



# ตลาดและเครือข่ายทางสังคมในพื้นที่ทางวัฒนธรรม<sup>1</sup>

ชินสัคค สุวรรณอัจฉริย<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์งานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อศึกษานิค ประเภท ของตลาดในท้องถิ่นในอีสานใต้ ว่ามีกี่แบบ เพื่อศึกษาวิธีการสร้างตลาดที่ทำให้เกิดพลังของท้องถิ่นและเพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในท้องถิ่น ผลจากการวิจัยพบว่าตลาดและเครือข่ายในรูปแบบตลาดกลุ่มชาติพันธุ์และตลาดแบบเครือข่ายธุรกิจมีความสามารถทำให้เกิดความมั่นคงของท้องถิ่น เพราะได้แสดงถึงการช่วยเหลือในการประกันทรัพยากรที่จำเป็นและประกันกิจกรรมทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้แสดงบทบาทที่สำคัญอย่างมากคือการเคลื่อนย้ายทรัพยากรระหว่างครัวเรือนบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนที่ไม่เท่าเทียมกันและทำให้ท้องถิ่นมีความมั่นคง

คำสำคัญ : เครือข่ายทางสังคม ตลาด พื้นที่ทางวัฒนธรรม ต้นทุนดำเนินการ ทุนทางสังคม

## Abstract

The aim of this research was to investigate the type of local market in the southern I-san, the process of setting up the market that made the local people have power, as well as the relationship pattern of local people. As a result of research it was found that the market and a social network exists in the form of the market of ethnos and the market of a business network and promotes strengthening of local community as assists in maintenance with the necessary resources and provides economic activities. Besides play very important role in interfamily transfers stability carried out on the basis of nonequivalent exchanges.

**Keywords** : social network., market., space of culture., transaction cost., social capital.

<sup>1</sup> ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สัญญาเลขที่ RDG4840001

<sup>2</sup> Ph.d.(Political Economics) ศศ.ดร., คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

E-mail: chinusak2000@yahoo.com

## บทนำ

ความเคลื่อนไหวของภาคครัวเรือนในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศในปัจจุบันมุ่งเน้นการให้ความสำคัญแก่ตนเองในระดับครัวเรือนเพียงว่า จะผลิตและนำสินค้าไปจำหน่ายในระบบตลาด และซื้อสินค้าจากระบบตลาดมาสู่ครัวเรือน เพื่อเอาตัวรอด สิ่งที่เกิดขึ้น ทำให้ครัวเรือนตกอยู่ภายใต้ระบบตลาดอย่างสิ้นเชิง ต้องพึ่งพา และไม่มีอำนาจควบคุมระบบตลาด หากปล่อยให้ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้พัฒนาต่อไปตามธรรมชาติ จะก่อให้เกิดความยุ่งยาก และเกิดวิกฤติท้องถิ่น โดยเฉพาะเมื่อชุมชน/ท้องถิ่นต้องปะทะกับบริบทความสัมพันธ์ภายนอก ทั้งที่ยังไม่พร้อม และมีข้อจำกัดในการปรับตัว ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องปรับความสัมพันธ์ของระบบตลาดใหม่ โดยมุ่งไปที่ “ความหมายของตลาด” ที่ไม่ใช่มุมมองของการค้าขาย หรือการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวเหมือนที่ผ่านมา

## วิธีวิทยา

คำถามว่าตลาดและเครือข่ายทางสังคมเป็นอย่างไร? ความคิดของผู้วิจัยเข้าใจว่าตลาดเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเจ้าภาพเศรษฐกิจ (Subject of an economy) ในกรอบของการสร้างค่านิยม กฎเกณฑ์ โดยสามารถพัฒนาให้เป็นสถาบันที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ธรรมชาติที่สร้างขึ้นสามารถเห็นเจ้าภาพเศรษฐกิจและแรงขับเคลื่อนในกิจกรรมซึ่งตรงนี้มี ความสำคัญอย่างมากของแรงกระตุ้นทางเศรษฐกิจ คือ

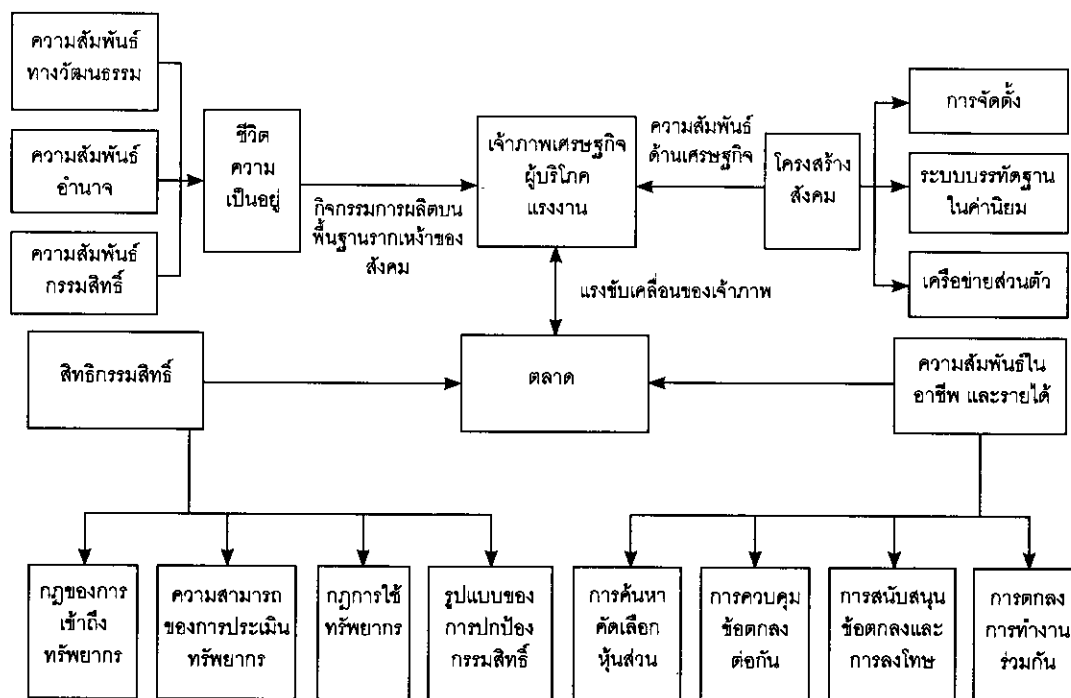
1. ความผูกพันในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หมายถึง ชีวิตความเป็นอยู่ที่ถูกพิจารณา เสมือนเป็นความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและอำนาจที่มีความผูกพันในตัวเอง [Paдaев B.B, 2005:74-78]
2. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจได้ยื่นอยู่บนความหลากหลายของโครงสร้างสังคมคือการจัดตั้ง

ระบบบรรทัดฐานค่านิยมในสังคม เครือข่ายระหว่างบุคคล สามารถปลูกให้เข้าสู่กิจกรรมได้ในแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยไม่ได้กำหนดแค่ความหมายของค่าใช้จ่ายที่ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าอย่างเดียวก่อเกิดขึ้นมาจากองค์ประกอบ 3 ส่วน พื้นฐานคือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การบังคับและบรรทัดฐานทางสังคม (Эльстер Ю., 1993:73-91) อันจะนำมาสู่การศึกษาตลาดในสถานการณ์ปัจจุบัน (ดูแผนผังวิธีการศึกษาตลาดและเครือข่ายทางสังคม)

