



บริบทของตลาด กับการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม



ตลาดสด

ถ้าไปตลาดจริงมีความสำคัญกับเศรษฐกิจสังคม ?

ก่อนอื่นต้องชวนท่านผู้มีเกียรติหันมาพิจารณาความหมายของคำว่า “ตลาด” เสียก่อน

ตลาด หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายที่ทำการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เช่น ตลาดธัญพืช เป็นต้น อย่างไรก็ตามการตลาดถือว่าผู้ขายก่อให้เกิดอุตสาหกรรม และผู้ซื้อก่อให้เกิดตลาดความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมและตลาด (ฟิลิป คอตเลอร์, Marketing Management, 1998)

ตลาด หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์การที่มีความจำเป็นและต้องการ(Need and Want) ใน

ผลิตภัณฑ์ มีความเต็มใจ มีความสามารถในการแลกเปลี่ยน และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เพื่อความพึงพอใจของตน (Charles W.Lamp, Joseph, F. Hair and Carl McDaniel, Principles of Marketing, 1992)

ตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด โดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กันในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เป็นศูนย์กลางของชุมชน และเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบหรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด





กูเมร์มาร์เก็ต

ก็มักจะมียตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมี มาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนไทยฯ เล่มที่ 28)

ด้วยความทันสมัยเทคโนโลยี ตลาดอาจไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ก็สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนสิ่งของกันได้ อย่างกรณีของตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า ในทางสังคมเราอาจมองจากรูปธรรมที่เห็นคือ ที่ๆ ผู้ซื้อและผู้ขายมาซื้อขายแลกเปลี่ยนสิ่งของและบริการร่วมกัน ในช่วง 50 ปี ที่ผ่านมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในส่วนของอุตสาหกรรมการตลาดอย่างมาก หลายท่านคงเคยได้ยินถ้อยคำที่นำความคิดในกลุ่มนักวิชาการและนักการตลาดที่มีแนวคิดตามหลักเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก “การใช้ตลาดนำการผลิต” โดยส่วนตัวแล้วตนเองก็เคยใช้ถ้อยคำดังกล่าวทั้งในชั้นเรียนและการกำหนดยุทธศาสตร์ภายใต้นโยบายรัฐที่ได้รับมอบหมายในอดีต ในหลายส่วน

อย่างไรก็ตามมีหลายประเด็นที่

ต้องทำให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอย่างแท้จริง และต้องนำแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งโดยส่วนตัวแล้วคิดว่าเป็นเรื่องเดียวกับแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวง ในภาพประกอบท่านจะเห็นความแตกต่างหลากหลายของตลาดที่เป็นผลพวงของปัจจัยสภาพ



ตลาดหลักทรัพย์

แวดล้อมและน้ำมือเชิงยุทธศาสตร์ของเจ้าพ่อเจ้าแม่แห่งวงการการตลาด ซึ่งขึ้นอยู่กับเป้าหมายการตลาดของเจ้าของธุรกิจว่าจะใช้แคมเปญอะไรมาสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของตน โดยมีกำไรเป็นตัวตั้งตั้งนั้น ในแวดวงการตลาดเราจึงมักเห็นผลลัพธ์ที่เป็นผลพวงของการทำงานด้าน การตลาด ต้นทุนสูงขาดทุนเพราะราคาไม่แน่นอน มีพฤติกรรมใช้ปุ๋ยและสารเคมีเนื่องจากกลไกการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายปัจจัยการผลิต ชาวนาต้องขายข้าวเปลือกให้พ่อค้าหรือโรงสีแล้วซื้อข้าวสารจากร้านค้าหมู่บ้านมารับประทาน ตลาดหลักทรัพย์ที่เป็นกลไกในการซื้อขายตราสารการเงิน ที่นักลงทุนจะใช้เป็นช่องทางการระดมทุนจากประชาชนที่ต้องการออมและลงทุนเพื่อการเก็งกำไร โดยมีแรงจูงใจอยู่ที่มูลค่าที่เพิ่มขึ้นของตราสารการเงินที่ตนเองเป็นเจ้าของและกำไรที่เกิดจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในตลาด



นโยบายขายไข่ซึ่งกิโล

ข้อมูลเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นผลพวงของวิกฤตการเงินครั้งล่าสุดที่เรารู้จักกันในนามของ “วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์” ที่ลุกลามไปทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน ก็เป็นสิ่งยืนยันสำหรับผลงานด้านการตลาดที่มีกำไรและความมุ่งมั่นเป็นแรงจูงใจ

