

สินค้าและแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่จำหน่ายผ่านแผงลอยริมถนน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Sources and agricultural products selling through roadside stalls in the Northeast Thailand

วรมัน ไม้เจริญ¹, สุจินต์ สิมารักษ์¹, ภาสกร นันทพานิช^{2*},
อรุณี พรหมคำบุตร¹ และ เทรี แรมโบ¹

Woramon Maicharoan¹, Suchint Simaraks¹,

Phassakon Nuntapanich^{2*}, Arunee Promkhambut¹ and A.Terry Rambo¹

บทคัดย่อ: จากการสำรวจภาคสนามเบื้องต้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย พบว่า มีร้านค้าแผงลอยจำหน่ายผลผลิตสินค้าเกษตรอยู่บริเวณริมถนนทางหลวงจำนวนมาก จึงเกิดประเด็นที่น่าสนใจว่า ในภูมิภาคนี้มีธุรกิจแผงลอยริมถนนจัดตั้งอยู่ที่ใดบ้าง มีการดำเนินธุรกิจอย่างไร และมีส่วนช่วยการกระจายสินค้าเกษตรที่ผลิตในพื้นที่อย่างไร บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบตำแหน่งที่ตั้งชุมชนแผงลอย สินค้าและแหล่งผลิตสินค้าที่จำหน่ายผ่านแผงลอยริมถนนในภูมิภาคนี้ การวิจัยนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้รู้ จำนวน 3-5 คนในแต่ละชุมชนแผงลอย รวมจำนวนทั้งหมด 148 คน เส้นทางที่ใช้สำรวจ คือ ทางหลวงหมายเลข 2 ทางหลวงแผ่นดินสายประธานทุกเส้นทางในภูมิภาค และทางหลวงแผ่นดินสายรองประธาน ผลการศึกษาพบว่า มีชุมชนแผงลอยจำนวน 47 ชุมชน จำนวนแผงลอยรวมทั้งหมดประมาณ 1,100 แผงลอย ร้อยละ 57.5 เป็นชุมชนแผงลอยที่ดำเนินการจำหน่ายได้ตลอดปี ร้อยละ 76.6 เป็นสินค้าผลผลิตสด ในขณะที่ชุมชนแผงลอยในโซนพื้นที่ภูเขา มีสินค้าที่หลากหลายกว่าชุมชนแผงลอยในโซนพื้นที่ราบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แม้ว่าสินค้าไม่ได้มาจากแหล่งผลิตภายในชุมชนแผงลอย แต่เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 93.6) เป็นสินค้าที่มีแหล่งผลิตอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งแหล่งผลิตสินค้าส่วนใหญ่มีลักษณะเฉพาะตามบริบทของพื้นที่ ที่เอื้อต่อการผลิตสินค้านั้นๆ ได้แก่ ภูมินิเวศน์ หรือเป็นพื้นที่ส่งเสริมการปลูกพืช หรือมาจากความรู้และทักษะของเกษตรกรเอง จึงถือได้ว่า แผงลอยริมถนนเป็นช่องทางตลาดที่สามารถช่วยระบายและกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตที่หลากหลายในภูมิภาค ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจชุมชนที่มีการพัฒนาขึ้นจากฐานการผลิตของในชุมชนท้องถิ่น

คำสำคัญ: สินค้าเกษตร, แหล่งผลิตสินค้าเกษตร, ร้านค้าแผงลอยริมถนน

Received September 28, 2018

Accepted March 25, 2019

¹ หลักสูตรเกษตรเชิงระบบ ภาควิชาพืชศาสตร์และทรัพยากรเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002
Program on System Approaches in Agriculture, Department of Plant Science Agricultural Resources, Faculty of Agriculture, Khon Kaen University, Khon Kaen 40002, Thailand

² คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
Faculty of Agriculture, Ubonratchathani Rajabhat University, Ubonratchathani 34000, Thailand

* Corresponding author: phasakon.nuntapanich@gmail.com

ABSTRACT: From initial exploration in the northeast Thailand, it was noted that number of the roadside stalls carry mainly agricultural products has been recently increasing on the side of the national highway. This observation raised interesting questions. In this region; How the roadside stall business clusters being spread out? How the business being run? And how it helps in distribution of local agricultural products? This study aims to explore location of roadside stall clusters and to understand products and sources of products selling by roadside stall in this region. Three to five Key Informants(KIs) of each cluster were selected for semi structure interview, a total number of KIs interviewed were 148 persons. The survey was conducted along Mittraphap highway and almost all of the main roads within the region. The study reveals that there are 47 clusters with a total of approximately 1,100 stalls along the surveyed routes, 57.5 % of the roadside stall clusters operate for the whole year, 76.6% of agricultural products of are fresh products. Stall clusters in the mountainous zone carry a greater variety of products than those in the lowland zone significantly ($P<0.05$). Even the products are not always produced in roadside stall communities but 93.6% are produced within the northeast Thailand. Most of the production sites are contextually specific and reflect the products sold in the clusters such as agro-ecosystem, crop production extension area, and farmers' knowledge and skills. Therefore, roadside stalls can help the distribution of the local agricultural products to wider areas in the region. This study demonstrates roadside stalls is also an important part of the community economy based on community production.