ดังนั้นเราสามารถเข้าถึงเรื่องของตลาดได้ในการวิจัยคือ การตีความผ่านข้อจำกัดของค่านิยม กฎเกณฑ์ที่สามารถใช้ได้ตามเวลาและสถานที่ซึ่งอยู่ในการกำกับ ติดตามโดยเจ้าภาพเศรษฐกิจ ซึ่งในส่วนนี้ต้องคลี่คลายปัญหาใน 2 ประเด็น คือสิทธิในกรรมสิทธิ์และความสัมพันธ์ในกิจกรรม (สัญญา) โดยสิทธิในกรรมสิทธิ์นั้นได้ถูกกำหนดบนเงื่อนไขกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ประกอบด้วย กฎของการเข้าถึงทรัพยากรความสามารถในการประเมินค่าทรัพยากร สิทธิในการใช้ทรัพยากร รูปแบบของการปกป้องผลประโยชน์เงื่อนไขที่เกิดขึ้นไม่ใช่แค่ความหมายของการผลิตสินค้า ทรัพยากร แต่รวมทั้งในสิทธิในกรรมสิทธิ์ การประเมินค่าทรัพยากร การปกป้องทรัพยากรของตนเอง นอกจากนั้น เกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคมในเงื่อนไขของการกระทำร่วมกันโดยปัจเจกระหว่างเจ้าภาพเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย การค้นหาและการคัดเลือกหุ้นส่วนในกิจกรรม การตกลงในข้อสัญญาในการเข้าร่วมกิจกรรม การควบคุมและการติดตามข้อตกลงในการทำงาน การสนับสนุนกิจกรรมและการลงโทษของหุ้นส่วน [Paдaев B.B, 2001:109-130]

การศึกษาตลาดในท้องถิ่นให้ความสำคัญในการวิเคราะห์ที่เน้นลงไปหน่วยวิเคราะห์ของบุคคล ในความสัมพันธ์ทางสังคมของการเข้าถึงทรัพยากร โดยมีเขตแดนของกฎ กติกา และบรรทัดฐานทางสังคมกำหนดไว้ตามพื้นที่และเวลา ทำให้เข้าใจว่า

### ตลาดคือเป้าหมายของการค้นคว้า



การเข้าร่วมกิจกรรมเศรษฐกิจและการสนับสนุนความสามารถในชีวิตของชุมชนนั้นไม่สามารถหยัดได้ อย่างมีตำแหน่งโดยตนเอง ซึ่งต้องมีการเคลื่อนย้าย ตลอดเวลาตามละแวกหรือท้องถิ่นตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่ในประวัติศาสตร์และตรรกะของการเอาตัวรอด นอกจากนั้นต้องเผชิญหน้าหรือปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มต่างชาติพันธุ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ทั้งจากเหตุผลภายในพื้นที่และปัจจัยภายนอก เพราะที่ผ่านมานั้นประวัติศาสตร์ของความสัมพันธ์กิจกรรมมักถูกอธิบายจากการเกือกลูกกันด้านเดียวโดยไม่มีความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนเพื่อแก้ไขปัญหการขาดแคลนทรัพยากรและเครื่องมือการผลิต [ฉัตรทิพย์, 2541:241-250]

การเกิดขึ้นของตลาดจึงให้ความเข้าใจของผู้เข้าร่วมในตลาดและการแลกเปลี่ยนกันในตลาดและอัตลักษณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นไม่ใช่เฉพาะเรื่อง

ธรรมชาติของความสามารถที่มีอยู่อย่างเดียว (รูปแบบกรรมสิทธิ์ ความเชี่ยวชาญของแรงงาน ชื่อสินค้าที่จำหน่าย) แต่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งของตนเองในเครือข่าย คือ **หุ้นส่วนคือใคร ตัวตนของหุ้นส่วน** คือผู้ผลิตทุกคนมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้า การลงทุนในสถาบันและโครงสร้างพื้นฐานของตัวแทน การควบคุมหน่วยงานและการดูแลโครงสร้างความสัมพันธ์แบบนี้ได้ช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล การแก้ไขความขัดแย้ง เพิ่มระดับความเชื่อถือ การสร้างให้เกิดการยอมรับในชื่อเสียง รวมทั้งโครงสร้างของเครือข่ายนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นได้ภายใต้กรอบแนวคิดแบบเดิม ๆ ว่า ตลาดคือกลไกการจัดลำดับความสำคัญจากบนลงล่าง [ชินสัคค, 2546: 50-66] แต่ให้ความสำคัญความหมายของตลาดในบริบทการผลิตมากกว่าการแลกเปลี่ยนเพราะการแลกเปลี่ยนนั้น

ให้ความหมายของตลาดที่ไม่สมบูรณ์และเงื่อนไขของการศึกษาตลาดนั้น สภาพพื้นที่ทำกินมีส่วนอย่างมากในการกำหนดชนิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การแลกเปลี่ยนจึงให้ความหมายแก่รูปแบบมากกว่าเนื้อหาของกิจกรรมกลุ่มชาติพันธุ์ เพราะฉะนั้นการให้ความหมายของการเข้าสู่ตลาดนั้นในสังคมตลาดปัจจุบันมุ่งไปที่การผลิตในครัวเรือนระดับท้องถิ่นหรือการอาศัยช่องโหว่ตลาดสร้างกิจกรรมของตนเอง ซึ่งขั้นตอนของการเข้าสู่ตลาดมีหลายวิธีในแต่ละช่วงเวลาไม่ได้ยึดติดกับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างที่ยึดติดกับรูปแบบการชดเชยในระบบทุนนิยมโดยกรรมสิทธิ์ส่วนตัว [พรพิไล, อรุณรัตน์, 229-230, 270-271]

ดังนั้นงานชิ้นนี้ให้ความสำคัญของการตีความชนิดตลาดและเครือข่ายว่าเจ้าภาพเศรษฐกิจจะมีความสัมพันธ์การติดต่อกับคนที่เคยมีความสัมพันธ์ที่กำหนดมาล่วงหน้าว่าสามารถมีหลักประกันให้เกิดความเป็นหุ้นส่วน โดยให้ความสนใจกับโครงสร้างความสัมพันธ์ที่ผูกพันกัน ความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและการขึ้นต่อกันเป็นตัวที่สร้างให้เกิดคุณภาพในตลาดให้มีความมั่นคง คือการจัดตั้งกิจกรรมของตนเองโดยให้ความสำคัญความเข้าใจตรรกะและการพัฒนาประวัติศาสตร์ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจมีลักษณะร่วมกัน ไม่ได้หมายความว่าเกิดขึ้นของความสัมพันธ์ตลาดได้ทำลายความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันโดยเป็นช่วงเวลาที่มีระดับการพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอเกิดการทับซ้อนกันในช่วงของการข้ามผ่านไม่ได้ตัดขาดกันอย่างใดอย่างหนึ่ง [ชินสัคค, 2549:152-164] แต่อาจจะมียุคที่เปลี่ยนแปลงในการนำเอามาใช้ในปัจจุบันด้านหนึ่ง แต่อีกด้านหนึ่งการวิพากษ์ตลาดว่าทำให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีหรือเกิดการซื้อขายไปทุกหนแห่งโดยเหตุผลทางเศรษฐกิจนิยมเป็นความจริงแค่ส่วนหนึ่ง [ชินสัคค, 2546(2):103-113] โดยหลาย ๆ ส่วนนั้นเกี่ยวข้องกับเครือข่ายและความผูกพันทางชาติพันธุ์ที่แสดงพลังในฐานะผู้กระทำ และสร้างกฎของตนเอง

ให้คนอื่น ๆ ปฏิบัติหรือให้การยอมรับในการจัดวางทรัพยากรโดยตนเองเพื่อให้ได้ตามเวลา ซึ่งปรากฏในการนำเสนอที่ไม่สามารถจัดช่วงเวลาอย่างเด็ดขาดได้อย่างที่นิยมกันในข้อเท็จจริง [พอพันธ์, 2548:184-215]