ตลาดที่เกิดจากนโยบายของรัฐบางเรื่อง เช่น กรณีของตลาดกลางพืชผลการเกษตร หรือนโยบายประกันราคาสินค้าเกษตร นโยบายขายไข่แบบซึ่งกิโล ล้วนแล้วแต่เป็นนโยบายที่ขาดมุมมองเชิงพฤติกรรมโครงสร้างพื้นฐานและกระบวนการทัศน์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน กอปรกับความเจริญของเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเข้าถึงปัจเจกบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดวิกฤตในหลายด้านที่มนุษย์ชาติกำลังเผชิญไม่ว่าจะเป็นวิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตสิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคระบาด ปัญหายาเสพติด การก่อการร้าย ล้วนแล้วแต่เป็นผลงานการตลาดของมนุษย์ในสังคมทั้งสิ้น

ตลาดทางเลือก : การเปลี่ยนแปลงในแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

Joe Marconi ได้กล่าวไว้ใน



ตลาดสุขใจ

ส่วนหนึ่งของหนังสือ “Cause Marketing” ว่ามนุษย์ในสังคมปัจจุบันไม่ต้องการเพียงแค่จับจ่ายใช้สอยและบริโภคเท่านั้น แต่ยังต้องการรับรู้อะไรบางอย่างที่ตนบริโภคมีจุดยืนในการดำเนินการอย่างไร มีความยุติธรรมในการรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ผู้ผลิต ชุมชนและพนักงานหรือไม่ ในมุมมองของเขาคิดว่าการตลาดในปัจจุบันและอนาคตที่จะทำให้เกิดความสำเร็จให้กับองค์กรได้นั้นต้องอาศัยคุณธรรมความดีจึงจะนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลของมูลนิธิ Fairtrade ประเทศอังกฤษ ที่ชี้ว่านับตั้งแต่ปี 2537 เป็นต้นมาที่เครื่องหมาย Fairtrade ได้ถูกนำมาใช้สร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภคสำหรับสินค้าการเกษตรผลการวิจัยของหลายสถาบันชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคให้การตอบรับมากขึ้นเรื่อยๆ โดยพบว่าครัวเรือนในประเทศอังกฤษที่อุดหนุนสินค้ามีฉลาก Fairtrade เพิ่มขึ้นใน



สินค้า Fairtrade

ปี 2552 จากปีก่อน จากร้อยละ 67 เป็นร้อยละ 72 และผู้บริโภคร้อยละ 96 ยินดีจะจ่ายในราคาสูงกว่าสำหรับสินค้าในกลุ่ม ethical นอกจากนั้น ข้อมูลของสมาคม Fairtrade และ the global food crisis ยังชี้ให้เห็นว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมในระบบ fairtrade สามารถยกระดับการทำเกษตรและการลงทุนในชุมชนได้มากกว่าที่เคยทำกว่าร้อยละ 50

ตลาดทางเลือก : กรณีศึกษาภายใต้ชุดโครงการวิจัย “การขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม”

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยของสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี

ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ได้นำมาสู่กระบวนการแก้ไขปัญหาความยากจนบนหลักการพึ่งพาและร่วมมือกันของกลุ่ม / องค์กรและสหกรณ์ แนวทางที่สำคัญแนวทางหนึ่งคือการใช้ตลาดเป็นกลไกการปรับเปลี่ยนแนวคิดและพฤติกรรมของคนในสังคมไปในทิศทางของการพัฒนาที่ยั่งยืน

กลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าที่จะเป็นทางเลือกแก่คนในชุมชนและผู้สนใจในเรื่องสินค้าอาหารปลอดภัยและสินค้าอินทรีย์



กิจกรรมขับเคลื่อนศูนย์เรียนรู้

ภายใต้ข้อจำกัดในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เคลื่อนไปตามกระแสทุนนิยมดังที่กล่าวมาข้างต้นซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการประกอบอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม กลุ่มนักวิจัยและภาคีได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งภายหลังได้ถอดบทเรียนจากประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันได้เห็นพ้องต้องกันในการสร้างตัวแบบ



กรอบแนวทางการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าที่มีโรงแรมสวนสามพรานเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนเสาหลักการเรียนรู้ร่วมกับภาคีที่เป็นกลุ่มเกษตรกร โรงเรียน สหกรณ์ และคนในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นงานท้าทายว่า การใช้



การตรวจมาตรฐานผลิตผลทางการเกษตรเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

เวทีเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ได้จาก directing marketing ที่เกษตรกรได้จากผู้บริโภคโดยตรงควบคู่กับความรู้ในแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนจากศูนย์เรียนรู้ นั้นจะนำไปสู่การบรรลุปณิธานร่วมของกลุ่มได้อย่างไร

ปัจจุบันนี้อาจกล่าวได้ว่า “ตลาดสุขใจ” เป็นศูนย์เรียนรู้ที่เกษตรกรสถาบันเกษตรกรหน่วยงานภาครัฐ



กิจกรรมปั่นดินเหนียว



กิจกรรมสอนการทำลูกประคบจากสมุนไพร

นักวิชาการ ผู้ประกอบการ และสื่อมวลชนที่เห็นความสำคัญของการสร้างทางเลือกใหม่ ในการผลิตการบริโภค การเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปสู่การปรับกระบวนการทัศน์และพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของตนได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุข