดภัย มีการปลูกผักอินทรีย์ในแปลงเกษตรกรรมในที่ดินของ รพ.สต.บางซุด หลังใหม่ เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิก และส่งเสริมการดูแลสุขภาพของสมาชิกแบบองค์รวมควบคู่กันไปด้วย ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกที่นำมาจำหน่ายในตลาด เช่น ผักสดตามฤดูกาล อาหารพร้อมทาน ส้มตำ เครื่องดื่มสมุนไพร เป็นต้น

2. วิสาหกิจชุมชนร้อยใจบางซุด (ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนป่วย อังภากรณ์) เป็นกลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันเพื่อแปรรูปผลผลิตกล้วยอินทรีย์ มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย เช่น กล้วยอบ กล้วยสตีก กล้วยเคลือบช็อคโกแลต และแป้งกล้วย นอกจากนี้ยังมีชาสมุนไพร และขนมทองม้วนจากแป้งข้าว กข.43 โดยกลุ่มได้พัฒนามาตรฐานของการแปรรูป ให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

3. กลุ่มส่งเสริมการเกษตรครบวงจร สมาชิกส่วนใหญ่ในกลุ่มเป็นเกษตรกรสูงวัย มีปัญหาหนี้สิน และปัญหาสุขภาพ มีการปรับเปลี่ยนการผลิตพืชผักปลอดภัย สร้างอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิก จากฐานความรู้การทำเกษตร ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีทั้งข้าวปลอดภัย ผักสด ผลไม้ อาหารแปรรูป ปุ๋ยมูลไส้เดือน และน้ำหมักชีวภาพ โดยให้ความสำคัญกับการลดรายจ่าย สร้างรายได้เพิ่ม เพื่อบรรเทาปัญหาหนี้สินของสมาชิก

4. กลุ่มปลูกผักอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว “บ้านมั่งผัก” เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มาออกจากงานประจำในเมือง แล้วกลับมาทำเกษตรที่บ้านเกิดตนเอง มีการปลูกผักกางมุ้งในมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ผ่านการรับรองโดยหน่วยงานภาครัฐ มีตลาดรับซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ นอกจากปลูกผักอินทรีย์แล้ว สมาชิกในกลุ่มยังปลูกพืชสมุนไพรอินทรีย์ส่งขายให้กับโรงพยาบาลสรรพคบุรีอีกด้วย

แนวคิดในการตั้งตลาดอนามัย@บางซุด

1. เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้บริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีระบบการผลิตที่ปลอดภัยวางใจได้
2. เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และมีระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน
3. เพื่อให้เกิดพื้นที่ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ และพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน
4. เพื่อใช้ตลาดเป็นเครื่องมือในการวางแผนการผลิตของเกษตรกร และประสานความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ที่ตั้ง การเดินทาง และเวลาเปิดตลาด

ตลาดอนามัย@บางซุด ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ต.บางซุด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท ริมถนนหมายเลข 3454 พื้นที่ตลาดอยู่บริเวณด้านหน้าของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุดแห่งใหม่ ซึ่งก่อสร้างแล้วเสร็จและได้มีการเปิดทำการใหม่พร้อมกับเปิดตลาดครั้งแรกเมื่อ 24 กันยายน 2565

การเดินทางมาตลาดสามารถใช้ถนนหลักด้านหน้าอนามัยได้โดยสะดวก เพราะตั้งอยู่ริมถนนที่เป็นเส้นทางหลักในชุมชน มีการจัดทำป้ายด้านหน้าตลาดบริเวณทางเข้า ทั้งด้านซ้ายและด้านขวา

ช่วงเวลาที่เปิดจำหน่ายสินค้าที่ตลาด เริ่มตั้งแต่ 09.00 – 15.00 น. ทุกวัน ศุกร์และวันเสาร์ ของสัปดาห์

หลังจากเปิดขายไประยะหนึ่งพบว่า วันที่ชาวบ้านมักจะเข้ามาซื้อของที่ตลาดคือวันศุกร์ “วันศุกร์คนเยอะกว่าวันเสาร์” น่าจะเพราะเป็นวันเปิดตลาดวันแรก และไม่ชนกันกับตลาดนัดในพื้นที่ ในอนาคตกลุ่มมีแผนที่จะเปิดตลาดในช่วงที่ รพ.สต.บางซุดมีนัดตรวจสุขภาพ ซึ่งในวันดังกล่าวจะมีชาวบ้านจากในชุมชนเดินทางมาที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเพื่อตรวจสุขภาพ

การจัดพื้นที่ตลาด

พื้นที่ตลาดตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุดแห่งใหม่ ซึ่งการเปิดตลาดเดียวในพื้นที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด ได้รับการสนับสนุนจาก อดีตผู้อำนวยการ รพ.สต.บางซุด นางกิมอ้ว สันติจารี ก่อนจะเกษียณอายุราชการเมื่อปลายปี 2565 หลังจากมีการเปิดตลาดเดียวเสร็จสิ้นแล้ว

ในช่วงที่เลือกทำเลของตลาดนั้น ตอนแรกทางกลุ่มจะไปเปิดตลาดที่บริเวณใกล้กับวัดโฆษิตาราม หรือวัดหลวงพ่อกวย ซึ่งเป็นวัดที่มีชื่อเสียง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอสรรคบุรี ในทุกวันอาทิตย์ของแต่ละสัปดาห์จะมีพุทธศาสนิกชนจากที่ต่าง ๆ เดินทางมาราบหลวงพ่อกวย และบวงสรวงแก้บนเป็นประจำทุกอาทิตย์

การจัดสถานที่ของตลาดมีลักษณะเป็นการกางเต้นท์โครงเหล็กแบบถาวร ขนาดประมาณ 3 x 6 เมตร หลังคามุงด้วยผ้าใบพลาสติกสีฟ้าสำหรับบังแดดและฝน แต่เป็นแผ่นพลาสติกชนิดที่ไม่ทนแดดเป็นเวลานาน ๆ ซึ่งสมาชิกตลาดมีแผนที่จะคลุมด้านบนด้วยสแลนบังแดดอีกชั้นหนึ่ง ภายในเต้นท์มีแคร่ไม้ไผ่ยกสูงสำหรับร้านค้าแต่ละร้านวางสินค้าของตนเอง ในวันเปิดตลาดวันแรก มีร้านค้าเข้ามาจำหน่ายสินค้าจำนวน 11 ร้าน สินค้าที่นำมาจำหน่าย มีทั้งผักสวนครัว อาหารพร้อมทาน ปุ๋ยมูลไส้เดือน และงานฝีมือตะกร้าสานจากผักตบชวา ซึ่งหลังจากเปิดตลาดในช่วงแรก ๆ พบว่า ตลาดได้เพิ่มเมนูอาหารพร้อมทานที่ปรุงสุกใหม่ ๆ เช่น ขายส้มตำ ขายขนมจีน และเพิ่มพื้นที่สำหรับนั่งทานอาหารภายในบริเวณตลาด

การบริหารจัดการตลาด

ตลาดมีการตั้งกรรมการบริหารดูแลตลาดร่วมกัน โดยมีสมาชิก มาจากแต่ละเครือข่ายที่ทำงานร่วมกันในพื้นที่ และทั้งหมดมีบทบาทเป็น อสม.ของหมู่บ้าน การขับเคลื่อนตลาดเขียวโดยผ่านเครือข่าย อสม. จึงเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจ

สมาชิกกรรมการบริหารตลาด ประกอบไปด้วย

“พี่เอียด” ละเอียด อนุศาสนนันท์ กลุ่ม อสม.รพ.สต.บางซุด

“พี่มณเฑียร” มณเฑียร อนุศาสนนันท์ กลุ่ม อสม.รพ.สต.บางซุด

“หนึ่ง” ดุสิมา อนุศาสนนันท์ กลุ่ม อสม.รพ.สต.บางซุด

“พี่สมใจ” สมใจ ปลื้ออ่อน กลุ่มส่งเสริมการเกษตรครบวงจร และเป็น อสม. รพ.สต.บางซุด

“พีศรีไพร” ศรีไพร แก้วเอี่ยม วิสาหกิจชุมชนร้อยใจบางซุด (ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนป้วย อึ้ง ภากรณ์) และเป็น อสม.

เนื่องจากตลาดอยู่ในช่วงเปิดใหม่ ระบบการบริหารจัดการตลาดจึงไม่ได้มีกฎข้อบังคับที่ชัดเจน แต่เน้นการบริหารจัดการที่เกื้อกูลกัน ความเป็นมิตร เป็นญาติ ระหว่างสมาชิกที่เป็นผู้มาขายในตลาดและสมาชิกที่เป็นผู้ผลิตสินค้ามาฝากขาย การเก็บข้อมูลเมื่อช่วงเดือนพฤศจิกายน 2565 พบว่า สมาชิกที่มาขายเป็นหลักคือ สมาชิกที่อยู่ในหมู่บ้านไม่ไกลจากที่ตั้งของ รพสต.บางซุด มีจำนวน 4 ร้าน จากทั้งหมด 5 ร้าน ที่เป็นเครือญาติกัน

ตลาดอนามัยบางซุดเป็นตลาดนัดที่เปิดขายทั้งวัน ข้อจำกัดสำคัญประการหนึ่ง คือ ผู้ที่มานั่งขายประจำที่ตลาดต้องมีเวลาอยู่ที่ตลาดทั้งวันจนกว่าจะปิดตลาด ซึ่งพบว่า ผู้ขายในตลาดนัดจำนวน 4 ร้าน ที่เป็นพี่น้องกัน ทั้งหมดสามารถอยู่ประจำที่ร้านได้ทุกวัน เนื่องจากไม่ได้ทำงานประจำหรือทำเกษตรเป็นกิจกรรมหลัก ความเป็นพี่น้องกันทำให้การมาขายของร่วมกันเป็นกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์กันระหว่างญาติพี่น้องได้อีกทางหนึ่ง โดยมีพี่เอียด เป็นแกนหลักในการดูแลกลุ่ม

การเลือกเมนูอาหารมาขายในตลาดขึ้นอยู่กับความชอบและความถนัดของแต่ละคน เช่น พี่เอียดเคยขายอาหารตามสั่ง และอาหารจำพวกยำ มาก่อน พี่มณเฑียรชอบทานส้มตำ และมีความรู้การทำส้มตำที่ญาติถ่ายทอดให้ พี่สมใจมีคุณแม่ที่มีฝีมือในการทำอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงบอน และน้ำยาขนมจีน จึงเน้นเมนูอาหารพื้นบ้านเป็นหลัก

แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยหลักการของตลาดที่ต้องการให้เป็นตลาดเขียว ทางกลุ่มก็จะเน้นขายอาหารที่มีเรื่องราวในการดูแลสุขภาพควบคู่กันไปด้วย

นอกจากเมนูอาหารพร้อมทานแล้ว ผักสด จากกลุ่มปลูกผักอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว และผักจากสมาชิกตลาดรายอื่น ๆ ที่ปลูกแบบปลอดสารพิษ ก็เป็นสินค้าที่นำมาวางขายเป็นประจำ และได้รับการตอบรับที่ดีจากคนในชุมชน

ร้านค้าที่มาขายในตลาดจะมีใน 2 ลักษณะคือ (เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2565)

1. ร้านที่มาขายประจำทุกสัปดาห์ วันศุกร์และวันเสาร์ เป็นร้านค้าของสมาชิกที่ดูแลจัดการตลาดเป็นหลัก ประกอบไปด้วย

ร้านของพี่เอียด ขายอาหารปรุงพร้อมทาน เช่น สลัด น้ำสลัด ยำส้มโอ ยำมะม่วง น้ำพริกเห็ดกล้วยม้วน กล้วยเบรคแตก และมีผักตามฤดูกาล ที่พี่เอียดปลูกเอง และรับมาจากสมาชิกของกลุ่ม เช่น หน่อไม้ พริกชี้หนู ผักพื้นบ้านตามฤดูกาล

ร้านพี่สมใจ ขายแกง ขนมจีนน้ำยา ไช้เค็ม ปลาเค็ม และผักสดตามฤดูกาลที่ปลูกเอง เช่น ผักกาด ถั่วฝักยาว โดยสมใจจะเน้นอาหารที่ปรุงสุกสำหรับเป็นอาหารในมือเย็น ทำให้ช่วงเวลาที่สมใจจะนำของมาขายที่ตลาดนัดจะเป็นช่วงประมาณ 4-5 โมงเย็น สำหรับให้ลูกค้ามาซื้อและนำกลับไปทานในช่วงเย็น

ร้านของดวงพร ขายน้ำและเครื่องดื่มสมุนไพร และมีผักที่ดวงพรปลูกเอง มาวางขายด้วย เช่น ฟักแฟง พริกขี้หนู

ร้านส้มตำของพืมนเพียรและลูกชาย ขายส้มตำและน้ำดื่มเป็นหลัก และพืมนเพียรกับลูกชาย กำลังจะเริ่มจะปลูกผักอินทรีย์ เพื่อนำมาขายที่ตลาด

ร้านคุณหนึ่ง ดุสิมา ขายข้าวเหนียวนึ่งสุก สำหรับลูกค้าร้านส้มตำของพืมนเพียร

อย่างไรก็ตาม พบว่า เมนูอาหารที่สมาชิกทำขายในแต่ละอาทิตย์นั้นอาจจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่มีในช่วงเวลานั้น เช่น ร้านของพี่เอียด เมนูหลักจะประกอบไปด้วย สลัดผัก น้ำสลัด ยำมะม่วง บางช่วงจะมียำส้มโอ มีน้ำพริกเห็ด ทอดปลาเห็ดหัวป्ली หน่อไม้ต้ม และหน่อไม้ดอง มาขายด้วย ความตั้งใจของพี่เอียดอยากจะมีเมนูอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้น แต่เนื่องจากการเปิดตลาดในช่วงแรกยังไม่มีลูกค้ามากนัก จึงทำอาหารปรุงสำเร็จมาเพียงบางเมนูในแต่ละสัปดาห์ “ยังไม่กล้าลงทุนมาก ถ้ามีคนเยอะ ก็จะลงเมนูเพิ่มอีก”

ร้านของพี่สมใจก็เช่นเดียวกัน จะมีเมนูสลับเปลี่ยนกันในแต่ละอาทิตย์ บางอาทิตย์ก็ทำแกงบอน บางอาทิตย์ก็ไม่ได้ทำ แต่ทำน้ำยาขนมจีนขายแทน การขายน้ำยาขนมจีนจะขายควบคู่กันกับเส้นขนมจีน โดยพี่สมใจจะรับเส้นขนมจีนจากร้านในหมู่บ้านมาขายควบคู่กันกับน้ำยา พี่สมใจบอกว่า ราคาของเส้นขนมจีนต่อ 1 กิโลกรัม นั้นรับมาในราคาส่ง กิโลกรัมละ 23 บาท พี่สมใจนำมาขายในราคากิโลกรัมละ 25 บาทเท่านั้น ซึ่งเป็นราคาเดียวกันกับราคาในตลาดทั่วไป โดยไม่ได้คาดหวังกำไรจากการขายเส้นขนมจีน แต่ต้องการขายน้ำยาขนมจีนเป็นหลัก “เส้นขนมจีนไม่ได้กำไร ขายคู่กันไป เอามาเสริม อาศัยขายน้ำยา”

2. ร้านที่มาขายในบางสัปดาห์ ไม่ได้มาขายทุกสัปดาห์ เช่น ร้านขายผัก “บ้านมั่งผัก” ของ สุนีย์ จากกลุ่มปลูกผักอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว ในช่วงที่มีผลผลิตผักออกตลาดมาก ทางกลุ่มมั่งผัก ก็จะนำผลผลิตส่วนหนึ่งมาวางขายที่ตลาดนัดด้วย ชนิดของผักที่นำมาวางขาย เช่น ผักชีไทย ผักชีฝรั่ง คื่นช่าย พริกขี้หนูเป็ด ฮอต คะน้า และผักสลัด ร้านงานจักสานผักตบชวาจากกลุ่มจักสานผักตบชวาที่ติดนัดลูกค้าประจำในวันศุกร์ และข้อจำกัดที่ไม่มีสมาชิกมาขายประจำ ทำให้กลุ่มไม่สามารถมาขายที่ตลาดได้ทุกอาทิตย์

ระบบการขายของสมาชิกในตลาด

แม้ว่าจะเปิดตลาดนัดในช่วงวัน ศุกร์ และเสาร์ แต่สมาชิกของตลาดก็มีรูปแบบของการขายในตลาดที่หลากหลาย และน่าสนใจ พบว่ารูปแบบการขายมี 3 รูปแบบคือ

1. การวางของขายที่หน้าร้านของตนเองในตลาดนัด การขายในรูปแบบนี้ผู้ขายจะเตรียมวัตถุดิบหรืออาหารพร้อมปรุงไว้สำหรับขายในแต่ละวัน คือ ร้านส้มตำของพืมนเพียร ร้านสลัด และน้ำพริกของพี่เอียด ร้านข้าวเหนียวนึ่งของหนึ่ง ดุสิมา ร้านขายอาหารพื้นบ้าน เช่นแกงบอน น้ำยาขนมจีน ปลาเค็ม ไข่เค็ม และผักตามฤดูกาลของพี่สมใจ และร้านหวานเย็นของดวงพร

2. การขายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ สมาชิกตลาดที่มีรูปแบบการขายผ่านช่องทางออนไลน์ คือ พี่เอียด และพี่สมใจ คือ นอกจากวางขายที่ตลาดนัดแล้ว ยังนำไปลงขายในช่องทางออนไลน์ที่แต่ละคนมีอยู่แล้วอีกด้วย

พี่เอียดมีกลุ่มไลน์ของเพื่อน อสม. หมู่ 7 ไลน์กลุ่มปลูกผักของ อสม. ไลน์กลุ่ม ทำน้ำพริก และไลน์ส่วนตัวลูกค้านวด ครู และหมออนามัย

สมใจมีกลุ่มไลน์ อสม. ที่มีสมาชิกกลุ่ม 100 กว่าคน และมีเพื่อนในเฟซบุ๊ก ซึ่งฐานของกลุ่มเพื่อนส่วนหนึ่งมาจากการทำงานในฐานะ อสม. และเพื่อนในชุมชนที่รู้จักกันอยู่แล้ว

โดยพี่เอียด จะเน้นการใช้ไลน์ ทักแชทกับลูกค้า มีการเปิดรับออเดอร์ล่วงหน้าก่อนวันขายหนึ่งวัน โดยแจ้งว่ารายการอาหารที่พร้อมขายมีอะไรบ้าง เช่น แจงลูกค้าในแชทว่ามีสลัด และรับออเดอร์ไว้ ก่อนจะนำไปส่งในวันที่เปิดตลาด ส่วนพี่สมใจ จะเน้นการโพสต์รูปภาพอาหารลงในเฟซบุ๊ก เพื่อให้เพื่อน ๆ ในเฟสได้เห็น และโพสต์ลงในกลุ่มไลน์ของ อสม. ว่าวันนี้มีอาหารอะไรมาขายบ้าง

ทั้งสองคนใช้การซื้อรถมอเตอร์ไซด์นำสินค้าไปส่งให้ลูกค้าในชุมชน เช่น ลูกค้าของสมใจจะถามว่าสามารถนำไปส่งให้ได้หรือไม่ “ส่งได้มั้ยคะ” ซึ่งสมใจก็จะถามที่อยู่ของลูกค้า และไปส่งด้วยตนเอง

3. การฝากวางสินค้าให้เพื่อนสมาชิกช่วยขายให้ ด้วยลักษณะที่เปิดเป็นตลาดนัด ตั้งแต่เช้าถึงตอนเย็น ทำให้สมาชิกบางคนไม่สามารถมาอยู่ประจำที่ร้านค้าเพื่อขายของทั้งวันได้ ด้วยข้อจำกัดที่อยู่ไกล ต้องทำการผลิตของตนเอง สมาชิกบางรายจึงนำของมาฝากขาย โดยเน้นเป็นอาหารแปรรูปที่สามารถเก็บได้หลายวัน หรือสินค้าที่ไม่ใช่ของกินแต่เป็นงานฝีมือ ที่สามารถนำมาวางที่ร้านได้สะดวก เช่น กล้วยตาก หรืองานจักสานจากผักตบชวา เป็นต้น

ตลาดอนามัย@บางขุน
 " สุขภาพดี วิถีอินทรีย์ ปลอดภัย ชีววิถี "

ณ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางขุน (ใหม่) จังหวัดชัยนาท

จำหน่าย : ผัก ผลไม้
 ผลิตภัณฑ์ชุมชนและอาหาร
 ปลอดภัยที่ดีต่อสุขภาพ

เปิดขาย ทุกวันศุกร์-วันเสาร์
 ตั้งแต่ เวลา 12.00-18.00 น.

