

กำเนิดและการพัฒนาการของตลาดนัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี*

The Origin and Development of Periodic Markets in the Area of Ubon Ratchathani Province

สมศรี ชัยวนิชยา¹, วรณภา ชำนาญกิจ² และ สัมพันธ์ สุวรรณเลิศ³

Somsri Chaiwanichaya¹, Wannapa Chamnankij² and Samphan Suwannalert³

^{1,2,3} คณะศิลปศาสตร์

^{1,2,3} Faculty of Liberal Arts

^{1,2,3} มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

^{1,2,3} Ubonratchathani University

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกำเนิดและการพัฒนาการของตลาดนัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี 3 แห่ง คือ ตลาดนัดวัดแจ้ง อำเภอเมืองอุบลราชธานี ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา อำเภอพิบูลมังสาหาร และตลาดนัดช่องอานม้า ณ จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา อำเภอสำโรง โดยใช้ระเบียบวิธีทางประวัติศาสตร์ และการเก็บข้อมูลภาคสนาม กลุ่มข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ กลุ่มผู้ค้ารายย่อย จำนวน 30 คน และกลุ่มผู้บริหารตลาด จำนวน 6 คน กลุ่มข้อมูลเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้ค้ารายย่อย จำนวน 134 คน และกลุ่มผู้ซื้อ จำนวน 120 คน ผลการศึกษาพบว่า ตลาดนัดวัดแจ้งเกิดขึ้นใน พ.ศ. 2541 เปิดตลาดนัดเฉพาะวันพุธ ตั้งแต่เช้าถึงเย็น ตลาดนัดตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองอุบลราชธานี ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเกิดขึ้น ใน พ.ศ. 2535 เปิดตลาดนัดเฉพาะ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “กำเนิดและการพัฒนาการของตลาดนัดและผู้ค้ารายย่อยในจังหวัดอุบลราชธานี”ทุนสนับสนุนโครงการวิจัย โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ผลการวิจัยนี้ เป็นความคิดเห็นของผู้วิจัย ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

วันเสาร์ ตั้งแต่ช่วงบ่ายถึงเย็น ตั้งอยู่ริมถนนทางหลวง 2172 ดอนจิก-โนนเลียง เป็นถนนเชื่อมต่อกับอำเภอขามเฒ่าทางทิศตะวันออก และทิศใต้ของจังหวัดอุบลราชธานี ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชาเป็นตลาดชุมชนที่เกิดขึ้นในพ.ศ. 2518 และถูกยกระดับให้เป็นตลาดจุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชาใน พ.ศ. 2542 เปิดตลาดนัดเฉพาะวันอังคารและวันพฤหัสบดี ตั้งแต่เช้าถึงเย็น ตลาดนัดทั้ง 3 แห่งกำเนิดและพัฒนาการจากบริบทการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของเมือง ท้องถิ่น และจำนวนประชากร นโยบายของรัฐบาลไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2530-ปัจจุบัน และบริบททางเศรษฐกิจไทย อันมาจากวิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง 2540 และเหตุการณ์ทางการเมืองทศวรรษ 2550

คำสำคัญ : ตลาดนัด, จังหวัดอุบลราชธานี, กำเนิด, พัฒนาการ, ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

Abstract

This article aims to study the origin and development of three periodic markets in Ubon Ratchathani Province, namely Wat Chaeng Periodic Market in Mueang Ubon Ratchathani District, Khlong Thom Ang Sila Periodic Market in Phibun Mangsahan District, and Chong An Ma Periodic Market at Thai-Cambodian Border Trade Check Point in Nam Yuen District by using historical research methodology and fieldwork methods. The qualitative data group was drawn from a group of 30 retail traders and 6 market executives. The quantitative data group was drawn from a group of 134 small merchants and a group of 120 buyers.

The results of the study showed that the Wat Chaeng Periodic Market was started in 1998, being only open on Wednesday from morning to evening, located in the central of Ubon Ratchathani Province. The Khlong Thom Ang Sila Periodic Market was started in 1992, being only open on Saturday from afternoon to evening, located on the Highway road 2172 Don Chik-Non Liang, connected to the border districts in the east and in the south of Ubon Ratchathani Province. The Chong An Ma Periodic Market at Thai-Cambodian Border Trade was started in the form of a community market in 1975. It was started in the form of Thai-Cambodian Border Trade Check Point Periodic in 1999. It only opens on Tuesday and Thursday from morning to evening. The origin and the development of these studied periodic markets proceeded in the context of physical changes of cities, local area, population growth, government policy from 1987, the economic crisis “Tom Yam Kung” of 1997 and political situation from 2007.

Keywords : Periodic markets, Ubon Ratchathani Province, origin, development, local History

บทนำ

ตลาดนัด ในที่นี้ใช้ตามความหมาย ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2556 : 465) คือ “ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่าง ๆ ซึ่งมีได้ตั้งอยู่ประจำจัดให้มีขึ้นเฉพาะในวันหรือสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น” ปัจจุบันรูปแบบตลาดนัดมีหลากหลายเพื่อค้าขายสินค้าตามลักษณะสินค้า และเพื่อค้าขายตามลักษณะของความนิยมของผู้ซื้อตามวัย ตามรสนิยมของผู้ซื้อ ขณะเดียวกันตลาดนัดก็มีความเชื่อมโยงกับบริบทเศรษฐกิจในสังคมเมืองและสังคมชนบท รวมทั้งสภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมในการดำรงชีวิตของคนในแต่ละชุมชน อันส่งผลให้ตลาดนัดเกิดขึ้นและมีพัฒนาการมาตั้งแต่อดีตที่ตลาดนัดอยู่ในงานเทศกาลของวัด งานเทศกาลของชุมชน แล้วพัฒนาต่อมาตามย่านชุมชน ย่านสังคมเมือง ย่านการผลิตสินค้า สินค้าที่วางขายอยู่ในงานเทศกาลของวัด มีตั้งแต่อาหารการกิน ข้าวของเครื่องใช้ ของเล่น ยาสมุนไพร ฯลฯ ปัจจุบันตลาดนัดในประเทศไทยเติบโตและขยายตัวมากในทุกชุมชนหมู่บ้าน โดยเฉพาะตลาดนัดในภาคอีสานเท่าที่สำรวจ ในระดับอำเภอใน 20 จังหวัด พบว่ามีประมาณไม่ต่ำกว่า 357 แห่ง และตลาดนัดในจังหวัดอุบลราชธานี มีประมาณ 71 แห่ง (สมศรี ชัยวนิชยา, 2563 : 21-24)

การศึกษากำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดมีแนวคิดการเกิดตลาดที่สำคัญ คือ แนวคิดย่านกลางของเมืองของ Walter Christaller นักวิชาการชาวเยอรมัน เป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับย่านกลาง ซึ่งเป็นส่วนประกอบของความเป็นเมืองในด้านเศรษฐกิจ ข้อสรุปของแนวคิดคือ ย่านกลางต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ศูนย์รวมแหล่งสินค้าและบริการต่าง ๆ และมีความความสะดวกในการเข้าถึง รวมทั้งใช้เวลาในการเดินทางจากแหล่งสินค้าและบริการน้อยที่สุด โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า พื้นที่นั้นจะต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ราบเรียบ มีความอุดมสมบูรณ์เท่ากัน การกระจายตัวของประชากรเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ และการคมนาคมคล่องทุกทิศทาง(Christaller, 1966 : 230 อ้างใน สุวิทย์ ธีรศาสตร์, 2563 : 25-26) จากแนวคิดดังกล่าวตลาดหรือตลาดนัดที่เกิดขึ้นในเมืองจึงเป็นย่านกลางที่เป็นศูนย์กลางในด้านเศรษฐกิจ เป็นศูนย์รวมแหล่งสินค้าที่สามารถบริการชุมชนรอบนอกได้มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มักตั้งในทำเลที่ตั้งที่สะดวกที่สุดสำหรับผู้ค้ารายย่อยและผู้ซื้อในชุมชน ที่สำคัญคือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงได้

สะดวกและใช้เวลาไม่นาน นอกจากแนวคิดย่านกลางแล้ว ยังมีงานศึกษาที่น่าสนใจ คือ งานของ Skinner (1964-1965); Good (1972) และ Riddell (1974) (อ้างใน กนกพร กระบวนศรี, 2531 : 1-2) อธิบายการเกิดตลาดนัดในชนบทของเอเซียนั้น มาจากความต้องการของประชากร เพราะสามารถให้บริการได้ทั่วถึงและกว้างขวางกว่า ตลาดอื่น ๆ ในชนบท เนื่องจากในชนบทประชากรมีการตั้งถิ่นฐานอย่างเบาบาง และกระจายทั่วไป มีระดับรายได้ต่ำ ซึ่งมีผลต่ออำนาจในการซื้อ นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัด ในด้านเวลาสำหรับการเดินทางไปใช้บริการในตลาดในเมือง เพราะต้องใช้เวลา ส่วนใหญ่ในการทำการเกษตร ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปซื้อสินค้าที่ตลาดในเขตเมือง ได้บ่อย พ่อค้าต้องนำสินค้าไปบริการในท้องถิ่นต่าง ๆ หมุนเวียนสลับกันไปในวันและ เวลาที่ได้กำหนดขึ้น ดังนั้น ตลาดนัดที่เกิดขึ้นในสังคมเอเชียจึงเป็นปรากฏการณ์สำคัญ ทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นชนบท