### วิธีการเก็บข้อมูล/แหล่งข้อมูล/วิธีการวิเคราะห์

1. งบประมาณของครัวเรือน - จัดเก็บระบบบัญชีของครัวเรือน (178 ครัวเรือน) ทั้งที่อยู่ในรูปเงินตรา ธรรมชาติ และเครือข่ายของการให้ความช่วยเหลือในแต่ละรอบปีในพื้นที่เป้าหมาย โดยการบันทึกร่วมกันของชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการวิจัย

2. ประวัติศาสตร์ชีวิตส่วนตัว - ศึกษาเส้นทางชีวิตส่วนตัว หรือประสบการณ์ในแต่ละช่วงอายุ ใช้วิธีสัมภาษณ์/สนทนากับคนที่ให้สัมภาษณ์ และตรวจสอบซ้ำจากหลักฐาน คนรอบข้าง คนใกล้ชิด เครือญาติ เพื่อค้นหาประวัติศาสตร์ชีวิต และความสัมพันธ์ของคนกับตลาดในพื้นที่

3. ประวัติศาสตร์ของครอบครัว - ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวแทนของคนแต่ละรุ่นในครอบครัว จะเห็นภาพของครอบครัวซึ่งเป็นกลุ่มสังคมขนาดเล็ก ประวัติศาสตร์ที่เปลี่ยนผ่านจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงสไตลล์ความคิดในแต่ละยุคสมัย ซึ่งสามารถใช้ในการวิเคราะห์ระบบพื้นที่ทำกินที่เปลี่ยนแปลงไปและการวิวัฒนาการปัจจัยการผลิตและการบริโภค

4. การวิเคราะห์ใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบทและปฏิสัมพันธ์ทวินิยม

#### พื้นที่ศึกษา

พื้นที่ในเขตอีสานใต้ 6 พื้นที่ ตามแนวคิดของระบบพื้นที่ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1. พื้นที่ทางวัฒนธรรมตลาดในบ้านน้ำลาด ตำบลนายางกลัก อำเภอเทพสถิตย์ จังหวัดชัยภูมิ - ตัวแทนของพื้นที่ทางวัฒนธรรมป่าที่อยู่บนภู

2. พื้นที่ทางวัฒนธรรมบ้านหนองมันปลา ตำบลหนองคู อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ - ตัวแทนกลุ่มชุมชนเมือง

3. พื้นที่ทางวัฒนธรรม บ้านโนนสังข์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ - ตัวแทนกลุ่มที่ลุ่ม ทำนา และหาของป่า

4. พื้นที่ทางวัฒนธรรมเจ้าแม่พระพือ บ้านสะพือใต้ ตำบลโพธิ์ศรี อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี - ตัวแทนตลาดในพื้นที่ทางวัฒนธรรมแบบกลุ่มติดลำน้ำ

5. พื้นที่ทางวัฒนธรรมโขงเจียม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี - ตัวแทนตลาดในพื้นที่ทางวัฒนธรรมชายแดน

6. พื้นที่ทางวัฒนธรรมนาหนองไผ่ (อ.ชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์) - ตัวแทนเขตตลาดชาวนาในพื้นที่ลุ่ม

#### ผลจากการศึกษา

ก่อนการเกิดตลาดแบบเสรีได้เกิดการเคลื่อนย้ายทรัพยากรระหว่างพื้นที่ตามค่านิยมและบรรทัดฐานของกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งกินเวลาหลายร้อยปีก่อนปี 2490 ในอีสานใต้ คือเป็นความสัมพันธ์อยู่บนพื้นฐานของการเกื้อกูลกันและการบังคับให้เข้ากิจกรรมซึ่งเป็นประวัติศาสตร์ของการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิตและอาหารระหว่างพื้นที่ (เศรษฐกิจบนการแลกเปลี่ยน) บนพื้นฐานของการเอาตัวรอดร่วมกันพึ่งพาอาศัยกันและกันหรือการแลกเปลี่ยนแบบไม่เท่าเทียมกันในการเอาตัวรอด

การผลิตนั้นมีข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ซึ่งไม่สามารถควบคุมระบบธรรมชาติที่ไร้จัดตั้งทำให้เกือบทุกพื้นที่มีปัญหาของการผลิตที่ไม่เพียงพอในการบริโภค จึงทำให้มีข้อตกลงกันในการพึ่งพาทรัพยากรหรือกำหนดช่วงเวลาของการเข้าถึงทรัพยากรเพื่อให้ทุกคนในพื้นที่ไม่ประสบปัญหาการขาดแคลนผลผลิตของตนเอง (เกลือ ปลา ข้าว) การแก้ไขปัญหาขาดแคลนผลผลิตอาศัยนายฮ้อยทำให้ตลาดแรกเริ่ม

ได้ถูกพัฒนามาจากจุดนั้นซึ่งมาจากเงื่อนไขของข้อจำกัดในการผลิตในแต่ละพื้นที่ การค้ำประกันให้ความหมายของการเรียนรู้ความต้องการของแต่ละพื้นที่ในการผลิตและการบริโภคทำให้เกิดขึ้นในช่วงของประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยน ก่อให้เกิดตลาดแต่มีความหมายเป็นการแลกเปลี่ยนและการให้ควมคุ้มกันซึ่งเป็นลักษณะตลาดนอกเศรษฐกิจ พฤติกรรมทางเศรษฐกิจในสังคมก่อนตลาดนั้นได้ยืนอยู่บนพื้นฐานของความผูกพันในความสัมพันธ์ของกลุ่มชาติพันธุ์การผลิต การค้ำประกันขึ้นกับสังคม

หลังปี 2490 ได้เกิดความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจแทนที่ความสัมพันธ์ทางสังคมจึงทำให้เกิดตลาดแบบเสรี (ซื้อขายผลผลิต) โดยยึดความต้องการของตลาดท้องถิ่นเป็นสำคัญซึ่งถูกนำมาใช้ผ่านกลุ่มนอกราชชาติพันธุ์ (ชาวจีนและแกว) ทำให้ทำลายปัจจัยวัฒนธรรมที่เป็นมรดกที่สร้างขึ้นจากระบบสังคมเศรษฐกิจ เกิดรอยร้าวหรือเกิดการกระจุกตัวเป็นกลุ่มใหม่ในพื้นที่ที่มีผลอย่างมากในการพัฒนาตลาดสินค้าที่เป็นเฉพาะในแต่ละพื้นที่ (ปลา ปลา ข้าว ป่าไม้ และอื่น ๆ) ผลที่ตามมาคือราคาเสรีในตลาดกับชนิดสโตลส์ความคิดนอกตลาดนั้นไม่สามารถเอามาใช้ได้ในพื้นที่ของตลาดแม้ว่าเกิดความต้องการบริโภคในสังคมโดยความสัมพันธ์อยู่บนพื้นฐานของการตกลงในกฎ กติการะหว่างเจ้าภาพเศรษฐกิจซึ่งยึดถือสิทธิในกรรมสิทธิ์ความสัมพันธ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมโดยคำนึงถึงการเข้าถึงทรัพยากร การประเมินค่าทรัพยากร วิธีการปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง ซึ่งได้แรงสนับสนุนจากการบังคับและการควบคุมกิจกรรมบนพื้นฐานของตลาดแบบการกระจายใหม่ (ป่าไม้ เชื้อน โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ) ด้านหนึ่งได้เอามาใช้บนพื้นฐานการตอบสนองต่อสังคมตามภารกิจของรัฐที่จัดวางกรรมสิทธิ์บนเงื่อนไขของการรวมศูนย์อำนาจ (อย่างกรณีเชื้อน ป่าไม้) แต่อีกด้านหนึ่งทำให้เกิดค่าเช่าทางการเมืองมีผลทำให้เกิดการสัมปทานและบุกรุกป่าไม้และทรัพยากรธรรมชาติ