17.00 น. มาเต้นแอโรบิคเพื่อสุขภาพด้วยกัน

แผ่นประชาสัมพันธ์ตลาดอนามัย@บางขุน



ป้ายด้านหน้าตลาดอนามัย@บางขุน

กลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่ม

1. สร้างการเชื่อมต่อกับคนในชุมชนผ่านช่องทางที่หลากหลายในระบบตลาดสมัยใหม่

กลยุทธ์สำคัญที่กลุ่มตลาดอนามัยบางขุนนำมาใช้ คือ การเชื่อมต่อกับคนในชุมชนผ่านช่องทางที่หลากหลาย ใช้สื่อการตลาดสมัยใหม่ ดังที่พบว่าสมาชิกที่ขายของในตลาด เช่น พี่เอียด พี่สมใจ คุณหนึ่ง ดุสิมานอกจากการวางสินค้าขายที่ตลาดนัดวันศุกร์และวันเสาร์แล้ว ยังได้สร้างช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าของตนเองไว้หลากหลายช่องทาง เช่น พี่เอียด และพี่สมใจ ใช้การทักแชทผ่านไลน์ การโพสต์รูปภาพอาหารที่นำมาขายในตลาดลงในเฟซบุ๊ก “ลงทั้งเฟซ ทั้งไลน์” และ หนึ่ง ดุสิมา ใช้การไลฟ์สดบรรยากาศที่ตลาดลงในเฟซบุ๊กของตนเอง

พี่เอียดและพี่สมใจ มีเครือข่ายของกลุ่มลูกค้าที่สำคัญคือ กลุ่มไลน์ของเครือข่าย อสม.รพ.สต ที่ทั้งสองคนเป็นสมาชิกอยู่ นอกจากกลุ่มไลน์ อสม.แล้ว พี่เอียดยังมีไลน์ของลูกค้าจากงานนวดแผนไทย ที่ติดต่อสื่อสารกันอยู่แล้ว สามารถทักแชทไปขายได้เช่นกัน

สำหรับพี่สมใจ การมีเพื่อนจำนวนมากในเฟซบุ๊ก ทำให้การโพสต์รูปอาหารปรุงเสร็จพร้อมทาน ได้รับความสนใจจากเพื่อนในเฟซ และเป็นช่องทางหนึ่งในการขายของสมใจ “ คิดว่ามีเพื่อนเยอะ ตั้งแต่ทำงานกรุงเทพ เพื่อน อสม. ก็โพสต์ขาย แท็กเพื่อน ให้เพื่อนเห็น มีสั่งผ่านเพื่อน”

2. สร้างความหลากหลายของสินค้าปลอดสารพิษ และเน้นสินค้าที่เป็นอาหารท้องถิ่น

ถึงแม้ว่าตลาดในระยะแรกจะมีจำนวนร้านค้าที่ขายประจำเพียงไม่กี่ร้าน แต่ตลาดก็พยายามสร้างความหลากหลายของสินค้า โดยเฉพาะสินค้าอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ เช่น ผลผลิตผักอินทรีย์ ผักปลอด

สารพิษ เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้ซื้อในชุมชน และนำเสนอสินค้าที่เป็นเมนูอาหารท้องถิ่นของคนในชุมชนควบคู่กันไปด้วย

ดังที่พบว่ารายการสินค้าที่นำมาขายในตลาด มีทั้งอาหารปรุงพร้อมทาน จากร้านของพี่เอียด ร้านของพี่สมใจ อาหารแปรรูปจากเครือข่ายของพี่ศรีไพร ร้านส้มตำพืฒนเตียร ผลิตภัณฑ์ผักสดอินทรีย์ จากแปลงผักของครูแขก และบ้านมั่งผัก มีผลิตภัณฑ์จักสานจากผักตบชวา เป็นต้น

ในส่วนของเมนูอาหารปรุงพร้อมทาน นอกจากความหลากหลายของเมนูอาหารในแต่ละครั้งแล้ว ยังพบว่า เมนูอาหารท้องถิ่น เช่น แกงบอนของพี่สมใจ ขนมน้ำยา ก็เป็นเมนูที่ผู้ซื้อในชุมชนให้ความสนใจสามารถขายได้ทุกครั้งที่เปิดตลาด



ร้านของพี่สมใจ ปลีอ่อน



ร้านของพี่ละเอียด อนุศาสนนันท์

3. การตั้งราคาที่เหมาะสม

พบว่า สินค้าที่นำมาวางขายในตลาดอนามัยบางชุดของร้านค้าประจำและจากเครือข่ายที่นำมาฝากวางขายนั้น มีการตั้งราคาที่ไม่ได้แพงจนเกินไป เป็นราคาที่ใกล้เคียงกับราคาของสินค้าที่ขายในตลาดนัดในพื้นที่ เช่น สลัด และยำส้มโอ ขายที่ราคาชุดละ 40 บาท น้ำพริกขายกระปุกละ 20 บาท แกงบอนขายถุงละ 30 บาท ไข่เค็มขาย 5 ใบ 30 บาท ปลาช่อนแดดเดียว หรือ เรียกว่า “ปลาเกลื่อ” ทอดพร้อมทาน ขายถุงละ 20 บาท แบบที่ยังไม่ทอดขายกิโลกรัมละ 200 บาท ซึ่งเป็นราคาใกล้เคียงกับราคาที่ยังขายในตลาดทั่วไป ผักสดอินทรีย์ ถุงละ 10 บาท และ 20 บาท การตั้งราคาที่เหมาะสม ก็ทำให้ผู้ซื้อในชุมชนสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยได้ในราคาที่ไม่แพงจนเกินไป



ราคาผักในตลาดอนามัย@บางซุด

4. การสร้างเครือข่ายเพื่อหนุนเสริมซึ่งกันและกัน

จากการที่มูลนิธิชีวิตไท มีการทำงานในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่อง สามารถเชื่อมเครือข่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ผ่านประเด็นการทำงานที่หลากหลาย อาทิ การแก้ปัญหาหนี้สิน อาหารปลอดภัยเพื่อสุขภาวะชุมชน การสนับสนุนการปรับเปลี่ยนการผลิตสร้างพื้นที่อาหารปลอดภัย ในแต่ละเครือข่ายมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองอยู่แล้ว และมีการนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ จากการที่มีพื้นที่ขายใหม่ที่ตลาดอนามัยบางซุด ในแง่การสร้างความเป็นเครือข่ายผ่านการเปิดตลาดนัด จึงช่วยหนุนเสริมกิจกรรมของแต่ละเครือข่ายในพื้นที่ไปด้วยในเวลาเดียวกัน ดังที่พบว่า กลุ่มปลูกผักอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว “บ้านมั่งผัก” ซึ่งมีการปลูกผักอินทรีย์มานาน ได้

เข้ามามีส่วนร่วมกับกลุ่มในตลาด ด้วยการส่งผักมาฝากขายในตลาด การแบ่งปันกล้าผักจากกลุ่มโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ให้กับสมาชิกของตลาดที่สนใจนำไปปลูก

5. การมีทำเลที่เหมาะสมในการขายอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารปลอดภัย

การที่ตลาดเลือกทำเลบริเวณพื้นที่ด้านหน้าทางเข้า โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด (รพ.สต.บางซุด) แห่งใหม่ ซึ่งเป็นบริเวณปากทางเข้าไปใน รพ.สต. ตำแหน่งตรงจุดนี้เป็นทางผ่านเข้าออกของคนที่เข้ามาติดต่อที่ รพ.สต. ทำให้สามารถสังเกตได้ง่าย เป็นที่รู้จักกันในชุมชนอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามตั้งแต่การเปิดตลาดเมื่อช่วงเดือนกันยายน 2565 ที่ผ่านมารพ.สต.บางซุด ยังไม่ได้ย้ายมาเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ ซึ่งทางกลุ่มผู้จัดตลาดคาดหวังว่า ถ้าทาง รพ.สต.บางซุดแห่งใหม่ เปิดดำเนินการอย่างเต็มรูปแบบ ตลาดอนามัยแห่งนี้จะมีผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงวันที่ทาง รพ.สต. มีนัดประจำสัปดาห์ ของผู้ป่วยในกลุ่มโรค เบาหวาน และความดัน ซึ่งตามกำหนดการ รพ.สต.บางซุดแห่งใหม่ มีแผนที่จะเปิดดำเนินการในช่วงต้นปี 2566

ตลาดอนามัย@บางซุด ในฐานะพื้นที่ระบบอาหารท้องถิ่นที่ปลอดภัยสำหรับชุมชน

พื้นที่ตำบลบางซุดมีระยะทางที่ไม่ไกลจากตัวอำเภอสรรคบุรีมากนัก มีถนน เส้นทางคมนาคมเดินทางสะดวก ในการเข้าไปตัวอำเภอสรรคบุรี อำเภอเมืองชัยนาท อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี และมีเส้นทางหลักที่เชื่อมต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี นอกจากนี้พื้นที่ที่ตั้งตำบลบางซุด ยังอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา คือ วัดโมฬิตาราม และวัดพระแก้ว

ด้วยปัจจัยเหล่านี้ทำให้ชุมชนในเขตตำบลบางซุดมีลักษณะกึ่ง ๆ ของการเป็นชุมชนเมือง การเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคของคนในชุมชน จะผ่านตลาดนัดเคลื่อนที่เป็นหลัก ซึ่งมีเกือบทุกวัน เช่น ตลาดนัดที่จัดในวัดสุกธาราม

นอกจากตลาดนัดแล้ว ยังพบว่า มีรถเร่ขายอาหารวิ่งเข้าออกในชุมชนอยู่เป็นประจำ ซึ่งสินค้าที่นำมาขายผู้ค้ารถเร่ไปรับมาจากตลาดในตัวอำเภอ แล้วมาบรรจุขายปลีกอีกทอดหนึ่ง สินค้าที่ผู้ค้ารถเร่นำมาขายจะเป็นอาหารปรุงพร้อมทานและวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารต่าง ๆ รวมทั้งเนื้อสัตว์ต่าง ๆ ที่แช่มาในถังแช่เย็น ลูกค้าของรถเร่ขายอาหาร เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกในการเดินทางไปตลาดนัด ก็สามารถจะจับจ่ายซื้ออาหารและวัตถุดิบต่าง ๆ จากรถเร่ ที่เข้ามาขายถึงในบ้านได้โดยสะดวก



ร้านค้ารถเร่ในหมู่บ้าน

แม่ค้ารถเร่ นอกจากซื้อสินค้าจากตลาดในตัวอำเภอมาขายแล้ว แม่ค้าบางรายก็รับซื้อผลผลิตจากชาวบ้านในชุมชนที่ปลูกและนำมาส่งขายให้ด้วย เช่น พืชสมใจ เคยปลูกพริกและเก็บส่งขายให้กับแม่ค้ารถเร่ที่เข้ามาขายที่บ้านของตนเอง

ทั้งตลาดนัดเคลื่อนที่และรถเร่ จึงเป็นช่องทางหนึ่งในการกระจายผลผลิตของชาวบ้านในชุมชน แต่เมื่อมีตลาดนัดอนามัย สมาชิกของตลาด เช่น พืชสมใจ ที่เคยขายผักให้แม่ค้ารถเร่ ก็นำผักมาขายในตลาดนัดอนามัย ซึ่งเป็นพื้นที่ของอาหารปลอดภัย

ผลิตภัณฑ์ในตลาดบางชุด มีทั้งที่เป็นสินค้ามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เช่น ผักของบ้านมั่งผัก ที่มีมาตรฐาน Organic Thailand และสินค้าในเกณฑ์ปลอดภัย คือ ยังไม่ได้มีมาตรฐานรับรอง แต่ระบบการผลิตเป็นการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี เช่น ผักของสมใจ และผักของสมาชิกคนอื่น ๆ

ซึ่งสมาชิกของตลาดที่เป็น อสม. มีความตื่นตัว และให้ความสนใจกับการปลูกผักปลอดสารเพื่อนำมาขายที่ตลาด มีกลุ่มผักกางมุ้ง ที่เป็นต้นแบบของการปลูกผักในระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ได้สนับสนุนกล้าผัก และนำผักอินทรีย์มาจำหน่ายในตลาด เพื่อให้คนในชุมชนได้เข้าถึงอาหารปลอดภัยได้เช่นเดียวกับคนในเมืองที่ได้บริโภคผักอินทรีย์จากแปลงของศูนย์ ที่มีการวางจำหน่ายในห้างโมเดิร์นเทรด



ผักจาก “บ้านมุงผัก”

อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของตลาดอนามัยบางชุด อาจจะไม่สามารถตอบโจทย์ของระบบอาหารท้องถิ่นได้ทั้งหมด แต่ก็ยังเป็นอีกหนึ่งวงจรการผลิตอาหารของท้องถิ่นในการกระจายผลผลิตอาหารปลอดภัยของสมาชิกให้กับคนในชุมชน แม้ว่าตลาดในช่วงเริ่มก่อตั้งจะมีขนาดไม่ใหญ่มาก และสินค้าที่นำมาขายในตลาดอนามัยต้องสอดคล้องกับแนวทางของการเป็นตลาดอาหารปลอดภัย เช่น ระบบการผลิตอาหารที่ไม่ใช้สารเคมี อาหารท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก การปรุงอาหารที่ไม่เค็ม ไม่หวาน มากจนเกินไป แต่การเปิดตลาดได้ทำให้สมาชิกกลุ่มของชุมชนได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน การพูดคุยกันระหว่างสมาชิก การวางแผนการผลิต การพัฒนาสินค้าเพื่อนำมาขายในตลาด การสื่อสารกับผู้ซื้อ สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบเรียนรู้ของคนในชุมชน เพื่อการสร้างสุขภาวะชุมชนในระยะยาว

การเรียนรู้การจัดการธุรกิจของเกษตรกรผ่านการดำเนินงานตลาดอนามัย

บทเรียนสำคัญของการจัดตลาดอนามัยบางชุด ที่น่าสนใจ คือ การเรียนรู้เพื่อจัดการธุรกิจของกลุ่มสมาชิกตลาด ที่สมาชิกมาจากหลายเครือข่าย และมาร่วมกันในการพัฒนาตลาดให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มผู้ขายในตลาดได้มีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของระบบตลาดและระบบอาหารท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไป ดังเห็นได้จากสมาชิกผู้ขายในตลาดได้ปรับรูปแบบการขายผ่านช่องทางตลาดที่หลากหลาย จากตลาดในรูปแบบเดิม ไปสู่ระบบตลาดสมัยใหม่ การมีพื้นที่สื่อสารกับผู้ซื้อโดยตรง การมีความริเริ่มในการนำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อเป็นสินค้าประจำตลาด ดังนี้ เป็นต้น

โอกาสของตลาดนัดอนามัยจึงมีความเป็นไปได้ในช่องทางใหม่ ๆ ที่สมาชิกของตลาดได้ช่วยกันพัฒนาขึ้น การใช้ช่องทางออนไลน์และเชื่อมต่อโดยตรงกับลูกค้า การสื่อสารที่ชัดเจนของสมาชิกตลาดกับผู้ซื้อ

การให้ข้อมูลที่มีรายละเอียดของสินค้าที่นำมาขายในตลาด ช่วยให้ผู้ใช้สามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการซื้อสินค้าจากสมาชิกในตลาด

การที่ผู้ขายมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในช่องทางของตนเอง การรับออเดอร์ล่วงหน้า ทำให้สมาชิกตลาด สามารถคาดคะเนปริมาณของสินค้าที่จะขายในแต่ละวันได้ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มของอาหารพร้อมทานและผักสด

การเรียนรู้บริหารจัดการตลาดแบบค่อยเป็นค่อยไป ช่วยให้สมาชิกลดแรงกดดันต่อเป้าหมายของการสร้างกำไรสูงสุด ดังที่พบว่า แม้ขายยอดขายจากตลาดในระยะแรกจะไม่มากนักในแต่ละวัน แต่สมาชิกก็ยังมี ความตั้งใจที่จะดำเนินงานตลาดต่อไป เพื่อให้เกิดตลาดที่ขายอาหารปลอดภัยในชุมชน

ใครเป็นใครในตลาดอนามัย@บางซุด

“พี่เอียด” ละเอียด อนุศาสนนันท์

พี่เอียดเป็นประธานของกลุ่มตลาด เป็น อสม.ของอนามัยบางซุด และยังมีบทบาทอื่น ๆ อีกในชุมชน เช่น เป็นประธานกลุ่มทำน้ำพริก เป็นหมอนวดแผนไทยของชุมชน และมีหน้าที่ดูแลแม่ผู้สูงวัยของครอบครัวร่วมกับพี่สาวที่เกษียณอายุราชการแล้ว และเป็นแม่เลี้ยงเดี่ยวดูแลลูกชายที่กำลังเรียนชั้นปีสุดท้าย ภาควิชาสัตวบาลชั้นสูงที่วิทยาลัยเทคนิคชัยนาท

พี่เอียดจบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ด้านการเกษตร จากจังหวัดพิษณุโลก พี่เอียดมีความมุ่งมั่นและตั้งใจด้านการเรียน โดยทำงานเก็บเงินส่งตัวเองเรียนไปด้วยในเวลาเดียวกัน เมื่อเรียนจบก็ทำงานในโรงงาน มีครอบครัว และมีลูกชาย 1 คน

ในช่วงปี 2556 พี่เอียดได้กลับมาอยู่ที่บ้านโดยพี่สาวให้มาทำหน้าที่ดูแลพ่อสูงวัยที่ป่วย พร้อมกับได้เปิดร้านขายของชำที่บ้านไปด้วย แต่ต่อมาก็ต้องหยุดขาย พี่เอียดบอกว่าในชุมชนมีตลาดนัดทุกวัน ทำให้ขายไม่ดี หลังจากนั้นพี่เอียดก็ได้เปิดร้านอาหารตามสั่งที่บริเวณริมแม่น้ำ หน้าวัดพร้าว ขายอาหารหลากหลาย เช่น อาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว ยำสมุนไพโร สเต็ก ไก่ทอด กิจการไปได้ดี มีคนรู้จัก “ขายดีมาก มีลูกค้ารู้จัก” แต่ต่อมาก็ต้องหยุดเพราะต้องมาดูแลแม่ที่สูงวัย ในช่วงนี้พี่เอียดได้เข้าเป็น อสม.บางซุด มีโอกาสได้ไปเรียนนวดแผนไทยและยึดเป็นอาชีพมานับตั้งแต่นั้น

พี่เอียดมีพื้นที่ทำเกษตร 2 งาน ปลูกผักสวนครัว เช่น พริก กระชาย ข่า ตะไคร้ ขมิ้น โดยเน้นพืชที่ไม่ต้องดูแลจัดการมาก เพราะต้องทำงานหลายอย่างควบคู่กัน

พี่เอียดเป็นคนที่สนใจเรื่องการทำอาหาร สามารถทำอาหารได้หลากหลายทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน โดยใช้ความช่างสังเกต เรียนรู้ จดจำ จากประสบการณ์ และอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูล ในการคิดเมนูอาหารใหม่ ๆ ให้น่าสนใจ “ทำได้ทุกอย่าง เคยทำมา เคยกินมา” พี่เอียดเล่าว่า ถ้าได้สูตรอาหารมาก็จะเอามาปรับให้รสชาติเข้ากับความชอบของตนเอง เช่น สูตรน้ำสลัด พี่เอียดได้สูตร มาจากหลาน แต่พี่เอียดได้นำมาปรับสูตรใหม่ ลดต้นทุนและปรับรสชาติตามความชอบของตน “หลานแนะนำ เขาให้

สูตรทำน้ำสลัด เรามาประยุกต์ แต่ของเขาแพง และหวาน เรามาประยุกต์ให้ถูกลง กินไม่เลี่ยน กินดี เราลดน้ำมันลง”

สูตรน้ำยำส้มโอ พี่เอียดได้สูตรมาจากพี่สาวเป็นคนแนะนำ สูตรน้ำพริกเห็ดพี่เอียดได้จากการฝึกอบรมที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้จัดฝึกอบรม และพี่เอียดได้ปรับปรุงสูตรโดยไม่ใช้น้ำมัน

ในช่วงที่ยังไม่ได้เปิดตลาดอนามัย พี่เอียดได้ทำการตลาดน้ำพริกของตนเองโดยการทำน้ำพริกไปเลี้ยงฟรีในงานออกโรงทานของหมู่บ้าน ทำให้มีคนรู้จัก และสั่งน้ำพริกไปขาย

การที่พี่เอียดทำงานเป็น อสม. งานนวดแผนไทย และเป็นผู้นำกลุ่มทำกิจกรรมในชุมชน ทำให้รู้จักกับคนในชุมชน และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่าง ๆ กลายเป็นช่องทางในการติดต่อเพื่อขายสินค้าของตลาดเขียวได้อีกทางหนึ่ง

“พี่สมใจ” สมใจ ปลื้มอาย 51 ปี

พี่สมใจ อยู่ที่บ้านท่าเสา ต.บางซุด เกิดและเติบโตที่บางซุด จนเมื่ออายุ 20 ปี ได้ออกจากชุมชนไปทำงานโรงงานในกรุงเทพ พี่สมใจพบกับสามีที่ทำงานโรงงานเหมือนกัน มีลูกด้วยกัน 2 คน แต่ได้แยกทางกันในช่วงที่ลูกคนโตกำลังเข้าเรียนมหาวิทยาลัย ชีวิตในช่วงที่ทำงานโรงงานของพี่สมใจเป็นช่วงที่ยากลำบาก พี่สมใจต้องรับภาระในเรื่องค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวและการศึกษาของลูก เป็นช่วงที่พี่สมใจเริ่มมีหนี้สินทั้งจากการใช้บัตรเครดิตและการผ่อนรถยนต์กับรถจักรยานยนต์ และยังมีหนี้ที่ต้องผ่อนส่งอยู่จนถึงปัจจุบัน

ต่อมาในช่วงปี 2560 พี่สมใจได้ลาออกจากงานเพื่อมาดูแลแม่ที่ประสบอุบัติเหตุขาหัก แม่ของพี่สมใจทำหน้าที่เป็นประธาน อสม.ของชุมชน และแม่ของพี่สมใจได้สนับสนุนให้พี่สมใจไปเรียนการนวดแผนไทยที่โรงพยาบาลสรรพบุรี หลังจากเรียนสำเร็จ พี่สมใจก็เริ่มทำอาชีพรับจ้างนวดแผนไทย และเป็นรายได้หลักที่สำคัญ แต่เมื่อประมาณช่วงปี 2563 พี่สมใจต้องหยุดงานนวดแผนไทย เนื่องจากมีปัญหาสุขภาพ คือ นิ้วล็อกมือเจ็บ ทำให้ไม่สามารถทำงานนวดได้

หลังจากหยุดงานนวดแผนไทย ช่วงปี 2563 พี่สมใจก็ได้ทำงานเป็นอาสาสมัครบริหารท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการทำงาน อสม. ของชุมชน และทำงานจดมาตรน้ำประปาของชุมชน ทำให้มีรายได้ประจำ ลูกสาวคนโตของพี่สมใจปัจจุบันทำงานเป็นลูกจ้างประจำของสำนักงานเทศบาลตำบลบางซุด ส่วนลูกสาวคนเล็กกำลังเรียนระดับ ปวส.

พี่สมใจทำนาประมาณ 19.5 ไร่ เป็นนาเช่าจากญาติ 17 ไร่ และนาตนเอง 2.5 ไร่ พื้นที่ข้างบ้านขนาดครึ่งงาน เลี้ยงไก่ชนเพื่อขายเป็นไก่เนื้อ มีไก่ประมาณ 80 ตัว และปลูกผักสวนครัวที่ริมแม่น้ำน้อยในช่วงเดือนธันวาคม-กรกฎาคมของปี ผักที่พี่สมใจปลูก เช่น มะเขือ มะละกอ บวบ กะเพรา ผักกวางตุ้ง ผักบุ้ง พริก ถั่ว แครอท สภาพดินชายแม่น้ำที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้แปลงผักได้ผลผลิตดี

แต่ในปี 2565 ช่วงปลายปี พบว่า ระดับน้ำในแม่น้ำน้อยลดระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้การเตรียมแปลงปลูกผักของพี่สมใจทำได้ล่าช้า “เพาะกล้าผักไว้ แต่ดินยังแฉะอยู่ ปลายเดือนจะเริ่มปลูกผัก” ช่วง

ที่เปิดตลาดระยะแรกพี่สมใจจึงยังไม่มีผลผลิตผักที่ปลูกริมแม่น้ำมาขายในตลาด มีเพียงผักกาดที่ปลูกในแปลงขนาดเล็กบริเวณหน้าบ้านมาวางขายในบางอาทิตย์เท่านั้น

จะเห็นว่า พี่สมใจมีทักษะในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ด้วยลักษณะของการทำงานที่เป็นงานบริการทำให้พี่สมใจได้พบปะและรู้จักคนจากการทำงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งกลายมาเป็นฐานลูกค้าของพี่สมใจในการขายผ่านช่องทางออนไลน์

พี่สมใจถือได้ว่าเป็นกำลังหลักในการหารายได้ดูแลครอบครัว ที่มีแม่ และน้ำสาวที่เป็นผู้สูงวัย รวมทั้งพี่ชายที่ไม่มีครอบครัวอาศัยอยู่ร่วมกัน เมื่อพี่สมใจขายของที่ตลาดนัดดอนมัย ทั้งแม่ น้ำสาวและพี่ชายก็ได้กลายมาเป็นกำลังหลักในการช่วยพี่สมใจหาวัตถุดิบและปรุงอาหารเพื่อนำไปขายที่ตลาด

โดยแม่ของพี่สมใจจะเป็นคนรับหน้าที่ในการปรุงอาหารสำหรับขายที่ตลาดนัดในแต่ละสัปดาห์ แม่ของพี่สมใจเป็นคนที่ฝีมือด้านการทำอาหาร เวลาว่างในชุมชนจะทำหน้าที่เป็นลูกมือของแม่ครัว เป็นคนที่ให้ความสำคัญกับการปรุงอาหารกินเองในครอบครัว เพราะรสชาติถูกปากมากกว่า และมั่นใจว่าได้กินอาหารที่ปรุงมาอย่างดี “ทำกับข้าว ทำให้กินดี ไม่ทำส่งเดช”

เมนูหลักที่แม่พี่สมใจเลือกทำมาขาย คือ น้ำยาขนมจีน แกงบอน ปลาช่อนนาแดดเดียว และไข่เค็ม ซึ่งแม่พี่สมใจบอกว่า ที่เลือกทำน้ำยาขนมจีนและแกงบอน เพราะเป็นอาหารที่ชาวบ้านไม่ค่อยได้ทำกินทั่วไป ต้นทุนในการทำสูง น่าจะเพราะต้องใช้ส่วนผสมหลายอย่าง “แกงอื่นชาวบ้านเขาทำกินได้ แกงบอนเขาทำไม่ได้ ต้นทุนสูง” ขนมจีนและแกงบอนยังเป็นอาหารที่ชาวบ้านนิยมทานกันทั่วไปอยู่แล้ว ขายง่าย มีลูกค้าประจำที่ซื้อไปกินทุกอาทิตย์ โดยเฉพาะขนมจีน มีลูกค้าประจำที่สั่งไว้ “ขาประจำสองต่ายายทางใต้ เขารู้ว่าทำรับมาเลย

อาหารทั้งสองอย่างนี้เมื่อทำขายที่ตลาดนัดก็ขายหมดทุกครั้ง นอกจากขายในวันที่มีตลาดนัดแล้ว การที่คนในชุมชนรู้ว่าพี่สมใจทำน้ำยาขนมจีนขาย ก็ทำให้มีคนติดต่อสั่งน้ำยาขนมจีนสำหรับงานในหมู่บ้าน เช่น งานแต่ง งานแค้น “ตอนนี้มีติดต่อมาหลายเจ้า งานแต่งทำน้ำยา ทำแกงเขียวหวาน ทำไปแค้น”

พี่ชายของสมใจไม่ได้ทำงานที่มีรายได้ประจำ แต่มีรายได้ของตนเองจากการหาปลา และจับหนูขาย มีความชำนาญในการหาปลา พี่ชายสมใจจะออกไปหาปลาเป็นประจำ “พี่ชายไปตีเบ็ด ไปทุกวัน ไปทุ่งนอก”

ในแต่ละครั้งที่พี่ชายของพี่สมใจอาจจะหาปลาได้มากถึง 3-4 กิโลกรัม เมื่อได้ปลามาแม่ของพี่สมใจก็จะนำมาแปรรูปขาย เช่น ปลาตัวใหญ่ทำน้ำยาขนมจีน ปลาตัวเล็กลงมาทำปลาแดดเดียว คนในชุมชนที่รู้ที่บ้านพี่สมใจมีปลาขายก็จะมาซื้อ “ชาวบ้านมาถามซื้อ มีปลามั้ย”

หลังจากหมดฤดูหาปลา พี่ชายของพี่สมใจก็จะจับหนูขาย มีคนในหมู่บ้านมาซื้อประจำ

จะเห็นว่า การมีตลาดทำให้ครอบครัวของพี่สมใจมีกิจกรรมร่วมกัน แต่ก็ต้องทำงานหนักมากขึ้น เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้น

สุนีย์ อ่ำทิม กลุ่มปลูกผักอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว “บ้านมั่งผัก”

กลุ่มปลูกผักอินทรีย์บ้านวัดพระแก้ว “บ้านมั่งผัก” ดำเนินงานโดย สุนีย์ และสามี ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 5 ครอบครัว สมาชิกในกลุ่มเป็นเครือญาติกัน

กิจกรรมของกลุ่ม เป็นการปลูกผักสวนครัวแบบกางมุ้ง ได้รับมาตรฐานรับรอง ทั้ง GAP และ Organic Thailand ผลผลิตของกลุ่ม จำหน่ายให้กับบริษัทเอกชนที่รับซื้อนำไปบรรจุถุงและส่งขายให้กับห้างโมเดิร์นเทรด กลุ่มของสุนีย์ปลูกผักส่งขายมานานกว่า 8 ปี

ก่อนที่จะมาเริ่มปลูกผักกางมุ้ง สุนีย์และสามี ทำงานประจำที่กรุงเทพฯ สามีของสุนีย์ทำงานเป็นลูกจ้างประจำที่กรมศุลกากร ส่วนสุนีย์ทำงานบริษัท ต่อมาสุนีย์ได้ลาออกจากการเพื่อมาดูแลแม่ของสามีและต้องดูแลลูกสาวคนโตอายุขวบกว่า ๆ ไปด้วยพร้อมกัน

ในช่วงนั้น สามีของสุนีย์ ได้เริ่มวางแผนการผลิตในแปลงของตนเอง โดยเริ่มจากการปรับพื้นที่และเตรียมดินในแปลงให้พร้อมสำหรับการปลูกผัก โดยใช้วิธีนำหน้าดินจากแปลงที่ดินที่เป็นที่ดอน มาถมพื้นที่ข้างบ้านที่เป็นที่ลุ่มต่ำ สภาพดินเป็นดินเหนียว เพื่อทำแปลงผักเนื้อที่ขนาด 1 ไร่ “เอาดินปามาลงแปลง ที่ 1 ไร่ ใช้ที่ดินดอน 1 ไร่ แปลงที่ดินที่ขุดหน้าดินมาถมเป็นแปลงที่สุนีย์และสามีซื้อไว้ อยู่คนละตำบลลักษณะของพื้นที่เดิมเป็นป่า หลังจากขุดดินออกได้ปรับเป็นที่นา ปลูกข้าวหอมมะลิและข้าว กข43 สำหรับเก็บไว้กินในครอบครัว และแปรรูปขายข้าวอินทรีย์ให้กับโครงการนาเคียงเมือง

จะเห็นว่า สามีสุนีย์ให้ความสำคัญกับการปรับพื้นที่เพื่อให้ดินเหมาะสมสำหรับการปลูกผัก การใช้หน้าดินที่ถมมาถม นอกจากเป็นการลดต้นทุนของการเตรียมดิน ที่เสียค่าใช้จ่ายเพียงแค่บางส่วนเพราะไม่ต้องซื้อดินจากที่อื่น ยังทำให้หน้าดินในแปลงจากดินนาเปลี่ยนเป็นหน้าดินดีที่เหมาะสมสำหรับการปลูกผัก

สุนีย์เริ่มปลูกผักกางมุ้งมาตั้งแต่ปี 2557 พื้นที่ปลูกผักกางมุ้งอยู่ข้างบ้าน มีขนาดประมาณ 1 ไร่ โดยปลูกผักหมุนเวียนกันตลอดทั้งปี ใช้แรงงานภายในครอบครัว นอกจากแปลงผักของสุนีย์แล้ว ยังมีมั่งผักของน้องชายสุนีย์ ที่ร่วมอยู่ในกลุ่มอีกเนื้อที่ประมาณ 2 งาน จำนวน 4 มุ้ง โดยน้องชายเริ่มทำมาได้ประมาณ 2 ปี สุนีย์และสามีมีความสนใจในการทำเกษตร และพื้นฐานมาจากครอบครัวที่ทำเกษตรอยู่แล้ว การเรียนรู้ทำเกษตรจึงไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับสามีและสุนีย์ “มันอยู่ในสายเลือด” นอกจากปลูกผักกางมุ้ง สุนีย์และสามี ยังทำนาในพื้นที่ 20 ไร่ เป็นข้าวนาปรังที่ปลูกไว้ขายทั่วไป

การปลูกผักกางมุ้งเป็นงานที่ต้องใช้ความละเอียด ใช้เวลาและความใส่ใจเป็นอย่างมาก ดังที่พบว่า ถึงจะปลูกผักในระบบโรงเรือน แต่สุนีย์ก็ดูแลรดน้ำด้วยตนเองทุกแปลง โดยให้เหตุผลว่า จะได้มีเวลาสังเกตโรคแมลงที่เกิดขึ้นในแปลง และควบคุมได้

ชนิดของผักที่สุนีย์ปลูก จะเป็นผักที่นิยมบริโภคกันทั่วไป ได้แก่ ผักโขม ผักบุ้งจีน ผักคะน้า ต้นหอม และผักกาดหอม ในช่วงปลายปีที่อากาศเย็น จะเน้นปลูกผักสลัด เพราะสภาพอากาศเหมาะสม

เมื่อเริ่มการปลูกผักในปีแรกนั้น สุนีย์เริ่มการขายผักโดยนำผักใส่รถมอเตอร์ไซด์ไปขายหน้าโรงเรียนของลูกในช่วงที่ไปรับลูกหลังเลิกเรียน ราคาถุงละ 10 บาท คนที่มาซื้อ คือ ผู้ปกครองของนักเรียนที่มารับลูกที่

โรงเรียน ทำให้คนในชุมชนเริ่มรู้จักผักของสุนีย์ และมีลูกค้าที่สั่งผักประจำ “แขวนหน้ารถมอเตอร์ไซด์ ขายเป็นผู้ปกครองหน้าโรงเรียน ได้ ห้าสิบบ หกสิบบ ก็ยังดี มีคนสั่งเรื่อย ๆ”

การมีมาตรฐาน นำไปสู่ช่องทางการตลาด

ก่อนที่จะมีบริษัทเอกชนเข้ามาสั่งซื้อผักประจำ ประมาณช่วงปี 2557 สุนีย์เริ่มจากการเข้าอบรมการปลูกผักอินทรีย์ตามมาตรฐาน Organic Thailand และได้ลงทะเบียนกับหน่วยงานของภาครัฐที่เป็นผู้จัดการอบรม ต่อมาได้รับการติดต่อสั่งซื้อผักจากบริษัท และเป็นลูกค้าประจำมานับตั้งแต่นั้น การที่สุนีย์สามารถเข้าไปอยู่ในฐานข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ และมีการผลิตผักปลอดสารพิษตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของหน่วยงาน ถือเป็นต้นทุนสำคัญที่ทำให้ได้รับความสนใจจากลูกค้า ทำให้เข้าถึงตลาด มีช่องทางการจำหน่ายผักอย่างต่อเนื่อง และเป็นความสัมพันธ์ที่เอื้อซึ่งกันและกัน “บริษัทอยู่ได้ เกษตรกรอยู่ได้”

การลงทุน และวางแผนอย่างเป็นระบบช่วยลดความเสี่ยงของการผลิต

การลงทุนด้านการเกษตรของสุนีย์ เป็นการทำการเกษตรแบบเข้มข้น ในพื้นที่ขนาดเล็ก และมีการลงทุนสูง ในช่วงแรก สุนีย์และสามีได้มีการวางแผนการผลิต อย่างเป็นระบบ มีตลาดที่แน่นอน โดยมีการทำแผนการผลิตส่งให้กับบริษัท ทุกอาทิตย์จะวางแผนร่วมกันกับสมาชิกว่าจะปลูกผักอะไรบ้าง จำนวนเท่าไร ทำให้มีผลผลิตผักส่งให้บริษัทได้อย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มจะส่งผักทุกวันศุกร์และวันจันทร์

ช่วงเดือน พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ จะเป็นช่วงฤดูหนาว กลุ่มของสุนีย์ จะมีผลผลิตผักออกตลาดมากที่สุด ครอบครัวสุนีย์ สามารถมีรายได้จากการขายผักสูงถึง 20,000 บาท/เดือน

นอกจากการปลูกผัก ในช่วงปลายปี 2565 สุนีย์เริ่มการปลูกสมุนไพรฟ้าทะลายโจรอินทรีย์ เพื่อส่งขายให้กับโรงพยาบาลอานันทมหิดล ด้วยความช่างสังเกตและเรียนรู้ของสุนีย์ ได้ทดลองปลูกสมุนไพรฟ้าทะลายโจรผสมผสานร่วมกันกับผักในแปลง ซึ่งสุนีย์สังเกตว่า สมุนไพรฟ้าทะลายโจรไม่ชอบอากาศในช่วงฤดูหนาว และจะออกดอกเร็ว จึงได้ทดลองปลูกร่วมกันกับผักในแปลงสมุนไพรฟ้าทะลายโจรที่ปลูกผสมผสานกับผักในแปลงจะโตช้ากว่า “ฟ้าไม่ชอบหน้าหนาว จะออกดอกไว เลยให้มีผักเป็นเพื่อน จะโตช้ากว่า” โรงพยาบาลสรรพบุรี รับซื้อสมุนไพรฟ้าทะลายโจรแบบสดในราคากิโลกรัมละ 40 บาท

ในด้านการเงิน เมื่อลาออกจากงานกลับมาทำเกษตรที่บ้านของตนเอง สุนีย์และสามี ได้กู้เงินจากญาติ จำนวน 300,000 บาท และกู้เงินจากธนาคารจำนวน 400,000 บาท รวมเป็นเงินประมาณ 700,000 บาท สำหรับลงทุนในการทำเกษตรของตนเอง ซึ่งภายในระยะเวลา 2 ปี สุนีย์และสามี สามารถปลดหนี้ได้ทั้งหมด

กรณีของสุนีย์จะเห็นว่า ถึงแม้ทำเกษตรที่ลงทุนสูง แต่ถ้าสามารถมีตลาดที่แน่นอน และรักษาดูแลไว้อย่างต่อเนื่อง การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานรับรอง ก็สามารถให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจต่อครัวเรือนได้

การเชื่อมต่อกับตลาดอนามัย@บางขุนเทียนพื้นที่อาหารปลอดภัยของชุมชน

การเข้าร่วมเป็นเครือข่ายตลาดอนามัยบางชุด ของศูนย์มาจากการที่ศูนย์ได้รู้จักกับทางมูลนิธิชีวิตไท มาก่อนแล้ว ตั้งแต่ช่วงที่เริ่มปลูกผักใหม่ ๆ เมื่อมีการเปิดตลาดอนามัยจึงได้เข้าร่วม และสนับสนุนสมาชิกตลาด ในการปลูกผักปลอดสารพิษ เพื่อขายให้กับคนในชุมชน โดยศูนย์มีแนวคิด ว่า ผักที่กลุ่มของตนเองปลูกนั้น ไม่ได้ มีการจำหน่ายขายให้กับคนในชุมชน เพราะส่งขายให้กับบริษัทเป็นหลัก แต่เมื่อมีตลาดอนามัย ทำให้ศูนย์ได้มี โอกาสที่จะนำผักจากกลุ่มของตนเอง มาจำหน่ายเพื่อให้คนในชุมชนได้บริโภคผักปลอดสารพิษ ในคุณภาพ เดียวกันกับที่ทำส่งขายให้กับบริษัท “ที่ทำมา คนที่นี้ไม่ได้กินผักที่เราทำ เราทำให้คนชั้นสูงกิน แต่คนแถวนี้ไม่มี โอกาสกิน พอมีตลาดก็ดี เพราะผักเยอะ แรกแล้วมีเยอะ”

กลุ่มมั่งผัก ได้นำผักปลอดสารพิษมาจำหน่ายที่ตลาดเป็นประจำทุกสัปดาห์ โดยผักที่นำมาจำหน่ายมี หลากหลายชนิด เช่น ผักบุ้ง ผักโขม ผักคะน้า นอกจากต้องการให้คนในชุมชนได้บริโภคผักปลอดสารพิษแล้ว ศูนย์ยังมีแนวคิดที่ต้องการให้สมาชิกของตลาดเห็นว่า การปลูกผักปลอดสารพิษ การขายผักในตลาดอนามัย สามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และเป็นอาชีพให้กับคนในชุมชนได้ อีกทั้งยังจำหน่ายในราคาที่ไม่สูงมาก “ให้คนเห็นว่ามันขายได้ เป็นอาชีพของพี่ ๆ เขาได้ ผักสด ๆ ผักปลอดสาร ราคาไม่สูงมาก”

การนำผักไปขายที่ตลาดของกลุ่มมั่งผัก เนื่องจากศูนย์ต้องทำงานในแปลงของตนเอง ทำให้ไม่มีเวลา พอสำหรับไปนั่งขายที่ตลาด จึงได้นำผักไปฝากพี่เอ็ดดาขายในวันที่เปิดตลาดนัด โดยบรรจุผักแต่ละชนิดใน ถูพลาสติกใส มีเบอร์ติดต่อของกลุ่ม และตรารับรองของหน่วยงาน จำหน่ายในราคาถุงละ 10 -20 บาท

นอกจากนำผักมาขายที่ตลาดแล้ว ศูนย์ยังได้สนับสนุนกล้าผักจากแปลงของตนเองให้กับสมาชิกของ ตลาดคนใดที่ต้องการนำไปปลูก ซึ่งเป็นกล้าผักที่เหลือจากที่สมาชิกในกลุ่มปลูก กล้าผักที่เหลือ ศูนย์ได้บอกให้ สมาชิกของกลุ่มตลาดที่สนใจต้องการนำไปปลูกก็สามารถเอากล้าผักไปปลูกได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด พร้อมกับแนะนำวิธีปลูกผักแต่ละชนิดให้อีกด้วย สมาชิกของตลาดที่สนใจนำกล้าผักของศูนย์ไปปลูก คือ พี่ สมใจ ครูแขก และน้องอ้น ลูกชายของพี่มณฑิยา

ศูนย์ต้องการให้สมาชิกได้ทดลองปลูก ศึกษาลักษณะของผักแต่ละชนิด และบริโภคในครัวเรือนของ ตนเองก่อน ได้รู้รสชาติของผักที่ตนเองปลูก และยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายของครอบครัวได้อีกทางหนึ่ง “ถ้าอยาก ปลูกอะไรก็บอก มีลูกผักให้ ปลูกไม่หมด ก็แบ่งให้สมาชิกไปปลูก ปลูกเพื่อเรียนรู้ บริโภคก่อน สังเกตว่าผักฤดู ไหน รสชาติยังงี้”

การนำผักไปวางขายที่ตลาด ได้ทำให้คนในชุมชนรู้จักกับกลุ่มมั่งผักมากขึ้น ซึ่งศูนย์บอกว่า มีลูกค้า โทรติดต่อเพื่อเข้ามาซื้อผักของกลุ่ม ลูกค้าโทรมาตามเบอร์โทร ถามว่าฟาร์มอยู่ไหน”

จะเห็นว่า ปัจจัยความสำเร็จของศูนย์นั้น มาจากการวางแผนการทำเกษตรอย่างเป็นระบบ การ แสวงหาความรู้ เพื่อพัฒนาระบบการผลิตของตนเอง มีการรักษามาตรฐานการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ได้รับ ความไว้วางใจจากผู้ซื้อ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนทำให้มีเงินลงทุนสำหรับการปรับเปลี่ยนการผลิต การได้รับ ผลตอบแทนที่มีความคุ้มค่า ทำให้มีแรงจูงใจสำหรับการผลิตอย่างต่อเนื่อง การสามารถเข้าถึงหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ได้รับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น มีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรเข้ามาให้ความรู้การจัดการศัตรูพืช



เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรนำแมลงตัวห้ำตัวเบียนมาให้ศูนย์ใช้ในแปลงผักกางมุ้ง

“พืชมณเฑียร” มณเฑียร อนุศาสนนันท์

พืชมณเฑียร เปิดร้านขายส้มตำที่ตลาดอนามัยบางซุด และทำงานเป็น อสม. รพ.สต.บางซุด เช่นเดียวกันกับสมาชิกตลาดคนอื่น ๆ ก่อนหน้านีพืชมณเฑียรเคยทำงานเป็นพนักงานโรงแรมมาก่อน และลาออกกลับมาอยู่ที่บ้านเมื่อช่วงปี 2557 ส่วนสามีนั้นได้อุปสมบทตั้งแต่ปี 2554

ลูกชายพืชมณเฑียร เคยทำงานเป็นพนักงานโรงแรมด้วยเช่นกัน แต่เมื่อมีการระบาดของโควิด-19 ทางโรงแรมได้เลิกจ้าง จึงกลับมาอยู่บ้าน ช่วยดูแลแม่ ปัจจุบันทำงานรับส่งพัสดุของบริษัทเอกชน แต่มีความสนใจทำการเกษตร และมีแผนที่จะปลูกผักอินทรีย์เพื่อนำมาขายที่ตลาดอนามัย

