



สรุป และเสนอแนะ

ตลาดนัดมีลักษณะเป็นการค้าเสรี ซึ่งมีกลไกราคาเคลื่อนไหวไปตามสภาพของตลาด แต่เดิมตลาดนัดเป็นตลาดที่เกิดขึ้นมาเพื่อสนองตอบกับกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้น้อยที่อยู่รอบนอกของเมือง ในระยะเริ่มแรกเป็นการตั้งร้านค้าโคจรในชุมชน ต่อมาก็เริ่มมีการกระจุกตัวของพ่อค้าแม่ค้ามากขึ้น กลายเป็นตลาดขนาดเล็กตามบริเวณจุดตัดของถนนสายสำคัญ และตามสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมประชาชนในชุมชน เช่น หน้าวัด หน้าโรงเรียน เป็นต้น ชุมชนดังกล่าวเป็นชุมชนขนาดเล็กจึงมีจำนวนประชากรที่บริโภคสินค้าน้อย ประกอบกับการขนส่งสาธารณะไม่ทั่วถึงจึงถูกจำกัดในเรื่องของขอบเขตตลาด จึงทำให้การเปิดดำเนินกิจการค้าของตลาดนัดเป็นเพียงบางวันในรอบสัปดาห์ ดังนั้นจึงเรียกกันว่า “ตลาดนัด” ซึ่งการที่ตลาดนัดไม่สามารถเปิดดำเนินกิจการค้าทุกวันได้ จึงเป็นลักษณะที่แตกต่างจากการค้าในตลาดสดเทศบาลที่เปิดดำเนินกิจการทุกวัน โดยไม่มีวันหยุด

8.1 ลักษณะของตลาดนัดกับข้าว

ตลาดนัดในพื้นที่ศึกษาสามารถแบ่งประเภทตามลักษณะการขายสินค้าที่ขายได้ 2 ประเภท คือ ตลาดนัดกับข้าว และตลาดนัดเปิด ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะตลาดนัดกับข้าว เนื่องจากเป็นตลาดนัดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดสดในเทศบาลและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนในแต่ละชุมชน

ตลาดนัดกับข้าวในเขตชุมชนเมืองนครปฐมแห่งแรกๆ ได้จัดตั้งขึ้นมาประมาณ 10 กว่าปีมาแล้ว ในระยะแรกเป็นการจัดตั้งตลาดนัดโดยใช้พื้นที่ของวัด เนื่องจากวัดเป็นศูนย์รวมของคนในชุมชนต่างๆ ดังนั้นในการที่จะจัดกิจกรรมใดขึ้นมาวัดจึงเป็นสถานที่ที่จะเป็นแหล่งที่จะรวมผู้คนให้มารวมกันได้มากที่สุด ต่อมาเมื่อมีผู้คนเห็นว่าการจัดตลาดนัดนั้นประสบความสำเร็จค่อนข้างดี ในระยะหลังจึงใช้เป็นที่ของเอกชนมาจัดตั้งเป็นตลาดนัดมากขึ้น

การขยายตัวของตลาดนัดกับข้าวเริ่มจากทุกด้านของเมือง ต่อมาเริ่มมีการกระจุกตัวอยู่ทางด้านตะวันตกของเมือง แล้วขยายมาเป็นด้านตะวันออกและด้านใต้ของเมือง ซึ่งเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแล้ว พบว่า ด้านตะวันตกของเมืองมีการจัดตั้งตลาดนัดกับข้าวมากกว่าด้านอื่นๆ ของเมือง ส่วนด้านใต้ ด้านเหนือและด้านตะวันออกของเมืองมีตลาดนัดเกิดขึ้นกระจายอยู่ทั่วไป

ที่ตั้งของ ตลาดนัดกับข้าว พิจารณาในเรื่องกรรมสิทธิ์ที่ดิน มี 2 ประเภท คือ กรรมสิทธิ์ที่ดินที่เป็นของวัด และกรรมสิทธิ์ที่ดินที่เป็นของเอกชน จากการสำรวจในพื้นที่ศึกษา พบว่าตลาดนัดส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของเอกชนถึงร้อยละ 76 ส่วนพื้นที่วัดคิดเป็นร้อยละ 24

ขนาดของ ตลาดนัดกับข้าว สามารถแบ่งตลาดนัดออกเป็น 3 ขนาดตามจำนวนพ่อค้า และจำนวนของประเภทสินค้าที่มีขายอยู่ในตลาดนัด คือตลาดนัดขนาดเล็ก คือ มีจำนวนร้านค้าตั้งแต่ 16-81 ตลาดนัดขนาดกลาง คือ มีจำนวนร้านค้าตั้งแต่ 82-173 ร้าน และตลาดนัดขนาดใหญ่ คือ มีจำนวนร้านค้าตั้งแต่ 174 ร้านขึ้นไป