Keywords: agricultural product, source of product, roadside stall

บทนำ

ร้านค้าแผงลอยที่จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรสามารถพบได้หลายประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา เคนย่า ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย (Aldous, 1983; Cottingham et al, 2000; Morgan and Alipoe, 2001; Yokota, 2004) รวมทั้งประเทศไทย ร้านค้าแผงลอยในแต่ละแห่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามบริบท อาจเป็นลักษณะแผงขนาดเล็กที่สามารถเคลื่อนย้ายได้หรือเป็นแผงลอยขนาดใหญ่ที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ อาจมีสินค้าเพียงบางชนิดหรือหลายชนิด อาจเป็นคนที่ชุมชนเป็นผู้จำหน่ายสินค้าหรือเป็นคนนอกชุมชนมาอาศัยเพื่อจำหน่ายสินค้าเฉพาะฤดูกาล (Cottingham et al, 2000)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 ประเทศไทยได้ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก (Falvey, 2000) ซึ่งผลของการพัฒนานี้ได้ส่งผ่านสู่เกษตรกรในประเทศ ในขณะที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ส่วนใหญ่มีฐานการผลิตข้าวโดยอาศัยน้ำฝนเป็นหลัก (Jinrawet, 1994; Haefele et al, 2005) ได้รับผลกระทบจากการพัฒนานี้เช่นกัน คือ เกษตรกรต้องพึ่งพาปัจจัยการ

ผลิตส่วนใหญ่จากภายนอก และเกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาผลผลิตได้ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นปัจจัยการผลิตหรือราคาผลผลิตล้วนเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจของพ่อค้าหรือโรงงานรับซื้อสินค้าเกษตรทั้งหมดนี้จึงทำให้เกษตรกรอยู่ในภาวะยากลำบากในเชิงเศรษฐกิจ (Falvey, 2000; Leturque and Wiggins, 2011)

อย่างไรก็ตามเกษตรกรได้ปรับตัวโดยการหารายได้เสริมทั้งจากนอกภาคการเกษตรและในภาคการเกษตร (Grandstaff et al, 2008) รวมถึงการประกอบธุรกิจเกษตรรายย่อยในท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆได้เกิดขึ้น (สมคิด, 2543) เกษตรกรมีการจำหน่ายสินค้าผ่านหลายช่องทาง เช่น การเช่าแผงและจำหน่ายผลผลิตในตลาดชุมชน การนำผลผลิตบรรทุกใส่รถปิ๊กอัพจอดขายในตลาด หรือเกษตรกรเองที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตเพื่อนำไปขายที่ตลาดในและนอกพื้นที่ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2553)

สินค้าเกษตรของเกษตรกรรายย่อยดังกล่าวข้างต้นมี 2 ลักษณะ ได้แก่ สินค้าเกษตรที่เป็นวัตถุดิบหรือสินค้าขั้นปฐมภูมิ เช่น ข้าวกล้องบรรจุถุง ผักและผลไม้สด เนื้อสัตว์ ดอกไม้ และสินค้าเกษตรที่ผ่านกระบวนการแปรรูป เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร ผักและผลไม้แปรรูป (สมคิด, 2543) และยังพบรูปแบบของการขายผลผลิตผ่านแผงลอยริมถนนทางหลวง ซึ่ง

รูปแบบการขายแบบนี้ได้มีการรายงานโดย ปิ่นวดี และพัชรี (2556) ในประเด็นวิถีชีวิตของผู้ค้าริมทางหลวงในจังหวัดอุบลราชธานี แต่ยังไม่มีการศึกษาร้านค้าแผงลอยริมถนนในระดับภูมิภาค

จากการเดินทางสำรวจเบื้องต้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามทางหลวงหลัก(ถนนมิตรภาพ) และถนนทางหลวงแผ่นดินสายประธานพบว่า มีแผงลอยจำหน่ายสินค้าเกษตรริมถนนเกิดขึ้นจำนวนมาก และจากการสัมภาษณ์ชุมชนแผงลอยบางแห่งยังพบว่าผู้ค้าแผงลอยมีอาชีพเป็นเกษตรกร จึงเกิดประเด็นที่น่าสนใจว่า ในภูมิภาคนี้มีธุรกิจแผงลอยริมถนนจัดตั้งอยู่ที่ใดบ้าง มีการดำเนินธุรกิจอย่างไร และมีส่วนช่วยการกระจายสินค้าเกษตรที่ผลิตในพื้นที่อย่างไร บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบตำแหน่งที่ตั้งชุมชนแผงลอยสินค้าและแหล่งผลิตสินค้าที่จำหน่ายในภูมิภาคนี้ ซึ่งความรู้ในมิติดังกล่าวจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องที่มีหน้าที่หนุนเสริมการระบายผลผลิตการเกษตรจากท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

วิธีการศึกษา

ร้านค้าแผงลอยในการศึกษานี้ หมายถึงร้านค้าแผงลอยที่ตั้งอยู่บริเวณไหล่ทางริมถนน

ทางหลวงที่จำหน่ายสินค้าเกษตร และคำว่า ชุมชนแผงลอย (Cluster) หมายถึง มีจำนวนร้านค้าแผงลอยรวมกันตั้งแต่ 4 แผงลอยขึ้นไปจำหน่ายสินค้าหลักชนิดเดียวกัน ซึ่งไม่นับรวมร้านค้าแผงลอยที่มีลักษณะเป็นร้านอาหารและร้านค้าแผงลอยที่ตั้งอยู่ในสถานบริการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงและการจำหน่ายสินค้าในลักษณะบรรทุกสินค้าใส่ท้ายรถกระบะที่จอดริมถนน

ผู้วิจัยได้สำรวจเส้นทางระหว่างเดือนกันยายน 2557 ถึงเดือนมกราคม 2558 เส้นทางในการศึกษาชุมชนแผงลอย ได้แก่ 1) ทางหลวงหมายเลข 2 คือ ถนนมิตรภาพ 2) ทางหลวงแผ่นดินสายประธานในภูมิภาค (ทางหลวงที่มีหมายเลขสองตัว) ได้แก่ ทางหลวงหมายเลข 12, 21, 22, 23, 24 และ 3) ทางหลวงแผ่นดินสายรองประธานที่เป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างจังหวัด (ทางหลวงที่มีหมายเลขสามตัว) ได้แก่ ทางหลวงหมายเลข 201, 203, 210, 211, 212, 213, 223, 226,304 เส้นทางดังกล่าวได้ถูกจัดประเภทและระบุหมายเลขโดยกรมทางหลวง (2556) ซึ่งเส้นทางเหล่านี้ถือว่าเป็นเส้นทางหลักที่ประชาชนใช้สัญจรระหว่างจังหวัดเส้นทางที่เลือกแสดงไว้ใน Figure 1

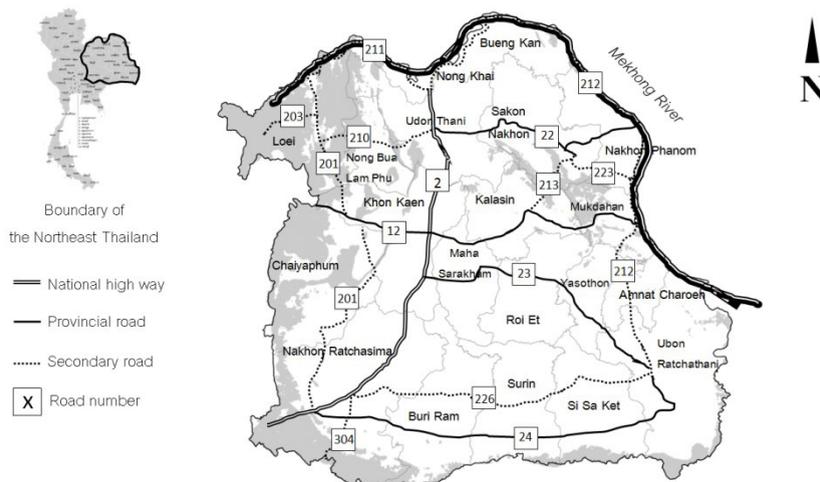


Figure 1 Selected routes for roadside stall survey.

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประเมินชนบทอย่างเร่งด่วน (สุจินต์ และสุเกสิณี, 2530) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีกรอบประเด็นคำถาม (Sub-topic) ที่สร้างจากกรอบตามแนวคิดธุรกิจการเกษตร (สมคิด, 2543) และเพิ่มเติมประเด็นอื่นๆตามปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูล ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้รู้ (Key informants) จำนวน 3-5 คนในแต่ละชุมชนแฝงลอยที่ถูกระบุโดยผู้ค้าแฝงในชุมชนแฝงลอยนั้นๆ จำนวนผู้รู้ที่ถูกรับสัมภาษณ์ในการศึกษานี้ มีจำนวน 148 คน เกณฑ์ในการเลือกผู้รู้ ได้แก่ เป็นผู้ที่มีส่วนในการเริ่มจัดตั้งแฝงลอยในชุมชนนั้นๆ เป็นบุคคลที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและแฝงลอย และเป็นผู้อาศัยในชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ กรอบประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แผนที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเครื่องระบุตำแหน่ง (Global Positioning System : GPS) เพื่อบันทึกพิกัด

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้มีข้อค้นพบสำคัญเพื่อนำไปต่อบวัตอุปสงค์ ได้แก่ การเกิดชุมชนแฝงลอย ตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนแฝงลอย ฤดูกาลในการจำหน่ายสินค้าของชุมชนแฝงลอย ประเภทของสินค้าและแหล่งผลิตสินค้าเกษตรของชุมชนแฝงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีรายละเอียดดังนี้

การเกิดชุมชนแฝงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลที่ได้จากผู้รู้ทั้งหมดแสดงว่าชุมชนแฝงลอยเริ่มต้นจากมีคนในชุมชนนำสินค้าที่มาจากการผลิตของตนเองหรือรับซื้อ (ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่หาได้จากในชุมชน) นำมาลองจำหน่ายโดยการตั้งแฝงลอยขนาดเล็กบริเวณริมถนน และเมื่อมีผลกำไรและสามารถดำเนินธุรกิจได้ จึงทำให้คนอื่นๆในชุมชนสนใจร่วมและกลายเป็นชุมชนแฝงลอย(cluster) ในขณะที่แฝงลอยที่มีโครงสร้างขนาดเล็กอาจพัฒนาเป็นแฝงลอยที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่ขึ้นเพราะผู้ค้าต้องการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น และอาจมีการจัดตั้งชุมชนแฝงลอยโดยผู้ค้า

มาจากหมู่บ้านเดียว หรือผู้ค้าจากหลายหมู่บ้าน สินค้าที่จำหน่ายอาจมีความหลากหลายมากขึ้นหรือมีการเปลี่ยนแปลงชนิดสินค้า ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่แตกต่างกันตามบริบทที่ชุมชนแฝงลอยริมทางจัดตั้งอยู่

ตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนแฝงลอยที่จำหน่ายสินค้าเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการบันทึกที่ระหว่างการสำรวจชุมชนแฝงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า มีชุมชนแฝงลอยจำนวน 47 ชุมชน จำนวนร้านค้าแฝงลอยรวมทั้งหมดประมาณ 1,100 แห่ง (Figure 2) และยังคงพบว่าตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนแฝงลอยสามารถแบ่งออกเป็น 2 โซน ตามลักษณะความสูงจากระดับน้ำทะเล ได้แก่ โซนพื้นที่เป็นภูเขา(มากกว่า 300 เมตร) มีชุมชนแฝงลอยจำนวน 10 ชุมชน (ชุมชนแฝงลอยหมายเลข 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 21 และ 47) และมีจำนวนร้านค้าแฝงลอยทั้งหมด 223 แห่งในขณะที่โซนพื้นที่ราบ (ต่ำกว่า 300 เมตร) มีชุมชนแฝงลอยจำนวน 37 ชุมชน และมีจำนวนร้านค้าแฝงลอยทั้งหมด 838 แห่ง จำนวนร้านค้าในชุมชนแฝงลอยจะมีจำนวนมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขช่วงเวลา กล่าวคือ จำนวนร้านค้าแฝงลอยมีมากในช่วงเทศกาลโดยเฉพาะเทศกาลปีใหม่และเทศกาลสงกรานต์ รองลงมาในช่วงสุดสัปดาห์ (ศุกร์-อาทิตย์) และช่วงวันทำงาน (จันทร์-พฤหัสบดี) เป็นช่วงเวลาที่มียอดจำหน่ายร้านค้าแฝงลอยน้อยกว่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาทั้งสองข้างต้น

ตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนแฝงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เมื่อพิจารณาพร้อมกับแผนที่แสดงปริมาณการเดินทางบนทางหลวงในปี 2557 (กรมทางหลวง, 2558) พบว่า ความหนาแน่นของปริมาณการเดินทางบนทางหลวงกับจำนวนชุมชนแฝงลอยและจำนวนร้านค้าแฝงลอยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ถนนแจ้งสนิท (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 23) ที่มีชุมชนแฝงลอย 7 ชุมชน มีจำนวนร้านค้าแฝงลอยทั้งหมด 172 แห่ง (ชุมชนแฝงลอยหมายเลข 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 จัดตั้งอยู่) ซึ่งถนนทางหลวงเส้นนี้ เป็นเส้นทางหลักที่เป็นทางผ่านหลายจังหวัด และมีปริมาณรถยนต์สัญจร

จำนวนมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับ ถนนชยางกูร (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 212) เป็นเส้นทางเลียบฝั่งโขงจากจังหวัดหนองคายไปยังจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีจำนวนชุมชนแผงลอยเพียง 4 ชุมชน มีจำนวนร้านค้าแผงลอยทั้งหมด 62 แผงลอย (ชุมชนแผงลอยหมายเลข 25, 26, 27, 28) ถือว่ามีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับเส้นทางหลวงแผ่นดินอื่นๆในโซนพื้นที่ราบ

ในขณะที่เดียวกันในโซนพื้นที่เป็นภูเขา แม้ว่าจะมีความหนาแน่นของปริมาณการเดินทางน้อยกว่า

แต่มีชุมชนแผงลอยจัดตั้งในโซนนี้เนื่องจากเป็นเส้นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูเรือในจังหวัดเลย วังน้ำเขียวในจังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติภูพานที่ถือว่าเป็นจุดพักรถของนักเดินทางอีกด้วย

ทั้งหมดนี้ผู้ค้าแผงลอยทั้งสองโซนมีมุมมองที่สอดคล้องกันว่า ลูกค้าของพวกเขาเปรียบเสมือนปริมาณผู้เดินทางสัญจรโดยรถยนต์ผ่านเส้นทางดังกล่าว ยังมีปริมาณผู้เดินทางมากยิ่งเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น

