

ผลของการพัฒนาตลาดชุมชนของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน

Devotion output of community market development on farmer groups in Na Noi District, Nan Province

อัญธิมา วงศ์การณ์^{1*}, บุศรา ลิมนิรันดร์กุล¹, จุฑาทิพย์ เฉลิมผล¹ และ ประธานทิพย์ กระมล²

Anticha Wongkarn^{1*}, Budsara Limnirunkul¹, Juthathip Chalermphol¹ and Prathanthip Kramol²

¹ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและพัฒนาชนบท ภาควิชาพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

¹ Division of Agricultural Extension and Rural Development, Department of Agricultural Economy and Development, Faculty of Agriculture, Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand 50200

² สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

² Division of Agricultural Economics, Department of Agricultural Economy and Development, Faculty of Agriculture, Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand 50200

บทคัดย่อ: จากการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อการยกระดับศักยภาพเกษตรกรผ่านกลไกตลาดชุมชนในพื้นที่อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการพัฒนาตลาดชุมชนต่อทุนดำรงชีพของเกษตรกร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 104 ราย และรวบรวมข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2566-2567 ซึ่งเป็นช่วงที่สะท้อนการปรับตัวภายหลังการพัฒนาตลาดชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้เทคนิคการระลึกข้อมูลย้อนหลังของเกษตรกร เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลก่อนและหลังการพัฒนาตลาด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง T-Test (Paired-Sample T-Test) พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 51 ปี มีรายได้จากตลาดชุมชนเฉลี่ย 42,894.23 บาท/ปี และมีต้นทุนเฉลี่ย 16,235.72 บาท/ปี ผลวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าตลาดชุมชนทำหน้าที่เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้และกลไกตลาดทางสังคมที่เปลี่ยนบทบาทเกษตรกรให้สามารถกลายเป็นผู้จัดการตลาดผ่านระบบเครือข่ายดิจิทัล สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า ภายหลังการพัฒนาตลาด ทุนดำรงชีพทั้ง 5 ด้านมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเฉพาะทุนด้านสังคม ($\bar{x}$ เพิ่มขึ้นจาก 2.99 เป็น 4.17) และด้านมนุษย์ ($\bar{x}$ เพิ่มขึ้นจาก 2.83 เป็น 3.91) ที่มีการยกระดับทักษะการจัดการและการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง รวมทั้งการสนับสนุนให้เกษตรกรได้รับการอบรมและส่งเสริมเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดชุมชนเฉลี่ย 2.5 ครั้งต่อปี ควบคู่ไปกับด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x}$ เพิ่มขึ้นจาก 3.02 เป็น 3.90) ที่พบผลกำไรจากการมีส่วนร่วมต่างรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่าต้นทุนการผลิตอันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันและการพึ่งพาตนเองของเกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน รวมไปถึงทุนด้านกายภาพ ($\bar{x}$ เพิ่มขึ้นจาก 3.00 เป็น 3.89) และทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{x}$ เพิ่มขึ้นจาก 3.13 เป็น 3.84) ตามลำดับ การศึกษาสรุปได้ว่าการพัฒนาตลาดชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับทุนในการดำรงชีพของเกษตรกรได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

คำสำคัญ: ตลาดชุมชน; การพัฒนาตลาด; ทุนในการดำรงชีพ

ABSTRACT: Following the implementation of community market promotion and development initiatives aimed at enhancing farmers' potential in Na Noi District, Nan Province, this research primarily aimed to analyze the impact of community market development on farmers' livelihood assets. A mixed-methods research approach was employed. Data collection involved 104 community enterprise members from 2023 to 2024, a period reflecting continuous

* Corresponding author: antichawongkarn@gmail.com

Received: date; February 10, 2025 Revised: date; April 8, 2026

Accepted: date; May 18, 2026 Published: date; August 24, 2026

adaptation following the development. Qualitative data were gathered through in-depth interviews and focus groups, while quantitative data were collected via semi-structured interviews using a retrospective recall technique to compare conditions before and after market development. Data were analyzed using descriptive statistics and paired-sample t-test. The findings revealed that the majority of farmers were female, with an average age of 51 years. The average annual income from the community market was 42,894.23 THB, against an average production cost of 16,235.72 THB. Qualitative results indicated that the community market functions as a "learning space" and a social socialization mechanism that transforms farmers' roles into market managers through digital networks. These findings were consistent with quantitative results, which showed that after development, all five dimensions of livelihood assets increased significantly at the 0.01 level. Notably, social assets ($\bar{x}$ increased from 2.99 to 4.17) and human assets ($\bar{x}$ increased from 2.83 to 3.91) demonstrated prominent improvements in management skills and collective action, supported by the training frequency, averaging 2.5 sessions per year. This was accompanied by financial assets ($\bar{x}$ increased from 3.02 to 3.90), which showed profitability with an income margin significantly exceeding costs, serving as a vital foundation for resilience and self-reliance. Furthermore, physical assets ($\bar{x}$ increased from 3.00 to 3.89) and natural assets ($\bar{x}$ increased from 3.13 to 3.84) also showed significant increases. In conclusion, community market development serves as a crucial mechanism for tangibly and sustainably enhancing farmers' livelihood assets.

Keywords: community market; market development; livelihood assets

บทนำ

ในบริบทของการพัฒนาเกษตรกรรมระดับโลก การบูรณาการเกษตรกรรายย่อยเข้าสู่ระบบตลาดสมัยใหม่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นแนวทางสำคัญในการจัดความยากจนและสร้างความมั่นคงทางอาหารอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) อย่างไรก็ตามงานศึกษาในระดับนานาชาติชี้ให้เห็นว่าเกษตรกรรายย่อยในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนายังคงเผชิญกับอุปสรรคเชิงโครงสร้างที่สำคัญ โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ต้นทุนการผลิตที่สูง และการพึ่งพาเครือข่ายพ่อค้าคนกลาง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่ออำนาจในการต่อรองและการได้รับส่วนแบ่งกำไรที่ยุติธรรม (Barrett, 2008; Markelova et al., 2009) แนวทางการตลาดแบบรวมกลุ่มและการสร้างตลาดชุมชนจึงถูกนำมาใช้เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ในหลายภูมิภาคทั่วโลกเพื่อเสริมสร้างอำนาจต่อรองและลดความเสี่ยงทางการตลาด (Hellin et al., 2009; Ochieng et al., 2018) ซึ่งงานวิจัยในระยะหลังได้ขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่การเปลี่ยนผ่านวิถีการดำรงชีพ โดยพบว่าการพัฒนาาระบบตลาดที่เข้มแข็งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มรายได้ในระยะสั้นเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการปรับโครงสร้างทุนดำรงชีพ (Livelihood assets) ทั้งในด้านการสะสมทุนมนุษย์ การสร้างเครือข่ายทางสังคม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเป็นกุญแจสำคัญสู่ความยืดหยุ่นต่อสภาวะวิกฤตของครัวเรือนเกษตรกรรมในระยะยาว (Liverpool-Tasie et al., 2020; Quandt, 2018)