ในด้านของตารางเวลาดำเนินการ จากการสำรวจพบว่า ตลาดนัดร้อยละ 25 มีการเปิดดำเนินการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 57.14 มีการเปิดดำเนินการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และร้อยละ 17.86 มีการเปิดดำเนินการ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งตลาดนัดที่มีการเปิดดำเนินการเพียง 1 ครั้งต่อสัปดาห์มักเป็นตลาดนัดขนาดเล็กและขนาดกลาง ส่วนตลาดนัดขนาดใหญ่มักเปิดดำเนินการตั้งแต่ 2 ครั้งต่อสัปดาห์

การกระจายตัวของตลาดนัดในแต่ละวัน จะพบว่า วันที่มีตลาดนัดกระจายตัวอยู่มากที่สุดคือ วันอังคาร มี 10 แห่ง เกิดขึ้นในวันเดียวกัน แต่เนื่องจากตลาดนัดส่วนใหญ่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก ทำให้จำนวนร้านค้าไม่ได้มีจำนวนมากที่สุด โดยวันที่มีจำนวนร้านค้ามากที่สุด คือ วันอาทิตย์ ซึ่งมีจำนวนร้านค้าถึง 1,018 ร้าน ซึ่งตลาดนัดในแต่ละพื้นที่จะมีการเปิดดำเนินการซ้ำพื้นที่เดิม ประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

8.2 ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งของ ตลาดนัดกับข้าว

8.2.1 ปัจจัยด้านกายภาพ พิจารณาในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1) ระบบคมนาคม เป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างการใช้ที่ดินและกิจกรรมต่างๆในพื้นที่ ผู้จัดนักร้อยละ 12.50 พิจารณาปัจจัยด้านการสัญจรที่สะดวกมาเป็นปัจจัยแรก โดยในการพิจารณา ระบบคมนาคมจะทำการแบ่งประเภทถนนที่เป็นเส้นทางหลักไปสู่ ตลาดนัดกับข้าว ในแต่ละแห่งคือ ทางหลวงแผ่นดิน และทางหลวงจังหวัด ถนนและซอย ซึ่งปัจจัยในเรื่องของระบบคมนาคมนี้ ผู้จัดนัดให้ความเห็นร่วมกันว่า ที่ตั้ง ตลาดนัดกับข้าว ควรตั้งอยู่ริมถนน เนื่องจากจะทำให้ตลาดนัดเป็นที่รู้จักของผู้คนได้ง่าย เพราะเมื่อมีผู้คนสัญจร ไปมาผ่านพื้นที่ก็จะรู้ว่ามิตลาดนัดตั้งอยู่ นอกจากนี้

การที่อยู่ติดริมถนนทำให้การสัญจรไปมาของผู้ซื้อทำได้สะดวก เพราะสามารถรองรับการจราจรได้ ทั้งรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ซึ่งเป็นยานพาหนะส่วนใหญ่ที่ผู้ซื้อนิยมใช้ในการเดินทาง

2) ความสะดวกในการเข้าถึง จะหมายถึงความสะดวกของผู้ซื้อในการเดินทางไปรับบริการยัง ตลาดนัดกับข้าว สามารถพิจารณาได้ดังนี้ คือ ประเภทของระบบขนส่งสาธารณะ ได้แก่ รถเมล์ประจำท้องถิ่น รถสองแถว รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง และในเรื่องของพื้นที่สำหรับจอดรถของพ่อค้าและผู้ซื้อ

3) ระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา

4) ขนาดพื้นที่ว่างสำหรับการจัด ตลาดนัดกับข้าว พื้นที่ว่างที่ผู้จัดนัดนำมาพิจารณาในการจัดตั้งตลาดนัดส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่สาธารณะ เช่น ลานหน้าวัด สนามฟุตบอลโรงเรียน เพราะพื้นที่เหล่านี้มักเป็นแหล่งศูนย์รวมของผู้คนในชุมชน และมักจะมีพื้นที่ขนาดใหญ่

5) ความใกล้ไกลจากศูนย์กลางเมือง เป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดที่ตั้งของตลาดนัด ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดเกี่ยวกับที่ตั้งที่มีระยะห่างจากศูนย์กลางเมือง พบว่า มี 2 ความเห็นด้วยกัน คือ ความเห็นแรก มีความคิดว่าการที่ตลาดนัดตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางเมืองจะทำให้มีผู้มาใช้บริการมาก เนื่องจากใกล้แหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ความเห็นที่สอง มีความคิดว่าการที่ตลาดนัดตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางเมืองมากจะทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากแหล่งอื่นๆมาก เนื่องจากผู้ซื้อสามารถเดินทางไปซื้อสินค้าในตลาดสดหรือห้างสรรพสินค้าได้อย่างสะดวก และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากกว่าในตลาดนัด