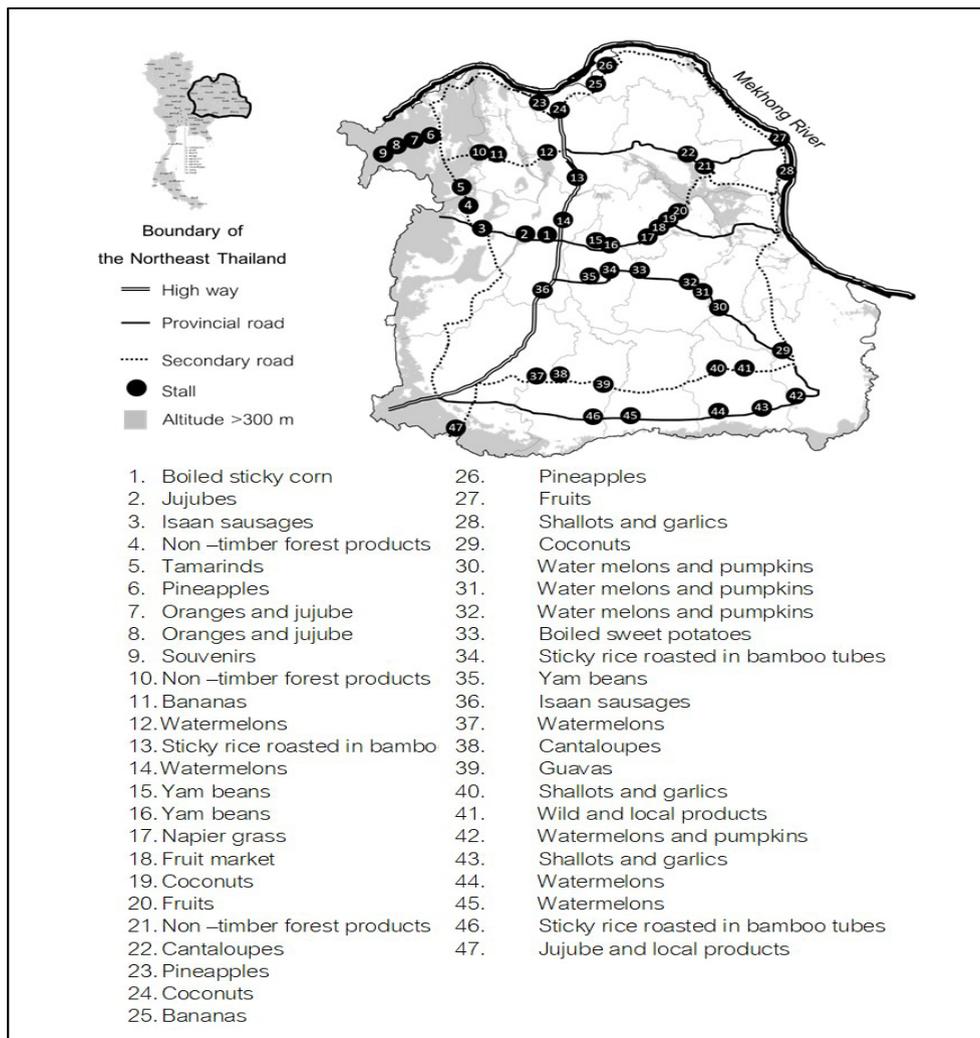


Figure 2 Location of roadside stall clusters and list of main products carried in stalls in Northeast Thailand (survey in September 2014- January 2015).

ฤดูกาลในการดำเนินการจำหน่ายสินค้าเกษตรของร้านค้าแผงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การดำเนินการจำหน่ายสินค้าได้ตลอดปีหรือเฉพาะฤดูกาลขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า ในชุมชนแผงลอยทั้งหมดมีกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 57.5) เป็นชุมชนแผงลอยที่ดำเนินการจำหน่ายได้ตลอดปี เพราะสินค้าชนิดนั้นสามารถผลิตได้ตลอดปี หรือผู้ค้าแผงมีความสามารถในการหาสินค้าชนิดเดียวกันจากแหล่งผลิตอื่นมาจำหน่าย เช่น ชุมชนแผงลอยจำหน่ายข้าวโพดต้มที่จังหวัดขอนแก่น (ชุมชนแผงลอยหมายเลข 1) ที่รับซื้อข้าวโพดจากจังหวัดชัยภูมิมาเสริมเพื่อให้จำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง หรือผู้ค้าแผงสามารถหาสินค้าชนิดอื่นมาเติมเต็มเพื่อสร้างความหลากหลายให้ร้านค้าตนเอง ในขณะที่มีชุมชนแผงลอยที่ดำเนินการได้เฉพาะฤดูกาลคิดเป็นร้อยละ 42.5 กลุ่มนี้เป็นสินค้าประเภทที่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เพียงบางช่วง ส่วนใหญ่จำหน่ายได้ในช่วง เดือนตุลาคม-มกราคม แต่ถือได้ว่าผลผลิตออกตรงกับช่วงวันหยุดเทศกาลหลายช่วง ได้แก่ วันออกพรรษา วันปิยมหาราช วันพ่อแห่งชาติ(วันคล้ายวันพระราชสมภพ รัชกาลที่ 9) วันรัฐธรรมนูญ และช่วงเทศกาลปีใหม่ ซึ่งจำนวนช่วงเทศกาลนี้สามารถเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายของผู้ค้าแผงได้มากขึ้น