ในช่วงปี พ.ศ. 2564 ภาคการเกษตรของประเทศไทยจะมีศักยภาพในการขยายตัวของผลผลิตสูงขึ้นจากปัจจัยทางธรรมชาติที่เอื้ออำนวย ทว่าการเพิ่มขึ้นของอุปทานกลับกลายเป็นปัจจัยเร่งให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดที่มีข้อจำกัดด้านการรองรับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) สภาวะการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ เกษตรกรรายย่อย ซึ่งมีลักษณะการผลิตแบบเกษตรแปลงเล็กและมีการกระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ ก่อให้เกิดอุปสรรคเชิงโครงสร้างทั้งในด้านการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคม และการขนส่ง รวมถึงการขาดความรู้ด้านการตลาด ส่งผลให้เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาพ่อค้าคนกลางและขาดอำนาจต่อรองในด้านราคาและมาตรฐานผลผลิต (ธนพล และ ธนช, 2563) แม้ภาครัฐจะมีความพยายามในการขับเคลื่อนนโยบายสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง แต่ช่องว่างด้านการเข้าถึงตลาดเชิงพื้นที่ยังคงปรากฏในระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรรายย่อย ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาตลาดในระดับชุมชน จึงถูกนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนกระบวนการจากการผลิตแบบแยกส่วนไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งผ่านกลไกการรวมกลุ่ม และการดึงศักยภาพของทุนในท้องถิ่นออกมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด กระบวนการนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและยกระดับทักษะการเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกรเท่านั้น แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างวงจรเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในชุมชน ที่ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และสร้างภูมิคุ้มกันในการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (หทัยชนก, 2563; บุศรา และคณะ, 2563)

อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัด มีพื้นที่ประมาณ 1,408.12 ตารางกิโลเมตร (880,067 ไร่) โดยมีภาคการเกษตรเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจหลักของประชากร อย่างไรก็ตาม เกษตรกรในพื้นที่ส่วนมากมีการทำเกษตรในรูปแบบเกษตรเชิงเดี่ยว (Monoculture) โดยเฉพาะการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่มีพื้นที่เพาะปลูกสูงเป็นอันดับ 2 ของจังหวัด (สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน, 2565) ถึงแม้ว่าจะมีตลาดเพื่อรับซื้อผลผลิตและมีการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น แต่เกษตรกรกลับเผชิญกับภาวะความแปรปรวนทางเศรษฐกิจ ทั้งปัญหานี้สินที่พอกพูนและรายได้ที่ไม่แน่นอน เนื่องจากกระบวนการผลิตที่เน้นพึ่งพาปัจจัยภายนอก ทั้งสารเคมีกำจัดศัตรูพืช ปุ๋ยเคมี และสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน (อนุสร, 2562) เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่มั่นคงดังกล่าว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 หน่วยงานภาครัฐและภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องได้บูรณาการความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนระบบเกษตรและพืชอาหารทางเลือกที่เหมาะสมกับภูมินิเวศน์ ควบคู่ไปกับการจัดการตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในหลายตำบลของอำเภอนาน้อย กระบวนการพัฒนาดังกล่าวมุ่งเน้นการยกระดับกลไก ตลาดชุมชน ให้เป็นมากกว่าพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้า แต่ยังเป็นพื้นที่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนความรู้ และการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับทุนในการดำรงชีพในหลายมิติ ผลจากการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2560–2565 ได้นำไปสู่การก่อตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง ได้สนับสนุนและพัฒนาระบบตลาดชุมชน มีส่วนช่วยให้เกษตรกรสามารถพัฒนาตนเองและมีความรู้ในด้านการตลาดเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย และการสร้างเครือข่ายทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงการใช้ช่องทางออนไลน์ในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งผลของการพัฒนาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นในระดับพื้นที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2566–2567 ที่ทำการศึกษาวิจัย โดยพบว่าตลาดชุมชนได้กลายเป็นบทบาทสำคัญในการสร้างทางเลือกอาชีพใหม่ ลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอก เพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้รวมถึงการพัฒนาการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการตลาดของเกษตรกร การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มรายได้ แต่ยังส่งผลต่อการยกระดับ ทุนดำรงชีพ (Livelihood Assets) ของเกษตรกรในหลากหลายมิติอย่างมีนัยสำคัญ

การศึกษานี้อาศัยกรอบแนวคิด Sustainable Livelihood Framework (SLF) ในการอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาตลาดชุมชนกับการเปลี่ยนแปลงการดำรงชีพของเกษตรกร โดยกรอบแนวคิดดังกล่าวอธิบายว่าการดำรงชีพของครัวเรือนขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากทุนในการดำรงชีพ 5 ด้าน ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ และทุนเศรษฐกิจ (Scoones, 1998; Ellis, 2000) ทั้งนี้ การพัฒนาตลาดชุมชนสามารถส่งผลต่อทุนดังกล่าวในหลายมิติ เช่น การเพิ่มทุนความรู้และทักษะด้านการตลาดของเกษตรกร (ทุนมนุษย์) การเสริมสร้างเครือข่ายและความร่วมมือภายในชุมชน (ทุนสังคม) การเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน (ทุนกายภาพและทุนธรรมชาติ) ตลอดจนการเพิ่มรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (ทุนเศรษฐกิจ) ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีพอย่างยั่งยืนของเกษตรกร

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการพัฒนาตลาดชุมชนในอำเภอนาน้อยจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการผลิตและการรวมกลุ่มของเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังเป็นเพียงข้อสังเกตในระดับปฏิบัติการ และยังขาดการศึกษาวิจัยเชิงประเมิณผลที่มีระเบียบวิธีวิจัยชัดเจนเพื่อยืนยันการเปลี่ยนแปลงของทุนในการดำรงชีพอย่างเป็นระบบภายใต้กรอบแนวคิด Sustainable Livelihood Framework (SLF) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบสถานะของทุนทั้ง 5 ด้านก่อนและหลังการพัฒนา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสะท้อนความสำเร็จและความยั่งยืนของโครงการในมิติเชิงพื้นที่ยังไม่ได้รับการรายงานหรือเผยแพร่ในเชิงวิชาการอย่างเพียงพอ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทุนในการดำรงชีพของเกษตรกรในอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน ภายหลังจากพัฒนาตลาดชุมชน โดยมีคำถามวิจัยว่า การพัฒนาตลาดชุมชนส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทุนในการดำรงชีพทั้ง 5 ด้านอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นในมิติใดบ้างและอย่างไร