8.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ พิจารณาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ราคาที่ดิน เป็นปัจจัยที่พิจารณาควข้องไปกับกรรมสิทธิ์ที่ดิน ซึ่งจากการสำรวจและสัมภาษณ์เจ้าของพื้นที่ และผู้จัดนัด พบว่า ในอดีตที่ดินที่ตลาดนัดตั้งอยู่ส่วนใหญ่เป็นกรรมสิทธิ์ของวัด เนื่องจากในช่วง 8-10 ปี ที่แล้วที่ดินมีราคาสูง เพราะเป็นช่วงที่เศรษฐกิจกำลังมีการขยายตัวอย่างเต็มที่ จึงส่งผลให้ความต้องการที่ดินเพื่อนำไปประกอบกิจกรรมเศรษฐกิจอื่นมีมาก เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้นในช่วง 8-10 ปีก่อนการตั้ง ตลาดนัดกับข้าว จึงใช้พื้นที่ของวัดเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีค่าเช่าที่ราคาไม่แพง หลังจากช่วงปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมาก็มีเริ่มมีการขยายตัวของตลาดนัดมีการนำที่ดินของเอกชนมาใช้จัดตลาดนัดมากขึ้น เพราะที่ดินราคาถูก เจ้าของที่จึงไม่ต้องการขาย จึงให้เช่าเพื่อนำมาทำเป็นตลาดนัด

2) ค่าเช่า มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของผู้จัดนัด เมื่อผู้จัดนัดเห็นทำเลที่เหมาะสมแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้จัดนัดจะต้องนำมาพิจารณาก็คือ ค่าเช่าพื้นที่ ซึ่งในเรื่องของค่าเช่าพื้นที่นี้พบในหลายลักษณะ โดยแต่ละพื้นที่จะแตกต่างกันออกไป สามารถแยกพิจารณาตามกรรมสิทธิ์ที่ดิน ได้ดังนี้

2.1) ตลาดนัดที่อยู่ในกรรมสิทธิ์ของวัด

- ตลาดนัดวัดธรรมศาลา ไม่เก็บค่าเช่าพื้นที่ แต่จะเก็บเป็นค่าทำบุญให้กับวัด โดยมีหัวหน้าคอยเก็บค่าเช่าแผงสินค้า ซึ่งพ่อค้าจะจ่ายเท่าไรก็ได้แล้วแต่จะทำบุญให้กับวัด

- ตลาดนัดวัดสามควายเผือก ตลาดนัดวัดโพรงมะเดื่อ ตลาดนัดหลังโรงเรียนบอสโก ตลาดนัดวัดจันทาราม เป็นการที่ผู้จัดนัดจัดให้กับทางวัด โดยตนเองได้ค่าตอบแทนเป็นค่าจ้าง ซึ่งรายได้จากการจัดเก็บค่าเช่าแผงทั้งหมดจะให้กับทางวัด

- ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร ตลาดนัดวัดสระกระเทียม ผู้จัดนัดจะขอเช่าพื้นที่ของทางวัด เพื่อนำมาจัดตลาดนัด ซึ่งราคาก็จะแตกต่างกันออกไปตามทำเลพื้นที่

2.2) ตลาดนัดที่อยู่ในกรรมสิทธิ์ของเอกชน ค่าเช่าพื้นที่เอกชนขึ้นอยู่กับที่ตั้งราคาของเจ้าของพื้นที่ ซึ่งเมื่อผู้จัดนัดได้ทำเลที่ตั้งแล้วก็จะทำการติดต่อกับเจ้าของพื้นที่ เพื่อทำการตกลงราคาค่าเช่า ซึ่งมีทั้งที่เสียเป็นรายเดือน และรายปี

3) การกระจายการหมุนเวียนของตลาดนัดในบริเวณใกล้เคียง หมายความว่า ผู้จัดนัดจะพิจารณาตลาดนัดอื่นๆ ในบริเวณโดยรอบพื้นที่ที่ตนเลือก ซึ่งถ้าพื้นที่นั้นยังมีตลาดนัดแห่งอื่นๆ เกิดขึ้นไม่มาก ผู้จัดนัดก็จะตัดสินใจเลือกพื้นที่นั้น โดยที่จะกำหนดวันให้ไม่ซ้ำซ้อนกับตลาดนัดอื่นๆ ที่เปิดดำเนินการอยู่แล้ว

8.2.3 ปัจจัยทางสังคม

1) ประชากร ผู้จัดนัดจะคำนึงถึงพื้นที่ที่เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ตลาดนัดที่มีทำเลที่ตั้งในบริเวณที่การตั้งถิ่นฐานของประชากรหนาแน่น ตลาดนัดนั้นจะมีจำนวนหมู่บ้านโดยรอบหลายหมู่บ้าน และในทางตรงกันข้ามถ้าตลาดนัดมีทำเลที่ตั้งในบริเวณที่การตั้งถิ่นฐานของประชากรเบาบางจำนวนหมู่บ้านโดยรอบตลาดนัดนั้นจะน้อย

2) ลักษณะประชากร ผู้จัดนัดจะพิจารณาถึงอาชีพ รายได้ ประเภทของแหล่งชุมชนโดยรอบตลาดนัด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดการภายในตลาด เป็นปัจจัยในการกำหนดกำลังซื้อของคนในชุมชน และเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่ตั้งตลาดของผู้จัดนัด ซึ่งลักษณะตลาดนัดจะมีความแตกต่างกันไปตามแหล่งชุมชน คือ

- ประเภทที่อยู่อาศัย ตลาดนัดที่อยู่ในแหล่งที่เป็นหมู่บ้าน บ้านเช่า ตลาดนัดมักมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก คือ มีจำนวนร้านค้าไม่เกิน 100 ร้าน เนื่องจากตลาดนัดเหล่านี้มักอยู่ใกล้ตัวเมือง ซึ่งผู้คนสามารถเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก

- ร้านค้าประจำหมู่บ้าน เป็นตัวแปรที่บอกถึงเศรษฐกิจในชุมชนได้อย่างคร่าวๆ เพราะถ้ามีร้านค้าต่างๆ อยู่ภายในชุมชนมาก ย่อมมีกำลังซื้อสินค้ามากด้วย
- สถานที่ราชการและสถานศึกษา ตลาดนัดที่อยู่ใกล้สถานที่ราชการหรือสถานศึกษา มักมีขนาดใหญ่และขนาดกลาง
- วัด ตลาดนัดที่อยู่ในวัด หรือ พื้นที่วัดมักมีขนาดใหญ่และขนาดกลาง คือมีจำนวนร้านค้ามากกว่า 100 ร้านขึ้นไป
- โรงงานอุตสาหกรรม ตลาดนัดที่อยู่ใกล้แหล่งโรงงานอุตสาหกรรมมักมีขนาดกลาง แม้ว่าจะมีผู้คนจากโรงงานมาก แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของเงินเดือนที่ออกเฉพาะต้นเดือนและปลายเดือน ทำให้การค้าขายคึกคักเฉพาะช่วงเงินเดือนออกเท่านั้น

จากปัจจัยในการเลือกพื้นที่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสภาพที่เป็นอยู่แล้ว พบว่าปัจจัยที่มีลักษณะร่วมกันในทุกตลาดนัดก็คือ ทุกพื้นที่มีการสัญจรที่สะดวก กล่าวคือ มีถนนตัดผ่านในทุกๆตลาดนัด มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถเมล์ขาว รถสองแถว มอเตอร์ไซด์รับจ้าง ผ่านพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภค ทั้งไฟฟ้า น้ำประปา สุขา ถังขยะ

ส่วนปัจจัยในการเลือกพื้นที่ที่แตกต่างกัน ก็คือ ตลาดนัดที่ใช้พื้นที่ของวัด ผู้จัดนัดมักคำนึงถึงว่า วัดเป็นพื้นที่ที่จะรวมผู้คนให้มาทำกิจกรรมร่วมกันได้ เป็นที่รู้จักของผู้คนในชุมชน ราคาเช่าถูกกว่าพื้นที่เอกชนตลาดนัดที่ใช้พื้นที่เอกชน มักคำนึงถึงว่าพื้นที่นั้นเป็นแหล่งที่มีผู้คนมาก จึงเลือกพื้นที่ที่ใกล้กับแหล่งชุมชนขนาดใหญ่

อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการที่จะเกิดตลาดนัดในบริเวณใดบริเวณหนึ่งได้ ก็คือ การที่บริเวณโดยรอบพื้นที่นั้น มีตลาดนัดเกิดขึ้นมากแล้วหรือยัง เพราะการที่มีตลาดนัดเกิดขึ้นมากในบริเวณเดียวกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อในการจับจ่ายซื้อสินค้า เนื่องจากเมื่อมีตลาดนัดเกิดขึ้นมากก็ไม่จำเป็นที่จะต้องซื้อสินค้าในปริมาณมาก เพราะมีตลาดนัดเกิดขึ้นทุกวัน ทำให้ปริมาณการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งลดน้อยลง พ่อค้าเร่ก็ขายสินค้าได้ลดลง เป็นผลให้พ่อค้าเร่บางรายขายของต่อไปไม่ได้ จึงต้องหาพื้นที่ใหม่ และถ้าตลาดนัดใดมีพ่อค้าเร่ลดลงเรื่อยๆ ตลาดนัดนั้นอาจจะต้องเลิกกิจการไป ดังนั้นผู้จัดนัดแต่ละรายจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยนี้มาก และปัจจัยสุดท้ายคือ ราคาเช่าพื้นที่ ปัจจัยนี้จะมีผลที่จะทำให้ผู้จัดนัดสามารถจัดตลาดนัดได้หรือไม่ เพราะถ้าพื้นที่มีราคาเช่าแพงเกินไป จะทำให้ผู้จัดนัดไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งของ ตลาดนัดกับข้าว เมื่อนำมาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลบางส่วนมาลงแผนที่และคำนวณข้อมูลต่างๆ ทำให้เห็นภาพลักษณะที่แตกต่างของ ตลาดนัดกับข้าว ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

