

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ในช่วงที่ผ่านมา นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นการพัฒนาที่ไม่สมดุล (Unbalance Growth) เน้นการพัฒนาที่ไม่ใช่ภาคการเกษตร เช่น ภาคอุตสาหกรรมและการบริการเป็นหลัก และละเลยการพัฒนาภาคการเกษตร มีผลทำให้ตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในส่วนที่ไม่ใช่ภาคการเกษตรมีส่วนเพิ่มขึ้น ขณะที่ตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จากภาคการเกษตรมีส่วนลดลง การพัฒนาที่ไม่สมดุลดังกล่าวมานั้นมี 2 ลักษณะ ลักษณะแรก คือการแลกเปลี่ยนไม่เสมอภาค (Unequal Exchange) เป็นการซื้อสินค้าเกษตรราคาถูกลงจากภาคชนบทแล้วขายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมราคาแพง ในส่วนของลักษณะที่สอง คือการที่แรงงานจากภาคการเกษตรเคลื่อนย้ายสู่ภาคอุตสาหกรรมอันเนื่องจากรายได้ภาคเกษตรไม่พอเพียง ทำให้เกิดภาวะแรงงานล้นในภาคอุตสาหกรรมกลายเป็นกองทัพแรงงานสำรอง (Reserve Army) (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542 : 14)

เมื่อพิจารณาผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาประเทศแบบไม่สมดุลดังกล่าวโดยองค์รวมในทุกด้านแล้วพบว่า การขยายตัวทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ในขณะที่ภาคอื่นๆ ของประเทศยังมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ล้าหลัง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540 : 1) ในขณะที่เดียวกันยังเกิดผลกระทบ ในทางลบและปัญหาอันเกิดจากการพัฒนาในรูปแบบดังกล่าว อันได้แก่ ปัญหาด้านเศรษฐกิจ ปัญหาความยากจนกับเกษตรกรในชนบท ปัญหาช่องว่างระหว่างคนจนและคนรวยมีมากขึ้น ปัญหาการกระจายรายได้อย่างไม่ทั่วถึงและเป็นธรรม ปัญหาแรงงาน ปัญหาการศึกษาและวัฒนธรรม ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านสุขภาพอนามัย และปัญหาสังคมเฉพาะด้าน (นงลักษณ์ เทพสวัสดิ์, 2543 : 1-3) ซึ่งรูปแบบการพัฒนาไม่อาจใช้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนได้

ขณะเดียวกันการประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงของประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2540 อันเป็นผลทำให้เกิดความตกต่ำทางด้านเศรษฐกิจและการเงินภายในประเทศ และได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง เป็นเหตุให้เกิดกระแสแนวความคิดในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศทั้งในระดับชาติ ในเรื่องของสถาบันการเงิน เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ

อัตราภาษี มาตรการทางการเงินการคลังและงบประมาณ และการแก้ปัญหาในระดับครอบครัว ชุมชนและท้องถิ่น โดยเฉพาะแนวความคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ทั้งนี้เพื่อใช้เป็น ทางออกสำหรับผลของการพัฒนาประเทศที่ขาดความสมดุล ตลอดจนเป็นทิศทางใหม่ในการพัฒนา ประเทศ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ให้แก่คนและชุมชน เพื่อให้คนและชุมชนสามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืนและเกิดดุลยภาพ มีลักษณะเป็นองค์รวม โดยมี “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ภายใต้แนวความคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองนั้น จะต้องมีการเชื่อมโยง ระหว่างเศรษฐกิจมหภาคและเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน เป็นการพัฒนาอย่าง บูรณาการทั้งทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมือง

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั้นมีหลายมิติ ได้แก่ มิติทางด้านเศรษฐกิจ มิติ ด้านสังคม มิติทางด้านวัฒนธรรม มิติทางด้านการศึกษา และมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยชุมชน แต่ละชุมชนนั้นอาจจะพัฒนาความเข้มแข็งได้เพียงบางมิติทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ และเงื่อนไข ปัจจัยแวดล้อมของชุมชนที่แตกต่างกันไป บางชุมชนเริ่มจากสร้างความเข้มแข็งด้านเงินทุนแล้วจึง เข้าสู่ความเข้มแข็งทางด้านสวัสดิการและทางด้านอาชีพ บางชุมชนเริ่มจากสร้างความเข้มแข็ง ทางด้านอาชีพแล้วจึงเข้าสู่ความเข้มแข็งทางด้านเงินทุนและสวัสดิการ โดยเป้าหมายของทุกชุมชนก็ เพื่อเพิ่มความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน (แดงอ่อน มั่นใจตน, 2545 : 77)