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ได้แก่ เกษตรกรสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 5 ตำบล ของอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน จำนวนทั้งสิ้น 140 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 104 ราย และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย (1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรผสมผสานและแปรรูปผลผลิตบ้านสันทะ จำนวน 22 ราย (2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรผสมผสานบ้านพืชเจริญ จำนวน 16 ราย (3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์ตำบลศรีสะเกษ จำนวน 24 ราย (4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์ตำบลสถาน จำนวน 29 ราย และ (5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์ตำบลบัวใหญ่ จำนวน 13 ราย

ทั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือนมิถุนายน 2566 – เดือนกันยายน 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) โดยใช้ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้อย่างครอบคลุม

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

(1) ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร

(2) การประเมินผลของการพัฒนาตลาดชุมชนต่อการดำรงชีพ 5 ด้าน ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ และทุนเศรษฐกิจ

โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ ทั้งนี้ แม้ว่าข้อมูลจาก Likert scale จะเป็นข้อมูลเชิงอันดับ (ordinal data) แต่ในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์มักมีการประมาณให้เป็นข้อมูลเชิงช่วง (interval data) เพื่อให้สามารถใช้สถิติพารามิเตอร์ เช่น ค่าเฉลี่ย และการทดสอบ t-test ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย (Norman, 2010; Sullivan and Artino, 2013)

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวน 30 ราย ก่อนนำไปใช้จริง ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.907 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถรายงานค่าความเชื่อมั่นแยกรายมิติของทุนทั้ง 5 ด้านได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูลดิบในขั้นตอนการวิเคราะห์

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) กับเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง และการสนทนากลุ่ม (focus group discussions) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) ครอบคลุมประเด็นหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมในตลาดชุมชน กระบวนการเปลี่ยนแปลงของวิถีการดำรงชีพ และผลกระทบของการพัฒนาตลาดที่มีต่อการดำรงชีพทั้ง 5 ด้าน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง และการสนทนากลุ่มกับแกนนำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ทั้ง 5 ตำบล

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้ วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่กำหนด (Inclusion Criteria) ดังนี้ กลุ่มเกษตรกรสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก คัดเลือกจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ศึกษา และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของตลาดชุมชนอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี และกลุ่มแกนนำสำหรับการสนทนากลุ่ม คัดเลือกจากคณะกรรมการหรือผู้มีบทบาทหลักในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละตำบล ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในภาพรวมของกระบวนการพัฒนาตลาดและเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่

การวัดข้อมูลก่อน-หลัง

การวัดการเปลี่ยนแปลงทุนดำรงชีพใช้วิธีการให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินสถานการณ์ “ก่อน” และ “หลัง” การพัฒนาตลาดชุมชน โดยอาศัยการรับรู้ย้อนหลัง (retrospective self-assessment) ของเกษตรกร มิได้มีการเก็บข้อมูลก่อนการดำเนินโครงการจริง (non-longitudinal design)

ดังนั้น ข้อมูล “ก่อน” จึงเป็นการประเมินย้อนหลัง ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านความคลาดเคลื่อนของความทรงจำ (recall bias) อย่างไรก็ตาม วิธีการดังกล่าวเป็นแนวทางที่เหมาะสมในบริบทที่ไม่สามารถเก็บข้อมูลแบบตามช่วงเวลา (longitudinal study) ได้ และยังสามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงรับรู้ของเกษตรกรได้อย่างมีนัยสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับทุนในการดำรงชีพของเกษตรกร โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากมาตราส่วน Likert scale 5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุด (4.21–5.00) ระดับมาก (3.41–4.20) ระดับปานกลาง (2.61–3.40) ระดับน้อย (1.81–2.60) และระดับน้อยที่สุด (1.00–1.80)

นอกจากนี้ ใช้สถิติอนุมาน Paired Sample t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทุนในการดำรงชีพทั้ง 5 ด้าน ก่อนและหลังการพัฒนาตลาดชุมชน โดยก่อนการวิเคราะห์ได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (normality test) และได้รายงานค่า effect size (Cohen's d) เพื่อแสดงขนาดของผลกระทบของการพัฒนา และรายงานค่าองศาอิสระ (df) ร่วมกับค่า t และค่า p เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของการวิเคราะห์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยดำเนินการถอดเทปข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม จากนั้นทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (coding) และตีความเชิงประเด็น (thematic analysis) เพื่ออธิบายรูปแบบการเปลี่ยนแปลงการดำรงชีพของเกษตรกร และใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการสนับสนุนและอธิบายผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ผลการศึกษา

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรในอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.20) มีอายุเฉลี่ย 51.12 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีประสบการณ์ทำเกษตรเฉลี่ย 14.88 ปี มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเกษตรในตลาดชุมชนเฉลี่ย 42,894.23 บาท/ปี และมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 16,235.72 บาท/ปี โดยแหล่งเงินทุนหลักมาจากเงินออม (ร้อยละ 72.10) และมีการออมกับธนาคาร (ร้อยละ 55.80) สำหรับการกู้ยืม พบว่าส่วนใหญ่กู้จากธนาคารธ.ก.ส. (ร้อยละ 43.30)

ในด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้า เกษตรกรมีช่องทางที่หลากหลาย เช่น การจำหน่ายหน้าสวน ช่องทางออนไลน์ ตลาดชุมชน ตลาดนอกชุมชน และห้างสรรพสินค้า โดยส่วนใหญ่จำหน่ายหน้าสวนของตนเอง (ร้อยละ 59.60) ทั้งนี้ การรวบรวมผลผลิตเพื่อจำหน่ายมักดำเนินการผ่านแกนนำหรือผู้แทนกลุ่มเพื่อเพิ่มความสะดวกด้านการขนส่ง สำหรับการพัฒนาตลาด เกษตรกรเข้ารับการอบรมเฉลี่ย 2.5 ครั้ง/ปี และได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดจากผู้นำท้องถิ่นเป็นหลัก (ร้อยละ 66.30) (Table 1)