ครอบครัวของพืชมณเฑียร ไม่มีหนี้สิน แต่พืชมณเฑียรมีปัญหาสุขภาพ คือ ไม่ค่อยแข็งแรง พืชมณเฑียรมีรายได้หลักจากเงินเดือน อสม. เดือนละ 1,000 บาท การขายส้มตำที่ตลาดจึงเป็นช่องทางหนึ่งในการหารายได้เพิ่มสำหรับพืชมณเฑียร

สำหรับการลงทุนในส่วนของร้านส้มตำพืชมณเฑียร จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ ของร้าน ส้มตำแต่ละอาทิตย์ประมาณ 200 บาท ซึ่งจะซื้อสำหรับการขายทั้งสองวัน “ซื้อของทีหนึ่งได้สองวัน”

พืชมณเฑียร มีรายได้จากการขายส้มตำแต่ละอาทิตย์ประมาณ 300 บาท (สัมภาษณ์เมื่อ 11 พฤศจิกายน 2565) ซึ่งเงินที่ได้พืชมณเฑียรจะเก็บไว้สำหรับการลงทุนในอาทิตย์ถัดไป “หมุนลงทุนต่อไป”

จะเห็นว่าการเปิดตลาดอนามัยบางซุดนั้น นอกจากเป็นพื้นที่อาหารปลอดภัยให้กับคนในชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างเครือข่ายของผู้ผลิตอาหารปลอดภัยให้เข้มแข็ง สมาชิกในกลุ่มที่มีพื้นฐานแตกต่างกันหลากหลายได้มาร่วมกันพัฒนาตลาด ช่วยกันแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรค เพื่อให้ตลาดสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

ตลาดพอใจ

ความเป็นมาของตลาดพอใจ

ตลาดพอใจมีจุดเริ่มต้นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง โดยการตั้งกลุ่มของ คุณพาฝัน ไพรเกษตร ซึ่งเกิดและเติบโตในพื้นที่ตำบลหนองกร่าง อ.บ่อพลอย จ.กาญจนบุรี ได้รวบรวมสมาชิกจากพื้นที่ตำบลใกล้เคียง ที่ “รับธรรมะ” ซึ่งหมายถึงการรับแนวทางการปฏิบัติธรรมตาม วิถีของอนุตตรธรรม พระโพธิสัตว์ มาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

แนวคิดของกลุ่มคือ ต้องการพัฒนาศักยภาพความรู้การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและพืชสมุนไพรอินทรีย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีสุขภาพแข็งแรง และสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนให้กับสมาชิก

กิจกรรมหลักของกลุ่มเป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร แชมพูสมุนไพร ชาสมุนไพร สมุนไพร ภายใต้แบรนด์ “พอใจ Food” ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น ชาไมยราพ ชาอัญชันผสมใบเตย กล้วยกระเจก น้ำพริกคั่วกล้วย แชมพูสมุนไพรอัญชัน เป็นต้น

โดยกลุ่มรับซื้อสมุนไพรจากสมาชิกเพื่อนำมาแปรรูป และจ้างงานสมาชิกในกลุ่มเป็นผู้ผลิต โดยมีตลาดหลักจำหน่าย คือ ช่องทางในโซเชียลมีเดีย เพจเฟซบุ๊กพอใจในวิถีพอเพียง และต่อมามูลนิธิชีวิตไทได้สนับสนุนให้เปิดตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าของสมาชิกในกลุ่มอีกทางหนึ่ง

ทำเลของตลาด

ตลาดพอใจ ตั้งอยู่ที่ บ้านหนองไม้แก่น ต.หนองปรือ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี ริมถนนหมายเลข 3086 พื้นที่ของตลาดอยู่ติดกับร้านพลาสติกปากน้ำโพ เขามูลี ของ “พี่แล่ม” นางวิกานดา ศิริมงคล ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ และได้สนับสนุนให้ใช้พื้นที่ว่างด้านข้างร้านค้าเป็นที่จัดตลาดนัดชุมชน ในชื่อตลาดพอใจ ทำเลของตลาดพอใจ อยู่ไม่ไกลจากโรงพยาบาลอำเภอหนองปรือมากนัก

การจัดสถานที่ของตลาด เป็นลักษณะของตลาดนัดริมทาง มีการสร้างเพิงร้านค้าไม้ไผ่ถาวรหันหน้าออกทางด้านถนน จำนวน 9 ร้าน และมีพื้นที่จอดรถด้านหน้าตลาด ส่วนด้านหลังเป็นลานโล่ง ถัดไปด้านในเป็นพื้นที่แปลงผักปลอดสารพิษ และไม้ผลยืนต้นของพี่แล่ม เนื้อที่ประมาณ 2 ไร่ มีสามพี่แล่มเป็นคนดูแลแปลง

แนวคิดของตลาดพอใจ

แนวคิดการทำตลาดของกลุ่ม คือ ความพอใจ ความพอเพียง การแบ่งปันกัน การไม่เบียดเบียน การมีสุขภาพดี และการทำเกษตรอินทรีย์ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง ได้ให้ความหมายของตลาดพอใจว่า คือ “ความพอใจของผู้จำหน่ายและผู้บริโภคที่ได้มาพบกันบนความพอเพียง พอดี”

สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียงได้ “รับธรรมะ” ทุกคน และหนึ่งในแนวทางปฏิบัติ คือ การกินเจ ไม่กินเนื้อสัตว์ ทำให้สินค้าที่จำหน่ายในตลาดของสมาชิกจะไม่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนผสม

เวลาเปิดตลาด

ในช่วงแรกที่เปิดตลาด ได้กำหนดให้ทุกวันศุกร์ของแต่ละสัปดาห์ เป็นวันจัดตลาดนัด และเปิดขายทั้งวัน อย่างไรก็ตาม หลังจากตลาดเปิดขายได้ไม่นาน ตลาดก็ปิดตัวลง และกลับมาเปิดใหม่อีกครั้งเมื่อช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2566 มีการปรับเปลี่ยนเวลาเปิดตลาด คือ เปิดทุกวันศุกร์ต้นเดือน



แผ่นประชาสัมพันธ์ตลาดพอใจ

การบริหารจัดการตลาด

การบริหารงานของตลาด พี่แถม เจ้าของพื้นที่ และสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง เป็นผู้ดูแลหลัก สมาชิกของตลาดเป็นเครือข่ายผู้ “รับธรรมชาติ” ทำให้การบริหารจัดการทำได้สะดวก สมาชิกมีความรู้สึกของการช่วยเหลือ ทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะเมื่อกลับมาเปิดตลาดอีกครั้ง สมาชิกบางรายกลับมาออกร้าน ในลักษณะที่มาช่วยกิจกรรมร่วมกัน “มาช่วย ๆ กัน” แม้ว่าจะอยู่คนละชุมชนที่ไกลออกไปจากตลาดก็ตาม

สินค้าที่ผู้ขายนำมาขายในตลาด เป็นสินค้าที่สมาชิกมีการผลิตหรือแปรรูปขายอยู่แล้ว บางรายอาจจะเป็นสินค้าอินทรีย์ เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปของกลุ่ม หรือผักอินทรีย์จากแปลงของพี่แถม หรือบางร้านก็เป็นสินค้าที่บริโภคกันทั่วไป เช่น กาแฟโบราณ โดยในระยะแรกนี้กลุ่มไม่ได้มีการกำหนดเกณฑ์ของ

สินค้าแต่อย่างใด มีเพียงเงื่อนไขสำคัญ คือ ต้องเป็นสินค้าที่ไม่มีเนื้อสัตว์ หรืออาหารเจ ตามแนวทางของวิถีอนุตตรธรรม ที่สมาชิกถือปฏิบัติ

ในช่วงเปิดตลาดครั้งแรก มีร้านค้าจำนวน 9 ร้าน สินค้าที่นำมาจำหน่าย คือ ผักปลอดสารพิษ ผลิตภัณฑ์แชมพูสมุนไพร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง ร้านขายขนมและหน่อไม้แปรรูป ร้านขายหน่อไม้ต้มและน้ำพริก ร้านขายกล้วยทอด ร้านขายน้ำปั่น และร้านของพีแล่ม ขายผักผลไม้ตามฤดูกาล โดยผู้ขายที่มาออกร้านบางราย จะมีตลาดขายสินค้าของตนเองอยู่แล้ว เช่น ร้านขายกล้วยทอด ร้านขายขนมขายข้าวเกรียบปากหม้อ ขายที่ตลาดนัดในชุมชน ผลิตภัณฑ์แชมพูสมุนไพร ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง ขายในช่องทางออนไลน์

เมื่อกลับมาเปิดตลาดอีกครั้ง พบว่ามีร้านค้าจำนวน 7 ร้าน สมาชิกตลาดรายเดิมที่กลับมาขาย คือ ร้านขายกล้วยทอด ร้านขายตะบองเพชร ร้านของพีแล่ม เปิดขายผักจากในสวนที่เริ่มให้ผลผลิตแล้ว และมีสมาชิกรายใหม่ เข้ามาขาย คือ ร้านกาแพโบราณ ร้านข้าวราดแกงเจ ร้านส้มตำเจ ร้านขายก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าของเยาเวน น้องต้นกล้า

สำหรับผู้ขายที่กลับมาขายบางรายมีความเห็นว่า ตลาดควรจะเปิดทุกอาทิตย์ เพื่อให้เป็นที่จดจำ ซึ่งการเปิดตลาดเดือนละครั้ง ผู้ซื้ออาจจะไม่กลับมา เพราะระยะเวลาที่นานเกินไป “ถ้าขายได้ทุกอาทิตย์จะดี จะมีคนมาเรื่อย ๆ ถ้าเดือนละครั้ง ลูกค้าจะหาย”

การบริหารตลาดพอใจ พีแล่มบอกว่า การขายของเป็นแบบตลาดชาวบ้าน สมาชิกในกลุ่มมาช่วยแรงกันในการตั้งตลาด ต้องการให้สมาชิกในกลุ่มมีงานทำ มีรายได้ การตั้งราคาขายก็จะขายในราคาชาวบ้าน ขึ้นอยู่กับความพอใจของคนขายที่จะกำหนดราคาเอง “ไม่มีคนกลาง พอใจขายเท่าไรก็ขาย” ในช่วงนี้ยังไม่ได้มีการเก็บค่าใช้จ่าย แต่สมาชิกแต่ละร้านก็จะจ่ายให้ครั้งละ 20 บาท สำหรับเป็นค่าน้ำค่าไฟ

พีแล่ม มีความคาดหวังว่าอยากให้ตลาดเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะคนที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ ปลอดสารพิษ เช่น กลุ่มคนที่ทำงานในโรงพยาบาลหนองปรือ ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากตลาดมากนัก และต้องการให้แปลงเกษตรอินทรีย์ของตนเองที่อยู่ด้านหลังตลาดเป็นจุดที่คนมาตลาดสามารถเข้าไปเที่ยวชมแปลง และเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ได้ “ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เดินเข้าไปดูได้เลยว่าปลูกยังไง”



พี่แถมและสินค้าที่นำมาขายในช่วงเปิดตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่ม

ตลาดเพิ่งกลับมาเปิดใหม่หลังจากหยุดไปในช่วงปลายปี 2565 เนื่องจากตลาดยังไม่สามารถดึงดูดให้ผู้ซื้อเข้ามาที่ตลาดในระดับที่ผู้ขายสามารถทำกำไรได้ ทำให้ผู้ขายกลับไปขายในตลาดเดิมที่ตนเองขายอยู่แล้ว และสามารถทำกำไรได้ เช่น ตลาดนัดที่อยู่ในพื้นที่ พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้นั้น อาจจะยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้ในระยะนี้ กลยุทธ์ดังกล่าว ได้แก่

1. เน้นด้านสุขภาพ ขายผักปลอดสารพิษจากสวนที่ปลูกเอง ด้านหลังตลาดยังมีแปลงปลูกผักให้คนที่มาตลาดสามารถเดินเข้าไปดูในแปลงได้

2. เป็นตลาดขายสินค้าที่ไม่มีเนื้อสัตว์ เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มได้รับธรรมะตามแนวทางอุตตรธรรม ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ ในตลาดจึงไม่มีสินค้าจากเนื้อสัตว์ ซึ่งในบางวันสมาชิกตลาดจะปรุงอาหารปลอดเนื้อสัตว์มาขายในตลาดด้วย

3. ขายสินค้าที่เป็นอาหารท้องถิ่น แม้ว่าสินค้าที่สมาชิกในกลุ่มนำมาขายนั้น ยังไม่มีความหลากหลายมากนัก แต่สมาชิกในกลุ่มได้พยายามแปรรูปอาหารที่เป็นของท้องถิ่น มาขายด้วย เช่น อาหารจากหน่อไม้ ซึ่งในเขตพื้นที่นี้ หน่อไม้ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อ มีร้านคาริมทางขายหน่อไม้สดและหน่อไม้แปรรูปอยู่เป็นระยะ โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝนจะมีหน่อไม้ไผ่ในป่าธรรมชาติที่ชาวบ้านนำมาต้มขายริมทาง

4. มีทำเลอยู่ริมทาง มีที่จอดรถ ตลาดพอใจ ตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นตลาดนัดริมทาง โดยอยู่ในเส้นทางขาเข้าตัวอำเภอหนองปรือ จากถนนเส้นหนองปรือไปบ่อพลอย และเจ้าของพื้นที่ คือ พี่แถม ได้จัดให้ตลาดอยู่ห่างจากถนน ในระยะที่สามารถจอดรถได้ อยู่ใกล้กับร้านขายพลาสติกและของใช้ในครัวเรือนของพี่แถม นอกจากนี้ยังมีระยะห่างจากตัวอำเภอไม่มาก และมีร้านขายของริมทางตั้งอยู่บ้างแล้ว

ใครเป็นใครในตลาดพอใจ

ผู้ขายที่มาขายของในตลาดพอใจ ส่วนหนึ่งเป็นเครือข่ายของผู้รับธรรมะ และอีกส่วนหนึ่ง คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง บางรายมีอาชีพค้าขายอยู่แล้ว และบางรายทำเกษตร นำผลผลิตไปขายที่ตลาดนัดในชุมชน แม้ค่าบางรายเป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อย หรือที่ชาวบ้านรายหนึ่งเรียกว่า “แม่ค้าจน” เมื่อมาขายที่ตลาดนัดต้องลงทุนสำหรับการขายในแต่ละครั้ง แต่เนื่องจากมีทุนน้อย การขายที่ตลาดไม่สามารถให้ผลกำไรเพียงพอ ทำให้ต้องหยุดขายไปในที่สุด และต้องไปหารายได้เสริมจากงานรับจ้างรายวันแทน แม้ค่าในลักษณะนี้ คือ นางเพียร พัดไสว ขายขนมหวานและข้าวเกรียบปากหม้อ ที่หยุดขายขนมและไปรับจ้างตัดอ้อยในช่วงฤดูตัดอ้อย เพราะได้ผลตอบแทนดีกว่าขายของในตลาด

ผู้ขายที่มีตลาดขายของตนเองอยู่แล้ว แต่มาช่วยกันออกร้านในวันที่มีตลาดนัด คือร้านกาแฟโบราณของพี่จำเรียง ร้านกล้วยทอดของพี่อุไร ร้านขายกล้วยตากของ พี่อัมพร ร้านขายก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าของน้องต้นกล้า ร้านขายแคคตัสของน้องจ๊ะ และร้านที่มาขายเฉพาะช่วงที่เปิดตลาด คือ ร้านส้มตำของพี่กนิกา

นางเพียร พัดไสว อายุ 62 ปี

แม่ค้าขนมหวาน /คนรับจ้างตัดอ้อย/คนรับจ้าง “เตาะหอม” เพิ่มรายได้ เพื่อการปลดหนี้

นางเพียร พัดไสว อาศัยอยู่ที่บ้านหนองไม้แก่น หมู่ 18 ต.หนองปรือ อ.หนองปรือ จ.วัดครอบครัว นางเพียรมีสามี และมีบุตรชาย 2 คน บุตรชายคนโตแต่งงานและมีลูก 1 คน ส่วนบุตรชายคนเล็กไม่ได้แต่งงาน ทั้งหมดอาศัยอยู่ในครอบครัวเดียวกัน บุตรชายทั้งสองคนและลูกสะใภ้ของนางเพียร ทำงานรับจ้างทั่วไป นางเพียรเคยมีที่ดินจากมรดกของครอบครัว 5 ไร่ แต่ได้ขายไปหมดเมื่อนานมาแล้ว และซื้อที่ดิน 1 งาน เป็นที่สำหรับปลูกบ้านที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

นางเพียรไม่ได้เรียนหนังสือ อ่านไม่ออกและเขียนไม่ได้ แต่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องการทำอาหาร โดยเฉพาะขนมจีนและขนมหวานมาจากพ่อและย่า ของตนเอง แต่เดิมนั้นนางเพียรจะขายกล้วยทอด และขนมทอดอื่น ๆ เช่น ข้าวเม่า ขนมขำหมู ขนมก้วยช่าย ตามตลาดนัด แต่ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา การขายของในตลาดนัดประสบกับปัญหาขายของไม่ได้ ทำให้ในช่วงนั้นนางเพียรและสามีได้หันไปรับจ้างตัดอ้อย เพื่อให้มีรายได้มาเลี้ยงครอบครัว ได้ค่าแรงรวม 2 คน ประมาณวันละ 500 บาท ระยะเวลาที่ตัดอ้อยใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ซึ่งจะเป็นช่วงที่นางเพียรสามารถเก็บเงินเป็นก้อน และนำมาจ่ายหนี้เงินกู้กองทุนเงินล้านของหมู่บ้านที่ตนเองยืมมา โดยชำระ 20,000 บาท จากวงเงินที่กู้ 50,000 บาท

เมื่อเปิดตลาดนัดพอใจ นางเพียรได้มาขายของที่ตลาดแห่งนี้ โดยมีสามีเป็นผู้ขับรถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างรับส่ง รายได้จากการขายของที่ตลาดพอใจของนางเพียร ในช่วงที่เพิ่งเปิดตลาดใหม่อยู่ที่ประมาณวันละ 300 บาท โดยลงทุนประมาณ 200 บาท หากขายไม่หมดก็จะเก็บไว้ขายวันต่อไป โดยนางเพียรจะมีการจัดการคือ ซื้อของมาทดลองทำขายในปริมาณน้อย ๆ ก่อน และมีการทำขนมหลายอย่างสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป โดยนางเพียรให้เหตุผลว่า “กลัวลูกค้าจะเบื่อ เลยเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ”

นอกจากขายขนมในตอนกลางวัน ช่วงกลางคืนนางเพียรยังรับจ้าง “เตาะหอม” เป็นอาชีพเสริม การ “เตาะหอม” คือ การทำความสะอาดต้นหอม โดยการลอกกาบ และใบที่แก่เกินไปออก แล้วมัดเป็นมัด ๆ ตามที่เจ้าของหอมต้องการ สำหรับต้นหอมที่นำมาทำความสะอาดนั้น จะมีรถขับมาส่งในช่วงเย็น ซึ่งสมาชิกในบ้านนางเพียรทั้งสามและลูก จะช่วยกันทำให้เสร็จ ก่อนที่เจ้าของต้นหอมจะกลับมารับต้นหอมในช่วงเที่ยงคืน เพื่อนำไปส่งขายตลาด

แต่ละคืนครอบครัวนางเพียรจะทำได้ประมาณ 25 กก. เมื่อทำความสะอาดแล้ว ชั่งน้ำหนัก คิดเงินตามน้ำหนักต้นหอมหลังจากทำความสะอาด กิโลกรัมละ 5 บาท นางเพียรจะได้เงินจากการ “เตาะหอม” แต่ละครั้งประมาณ 150 บาท หรือเฉลี่ยอาทิตย์ละ 500-600 บาท ซึ่งเจ้าของต้นหอมจะจ่ายค่าจ้างทุก 3 คืน สำหรับค่าตอบแทนจะไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปริมาณของต้นหอมที่เจ้าของต้นหอมจะนำมาส่งให้แต่ละครั้ง ซึ่งนางเพียรบอกว่า ส่วนใหญ่เจ้าของต้นหอมมักจะให้ขาประจำก่อน หลังจากเหลือจากขาประจำก็จะเอามาส่งคนรับจ้างรายอื่น ๆ และก็ยังขึ้นอยู่กับคุณภาพการ “เตาะหอม” ด้วย หากคนรับจ้างรายใด ทำแล้วสวย ต้นหอมไม่เสียน้ำหนักไปมาก คนรับจ้างรายนั้นก็จะได้รับต้นหอมสำหรับการทำความสะอาดในปริมาณที่มากกว่าคนรับจ้างรายอื่น ๆ “ถ้าเราทำให้เขาไม่สวยเขาก็ไม่ให้เยอะ”

นางวิกานดา ศิริมงคล หรือ “พี่แล่ม” อายุ 51 ปี

เจ้าของร้านพลาสติกปากน้ำโพ เขามูลี/เจ้าของพื้นที่จัดตลาดนัด/เจ้าของแปลงเกษตรอินทรีย์ผสมผสาน/เจ้าของสถานธรรม/คนดูแลตลาดพอใจ

พี่แล่ม และสามี เคยขายของในตลาดนัดมาก่อน ต่อมาช่วงปี 2552 ได้มาซื้อที่ดินบริเวณที่เปิดตลาดในปัจจุบัน เปิดร้านขายพลาสติกและของใช้ในครัวเรือน ส่วนพื้นที่ด้านหลังของร้านประมาณ 2 ไร่ ได้ยกরণทำเป็นแปลงปลูกผักสวนครัวและไม่ผลยืนต้น

สามีของพี่แล่ม ชื่อ พี่จำลอง มีโรคประจำตัว ต้องทานยาประจำ แต่ก็สามารถช่วยดูแลงานในแปลงได้ ส่วนพี่แล่มเคยมีปัญหาเกี่ยวกับการแพ้อากาศ เนื่องจากปัญหาสุขภาพทั้งพี่แล่มและสามี จึงได้หันมาปลูกผักไว้กินเอง “ตอนนี้กินของในไร่” โดยพี่แล่ม บอกว่า ตลาดนัดทั่วไบนั้นผักใช้ยาเคมี ไม่ปลอดภัยต่อสุขภาพ เมื่อเปิดตลาดนัดพอใจ ก็ขายผักอินทรีย์เพราะต้องการผักปลอดภัย เพื่อสุขภาพ และเป็นผักที่ปลูกเอง “เน้นสุขภาพผู้บริโภค เป็นของปลูกเอง แปรรูปเอง”