ส่งผลให้เกิดการเร่งกระบวนการเปิดพื้นที่ใหม่เพื่อใช้ระบบการส่งจอบสินค้าและแรงงานมากยิ่งขึ้น ตลาดแบบกระจายใหม่อยู่บนเงื่อนไขของความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสังคม-การบริการรับใช้กรรมสิทธิ์ คือการครอบครองในทรัพยากรพื้นฐานทั้งหมดที่สังคมให้การยอมรับในภาพรวม แสดงตัวในฐานะเจ้าภาพเศรษฐกิจในการควบคุมการผลิตซ้ำบนผลประโยชน์ของสังคมและให้การบริการทางสังคมและการสร้างกฎเกณฑ์ของการนำมาใช้ ซึ่งเกิดการสร้างเขื่อน ถนน โครงสร้างพื้นฐานตลาด (สถาบันการเงิน ตลาดจำหน่ายสินค้า เมล็ดข้าว หญ้า และอื่น ๆ)

คุณลักษณะชนิดตลาดและความสัมพันธ์ของตลาดในพื้นที่ทางวัฒนธรรมสามารถจำแนกได้ดังนี้

### 1. ตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์

เป็นชนิดตลาดที่เกิดมาจากความผูกพันด้านชาติพันธุ์โดยอาศัยตัวแทนเครือข่ายในการต่อรองหรือกำหนดกระบวนการเข้าถึงช่องทางแรงงานหรือท่ามาหากินบนการค้าขายเล็กน้อยตามริมถนนหรือในตลาดสด ตลาดนัด เหตุผลที่สำคัญของการเกิดตลาดแบบนี้เพราะเป็นรากฐานของประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อการเอาตัวรอดซึ่งเป็นชนตลาดที่ไม่เป็นทางการนั้นเป็นอิสระจากการควบคุมโดยรัฐและผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับเครือข่ายและการจัดตั้งองค์กรในพื้นที่เพื่อการต่อรอง พื้นที่ตลาดลักษณะเช่นนี้ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถเข้าสู่ช่องทางตลาดได้และกำหนดบทบาทของตนเองให้เกิดขึ้นในฐานะผู้กระทำและผู้ควบคุม จึงทำให้เกิดการพัฒนาตลาดในรูปแบบ

### ตารางที่ 1 การกระจายความคิดเห็นในการเข้าร่วมการจ้างงานที่ไม่เป็นทางการและการใช้กลุ่มชาติพันธุ์ในการหางาน

การใช้กลุ่มชาติพันธุ์ในการหางาน	ทำงานบ่อยครั้งที่ไม่เป็นทางการ		
	ไม่มีประสบการณ์	มีประสบการณ์น้อย	ทำงานปกติในเงื่อนไขที่ไม่เป็นทางการ
ไม่เคยใช้กลุ่มชาติพันธุ์ในการหางาน	0 (0%)	4 (2.6%)	20 (15.2%)
ใช้เครือข่ายชาติพันธุ์	69 (100%)	147 (97.4%)	112 (84.8%)

ไม่เป็นทางการอย่างกว้างขวาง เช่น ตลาดแรงงานรับจ้างตัดอ้อย กรีดยาง ขับรถแท็กซี่ ตลาดแรงงานชาวประมง

เห็นได้อย่างชัดเจนว่าการเข้าถึงตำแหน่งงานอาศัยเครือข่ายกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเองเป็นหลักในตลาดแรงงานที่ไม่เป็นทางการ เหตุผลต้องการลดความเสี่ยงในการดำเนินกิจกรรมนอกพื้นที่ของตนเองจึงต้องการหลักประกันส่วนนี้จากหัวหน้าหรือตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์เพราะอย่างงานประเภทการ

ตัดอ้อยรับจ้างหรือทำประมงต้องใช้ผู้จัดการแรงงานซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันทำให้ทั้ง 2 ฝ่ายต้องคอยประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกันเป็นวิธีการอย่างหนึ่งทำให้ทุนบริหารมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การต่อรองของตัวแทนกลุ่มที่ดึงแรงงานมาได้นั้นต้องมีหลักประกันที่สามารถรับรองเงื่อนไขในการทำงานและปัญหาอุปสรรคกับคนภายนอกนั้นสามารถแก้ไขได้โดยการสร้างเงื่อนไขให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่แรงงานส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมกิจกรรมในพันธะสัญญา

เครือข่ายชาติพันธุ์ให้การสนับสนุนทางศีลธรรม ข้อมูล และวัตถุ สภาพแวดล้อมใหม่ในการฉีกกำลังร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหา

ลักษณะความสัมพันธ์ของตลาดแบบนี้เน้น การใช้ความผูกพันในความสัมพันธ์แบบคนบ้านเดียวกัน และเป็นคนกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันใช้ภาษาเดียวกัน

เข้าใจธรรมเนียมปฏิบัติของกลุ่ม นอกจากนั้นสิ่งที่สำคัญ คือ รู้จักคุณลักษณะนิสัยของคนบ้านเดียวกัน อย่างดีของการใช้โอกาสและลดความเสี่ยงซึ่งมีบทบาทอย่างมากในปัจจุบันเพราะช่วยทำให้เกิดพลัง ท้องถิ่นของตนเองในฐานะของการส่งผ่านทรัพยากร ระหว่างครัวเรือน

**ตารางที่ 2** สัดส่วนของการเคลื่อนย้ายผลผลิต แรงงาน เงินต่อกันระหว่างครัวเรือนโดยอาศัยการส่งผ่าน เครือข่ายกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่วัฒนธรรมทุ่งกุลาร (%) ปี พ.ศ. 2548-2549

ชนิดของการให้และรับระหว่าง เครือข่ายครัวเรือน	ชนบท	
	สัดส่วนของจำนวนครั้งในปริมาณ ทั้งหมด (%)	สัดส่วนของจำนวนครั้งในมูลค่า ทั้งหมด (%)
ผลผลิต	5.2	6.6
เงิน(ฟรี)	41.29	70.27
แรงงาน	53.51	23.13
ทั้งหมด	100	100

ครัวเรือนแรงงานรับจ้างไปตัดอ้อยและรับจ้าง ประมงจำนวน 32 ครัวเรือน ได้ให้ความช่วยเหลือกัน ระหว่างเครือข่ายเป็นไปในรูปของความสัมพันธ์การ แลกเปลี่ยนที่ไม่เท่าเทียมกันของผลผลิต แรงงานและ เงินทอง คำนึงถึงระบบหน้าที่ของการช่วยเหลือภายใน เครือข่ายที่มีความสัมพันธ์พึงปฏิบัติปราศจากเงื่อนไข ซึ่งมีหน้าที่คือการใช้แรงงานและพึ่งพาแรงงานลูกหลาน พ่อแม่ภายในครัวเรือน เครือญาติ ซึ่งการแลกเปลี่ยน ตรงนี้ไม่เท่าเทียมกันและไม่ได้เอามากำหนดเป็น กิจกรรมของการเคลื่อนไหวในการช่วยเหลือต่อกัน ไม่มี ความหมายในเชิงมูลค่าเพราะมีการเคลื่อนย้ายด้าน กลับมา (ผลผลิตและเงินทอง) การช่วยเหลือที่ไม่ เท่าเทียมกันด้านแรงงานสามารถส่งคืนกลับมาในเรื่อง ของผลผลิตและเงิน รักษาท้องถิ่นให้มีความมั่นคง ปลอดภัยและเปลี่ยนแปลงสถานภาพชีวิตความเป็นอยู่ ของกลุ่มชาติพันธุ์ให้มีความสามารถเข้าสู่ตลาด มากยิ่งขึ้น