ลักษณะทางสังคมของเกษตรกรในอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ ทั้งในภาคเกษตรและงานหัตถกรรม เช่น กลุ่มเกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน ยางพารา และจักสาน โดยภายในกลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านทักษะ การฝึกอบรม และปัจจัยการผลิตที่จำเป็น เช่น เมล็ดพันธุ์ อุปกรณ์การเกษตร โรงเรือน และเครื่องจักร นอกจากนี้ เกษตรกรยังได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาตลาดชุมชน ทั้งในด้านแหล่งเรียนรู้ การจัดตั้งตลาด และการเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย โดยมีผู้นำกลุ่มและผู้นำชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิก

Table 1 Information on personal, economic, and social characteristics of famers (n=104)

characteristics	Percentage	Mean	S.D
1. Gender			
1 = male	28.80		
0 = female	71.20		
2. Age (years)		51.12	9.56
3. Education level			
High school	32.70		
4. Farming experience (years)		14.88	14.26
5. Revenue from production sales (Baht/year)		42,894.23	37,963.71
6. Cost of production (Baht/year)		16,235.72	18,940.63
7. Capital source			
1 = Self-funding	72.10		
0 = Other financing source	27.90		
8. Sales Channels			
1 = Farmer's field	59.60		
0 = Other channels	40.40		
9. Contact with agricultural extension about market development (time)		2.5	1.36
10. Receiving information about sales channels from the community leader.	66.30		

รายละเอียดด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เกษตรกรในพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนที่หลากหลาย ทั้งในด้านเกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน และการแปรรูปสินค้า โดยแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในด้านระบบการผลิต ช่องทางการตลาด และระดับการพัฒนาตลาด (Table 2) ซึ่งสะท้อนถึงบริบทของแต่ละพื้นที่ และอาจมีผลต่อศักยภาพในการพัฒนาทุนการดำรงชีพของเกษตรกร

Table 2 Characteristics of community enterprise groups in Na Noi District, Nan Province

Group	Main Products	Market Channels	Key Features
Ban Phuet Charoen Integrated Farming Community Enterprise	Organic vegetables, Seasonal fruits, Phak-wan tree	Community markets, farm-gate sales	Shift to integrated farming; improved income diversification
Ban Santha Integrated Farming and Agro-processing Community Enterprise	Turkey berry, Pepper, Wild honey	Community markets, wholesale markets, online platforms, events	Product diversification and online marketing expanded market reach
Organic Farming Community Enterprise, Sathan Subdistrict	Organic vegetables	Community and district markets, online platforms	Strong institutional support enhanced market access and farmer capacity
Organic Farming Community Enterprise, Srisaket Subdistrict	Organic vegetables	Community and district markets, online platforms	Strong group structure strengthened collaboration and local distribution
Organic Farming Community Enterprise, Bua Yai Subdistrict	Rotten egg pumpkin, vegetables, fruits, Processed pumpkin products	Community, provincial markets, modern trade, online platforms	Linkage to modern trade increased competitiveness and income opportunities

ผลของการพัฒนาตลาดชุมชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Paired Sample t-test เพื่อเปรียบเทียบระดับทุนในการดำรงชีพทั้ง 5 ด้าน ก่อนและหลังการพัฒนาตลาดชุมชน ซึ่งเป็นการประเมินย้อนหลังจากการรับรู้ของเกษตรกรในช่วงเวลาก่อนและหลังการพัฒนา พบว่า ค่าเฉลี่ยของทุนทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ทุนกายภาพ ทุนมนุษย์ ทุนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทุนสังคม และทุนเศรษฐกิจ เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) และมีขนาดอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลง (Cohen's d) อยู่ในระดับสูงในทุกด้าน โดยทุนมนุษย์ ($d = 1.74$) และทุนสังคม ($d = 1.64$) มีขนาดอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ ทุนกายภาพ ($d = 1.35$) ทุนเศรษฐกิจ ($d = 1.27$) และทุนธรรมชาติ ($d = 0.89$) (Table 3) แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่เพียงมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ยังมีความสำคัญในเชิงปฏิบัติ สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดชุมชนมีความสัมพันธ์กับการยกระดับทุนในการดำรงชีพของเกษตรกร ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถบ่งชี้แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงทุนในการดำรงชีพของเกษตรกรในประชากรภายใต้บริบทเดียวกันได้

เมื่อพิจารณารายมิติ พบว่า ทุนมนุษย์และทุนสังคมมีการเพิ่มขึ้นในระดับสูงที่สุด ซึ่งอธิบายได้จากกลไกของการพัฒนาตลาดชุมชนที่เน้นการรวมกลุ่ม การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสร้างเครือข่าย ส่งผลให้เกษตรกรมีทักษะ ความมั่นใจ และความสามารถในการเข้าถึงตลาดเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันความเข้มแข็งของกลุ่มและความร่วมมือระหว่างสมาชิกช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคมอย่างชัดเจน ในส่วนของทุนกายภาพและทุนธรรมชาติ พบว่ามีการเพิ่มขึ้นในระดับรองลงมา สะท้อนถึงการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยการผลิต และการพัฒนาคุณภาพสินค้า ขณะที่ทุนเศรษฐกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการขยายช่องทางการจำหน่ายและการจัดการรายได้ที่ดีขึ้นของกลุ่มเกษตรกร

1) ทุนมนุษย์ (Human assets)

ผลการทดสอบทางสถิติอนุมานพบว่า ทุนมนุษย์มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 2.83 เป็น 3.91 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) (Table 3) ซึ่งยืนยันได้ว่าการพัฒนาตลาดชุมชนส่งผลต่อการยกระดับขีดความสามารถของประชากรเกษตรกรในอำเภอนาน้อยอย่างเป็นรูปธรรม โดยข้อมูลเชิงคุณภาพสะท้อนให้เห็นว่าเกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็น 'ผู้นำเกษตรกรรุ่นใหม่ (Smart Farmer)' ที่มี

ความเชื่อมั่นในตนเองสูงขึ้น การอบรมและการลงมือปฏิบัติจริงในตลาดช่วยให้เกษตรกรกล้าตัดสินใจและสามารถบริหารจัดการการขายได้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบมากขึ้น โดยเฉพาะด้านความเป็นผู้นำ ($\bar{x} = 4.08$) และความสามารถในการตัดสินใจ ($\bar{x} = 4.06$) (Table 4) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดชุมชนมีบทบาทในการเสริมสร้างทักษะและความมั่นใจของเกษตรกรในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

2) ทุนสังคม (Social assets)