พี่แล่มเป็นคนที่ค้าขายเก่ง ในฐานะที่รับผิดชอบดูแลตลาด พี่แล่มมีความหวังที่จะให้ตลาดสามารถดำเนินต่อไปได้ “ทำไปเรื่อย ๆ ให้ต้นไม้โต คนแะกินอาหารสุขภาพ” ในช่วงที่ไม่มีตลาดนัด พี่แล่มก็จะนำผัก

ผลไม้จากแปลงของตนเองและซื้อจากสมาชิกที่รู้จักกัน มาวางขายที่ซุ้มขายของหน้าร้าน เช่น มะพร้าว สับปะรด มันทะ พักแพง กล้วยน้ำว่า กล้วยตาก เพื่อที่จะให้คนได้รู้ว่ามีผักปลอดสารพิษจำหน่าย พี่จำลอง สามีของพี่แหม่มบอกว่า ชาวบ้านที่รู้ว่ามีผักขายก็จะเข้ามาซื้อที่ในสวนเลยก็มี “มีซุ้มหน้าร้าน ขายทุกวัน บางคน ที่รู้เขาจะมาซื้อในสวนเลย”

พี่จำลอง สามีของพี่แหม่ม เป็นคนดูแลพื้นที่แปลงเกษตรที่อยู่ติดกับตลาด มีความสนใจการทำเกษตร และเรียนรู้เทคนิคการทำเกษตรด้วยตนเอง พี่จำลองสนใจการขอมาตรฐานเกษตร GAP เพราะเห็นว่าถ้ามี มาตรฐานจะสามารถส่งผักขายให้กับร้านค้าที่เป็นซูเปอร์มาเก็ตได้พื้นที่ได้ “ถ้ามีใบรับรองก็ส่งตามซูเปอร์ แกลบ้านได้”

พี่จำลองทำเกษตรแบบปลอดสาร ปลูกผักและไม้ผลยืนต้นผสมผสานในแปลง มีไม้ผลยืนต้นในแปลง กว่า 300 ต้น จำนวน 23 สายพันธุ์ เช่น ทุเรียน ส้มโอ น้อยหน่า ละมุด มะละกอ ฝรั่งมะพร้าว กล้วย อโวคาโด ไม้ผลยืนต้นส่วนใหญ่ยังไม่ให้ผลผลิต เพราะเพิ่งปลูกประมาณ 1-2 ปี “ลงมะพร้าวก่อน ทอยยปลูกไปเรื่อย ๆ ให้แน่นว่ากินได้”

นางอุไร อ่อนสนิท อายุ 55 ปี

พี่อุไร อยู่ที่บ้านหนองไม้เอื้อย หมู่ 2 เคยมีครอบครัวและแยกทางกับสามีหลายปีแล้ว พี่อุไร “เข้ารับ ธรรมะ” ตั้งแต่ช่วงปี 2558 ปัจจุบันทำเกษตรผสมผสานในพื้นที่ 1 ไร่ ปลูกกล้วย มะพร้าว และปลูกผักสวน ครัว เช่น กะเพรา ข่า ตะไคร้ มะกรูด ส่งขายให้กับแม่ค้าตลาดนัดในชุมชน

พี่อุไร มาออกร้านขายกล้วยทอด และขายข้าวราดแกงเจ เฉพาะวันที่เปิดตลาดนัด เพราะต้องทำ สวนของตนเอง “ไม่ได้มาทุกวัน ดิฉันงานในสวน”

แปลงเกษตรของพี่อุไร ทำเกษตรปลอดภัย ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง ทำน้ำหมักชีวภาพใช้เอง เช่น น้ำหมัก จากเศษผัก น้ำต้มขิงใช้ฉีดไล่แมลง ใช้น้ำส้มสายชูไล่เพลี้ย ทำปุ๋ยหมักจากมูลวัว มูลแพะ มูลหมู โดยได้เรียนรู้ จากกลุ่มพอใจ และจากพี่จำลองสามีของพี่แหม่ม “ได้ความรู้จากพี่จำลอง เขารู้หมดเลย เชื้อรา น้ำหมัก”

เนื่องจากทำคนเดียวเป็นหลัก พี่อุไรจะใช้ยาฆ่าหญ้าเพื่อควบคุมหญ้าเพราะทำคนเดียวไม่ทัน “หวด หญ้าไม่ทัน ใช้ยาฆ่าหญ้า”

พี่อุไร เข้าเป็นสมาชิกกองทุนเงินล้านตั้งแต่ช่วงเริ่มแรก มีหนี้กองทุนเงินล้าน 20,000 บาท เป็นเงินที่ พี่อุไรกู้มาลงทุนในการทำสวน มีการส่งดอกเบี้ยร้อยละ 6 และกู้ใหม่ทุกปี “ส่งดอกก็กู้มาใหม่ เอามาลงทุนทำ สวน”

นางอัมพร สระทองเยาว์ อายุ 66 ปี

พี่อัมพร ทำสวนไม้ผลยืนต้นผสมผสานเนื้อที่ประมาณ 4-5 ไร่ อยู่ที่บ้านน้ำลาด อำเภอบ่อพลอย เริ่ม ปลูกไม้ผลมาเมื่อประมาณ 10 ปี ที่แล้ว ไม้ในสวนพี่อัมพร เช่น เงาะ ทุเรียน ลำไย กาแฟ และกล้วย

ไม้ผลที่เริ่มให้ผลผลิต คือ เงาะ เก็บผลผลิตขายตั้งแต่ 2 ปีที่แล้ว นอกจากนี้พื้ยังมีปลูกทุเรียน อายุ 5 ปี แต่ยังไม่ให้ผลผลิต ไม้ผลอายุสั้นที่ให้ผลผลิตตลอดทั้งปี คือ กล้วยน้ำว่า จะมีแม่ค้ามารับซื้อในพื้นที่ และพื้ยังมีมีการแปรรูปกล้วยตากขายด้วย

นอกจากนี้พื้ยังมีปลูกดอกอัญชันอินทรีย์ แล้วเก็บมาตากแห้ง ขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พอใจในวิถีพอเพียง ราคา กิโลกรัมละ 220 บาท ปลูกมาแล้วประมาณ 3 ปี

ในแปลงของพื้ยังมีปลูกผักสวนครัวไว้กินเอง เหลือก็นำไปขายที่ตลาด ผักสวนครัวที่ปลูกพื้จะมี จะไม่ใช่สารเคมี แต่จะใช้น้ำหมักสมุนไพรในการไล่แมลง เพราะเคยมีประสบการณ์ปลูกผักที่ต้องฉีดยาเคมีเป็นประจำ และเมื่อเก็บผักไปขายก็รู้สึกว่าเป็นบาป เพราะนำผักที่ฉีดยาฆ่าแมลงไปขายให้คนอื่นกิน “เราทำให้คนอื่นกินเป็นบาป”

พื้จะมีขายของตลาดนัดใกล้บ้านอาทิตย์ละครั้ง นำผลผลิตจากสวนไปขาย เช่น กล้วย หัวปลี กล้วยตาก “มีอะไรก็เอาติดไป”

นอกจากรายได้จากการขายผลผลิตในสวนแล้ว รายได้ของครอบครัวพื้มีมาจากงานของสามี คือ รับจ้างชุดเจาะบาดาล พื้มีลูก 2 คน ทำงานและมีครอบครัวแล้ว

ที่ตลาดพอใจ พื้มีมาออกร้านขายของในวันที่เปิดตลาดนัดครั้งแรก และก็หยุดไป แต่ยังขายประจำในตลาดใกล้บ้าน หลังจากตลาดกลับมาเปิดใหม่ พื้มีก็มาออกร้านขาย นำผลผลิตในสวน คือ กล้วย ตาก มะพร้าวแก้ว กล้วยไข่ มาขาย กล้วยตากของพื้มีบรรจุในถุงสุญญากาศถุงละ 500 กรัม ขายในราคาถุงละ 50 บาท ทั้งกล้วยตากและมะพร้าวแก้วของพื้มีรสชาติดี บรรจุในถุงที่สะอาดสวยงาม แสดงถึงความใส่ใจในการทำอาหาร

อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดหนึ่งของพื้มี คือ การเดินทางมาตลาดค่อนข้างไกล ทำให้ไม่สะดวก จากประสบการณ์ที่เคยขายของในตลาดนัด พื้มีเห็นว่าถ้าตลาดสามารถเปิดได้ทุกอาทิตย์ จะทำให้คนเข้ามาที่ตลาดมากขึ้น เพราะทำเลของตลาดอยู่ริมทางที่คนสามารถเห็นได้ง่าย และถ้าสามารถขายได้สม่ำเสมอ ก็จะเพิ่มผลผลิตพันธุ์อื่น ๆ มาขายมากขึ้น

พื้มีพื้มี “รับธรรมะ” ตั้งแต่เมื่อ 2 ปีที่แล้ว จากการแนะนำของพี่แล่ม ซึ่งตนเองนั้นเป็นคนที่ไม่สนใจธรรมะอยู่แล้ว ก็ได้เข้าร่วมมานับตั้งแต่นั้น

“พื้มี” ปทุมพร บำรุงเขต อายุ 54 ปี

พื้มีอยู่ตำบลหนองรี อ.บ่อพลอย เป็นเขตติดต่อกันกับ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี ครอบครัวพื้มีมีที่ดินอยู่บริเวณด้านหน้าเทศบาลตำบลหนองรี ซึ่งใกล้กับโรงเรียนบ้านหนองรี พื้มีมีที่ดินของตนเองประมาณ 1 งาน แต่ยังไม่เงินสำหรับการก่อสร้างบ้าน บ้านเช่าที่อยู่มาก่อนมีทำเลที่สามารถขายของได้ พื้มีมีขายกาแฟโบราณและน้ำหวาน ที่หน้าบ้าน ลูกค้าประจำคือนักเรียนโรงเรียนบ้านหนองรีที่อยู่ใกล้กับบ้านเช่า

ช่วงก่อนปี 2554 พี่จำเรียงและสามีอยู่ที่กรุงเทพ สามีขับรถแท็กซี่ ส่วนพี่จำเรียงขายกาแฟโบราณ และก๋วยเตี๋ยวด้วยกันกับแม่สามี เมื่อกลับมาอยู่บ้านปี 2555 ก็เข้ารับธรรมะ ที่บ้านของ พาฝัน ไพรเกษตร

รายได้ครอบครัวของพี่จำเรียง มาจากการขายกาแฟ และสามีขายยางรถยนต์มือสอง รายได้แต่ละเดือนมีเพียงพอสำหรับการดำเนินชีวิต แต่ยังไม่สามารถมีเงินเก็บได้ โดยรายได้จากการขายกาแฟโบราณพี่จำเรียงจะใช้จ่ายภายในบ้าน ส่วนรายได้ของสามีจะนำไปใช้ในการจ่ายค่าเช่าบ้านและค่าน้ำค่าไฟ เดือนละประมาณ 3 พันกว่าบาท “รายได้ตอนนี้ พอกิน พอใช้ ไม่มีเก็บ”

พี่จำเรียงไม่มีหนี้สิน เนื่องจากเคยมีประสบการณ์ของการเป็นหนี้ในระบบ เมื่อชำระหนี้หมดแล้ว จึงไม่อยากเป็นหนี้อีก เพราะในช่วงที่เป็นหนี้จะถูกทวงหนี้และต่อว่า เมื่อไม่สามารถชำระหนี้ได้ทันเวลา ลูก 2 คน เรียนจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีครอบครัวแล้ว 1 คน มีรายได้จากการทำงานรับจ้าง

การขายกาแฟโบราณที่บ้านเช่าของพี่จำเรียงนั้น มีคู่แข่งหลายร้าน ดังที่พี่จำเรียงเล่าว่า ห้องเช่าที่ตนเองเช่าอยู่นั้น มีร้านขายน้ำอยู่ประมาณ 7-8 ร้าน “บ้านที่เช่าอยู่ แม่ค้าทุกห้อง” พี่จำเรียงจึงขายกาแฟโบราณและน้ำอัดลมเป็นหลัก ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายง่ายสำหรับลูกค้ากลุ่มนักเรียนที่จะมาซื้อกินในช่วงหลังเลิกเรียน แต่ละวัน

พี่จำเรียงมาออกร้านตั้งแต่ช่วงที่เปิดตลาดครั้งแรก และกลับมาขายอีกครั้งหลังจกเปิดตลาดใหม่ การมาขายที่ตลาดพอใจ พี่จำเรียงมาในลักษณะของการมาร่วมกิจกรรมในเครือข่ายของผู้ที่รับธรรมะด้วยกัน เพราะยังไม่แน่ใจว่าจะมีคนเข้ามาที่ตลาดมากน้อยเพียงใด ถ้าหากขายที่บ้านก็สามารถที่จะขายได้แน่นอน เนื่องจากมีลูกค้า คือ นักเรียนที่เลิกเรียนในตอนเย็นทุกวัน “ถ้ามาเยอะ จะมาทุกครั้ง ขายที่บ้านดีกว่า ขายนักเรียนเลิกเรียน น้ำขวด 2 ลิ้ง หมดทุกวัน”

ต้นกล้า พลสินธ์ อายุ 17 ปี

ต้นกล้ากับแม่มีอาชีพทำก้อนเห็ดนางฟ้า และเพาะเห็ดนางฟ้าเก็บดอกสดขาย แม่ของต้นกล้าทำอาชีพนี้มานานประมาณ 16-17 ปี ตั้งแต่ช่วงที่แยกทางกันกับพ่อต้นกล้า แม่ของต้นกล้ามีโรงเรือนเพาะเห็ดประมาณ 10 โรงเรือน ยายของต้นกล้ามี 6 โรงเรือน และต้นกล้ามีของตนเองแล้ว 2 โรงเรือน ต้นกล้าขายก้อนเชื้อเห็ดผ่านทางเพจเฟซบุ๊กชื่อ ก้อนเห็ดภูฐานบ้านพิพัฒน์

ราคาก้อนเชื้อเห็ดที่ขายที่บ้าน ก้อนละ 9 บาท ถ้าขายออนไลน์ก้อนละ 14-15 บาทรวมส่ง ที่ตลาดพอใจ ต้นกล้าขายก้อนละ 11 บาท และเห็ดสด ขายราคากิโลกรัมละ 70 บาท ออกร้านตลาดนัด ต้นกล้า นำเห็ดสดมาขาย 5 กิโลกรัม และขายจนหมด

ต้นกล้ามีเพื่อนรุ่นเดียวกันอีก 2-3 คน ที่มาเข้ารับธรรมะด้วยกัน โดยการแนะนำของพี่แล่ม

พิกนิกา วิทยายนต์ อายุ 58 ปี และ ลูกสะใภ้ น้องจ๊ะ

พิกนิกา มีลูก 3 คน สามิเสียชีวิตแล้ว ลูกชายคนหนึ่งมีครอบครัวและอาศัยอยู่ด้วยกัน และยังคงดูแลหลาน อายุ 3 ขวบ ที่เป็นลูกของลูกสาว ลูกชายอีกคนเป็นผู้พิการ แต่ยังสามารถทำงานรับจ้างรายวัน มีรายได้จากการรับจ้างทั่วไปและรับเงินสงเคราะห์ผู้พิการ พิกนิกาเข้ารับธรรมะตั้งแต่ช่วงปี 2555

พิกนิกา มีรายได้จากการทำสบู่สมุนไพรขาย และทำอาหารเจขายที่บ้านในช่วงวันพระ และทำขายในช่วงเทศกาลกินเจ ส่วนลูกชายทำงานรับจ้างมีรายได้ประจำ และลูกสะใภ้ น้องจ๊ะ มีรายได้จากการรับจ้างทำสบู่ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจ ค่าแรง 10 บาทต่อก้อน รวมรายได้ประมาณ 300 บาทต่อครั้ง ทำเดือนละ 4 ครั้ง

สบู่สมุนไพรของพิกนิกายขายราคาก้อนละ 25 บาท จะมีลูกค้าประจำมาสั่ง สำหรับสูตรของสบู่สมุนไพร จะคนละสูตรกับของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน วันที่มาออกร้านในตลาด พิกนิกาไม่ได้นำสบู่มาขาย แต่มาขายส้มตำเจ โดยขายในราคาจานละ 30 บาท และมีต้นทุนในการเตรียมของมาขายประมาณครั้งละ 300 บาท

ส่วนน้องจ๊ะ ที่เป็นลูกสะใภ้ นำต้นตะบองเพชรมาขาย ซึ่งปกติจะขายอยู่ที่บ้าน และขายในเพจเฟซบุ๊กของตนเอง แต่ในช่วงนี้ขายไม่ค่อยดีเมื่อเทียบกับในช่วง 1-2 ปีที่แล้ว ที่ตลาดในช่วงนั้นคนนิยมซื้อตะบองเพชรไปปลูกกันมาก

พิกนิกาเคยมีหนี้สินจากการนำไปจ้องเงินกู้ แต่เมื่อสามิเสียชีวิต ได้นำเงินมาปนกิจของสามิมาชำระหนี้จนหมด และนำเงินส่วนหนึ่งมาต่อเติมบ้าน และมีหนี้ของกองทุนเงินล้านอยู่อีกจำนวน 20,000 บาท พิกนิกาและครอบครัวได้ประโยชน์จากโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐโดยสมาชิกในครอบครัวจำนวน 4 คน ที่ได้รับบัตร ส่วนลูกชายที่พิการได้รับเงินช่วยเหลือผู้พิการประจำทุกเดือน

การใช้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ทำให้ในครอบครัวสามารถลดค่าใช้จ่ายในด้านอาหารของครัวเรือนลงได้บางส่วน เช่น ใช้บัตรซื้อข้าวสารไว้กินในครอบครัวได้ประมาณครึ่งเดือน

การมาขายของที่ตลาดของพิกนิกาค่อนข้างไม่สะดวกเนื่องจากอยู่ไกล และต้องมาด้วยกันกับพี่จำเรียงที่ขายกาแฟ นอกจากนี้ยังติดภารกิจต้องดูแลหลานที่ยังเล็ก ซึ่งพิกนิกาบอกว่า ถ้าตลาดมีคนเข้ามาซื้อของเยอะขึ้นตนเองก็อยากจะมาขาย



ร้านขายผักในตลาดพองใจ



บรรยากาศวันเปิดตลาดพองใจ



ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง

รูปภาพจากเพจพอใจในวิถีพอเพียง

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม (8 Rai Smart Farm)

ความเป็นมา

พื้นที่ตั้งตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม เจ้าของสวนเป็นเอกชนรายหนึ่ง ต้องการสืบทอดเจตนารมณ์ของ คุณแม่เจ้าของที่ดินในการรักษาพื้นที่ไว้ให้เป็นสวนเกษตรธรรมชาติ เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ช่วงเดือนตุลาคม 2559 ในช่วงการเสด็จสวรรคตของรัชกาลที่ 9

พื้นที่สวนได้มีการปลูกพันธุ์ไม้ผลยืนต้นที่เคยขึ้นชื่อของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ทุเรียนหมอนทอง มะม่วงน้ำตาลเตา มะม่วงยายกล่ำ กระท้อนบางกร่าง มะปรางท่าอิฐ นอกจากนี้ยังปลูกมะม่วงพันธุ์พื้นบ้านหายากอีกหลายชนิด ได้แก่ มะม่วงแก้วขมิ้น มะม่วงมันขุนศรี มะม่วงพิมเสน มะม่วงอกร่องพิกุลทอง มะม่วงอกร่องโบราณ มะม่วงเขียวใหญ่ มะม่วงมหาชนก และยังปลูกไม้ผลพื้นบ้านอื่น ๆ ปลูกผสมผสานร่วมกันในแปลง เช่น ละมุด มะขาม มะขามเทศ มะดัน ขนุนเพชรราชา หม่อน กล้วยน้ำว้า เป็นต้น

ภายในบริเวณของสวนยังทำเป็นแปลงปลูกผักสวนครัว เช่น มะรุ่ม มะนาว แคนยอ ต้มยำ มะตูมแขก กระเจี๊ยบเขียว กระเจี๊ยบแดง พริกขี้หนู กะเพรา โหระพา มะเขือเทศ ผักสลัด ผักบุ้งไทย ถั่วพู ผักไชยา ตะไคร้ และมะกรูด เพื่อให้สมาชิกที่ดูแลตลาดนำไปบริโภค และบางส่วนนำมาขายในวันที่เปิดตลาดนัด

พื้นที่ตลาด 8 ไร่ ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ การทำเกษตรปลอดสารพิษให้กับผู้ที่สนใจ เช่น ทำเห็ดนางฟ้า เพาะต้นอ่อนทานตะวัน ต้นอ่อนผักบุ้ง และผักสลัด ด้วยบรรยากาศที่เป็นสวน มีความร่มรื่น คนที่มาเที่ยว

ตลาด สามารถเดินชมบริเวณภายในสวนได้ ซึ่งทางคณะทำงานตลาด มีความตั้งใจว่า จะมีพื้นที่ปลูกผัก และกิจกรรมการทำเกษตร ให้ผู้ที่มาเที่ยวชมตลาดได้สัมผัสบรรยากาศ และเรียนรู้การทำเกษตรปลอดสารพิษไปด้วย โดยมีสมาชิกของกลุ่มเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้

ตลาด 8 ไร่สมาร์ทฟาร์ม ได้เริ่มเปิดตลาดเขียวช่วงกลางปี 2563 โดยมีการทำงานร่วมกันกับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนในพื้นที่ ตำบลบางรักน้อย และตำบลไทรม้า โครงการ INI (Innovation network international) สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองนนทบุรี กลุ่ม Young Smart Farmer และได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

โดยก่อนที่จะเปิดตลาดนัด พื้นที่สวนเกษตร 8 ไร่แห่งนี้ เป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมอาหารปลอดภัย โดยมี “ป้าต้อย” อนงค์ สันติเพชร อายุ 74 ปี อดีตพยาบาลเกษียณอายุราชการ เป็นผู้ดำเนินโครงการร่วมกับ INI มีการทำกิจกรรมร่วมกับโรงเรียน และชุมชน ในพื้นที่ บางรักน้อย-ท่าอิฐ และไทรม้า โดยมีกิจกรรมการปลูกผักปลอดภัยไม่ใช้สารเคมี การบริโภคผักปลอดภัย การปรุงอาหาร ลด หวาน มัน เค็ม และการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพ โดยเน้นการสื่อสารเรื่องอาหารปลอดภัยให้กับคนในชุมชน