## 2. ตลาดแบบเครือข่ายอาชีพ

เป็นผลรวมที่มั่นคงของผู้มีส่วนร่วมในฐานะ หุ้นส่วนในตลาดโดยกำหนดโครงสร้างที่เกิดขึ้นใน ตลาดว่ามีความแตกต่างกันซึ่งแต่ละคนต้องร่วมมือ กัน ในตำแหน่งของตนเองในเครือข่ายเพื่อปกป้อง ผลประโยชน์ของตนเอง สร้างความเชี่ยวชาญและให้ เกิดการยอมรับในตราสินค้าหรือการบริการคือ ผู้ผลิต ทุกคนมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตและ ผู้บริโภคสินค้า การลงทุนในสถาบันและโครงสร้าง พื้นฐานของตัวแทน การควบคุมหน่วยงานและการ ดูแลโครงสร้างอย่างตลาดวัวหู ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ทาง วัฒนธรรมฝั่งมูลหรือ เครือข่ายการค้าแบบบ้านนอก ที่ ล่าปลายมาศ

ผู้ผลิตเห็นถึงข้อจำกัดของเทคนิควิธีเลี้ยงวัว แบบเก่าเข้าสู่ตลาดนั้นจำเป็นต้องยกเลิกและหันมา ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกสายพันธุ์ แหล่งอาหาร ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนา

ตลาดวัตถุดิบเกิดขึ้นมาระหว่างพื้นที่และเป็นธุรกิจของกลุ่มเลี้ยงวัวในท้องถิ่น ดึงเห็นได้จากการสร้างกองทุนการปลูกหญ้าโดยสมาชิกจะได้ผลตอบแทนตามปริมาณการจำหน่ายในระบบตลาด จำเป็นต้องพึ่งพาผู้สนับสนุนวัตถุดิบซึ่งชาวบ้านในพื้นที่ฝากมูล

ให้ความสำคัญกับกองทุนปลูกหญ้าโดยตรงในท้องถิ่น ทำให้เกิดเป็นอาชีพได้ ทำให้พื้นที่รอบข้าง ๆ ต้องหันมาพึ่งพาวัตถุดิบในท้องถิ่นของตนเองเป็นการลดการคุกคามการเข้าสู่ตลาด

### ตารางที่ 3 เปรียบเทียบตลาดวัวในแต่ละชนิดจุดอ่อนและแข็ง

ชนิดวัว	จุดอ่อน	จุดแข็ง
วัวเขมร	มีความเสี่ยงสูงในการไปซื้อ	ต้นทุนถูกขายได้กำไรมากต้นทุน 4,000 - 5,000 ขายได้ 8,000 - 10,000
วัวพื้นบ้าน	ได้กำไรน้อยยราคาสูงสุดไม่เกิน 20,000 - 30,000 ต้องใช้เวลาเลี้ยงนาน	เลี้ยงง่าย ต้นทุนต่ำ
วัวหู	ต้องเอาใจใส่ในการเลี้ยงและมีทักษะต้นทุนสูง	ราคาสูง 60,000 - 70,000 บาท ถึง 100,000 เลี้ยงปีหนึ่งได้กำไร 20,000
วัวขุน	ต้องมีทุนเยอะในการซื้อหัวอาหารและรำ	หมุนไวใช้เวลา 4 เดือนขาย ได้กำไรตัวละ 2,000 - 3,000

นอกจากนั้นศึกษาสภาพแวดล้อมของการเลี้ยงวัวในแต่ละชนิดและจุดอ่อนและจุดแข็งมาปรับให้มีความสอดคล้องกับการจัดตั้งองค์การการผลิตของตนเองเพื่อลดความเสี่ยงและสร้างตลาดสินค้าของตนเองให้เกิดขึ้น ใช้พื้นที่การตลาดและปฏิบัติเป็นสถานที่เรียนรู้และทดลองให้คำปรึกษาในกิจกรรมที่ตนเองกำลังริเริ่มและวิจัยโดยตนเอง ลักษณะเช่นนี้ได้ นำเอามาวิจัยและตอบคำถามแก่ตนเองถึงเรื่องตลาดวัว ซึ่งสามารถกำหนดเทคโนโลยีการเลี้ยงและการต่อรองจากภายนอกโดยตนเอง ผ่านการเรียนรู้จากชุมชนรอบข้างและการคัดเลือกเส้นทางที่เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง การเกิดขึ้นของตลาดวัวตัวนั้นไม่ใช่เป็นอุบัติเหตุของคนเลี้ยงวัวแต่เป็นการกำหนดยุทธศาสตร์ของการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองที่ริเริ่มมาจากข้างล่างโดยครัวเรือนซึ่งเอาเรื่องปากท้องและความมั่นคงของครัวเรือนเป็นโจทย์ที่ตั้งคำถามแก่ตนเองและที่สำคัญครัวเรือนยอมรับว่าไม่สามารถ

ปฏิเสธบทบาทของตลาดต่อชีวิตประจำวันของตนเองได้

**เครือข่ายการค้าแบบบ้านนอก**

เป็นความสัมพันธ์ในอำนาจของการค้าแบบบ้านนอกคือการก่อรูป สนับสนุนและการควบคุมในกฎที่ไม่เป็นทางการ (การตกลงกันล่วงหน้าของการเข้าร่วมกิจกรรม) เครือข่ายการตลาดเป็นเสมือนชนิดของการจัดตั้งทางธุรกิจ ที่มีหน้าที่หลากหลายสะท้อนในผลลัพธ์ที่ทำให้สินค้าตนเองตอบสนองถึงผู้บริโภค การซื้อสินค้าสามารถทำได้โดยหลายวิธีในการตอบสนองต่อการสร้างยุทธศาสตร์การตลาดโดยตรงคือผ่านการขายโดยตรงแบบขายส่งโดยไม่มีคนกลางหรือนายหน้า ทำหน้าที่เป็นผู้กระจายสินค้าผ่านร้านค้าย่อยในหมู่บ้านเข้าถึงมือผู้บริโภค โดยจัดตั้งเครือข่ายการตลาด กล่าวคือสร้างตลาดให้มีความมั่นคงมากยิ่งขึ้นและประกันการกระจายสินค้าผ่านเครือข่ายการตลาดโดยตนเองเนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงโดยแต่ละรายจะวิ่งส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค การเก็บสินค้า



ไว้ในอดีตทำให้การตลาดมีข้อจำกัดอย่างมากเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินการด้วย โดยผ่านผู้กระจายสินค้าในระดับหมู่บ้านเป็นเสมือนสมาชิกในเครือข่ายส่งผลในการหมุนเวียนธุรกิจของตนเองง่ายด้วยเพราะไม่จำเป็นต้องหมุนเงินหรือใช้เครดิตล่วงหน้า ผ่านการเปลี่ยนแปลงทุนทางสังคมมาใช้ด้านทุนเศรษฐกิจ

เกิดขึ้นในกิจกรรมของตนเองโดยมีหลักประกันของการตั้งราคาด้วยกันกับเครือข่ายผู้กระจายสินค้าในท้องถิ่นด้วยซึ่งการใช้เครดิตก็จะใช้กันเป็นช่วงการสร้างธุรกิจด้วยกันเพียงแต่แบ่งแยกหน้าที่ของตนเองในฐานะเครือข่ายอย่างชัดเจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจำหน่ายสินค้า

ตารางที่ 4 ตัวอย่างราคาสินค้าตามระยะทางในรัศมี 8 กิโลเมตร

ชนิดสินค้า	ราคาทุน	ราคาขาย
เบียร์ช้าง	ลังละ 360 บาท	ลังละ 365 บาท
เบียร์สิงห์ขายปลีก	ขวดละ 56 บาท	ขวดละ 65 บาท
เบียร์สิงห์ขายส่ง	ลังละ 672 บาท	ลังละ 684 บาท
เหล้าขาว	ลังละ 840 บาท	ลังละ 852 บาท
นม	แพ็กละ 60 บาท	แพ็กละ 65 บาท
น้ำอัดลม	ลังละ 176 บาท	ลังละ 191 บาท
ไม้ขีดไฟ	กล่องละ 1.50 บาท	กล่องละ 2 บาท
ผงชูรส	โหลหนึ่ง 60 บาท	โหลหนึ่ง 62 บาท
วุ้นเส้น	โหลหนึ่ง 84 บาท	โหลหนึ่ง 87-89 บาท