1. กลุ่มรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับชานเมือง มีตลาดนัดขนาดใหญ่ 4 แห่ง คือ ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร ตลาดนัดวัดสามควายเผือก และตลาดนัดตลาดปลาเค้า (ฝั่งนอก) โดยมีการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัยและอุตสาหกรรมเป็นหลัก มีระยะห่างจากศูนย์กลางเมืองไม่เกิน 7 กิโลเมตร เป็น ประชากรส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้ประกอบอาชีพรับจ้าง เกษตรกรรม และค้าขาย โดยมีรายได้ประชากรต่อครัวเรือนต่อปีอยู่ที่ 50,000 – 99,999 บาท การกระจายตัวของประชากรประมาณ 1,010.20 คนต่อตารางกิโลเมตร ผู้จัดนัดในกลุ่มนี้เลือกพื้นที่ที่จะนำมาจัดตลาดนัดโดยพิจารณาจากปัจจัยในด้านที่พื้นที่นั้นเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่และมีการสัญจรที่สะดวกเป็นหลัก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากการเข้าถึงพื้นที่แล้วตลาดนัดในกลุ่มนี้มีการเข้าถึงโดยใช้ทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงจังหวัด และถนนเป็นหลัก มีการกระจายตัวของตลาดนัดทางด้านเหนือ ด้านตะวันออก ตะวันตก และด้านใต้ของเมือง ขนาดตลาดนัดมีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งมีกลุ่มผู้ซื้อหลักเป็นข้าราชการ นักศึกษา และผู้ใช้แรงงาน

2. กลุ่มชานเมือง มีการใช้ที่ดินประเภทเกษตรกรรมและที่พักอาศัยเป็นหลัก มีระยะห่างจากศูนย์กลางเมืองมากกว่า 7 กิโลเมตร ประชากรส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้ประกอบอาชีพรับจ้าง เกษตรกรรมและค้าขาย โดยมีรายได้ประชากรต่อครัวเรือนต่อปีอยู่ที่ 30,000 – 99,999 บาท การกระจายตัวของประชากรประมาณ 795.06 คนต่อตารางกิโลเมตร ผู้จัดนัดในกลุ่มนี้เลือกพื้นที่ที่จะนำมาจัดตลาดนัดโดยพิจารณาจากปัจจัยในด้านที่พื้นที่นั้นใกล้วัด ซึ่งเป็นศูนย์รวมของผู้คนในชุมชน และใกล้แหล่งโรงงานอุตสาหกรรมมีการขยายตัวบริเวณชานเมืองเป็นหลัก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากการเข้าถึงพื้นที่แล้วตลาดนัดในกลุ่มนี้มีการเข้าถึงโดยใช้ถนนระหว่างหมู่บ้านเป็นหลัก มีการกระจายตัวของตลาดนัดทางด้านตะวันตกของเมือง ขนาดตลาดนัดมี 2 ขนาด คือ ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งมีกลุ่มผู้ซื้อหลักเป็นชาวบ้านในชุมชน

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มของ ตลาดนัดกับข้าว กับตลาดสดที่มีอยู่ในตัวเมือง จะพบว่าตลาดสดเทศบาลจะเป็นตลาดหลักที่ให้บริการกับคนทั้งเมือง ถือเป็นตลาดที่มีลำดับศัทธิ์ใหญ่ที่สุดในเมืองนครปฐม และมีตลาดนัดเป็นตลาดที่มีลำดับศัทธิ์รองลงไป โดยตลาดนัดขนาดใหญ่ที่อยู่ระหว่างรอยต่อของเมืองกับชานเมืองเป็นตลาดที่รองรับการให้บริการกับคนโดยรอบตัวเมือง และตลาดนัดชานเมืองเป็นตลาดที่รองรับการให้บริการกับคนที่อยู่ไกลออกไปจากตัวเมืองมาก และจะมี

ตลาดนัดขนาดกลาง และขนาดเล็ก กระจายตัวอยู่ระหว่างตลาดนัดขนาดใหญ่เพื่อเป็นตลาดที่เสริมขึ้นมาในวันที่ตลาดนัดขนาดใหญ่ไม่เปิดดำเนินการ



แผนผังที่ 7 แสดงโครงสร้างตลาดในเมืองนครปฐม

8.3 กิจกรรมการค้าภายในตลาดนัด

8.3.1 ประเภทและสัดส่วนของกิจกรรม สามารถแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ

- กิจกรรมหลัก ได้แก่กิจกรรมการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร จากการสำรวจกิจกรรมภายใน ตลาดนัดกับข้าว แต่ละแห่ง สามารถแบ่งประเภทกลุ่มการค้าออกตามลักษณะสินค้าที่จำหน่ายเป็น 6 ชนิด คือ ผักสด ผลไม้สด เนื้อสัตว์ชำแหละ และไข่ อาหารสดจากทะเลและปลาสด เครื่องปรุงประกอบอาหารและของชำ อาหารคาวปรุงสำเร็จ และอาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่มต่างๆ

- กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมหลักในเชิงส่งเสริมกัน ได้แก่ กิจกรรมการขายสินค้าอื่นที่ไม่ใช่อาหาร จากการสำรวจกิจกรรมภายใน ตลาดนัดกับข้าว แต่ละแห่ง สามารถแบ่งประเภทกลุ่มการค้าออกตามลักษณะสินค้าที่จำหน่ายเป็น 3 ชนิด คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับต่างๆ ของใช้ต่างๆ และอื่นๆ เช่น ปลาตาก ปลาสวยงาม ดอกไม้สด ต้นไม้ พวงมาลัย เป็นต้น