การเปิดตลาด ในระยะแรกได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคในหมู่บ้านจัดสรรที่อยู่ใกล้กันกับตลาด แต่หลังจากเปิดตลาดครั้งแรกในช่วงกลางปี 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด19 ส่งผลให้ตลาดนัดต้องหยุดดำเนินการหลังจากเปิดตลาดได้เพียง 2 ครั้ง เท่านั้น

จนกระทั่งเมื่อการระบาดของโรคโควิด 19 ลดลง ทางคณะทำงานตลาดและเครือข่ายได้มีการจัดประชุม วางแผน ในการเปิดตลาดใหม่ และได้มีการเปิดตลาดอีกครั้งเมื่อวันที่ 17-18 ธันวาคม 2565 โดยทางกลุ่มได้มีการประสานงานกับผู้ขายเดิมที่เคยมาขายก่อนหน้านี้ และติดต่อหาผู้ขายรายใหม่เพิ่มเติม โดยยังคงแนวทางของการเป็นตลาดเขียว จำหน่ายอาหารและสินค้าปลอดภัยต่อสุขภาพ การลด หวาน มัน เค็ม การปรุงอาหารโดยไม่ใช้ผงชูรส สารปรุงแต่งรส และจะมีกิจกรรมสำหรับผู้เข้ามาเที่ยวในตลาดควบคู่กันไปด้วย เช่น การปลูกผักไว้กินเอง การเพาะต้นอ่อนทานตะวัน การเพิ่มพื้นที่ร้านค้าสำหรับผู้สูงอายุ (Ageing market)

สถานที่ตั้ง

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม ตั้งอยู่ใน ซอยบางรักน้อย -ท่าอิฐ หมู่ที่ 4 ตำบลบางรักน้อย อ.เมือง จ.นนทบุรี สามารถเดินทางมาตลาดได้ทั้งจากทางถนนราชพฤกษ์ และถนนรัตนาธิเบศร์

จุดเด่นของตลาด คือ ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ มีลักษณะของสวนเกษตรในพื้นที่เมือง ให้ความรู้สึก ถึงความเป็นธรรมชาติ โลง่สบาย เหมาะสำหรับการพักผ่อน อยู่ใกล้กับถนนใหญ่ ที่เข้าออกสะดวก

พื้นที่ปากทางเข้าตลาด ด้านขวามือมีร้านก๋วยเตี๋ยวเรือ และด้านซ้ายมือมีร้านอาหารอีสาน ด้านหน้าของตลาดเป็นลานจอดรถ สำหรับลูกค้าร้านก๋วยเตี๋ยวเรือและคนที่มาเดินตลาด

เมื่อเดินลึกเข้าด้านในของตลาด จะเป็นพื้นที่ร้านค้า มีซุ้มร้านค้า เรียงไปตามทางเดิน และมีการชิงช้าสั่นเล่นกันแดด ไปตลอดแนว เพื่อสร้างบรรยากาศของการเดินตลาดให้ไม่ร้อนจนเกินไป

สำหรับการวางตำแหน่งซุ้มร้านค้า เมื่อเปิดตลาดครั้งแรก ได้ตั้งซุ้มร้านค้าที่บริเวณใกล้กับลานจอดรถตรงบริเวณปากทางเข้าตลาด แต่พบว่าในช่วงเช้า ซุ้มร้านค้าจะหันหน้ารับแสงเกือบตลอดครึ่งวันเช้า ทำให้บรรยากาศไม่เหมาะสำหรับการเดินตลาด คณะทำงานตลาดจึงได้มีการปรับเปลี่ยน พื้นที่ตั้งร้านค้าใหม่ โดยขยับร้านค้าเข้ามาด้านในของพื้นที่ ซึ่งเป็นพื้นที่สวนเกษตรของตลาด มีแปลงปลูกพืชสวนครัว ไม้ผล สระน้ำ และมีบ้านไม้สำหรับเป็นสำนักงาน ของคณะทำงาน มีการปรับพื้นที่สวนให้สามารถเดินชมบรรยากาศภายในสวน สำหรับผู้ที่สนใจ ในตลาดมีห้องน้ำชาย-หญิง จำนวน 2 ห้อง อยู่ในฝั่งที่ติดกับร้านกล้วยเตี้ยมเร็ว ซึ่งลูกค้าที่เดินมาห้องน้ำสามารถเดินตรงมาที่ตลาดได้สะดวก



แผ่นประชาสัมพันธ์ตลาด 8 ไร่ 스마트ฟาร์ม



ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าตลาด

วัตถุประสงค์ของตลาด

1. พัฒนาตลาดสีเขียวตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม เป็นพื้นที่กระจายอาหารปลอดภัย ผัก ผลไม้ อาหารท้องถิ่นที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ
2. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและสมาชิกในชุมชน
3. พัฒนาความร่วมมือภาคีเครือข่าย หน่วยงานเพื่อพัฒนาตลาดร่วมกัน

เวลาเปิด ปิดตลาด

ในช่วงแรกที่เปิดตลาด ทางคณะกรรมการตลาดได้กำหนดเวลาสำหรับการเปิดขายของในตลาด คือ จัดเป็นตลาดนัดในตอนเช้า ทุกวันเสาร์ เวลา 6.00 – 9.00 น. แต่เมื่อกลับมาเปิดตลาดใหม่อีกครั้ง ได้ปรับเปลี่ยนเวลา คือ กำหนดวันขาย ทุกวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ของสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดตลาด คือ 9.00 น. – 13.00 น

อย่างไรก็ตามหลังจากการเปิดขาย ครั้งที่สอง สมาชิกตลาดได้เสนอว่า ควรจะลดวันเปิดตลาดเหลือเพียงวันเสาร์วันเดียว จะเป็นไปได้หรือไม่ เพราะ สมาชิกส่วนใหญ่อาจจะไม่สามารถมาขายได้ทั้งสองวัน ซึ่งทางกลุ่ม ได้ประชุม และสรุปกันว่า จะทดลองเปิดตลาดไปจนถึงสิ้นเดือนกุมภาพันธ์ เนื่องจากได้ทำเอกสาร แจก และประชาสัมพันธ์ตลาด ในเดือนกุมภาพันธ์ไว้ล่วงหน้าแล้ว

ร้านค้าและสินค้าที่ขายในตลาด

การกลับมาเปิดตลาดอีกครั้ง ได้มีการประชุมของคณะทำงานเพื่อประสานงานร้านค้าที่สนใจเข้ามาขายในตลาด โดยเริ่มจากร้านค้าที่เคยขายเมื่อช่วงเปิดตลาดรอบแรก เป็นเครือข่ายที่ทำงานร่วมกับ ตลาด 8 ไร่ อยู่แต่เดิม และส่วนใหญ่มีสินค้าและพื้นที่ขายของตนเองอยู่แล้ว เช่น ขายในหน่วยงานราชการ หรือขายออนไลน์

ประเภทของสินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาด 8 ไร่ มีทั้งที่เป็นอาหารปรุงพร้อมทาน ผลไม้ตามฤดูกาล ข้าวอินทรีย์ ปุ๋ยมูลไส้เดือน และผลิตภัณฑ์งานฝีมือ จำนวนร้านค้าที่มามากกว่าในวันแรกที่เปิดตลาด เมื่อวันที่ 17-18 ธันวาคม 2565 มีจำนวน 9 ร้าน ประกอบไปด้วย

1. ร้านครัวบ้านสวนอินดี้ ขายอาหารพื้นบ้าน ปลอดผงซุส เมนูหลัก คือ แกงเลียง แกงส้ม และกะปิคั่ว
2. ร้านก้านน้ย สมฤทัย เสือปาน อติตก้านัน ตำบลไทรมา ขายไข่เค็มสมุนไพร ผัดหมี่ชมพู ข้าวเหนียวหน้าต่าง ๆ
3. ร้านครัว 8 ไร่ ของป้าต้อย ขายทอดมันหัวปลี ไข่เจียวดอกไม้ มะม่วงน้ำปลาหวาน
4. ชมรมผู้ปกครองคนพิการทางสติปัญญา จังหวัดนนทบุรี ขายเสื้อผ้าและหมอน ตัดเย็บจากผ้าขาวม้า
5. ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (โรงเรียนเทศบาลตำบลเสาธงหิน และโรงเรียนเทศบาลปลายบางวัดสิงห์) ขายมูลไส้เดือน และผักสดปลอดสารพิษตามฤดูกาล
6. โรงเรียนวัดใหญ่สว่างอารมณ์ ขายกระยาสารท และผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจาน
7. นาเคียงเมือง ขายข้าวอินทรีย์ในโครงการ นาเคียงเมือง แก้วนี้ชาวนา น้ำอ้อยสด น้ำส้มควั่น ไม้ น้ำตาลโตนด สมุนไพรไผ่ขี้เหล็ก
8. ร้านขายเหมาแป๋ อาหารเพื่อสุขภาพ
9. เมล็ดพันธุ์ ปู่-ย่า ขายเมล็ดพันธุ์ผักพื้นบ้าน



ร้านครัว 8 ไร่

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นตลาดเปิดใหม่ จำนวนร้านค้ายังมีไม่มาก พบว่า ร้านที่สามารถมาออกร้านในแต่ละอาทิตย์จะไม่แน่นอน เพราะผู้ขายส่วนหนึ่งยังไม่สามารถมาออกร้านในทุกสัปดาห์ได้

นอกจากนี้ยังต้องรอกลุ่มผู้ซื้อที่เคยเป็นลูกค้าอยู่แต่เดิมให้กลับมาตลาดอีกครั้ง สินค้าในตลาดระยะนี้จึงเป็นสินค้าที่คาดว่าจะสามารถขายได้ค่อนข้างแน่นอน เช่น อาหารปรุงสุกพร้อมทาน สินค้าที่สมาชิกในตลาดได้ผลิตขายและมีตลาดของตนเองกันอยู่แล้ว เช่น ข้าวอินทรีย์ กระยาสารท ไข่เค็ม มูลไส้เดือน น้ำยาล้างจาน และงานตัดเย็บจากผ้าขาวม้า เป็นต้น

ในช่วงของการเปิดตลาด ทางคณะทำงานได้มีการนำเสนอเมนูประจำตลาด เช่น กะปิกั่ว ไข่เค็ม ผัดหมี่แดง และการนำเสนอ ของดีไทรมา ซึ่งการนำเสนอต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น

การบริหารจัดการตลาด

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะทำงานที่สมาชิกร้านค้าในตลาด มีส่วนร่วมช่วยกันในการจัดการดูแลตลาด และส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายที่ทำงานร่วมกันอยู่แต่เดิม โดยมาจากหลากหลายกลุ่ม และมี “ป้าต๋อย” เป็นผู้ประสานงานหลัก การบริหารจัดการมีลักษณะของการหนุนเสริมซึ่งกันและกัน เช่น เมื่อตกลงร่วมกันว่าจะเปลี่ยนตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า สมาชิกในตลาดก็ได้ร่วมกันในการช่วยปรับพื้นที่ จัดบรรยากาศร้านค้าให้ เป็นระเบียบและพร้อมสำหรับการเปิดตลาด มูลนิธิชีวิตไท สนับสนุนทีมงานในการช่วยแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ในพื้นที่หมู่บ้านจัดสรร และประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ตลาดยังได้พยายามดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มาทานอาหารในร้านก๋วยเตี๋ยว บริเวณทางเข้าห้องน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่ใช้ร่วมกันระหว่างตลาดกับร้านก๋วยเตี๋ยว โดยมีการทำป้ายประชาสัมพันธ์เปิดติดตั้งไว้

ในช่วงที่เปิดตลาดใหม่ สมาชิกตลาดซึ่งมีประสบการณ์ในการขายของในตลาดที่มีรูปแบบเป็นตลาดนัดมาก่อน ต่างก็มีความเข้าใจว่า จะต้องใช้เวลาเพื่อให้ตลาดเป็นที่รู้จัก จนกระทั่งมีกลุ่มลูกค้าประจำเข้ามาที่ตลาด ซึ่งในระยะเวลาที่ การขายของในตลาดอาจจะให้ผลตอบแทนที่ไม่สูงมากนัก และผู้ขายแต่ละร้านอาจจะต้องมาขายทุกสัปดาห์เพื่อให้ตลาดสามารถดำเนินต่อไปได้ ดังที่สมาชิกในตลาดบอกว่า “ตลาดต้องฮึด” ยอดขายของตลาดที่ยังไม่มาก จึงเป็นตัวแปรที่สำคัญ ซึ่งรายได้ของตลาดในวันแรกที่เปิดขาย วันที่ 17 ธันวาคม 2565 จำนวนร้านที่มาเปิดขายครั้งแรก 9 ร้าน รวมยอดขายของทุกร้าน ประมาณ 3,800 บาท

อย่างไรก็ตามทางคณะกรรมการ มีความเข้าใจในสถานการณ์ของตลาด และมีการประชุมทุกครั้ง หลังจากปิดตลาด เพื่อสรุปบทเรียนในแต่ละวัน และช่วยกันระดมความคิดเห็นหาแนวทางในการปรับปรุงตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้มากขึ้น

ในแง่หนึ่ง ตลาด 8 ไร่ แห่งนี้ จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่พื้นที่ขายสินค้าอาหารปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ของการสร้างเครือข่าย การหนุนเสริมกันและกัน ในชุมชน เพื่อให้ตลาดสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

อัตลักษณ์ของตลาด 8 ไร่ กับการเป็นพื้นที่อาหารปลอดภัยของชุมชน

จากการที่คณะกรรมการตลาดมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมด้านอาหารปลอดภัยกับชุมชนมาก่อน มีเครือข่ายของผู้ผลิตอาหารปลอดภัย และเครือข่ายโรงเรียนในพื้นที่ ตลาด 8 ไร่ จึงได้จัดวางตำแหน่งของตนเอง ในการเป็นพื้นที่อาหารท้องถิ่น อาหารปลอดภัย ให้กับชุมชน พื้นที่บางรักน้อย ท่าอิฐ และไทรมา จ.นนทบุรี

ในด้านการสร้างอัตลักษณ์ของตลาด พบว่าตลาดมีเรื่องราวของตนเองที่น่าสนใจในการที่จะนำมาสื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตลาดได้ เรื่องราวของอาหารปลอดภัยในชุมชน ที่ทำควบคู่กันไปกับการนำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่นของตลาด คือ ทอดมันหัวปลี ไข่เค็มโบราณ กะปิคั่ว แกงเลียง การใช้วัตถุดิบอาหารปลอดภัยที่หาได้จากในพื้นที่ การปรุงอาหาร เน้น ลด หวาน มัน เค็ม ไม่ใส่ผงชูรส สมาชิกในกลุ่ม ปลุกผักแบบปลอดสารพิษ ผลไม้ตามฤดูกาลที่เป็นของดีในท้องถิ่น การมีกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มผู้สูงวัย การขายข้าวในโครงการนาเคียงเมือง (แก้หนี้ชาวนา) เพื่อสะท้อนให้เห็นปัญหาหนี้สินของชาวนา และช่วยชาวนาในการแก้ปัญหาหนี้สิน

แต่พบว่ายังมีข้อจำกัด ในการนำเรื่องราวต่าง ๆ เหล่านี้ มาสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีพลัง ทำให้การปรากฏตัวของกลุ่มผู้ซื้อยังไม่มี ความชัดเจน การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย จึงมีความสำคัญ เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มผู้ซื้อให้เข้ามาที่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ

ร้านนาเคียงเมือง โครงการนาเคียงเมือง(แก้หนี้ชาวนา)

ร้านนาเคียงเมือง ดำเนินการโดยมูลนิธิชีวิตไท โดยทำหน้าที่เป็นช่องทางกระจายสินค้าอาหารปลอดภัยจากเกษตรกรในพื้นที่โครงการของมูลนิธิ โดยมีผลิตภัณฑ์ คือ ข้าวอินทรีย์ น้ำส้มควั่นไม้ น้ำอ้อยอินทรีย์ กระเป๋าดำ รูปหอมไฉ่ของของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจากจังหวัดชัยนาท

ซึ่งนอกจากทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการกระจายสินค้าแล้ว ร้านนาเคียงเมือง ยังทำหน้าที่ในการสื่อสารประเด็นปัญหาหนี้สินของเกษตรกร ผ่านไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเครือข่ายของร้าน เป็นการทำการตลาดที่สื่อสารประเด็นทางสังคมร่วมด้วย

ช่องทางการตลาดของนาเคียงเมือง ขายสินค้าผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ ขายที่ตลาด 8 ไร่ ทุกสัปดาห์ และใช้ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ ผ่านสื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก และกลุ่มไลน์ ของหมู่บ้าน เพอร์เฟคเพลส (รัตนานิเบศร์) นนทบุรี ซึ่งเป็นที่ตั้งของมูลนิธิชีวิตไท ในการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายชาวบ้าน และมีบริการจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ภายในหมู่บ้าน

ร้านนาเคียงเมืองได้มีการประชาสัมพันธ์ตลาด 8 ไร่ ผ่านช่องทางไลน์ของหมู่บ้านเพอร์เฟคเพลส (รัตนานิเบศร์) นนทบุรี และพบว่ามีลูกค้าจากหมู่บ้านที่ทราบข่าวในช่องทางไลน์ ได้เข้ามาซื้อสินค้าที่ตลาด ในลักษณะที่ตั้งใจมาซื้อสินค้าโดยตรง ตามที่ทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์

การขายสินค้าของนาเคียงเมือง ในระบบตลาดสมัยใหม่ เป็นการเปิดพื้นที่สำหรับการสื่อสารเรื่องราวของปัญหาหนี้สินชาวนา และการสร้างคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้านาเคียงเมือง โดยการเป็นผู้ช่วยเหลือชาวนา การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวนา โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเปราะบาง ผ่านการสนับสนุนผลผลิตของเกษตรกรที่ปรับเปลี่ยนวิธีการทำเกษตรจากเคมีสู่อินทรีย์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ให้สามารถปลดหนี้ได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สินค้าหลัก ที่โครงการนาเคียงเมืองเลือกมาใช้สำหรับการสื่อสารเรื่องปัญหาหนี้สินชาวนา คือ ข้าวปลอดภัย จากแปลงนาของเกษตรกรในเครือข่าย นางอำนวย มณีแสง เกษตรกรจาก จังหวัดสุพรรณบุรี และข้าวจากแปลงนาของศูนย์ อ่ำทิม เกษตรกรปลูกผักอินทรีย์ บ้านวัดพระแก้ว จังหวัดชัยนาท ข้าวที่นำมาจำหน่ายเป็นข้าวที่ตลาดนิยมบริโภคกันอยู่แล้ว ได้แก่ ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ และข้าวกล้องมะลิแดง จำหน่าย กิโลกรัมละ 70 บาท ข้าวกล้องหอมมะลิ กิโลกรัมละ 60 บาท และข้าวหอมมะลิ (ข้าวขาว) กิโลกรัมละ 50 บาท

ในด้านการตลาด สินค้าข้าวปลอดภัยของนาเคียงเมือง เป็นสินค้าที่มีผู้ซื้ออยู่ตลอด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังให้ความสนใจข้าวเพื่อสุขภาพ หากชาวนาเคียงเมืองสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้มากขึ้น ผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย



ร้านนาเคียงเมือง

ส่วนที่ 3

ตลาดเขียวในฐานะเครื่องมือในการแก้ปัญหาหนี้สิน

นอกจากให้ความสนใจการบริหารจัดการตลาดตลาดเขียวของกลุ่มแล้ว การศึกษาครั้งนี้ยังให้ความสนใจแง่มุมทางเศรษฐกิจ การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าในตลาด การบริหารการเงินของสมาชิก โดยเฉพาะครัวเรือนที่มีหนี้สิน เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการแก้ปัญหาหนี้สินเกษตรกร

จากการเก็บข้อมูลตลาดเขียวทั้ง 3 แห่ง มีกรณีที่น่าสนใจนำมาเป็นบทเรียนในการศึกษาครั้งนี้ คือ การบริหารจัดการการเงินของพี่เอียดและพี่สมใจ

กรณีของพี่เอียด อนุศาสนนันท์

พี่เอียดมีรายได้มาจากหลายทาง และมีการบริหารจัดการการเงินของตนเองอย่างเป็นระบบ มีรายได้ประจำจากเงินเดือนที่แน่นอน มีรายได้เสริมจากการทำงานของตนเอง ไม่มีภาระหนี้สิน มีญาติพี่น้องที่ดูแลกันในครอบครัว

รายได้หลักของพี่เอียดมาจากเงินของพี่สาวและน้องที่ให้ประจำทุกเดือน รวมทั้งหมด 7,000 บาท พี่เอียดแบ่ง 4,000 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายในบ้านและ 3,000 บาท เก็บไว้ใช้ในส่วนของตนเอง

ในช่วงที่ทำงานนวดแผนไทย รายได้จากงานนวดจะเก็บไว้สำหรับให้ลูกเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าอาหาร เวลาไปเรียน โดยแบ่งเป็นค่าเติมน้ำมันรถ 100 บาทและสำหรับเป็นค่าอาหารวันละ 100 บาท

ในช่วงปี 2564 พี่เอียดมีรายได้เป็นเงินเดือนจากโครงการของรัฐสำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิดระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เดือนธันวาคม 2564 เดือนละ 9,000 บาท รวมเป็นเงินจำนวน 90,000 บาท ซึ่งเงินจำนวนนี้ พี่เอียดได้เก็บไว้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการเรียนของลูกชาย สำหรับรายได้จากการนวด ในช่วงที่เก็บข้อมูลปลายปี 2565 พี่เอียดประสบอุบัติเหตุรถมอเตอร์ไซด์ ไม่สามารถใช้งานนวดได้ จึงไม่มีรายได้จากงานนวดในช่วงนี้ และได้ใช้เงินเก็บสำหรับการเรียนของลูก

พี่เอียดไม่มีหนี้สิน ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการที่มีรายได้ประจำและมีญาติ ๆ คอยดูแลเรื่องค่าใช้จ่าย นอกจากนี้พี่เอียดยังไม่ได้ทำการเกษตรเป็นหลัก และมีพื้นที่ขนาดเล็กปลูกพืชที่ไม่ต้องลงทุนมากนัก ทำให้สามารถบริหารรายจ่ายการลงทุนด้านการเกษตรได้