การสร้างความไว้วางใจขึ้นกับความสามารถของการกำหนดเส้นทางของเครือข่ายการตลาดของตนเองซึ่งต้องมีการกระจายสินค้าตามแผนการตลาดของตนเองอย่างชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่จึงจะสามารถสร้างให้เกิดความไว้วางใจในการทำงานด้วยกันได้ สามารถสร้างเส้นทางการค้าของตนเองขึ้นมาได้อย่างเช่นพื้นที่สี่เหลี่ยมใหญ่ หนองบัวโคก สี่เหลี่ยมน้อย บ้านใหม่ บ้านแสงพันธ บ้านม่วง ทแมนชัย หัวสะพาน หนองคู โนนม่วง โคนลุ่มบ้านวาน บ้านเขื่อน หนองผกา บ้านโพธิ์

ทำให้ผู้กระจายสินค้าเพิ่มขึ้นหรือคงที่ตลอดเวลาและสามารถบูรณาการขึ้นมาใหม่จากช่องทางของผู้บริโภคหรือร้านค้าเพราะสามารถกำหนดความต้องการตลาดจากเครือข่ายการตลาดที่เป็นผู้บริโภคในพื้นที่ซึ่งหันส่วนแต่ละรายต่างให้ความสำคัญใน

เป้าหมายของตนเองเป็นสำคัญในการกำหนดความมั่นคง เครือข่ายการตลาดมีผู้บริโภค ให้ความหมายการตลาดแบบชาวบ้านตรงนี้ปากต่อปากในการโฆษณาการตอบสนองต่อการบริโภคในผลผลิตนั้น เพิ่มรายได้ของการกระจายสินค้าโดยเป็นความแตกต่างระหว่างมูลค่าของการซื้อสินค้าและระยะทางหรือให้มีของแถมเกิดขึ้นในสินค้าอีกตัวหนึ่ง บวกกับการขาดข้อมูลในระบบตลาดที่ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลาบนพื้นฐานของราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้นไม่ลดลงส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

การจัดตั้งเครือข่ายการตลาดแบบนี้ นอกจากเป็นระบบโครงสร้างอำนาจในราคาที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างโรงงานกับลูกเครือข่ายแล้วยังเกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายแบบแนวราบบนเส้นทางของการต่อสู้ในราคาโดยยึดถือผลประโยชน์ในการแลกเปลี่ยน

เป็นที่ตั้ง จึงสามารถกำหนดช่องทางในตลาดแบบ บ้านนอกได้ซึ่งแสดงบทบาทที่สำคัญอย่างมากต่อการ การค้าปลีกขนาดใหญ่ว่าไม่สามารถกำหนดการบริโภค ของคนในท้องถิ่นได้เพราะความสะดวกสบายและราคา ถูกกว่ากลายเป็นพื้นที่ของการปฏิบัติทางการค้าขึ้นมา ใหม่โดยตัวชาวบ้านเองอาศัยเครือข่ายส่วนตัวและ ระบบตลาดนำมาใช้ทำให้สามารถต่อต้านการค้านิยม ที่ถูกครอบงำโดยกลุ่มชาติพันธุ์จีนมาอย่างยาวนาน

### 3. ตลาดถูกไล่

ตลาดแบบถูกไล่เกิดขึ้นมาจากการวิธีการ จัดวางตำแหน่งกรรมสิทธิ์ผ่านตัวกลางให้ความหมาย การทำธุรกิจให้แก่คนอื่น ๆ คือพ่อค้าลานมันทำหน้าที่ ขายพันธุ์มันสำปะหลัง ปล่อยดอกเบี๋ยเงินกู่ การ จำงานในพื้นที่ กลุ่มชาติพันธุ์ญะกูร์แทบไม่มี ข้อต่อรองใด ๆ ในพื้นที่เพราะโครงสร้างของตลาดได้ ถูกจัดตั้งขึ้นมาจากกลุ่มทุนนอกพื้นที่ประสานกับภายใน พื้นที่ที่มีผลบังคับให้เข้าสู่ระบบตลาด พ่อค้าลานมันใน

พื้นที่ที่ได้รับซื้อสินค้ามีผลทำให้ได้สินค้าตามเวลา ส่งผลอย่างมากต่อการได้รับรางวัลของตนเองจาก กิจกรรม การใช้เครดิตล่วงหน้าผ่านเครือข่ายซึ่งนายหน้า ให้ความสนใจเป็นอย่างมากเพราะสามารถควบคุม ผลผลิตและกระบวนการผลิตซ้ำในขณะที่ผู้ผลิต รายย่อยมองว่าเป็นที่มาของกิจกรรมการทำงานใน การเข้าสู่ตลาดได้อย่างเต็มที่ ทำให้พ่อค้าได้เข้ามา จัดการให้รูปแบบนี้ไหลลื่นที่เอื้ออำนวยประโยชน์ใน การผลิตเพราะไม่จำเป็นต้องไปจัดการควบคุมการ ผลิตในแปลงปลูกของตนเองและประกันความเสี่ยง ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ คุณลักษณะการบูรณาการระหว่าง การผลิตและแรงงานการผลิตได้อยู่บนพื้นฐานของ การซื้อขายผลผลิตด้วยกัน กระบวนการผลิตซ้ำแบบนี้ คือ การขาดแคลนทุนในการผลิต ซึ่งเป็นจุดอ่อนอย่าง มากในการเริ่มกิจกรรมการเพาะปลูกของตนเองเพราะ ปัจจัยการผลิตนั้นอยู่บนฐานของทุน

ตารางที่ 5 สัดส่วนกับเงื่อนไขของการชำระหนี้สินและเป้าหมายการบริโภคปี 2548-2549

ชนิดเครดิต	สัดส่วน หนี้สิน (%)	เงื่อนไข	เป้าหมาย
เอกชน (พ่อค้าลานมัน)	34.28	ร้อยละ 2/เดือนสัญญา (ชำระในรูปแบบมันสำปะหลัง)	นุ้ย ค่าจ้าง ซ่อมแซมเครื่องมือการผลิต ทุนพื้นฐาน
รัฐ (ธกส.)	55.66	ร้อยละ 7/ปี	เครื่องมือการผลิต ความจำเป็นของ ครัวเรือน การศึกษา
ชุมชน (กองทุนหมู่บ้าน ออมทรัพย์ เมฆู 5)	9.09	ร้อยละ 12/ปี	แก้ไขปัญหาสภาพคล่องในครัวเรือน

ชาวญะกูร์ไม่สามารถเชื่อมโยงการผลิตได้โดย ตนเองต้องอาศัยนายหน้าหรือพ่อค้าในพื้นที่ให้เครดิต ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ของตนเองแบบ บังคับคือ ชาวญะกูร์สามารถมีรายได้และการบริโภค ของตนเองจากอำนาจและคำสั่งของทุน การตกลงใน

เรื่องของสัญญานั้นมีผลผูกมัดโดยตรงต่อครัวเรือน เพราะหากมีการละเมิดส่งผลต่อการไม่ปฏิบัติตาม ธรรมเนียมที่วางไว้ซึ่งเป็นข้อจำกัดอย่างมากของการ ต่อรองตนเองในพื้นที่ พ่อค้าลานมันรู้ปัญหานี้เป็น อย่างดีจึงสามารถต่อรองและบังคับได้ให้เกิดทิศทาง

การไหลเวียนตามที่ดินเองต้องการเพราะเป็นตลาดที่เกิดการร่วมมือกันภายในเครือข่ายของพ่อค้าลานมัน ชาวญะกูร์ทำหน้าที่ในการปลุกมันสำปะหลัง ในขณะที่นายหน้าสามารถให้การสนับสนุน “การเบิกเงินมาใช้ล่วงหน้า” มีเป้าหมายเพื่อต้องการผลผลิตมันสำปะหลัง เพราะผลผลิตมันในเขตนี้มีความสูงเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก คุณลักษณะความสัมพันธ์ร่วมกันเป็นแบบพาราซิติกส์ทำให้ครัวเรือนประสบปัญหาหนี้สินของตนเองอย่างมากและเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มทุนมีอำนาจต่อรองมากยิ่งขึ้นเป็นตลาดที่ไร้พลังและชาวญะกูร์มีสภาพเหมือนแรงงานติดที่ดิน

#### 4. ตลาดนอกกฎหมาย

เป็นผลรวมของความสัมพันธ์ที่กระทำบนพื้นฐานการทำลายบรรทัดฐานทางกฎหมายและประกอบด้วยผู้ซื้อและผู้ขายในสินค้าและการบริการ โดยเกิดบนพื้นฐานกิจกรรมที่ผิดกฎหมายหรือลักลอบในกิจกรรมรวม ทั้งทำลายความน่าเชื่อถือจากการศึกษามีอยู่ 3 รูปแบบกล่าวคือ

**4.1 มอคไม้** คือ การก่อรูปตลาดนอกกฎหมายบนเงื่อนไขว่าลูกค้านั้นเป็นผู้ยื่นข้อเสนอให้ โดยเฉพาะการหาคนที่ติดหนี้สินแก่เจ้าแก่ลานมันหรือมีปัญหาส่วนตัวซึ่งเป็นคนพิเศษที่กล้าในความเสี่งและเข้าใจทางหนีที่โล่งอยู่ ส่วนลูกค้านั้นเป็นกลุ่มราชการและพ่อค้าที่ต้องการเก็งกำไรในเรื่องของการหาวัตถุดิบจากป่ามาใช้ การเกิดกิจกรรมเป็นเสมือนใบสั่งจองที่ให้ผลประโยชน์ที่ตกลงกันบนการบังคับกิจกรรมหรือสร้างแรงดึงดูดจากคนภายนอกซึ่งมีผลโดยตรงที่ทำให้ทรัพยากรในพื้นที่แอบกระทำ โดยคนในพื้นที่นั้นไม่ได้ร่อนหนากับสิ่งเหล่านี้เป็นอาชีพช่วงที่ต้องใช้เงินอย่างเร่งด่วนโดยทำเรื่องยากให้มันง่ายลงแม้ว่าเผชิญกับความเสี่ง กิจกรรมแบบนี้ทำบนพื้นฐานที่กฎหมายของรัฐนั้นไม่มีความน่าเชื่อถือและมีความหย่อนยานทางวินัยทำให้กฎหมายเมื่อนำมาใช้แล้วไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพหรือเกิดความยอมรับในตัว

เจ้าหน้าที่เพราะกิจกรรมตรงนี้ชาวบ้านมองว่ารัฐเลือกจับเป็นราย ๆ ไม่ได้จับตลอดเวลา ดังนั้นการถูกจับกลายเป็นความเสี่งที่เกิดขึ้นจากความชวยมากกว่าแต่ไม่ใช่มาจากรัฐนั้นมีความชอบธรรมในการดำเนินกิจกรรมที่คนในพื้นที่ให้การยอมรับ ปัจจุบันในพื้นที่มีการจัดตั้งมากยิ่งขึ้นซึ่งขึ้นกับการสร้างหลักประกันความเสี่งแก่ตนเองโดยการทำงานต้องมีอุปกรณ์และการเตรียมการเพื่อหลีกเลี่ยงเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพราะป่านั้นมีอาณาบริเวณที่กว้างขวาง ดังนั้นการควบคุมโซนและคลื่นเสี่งสามารถหลบหลีกเครื่องมือของเจ้าหน้าที่ได้ จึงทำให้ธุรกิจตัวนี้มีความเฟื่องฟูโดยกำหนดพื้นที่สาธารณะมาเป็นพื้นที่ของตนเองบนพื้นฐานของเครื่องมือสื่อสารสามารถทำให้เกิดตลาดมืด เห็นได้ว่าธุรกิจมันสำปะหลังนั้นมีผลในการครอบงำป่าไม้ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันการบังคับให้เอาหนี้สินมาชำระทำให้คนที่ประกอบธุรกิจแบบนี้เอาทรัพยากรธรรมชาติของส่วนรวมมาใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองมากกว่าจะหาทางออกมาหรือบูรณาการผลิต

**4.2 การลักลอบจับปลาโดยจับ** เกิดมาจากภาครัฐเปลี่ยนข้อตกลงของกฎกติกาใหม่ในการใช้ทรัพยากรบนพื้นฐานการกระจายทรัพยากรใหม่ซึ่งเกิดขึ้นในพื้นที่วัฒนธรรมมูล ซึ่งกำหนดชนิดเครื่องมือการผลิตและช่วงเวลาในการจับปลา มีผลทำให้การใช้เครื่องมือจับปลาประเภทโพงพางหรือ “จับ” หรือ “กิบ” ต้องตกอยู่ในรูปแบบกิจกรรมที่แอบทำกันในความหมายใหม่ว่าเป็นเครื่องมือที่มีผลต่อการทำลายการผลิตซ้ำทรัพยากร ศักยภาพของกิบสามารถจับปลาได้โดยไม่จำกัดขนาด ดังนั้นการใช้วิธีการทำมาหากินแบบนี้กลายเป็นกิจกรรมนอกกฎหมายเพราะเป็นเรื่องของส่วนรวมที่เอาไว้ใช้ในการบริโภคและให้ประโยชน์แก่ทุกคนไม่ใช่เฉพาะของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่ว่าก่อนมีเขื่อนและหลังสร้างเขื่อน แต่การใช้เครื่องมือแบบนี้ก็ยังแอบกันทำโดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นรายจ่ายแก่ครัวเรือน ซึ่งผิดกฎหมายแต่ปัญหาที่เกิดขึ้นเจ้าหน้าที่

ประมงไม่สามารถมาตรวจได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับอำนาจ และการจัดการในหน้าที่ที่มีอยู่ ทำให้กิจกรรมเป็นธุรกิจนอกกฎหมายในพื้นที่เป็นฐานทรัพยากรที่สร้างขึ้นภายใต้การแอบลักลอบการปฏิบัติการ ปัญหาคือเมื่อนำเอากฎหมายมาใช้ไม่สามารถทำให้เกิดการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันได้ คือเลือกปฏิบัติเฉพาะกับชาวบ้าน มีผลทำให้เกิดการไม่เชื่อฟังและท้าทายกฎหมายไม่สามารถสร้างให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ประชากรในพื้นที่ได้ ส่งผลให้เกิดกิจกรรมแบบนี้ อย่างแพร่หลาย

**4.3 ตลาดสวมรอยสินค้าปลาในโขงเจียม**  
และริมมูลคือซื้อปลาจากภาคกลางหรือกัมพูชามาสวมรอยเป็นปลาจากน้ำโขงมีผลทำให้เกิดกำไรมากยิ่งขึ้นอย่าง ปลาเทโพ ปลาโจก ปลาคัง ไปซื้อมาแล้วก็เอามาใส่ตู้แช่ปลาคือปลาหมู ปลาเทโพ ปลาปิ้ง ปลาเยือก ปลาสด ทำให้สามารถเปลี่ยนแปลงฐานะตนเองอย่างรวดเร็ว ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานการหาช่องว่างของราคาสินค้าในการแลกเปลี่ยน โดยใช้ฐานทรัพยากรจากฝั่งไทยผ่านการสร้างตลาดสีเทาและการหลอกลวงผู้บริโภคที่ไร้เดียงสาซึ่งได้ช่วยการแก้ไขปัญหานี้ในเรื่องของการว่างงานและรายได้แก่ครัวเรือนที่เคยหาเงินจากน้ำมูลหลังการสร้างเขื่อนเป็นตลาดที่ไร้พลังและทำลายศีลธรรมของตนเองและผู้บริโภค