จะเห็นว่าแนวความคิดในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งโดยอาศัยเศรษฐกิจเป็นตัวนำ นั้นมีเป้าหมายหลักที่ชัดเจน คือให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง และสามารถกำหนดชีวิตและการ พัฒนาที่เป็นของตนเองโดยต้องสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น และชุมชนสามารถปรับตัวให้ เข้ากับการเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยแนวทางสำคัญซึ่งสามารถ นำไปสู่การปฏิบัติ คือทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอด ุลยเดชมหาราช โดยแบ่งการพัฒนาออกเป็น 3 ระดับ คือเริ่มจากการทำการเกษตรให้พอเพียง เลี้ยงตัวเองได้ก่อน แล้วจึงพัฒนาไปสู่ขั้นการรวมกันทำธุรกิจภายในชุมชนและท้องถิ่น จนถึงขั้น พัฒนาธุรกิจ (เมธี พยอมยงค์, 2544 : 18-19)

ในส่วนของแนวความคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจชุมชน สามารถสรุปได้เป็น 2 ประเภท คือการทำมาหากินและการทำมาค้าขาย โดยการทำมาหากินนั้นจะเน้นเพื่อกินและใช้ภายในชุมชน และชุมชนใกล้เคียงเป็นหลักหากเหลือจึงขายเป็นรายได้ เป็นเศรษฐกิจที่ไม่พึ่งพาตลาดภายนอกทั้ง ในแง่ของผลผลิตที่จะขายหรือปัจจัยการผลิตที่จะซื้อ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนชนบทสามารถ ดำรงอยู่ได้อย่างสมดุล เป็นฐานที่มั่นคงให้คนในหมู่บ้านมีอยู่มีกิน ไม่มีหนี้สินมากนัก และในส่วน ของการทำมาค้าขายนั้น จำเป็นต้องมีการพึ่งพาตลาดภายนอกเป็นหลัก ทั้งผลผลิตที่จะขายและ

ปัจจัยการผลิตที่จะต้องซื้อ เป็นเศรษฐกิจของการแข่งขันเพื่อให้ได้เปรียบในทางการค้า จึงมีจุดสำคัญอยู่ที่ประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพการผลิต พลังการต่อรองด้านการตลาด ความเท่าทันในข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะด้านการตลาด (เมธี พยอมยงค์, 2544 : 18-19)

จากแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จึงได้มีการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่างๆ ขึ้น อันเนื่องมาจากปัญหาพื้นฐานของภาคเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือนคือ “ตลาด” ซึ่งเมื่อชาวบ้านทำการผลิตทางการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ แล้ว ไม่สามารถจำหน่ายได้ในราคาเป็นธรรม แนวคิดในการแก้ปัญหาดังกล่าว คือการจัดให้มี “ตลาดนัดชุมชน” ขึ้น โดยการจัดเป็นตลาดที่ให้ชาวบ้านนำผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในชุมชนมาทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน และเป็นสถานที่ที่ขายผลผลิตของชุมชนชนบท โดยขายให้แก่ชุมชนเมืองในราคาถูกลงจนเป็นสถานที่ที่ให้ภาคธุรกิจได้เข้ามาเลือกสินค้าที่ผลิตได้ในชุมชนเพื่อนำไปสู่การติดต่อซื้อขายต่อไป ขณะเดียวกันยังเป็นเวทีการเรียนรู้ของชาวบ้านที่จะได้แลกเปลี่ยนแนวทางในการผลิต รูปแบบและแนวทางการพัฒนาคุณภาพ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนทางด้านวิชาการ ทักษะและประสบการณ์ต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการผลิต จึงกล่าวได้ว่า ตลาดนัดชุมชนเป็นกิจกรรมสำคัญตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองที่มุ่งเสริมรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน (กรมการปกครอง, 2541 : 61-64) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเกษตรกรรมยั่งยืนที่เน้นให้เกษตรกรทำการผลิตที่พอเพียงกับการบริโภคและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำการผลิตที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ ดังนั้นเมื่อผลผลิตที่ได้เพียงพอต่อการบริโภคในครัวเรือนแล้วจึงนำผลผลิตออกสู่ตลาดเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ดังนั้นรูปแบบการจัดตลาดนัดชุมชน จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมกับระบบการผลิตแบบยั่งยืนเนื่องจากเกษตรกรสามารถนำผลผลิตออกมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชุมชนของตนเองได้โดยตรง (อารยา จันทสุข, 2546 : 1)