แนวคิดทั้งสองประการเป็นกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ถึงทำเลที่ตั้ง ของตลาดนัดทั้ง 3 แห่งในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อวิเคราะห์การเกิดตลาดนัดในเมือง สัมพันธ์กับความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันแนวคิดการเกิดตลาดนัด ในชนบทนั้นมาจากปัจจัยความต้องการของประชากรที่อยู่ห่างไกลเมือง ดังนั้นตลาดนัด จึงต้องกระจายตัวลงมาสู่ชนบท

การเกิดตลาดนัดในท้องถิ่นชนบทของประเทศไทย ลักษณะการค้าขายเป็นการ เคลื่อนย้ายไปในชนบทภาคต่าง ๆ พ่อค้านำสินค้านานาชนิดเร่ขายตามหมู่บ้าน เนื่องจาก มีตลาดที่ใช้เป็นแหล่งซื้อสินค้าน้อย เนื่องจากชาวชนบทมีสภาพเศรษฐกิจเป็นแบบยังชีพ ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนผลผลิตระหว่างกัน เช่น อาหาร พืชผัก ผลไม้ และงานหัตถกรรม ประเภทต่าง ๆ ที่ผลิตมากเกินไปในการอุปโภคและบริโภค เป็นการจุนเจือกันระหว่าง หมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2540 : 9-19) ต่อมาจึงได้มีการ จัดพื้นที่เป็นแหล่งค้าขายหมุนเวียนกันไป (เกียรติ จิระกุล และคณะ, 2525; สันติ เสวตวิมล, 2544)

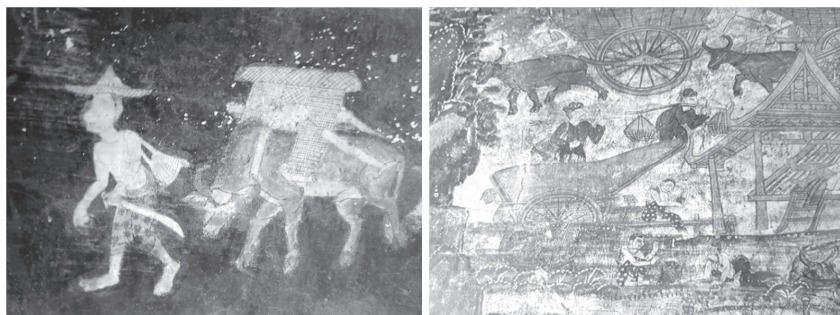
ส่วนตลาดนัดในภาคอีสาน พบร่องรอยในรูปแต้มในลัทธิอีสาน ซึ่งมีความนิยมวาดรูปแต้มในลัทธิ มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน มีภาพวิถีชีวิตในการค้าขายของพ่อค้าในท้องถิ่นอีสาน ใช้วิธีการแบกขายสินค้าบรรจุนครื่องจักสานเดินเร่ขายในชุมชน และภาพอาชีพนายฮ้อยที่ค้าโค-กระบือ และสินค้าจากชุมชน เดินทางเป็นคาราวานเกวียนไปขายในต่างชุมชน



ภาพที่ 1 การเดินเร่ขายของคนอีสานในชุมชน วัดยางทองวราราม (วัดบ้านยาง)

อ.บรบือ จ.มหาสารคาม

ที่มา : อุทอง ประศาสน์วินิจชัย. ซ่อนไว้ในลัทธิ : ก-อ ในชีวิตอีสาน (Hidden Treasures). กรุงเทพฯ : ฟูลสต็อป, 2551. น. 62.



ภาพที่ 2-3 อาชีพนายฮ้อยพ่อค้าเร่อีสาน วัดทุ่งศรีเมือง จ.อุบลราชธานี

และวัดหน้าพระธาตุ (วัดบ้านตะคุ) จ.นครราชสีมา

ที่มา : สมศรี ชัยวนิชยา, ถ่ายเมื่อ 2561. และอุทอง ประศาสน์วินิจัย. ซ่อนไว้ในลิ้ม : ก-อ ในชีวิต
อีสาน (Hidden Treasures). กรุงเทพฯ : พูลสตอ๊ป, 2551. น. 284.

ดังนั้นเมื่อพิจารณาการเกิดตลาดนัดในปัจจุบันในสังคมไทย แนวคิดย่านกลาง
กับการเกิดตลาดและตลาดนัด การเกิดตลาดนัดในท้องถิ่นชนบทในสังคมเอเชีย
ในสังคมไทย และร่องรอยจากอุปแต้มในสังคมอีสาน ดังกล่าวข้างต้น จึงนำมาสู่
ความสนใจในการศึกษากำเนิดและพัฒนารูปแบบของตลาดนัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี
แต่ละตลาดว่ามีพัฒนาการอย่างไร การเกิดขึ้นของตลาดแต่ละแห่งมีความสัมพันธ์
กับบริบทเฉพาะทางสังคมและการเมืองอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากำเนิดและพัฒนารูปแบบของตลาดนัดในพื้นที่
จังหวัดอุบลราชธานี 3 แห่งคือ ตลาดนัดวัดแจ้ง ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา และตลาดนัด
ช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดน ไทย-กัมพูชา ตลาดนัดทั้ง 3 แห่งเป็นตัวแทน
ตลาดนัดในเมือง ตลาดนัดท้องถิ่นชนบท และตลาดนัดจุดผ่อนปรนชายแดน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการใช้ระเบียบวิธีทางประวัติศาสตร์ และการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม ดังนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนามในเชิงคุณภาพในพื้นที่วิจัยตลาดนัดทั้ง 3 แห่ง โดยการสำรวจข้อมูลและบริบทตลาดนัดในจังหวัดอุบลราชธานีกับผู้เกี่ยวข้องกับตลาดนัด คือ ผู้บริหารตลาดนัด ผู้จัดการตลาดนัด ประธานตลาดนัด ผู้ค้ารายย่อยและผู้มาซื้อสินค้าในแต่ละตลาดนัด ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อผู้ให้ข้อมูลเป็นชื่อสมมติ และได้ขออนุญาตในการนำข้อมูลมานำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วารสาร รายงาน หนังสือ และเอกสารอื่นๆ ที่เผยแพร่ในฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศ อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับกำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัด เพื่อเป็นการทบทวนข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดนัด รวมทั้งงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงวิถีในโครงสร้างชนบท แนวคิดในการเกิดตลาด ความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ค้ารายย่อยในตลาดนัด

3) เมื่อได้ข้อมูลในข้อ 1 และข้อ 2 แล้วนำมาตรวจสอบข้อมูล แยกกลุ่มข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ศึกษาและสรุปผล นำเสนอผลในเชิงบรรยายหรือพรรณนา (Descriptive Research)

ผลการวิจัย

1. ตลาดนัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

การศึกษาตลาดนัดในประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่า ตลาดนัดในประเทศไทยมีกำเนิดและพัฒนาการตั้งแต่สมัยโบราณ สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ตลาดนัดมีในทุกจังหวัด จังหวัดละไม่ต่ำกว่า 90-100 แห่ง โดยเฉลี่ยรวม 77 จังหวัด ประมาณ 6,930-7,700 แห่ง สะท้อนให้เห็นว่า ตลาดนัดคือสถานที่อยู่คู่กับคนไทยในทุกพื้นที่ที่มีความเป็นชุมชน เป็นรัฐ เป็นประเทศ เป็นจังหวัด อำเภอ ตำบล กล่าวได้ว่า “ตลาดนัด” คือปากท้องและการดำรงชีวิตของคนในแต่ละชุมชน กระแสการพัฒนา

รูปแบบและการดำเนินการค้า “ตลาดนัด” ปัจจุบัน มีความหลากหลายรูปแบบ เช่น ตามวัย ตามสมัยนิยมแบบร่วมสมัย แบบย้อนยุค ดังจะพบว่ารูปแบบตลาดนัดได้รับความคิดมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นต้นแบบแล้วกระจายสู่ภูมิภาค (สมศรี ชัยวนิชยา, 2563 : 15-18) จังหวัดอุบลราชธานีมีตลาดนัดหลากหลายประเภท ได้แก่ ตลาดนัดทั่วไป ตลาดนัดสีเขียว ตลาดนัดตามที่ตั้ง ตลาดนัดแบบไนท์บาซาร์ ตลาดนัดถนนคนเดิน ตลาดนัดสินค้ามือสอง ตลาดนัดคลองถม ตลาดนัดชุมชน ตลาดนัดชายแดน ข้อมูลจากฐานข้อมูลอินเทอร์เน็ตของอำเภอและเทศบาลตำบล พบว่าในแต่ละอำเภอมีตลาดนัดอย่างน้อย 1 แห่ง ทำให้เห็นวิถีสู่ชุมชนที่สัมพันธ์กับตลาดนัด