จากจำนวนของกิจกรรมในแต่ละวัน จะพบว่าวันอาทิตย์เป็นวันที่มีกิจกรรมหนาแน่นมากที่สุด เนื่องจากมีตลาดนัดขนาดใหญ่เปิดดำเนินการในวันอาทิตย์ถึง 3 ตลาดนัด คือ ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร และตลาดนัดวัดสามควายเผือก เป็นที่สังเกตว่าวันอาทิตย์เป็นวันหยุดทำงานและหยุดเรียน ดังนั้นผู้คนจึงมีเวลาที่จะมาเดินเลือกซื้อสินค้ามากกว่าวัน

อื่นๆ ส่วนวันจันทร์เป็นวันที่มีจำนวนกิจกรรมน้อยที่สุด เนื่องจากว่าเป็นวันที่ไม่มีตลาดนัดขนาดใหญ่เปิดดำเนินการในวันนี้เลย

ในด้านสัดส่วนของกิจกรรมในแต่ละวัน พบว่า กิจกรรมที่มีสัดส่วนมากที่สุดในทุกๆวัน คือ อาหารควาสำเร็จรูป รองลงมา คือ ผักสด ผลไม้สด และอาหารหวานสำเร็จรูป เครื่องดื่ม นอกจากนี้จะสังเกตเห็นได้ว่าในวันที่มีจำนวนกิจกรรมมากจะมีสัดส่วนของกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมหลักเป็นสัดส่วนที่มากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมกับพื้นที่ภายในตลาดนัด พิจารณาถึงรูปแบบการจัดวางแผงสินค้าของกิจกรรมหลักและกิจกรรมเชิงส่งเสริม ซึ่งมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ รูปตัวแอล ด้วย และตัวโอ ซึ่งในแต่ละตลาดนัดจะมีการจัดรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป การจัดวางกิจกรรมทั้ง 3 รูปแบบนี้ เป็นไปเพื่อให้มีการจัดแยกประเภทสินค้าให้เป็นสัดส่วน สะดวกต่อการซื้อขาย ทั้งผู้ซื้อเองก็สามารถเดินเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกเป็นสัดส่วน ส่วนพ่อค้าเร่ก็จะอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มของประเภทสินค้าที่ไม่รบกวนต่อกัน เนื่องจากกิจกรรมบางอย่างจะรบกวนกิจกรรมอื่นๆที่มีอยู่ในตลาดนัด เช่น อาหารปิ้งย่างจะมีควัน ถ้าตั้งใกล้ร้านขายเสื้อผ้าจะทำให้เสื้อผ้ามีกลิ่นตามไปด้วย เป็นต้น

8.3.2 การจัดการภายในตลาดนัดของผู้จัดนัด ผู้จัดนัดจะเป็นผู้ดูแล จัดการให้ภายในตลาดนัดเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งจะดูแลตั้งแต่การจัดการให้คนเข้ามาขายสินค้าในพื้นที่ การเลือกวันที่จะลงนัดเพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อนกับตลาดนัดอื่นในละแวกใกล้เคียง การจัดตำแหน่งร้านค้าเพื่อให้สะดวกกับการซื้อขายสินค้า การเก็บค่าเช่าแผงสินค้า การจำกัดประเภทสินค้า การตัดสิทธิ์ในการขายสินค้า การกำจัดขยะหลังเลิกนัด และการบริการอื่นๆ ซึ่งการจัดการที่ดีจะมีส่วนที่จะทำให้ตลาดนัดสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

8.3.3 วิธีการขนส่งสินค้า พิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้บรรทุกสินค้าของพ่อค้าเร่เพื่อนำมาขายยังตลาดนัด พบว่ามีอยู่ 5 ประเภทด้วยกัน คือ รถเข็น รถจักรยานยนต์ รถกระบะ หรือรถเก๋ง ซึ่งเป็นยานพาหนะที่พบเห็นในการใช้ขนส่งสินค้ามากที่สุด รถบรรทุกขนาดเล็ก และรถโดยสารสาธารณะ

8.3.4 วิธีการลงสินค้า ที่พบในตลาดนัดมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1) การลงสินค้าโดยนำรถเข้าไปจอดในพื้นที่ที่วางแผงสินค้าเลย โดยมีรถอยู่ 2 ประเภทด้วยกันคือ รถเข็น รถสามล้อ หรือรถชาเล้ง และรถยนต์ โดยการลงสินค้าในลักษณะที่ใช้รถยนต์มักมีที่ตั้งแผงสินค้าอยู่บริเวณรอบนอกของตลาดนัด ซึ่งมีพื้นที่สำหรับจอดรถได้

2) การลงสินค้าแล้วนำรถออกจากพื้นที่ตั้งแผงสินค้า การลงสินค้าลักษณะนี้มักเป็นสินค้าประเภทอาหาร