ลักษณะของตลาดแบบนี้ พอลลี ฮิล และ โรเบิร์ต เอช ที สมิธ (Polly Hill and Robert H.T. Smith) เรียกว่า ตลาดนัดชั่วคราว (Periodic Market) โดยให้คำจำกัดความว่า “เป็นแหล่งรวมของประชากรที่มาซื้อขายบางช่วงเวลาในสถานที่ที่แน่นอน” (Hill and Smith, 1972 : 345) ตลาดนัดในลักษณะนี้เป็นกลไกการแลกเปลี่ยนทางสังคม ซึ่งจะพบได้บ่อยในชนบทของประเทศที่ด้อยพัฒนาและกำลังพัฒนา เช่น ทวีปแอฟริกา ทวีปเอเชีย และทวีปอเมริกาใต้ รูปแบบการค้าของตลาดนัดมีหลายแบบ โดยแบ่งตามการใช้ประโยชน์หน้าที่ที่แตกต่างกัน (Brian, 1988 : 119-136) ตลาดส่วนใหญ่ต้องอยู่ในตำแหน่งที่ให้บริการความต้องการของประชากรได้มากที่สุด เป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดนัดชั่วคราวที่เกิดขึ้นมักเกิดในพื้นที่ที่เป็นช่องว่าง (gap) ของย่านกลางที่

การบริการเข้าไม่ถึงหรือไม่เพียงพอ ทั้งนี้การเกิดตลาดนัดจึงเป็นการเข้าถึงผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง (Alexander, 1977 : 104-109)

กิจกรรมด้านการตลาดจึงมีความสำคัญมากในฐานะที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นช่องทางการจำหน่าย ถ้ามีระบบการจัดการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยเหลือทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้อย่างยุติธรรม (นฤชา โฆษาศิวิไลซ์, 2544 : 43) ซึ่งหลักการดังกล่าวสอดคล้องกับ “กฎการตลาดเพื่อชุมชน” ในระบบชุมชนอาชีพไทย (พิทยา ว่องกุล, 2542 : 136) ที่มีสมาชิกผลิตสินค้าหลากหลายชนิดเพื่อสนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก เหลือเพื่อจึงขายสู่ตลาดภายนอก ทำให้เสถียรภาพของราคาที่เกิดจากความต้องการซื้อและความต้องการขายเคลื่อนไหวน้อยที่สุดหรือคงที่ ความได้เปรียบเสียเปรียบจะไม่เกิดขึ้นในชุมชนสินค้าที่เหลือเมื่อขายให้ภายนอกจะกลายเป็นมูลค่าสะสมทุนให้แก่สมาชิกและชุมชน (พิชญ อ่อนมณี, 2542 : 25)

จึงกล่าวได้ว่ากระบวนการสร้างความเข้มแข็งและการพัฒนาให้กับตลาดนัดชุมชน เป็นยุทธศาสตร์ทางเลือกประการหนึ่งที่ได้รับการกล่าวถึงมากในปัจจุบันและถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการบรรเทาปัญหาที่ประเทศกำลังประสบอยู่ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับคนและชุมชนอันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน กิจกรรมตลาดนัดชุมชน ณ ปี พ.ศ. 2546 มีตลาดนัดชุมชนทั่วจังหวัดสงขลา โดยกระจายอยู่ในทุกอำเภอทั้งหมดจำนวน 183 แห่ง (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก) โดยสำรวจจากสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาล รวมถึงประชาชนภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งนับเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในชุมชน การศึกษาถึงการดำเนินงานภายในตลาดนัดชุมชนนั้นนับว่าเป็นประเด็นสำคัญเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุและแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นกับตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่งเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากิจกรรมตลาดนัดชุมชน

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาถึงกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนว่ามีลักษณะอย่างไร ปัจจัยต่างๆ รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน เพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และเพื่อสร้างสรรค์การพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

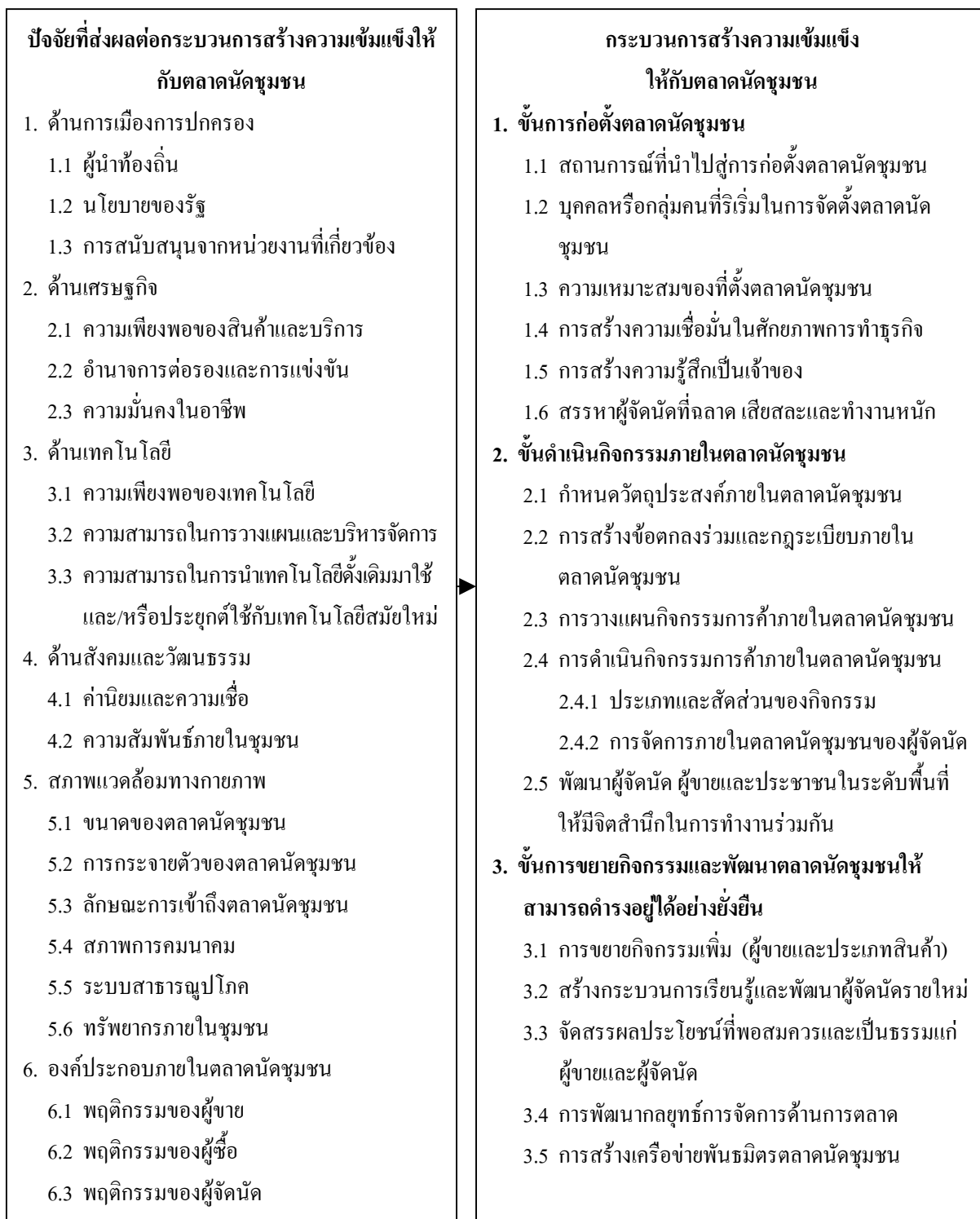
1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา

### สมมติฐานการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัย และนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้ คือ

ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และองค์ประกอบภายในตลาดนัดชุมชนมีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชน

จากสมมติฐานการวิจัยดังกล่าวสามารถนำเสนอกรอบแนวคิดได้ตามภาพประกอบ 1 (รายละเอียดตัวชี้วัดปรากฏตามภาคผนวก) ดังนี้คือ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ความสำคัญและประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา
3. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา
4. หน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาให้กับตลาดนัดชุมชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา ปัจจัยรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้ คือ

1. ขอบเขตในด้านเนื้อหาของการวิจัย เป็นการศึกษาแบบเชิงพรรณนาและอธิบาย (Descriptive-Explanatory Research) เกี่ยวกับกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา ปัจจัยรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสงขลา โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ทำการศึกษาจากผู้ขายภายในตลาดนัดชุมชน โดยเป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative)

ส่วนที่ 2 ทำการศึกษาจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ข้าราชการประจำและผู้นำท้องถิ่น ได้แก่ พัฒนาการตำบล เกษตรตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล นอกจากนี้ยังศึกษาจากผู้จัดนัด และประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนใกล้เคียงตลาดนัดชุมชน ซึ่งเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative)

2. ขอบเขตในด้านพื้นที่ศึกษา ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาจากตลาดนัดชุมชนที่อยู่พื้นที่นอกเขตเทศบาลในจังหวัดสงขลา เนื่องจากกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2541 : 67) กล่าวถึงลักษณะกิจกรรมตลาดนัดชุมชนไว้ว่าเป็นสถานที่ที่ซื้อขายผลิตผลของชุมชนชนบท โดยเป็นตลาดที่ให้ชาวบ้านนำผลผลิตมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับไบรอัน (Brian, 1988 : 119-136) และ เจ เอช สไพนธ์ (Hodder and Lee, 1978 : 140) กล่าวถึงตลาดนัด

ชั่วคราวในลักษณะนี้ว่าเป็นกลไกการแลกเปลี่ยนทางสังคม ซึ่งพบได้บ่อยในพื้นที่เขตชนบทของประเทศที่ด้อยพัฒนาและกำลังพัฒนา เช่น ทวีปแอฟริกา ทวีปเอเชีย และทวีปอเมริกาใต้ ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของตลาดนัดชุมชนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่นอกเขตเทศบาลในจังหวัดสงขลา เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาให้กับตลาดนัดชุมชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ตลาดนัดชุมชน หมายถึงตลาดนัด (Periodic Markets) ในพื้นที่นอกเขตเทศบาลซึ่งเน้นการขายสินค้าประเภทอาหารสด มีทั้งผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ขนมห และกับข้าวถุงที่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการโดยมีผู้ซื้อ ผู้ขาย สินค้าและบริการจำหน่ายให้กับคนในชุมชน โดยเปิดทำการค้าขายในบางวันบางเวลา โดยมีการกำหนดวันและสถานที่ที่แน่นอน
2. รอบ หรือวันนัด (Cycle) หมายถึงวันที่ผู้ขายนำสินค้าและบริการมาขายในตลาดนัดชุมชนแหล่งเดิมอีก
3. กระบวนการสร้างความเข้มแข็ง หมายถึงขั้นตอนหรือวิธีการที่ทำให้ตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ชนบทแต่ละแห่งมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งก่อให้เกิดการสร้างรายได้ตามแนวทางเศรษฐกิจแบบพอเพียงให้กับชาวบ้านที่นำสินค้ามาจำหน่ายรวมไปถึงเกิดประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภคและประชาชนที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนนั้นเพื่อการพัฒนาไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็ง
4. สมาชิก หมายถึงผู้ขายที่เข้าร่วมกิจกรรมโดยมีการนำสินค้าต่างๆ เข้ามาจำหน่ายภายในตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ชนบท
5. ผู้จัดนัด หมายถึงผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลและจัดการให้ตลาดนัดชุมชนดำเนินการไปด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย
6. แพง หมายถึงลักษณะโครงสร้างที่มีความสูงจากพื้นโดยประมาณ 1 เมตร เพื่อใช้วางสินค้าในการค้าขาย และเป็นหน่วยในการวัดพื้นที่ค้าขายของผู้ขายในตลาดนัดชุมชน