ตลาดนัดใน 25 อำเภอของจังหวัดอุบลราชธานี จากการสำรวจข้อมูลในฐานข้อมูลออนไลน์ (สมศรี ชัยวนิชยา, 2563 : 27-29) พบว่ามีจำนวน 71 แห่ง อ.เมืองอุบลราชธานีมีตลาดนัดมากที่สุด 18 แห่ง รองลงมาคือ อ.น้ำยืน 8 แห่ง อ.วารินชำราบ 7 แห่ง อ.พิบูลมังสาหาร และอ.ตระการพืชผล อำเภอละ 4 แห่ง และอำเภออื่น ๆ 1-3 แห่ง รูปแบบของตลาดนัดมี 9 ประเภท* คือ ไนต์บาซาร์ ถนนคนเดิน ตามที่ตั้งสีเขียว คลองถม สินค้ามือสอง โค-กระบือ ชุมชน และชายแดน ตลาดนัดในอำเภอเมืองอุบลราชธานี มีรูปแบบ 6 ประเภท คือ ไนต์บาซาร์ ถนนคนเดิน ตามที่ตั้ง สีเขียว สินค้ามือสอง และชุมชน ส่วนตลาดนัดในท้องถื่นระดับอำเภอมีรูปแบบหลากหลายประเภท ขึ้นอยู่กับที่ตั้งและการจัดการตลาดนัดในแต่ละอำเภอ เช่น คลองถม มีเฉพาะ อ.พิบูลมังสาหาร อ.ดอนมดแดง และอ.เขื่องใน ถนนคนเดินมีเฉพาะ อ.เมืองอุบลราชธานี อ.เขมราฐ และอ.เขื่องใน ชายแดนมีเฉพาะอำเภอที่มีภูมิศาสตร์ติดชายแดนกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา ได้แก่ อ.โขงเจียม อ.สิรินธร อ.บุญทริก และ อ.น้ำยืน

* ตลาดนัดไนท์บาซาร์ เป็นตลาดนัดกลางคืน มักมีที่ตั้งอยู่ย่านชุมชนเมือง ตลาดนัดถนนคนเดิน เป็นตลาดที่จัดอยู่ถนนที่เป็นจุดเชื่อมในชุมชนเมือง ตลาดตามที่ตั้ง เป็นตลาดที่เกิดในสถานที่ราชการ อาคารที่เป็นย่านเศรษฐกิจ ตลาดนัดสีเขียว เป็นตลาดที่เน้นอาหารสุขภาพ และมักผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์ ตลาดนัดคลองถม เป็นตลาดนัดเครื่องมือเกษตรกรรม สินค้าเกษตรกรรม ต่อมาสินค้ามือสอง ได้ต้นแบบมาจากตลาดนัดคลองถมที่กรุงเทพฯ ตลาดนัดโค-กระบือ เป็นตลาดนัดสำหรับค้าโค-กระบือ ตลาดนัดชุมชน เป็นตลาดนัดที่เกิดจากชุมชนรวมตัวกันเพื่อค้าขายผลผลิตในชุมชน รวมทั้งสินค้าจากต่างชุมชน (โปรดดูรายละเอียด ใน สมศรี ชัยวนิชยา, 2563 : 15-17).

ทั้งนี้เมื่อมีข้อสงสัยเกิดว่า ตลาดนัดในท้องถิ่นระดับอำเภอ ส่วนใหญ่มีรูปแบบเป็นตลาดนัดชุมชนและตลาดนัดคลองถม ซึ่งสัมพันธ์กับโครงสร้างการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น และบริบทของชุมชนที่ส่งเสริมให้ชุมชนมีการผลิตและมีที่จำหน่ายผลผลิตของชุมชน ตลาดนัดและรูปแบบตลาดนัดในจังหวัดอุบลราชธานีดังกล่าวมาข้างต้น จึงนำมาสู่การศึกษาตลาดนัด 3 แห่ง คือ ตลาดนัดวัดแจ้ง ตั้งอยู่ใน อ.เมืองอุบลราชธานี ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา ตั้งอยู่ใน อ.พิบูลมังสาหาร มีลักษณะเป็นชุมชนชนบท ตลาดนัดช่องอานม้า เป็นตลาดนัดชายแดน ตั้งอยู่ในจุดผ่อนปรนชายแดน ตลาดนัดทั้ง 3 แห่งจึงมีความแตกต่างกันในเชิงพื้นที่และรูปแบบของตลาดนัด ซึ่งจะทำให้เห็นกำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดในท้องถิ่นที่เลือกศึกษาในภาพรวมของจังหวัดอุบลราชธานี

2. กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

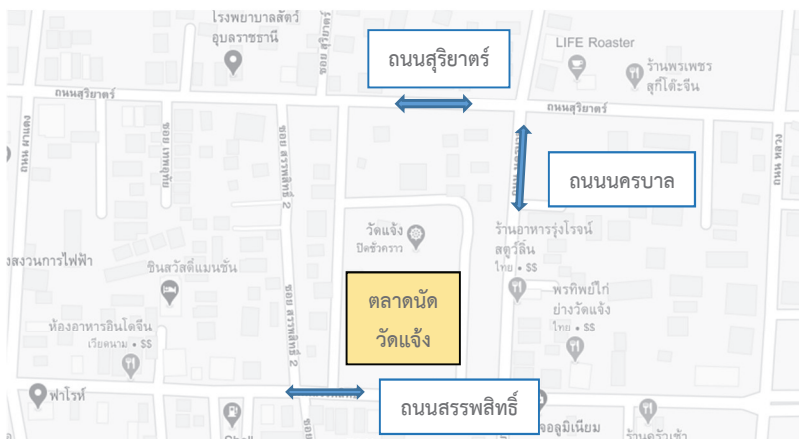
กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดในท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานีพิจารณาได้จากบริบทการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของสังคมเมือง สังคมชนบท เช่น การสร้างถนน การสร้างที่อยู่อาศัย การสร้างย่านธุรกิจการค้า สถานที่ราชการ ส่งผลให้มีจำนวนประชากรหนาแน่น รวมกันเป็นชุมชนขนาดใหญ่ และการกระจายอำนาจในการบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งทำหน้าที่จัดพื้นที่ให้มีการซื้อขายสินค้ากัน ในชุมชนที่เรียกว่า ตลาดสด ตลาดนัด หรือพิจารณาอนุมัติให้คนลงทุนเอกชนนำเสนอโครงการจัดการพื้นที่ตลาดสด ตลาดนัด โดยให้อยู่ภายใต้กฎระเบียบของกรมอนามัย และพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ข้อ 16-ข้อ 19 ของกระทรวงสาธารณสุขในการจัดการด้านความสะอาดและสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย การจัดการขยะมูลฝอย (ราชกิจจานุเบกษา, 2535 : 39-42)

ดังนั้นการเกิดและพัฒนาการของตลาดนัดจึงมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ประชากร และการกระจายอำนาจในการบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการจัดตลาดและตลาดนัดในแต่ละชุมชนที่ปกครองและบริหาร นอกจากนี้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดตลาดนัดชายแดนยังมาจากนโยบายรัฐบาลไทยในพื้นที่ชายแดนที่ให้ออกมาเป็นจุดผ่อนปรนเพื่อสิทธิมนุษยชนของชุมชนบริเวณชายแดนอีกด้วย ทั้งนี้การศึกษาตลาดนัดทั้ง 3 แห่งของจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการ

ศึกษาเพื่อให้เห็นความแตกต่างของพื้นที่ของตลาดนัด คือตลาดนัดในเมือง ตลาดนัดในท้องถิ่น และตลาดนัดจุดผ่อนปรนชายแดน โดยพิจารณาจากบริบททางประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ และนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดย่านกลางของ Christaller เพื่อให้เห็นปัจจัยในการเกิดและพัฒนาของตลาดนัดในจังหวัดอุบลราชธานี

2.1 ตลาดนัดวัดแจ้ง : ตลาดนัดสินค้ามือสองในชุมชนเมือง

ตลาดนัดวัดแจ้งเป็นตลาดนัดชุมชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี เกิดขึ้นในช่วงการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจของประเทศ คือ วิกฤตต้มยำกุ้งในทศวรรษ 2540 ขณะเดียวกันการเกิดกระแสตลาดนัดมือสอง และเปิดทำขายของก็ได้เกิดขึ้นในช่วงเดียวกัน



แผนที่ 1 ตลาดนัดวัดแจ้ง ตลาดนัดทั่วไป

ที่มา : ปรับปรุงจาก <https://www.google.com/maps/place>, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562.

ตลาดนัดวัดแจ้งตั้งอยู่ในวัดแจ้ง ต.ในเมือง อ.เมืองอุบลราชธานี มีถนนล้อมรอบ คือ ถ.สรรพสิทธิ ถ.นครบาล และถ.สุริยาตรี วัดแจ้งสร้างขึ้นโดยเจ้าราชบุตร (หนูคำ) หนึ่งในคณะอาญาสี่ ผู้ปกครองเมืองอุบลราชธานี เมื่อ พ.ศ. 2431 ตรงกับ

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว วัดนี้ได้เติบโตมาพร้อมกับการขยายเขตเมืองที่มีศูนย์บริหารราชการ จากริมฝั่งแม่น้ำมูลเขียบเข้ามาบริเวณทุ่งศรีเมือง และไม่ไกลจากวัดมหานาราม ซึ่งเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองอุบลราชธานี

ตลาดนัดวัดแจ้งเกิดขึ้น ใน พ.ศ. 2541 เนื่องจากวัดแจ้งขาดปัจจัยในการบำรุงวัด ทายกของวัด ได้ประชุมคณะกรรมการเพื่อหารายได้มาบำรุงวัด และเป็นค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ที่ประชุมได้มีมติให้เชิญผู้จัดการตลาดนัดเอกชนซึ่งเปิดกิจการตลาดนัดกกเต๋อ วารินชำราบ มาทำสัญญาจัดตั้งตลาดนัด ตลาดนัดวัดแจ้งก็เริ่มดำเนินการมาจนถึงช่วงติดตลาด ประมาณ พ.ศ. 2550-2555 มีจำนวนแผงค้าถึง 300 แผง และเป็นที่รู้จักของคนเมืองอุบลราชธานีว่า เป็นแหล่งสินค้ามือสองและอาหารทานเล่น (สมศรี ชัยวนิชยา, 2563 : 35-36) และเป็นตลาดนัดกลางสัปดาห์ที่คนทำงานส่วนราชการและเอกชนมักแวะมาเดินเล่นยามเที่ยงและยามเย็นก่อนกลับบ้าน ปัจจุบันตลาดนัดวัดแจ้งมีแผงค้าประมาณ 200 แผง สินค้ายังคงเป็นสินค้ามือสองถึงร้อยละ 75 อีกร้อยละ 25 เป็นอาหารปรุงสุก อาหารทานเล่น น้ำหวาน ผักสดและผลไม้