ประเภทของสินค้าเกษตรของร้านค้าแผงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สินค้าที่จำหน่ายในแต่ละชุมชนแผงลอยพบว่า ร้อยละ 76.6 เป็นชุมชนแผงลอยที่จำหน่ายสินค้าเกษตรที่ไม่ผ่านการแปรรูป ได้แก่ มันแกว สับปะรด พุทรา มะพร้าว ส้ม กัลยหอม แตงโม แตงไทย ฟักทอง แก้วมังกร แคนตาลูป มะขามหวาน หอมและกระเทียม และผลไม้อื่นๆ และร้อยละ 17 ของชุมชนแผงลอยที่จำหน่ายสินค้าผ่านการแปรรูป ได้แก่ ข้าวโพดต้ม มันเทศต้ม หม่าและไส้กรอก ข้าวหลาม ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 6.4 เป็นชุมชนแผงลอยที่จำหน่ายสินค้าของปามีมาจากนิเวศของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งมีสินค้าหลายชนิด เช่น หน่อไม้ เห็ด น้ำผึ้ง ขี้ใต้ มะพร้าว กัลย ฟักทอง พักหวาน หวาย

เมื่อพิจารณาจำนวนชนิดสินค้าที่จำหน่ายในชุมชนแผงลอยต่างๆ โดยการนับชนิดสินค้าหลักในแต่ละชุมชนแผงลอย พบว่า ชุมชนแผงลอยในโซนพื้นที่เป็นภูเขามีจำนวนสินค้าหลักเฉลี่ย 7.8 ± 5.9 ชนิด ในขณะที่โซนพื้นที่ราบ มีจำนวนสินค้าหลักเฉลี่ย 2.5 ± 2.8 ชนิด ดังนั้นสินค้าที่จำหน่ายในแผงลอยที่ตั้งอยู่บริเวณภูเขาจึงมีความหลากหลายมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญ (Table 1) ซึ่งสาเหตุอาจมาจากดินบริเวณโซนพื้นที่ภูเขามีความอุดมสมบูรณ์และนิเวศเอื้อให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพมากกว่า

Table 1 Variety of products per roadside stall cluster in mountainous and low land zones

Type of zone	No. of stall cluster	Mean of product per stall cluster	S.D.	T	Sig
Mountainous zone	10	7.8	5.9	2.70*	0.02
Low land zone	37	2.5	2.8		

*Significant value $P < 0.05$

แหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่จำหน่ายผ่านชุมชนแผงลอยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เมื่อพิจารณารายชื่อแหล่งผลิตสินค้าเกษตรในชุมชนแผงลอย แสดงใน Table 2 พบว่าเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 93.6 หรือ 44 ชุมชน) มีแหล่ง

ผลิตอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และยังพบว่าร้อยละ 68.2 หรือ 30 ชุมชน (จากกลุ่มร้อยละ 93.6) เป็นสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตภายในจังหวัดที่ชุมชนแผงลอยนั้นๆจัดตั้งอยู่ แต่ทุกชุมชนข้างต้นไม่ใช่ชุมชนแผงลอยที่ผลิตสินค้าและจำหน่ายสินค้านั้น

ด้วยตนเอง (farmers-to-consumer direct market) แต่กลับเป็นผู้ค้ารายย่อยที่รับสินค้าจากเกษตรกรผู้ผลิตมาจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง

แหล่งผลิตสินค้าที่เป็นผลผลิตสดส่วนใหญ่มีลักษณะภูมิโนเวศน์เฉพาะที่เอื้อในการผลิต มีลักษณะเฉพาะบางอย่างตามบริบทของพื้นที่แหล่งผลิตสินค้านั้นๆ ยกตัวอย่าง เช่น สภาพพื้นที่ภูเขาที่เอื้อต่อผักและผลไม้หรือสินค้าป่าหลายชนิดจึงทำให้มีการจำหน่ายสินค้าที่หาได้จากป่าหรือปลูกในพื้นที่ภูเขา (ในชุมชนแผงลอยหมายเลข 4, 10, 21 และ 41) หรือในพื้นที่อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนครซึ่งเป็นแหล่งผลิตแคนตาลูปและแตงโมสำคัญที่กระจายผลผลิตเหล่านี้ไปสู่ชุมชนแผงลอยในพื้นที่ (หมายเลข 21) และชุมชนแผงลอยอื่นนอกพื้นที่ (หมายเลข 12, 14, 18, 20, 21, 22, 30, 31 และ 32) รวมถึงส่งจำหน่ายตลาดประเภทอื่นๆทั่วภูมิภาค หรือพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภูและพื้นที่จังหวัดหนองคายที่เป็นแหล่งผลิตกล้วยหอมจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าและส่งออกต่างประเทศจึงทำให้เกิดช่องทางตลาดชุมชนแผงลอย