8.3.5 ลักษณะการวางขายสินค้า สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1) แผงขายสินค้า เป็นลักษณะการวางขายสินค้าส่วนใหญ่ที่พบในตลาดนัด พ่อค้าเร่ที่มีลักษณะการวางขายประเภทนี้ส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะหรือรถตู้เป็นพาหนะ แต่ถ้าแผงมีขนาดไม่ใหญ่มากอาจใช้รถจักรยานยนต์ หรือรถเก๋งเป็นพาหนะ

2) รถเข็น และรถสามล้อ(ชาเล็ง) พ่อค้าเร่ที่มีการวางขายประเภทนี้จะใช้รถเข็นหรือรถสามล้อเป็นพาหนะในการนำสินค้ามาขาย และเป็นบุคคลที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ใกล้บริเวณตลาดนัด ที่สามารถเข็นรถจากบ้านพักอาศัยมายังตลาดนัดได้ สินค้าที่นำมาขายจะเป็นสินค้าจำพวกอาหารสำเร็จรูป

3) หาบเร่ อุปกรณ์ที่สำคัญของการวางขายประเภทนี้ คือ หาบ เพื่อใช้บรรจุสินค้า แต่ปัจจุบันพ่อค้าเร่ประเภทนี้มีจำนวนน้อยมาก เนื่องจากรายได้ไม่คุ้มกันที่ต้องจ่ายค่าที่ เพราะสินค้านี้มีจำนวนน้อยและเป็นของราคาถูก

4) แบกะดิน การวางขายประเภทแบกะดินนี้มีหลายลักษณะด้วยกัน คือใช้วิธีนำเสื่อหรือผ้าผืนใหญ่มาปูกับพื้นดินแล้ววางสินค้าบนเสื่อ ใช้เข่งแล้วตั้งกระจาดไว้บนเข่งเพื่อวางสินค้า และถือสำหรับใส่สินค้า เช่น อาหารสดจากทะเล ปลาสด ซึ่งมีลักษณะเป็นถ่อกอกลมูนิเยมสีเหลี่ยมวางไว้บนพื้นดิน และนำปลามาตกลงในถ่อกนั้นเพื่อให้ผู้ซื้อได้เลือกตามใจชอบ

8.3.6 ช่วงเวลาการติดตลาด ปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อมาซื้อในช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้แก่

- ลักษณะของการมาตลาดนัด เนื่องจากเป็นทางผ่านระหว่างที่ทำงาน โรงเรียน กับที่พักอาศัย ดังนั้นการที่จะใช้บริการตลาดนัดจะต้องทำหลังเวลางานหรือเวลาเรียนเท่านั้น คือ หลังเวลาประมาณ 16.00 น. สำหรับนักเรียน นักศึกษา และหลังเวลาประมาณ 17.00 น. สำหรับคนทำงาน

- ลักษณะของการมาตลาดนัด เนื่องจากมีความจำเป็นในการใช้สินค้า ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรบริโภคของแต่ละบุคคล

- การมาตลาดนัดโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการซื้อสินค้านั้น

- ลักษณะของการมาตลาดนัดเพื่อพักผ่อน เดินเล่น ชมสินค้า เพื่อหาความเพลิดเพลิน หรือต้องการมาพบปะสังสรรค์กับผู้คนในตลาดนัด ซึ่งจะมีเวลาการมาไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความพอใจและเวลารว่างของแต่ละบุคคล

- ปัจจัยอื่นๆ คือ สภาพดินฟ้าอากาศ

8.4 องค์ประกอบภายในตลาดนัด ประกอบด้วยพ่อค้าเร่ ผู้ซื้อ ผู้จัดนัด และสินค้า

8.4.1 **พ่อค้าเร่** ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้ที่มาประกอบอาชีพพ่อค้าเร่ นั้นมาจากผู้คนหลากหลายสาขาอาชีพ ด้วยสาเหตุหลัก คือ ความจำเป็นด้านเศรษฐกิจทำให้คนมาประกอบอาชีพนี้มากขึ้น เนื่องจากการลงทุนต่ำ การเข้าออกตลาดเสรี การเลือกพื้นที่ในการขายสินค้านั้นมักเลือกตลาดนัดที่ใกล้กับที่พักของตนเป็นหลัก ซึ่งวงจรการเดินทางส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้าโดยมีจำนวนวันที่ขายตามตลาดนัดแต่ละแห่งมากกว่า 1 วัน

8.4.2 **ผู้ซื้อ** มักเป็นคนในชุมชนที่มีที่พักไม่ไกลจากตลาดนัด

8.4.3 **ผู้จัดนัด** เป็นผู้ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในตลาดนัด โดยสาเหตุที่ทำให้มาประกอบอาชีพนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพราะมีอาชีพค้าขายอยู่แล้ว การจัดตลาดนัดขึ้นเองทำให้การแข่งขันระหว่างการขายสินค้าของตนลดลง เนื่องจากผู้จัดนัดสามารถจำกัดจำนวนประเภทสินค้าได้

8.4.4 **สินค้า** มีแหล่งที่มาทั้งจากภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ซึ่งสินค้าจะมีทั้งที่เปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลหรือแฟชั่นและไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลา ในด้านการกำหนดราคาสินค้า ส่วนใหญ่จะพิจารณาตามราคาตลาด ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินค้ากับช่วงเวลาที่จำหน่ายสินค้า พบว่า สินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด และอาหารปรุงสำเร็จ จะขายดีช่วง 15.00-17.00 น. ส่วนสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ จะขายดีช่วง หลัง 17.00 น.