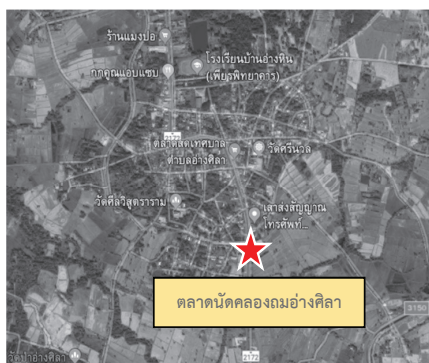
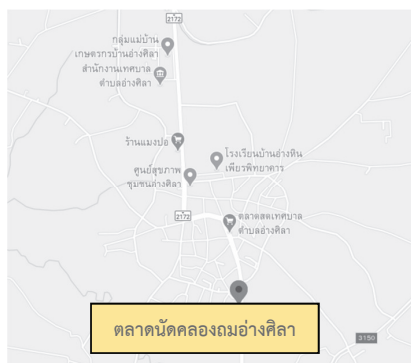
เมื่อพิจารณาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ อ.เมืองอุบลราชธานี และเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี มีชุมชนภายในเขตเทศบาลถึง 106 ชุมชน จำนวนประชากร 300,569 คน (พ.ศ. 2560) เฉพาะในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีมีประชากร (พ.ศ. 2560) ประมาณ 106,271 คน ความหนาแน่นของประชากร 3,700 คนต่อ ตร.กม. (9,500 คนต่อตร.ไมล์) ดังนั้นการมีตลาดสดตลาดนัดจึงสัมพันธ์กับจำนวนประชากร คือ มีตลาดนัดประมาณ 18 แห่ง (สมศรี ชัยวนิชยา, 2563 : 35-36)

กล่าวโดยสรุป ตลาดนัดวัดแจ้งเกิดขึ้นมาเพราะขาดแคลนงบประมาณในการบริหารจัดการดูแลวัด กอปรกับพื้นที่ตั้งของวัดอยู่ในย่านศูนย์กลางชุมชนซึ่งปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นมาก จึงเป็นทำเลที่ตั้งเหมาะสม เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดย่านกลางที่เป็นปัจจัย ทำให้เกิดตลาดของ Christaller พบว่าการเกิดตลาดนัดวัดแจ้งมีความสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว เพราะทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางชุมชนเมือง ซึ่งมีขนาดจำนวนประชากรหนาแน่นที่สุดของจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้การเกิดตลาดสินค้ามือสองในช่วงวิกฤต

ทางเศรษฐกิจ “ตั้มย้ากั๋ง” ในทศวรรษ 2540 นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดตลาดนัด และการจัดการตลาดนัด

2.2 ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา : ตลาดนัดชุมชนในชนบท

ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเป็นตลาดนัดเชื่อมชุมชนเมืองและชุมชนชายแดน ตั้งอยู่ที่เทศบาลตำบลอ่างศิลา อ.พิบูลมังสาหาร มีทำเลเชื่อมต่อกับชุมชนเมืองและชุมชนชายแดนด้าน อ.สิรินธร อ.โขงเจียม อ.เดชอุดม อ.บุญทริก อ.นาจะหลวย และ อ.น้ำยืน และมีถนนเชื่อมต่อกับถนนสถิตินิมานการ หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 217 สายวารินชำราบ-ช่องเม็ก ซึ่งเป็นถนนที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ เป็นข้าหลวง ต่อมาในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้เปลี่ยนชื่อถนนนี้ เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2493 เพื่อเป็นเกียรติแก่ หลวงสถิตินิมานการ (ชวน สุปัญญ์ สถิตินิมานการ) ซึ่งเป็นนายช่างกำกับถนนสายนี้ (ราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 67 เล่ม 67, 12 ธันวาคม 2493 : 6385) กับถนนหมายเลข 217 ถนนดอนจิก-โนนเสียง ดังแผนที่ 2 และแผนที่ 3



แผนที่ 2 แสดงที่ตั้งตลาดนัดคลองถมเทศบาลตำบลอ่างศิลา

ที่มา : ปรับปรุงจาก <https://www.google.com/maps/place>, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562.



แผนที่ 3 แสดงถนนเส้นดอนจิก-โนนเลียง (2172)

ที่มา : <https://www.google.com/maps>, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562.

ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา* เกิดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2535-2540 โดยผู้จัดตลาดนัดเอกชนกลุ่มแรกเข้ามาจับจองพื้นที่กับเจ้าของที่ดินริมถนน 2172 แต่ต่อมาการจัดตลาดนัดประสบปัญหาขาดทุน ผู้จัดตลาดนัดในช่วงแรกเลิกดำเนินการ คุณทองคำซึ่งขณะนั้นทำการค้าอยู่ในตลาดได้ปรึกษากับกลุ่มผู้ค้ารายย่อยด้วยกันว่าหากปิดตลาดนัดก็จะไม่มีพื้นที่ค้าขายจึงรับช่วงต่อในการจัดการตลาดนัด ประมาณ พ.ศ. 2546 โดยติดต่อขอเช่าพื้นที่กับเจ้าของที่ดินซึ่งอยู่ต่างจังหวัด คุณทองคำได้ปรับปรุงพื้นที่ตลาดนัด จัดรูปแบบแผงค้าใหม่ จัดเก็บค่าเช่าไม่แพง ยึดหยุ่นกับผู้ค้ารายย่อยด้วยกัน หากประสบปัญหาการค้าขายในช่วงฤดูฝนหรือช่วงค้าขายไม่ดีโดยลดหย่อนค่าเช่าหรือไม่เก็บค่าเช่า ช่วงแรกที่ดำเนินการจัดตลาดนัดมีกลุ่มผู้ค้ารายย่อยจำนวน 50 ราย ค่าเช่าแผงตารางเมตรละ 10 บาท ปัจจุบันมีแผงค้า 80-100 ราย (สัมภาษณ์ คุณทองคำ, 4 ตุลาคม 2562) ต่อมาทางเทศบาลตำบลอ่างศิลามีนโยบายจัดตลาดนัดร่วมกับเอกชน จึงมีการจัดพื้นที่ตลาดเพิ่มขึ้นในส่วนของเทศบาลตำบลอ่างศิลา และเข้ามาบริหาร

*ผู้จัดการตลาดนัดเอกชน (สัมภาษณ์ คุณทองคำ, 4 ตุลาคม 2562) และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอ่างศิลา (สัมภาษณ์ คุณพร และคุณนา, 31 ตุลาคม 2562) กล่าวถึงที่มาของชื่อตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาว่า “ชื่อนี้ใช้มาตั้งแต่แรก ไม่ทราบแน่ชัดว่ามีที่มาอย่างไร”

จัดการเรื่องการแบ่งโซนพื้นที่ตลาดนัด การจัดเก็บค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค ดังข้อมูล
สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอ่างศิลา ดังนี้

ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลามีพื้นที่ตลาดนัด 2 ส่วน คือ ส่วนของเอกชน
ที่เริ่มตั้งตลาดนัด ประมาณ พ.ศ. 2539 ต่อมาเทศบาลตำบลอ่างศิลาได้มา
เริ่มจัดตลาดร่วมกับเอกชน พ.ศ. 2546 จำนวนร้านค้าฝั่งเอกชนในช่วง
เริ่มแรกมีประมาณ 80 ร้าน ฝั่งเทศบาลประมาณ 50 ร้าน ปัจจุบันรวม 2 ฝั่ง
มีร้านค้าประมาณ 150 ร้าน การเก็บค่าเช่า ตร.ม.ละ 5 บาท ถ้าเป็นโต๊ะ
หรือวางพื้นเก็บ 2 บาทบ้าง 5 บาทบ้าง สูงสุดไม่เกิน 10 บาท ค่าเช่านำมา
เป็นค่าจ้าง อพปร. ดูแลที่จอดรถ 50 บาทต่อวัน จำนวน 2 คนต่อนัด
และค่าขยะ ค่าไฟฟ้า ซึ่งเราเก็บไม่แพง เพื่อให้ชุมชนได้บริโภคสินค้าราคา
ไม่แพงและมีคุณค่า ชาวชุมชนสามารถนำสินค้าที่ผลิตจากบ้านตัวเองเดิน
มาขาย ซึ่งจักรยานยนต์ หรือมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างมาค้าขาย จำนวนร้านค้า
จะมากในช่วงปลายฝนต้นหนาว

ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเริ่มค้าขายดีมาตั้งแต่ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
(พ.ศ. 2557-2562) จำนวนประชากร ใน พ.ศ. 2562 มี 3,173 คน เป็นชาย
1,534 คน หญิง 1,639 คน อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ทำนา ปลูกยาง
ปลูกผัก

ตลาดนัดตั้งอยู่ริมถนนสาย 2172 สามารถเดินทางไปยัง
อ.พิบูลมังสาหาร อ.สิรินธร อ.โขงเจียม อ.เดชอุดม อ.บุญทริก อ.น้ำยืน
ดังนั้นบริเวณที่ตั้งตลาดนัดจึงเป็นพื้นที่จุดผ่านสำคัญ ทำให้ตลาดนัด
มีร้านค้ามาก แต่ก็จัดพื้นที่ได้เท่าที่ทำได้