พี่เอียดมีค่าใช้จ่ายในการทำประกันชีวิตของตนเองและของลูก ประมาณปีละ 17,400 บาท โดยส่งประกันชีวิตของตนเองปีละ 10,000 บาท และประกันชีวิตของลูก 7,400 บาท โดยแบ่งจ่ายทุก 6 เดือน การทำประกันชีวิตของลูกชาย พี่เอียดเห็นว่าลูกต้องขับรถมอเตอร์ไซด์ไปเรียนทุกวัน จึงได้ทำประกันอุบัติเหตุให้กับลูก

การบริหารการเงินในการลงทุนขายอาหารในตลาดเขียวของพี่เอียด เนื่องจากเป็นตลาดเปิดใหม่ที่ยอดขายยังไม่มากนัก ทำให้การตัดสินใจลงทุนของพี่เอียดทำภายใต้ข้อจำกัด ทั้งในแง่ของการเลือกชนิดของสินค้า ปริมาณของที่นำมาขาย การใช้เงินลงทุน และเวลาในการดูแลจัดการ

เช่น การตัดสินใจเรื่องน้ำสลัดของพี่เอียด ในช่วงแรกพี่เอียดเคยใช้น้ำสลัดสำเร็จรูป แต่พบว่าน้ำสลัดสำเร็จรูปมีราคาแพง ไม่สามารถทำกำไรได้ จึงได้เปลี่ยนมาทำน้ำสลัดเอง ปรับปรุงสูตรเพื่อลดต้นทุนลง ทำให้การขายสลัดสามารถทำกำไรได้

สำหรับรายได้จากการขายของตลาดนัดอนามัย ในระยะนี้รายได้ยังมีไม่มาก พี่เอียดได้เก็บไว้สำหรับการลงทุนในรอบต่อไป และพี่เอียดมีการแยกรายการค่าใช้จ่ายที่นำมาลงทุนจากเงินส่วนที่ใช้ภายในครอบครัวอย่างชัดเจน

พี่เอียดมีรายได้จากการขายของตลาดอนามัยรวมประมาณ 1,500 บาทต่ออาทิตย์ หักค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าวัตถุดิบแล้วจะเหลือเงินประมาณ 1,000 บาท โดยรายได้หลักมาจากการขายสลัด ราคาถ่อ่งละ 40 บาท รวมขายทั้งสองวันได้ประมาณ 17 ถ่อ่ง เป็นเงินประมาณ 680 บาท (สัมภาษณ์วันที่ 28 พฤศจิกายน 2565) วัตถุดิบที่ใช้ซื้อจากตลาดและบางส่วนซื้อจากสมาชิก โดยพี่เอียดจะเตรียมวัตถุดิบสำหรับขายทั้งวันศุกร์และวันเสาร์ไปพร้อมกัน และซื้อมาในปริมาณน้อย เพราะตลาดมีขนาดเล็กยอดขายยังไม่มาก จะเห็นว่าสลัดเป็นเมนูที่พี่เอียดสามารถทำกำไรได้ หากสามารถเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น ผลตอบแทนที่พี่เอียดจะได้รับก็จะเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

กรณีของพี่สมใจ ปลื้ม

พี่สมใจมีรายได้ประจำมาจากหลายทาง คือ การทำงานบริบาล งาน อสม. และยังมีรายได้จากการทำนา และการเลี้ยงไก่ด้วย แต่รายได้จากการทำนาไม่แน่นอน เนื่องจากสภาพพื้นที่นาลุ่มเกินไป ทำให้การควบคุมน้ำทำได้ลำบาก เพราะพี่สมใจมีเพียงเครื่องสูบน้ำขนาดเล็กเพียงเครื่องเดียวเท่านั้น นอกจากนี้การทำนายังทำในลักษณะเงินเชื่อจากร้านขายเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และ ยาเคมี เสียดอกเบี้ยร้อยละ 2 บาท ทำให้ต้นทุนการทำนาของพี่สมใจในแต่ละครั้งค่อนข้างสูง

สมาชิกในครอบครัวพี่สมใจที่เป็นผู้สูงวัย คือ แม่และน้าของพี่สมใจ แม่มีรายได้ประจำจากเงินเดือน อสม. และ เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ส่วนน้าสาวได้รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ลูกสาวคนเล็กของพี่สมใจกำลังเรียนหนังสือระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปวส. เหลือระยะเวลาเรียนอีกประมาณ 1 ปี ครึ่ง พี่สมใจบอกว่าลูกสาวเรียนและทำงานร้านอาหารเพื่อหาเงินส่งตัวเองเรียนไปด้วย ลูกสาวคนโตของพี่สมใจทำงานมีเงินเดือนประจำ ตำแหน่งงานเป็นลูกจ้างของหน่วยงานรัฐ แต่อัตราเงินเดือนต่ำกว่าวุฒิปริญญาตรี ลูกสาวของพี่สมใจได้ซื้อรถมือสองเพื่อขับไปทำงาน และต้องส่งงวดรถประจำทุกเดือน

แม้ว่าจะมีรายได้ประจำ แต่ครอบครัวก็ต้องใช้อย่างระมัดระวัง ซึ่งพี่สมใจได้พยายามจัดการค่าใช้จ่าย และลดภาระหนี้สินให้เหลือน้อยลง การตัดสินใจลงทุนของพี่สมใจจึงทำได้อย่างจำกัด ดังเช่นการทำนา ที่ต้องซื้อปัจจัยการผลิตทั้งหมดจากร้านค้า และต้องใช้เงินสดสำหรับการค่าจ้างเตรียมดิน ค่าหว่านข้าว และค่าฉีดยา พี่สมใจได้นำเงินจากเงินเดือนและจากเงินขายข้าว นำมาจ่ายค่าจ้างในการทำนา

สำหรับการลงทุนขายของในตลาดดอนม้าย เนื่องจากตลาดเพิ่งเปิดได้ไม่นาน ยอดขายจากตลาดยังไม่มาก แต่พี่สมใจก็ได้พยายามบริหารการเงินและกำไรที่ได้เพื่อให้สามารถมีเงินหมุนเวียนลงทุนในตลาดอย่างต่อเนื่อง

ดังที่ได้กล่าวข้างต้นแล้วว่า การเลือกเมนูเพื่อนำมาขายของพี่สมใจ มาจากการที่เป็นอาหารที่คนในชุมชนนิยม แต่มีขั้นตอนมากในการทำกินเอง เช่น แกงบอน และขนมจีนน้ำยา ทำให้อาหารปรุงพร้อมทานของพี่สมใจสามารถขายได้ทุกครั้งที่เปิดตลาด และพี่สมใจยังลดความเสี่ยงด้วยการทำในปริมาณไม่มากนัก ทั้งข้อจำกัดในเรื่องการตลาดและเงินลงทุนในการเตรียมวัตถุดิบ กำไรจากตลาดในระยะนี้จึงถูกเก็บไว้สำหรับการลงทุนในรอบต่อไป

และเนื่องจากเป็นการขายอาหารปรุงพร้อมทาน ส่วนผสมหลายอย่างที่ต้องใช้ ทั้ง เนื้อสัตว์ กะทิ น้ำพริกแกง ทำให้ต้นทุนของอาหารปรุงพร้อมทานของพี่สมใจค่อนข้างสูง จากราคาของวัตถุดิบ เช่น เนื้อหมู กิโลกรัมละ 200 บาท ต้องใช้เนื้อหมู 1.5 กิโลกรัมต่อครั้ง คิดเป็นเงิน 300 บาท กะทิสด ราคา กิโลกรัมละ 50 บาท ใช้กะทิสด 5 กิโลกรัม คิดเป็นเงิน 250 บาท

พบว่า ต้นทุนวัตถุดิบแกงบอน ของพี่สมใจ ขนาดหม้อแกงเบอร์ 40 มีต้นทุนอยู่ที่ประมาณ 700 บาท และถ้าขายหมดหม้อจะมีกำไรอยู่ที่ประมาณ 400 บาท สำหรับไข่เค็มเป็นอาหารแปรรูปที่เก็บไว้ได้นานหลายวัน แต่ก็มีต้นทุนในการทำที่สูงจากราคาของไข่เป็ด ทำให้ราคาขายไข่เค็มอยู่ที่ใบละ 6 บาท

รายได้จากการขายของ เมื่อช่วงเดือนพฤศจิกายน 2565 ยังไม่หักค่าใช้จ่าย ประมาณ 2,985 บาท ในจำนวนนี้ พี่สมใจบอกว่า 600 บาท คือ เงินค่าขายปลา ซึ่งได้ยกให้พี่ชายทั้งหมด “ปลาเกลือขายให้พี่ชาย ให้เงินเขา เขาไม่มาขอ”

เงินจากการขายแกง น้ำยาขนมจีน รวมกันประมาณ 1,985 บาท เงินจากการขายไข่เค็ม 400 บาท เงินในส่วนนี้พี่สมใจจะให้แม่เก็บไว้ และเงินค่าขายผัก พี่สมใจจะเก็บไว้ในส่วนของตนเอง

“รายได้ให้แม่เป็นคนเก็บ ถ้าผักของเรา ให้เขามีกำลังใจ”

จะเห็นว่า การขายอาหารปรุงพร้อมทานของพี่สมใจนั้น แม้ว่าจะมีต้นทุนสูง แต่ก็สามารถทำกำไรได้ ถึงแม้ปริมาณการขายจะไม่มาก และกำไรต่อครั้งจะไม่มากนักก็ตาม หากตลาดอนามัยสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง รายได้จากการขายของในตลาดของพี่สมใจก็จะมียอดสม่ำเสมอ เป็นทางหนึ่งที่จะช่วยลดแรงกดดันของพี่สมใจในการหารายได้สำหรับดูแลครอบครัวและภาระหนี้สินที่ยังมีอยู่

ในด้านการบริหารหนี้สิน ในช่วงปี 2565 พบว่า พี่สมใจสามารถปลดหนี้ได้ในบางรายการ และมีการกู้ใหม่ในบางรายการเพื่อนำเงินมาลงทุนทำนา นอกจากนี้ยังสามารถส่งเงินต้นบางส่วนและดอกเบี้ยของหนี้ทั้งในระบบและนอกระบบได้ทุกรายการ

เมื่อเดือนมิถุนายน 2565 พี่สมใจได้พยายามชำระหนี้บัตรเครดิตและสามารถปิดหนี้วงเงิน 36,000 บาท เสร็จสิ้น

ในช่วงต้นปี 2565 พี่สมใจนำรถมอเตอร์ไซด์เข้าลีสซิ่งวงเงิน 20,000 บาท เพื่อนำเงินมาลงทุนทำนา และได้ทยอยส่งงวดไปแล้วเป็นเงิน 5,000 บาท คงเหลือ 15,000 บาท โดยส่งงวดละ 1,170 บาทต่อเดือน จะเห็นว่า มอเตอร์ไซด์เป็นทรัพย์สินหลักของพี่สมใจที่สามารถนำไปเป็นหลักประกันในการกู้เงิน ก่อนหน้านี้พี่สมใจก็เคยได้นำรถเข้าลีสซิ่งมาแล้ว การที่พี่สมใจมีเงินเดือนประจำจากการทำงานบริบาล ทำให้สามารถทยอยส่งงวดได้อย่างต่อเนื่อง “ใช้เงินเดือน บริบาลส่ง”

หนี้ในระบบเงินต้น 70,000 บาท พี่สมใจได้ส่งดอกเบี้ยทุกเดือน

หนี้กองทุนหมู่บ้าน มีการ “กู้หมุนเวียน” และส่งดอกรายปี

หนี้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้มีการชำระเงินต้นและดอกเบี้ยไปแล้วบางส่วน โดยนำเงินฌาปนกิจของคุณพ่อพี่สมใจที่เสียชีวิตไปชำระหนี้ ปัจจุบันคงเหลือเงินต้น 160,000 บาท ซึ่งพี่สมใจได้ใช้เงินรายได้จากการทำนาเป็นเงินสำหรับชำระหนี้ ธกส.

นอกจากนี้ลูกสาวของพี่สมใจได้ซื้อรถยนต์สำหรับขับไปทำงาน ซึ่งลูกสาวรับผิดชอบส่งงวดรถเดือนละ 5,000 บาท จากเงินเดือนประจำเดือนละ 7,000 บาท เหลือระยะเวลาส่งงวดรถอีกประมาณ 3 ปี หากช่วงที่เงินไม่พอส่งงวดรถ ลูกสาวของพี่สมใจก็จะขอเงินจากแม่พี่สมใจ “ให้หลานสาวใช้ หลานสาวส่งรถ”

แม้ว่าพี่สมใจจะสามารถบริหารหนี้สินของครอบครัวได้ทุกรายการ แต่การที่รายได้ยังจำกัด และครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายหลายด้าน ภาระหนี้สินก็ยังเป็นแรงกดดันที่สำคัญต่อครอบครัว ดังที่เห็นว่าเมื่อได้รับเงินฌาปนกิจก้อนใหญ่ เงินส่วนนี้ก็ได้ถูกใช้ชำระหนี้กับ ธนาคาร ธกส. เป็นอย่างแรก ในขณะที่การชำระหนี้สินรายการอื่นมาจากเงินเดือนของพี่สมใจเป็นหลัก สำหรับรายได้จากการขายของในตลาด เกือบทั้งหมดพี่สมใจ

จะให้แม่เป็นคนจัดการ ซึ่งเงินในส่วนนี้พี่สมีใจบอกว่า ได้นำมาใช้หมุนเวียนซื้อวัตถุดิบลงทุนรอบใหม่ และใช้จ่ายภายในครอบครัว ดังนั้นถ้าพี่สมีใจสามารถที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายของในตลาด ก็จะทำให้แรงกดดันต่อภาระการเงินในครอบครัวจะลดน้อยลง

การมีตลาดนอกจากได้ช่วยสร้างรายได้ให้กับครอบครัวของสมีใจ ทั้งรายได้ของแม่สูงวัย และรายได้ของพี่ชาย ยังทำให้เห็นภาพของการดูแลกันภายในครอบครัวผ่านการพยายามบริหารการเงินในครอบครัวของพี่สมีใจได้อย่างชัดเจน

บทที่ 3

สรุปบทเรียนตลาดและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเพื่อถอดบทเรียนรูปแบบการจัดการตลาดเขียวระดับท้องถิ่น ในพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง คือ ตลาดพอใจ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี ตลาดอนามย์ @บางซุด ต.บางซุด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท และ ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม ซอยบางรักน้อย-ท่าอิฐ จ.นนทบุรี สำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดเขียวทั้ง 3 แห่ง มีข้อสังเกตที่น่าสนใจดังนี้ คือ

1. ภาพรวมของตลาดและสิ่งที่ตลาดนำเสนอให้กับผู้บริโภค

ตลาดพอใจ ตั้งอยู่ที่ บ้านหนองไม้แก่น ต.หนองปรือ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี ตลาดพอใจมีจุดเริ่มต้นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพอใจในวิถีพอเพียง โดยการตั้งกลุ่มของ คุณพาฝัน ไพรเกษตร ที่รวมกลุ่มของ “ผู้รับธรรมะ” ตามวิถีอนุตรธรรมพระโพธิสัตว์ แนวคิดการทำตลาดของกลุ่ม คือ ความพอใจ พอเพียง การแบ่งปันกัน การไม่เบียดเบียน และการมีสุขภาพดี ในช่วงแรกตลาดเปิดขายทุกอาทิตย์ และก็หยุดดำเนินการไปช่วงหนึ่ง ก่อนจะกลับมาเปิดตลาดใหม่ และมีการปรับเปลี่ยน เปิดขายทุกอาทิตย์ตั้งแต่วันเป็นประจำทุกเดือน

เนื่องจากเป็นตลาดเปิดใหม่ สมาชิกที่มาออกร้านยังมีไม่มาก ปัจจุบันมีประมาณ 5 ร้าน ทั้งหมดเป็นกลุ่มของคนที่ได้รับธรรมะแล้ว การเปิดตลาดแต่ละครั้งจึงเหมือนให้สมาชิกในกลุ่มได้มาพบปะ พูดคุยกัน ตลาดพอใจ ดูแล โดย “พี่แล่ม” วิภาดา ศิริมงคล ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ เปิดร้านขายเครื่องใช้พลาสติก และสินค้าเบ็ดเตล็ด ด้านหลังตลาดนัดเป็นแปลงทำเกษตรอินทรีย์ของครอบครัวพี่แล่ม ซึ่งพี่แล่มตั้งเป้าหมายอยากให้เป็นพื้นที่เรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ของคนที่มาเดินตลาดนัด

สมาชิกที่มาออกร้านขายของในตลาด มีจำนวนไม่แน่นอนในแต่ละครั้ง เนื่องจากอยู่ไกล หรือมีภาระในการต้องดูแลสมาชิกในครอบครัว ส่วนหนึ่งมีร้านขายประจำของตนเองอยู่แล้ว และปัญหาหนึ่งที่สำคัญ คือ ผู้ขายบางรายเป็นผู้มีรายได้น้อย ทำให้ไม่มีทุนเพียงพอสำหรับการมาเปิดร้านขายประจำ

ลักษณะของสินค้าที่ตลาดนำเสนอ เป็นสินค้าจากสมาชิกที่ได้รับธรรมะทำขายอยู่แล้ว อาทิ อาหารเจพร้อมทาน อาหารเจแปรรูป กาแฟโบราณ และผักสดปลอดสารพิษ เช่น ร้านของพี่แล่ม ขายผักปลอดสารพิษจากแปลงของตนเอง สมาชิก น้องต้นกล้า ขายก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าและเห็ดสด เป็นต้น

การที่ตลาดเปิดเดือนละครั้ง ทำให้สมาชิกมีเวลาในการเตรียมสินค้าสำหรับนำมาขาย แต่การที่เป็นตลาดเปิดใหม่ ทำให้กลุ่มผู้ซื้อยังไม่รู้จักตลาด ซึ่งจะต้องค้นหากลุ่มเป้าหมาย และเชื่อมต่อกับกลุ่มผู้ซื้อให้ได้

ตลาดอนามย์@บางซุด ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ต.บางซุด อ.สรรคบุรี จ.ชัยนาท เป็นเครือข่ายของชาวนาและเกษตรกรจากหลายกลุ่มในพื้นที่ตำบลบางซุด และทำงานร่วมกันกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด โดยมีมูลนิธิชีวิตไทเป็นผู้ประสานงานกับเครือข่ายต่างๆ ในการมาร่วมกันเปิดตลาดนัด

แนวคิดของการทำตลาดคือ การมีสุขภาพดี การสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน สร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน และการแก้ปัญหาหนี้สินให้กับเกษตรกร ตลาดนัดเปิดทุกวันศุกร์และ

วันเสาร์ เป็นตลาดที่เปิดทุกวัน พื้นที่ตลาดคือบริเวณด้านหน้าทางเข้าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด (รพสต.บางซุด) แห่งใหม่

สมาชิกที่มาออกร้านประจำ เป็นเครือข่าย อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) ประจำหมู่บ้าน และมี พี่เอียด เป็นผู้ดูแลบริหารจัดการกลุ่ม ในช่วงที่เก็บข้อมูลปลายปี 2565 มีจำนวนร้าน 5 ร้าน และ เกือบทุกร้านเป็นเครือข่ายกัน

สินค้าที่ตลาดนำเสนอ คืออาหารปรุงพร้อมทาน อาหารแปรรูป ผักสด ซึ่งขึ้นอยู่กับความถนัดของสมาชิกแต่ละคน และเน้นอาหารที่มีเรื่องราวในการดูแลสุขภาพ เช่น เมนูสลัด หรือเป็นอาหารท้องถิ่นที่หากินยาก เช่น แกงบอน เป็นต้น

รูปแบบการขายของสมาชิกในตลาด มีทั้งขายที่ร้าน และการใช้ช่องทางตลาดสมัยใหม่ คือตลาดออนไลน์ในการติดต่อกับผู้ซื้อ ซึ่งเป็นคนในชุมชน แต่เนื่องจากเป็นตลาดเปิดใหม่ ปัญหาสำคัญคือการค้นหากลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาที่ตลาด ซึ่งทางกลุ่มคาดหวังว่า ถ้า รพสต.แห่งใหม่เปิดทำการ จะมีลูกค้าจากกลุ่มคนที่มารับบริการที่ รพสต. เข้ามาที่ตลาด

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม ตั้งอยู่ใน ซอยบางรักน้อย-ท่าอิฐ ต.บางรักน้อย อ.เมือง จ.นนทบุรี ตลาดมีจุดเริ่มต้นจากการอนุรักษ์พื้นที่สวนเกษตรในเมืองที่เป็นพื้นที่ของเอกชนรายหนึ่ง ในลักษณะของการให้ใช้ประโยชน์ในการทำสวนเกษตรปลอดสารพิษและปลูกพันธุ์ไม้ผลขึ้นชื่อของจังหวัดนนทบุรี โดยมีผู้ดูแลจัดการพื้นที่สวนและพื้นที่ตลาด คือ “ป้าต๋อย” อนงค์ สันติเพชร อดีตข้าราชการพยาบาลเกษียณ

แนวคิดของการทำตลาด คือ การเป็นพื้นที่ส่งต่ออาหารปลอดภัยให้กับชุมชนในพื้นที่ และการเป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้บริโภคในเมือง ตลาดนัดเปิดทุกวันเสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่ช่วงเช้าจนถึงช่วงบ่ายโมง

ในช่วงเริ่มต้น สมาชิกที่มาออกร้านในตลาด มาจากเครือข่ายของเกษตรกรและโรงเรียนในพื้นที่ เคยทำงานร่วมกับตลาด 8 ไร่มาแต่เดิม ซึ่งส่วนใหญ่มีสินค้าและมีพื้นที่ขายของตนเองอยู่แล้ว เช่น ขายออนไลน์หรือขายในสถานที่ราชการ การที่ผู้ขายยังมีจำนวนน้อยราย ทำให้ความหลากหลายของสินค้ายังมีไม่มาก

สินค้าที่ตลาดนำเสนอ ในช่วงนี้ จะเน้นอาหารปรุงพร้อมทาน ที่เป็นเมนูอาหารท้องถิ่น เช่น ทอดมันหัวปลีของป้าต๋อย แกงเลียง มะม่วงน้ำปลาหวาน เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดภัย สินค้าชุมชนจากร้านนาเคียงเมืองของมูลนิธิชีวิตไท ซึ่งใช้การขายข้าวเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารเรื่องปัญหาหนี้สินของชาวนา

ในแง่ของการเป็นตลาดเขียว พบว่า ตลาดทั้ง 3 แห่ง มีลักษณะเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าอาหารปลอดภัยเป็นหลัก มีเพียงตลาดอามัย@บางซุด ที่จำหน่ายผักอินทรีย์มาตรฐาน Organic Thailand

2. ท่าเลตลาด

ตลาดพอใจ ท่าเลขของตลาด ตั้งอยู่ริมถนนสายหลัก เส้นหนองปรือ-บ่อพลอย มีลักษณะเป็นตลาดนัดริมทาง ด้านหน้าตลาดมีซุ้มร้านไม้ไผ่ เป็นพื้นที่ขายของ พื้นที่โดยรอบเป็นชุมชน และพื้นที่เกษตร อยู่ไม่ไกล

จากโรงพยาบาลหนองปรือมากนัก ซึ่งทำเล อยู่ในจุดที่คนเดินทางสามารถมองเห็นได้สะดวกจากริมถนน ในอนาคตที่แถมจะทำสวนเกษตรให้คนที่ผ่านไปมามองเห็น เพื่อดึงดูดความสนใจให้คนเข้ามาที่ตลาด

ตลาดอนามัยบางซุด ทำเลของตลาด อยู่ริมถนนหลัก ด้านหน้าทางเข้าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบางซุด แห่งใหม่ คนในชุมชนที่ผ่านไปมา สามารถมองเห็นได้ง่าย มีการทำป้ายบริเวณตลาด และตั้งเด่นชัดสำหรับเป็นพื้นที่ร้าน บริเวณจอดรถสะดวก แต่นอกจากพื้นที่ขายของแล้วตลาดยังไม่มีพื้นที่ร่มสำหรับบังแสงแดด

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม พบว่า ตลาดมีทำเลที่ใกล้กับถนนหลัก การคมนาคมสะดวก สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว หรือรถโดยสารได้สะดวก พื้นที่โดยรอบตลาดมีทั้งชุมชนบ้านจัดสรร และอาคารพาณิชย์ ในขณะที่พื้นที่ภายในตลาดมีบรรยากาศของสวนเกษตรในเมือง เหมาะสำหรับการจัดตลาดนัดสินค้าอาหารปลอดภัย

3. ใคร คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตลาด

ตลาดพอใจ จากลักษณะของการเป็นตลาดนัดริมทาง กลุ่มผู้ซื้อหลักน่าจะเป็นกลุ่มคนที่เดินทางผ่านไปมาในพื้นที่ แต่เนื่องจากความหลากหลายของสินค้ายังมีไม่มาก ทำให้ตลาดยังไม่สามารถดึงดูดให้กลุ่มผู้ซื้อเข้ามาที่ตลาดได้ ซึ่งทางกลุ่มก็ได้มีการเชื่อมต่อกับโรงเรียนในพื้นที่ นำนักเรียนและครูมาทำกิจกรรมที่ตลาด เช่น กิจกรรมทำผ้าพิมพ์ลายใบไม้ ซึ่งน่าจะเป็นช่องทางหนึ่งให้คนในพื้นที่ได้รู้จักตลาด แต่ด้วยข้อจำกัดที่ตลาดเปิดเดือนละครึ่ง การสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ ก็เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้คนจดจำตลาดได้

ตลาดบางซุด การที่ตลาดตั้งอยู่ในเส้นทางหลัก ที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก และอยู่ใกล้กับ รพ.สต.บางซุด กลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดจึงเป็นคนที่สนใจอาหารเพื่อสุขภาพ คนในชุมชนที่มาใช้บริการ รพ.สต.บางซุด และยังมีกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายโซเชียลมีเดียของสมาชิกตลาด เช่น กลุ่มไลน์ อสม. เฟซบุ๊ก ส่วนตัวของสมาชิก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในเครือข่ายโซเชียลมีเดียนี้ เป็นกลุ่มที่คุ้นเคย และรู้จักกันอยู่แล้ว สามารถตัดสินใจซื้อได้เร็ว และสมาชิกตลาดมีบริการจัดส่งถึงบ้าน

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ซื้อของตลาดก็ยังมีอยู่จำกัด ซึ่งต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มผู้ซื้ออย่างสม่ำเสมอและขยายกลุ่มผู้ซื้อให้มากขึ้น

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม คณะทำงานตลาดได้ตั้งเป้าหมายของตลาดในการเป็นพื้นที่อาหารปลอดภัย การสร้างเครือข่ายของเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภคในพื้นที่บางรักน้อย ท่าอิฐ และไทรมา โดยในช่วงเปิดตลาดใหม่ เป็นการมาออกร้านของเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน และเคยออกร้านขายของที่ตลาด 8 ไร่ ในช่วงที่เปิดตลาดก่อนการระบาดของโรคโควิด 19

ตลาดมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเบื้องต้น คือ กลุ่มคนจากหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ กลุ่มคนที่ติดตามในช่องทางโซเชียลมีเดีย และจากกลุ่มไลน์หมู่บ้านเพอร์เฟกเพลส (รัตนานิเบศร์) แต่ก็พบว่า มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวนน้อยรายที่เข้ามาในตลาด

อย่างไรก็ตาม การที่ตลาดเพิ่งเปิดใหม่หลังจากปิดตัวไปเมื่อช่วงการระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้กลุ่มผู้ซื้อยังไม่กลับมา ซึ่งควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ควรมีการทำความเข้าใจ เพื่อให้ทราบว่าการเปิดตลาด คือ กลุ่มที่จะเป็นเป้าหมายหลัก หรือเป้าหมายรอง เช่น ค้นหากลุ่มลูกค้าที่สนใจสินค้าเพื่อสุขภาพ ช่วงวัยของกลุ่มลูกค้า เช่น วัยคนทำงานทั่วไป หรือ วัยสูงอายุ หรือกลุ่มของครอบครัว ดังนี้ เป็นต้น

4. คุณค่าที่ตลาดต้องการนำเสนอ

การทำตลาดในปัจจุบัน พบว่า การนำเรื่องราวต่าง ๆ มานำเสนอ ที่เรียกว่า “คอนเทนต์” เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ นั้น เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ตลาดยังทำได้อย่างจำกัด ในอนาคตควรมีการจัดการสื่อสาร ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างมากยิ่งขึ้น เพราะคอนเทนต์ที่ดี จะถูกสื่อสารผ่านทางกลุ่มเป้าหมายออกไปเหมือนกับ การบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ ตัวอย่างเรื่องราวที่น่าสนใจในการพัฒนาคอนเทนต์ของตลาดแต่ละแห่ง

ตลาด 8 ไร่ สื่อให้เห็นถึงคุณค่าของการเป็นพื้นที่อาหารปลอดภัย คุณค่าของความเป็นรสชาติของท้องถิ่น คุณค่าในการช่วยชาวนาแก้ปัญหาหนี้สิน หรือคุณค่าของการเป็นพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุ

ตลาดบางซุด สื่อให้เห็นถึงปัญหาหนี้สินของชาวนา คุณค่าของรสชาติอาหารท้องถิ่น การทำงานร่วมกันของเครือข่ายชาวนาในการทำตลาดเขียวในชุมชน

ตลาดพอใจ สื่อให้เห็นถึงรสชาติอาหารเจที่ผสมรสชาติอาหารท้องถิ่นเข้าด้วยกัน ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในชุมชน การเป็นพื้นที่อาหารปลอดภัยของคนในชุมชน การผลิตอาหารด้วยความรักและต้องการให้คนที่เรารักมีสุขภาพดี ดังที่พี่จำลองปลูกผักให้พี่แล่มกิน

5. อัตลักษณ์ของตลาดคืออะไร

หลังจากเปิดตลาดมาได้ระยะหนึ่ง จะพบว่า ตลาดมีเรื่องราวของตนเองที่ชัดเจนขึ้น

ตลาด 8 ไร่ กับการเป็นพื้นที่อาหารปลอดภัย การนำเสนอเมนูอาหารท้องถิ่น มีการปรากฏตัวของกลุ่มผู้สูงอายุ ในการออกร้านขายของในตลาด ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังมีสุขภาพแข็งแรง มีความสนใจในเรื่องของสุขภาพ มีองค์ความรู้ในเรื่องราวของชุมชน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การเป็นพื้นที่ของคนจากหลากหลายกลุ่มที่มาร่วมมือกันทำตลาด และหนุนช่วยซึ่งกันและกัน การเป็นพื้นที่เกษตรในเมืองที่สามารถเป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

ตลาดบางซุด มีการรวมกลุ่มกันของเครือข่ายต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยมีเครือข่าย อสม. เป็นแกนกลางในการทำตลาด การใช้สื่อออนไลน์แบบชาวบ้านเพื่อขายสินค้า การทำเกษตรปลอดสารพิษของสมาชิกกลุ่มบ้านมุ้งผักที่มีมาตรฐานเกษตรอินทรีย์รับรองและมีตลาดของตนเอง

ตลาดพอใจ มีพื้นที่ของอาหารเจ ในชุมชน มีรสชาติอร่อยแบบอาหารพื้นบ้าน การรวมกลุ่มของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ทำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร พื้นที่ทำการเกษตรปลอดภัย

แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดทั้ง 3 แห่ง ก็ยังไม่ได้ชัดเจนว่าเรื่องราวใดจะกลายเป็นอัตลักษณ์ของตลาดในระยะนี้

6. ความหลากหลายของสินค้าในตลาด

ข้อจำกัดหนึ่งของการเป็นตลาดเปิดใหม่ คือ การสร้างความหลากหลายของสินค้า เพื่อดึงดูดให้กลุ่มผู้ซื้อเข้ามาในตลาด ซึ่งพบว่าตลาดทั้ง 3 แห่งได้พยายามบริหารจัดการเพื่อให้มีสินค้าอยู่ในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยที่ตลาดอนามัย @บางซุด มีความหลากหลายของสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ตลาดพอใจ และตลาด 8 ไร่ ตามลำดับ (เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ผู้วิจัย) เหตุผลหนึ่งที่เป็นไปได้ของการที่ตลาดยังไม่สามารถเพิ่มความหลากหลายของชนิดสินค้าได้ อาจจะเป็นเนื่องจากการเป็นตลาดเปิดใหม่ ที่กลุ่มผู้บริโภคไม่ปรากฏตัวอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ขายลดความเสี่ยงด้วยการไม่เพิ่มความหลากหลายของสินค้า แต่เน้นสินค้าที่คาดว่าจะขายได้แน่นอน เช่น อาหารปรุงพร้อมทาน ผักสด ผลไม้ เครื่องดื่ม เป็นต้น

7. กลยุทธ์ทางการตลาดประสบผลสำเร็จหรือไม่

พบว่า ตลาดทั้ง 3 แห่ง ได้มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในหลายรูปแบบแตกต่างกันไปบางรูปแบบก็ประสบผลสำเร็จ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ เช่น ตลาดอนามัยบางซุด ใช้กลยุทธ์เชื่อมต่อกับคนในชุมชนผ่านช่องทางที่หลากหลาย การตั้งราคาที่เหมาะสม ทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ในราคาที่ไม่แพงจนเกินไป การเน้นสินค้าที่เป็นอาหารท้องถิ่น สินค้าที่เน้นสุขภาพ ผักปลอดสารพิษ

แต่ในบางกลยุทธ์ก็ยังไม่ชัดเจนว่าจะสามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้หรือไม่ การเป็นตลาดที่ปลอดเนื้อสัตว์ ของตลาดพอใจ

ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจาก กลุ่มผู้ขายในตลาดยังขาดทักษะในการทำการตลาด ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญที่จะทำให้กลุ่มผู้ซื้อได้รู้จักตลาด และสินค้าที่นำมาขายในตลาด จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังนั้น เมื่อดำเนินการไปได้สักระยะหนึ่ง ตลาดต้องมีการทบทวนกลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้ เพื่อกำหนดทิศทางของกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของตลาดในแต่ละช่วงเวลา

8. ความท้าทายของตลาดเขียวทั้ง 3 พื้นที่

ความสำเร็จของตลาดเขียวในหลาย ๆ แห่งนั้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันไป เช่น การบริหารจัดการที่ดี การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน การทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การเชื่อมต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง การมีความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาตลาดให้เป็นที่น่าสนใจ การให้บริการของตลาด การมีทำเลที่ดี รวมทั้งการเดินทางที่สะดวก เข้าถึงง่าย ดังนี้ เป็นต้น

สำหรับตลาดทั้ง 3 แห่ง ในพื้นที่ศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ขายในตลาดได้พยายามปรับตัวตามสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และยังคงเป้าหมายหลัก คือ คาดหวังว่าตลาดจะสามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสที่จะเติบโตต่อไปได้

โดยผู้ขายในตลาดตระหนักถึงสถานการณ์ที่ตลาดยังไม่สามารถสร้างกำไรได้อย่างสม่ำเสมอ และผู้ขายต้องรอเวลาสักระยะหนึ่ง จนกว่าตลาดจะเป็นที่รู้จัก และกลุ่มผู้ซื้อจะเข้ามาที่ตลาด ซึ่งผู้ขายรายหนึ่งบอกว่า “ตลาดต้องฮอต” ซึ่งในแง่หนึ่งตลาดต้องมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง การออกร้านต้องมีย่างต่อเนื่อง มีการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้กลุ่มผู้ซื้อเมื่อเข้ามาในตลาดแล้ว ได้รับความพึงพอใจ และตัดสินใจที่จะกลับมาตลาดซ้ำอีก

การเรียนรู้ในการจัดการตลาดของกลุ่ม เพื่อพัฒนาหารูปแบบของตลาดเขียวที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ จึงยังเป็นเรื่องท้าทายสำหรับการดำเนินงานตลาดในระยะต่อไป

9. การตลาดสมัยใหม่ โอกาสและข้อจำกัด

จุดแข็งของการทำตลาดเขียวในรูปแบบตลาดนัด คือ ผู้ผลิตและผู้ซื้อ สามารถมาเจอกันได้โดยตรง การเดินตลาด และซื้อสินค้าด้วยตนเอง ได้ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ มีการส่งต่อข้อมูลระหว่างกัน เกิดพื้นที่อาหารปลอดภัยที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ และตลาดยังสามารถเป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนได้ในเวลาเดียวกัน

อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของระบบตลาดสมัยใหม่ ที่คนสามารถเข้าถึงตลาดได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ทำให้เกิดโอกาสของการนำเสนอขายสินค้าจากผู้ผลิตไปถึงผู้ซื้อได้โดยผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น กรณีของ สมใจ และ พี่เอียด ที่ใช้ช่องทางกลุ่มไลน์ และเพจเฟซบุ๊ก ในการติดต่อกับลูกค้า นาเคียงเมืองใช้เป็นช่องทางในการขายข้าวจากแปลงชาวนาในพื้นที่โครงการควบคู่ไปกับการสื่อสารกับกลุ่มผู้ซื้อข้าวให้เห็นปัญหาเรื่องหนี้สินของชาวนา โดยทำหน้าที่เป็นเหมือนแพลตฟอร์มที่ส่งผ่านอาหารปลอดภัยให้กับผู้ซื้อในเมือง

แต่ข้อจำกัดประการสำคัญของตลาดในลักษณะนี้ คือ การที่ผู้ขายในตลาดบางรายไม่สามารถใช้สื่อออนไลน์ในการทำตลาดเพื่อขายสินค้าได้ เพราะยังขาดทักษะในการใช้สื่อสมัยใหม่เป็นช่องทางการขายสินค้านอกจากนี้การทำตลาดผ่านช่องทางสื่อสมัยใหม่จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาเนื้อหาที่จะใช้ในการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง มีความเข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจให้คนติดตาม และสิ่งสำคัญ คือ การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า เช่น การสร้างตัวตนของผู้ขาย การรักษาคุณภาพสินค้า การบริหารจัดการทางบัญชี ดังนั้นประเด็นซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นทักษะที่ต้องมีการพัฒนาและยกระดับให้กับกลุ่มเกษตรกรที่สนใจ และจำเป็นที่จะต้องค้นหากลุ่มเป้าหมายให้พบ เพื่อทำให้เกิดการเชื่อมต่อของผู้ขายในตลาดเขียวกับกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในสินค้าอาหารปลอดภัย

10. ตลาดเขียวในฐานะเครื่องมือในการแก้ปัญหาหนี้สิน

ตลาดเขียวที่ประสบผลสำเร็จนั้นสามารถที่จะสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ขายในตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรได้ ด้วยเหตุนี้ตลาดเขียวจึงได้ถูกพิจารณาให้เป็นทางเลือกหนึ่งของเครื่องมือในการแก้ปัญหาหนี้สิน ซึ่งจากการศึกษาตลาดทั้ง 3 แห่ง พบว่า สมาชิกตลาดบางราย สามารถทำกำไรได้จากการขายในตลาด แม้ว่ากำไรไม่สูงมากนักก็ตาม และได้พยายามบริหารการเงิน

เพื่อให้สามารถมีเงินเก็บสำหรับนำไปชำระหนี้ เช่น หนี้ฟาร์มไก่ ที่เป็นกำลังหลักในครอบครัว และมีภาระหนี้สินอยู่หลายรายการ ถ้าตลาดอนามัยสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ผลตอบแทนจากการขายของฟาร์มไก่ก็จะมีส่วนสม่ำเสมอ เป็นทางหนึ่งที่จะช่วยลดแรงกดดันของฟาร์มไก่ในการหารายได้สำหรับการใช้จ่ายในครอบครัวและการชำระหนี้สินที่ยังคงมีอยู่

แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าตลาดไม่สามารถให้ผลตอบแทนกับผู้ขายได้ เงินลงทุนที่ควรจะได้ผลตอบแทนกลับคืนก็จะหมดไป ผู้ขายไม่สามารถที่จะอยู่ในตลาดได้ ทำให้ผู้ขายในตลาดต้องเปลี่ยนไปเป็นแรงงานรับจ้าง เช่น กรณีของผู้ขายบางรายในตลาดพอใจ และมีความเสี่ยงที่จะกลับเข้าไปในวงจรหนี้สิน

11. ข้อเสนอแนะ

1. ตลาดเขียวในระดับท้องถิ่น มีความสำคัญในฐานะพื้นที่อาหารปลอดภัยสำหรับชุมชน แต่การเกิดขึ้นของตลาดเขียวนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญ และทำงานร่วมกันในการผลักดันให้ตลาดเขียวของชุมชนดำเนินต่อไปได้

2. ในการบริหารจัดการตลาดเขียว จำเป็นต้องเพิ่มทักษะทางด้านธุรกิจให้กับกลุ่มที่ทำตลาด เช่น ทักษะการขายออนไลน์ การสร้างคอนเทนต์ การทำกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาตลาดให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กิงกร นรินทรกุล ณ อยุธยา และคณะ. (2559). สถานะและปัจจัยความสำเร็จของตลาดสีเขียว,ตลาดทางเลือก. สืบค้นจาก

https://www.biothai.net/sites/default/files/food_conference2561/2018_foodsecforum_9_kingkorn.pdf

กมลทิพย์ คำใจ. (2561). การวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพแข่งขันในอาเซียน.สืบค้นจาก

<http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1937>

กฤษฎา บุญชัย. (2563).รายงานสังเคราะห์ปฏิบัติการพลเมืองขับเคลื่อนระบบอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อความมั่นคงอาหาร. สืบค้นจาก

<https://www.ldi.or.th/2020/03/26>

พิทักษ์ สุหฤทธำรง. (2559). กลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการจัดตั้งตลาดนัดในจังหวัดจันทบุรี. สืบค้นจาก

<https://webopac.lib.buu.ac.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00230242>

วารุณีย์ ไ้วสกุล. (2563). ส่วนประสมการตลาดยุคใหม่และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้สังเคราะห์ไฟเบอร์ซีเมนต์ผ่านช่องทางชอปปิงออนไลน์,บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สืบค้นจาก

<http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/838/1/gs602130036.pdf>

อาภา หวังเกียรติและสมภาพ ดอนดี. (2562) “ตลาดอินทรีย์ชาวนาภาคกลาง โอกาสและความหวัง” ในเพราะเธอคือชาวนา, พงษ์ทิพย์ สำราญจิตต์ บรรณาธิการ มุลนิธิซีวิตไท.

ตลาดเขียว.(2565). สืบค้นจาก <http://www.foodcitizenmap.com>

Gindee Club. (28 พฤศจิกายน 2022). “เฮลตี้ทั้งกายใจ เลือกอาหารปลอดภัย มั่นใจ ที่ตลาดเขียว”. สืบค้นจาก <https://web.facebook.com/photo?fbid=568419618425592&set=a.545592597374961>

ผู้ให้ข้อมูล

ตลาดอนามัย@บางซุด

1. สัมภาษณ์ สมใจ ปลื้ออ่อน. สมาชิกตลาดอนามัย@บางซุด. วันที่ 28 พฤศจิกายน 2565.
2. สัมภาษณ์ ละเอียด อนุศาสนนันท์. สมาชิกตลาดอนามัย@บางซุด. วันที่ 12 พฤศจิกายน 2565.
3. สัมภาษณ์ มณฑิยา อนุศาสนนันท์. สมาชิกตลาดอนามัย@บางซุด. วันที่ 12 พฤศจิกายน 2565.
4. สัมภาษณ์ สุนีย์ อ่ำทิม. สมาชิกตลาดอนามัย@บางซุด. วันที่ 28 พฤศจิกายน 2565.

ตลาดพอใจ

1. สัมภาษณ์ เพียร พัดไสว. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 22 ตุลาคม 2565
2. สัมภาษณ์ วิกานดา ศิริมงคล. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 22 ตุลาคม 2565
3. สัมภาษณ์ กนก วิทยานนต์. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2566.
4. สัมภาษณ์ ปทุมพร บำรุงเขต. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2566.
5. สัมภาษณ์ อัมพร สระทองเยาว์. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2566.
6. สัมภาษณ์ อุไร อ่อนสนิท. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2566.
7. สัมภาษณ์ ตันกล้า พลสินธ์. สมาชิกตลาดพอใจ. วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2566.

ตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม

1. สัมภาษณ์ สุชาภักดิ์ ปลุกบัวเงิน. สมาชิกตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม. วันที่ 17 ธันวาคม 2565
2. สัมภาษณ์ นงลักษณ์ ระจันภัย. สมาชิกตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม. วันที่ 17 ธันวาคม 2565
3. สัมภาษณ์ องค์ สันติเพชร. สมาชิกตลาด 8 ไร่ สมาร์ทฟาร์ม. วันที่ 17 ธันวาคม 2565