ในพื้นที่เหล่านั้น (หมายเลข 11 และ 25) หรือชุมชนแผงลอยจำหน่ายมันแกว (หมายเลข 15, 16 และ 35) ที่มาจากแหล่งผลิตในอำเภอบรบือซึ่งถือว่าเป็นผลผลิตที่มีชื่อเสียงในจังหวัดมหาสารคาม หรือชุมชนแผงลอยที่จำหน่ายหอมแดงและกระเทียมที่มาจากแหล่งผลิตในจังหวัดศรีสะเกษ ในขณะที่ชุมชนแผงลอยที่จำหน่ายสินค้าแปรรูป ได้แก่ หม่าและข้าวหลาม (หมายเลข 3, 13, 34, 36 และ 46) แม้ว่าการผลิตจะใช้วัตถุดิบและส่วนประกอบที่อาจหาได้จากตลาดทั่วไป แต่จุดเด่นของชุมชนแผงลอยเหล่านี้ คือ ต้นทุนภูมิปัญญาในการประกอบอาหารและต้นทุนด้านสังคมที่ประกอบธุรกิจเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะชุมชนแผงลอยจำหน่ายข้าวหลามที่อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี และ ชุมชนแผงลอยจำหน่ายหม่าที่อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ในขณะที่ชุมชนแผงลอย (หมายเลข 19, 24 และ 29) ที่นำสินค้าจากนอกภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาขาย คือ มะพร้าวน้ำหอม จากแหล่งผลิตที่จังหวัดนครปฐม และสมุทรสาครซึ่งถือว่าเป็นแหล่งผลิตมะพร้าว น้ำหอมที่สำคัญของประเทศไทย

Table 2 List of products and sources of products selling by the roadside stalls in Northeast Thailand

Stall number	Main product	Source of product by province
1	Boiled sticky corn	Khon Kaen, Chaiyaphum
2	Jujubes	Khon Kaen
3	Isaan sausages	Chaiyaphum
4	Non-timber forest products	Loei, Nong Bua Lam Phu
5	Tamarinds	Loei, Petchabun
6	Pineapples	Loei
7	Oranges and jujubes	Loei
8	Oranges and jujubes	Loei
9	Souvenirs	Loei
10	Non-timber forest products	Loei
11	Bananas	Nong Bua Lam Phu
12	Watermelons	Kalasin, Nakhon Ratchasima, Sakon Nakhon
13	Sticky rice roasted in bamboo tubes	Local market, Loei, Nong Bua Lam Phu
14	Watermelons	Sakon Nakhon, Kalasin
15	Yam beans	Maha Sarakham
16	Yam beans	Maha Sarakham
17	Napier grasses	Kalasin
18	Fruits	Sakon Nakhon, Kalasin, Roi Et, Fruit market center
19	Coconuts	Nakhon Pathom, Samut Sakhon
20	Fruits	Sakon Nakhon, Kalasin, Roi Et, Fruit market center

Table 2 List of products and sources of products selling by the roadside stalls in Northeast Thailand (cont.)

Stall number	Main product	Source of product by province
21	Non-timber forest products	Sakon Nakhon, Roi Et
22	Cantaloupes	Sakon Nakhon
23	Pineapples	Nong Khai
24	Coconuts	Nakhon Pathom, Samut Sakhon
25	Bananas	Nong Khai, Pathum Thani
26	Pineapples	Nong Khai
27	Fruits	Nakhon Pathom
28	Shallots and garlics	Nakhon Pathom, Sa Kaeo
29	Coconuts	Nakhon Pathom, Samut Sakhon
30	Watermelons and pumpkins	Yasothon, Amnat Charoen, Sakon Nakhon, Kalasin
31	Watermelons and pumpkins	Yasothon, Amnat Charoen, Sakon Nakhon, Kalasin
32	Watermelons and pumpkins	Yasothon, Amnat Charoen, Sakon Nakhon, Kalasin
33	Boiled sweet potatoes	Roi Et
34	Sticky rice roasted in bamboo tubes	Maha Sarakham
35	Yam beans	Maha Sarakham
36	Isaan sausages	Khon Kaen
37	Watermelons	Kalasin, Nakhon Ratchasima, Sakon Nakhon
38	Cantaloupes	Nakhon Ratchasima
39	Guavas	Buri Ram
40	Shallots and garlics	Si Sa Ket
41	Wild and local products	Ubon Ratchathani, Si Sa Ket, Sa Kaeo
42	Watermelons and pumpkins	Ubon Ratchathani
43	Shallots and garlics	Si Sa Ket, Sakon Nakhon
44	Watermelons	Si Sa Ket
45	Watermelons	Si Sa Ket
46	Sticky rice roasted in bamboo tubes	Buri Ram
47	Jujubes and local products	Nakhon Ratchasima

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า มีชุมชนแผงลอย 47 ชุมชน จำนวนแผงลอยรวมทั้งหมดประมาณ 1,100 แผง ซึ่งส่วนหนึ่งได้จัดตั้งบนถนนที่เป็นเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวภูเขาต่างๆในภูมิภาค และมีการจัดตั้งชุมชนแผงลอยจำนวนมากอยู่บริเวณเส้นทางหลักระหว่างจังหวัดที่มีรถสัญจรปริมาณมาก ในขณะที่ชนิดของสินค้าเกษตรมักสัมพันธ์กับลักษณะเฉพาะพื้นที่ หรือความชำนาญของผู้ผลิต เช่น แหล่งที่ได้รับการส่งเสริมมาก่อนหรือเอกชนเป็นผู้ผลิต ช่องทางตลาดนี้เกิดจากผู้ค้าแผงลอยที่มองเห็นโอกาสจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่