ทุนสังคมเป็นมิติที่มีระดับการเปลี่ยนแปลงสูงที่สุด โดยเพิ่มขึ้นจาก 2.99 เป็น 4.17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) (Table 3) ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายสังคมในระดับภาพรวมของพื้นที่ จากการสนทนากลุ่มสะท้อนให้เห็นว่า ตลาดชุมชนทำหน้าที่เป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจระหว่างสมาชิก รวมถึงหน่วยงานท้องถิ่นมีการสนับสนุนการรวมกลุ่มหรือเครือข่ายทางสังคมทั้งในระดับชุมชน ระดับตำบล และระดับอำเภอ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มทอผ้า โดยเกษตรกรให้ความสำคัญกับโครงสร้างของกลุ่มที่ชัดเจน ($\bar{x} = 4.28$) และการรวมกลุ่ม ($\bar{x} = 4.24$) (Table 4) นำไปสู่การพึ่งพาอาศัยกันภายในเครือข่ายประชากรเกษตรกรที่มั่นคงกว่าในอดีต

3) ทุนธรรมชาติ (Natural assets)

ทุนธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจาก 3.14 เป็น 3.84 ($p < 0.001$) (Table 3) สะท้อนถึงการยกระดับการจัดการฐานทรัพยากรเกษตรของประชากรในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม โดยข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาตลาดเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกษตรกรหันมาใส่ใจคุณภาพและความสดใหม่ของสินค้า ($\bar{x} = 4.37$) รวมถึงความหลากหลายของสินค้า ($\bar{x} = 4.19$) (Table 4) เนื่องจากเกษตรกรได้รับปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้งในด้านเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการผลิตและการแปรรูปสามารถรองรับการผลิตปริมาณมากให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

4) ทุนกายภาพ (Physical assets)

ทุนกายภาพเพิ่มขึ้นจาก 3.00 เป็น 3.89 และแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) (Table 3) สะท้อนถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการตลาดที่ดีขึ้นภายหลังการพัฒนา เมื่อพิจารณารายตัวชี้วัดพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูง ได้แก่ การรักษาความสะอาดของพื้นที่ตลาด ($\bar{x} = 4.26$) และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 4.08$) (Table 4) แสดงให้เห็นถึงการยกระดับมาตรฐานตลาดและการจัดการพื้นที่จำหน่ายสินค้า นอกจากนั้นข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรได้ร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ตลาดให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น และยังพบว่าหน่วยงานในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ตลาด เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกษตรกร รวมถึงการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถกระจายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

5) ทุนเศรษฐกิจ (Financial assets)

ทุนเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 3.02 เป็น 3.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) (Table 3) ผลทางสถิตินี้เป็นเครื่องยืนยันถึงการมีเสถียรภาพทางการเงินที่ดีขึ้นของกลุ่มเกษตรกรในภาพรวม โดยมีผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมคือการที่เกษตรกรสามารถกำหนดราคาขายได้ด้วยตนเอง ($\bar{x} = 4.13$) รวมถึงมีการวางแผนทางการเงิน ($\bar{x} = 4.08$) (Table 4) แสดงให้เห็นถึงการจัดการทางเศรษฐกิจที่เป็นระบบมากขึ้นภายหลังการพัฒนา สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ชี้ให้เห็นว่า ความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มส่งผลบวกต่อสถานะทางการเงินของสมาชิกอย่างเด่นชัด โดยแต่ละกลุ่มมีการวางแผนจัดการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเกษตรอย่างเป็นระบบ ในบางกลุ่มมีการจัดทำระบบออมเงินและจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิก รวมถึงมีการปันส่วนรายได้เพื่อเก็บเป็นทุนหมุนเวียนสำหรับการผลิตและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มในอนาคต นอกจากนี้ การลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลางประกอบกับการใช้เทคโนโลยีออนไลน์ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการรายได้และมีเงินออมเพิ่มขึ้น

Table 3 Changes in famer's livelihood assets

livelihood assets	Before (Mean $\pm$ SD)	After (Mean $\pm$ SD)	t(df)	p-value	Cohen's d
Human assets	2.83 $\pm$ 0.75	3.91 $\pm$ 0.58	17.73 (103)	<0.001	1.74
Social assets	2.99 $\pm$ 0.79	4.17 $\pm$ 0.57	16.69 (103)	<0.001	1.64
Natural assets	3.14 $\pm$ 0.72	3.84 $\pm$ 0.61	9.03 (103)	<0.001	0.89
Physical assets	3.00 $\pm$ 0.78	3.89 $\pm$ 0.60	13.81 (103)	<0.001	1.35
Financial assets	3.02 $\pm$ 0.70	3.90 $\pm$ 0.59	12.99 (103)	<0.001	1.27

Note: Values are presented as mean $\pm$ standard deviation. Paired sample t-test was used to compare differences before and after the development of community markets. All variables were statistically significant at $p < 0.001$.

Table 4 Famer's livelihood assets before and after

Dimension	Indicator	Before (Mean $\pm$ SD)	After (Mean $\pm$ SD)
Human assets	Knowledge and skills in community market development	2.86 $\pm$ 0.82	3.96 $\pm$ 0.67
	Marketing management skills	2.83 $\pm$ 0.79	4.07 $\pm$ 0.69
	Ability to connect market networks	2.75 $\pm$ 0.88	3.90 $\pm$ 0.76
	Knowledge of market information	3.11 $\pm$ 0.97	3.96 $\pm$ 0.60
	Distribution and sales channels	2.67 $\pm$ 0.81	4.02 $\pm$ 0.67
	Leadership and decision-making	2.78 $\pm$ 0.95	4.08 $\pm$ 0.67
Social assets	Community farmer groups	3.04 $\pm$ 0.92	4.24 $\pm$ 0.74
	Group structure	3.00 $\pm$ 0.93	4.28 $\pm$ 0.70
	Market networks	2.89 $\pm$ 0.86	4.14 $\pm$ 0.65
	Established rules	3.01 $\pm$ 0.92	4.12 $\pm$ 0.67
	Member participation	3.00 $\pm$ 0.95	4.05 $\pm$ 0.74
	Group strengthening	2.93 $\pm$ 0.90	4.17 $\pm$ 0.67
	Knowledge sharing	3.05 $\pm$ 0.84	4.21 $\pm$ 0.67
Natural assets	Variety of products	3.08 $\pm$ 0.83	3.84 $\pm$ 0.66
	Freshness of products	3.69 $\pm$ 0.92	4.37 $\pm$ 0.62
	Market suitability	3.13 $\pm$ 0.92	4.15 $\pm$ 0.72
	Factors influencing product development	2.83 $\pm$ 0.89	3.11 $\pm$ 1.05
	Production sufficiency	3.18 $\pm$ 0.89	3.39 $\pm$ 0.81
Physical assets	Sales promotion activities	2.76 $\pm$ 0.89	4.08 $\pm$ 0.72
	Product quality standards (price, size, quantity)	2.76 $\pm$ 0.88	4.07 $\pm$ 0.74
	Market cleanliness and hygiene	3.01 $\pm$ 0.85	4.26 $\pm$ 0.75
	Availability of market channels	2.93 $\pm$ 0.78	4.28 $\pm$ 0.70
	Product quality control and standardization	3.22 $\pm$ 0.98	3.77 $\pm$ 0.87
	Waste management system	3.27 $\pm$ 1.04	3.45 $\pm$ 0.98
	Electricity and infrastructure adequacy	3.09 $\pm$ 0.83	3.34 $\pm$ 0.81