(สัมภาษณ์ คุณนา และคุณพร, 31 ตุลาคม 2562)

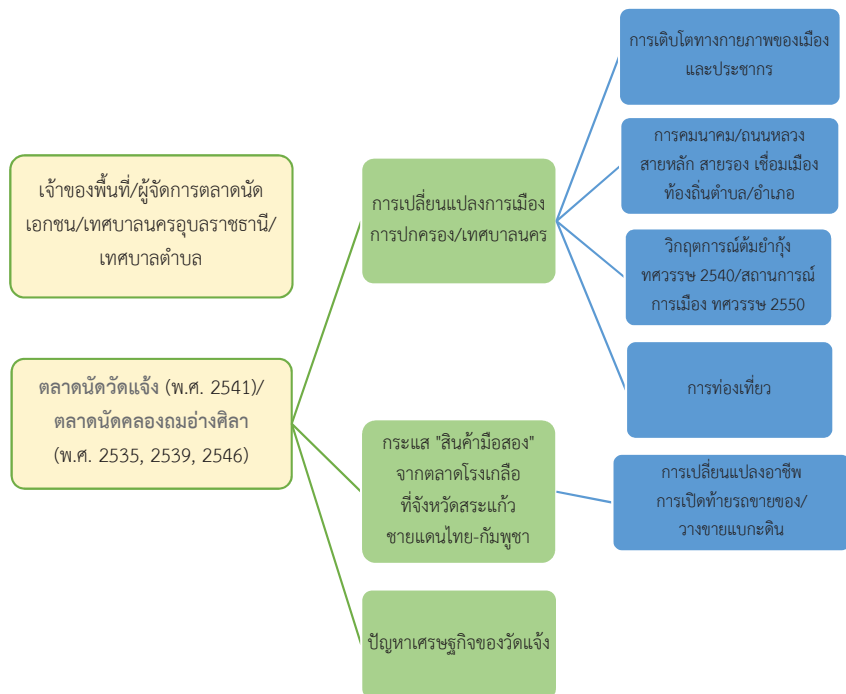
ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาในปัจจุบัน เทศบาลตำบลอ่างศิลาได้เข้ามา
ดำเนินการเพื่อให้ชุมชนมีพื้นที่ค้าขายขยายเพิ่มขึ้นจากพื้นที่เดิมในส่วนของเอกชนดำเนินการ
สิ่งที่เด่นของตลาดนัดแห่งนี้คือ การพัฒนาตลาดนัดร่วมกันระหว่างเอกชน
กับเทศบาล ร้านค้าฝั่งเอกชนมีจำนวน 80 ร้าน ส่วนฝั่งเทศบาลมีจำนวน 70 ร้าน

การดูแลพื้นที่ด้านความสะอาด ที่จอดรถ หียงน้ำ และไฟฟ้า เป็นส่วนที่เทศบาลดำเนินการ ส่วนเอกชนจะจ่ายค่าดำเนินการให้เทศบาล เป็นการสร้างรายได้ให้แก่เทศบาล ซึ่งทางเทศบาลตำบลอ่างศิลาจะนำรายได้ส่วนนี้กับค่าเช่าแผงค้าฝั่งเทศบาลไปจ้างคนดูแลตลาด ตั้งแต่ อพพร. ดูแลเรื่องจราจร พื้นที่จอดรถ พนักงานเก็บขยะ พนักงานดูแลตลาดและเก็บค่าเช่า การปรับปรุงสาธารณูปโภค

จากการเดินสำรวจจำนวนแผงค้า ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยพบว่า มีจำนวน 185 แผง ซึ่งมากกว่าข้อมูลที่เทศบาลตำบลอ่างศิลารวบรวมไว้ แผงค้าฝั่งเทศบาลส่วนใหญ่ขายสินค้าประเภทอาหารสด อาหารปรุงสุก โดยเฉพาะอาหารพื้นบ้าน ผักพื้นบ้าน ผักสดจากตลาดค้าส่งเจริญศรี อ.วารินชำราบ เนื้อปลาสดจากเขื่อนสิรินธร ในนาข้าว และหนองน้ำในชุมชน กบ อึ่ง ในท้องไร่ท้องนา หนองน้ำในชุมชนเนื้อหมูสด อาหารทะเลจากห้องเย็นในตลาดสดพิบูลมังสาหาร ผลไม้ตามฤดูกาลจากตลาดค้าส่งเจริญศรี ส่วนแผงค้าฝั่งเอกชนมีสินค้าหลากหลายเช่นกัน อย่างเช่น ขนมเบเกอรี่ ขนมไข่ม้วน ข้าวโพดคั่ว นางเล็ด อาหารปรุงสุกแบบปิ้งย่าง ต้มยำ เลือ่ผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า ของใช้ในชีวิตประจำวัน ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเกิดขึ้นประมาณ พ.ศ. 2535 โดยใช้โมเดลตลาดนัด “คลองถม” ต่อมาใน พ.ศ. 2539 มีการเปลี่ยนมือในการจัดการตลาดนัด มีทั้งผู้จัดการตลาดนัดเอกชนและเทศบาลตำบลอ่างศิลาดำเนินการบริหารจัดการตลาดนัดร่วมกัน ใน พ.ศ. 2546 แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างการบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่จัดสรรตลาดนัดให้เป็นพื้นที่ตอบสนองต่อคนในชุมชนเพื่อให้มีสถานที่ซื้อขายสินค้าในการดำรงชีวิตประจำวัน กอปรกับบริเวณที่ตั้งตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเป็นจุดเชื่อมต่อกับอำเภอที่มีพื้นที่ติดกัน คือ อ.เดชอุดม และอำเภอที่อยู่ติดชายแดน ได้แก่ อ.นาจะหลวย อ.น้ำยืน และ อ.บุญทริก จึงเป็นจุดเชื่อมโยงการค้าขายสินค้าภายในท้องถิ่นและประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอาหารพื้นบ้านยังคงแสดงให้เห็นเรื่องวัฒนธรรมอาหารกับภูมิศาสตร์และผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Skinner; Good และ Riddell ที่ให้ข้อสรุปการเกิดตลาดนัดในชนบทของเอเซียนั้น มาจากความต้องการของประชากร เพราะสามารถให้บริการได้ทั่วถึงและกว้างขวางกว่า นอกจากนี้ประชากรยังมีข้อจำกัดด้านเวลาสำหรับการเดินทางไปซื้อของในตลาดในเมือง เพราะส่วนใหญ่ชาวบ้าน ต้องดูแลผลผลิตของตนในท้องไร่ ท้องนา

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดตลาดนัดและพัฒนาการของตลาดนัดวัดแจ้ง ประเภทสินค้ามือสอง และตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา ประเภทคลองถมพบว่าทั้งสองตลาดมีปัจจัยร่วมกันและแตกต่างกัน ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดและพัฒนาการของตลาดนัดวัดแจ้ง และตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา

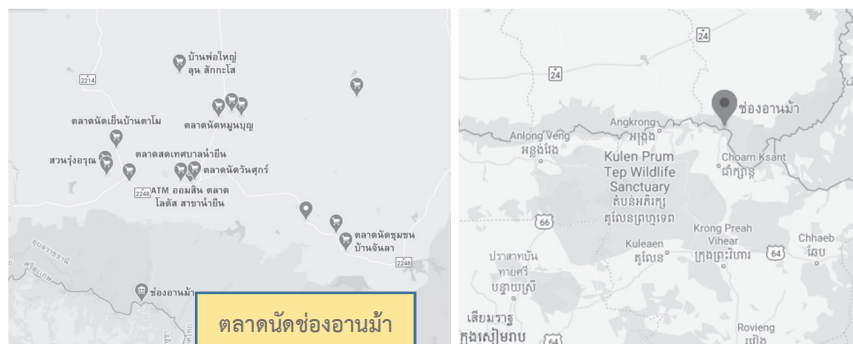
ที่มา : สมศรี ชัยวนิชยา. (2563). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดและผู้ค้ารายย่อยในจังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.). น. 251.

จากแผนภูมิข้างต้น แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดและพัฒนาการของตลาดนัดวัดแจ้ง และตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา พบว่าตลาดนัดวัดแจ้งและตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเกิดขึ้นโดยผู้จัดการตลาดนัดเอกชนกับเจ้าของพื้นที่ให้เขาจัดตลาดนัด กล่าวคือ ตลาดนัดวัดแจ้งเกิดและพัฒนาการจากบริบทการเปลี่ยนแปลงกายภาพของเมืองและประชากร วิฤตการณัฏม์ยำกั้งในทศวรรษ 2540 สถานการณ์การเมืองไทยในทศวรรษ 2550 ส่งผลให้แรงงานต่างถิ่นกลับมาয়ภูมิลำเนาและเริ่มทำการค้าในตลาดนัด นอกจากนี้กระแสดความนิยมสินค้ามือสองนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดตลาดนัดที่เรียกว่า ตลาดนัดสินค้ามือสอง โดยผู้จัดการตลาดนัดเอกชนเริ่มต้นจัดตลาดนัดมือสองครั้งแรก ที่ตลาดนัดกกแก้ว อ.วารินชำราบ และมีการขยายพื้นที่จัดตลาดนัดที่วัดแจ้ง ซึ่งเป็นช่วงที่วัดแจ้งกำลังมีปัญหารายได้ในการบำรุงดูแลวัดพอดี ในช่วงค้าขายดีประมาณ พ.ศ. 2550-2555 มีแผงค้า 300 แผง ปัจจุบันเหลือประมาณ 200 แผง (สมศรี ชัยวงนิษฐา, 2563 : 251)

ตลาดนัดคลองถมเทศบาลตำบลอ่างศิลา ผู้จัดการตลาดนัดเอกชนดำเนินงานร่วมกับเจ้าของพื้นที่ ต่อมา มีการขยายเพิ่มพื้นที่ตลาดนัดซึ่งเป็นพื้นที่ของเทศบาลตำบลอ่างศิลา ทั้งนี้ด้านการสาธารณูปโภค ที่จอดรถ ห้องน้ำ และการเก็บขยะ ดูแลโดยเทศบาลตำบลอ่างศิลา การเกิดตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา เป็นผลมาจากบริบทการเปลี่ยนแปลงกายภาพของเมืองและประชากร การพัฒนาถนนหลวงเส้น 2172 ดอนจิก-โนนเสียง ซึ่งเชื่อมต่อ อ.พิบูลมังสาหาร กับ อ.บุญทริก อ.เดชอุดม อ.น้ำยืน อ.นาจะหลวย อ.โขงเจียม ส่งผลให้ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลามีทำเลที่ตั้งที่ผู้ค้าและผู้ซื้อสามารถเข้ามาค้าขายกันอย่างสะดวกและไม่ไกลจากชุมชน วิฤตการณัฏม์ยำกั้งในทศวรรษ 2540 สถานการณ์การเมืองไทยในทศวรรษ 2550 ส่งผลให้แรงงานต่างถิ่นกลับมาয়ภูมิลำเนาและทำการค้าในตลาดนัด และเกษตรกรรมมีโอกาสเพิ่มรายได้จากการนำผลผลิตของตนมาค้าขายในตลาดนัด นอกจากนี้ด้วยความห่างไกลจากตัวเมือง สินค้าบางประเภท เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ก็เป็นโอกาสให้แก่ผู้ค้าเร่ตลาดนัดต่างถิ่นได้ทำหน้าที่นำสินค้าต่างถิ่นเข้ามาขายในตลาดนัดชุมชน เทศบาลตำบลอ่างศิลา ทำให้ตลาดนัดแห่งนี้มีสินค้าหลากหลายนอกจากสินค้า ประเภท

2.3 ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา : ตลาดนัดชายแดน

ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา ตั้งอยู่ที่เทือกเขาพนมดงรัก หรือเทือกเขาพนมดงรัก ปัจจุบันพื้นที่นี้อยู่ในความดูแลของหน่วยงานอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและพันธุ์พืช หน่วยงานอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร สองหน่วยงานนี้ดูแลด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงด้านการเมืองและการทหาร รวมทั้งการค้าชายแดน ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา จึงเป็นตลาดนัดเพื่อรองรับชุมชนทั้งฝั่งไทยและกัมพูชา ดังแผนที่ 4



ที่มา : <https://www.google.com/maps>, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562.

ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา ตั้งอยู่บริเวณพิกัด VA 9690 อยู่ในบริเวณบ้านน้ำเย็น ต.โขง อ.น้ำเย็น ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ในเทือกเขาพนมดงรัก อ.จอมกระสาน จ.พระวิหาร กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศให้เป็นจุดผ่อนปรนทางการค้า เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 ปัจจุบันได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเปิดเป็นจุดผ่อนปรนช่องอานม้า เพื่อให้ประชาชนทั้งสองประเทศได้ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า โดยเปิดให้ประชาชนเข้าออกระหว่างประเทศทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-15.00 น.โดยไม่ต้องทำหนังสือผ่านแดน (จุดผ่อนปรนช่องอานม้า-อารยธรรมคนลุ่มแม่น้ำโขง, เว็บไซต์)

ช่องอานม้ามีมาตั้งแต่สมัยชุมชนโบราณ คือ เป็นช่องเขาที่คนในพื้นที่ทั้งสองประเทศใช้เดินทางไปมาหาสู่ทำการค้ากัน การค้าขายในบริเวณช่องอานม้าเริ่มมาตั้งแต่ พ.ศ. 2518 ที่มีการค้าขายแดนระหว่างประชาชนชาวกัมพูชากับประชาชนชาวไทย อันเป็นผลมาจากสถานการณ์ความตึงเครียดในราชอาณาจักรกัมพูชา ทำให้ประชาชนชาวกัมพูชาขาดแคลนอาหารและเครื่องอุปโภคและบริโภคในการดำรงชีวิตต่อมา ใน พ.ศ. 2534-2535 มีการค้าโค-กระบือกับชาวบ้านฝั่งกัมพูชา ใน พ.ศ. 2539 สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ มาเยี่ยมชมช่องอานม้า หลังจากนั้นทางจังหวัดอุบลราชธานีและองค์การบริหารเทศบาลจังหวัดอุบลราชธานีจึงมีโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณช่องอานม้าให้เป็นตลาด ซึ่งดำเนินการแล้วเสร็จ ใน พ.ศ. 2540 มีการสร้างอาคารและพัฒนาพื้นที่ตลาด จำนวน 60 ไร่ เพื่อให้ผู้ค้ารายย่อยมาค้าขาย ในช่วงแกนนั้นมีผู้ค้ารายย่อยประมาณ 5-6 ราย มาทำการค้าและยังไม่มีมีการเก็บค่าเช่า (สัมภาษณ์ พอธงชัย, 29 สิงหาคม 2562)

ใน พ.ศ. 2541 องค์การบริหารส่วนตำบลโขงได้มาดูแลตลาดนัด จึงเริ่มเก็บค่าเช่าผู้ค้ารายย่อย รายละ 50 บาท ต่อมาช่วงปลาย พ.ศ. 2541 การดูแลบริหารตลาดนัดได้เปลี่ยนเป็นอุทยานแห่งชาติ เขาชะอี จ.พระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ และมีการเปิดตลาดนัดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 พอธงชัย ประธานตลาดนัดช่องอานม้า ได้เล่าถึงสภาพพื้นที่และการคมนาคมไปยังช่องอานม้า ในช่วง พ.ศ. 2540-2541 ว่า

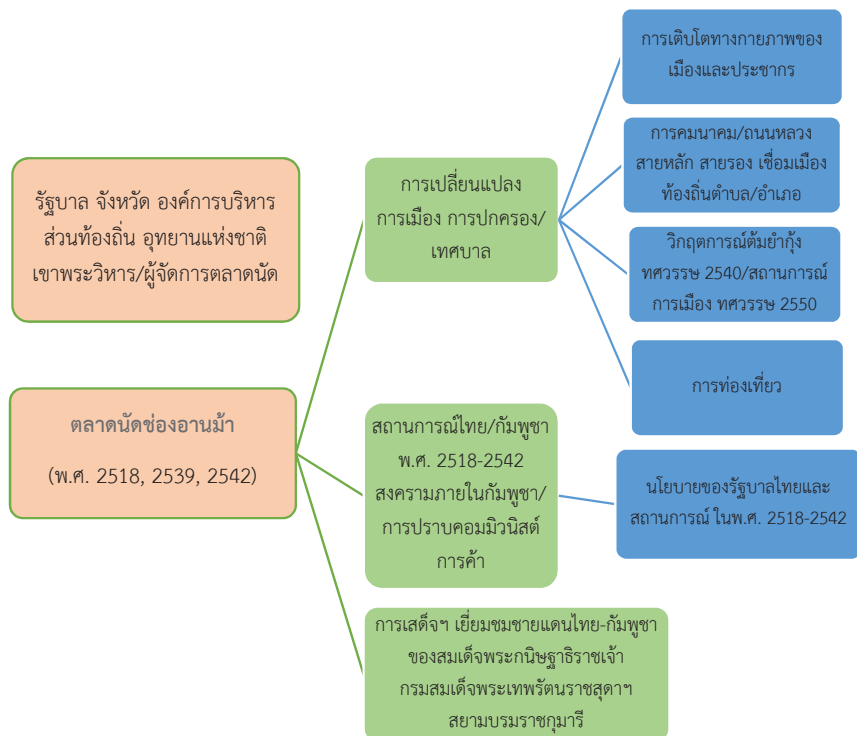
ช่วงแรกที่เปิดเป็นตลาดนั้น ถนนยังไม่ดีเหมือนปัจจุบัน เพราะเป็น ถนนลูกรัง มีนายทุนทำการค้าน้ำมัน รถขนส่งน้ำมันวิ่งเข้าออกแทบทุกวัน ส่งผลให้ถนนไม่ดีขึ้น ช่วงเริ่มแรกตลาดยังค้าขายไม่ดี ต่อมาอีก 2 ปี รถน้ำมันไม่วิ่งแล้ว ก็มีการปรับปรุงถนนให้กลับมาดีเริ่มมีกลุ่มผู้ค้ากลุ่มแรก 36 ราย ทำการค้ากับชาวกำพูชา สินค้ามีของป่า แมลง ผักพื้นบ้าน บุหรี่ มะม่วง ส่วนสินค้าฝั่งพม่าได้แก่ น้ำดื่ม มะพร้าวสด ไก่สด ของกินของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น น้ำมัน น้ำตาล น้ำปลา อาหารแห้ง ประเภทของชำ

(สัมภาษณ์ พงษ์ชัย, 29 สิงหาคม 2562)

กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดน ไทย-กัมพูชา ตั้งอยู่ในบริบทพื้นที่ชายแดนที่มีคนสองฝั่งเดินทางไปมาหาสู่กัน และทำการค้าขายกันมาก่อนแล้ว ต่อมาพ.ศ. 2540-2541 จึงมีการพัฒนาบริเวณดังกล่าว ให้เป็นพื้นที่การค้าชายแดนและเป็นจุดผ่อนปรนทางการค้า และเปิดอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 เพื่อรองรับการค้าและการท่องเที่ยว ปัจจุบัน ตลาดนัด ช่องอานม้ามีแผงค้า จำนวน 155 แผง แบ่งพื้นที่ตลาดเป็น 2 ส่วน คือ ตลาดบน เป็นพื้นที่ที่ตั้งมาตั้งแต่เริ่มแรก มีแผงค้า 70 แผง และตลาดล่าง เป็นพื้นที่ ปรับปรุงเพื่อรองรับแผงค้า 85 แผง ตลาดบนเน้นขายสินค้าประเภทอาหารปรุงสุก ผักสด ผลไม้ อาหารทะเล เครื่องใช้ในครัวเรือน อาหารแห้ง ขนม เสื้อผ้า ส่วนตลาดล่าง ขายสินค้าประเภทอาหารปรุงสุก ส้มตำ อาหารตามสั่ง สัตว์ปีกที่มีชีวิต (ไก่ เป็ด ห่าน) ปลาสด รวมทั้งเป็นตลาดนัดค้าส่งระหว่างพม่าฝั่งกัมพูชาและฝั่งไทย ซื้อมะม่วง แก้วขมิ้น ตักแตน หนอนไม้ เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป

กล่าวโดยสรุป ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา เกิดขึ้นจากปัจจัยนโยบายของรัฐบาลเป็นสำคัญ ส่งผลให้มีการดำเนินการค้า ตามนโยบายของรัฐบาลสองประเทศเป็นสำคัญ ประชาชนในพื้นที่ไม่มีอำนาจในการ บริหารจัดการตลาดนัด ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดตลาดนัดจึงเกิดจากรัฐบาล จังหวัด องค์การ บริหารส่วนท้องถิ่น (ตำบลโขง) อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ซึ่งเป็นผลมาจาก สถานการณ์ชายแดนไทย-กัมพูชา นโยบายของรัฐบาลไทยที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ

มากกว่าความมั่นคงในช่วงทศวรรษ 2530-2540 กอปรกับบริบทการเปลี่ยนแปลงกายภาพของเมืองและประชากร วิฤตการณ์ต้มยำกุ้งในทศวรรษ 2540 ส่งผลให้ชาวชุมชนอำเภอน้ำยืนมีโอกาสดำเนินชีวิตได้จากเกษตรกรรมมาสู่การเป็นผู้ค้ารายย่อยในตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา ดังแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดและการพัฒนาการของตลาดนัดช่องอานม้า
ที่มา : สมศรี ชัยวนิชยา. (2563). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง กำเนิดและการพัฒนาการของตลาดนัดและผู้ค้ารายย่อยในจังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.). น. 252.

5. สรุปและอภิปรายผล

จากการนำเสนอให้เห็นถึงกำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี 3 แห่งดังกล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้สรุปเป็นตารางแสดงปีที่ตั้งตลาดนัดดังตารางที่ 1

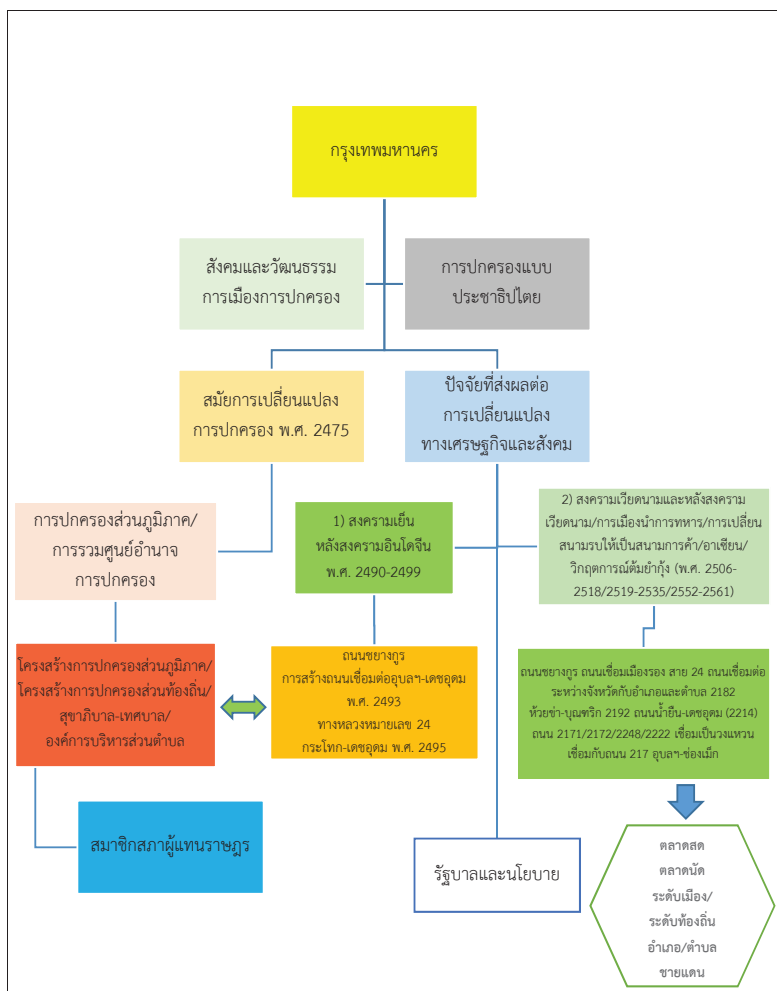
ตารางที่ 1 แสดงปีที่ตั้งตลาดนัด

ตลาดนัด	อำเภอ	จำนวนผู้ค้าปัจจุบัน	ปีที่ตั้งตลาด	
			ไม่เป็นทางการ	เป็นทางการ
1. ตลาดนัดวัดแจ้ง	เมืองอุบลราชธานี	200	-	2541
2. ตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา	พิบูลมังสาหาร	150	2535	2535
3. ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา	น้ำยืน	155	2518	2542

ที่มา : สมศรี ชัยวนิชยา. (2563). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดและผู้ค้ารายย่อยในจังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.). น. 250.

ตลาดนัดที่ตั้งขึ้นในช่วงวิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง ในทศวรรษ 2540 มี 2 แห่ง ได้แก่ ตลาดนัดวัดแจ้ง และตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา ตลาดนัดวัดแจ้งและตลาดนัดคลองถมอ่างศิลาเกิดขึ้นจากผู้จัดการตลาดนัดเอกชน ส่วนการก่อตั้งตลาดนัดช่องอานม้าจุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา มาจากนโยบายของภาครัฐ ซึ่งเริ่มปรากฏอย่างไม่เป็นทางการ จากสถานการณ์ความขัดแย้งภายในราชอาณาจักรกัมพูชา ใน พ.ศ. 2518 ส่งผลให้ประชาชนชาวกัมพูชามีความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภค จึงมีการค้าข้ามแดนกันระหว่างชาวไทยกับชาวกัมพูชาเกิดขึ้น ต่อมาเมื่อสถานการณ์ชายแดน

ไทย-กัมพูชาเริ่มผ่อนคลาย กอปรกับรัฐบาลไทยได้มีนโยบายปรับความสัมพันธ์กับราชอาณาจักรกัมพูชา ที่มีพื้นฐานมาตั้งแต่สมัยรัฐบาลพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ กำหนดนโยบายการเมืองนำการทหาร ในทศวรรษ 2520 และต่อมาสมัยรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ กำหนดนโยบาย “เปลี่ยนสนามรบให้เป็นสนามการค้า” ในทศวรรษ 2530 จึงส่งผลให้ตลาดนัดช่องอานม้า จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-กัมพูชา เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2542 จากการศึกษาตลาดสด ในเทศบาลนครอุบลราชธานี ในปีที่ 1 และตลาดสดในท้องถิ่น ในปีที่ 2 พบว่าปัจจัยการเกิดและพัฒนาการของตลาดสดในเทศบาลและตลาดสดในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับกำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดที่ผู้วิจัยศึกษา ในปีที่ 3 ดังแผนภูมิที่ 3



แผนภูมิที่ 3 แสดงการเปลี่ยนแปลงบริบทที่ส่งผลต่อกำเนิดและพัฒนากิจการของตลาดนัด
ในจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : สมศรี ชัยวนิชยา. (2563). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง กำเนิดและพัฒนากิจการของตลาดนัด
และผู้ค้ารายย่อยในจังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.). น. 254.

แผนภูมิที่ 3 ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าตลาดสดที่ตั้งขึ้นในเขตอำเภอเมือง อำเภอในชนบท และอำเภอชายแดน ต่อมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการปกครอง ตลาดก็เริ่มขยายตัว การสร้างทางคมนาคมตามยุทธศาสตร์ความมั่นคง และนโยบายการเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า กอปรกับในช่วงวิกฤตการณ์ 2540-2550 ทั้งเศรษฐกิจและการเมืองจึงส่งผลให้แรงงานอีสานกลับคืนถิ่นและหันมาประกอบอาชีพ เป็นผู้ค้ารายย่อยในตลาดนัด ตลาดนัดจึงเติบโตและขยายตัวในช่วง ทศวรรษ 2550 จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2562 ดังจะพบว่าในตลาดนัดใน 25 อำเภอ จำนวน 71 แห่ง กอปรกับผลการศึกษากำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดในเขตเทศบาลนคร อุบลราชธานี ตลาดนัดในอำเภอเมืองอุบลราชธานี อำเภอพิบูลย์มังสาหาร และในอำเภอ ชายแดน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าบริบทที่ส่งผลให้ตลาดนัดทั้ง 3 แห่งเกิดขึ้น และมีพัฒนาการ มีดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของเมือง ท้องถิ่น และจำนวนประชากร ส่งผลให้เกิดจำนวนตลาดนัดเพิ่มขึ้นในแต่ละชุมชน ตลาดนัดในอำเภอเมืองอุบลราชธานี มีจำนวนมากที่สุด คือ 18 แห่ง เนื่องจากตั้งอยู่ในศูนย์กลางของจังหวัดซึ่งเป็นแหล่งรวม ศูนย์สินค้าและบริการ มีสถานที่ราชการ บริษัท ห้างร้าน ตลาดสด รวมทั้งมีจำนวน ประชากรมากกว่าอำเภอในชนบทและอำเภอชายแดน สอดคล้องกับแนวคิดย่านกลาง (Central Place) ของ Christaller ซึ่งอธิบายว่า บริเวณย่านกลางมีหน้าที่จัดหาสินค้า (เช่น ตลาด ตลาดสด ตลาดนัด ศูนย์การค้า) และบริการ (เช่น ออกโฉนดที่ดิน ตัดสินคดี สอนนักเรียน รักษาพยาบาล ซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ) ให้กับบริเวณ บริการ (พื้นที่ตั้งชุมชนในรัศมีบริการ) และใช้เวลาในการเดินทางน้อยที่สุด (Christaller, 1966 : 230 อ้างใน สุวิทย์ ธีรศาศวัต, 2563 : 26, 217) ส่วนตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา ตั้งอยู่ในเทศบาลตำบลอ่างศิลา อำเภอพิบูลย์มังสาหาร เป็นตลาดนัดที่กำเนิดและ พัฒนาการตามแนวคิดย่านกลางได้เช่นเดียวกัน เพราะตั้งอยู่ในชุมชนที่เป็นแหล่งผลิต การเกษตรและมีถนนเชื่อมต่อได้อย่างสะดวก แต่อาจจะไม่สอดคล้องกับจำนวน ประชากรที่มีจำนวนกระจายอย่างสม่ำเสมอ ส่วนตลาดนัดชายแดนช่องอาน้ำ จุดผ่อนปรน ชายแดนไทย-กัมพูชา การใช้แนวคิดย่านกลางนั้นไม่สอดคล้อง เนื่องจากเป็นตลาด ที่เกิดจากนโยบายของรัฐบาลทั้งสองประเทศ ในด้านการให้มีพื้นที่ค้าขายเพื่อรองรับ

สิทธิมนุษยชนของประชาชนในพื้นที่ชายแดน ในช่วงเกิดความอ่อนไหวทางการเมืองภายใน และต่อมาพัฒนาเป็นการค้าข้ามแดน รวมถึงการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

2) นโยบายของรัฐบาลไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2530-ปัจจุบัน (พ.ศ. 2562) ส่งผลให้มีการพัฒนาการคมนาคม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารชุมชน คือ โครงสร้างเทศบาลและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

3) บริบททางเศรษฐกิจไทยอันมาจากวิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง 2540 และเหตุการณ์ทางการเมืองทศวรรษ 2550 ส่งผลให้แรงงานข้ามถิ่นกลับถิ่นเพื่อทำการเกษตร และการค้าในตลาดนัด ซึ่งสอดคล้องกับข้อวิเคราะห์ของ อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2558) อธิบายให้เห็นว่า สถานการณ์ในทศวรรษ 2540 ส่งผลให้ชาวบ้านในชนบทซึ่งไปขายแรงงานในต่างถิ่นต่างปรับตัวจากการเลิกจ้างงานในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้งได้กลับมาสร้างอาชีพค้าขายในตลาดนัดในท้องถิ่นชนบท (“ตลาดนัด : ทางเลือกที่ชาวบ้านสร้างสรรคขึ้น,” เว็บไซต์) นอกจากนี้ในงานศึกษาของ สมศรี ชัยวนิชยา (2563 : 158-246) พบว่า ผู้ค้ารายย่อยในตลาดนัดทั้ง 3 แห่งได้เปลี่ยนแปลงอาชีพจากการขายแรงงานต่างถิ่นกลับมาเป็นผู้ค้ารายย่อยในตลาดนัด ในช่วงหลังวิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง และเหตุการณ์ทางการเมืองในช่วงทศวรรษ 2550

ข้อเสนอแนะ

บริบททางเศรษฐกิจไทยอันมาจากวิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง 2540 และเหตุการณ์ทางการเมืองทศวรรษ 2550 และกำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัด 3 แห่งในจังหวัดอุบลราชธานี ดังผลการศึกษาที่กล่าวมาแล้ว ควรนำไปศึกษาเปรียบเทียบกับกำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดในจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย ซึ่งอาจจะมีสภาพความเหมือนและความต่างกัน บริบททางกายภาพ สังคมและวัฒนธรรม อันจะทำให้เห็นภาพ “ตลาดนัด” ซึ่งเป็นพื้นที่ชีวิตของคนในแต่ละชุมชนในสังคมไทย

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศรี ชัยวนิชยา อาจารย์ประจำหลักสูตรประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์ ดร.วรรณภา ชำนาญกิจ อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาไทยและการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์สัมพันธ์ สุวรรณเลิศ อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาไทยและการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร กระบวนศรี. (2531). *ตลาดนัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือ : กรณีศึกษาในเขต เชียงใหม่-ลำพูน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- เกียรติ จิระกุล และคณะ. (2525). *ตลาดในกรุงเทพมหานคร : การขยายตัวและ พัฒนาการ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2540). *เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.
- สมรักษ์ ชัยสิงกานนท์. (2549). *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยา สรินธร (องค์การมหาชน).
- สมศรี ชัยวนิชยา. (2563). *กำเนิดและพัฒนากาของตลาดนัดและผู้ค้ารายย่อย ในจังหวัดอุบลราชธานี*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.).
- สันติ เสวตวิมล. (2544). *ตำนานตลาดไทย*. กรุงเทพฯ : ประพันธ์สาส์น.
- สุวิทย์ ธีรศาสตร์ และคณะ (2563). *กำเนิดและพัฒนากาของตลาดนัดและผู้ค้า รายย่อยในภาคอีสาน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.).

- คู่มือของ ประศาสน์วินิจชัย. (2551). *ซ่อนไว้ในลิ้ม : ก-อ ในชีวิตอีสาน (Hidden Treasures)*. กรุงเทพฯ : พลุสตอป.
- Christaller, Walter. (1996). "*Central Place in Southern Germany*." translated by Gas lisle W. Baskin, Prentice-Hall.
- Good, C.M. (1987). "Periodic Markets : A Problem in Locational Analysis." *The Professional Geographer*. 24 (August 1972) : 210-216.
- Skinner, G.W. (1964). "Marketing and Social Structure in Rural China." *Journal of Asian Studies*. 24 : 3-43.
- จุดผ่อนปรนช่องอานม้า-อารยธรรมคนลุ่มแม่น้ำโขง. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2562, จาก http://ourmaekong.blogspot.com/2016/09/blog-post_23.html.
- แผนที่ 1 ตลาดนัดวัดแจ้ง ตลาดนัดทั่วไป. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.google.com/maps/place>.
- แผนที่ 2 แสดงที่ตั้งตลาดคลองถมเทศบาลตำบลอ่างศิลา. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.google.com/maps/place>.
- แผนที่ 3 แสดงถนนเส้นดอนจิก-โนนเลียง (2172). สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.google.com/maps>.
- แผนที่ 4 แสดงพื้นที่ตั้งของตลาดนัดช่องอานม้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.google.com/maps>.
- ราชกิจจานุเบกษา, ตอนที่ 38 เล่ม 109, 5 เมษายน 2535 น.27-52 เรื่อง พระราชบัญญัติ การสาธารณสุข พ.ศ. 2535. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 จาก <http://laws.anamai.moph.go.th/main.php>.
- ราชกิจจานุเบกษา, ตอนที่ 67 เล่ม 67, 12 ธันวาคม 2493, น. 6385 เรื่อง ตั้งชื่อทางหลวง แผ่นดินและสะพานขนาดใหญ่. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2493/D/067/6377.PDF>.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2558). *ตลาดนัด : ทางเลือกที่ชาวบ้านสร้างสรรคขึ้น*. สืบค้น เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.bangkokbiznews.com>.

สัมภาษณ์

คุณทองคำ (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา. [สัมภาษณ์].

ผู้จัดการตลาดนัด; 4 ตุลาคม 2562.

คุณนา (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา. [สัมภาษณ์].

เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอ่างศิลา; 31 สิงหาคม 2562.

คุณพร (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดคลองถมอ่างศิลา. [สัมภาษณ์].

เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอ่างศิลา; 31 สิงหาคม 2562.

คุณยายสมร (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดวัดแจ้ง. [สัมภาษณ์].

ประธานกรรมการวัดแจ้ง; 21 สิงหาคม 2562.

คุณอาทิตย์ (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดวัดแจ้ง. [สัมภาษณ์].

ผู้จัดการตลาดนัด; 21 สิงหาคม 2562.

นายชุบ (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดช่องอานม้า. [สัมภาษณ์].

อดีตหัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร; 29 สิงหาคม 2562.

พ่อธงชัย (นามสมมติ). กำเนิดและพัฒนาการของตลาดนัดช่องอานม้า. [สัมภาษณ์].

ประธานตลาดนัดฝั่งไทย; 29 สิงหาคม 2562.