เน้นความสะดวกสบาย และความสามารถของผู้ค้าเองที่จัดหาสินค้าเพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านรูปแบบแผงลอยริมถนน ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่ช่วยระบายและกระจายสินค้าที่ผลิตจากชุมชนไปสู่จังหวัดอื่นๆในภูมิภาค ถึงแม้ว่าสินค้าจะไม่ได้มาจากแหล่งผลิตภายในจังหวัดที่ชุมชนแผงลอยนั้นๆจัดตั้งอยู่ทั้งหมด แต่ถือเป็นฐานการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญตลอดมาของเกษตรกรในภูมิภาคในการก้าวสู่ผู้ประกอบการและเชื่อมโยงกับการผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจที่โยงกับเศรษฐกิจชุมชนอย่างใกล้ชิด ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาในเชิงเศรษฐศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับระบบการผลิตสินค้าเกษตรในท้องถิ่น และระบบการขนส่ง

ของสินค้าเกษตรในท้องถิ่นสู่ร้านค้าแผงลอย เพื่อแสดงให้เห็นว่าระบบร้านค้าแผงลอยริมถนนมีส่วนต่อให้ไร่นาเชิงเศรษฐกิจครัวเรือน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาการผลิตและการตลาดของชุมชน

คำขอบคุณ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากโครงการ The Agrarian Transformation in Northeast Thailand (BRG5680008) สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) และทุนอุดหนุนและส่งเสริมการทำวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น รหัสทุน 58132105

เอกสารอ้างอิง

กรมทางหลวง. 2556. ระบบหมายเลขทางหลวง. แหล่งข้อมูล : <http://www.doh.go.th/doh/th/details/old-boss-2/num-highway.html>. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2556.

กรมทางหลวง. 2558. แผนที่แสดงปริมาณการเดินทางบนทางหลวง ปี 2557. แหล่งข้อมูล : <http://bhs.doh.go.th/files/VK/map/57/Northeast%20VK57.pdf>. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2559.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2553. ถอดบทเรียนตลาดชุมชนสินค้าเกษตร: กรณีตลาดดอนแขวง ต.สุขไพบูลย์ อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา. แหล่งข้อมูล: <http://www.research.doae.go.th/webphp/filepdf/marketDonkan53.pdf>. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2560.

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณและพัชรีย์ พิจิตร. 2556. ชีวิตผู้ค้าริมทางกับเศรษฐกิจนอกระบบ. ใน: อีสานลาว-ขแมร์ศึกษา ในกรอบประชาคมอาเซียน 28-29 พฤศจิกายน 2556. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.

สมคิด ทักษิณวิสุทธิ. 2543. ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุจินต์ สิมารักษ์ และสุเกศินี สุภีระ. 2530. คู่มือวิธีการประเมินสภาวะชนบทอย่างเร่งด่วน. โครงการวิจัยระบบการทำฟาร์ม คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

Aldous, D. 1983. A profile of cut flower purchases in Victoria, Australia. *Acta Horti* 135: 365-372.

Cottingham, J., J. Hovland, J. Lenon, T. Roper, and C. Techtmann. 2000. Direct Marketing of Farm Produce and Home Goods. Available: <http://learningstore.uwex.edu/assets/pdfs/A3602.pdf>. Accessed Dec. 15, 2016.

Falvey, L. 2000. Thai Agriculture: Golden Cradle of Millennia. Available: <http://www.mekonginfo.org/assets/midocs/0002248-farming-thai-agriculture-golden-cradle-of-millennia.pdf>. Accessed Feb. 20, 2015.

Grandstaff, T.B., S. Grandstaff, V. Limpinuntana, and N. Suphanchaimat. 2008. Rainfed revolution in northeast Thailand. *Southeast Asian studies*. 46(3): 289-376.

Haefele, S.M., K. Naklang, D. Harnpichitvitaya, S. Jearakongman, E. Skulkhu, P. Romyen, S. Phasopa, S. Tabtim, D. Suriya, S. Khunthasuvon, D. Kraisorakul, P. Youngsuk, S. Amarante, and J. Wade. 2005. Factors affecting rice yield and fertilizer response in rainfed lowlands of northeast Thailand. *Field Crops Research*. 98(1): 39-51.

Jinrawet, A. 1994. A decision support system for rapid assessment of lowland rice-based cropping alternatives in Thailand. *Agricultural system*. 47(2): 245-258.

Leturque, H., and S. Wiggins. 2011. Thailand's progress in agriculture: Transition and sustained productivity growth. Overseas Development Institute, United Kingdom.

Morgan, T., and D. Alipoe. 2001. Factors of affecting the number and type of small-farm direct marketing outlets in Mississippi. *Journal of Food Distribution Research*. 32(1): 125-132.

Yokota, T. 2004. Guidelines for roadside station michinoeki. Available: http://www.worldbank.org/...%20docs/01_Intro-Note6.pdf. Accessed Dec. 20, 2016.