Table 4 Famer's livelihood assets before and after (continued)

Dimension	Indicator	Before (Mean $\pm$ SD)	After (Mean $\pm$ SD)
Financial assets	Income	3.04 $\pm$ 0.88	4.13 $\pm$ 0.69
	Financial planning	2.99 $\pm$ 0.90	4.08 $\pm$ 0.80
	Savings	3.10 $\pm$ 0.81	3.33 $\pm$ 0.66
	Group fund allocation	2.82 $\pm$ 1.03	3.96 $\pm$ 1.01
	Financial support access	2.72 $\pm$ 0.89	4.00 $\pm$ 0.80
	Product exchange	3.43 $\pm$ 0.92	3.88 $\pm$ 0.82

Note: Values are presented as mean $\pm$ standard deviation.

วิจารณ์

ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดชุมชนมีความสัมพันธ์กับการยกระดับทุนในการดำรงชีพของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญในทุกมิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดไม่ได้ทำหน้าที่เพียงพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าเชิงกายภาพ แต่เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับเกษตรกรในพื้นที่ สอดคล้องกับกรอบแนวคิด Sustainable Livelihood Framework (SLF) ของ Scoones (1998) และ DFID (1999) ที่อธิบายว่าทุนทั้ง 5 ด้านมีความเชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เมื่อมีปัจจัยภายนอกมาขับเคลื่อน เช่น การสนับสนุนด้านการตลาดที่มีระบบจัดการชัดเจน ทั้งนี้ ข้อค้นพบสำคัญที่ช่วยลดความสับสนระหว่างช่องทางการจำหน่ายแบบเดิมกับการพัฒนาใหม่ คือ "ตลาดชุมชน" ในบริบทของอำเภอนาน้อยไม่ได้ถูกนิยามเพียงแค่สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าเท่านั้น แต่ทำหน้าที่เป็น "ระบบการบริหารจัดการตลาดเชิงบูรณาการ" ที่เชื่อมโยงและยกระดับช่องทางการขายอื่น ๆ เข้าด้วยกัน เมื่อพิจารณาผลในภาพรวม การเพิ่มขึ้นของทุนทั้ง 5 ด้านสะท้อนให้เห็นว่าการเข้าถึงตลาดของเกษตรกรไม่ได้ส่งผลเฉพาะด้านรายได้เท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวในหลายด้าน ทั้งการพัฒนาคุณภาพสินค้า การวางแผนการผลิต และการขยายช่องทางการจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับ Barrett et al. (2012) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมในตลาดของเกษตรกรรายย่อยมีส่วนช่วยยกระดับศักยภาพในการดำรงชีพ เช่นเดียวกับ ขนิษฐา และคณะ (2567) ที่พบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและการเติบโตของตลาด อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่น่าสนใจของการศึกษานี้คือ ในบริบทของพื้นที่อำเภอนาน้อย ทุนมนุษย์และทุนสังคมไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยสนับสนุน แต่ทำหน้าที่เป็น "ตัวนำ" ที่ดึงให้ทุนด้านอื่น ๆ พัฒนาตามไปด้วยอย่างรวดเร็ว ซึ่งขยายความจากแนวคิดของ Barrett et al. (2012) ที่มักจะเน้นเรื่องโอกาสทางการตลาดในเชิงกายภาพเพียงอย่างเดียว

ผลการศึกษาพบว่าทุนมนุษย์ ($d = 1.73$) และทุนสังคม ($d = 1.64$) มีการเปลี่ยนแปลงในระดับสูงที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดชุมชนในอำเภอนาน้อย ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงพื้นที่ซื้อขายสินค้า แต่มีลักษณะเป็น 'พื้นที่แห่งการเรียนรู้' อย่างเป็นรูปธรรมโดยผลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าเกษตรกรมีการยกระดับทักษะการคิดเกรดและมาตรฐานสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด รวมถึงการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่ชัดเจนขึ้น ผ่านกิจกรรมการสร้างผู้นำเกษตรกรรุ่นใหม่ (Smart Farmer) และการขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่ม กิจกรรมเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นกลไกขัดเกลาทางสังคมและถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการรวมกลุ่มและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งมีส่วนช่วยให้เกษตรกรพัฒนาทักษะ ความมั่นใจ และความสามารถในการตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Liu et al. (2021) ที่พบว่าทุนสนับสนุนองค์ความรู้มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของทุนมนุษย์โดยตรง อย่างไรก็ตาม สิ่งที่การศึกษานี้ค้นพบเพิ่มเติมและเป็นจุดสำคัญคือ ทักษะของเกษตรกรในอำเภอนาน้อยไม่ได้เกิดจากการนั่งอบรมเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการได้ลงมือขายจริงและเจอผู้ซื้อโดยตรง ทำให้เกษตรกรเกิดความภาคภูมิใจในผลผลิตของตัวเอง ขณะเดียวกันความเข้มแข็งของเครือข่ายยังสะท้อนผ่านความเชื่อใจและการแบ่งปันทรัพยากรภายในกลุ่ม เช่น การหยิบยืมเครื่องจักรกลการเกษตรและการรวบรวมสินค้าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาในระดับชุมชน (Pretty, 2003; Woolcock and Narayan, 2000) และสอดคล้องกับผลการศึกษาในบริบทเกษตรกรไทยของ พัชรินทร์ และคณะ (2564) รวมถึง ภัทราวดี และคณะ (2567) นอกจากนี้ พบว่าเกษตรกรมีการพัฒนาทักษะด้าน

ดิจิทัล ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Facebook และ Line ในการจัดการตลาดด้วยตนเอง ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับทุนมนุษย์ในการสื่อสารการตลาด แต่ยังเป็นการสร้างทุนทางสังคมในลักษณะการเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอกชุมชน สอดคล้องกับแนวคิด Liverpool-Tasie et al. (2020) ที่มองว่าเทคโนโลยีเป็นตัวเร่งการเข้าถึงตลาด อย่างไรก็ตาม ในบริบทพื้นที่ที่น้อยพบว่าเรื่องมีอยู่เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางสื่อสารเท่านั้น แต่เกษตรกรได้พัฒนาจนเป็น 'เครือข่ายสังคมเสมือน' ที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาเรื่องความห่างไกลและการเดินทางในจังหวัดน่าน เปลี่ยนสถานะเกษตรกรจากผู้ผลิตให้กลายเป็นผู้จัดการการขายด้วยตนเองอย่างเต็มตัว โดยเครือข่ายออนไลน์ดังกล่าวทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูล ที่ส่งต่อผู้ซื้อจากหน้าเพจกลุ่มไปสู่แหล่งผลิตหรือหน้าฟาร์มของสมาชิกแต่ละราย ทำให้การจำหน่ายที่หน้าฟาร์มแต่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่ตลาดชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อน

สำหรับทุนกายภาพ ($d = 1.35$) และทุนธรรมชาติ ($d = 0.89$) ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Shiferaw et al. (2008) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงตลาดได้ง่ายและสะดวกเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรม ซึ่งในพื้นที่อำเภอนาน้อยพบหลักฐานเชิงประจักษ์จากการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของตลาดชุมชน เช่น การจัดพื้นที่จอดรถสำหรับผู้ซื้อและผู้ขายให้เป็นระเบียบ การพัฒนาอาคารรวบรวมผลผลิต การจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน รวมถึงการจัดการและรักษาความสะอาดในพื้นที่ตลาด สิ่งเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนถ่ายสินค้าและดึงดูดผู้ซื้อได้มากขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ ลาวลีย์ (2563) ที่พบว่าความสะดวกในการเข้าถึงตลาดมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ งานศึกษานี้พบว่า การยกระดับทุนธรรมชาติไม่ได้เกิดจากการบังคับ แต่เกิดจากแรงจูงใจที่เกษตรกรต้องการรักษามาตรฐานสินค้าปลอดภัยเพื่อรักษาฐานลูกค้า ทำให้มีการลดการใช้สารเคมีและหันมาใช้อินทรีย์วัตถุในการปรับปรุงบำรุงดินในพื้นที่เพาะปลูกของตนเองมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าตลาดมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกษตรกรปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

ในด้านทุนเศรษฐกิจ ($d = 1.27$) ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนั้น สามารถอนุมานได้ว่าเป็นเครื่องยืนยันถึงการสร้างเสถียรภาพทางการเงินให้แก่ประชากรเกษตรกรในอำเภอนาน้อยอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการเปลี่ยนบทบาทเกษตรกรจาก 'ผู้รับราคา' ผู้การเป็น 'ผู้กำหนดราคา' ผ่านช่องทางออนไลน์และการขายตรง ซึ่งช่วยลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลางในรูปแบบเดิม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Fischer and Qaim (2012) และ อริสรา และคณะ (2564) ที่ระบุว่า การเข้าถึงข้อมูลการตลาดและการลดต้นทุนการทำธุรกรรมเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จทางการเงินและความยั่งยืนของเกษตรกรรายย่อย อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่น่าสนใจและขยายความเพิ่มขึ้นจากการศึกษานี้คือ ผลลัพธ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากกระบวนการจัดการเงินอย่างเป็นระบบภายในกลุ่ม โดยพบข้อบ่งชี้ที่ชัดเจนจากส่วนต่างระหว่างรายได้เฉลี่ย (42,894.23 บาท/ปี) และต้นทุนการผลิต (16,235.72 บาท/ปี) ที่สร้างกำไรสุทธิได้อย่างคุ้มค่า ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพของตลาดชุมชนในการเป็นช่องทางสร้างรายได้เสริมที่มั่นคง และช่วยให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการเงินออมเพื่อนำกลับมาเป็นทุนหมุนเวียนในการผลิตรอบถัดไปได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้พบว่ากลุ่มเกษตรกรในพื้นที่น่าน้อยมีการวางแผนทางการเงินที่รัดกุมกว่าในอดีต มีการจัดสรรกำไรเพื่อเป็นทุนสำรองสำหรับการผลิตและพัฒนาปัจจัยการผลิตในอนาคต รวมถึงการสร้างระบบออมเงินและจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทราวดี และคณะ (2567) ที่ชี้ให้เห็นว่าการรวมกลุ่มธุรกิจชุมชนคือกลไกหลักในการยกระดับทุนทางการเงิน ข้อค้นพบนี้จึงยืนยันว่าตลาดชุมชนอำเภอนาน้อยไม่ได้ทำหน้าที่เพียงพื้นที่กระจายสินค้า แต่มีสถานะเป็น "สถาบันการเงินชุมชน" ที่ช่วยวางรากฐานการหลุดพ้นจากความยากจนในระดับครัวเรือนและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในพื้นที่ห่างไกลได้อย่างยั่งยืน

การพัฒนาตลาดชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับทุนในการดำรงชีพของเกษตรกร โดยเฉพาะทุนมนุษย์และทุนสังคมที่ทำหน้าที่เป็นรากฐานสำคัญสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดเพียงมิติเดียวอาจไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จทั้งหมด เนื่องจากการดำรงชีพของเกษตรกรยังถูกหล่อหลอมด้วยความหลากหลายของแหล่งรายได้และบริบททางสังคม (Ellis, 2000) รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงตลาดที่แตกต่างกัน (De Janvry and Sadoulet, 2005) ดังนั้นนโยบายการพัฒนาในอนาคตจึงควรเน้นการบูรณาการแบบองค์รวม โดยดำเนินควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้เทคโนโลยียุคใหม่และโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับภูมิสังคมอย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้งานศึกษานี้มีข้อจำกัดด้านระเบียบวิธีวิจัยจากการประเมินตนเองย้อนหลัง (Retrospective Self-assessment) ซึ่งอาจเกิดความคลาดเคลื่อนจากการระลึกข้อมูล (Recall Bias) ผลการศึกษาที่แสดงถึงการเพิ่มขึ้นของทุนดำรงชีพในระดับสูง (Huge Effect Size) จึงควรดูตีความในมิติของพลังแห่งการรับรู้เชิงบวกของเกษตรกร สะท้อนถึงความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของเกษตรกรต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มากกว่าจะเป็นการยืนยันตัวเลขความเปลี่ยนแปลงในเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว สำหรับการศึกษาในอนาคต ควรพิจารณาการเก็บข้อมูลแบบติดตามผลระยะยาว ควบคู่ไปกับการใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากบันทึกที่เป็นทางการ เพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือขององค์ความรู้ด้านการพัฒนาเกษตรกรไทยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สรุป