#### 5. ตลาดไม่เป็นทางการแบบอุปถัมภ์โดยรัฐ

เป็นลักษณะของตลาดที่เกิดขึ้นมาบนพื้นฐานการช่วยเหลือโครงสร้างพื้นฐานในระบบตลาดโดยภาครัฐซึ่งอยู่ในรูปแบบของตลาดสด ตลาดที่เปิดตามเวลา มีการกำกับระบบการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ตลาดเคลื่อนที่ ตลาดนัด ตลาดได้ถูกกำหนดเป็นพื้นที่ที่สามารถสร้างให้เกิดกิจกรรมการซื้อขายโดยได้ถูกกำหนดลักษณะด้านภูมิศาสตร์ที่ผูกมัดตนเองเช่น ตลาดเทศบาล ตลาดในหมู่บ้าน ตลาดนัด ตลาดรถเร่ ภาครัฐมีบทบาทอย่างมากต่อการสร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรโดยได้มีการจัดตั้งพื้นที่ขึ้นตาม

เวลาที่นำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนกิจกรรมตามช่วงเวลาของ มีการเช่าหรือจับจองพื้นที่โดยกำหนดให้เจ้าภาพเศรษฐกิจสร้างกฎและกติกาขึ้นเพื่อนำมากำกับสถาบันและผลิตซ้ำสถาบันในชีวิตประจำวัน การกระทำร่วมกันนั้นเพื่อให้ประชาชนสามารถใช้พื้นที่สาธารณะในการสร้างหลักประกันแก่ตนเองจัดว่าเป็นความสัมพันธ์ที่รัฐให้การช่วยเหลือและอุปถัมภ์แก่ครัวเรือนทุกกลุ่มและนำมาซึ่งพลังอย่างหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงฐานะของตนเองในสังคมที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด

#### สรุป

ชนิดตลาดในพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ในระบบตลาดที่ส่งผลให้เกิดพลังของท้องถิ่นอยู่ในรูปแบบของความผูกพันของเครือข่ายกลุ่มชาติพันธุ์เพราะทำให้เกิดช่องทางการเข้าถึงทรัพยากรได้ง่ายและลดความเสี่ยงในการดำเนินการทางกิจกรรม อีกทั้งสามารถเคลื่อนย้ายทรัพยากรระหว่างครัวเรือนในท้องถิ่น ในขณะที่การเกิดขึ้นของตลาดแบบเครือข่ายอาชีพนั้นผ่านการเชื่อมโยงร่วมกันของผู้เข้าร่วมในการผลิตจนถึงการบริโภคแลกเปลี่ยนต่อข้อมูลและการสร้างชนิดสินค้าเฉพาะของตนเองที่สามารถครอบครองตำแหน่งสินค้าและวางเครือข่ายในการร่วมมือในการผลิต การตลาดการพัฒนาสายพันธุ์และอื่น ๆ จนสามารถกำหนดตลาดของตนเองได้ในพื้นที่ในการต่อรองกับภายนอก โดยพลังที่ช่วยเสริมระบบตลาดในท้องถิ่นปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เช่นเดียวกันในรูปของความเกื้อกูลกัน ความเป็นเครือญาติ ระบบอุปถัมภ์ ความสัมพันธ์ส่วนตัวมีผลโดยตรงในการบังคับให้บูรณาการความรู้ของตนเองซึ่งสร้างความเป็นเฉพาะของตนเองให้เกิดขึ้นนำมาซึ่งการให้การยอมรับ ข้อมูลที่ได้ให้กันและกันนำมาซึ่งการสะสมประสบการณ์ที่แสดงบทบาทของความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นระหว่างหุ้นส่วนในตลาด

## ข้อเสนอแนะ

1. นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐด้านการเพิ่มรายได้และยกมาตรฐานชีวิตของประชาชนควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดวางการผลิตในท้องถิ่นเกิดขึ้นก็สามารถเข้าใจความได้เปรียบของแต่ละท้องถิ่นอันนำมาสู่แนวคิดกระบวนการคลัสเตอร์แต่ละท้องถิ่นซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. ตลาดเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับกับสไตล์ความคิดของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นไปไม่ได้ที่ไม่ศึกษาธรรมเนียมปฏิบัติ กฎเกณฑ์ ช่องทางการทำมาหากินและเครือข่ายซึ่งจะยึดรูปแบบที่ตนเองสามารถเอามาใช้ในการปรับตัวในแต่ละชนิดอาชีพเศรษฐกิจของตนเอง วิธีการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจท้องถิ่นควรกำหนด ให้มีการวิจัยในเรื่องของเครือข่ายและช่องทางทำกินของกลุ่มชาติพันธุ์จะสามารถทำให้เห็นอาณาบริเวณและชนิดตลาดที่ใช้ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันอันจะนำมาซึ่งการกำหนดกิจกรรมและธรรมเนียมปฏิบัติของการเข้าถึงทรัพยากรในรูปแบบต่าง ๆ ได้

3. หากต้องการทำให้ท้องถิ่นมีพลังเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องบูรณาการความหมายตลาดเป็นเครือข่ายสถาบันและวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจโดยกลุ่มชาติพันธุ์ในแต่ละพื้นที่ โดยต้องมีการช่วยเหลือในการเตรียมแผนผังและการสะสมพื้นฐานของข้อมูลที่สามารถยอมรับกันได้จากหุ้นส่วน และคัดเลือกเอามาใช้ในชุดปฏิบัติการทางเศรษฐกิจ นอกจากนั้นเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางปฏิบัติที่สามารถส่งผ่านข้อมูลกันได้ แสดงบทบาทและกำหนดสถานการณ์ล่วงหน้าไม่ให้เกิดการคุกคามหรือสร้างความไม่มั่นคงแก่ตนเอง

## บรรณานุกรม

- ชินลัดค สุวรรณัจฉกรีย. 2(2546) ความช่วยเหลือร่วมกันของพื้นที่ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- \_\_\_\_\_. (2546). เศรษฐกิจที่ไม่เป็นทางการในลุ่มน้ำชี. กรุงเทพฯ: สกว.
- \_\_\_\_\_. (2549). เครือข่ายทางสังคม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคณะ. (2541). ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา. กรุงเทพฯ: โครงการวิทยุวรรณคดี. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- พรพิไล เลิศวิชา อรุณรัตน์ วิเชียรเขียว. (2546). ชุมชนหมู่บ้านลุ่มน้ำขาน. โครงการวิจัยพลวัตเศรษฐกิจชุมชน 3 ลุ่มน้ำในประเทศไทย พ.ศ. 2543-2545. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พอพันธ์ อูทยานนท์. (2548). ประวัติศาสตร์ร่วมสมัยชุมชนภาคกลาง. ประวัติศาสตร์ความคิดไทยกับแนวคิดชุมชน. ฉัตรทิพย์ นาถสุภา วิทยาลัยการบูรรัตนพันธุ์ บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- Радаев В.В. (2001) Новый институциональный подход: построение исследовательской схемы // Журнал социологии и социальной антропологии .№3. С.109-130.
- Радаев В.В. (2005) Экономическая социология. Учебное пособие. М.: ГУ-ВШЭ. С. 74-78.
- Эльстер Ю. (1993) Социальные нормы и экономическая теория // THESIS. Том 1. Вып. 3. С. 73-91/<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/90837>.