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทุนดำรงชีพของเกษตรกรภายหลังการพัฒนาตลาดชุมชนในอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน โดยใช้กรอบแนวคิดทุนดำรงชีพที่ยั่งยืน (Sustainable Livelihood Framework: SLF) เพื่อประเมินผลกระทบในมิติทุนทั้ง 5 ด้าน และเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการที่เกี่ยวกับการพัฒนาตลาดชุมชนในบริบทพื้นที่ชนบทอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า ทุนดำรงชีพทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ และทุนเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) และมีขนาดอิทธิพล (Effect Size) ในระดับสูงทุกมิติ โดยเฉพาะด้านทุนมนุษย์และทุนสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงโดดเด่นที่สุด แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาตลาดชุมชนไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่พื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้เท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้ การสร้างความเป็นผู้นำเกษตรกรรุ่นใหม่ และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมให้เข้มแข็ง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ขณะเดียวกัน การยกระดับของทุนกายภาพ ทุนธรรมชาติ และทุนเศรษฐกิจ ยังสะท้อนถึงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม และการสร้างเสถียรภาพทางการเงินที่เป็นรูปธรรม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยง และสร้างความมั่นคงในการดำรงชีพของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอนาน้อยได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาติดตามในระยะยาว (longitudinal study) เพื่อยืนยันผลการเปลี่ยนแปลงของทุนในการดำรงชีพและลดข้อจำกัดของการประเมินย้อนหลัง
2. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่หรือรูปแบบตลาดที่แตกต่างกัน เพื่อระบุปัจจัยความสำเร็จที่ชัดเจน
3. การศึกษาครั้งต่อไปอาจใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงสาเหตุเพิ่มเติม เพื่ออธิบายกลไกของการพัฒนาตลาดชุมชนต่อทุนในการดำรงชีพได้ลึกยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา นันทบุตร. 2556. คู่มือการพัฒนาทักษะการวิจัยชุมชนด้วยการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณนาแบบเร่งด่วน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), ขอนแก่น.
- ชนิษฐา ศิลลาโชติ, ธนิตา ลิ้มทรัพย์พงศ์, ประกายดาว พันธุ์พิพัฒน์, วิชุดา สวัสดิ์ และสังข์ ทองกลาง. 2567. ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออุปกรณ์กีฬาของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 11: 215-229.
- ธนพล บุญสิทธิ์ และธนัช พรหมชัย. 2563. เข้าถึงด้วยความเข้าใจ เกษตรกรไทยใกล้ขีดตลาด. สำนักพิมพ์ธุรกิจก้าวหน้า, กรุงเทพฯ.
- บุศรา ลิ้มนิรันดร์กุล, ชวัญชัย แสงชโยสวัสดิ์, กุศล ทองงาม, ประทานทิพย์ กระมล และฐากร ปัญญาใส. 2563. โครงการวิจัยสนับสนุนและพัฒนาเพื่อการขับเคลื่อนระบบเกษตรและพืชอาหารทางเลือกโดยชุมชนท้องถิ่น. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- พัชรินทร์ ฤชวรารักษ์, จตุพร ดอนโสม และอพิชัย โสสุทธิ. 2564. พัฒนาการและการปรับตัวของตลาดชุมชน: ทางเลือกเพื่อการพัฒนาเกษตรผสมผสาน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 19: 227–250.
- ภัทราวดี กันดี, บุศรา ลิ้มนิรันดร์กุล, นัทธมน ชีระกุล และประทานทิพย์ กระมล. 2567. การเปลี่ยนแปลงทุนดำรงชีพจากการเข้าร่วมธุรกิจเกษตรชุมชนในอำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน. วารสารผลิตภัณฑ์การเกษตร. 6: 39–50.
- ลาวัลย์ พงษ์สุวรรณศิริ. 2563. แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้านำเข้ามือสอง กรณีศึกษา ตลาดนัดมะพร้าว อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 39: 110–128.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2564. มองเกษตรไทย 2564 ให้ภาพดีขึ้น. แหล่งข้อมูล: <https://www.moneyanbanking.co.th/article/news/kresearch-agriculture-08012021>. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดน่าน. 2565. ข้อมูลการเกษตร. แหล่งข้อมูล: <http://www.nan.doae.go.th/page.php?dp=8>. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565.
- หทัยชนก คตะสมบุรณ์. 2563. การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตำบลเนินศาลา อำเภอไกรภพระ จังหวัดนครสวรรค์. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. 8: 474–488.
- อนุสรณ์ จันทะสุวรรณ, บุศรา ลิ้มนิรันดร์กุล, รุจ ศิริสัญลักษณ์ และประทานทิพย์ กระมล. 2562. การเปลี่ยนแปลงทุนในระบบการปลูกพืช อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน. วารสารแก่นเกษตร. 47: 233–240.
- อริสรา ชูมี, ภาวิณณัฐ เวชวิฐาน และสมพงษ์ ยิ่งเมือง. 2564. ความมั่นคงทางการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. Journal of Modern Learning Development. 6: 1–10.
- Barrett, C. B. 2008. Smallholder market participation: Concepts and evidence from eastern and southern Africa. Food Policy. 33: 299–317.
- Barrett, C. B., M. E. Bachke, M. F. Bellemare, H. C. Michelson, S. Narayanan, and T. F. Walker. 2012. Smallholder participation in contract farming: Comparative evidence from five countries. World Development. 40: 715–730.
- Bellemare, M. F., and C. B. Barrett. 2006. An ordered Tobit model of market participation: Evidence from Kenya and Ethiopia. American Journal of Agricultural Economics. 88: 324–337.
- Cronbach, L. J. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika. 16: 297–334.
- De Janvry, A., and E. Sadoulet. 2005. Achieving success in rural development: Toward implementation of an integral approach. Agricultural Economics. 32: 75–89.
- DFID. 1999. Sustainable livelihoods guidance sheets. Department for International Development, London.
- Ellis, F. 2000. Rural livelihoods and diversity in developing countries. Oxford University Press, Oxford.
- Fischer, E., and M. Qaim. 2012. Linking smallholders to markets: Determinants and impacts of farmer collective action in Kenya. World Development. 40: 1255–1268.
- Hellin, J., M. Lundy, and M. Meijer. 2009. Farmer organization, collective action and market access in Mesoamerica. Food Policy. 34: 16–22.
- Liu, Y., Y. Li, and L. Zhang. 2021. Human capital and rural development: Evidence from agricultural transformation. Sustainability. 13: 1–15.
- Liverpool-Tasie, L. S. O., T. Reardon, and A. Belton. 2020. The role of intermediate and internal markets in the transformation of African food systems. Agricultural Economics. 51: 131–144.
- Markelova, H., R. Meinzen-Dick, J. Hellin, and S. Dohrn. 2009. Collective action for smallholder market access. Food Policy. 34: 1–7.