8.5 ความสัมพันธ์ของ ตลาดนัดกับข้าว กับชุมชนเมืองนครปฐม

ความสัมพันธ์ของ ตลาดนัดกับข้าว กับชุมชนเมืองนครปฐมมีหลายระดับ กล่าวคือ

1) ระดับบุคคล

- ความสะดวกในการซื้อสินค้า การที่มีตลาดนัดนั้น ทำให้ผู้คนในชุมชนมีความสะดวกในการซื้อสินค้า เนื่องจากที่ตั้งของตลาดนัดอยู่ในแหล่งชุมชน ดังนั้นการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าจึงมีระยะทางที่ใกล้ ซึ่งประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง นอกจากนี้ยังให้ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อบริโภค เพราะปัจจุบันการบริโภคในครอบครัวเดี่ยว หรือครอบครัวขนาดเล็ก มักนิยมซื้ออาหารปรุงสำเร็จรับประทาน มากกว่าการซื้ออาหารสดเพื่อนำมาประกอบอาหารเอง ซึ่งภายในตลาดนัดก็มีอาหารปรุงสำเร็จให้เลือกหลากหลายไม่ว่าจะเป็นของคาว หรือของหวาน อีกประการหนึ่งคือ คนในชุมชนมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น เพราะมีตั้งแต่ตลาดนัด ร้านขายของชำในชุมชน ตลาดสดเทศบาล และห้างสรรพสินค้า ซึ่งแต่ก่อนถ้าจะซื้อสินค้าที่ใกล้บ้านก็จะมีเพียงร้านขายของชำเท่านั้น ซึ่งความหลากหลายของสินค้านี้น้อยกว่าตลาดนัดมาก

- การสร้างรายได้ให้กับบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของที่ดินที่มีรายได้จากค่าเช่าพื้นที่ ผู้จัดนัดที่มีรายได้จากค่าเช่าแผง และพ่อค้าเร่ที่มีรายได้จากการขายสินค้า ในด้านของพ่อค้าเร่ นั้นจะมีความหลากหลายของกลุ่มอาชีพที่หันมาประกอบอาชีพเป็นพ่อค้าเร่ เช่น อาชีพรับจ้าง ข้าราชการ นักศึกษา เกษตร หรือแม่กระทั่งแม่บ้าน ด้วยภาวะความจำเป็นทางเศรษฐกิจที่ค่าใช้จ่ายมีมาก ทำให้คนเริ่มหาอาชีพเสริมทำเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัว จากแต่ก่อนที่ผู้หญิงมักอยู่ดูแลบ้าน แต่ปัจจุบันสามารถออกมาค้าขายเพื่อหารายได้เสริมได้ หรือเกษตรกรที่มีผลผลิตไม่มากนักก็สามารถนำมาขายในตลาดนัดได้เช่นกัน

- การเรียนรู้สิ่งต่างๆ เริ่มตั้งแต่ผู้จัดนัดที่จะต้องมีการเรียนรู้ถึงวิธีการจัดตลาดนัด พ่อค้าเร่เรียนรู้ถึงการกำหนดราคาสินค้า เทคนิคการขายต่างๆ การเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้าให้เหมาะสมกับฤดูกาล หรือความต้องการของผู้ซื้อ ส่วนผู้ซื้อได้เรียนรู้ถึงการเลือกซื้อสินค้าชนิดต่างๆ

- การพักผ่อนหย่อนใจ การเดินเลือกซื้อสินค้าเป็นการพักผ่อนอย่างหนึ่งของผู้คนในยามเย็น เพราะได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับผู้ที่รู้จักคุ้นเคยกัน แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน

2) วัตถุประสงค์

- การกระจายสินค้าสู่แหล่งชุมชน พ่อค้าเร่จะเป็นผู้นำสินค้าต่างๆทั้งที่มีอยู่ในชุมชนและไม่มีอยู่ในชุมชนมาขายในตลาดนัดเพื่อให้ผู้คนได้เลือกซื้อสินค้ากัน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าตามฤดูกาลหรือตามแฟชั่นต่างๆ

- พื้นที่ในชุมชนได้รับความสนใจ จากการที่มีตลาดนัดเกิดขึ้นทำให้พื้นที่โดยรอบตลาดนัดได้รับความสนใจเพื่อนำมาจัดเป็นพื้นที่เพื่อการพาณิชย์กรรม ไม่ว่าจะเป็นลักษณะชั่วคราว หรือถาวร

- ศูนย์รวมของผู้คนในชุมชน จากแต่ก่อนการที่คนในชุมชนจะมารวมตัวกันมากก็นั้นจะต้องเป็นงานบุญของวัด หรือกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ แต่ปัจจุบันได้มีการใช้พื้นที่ของตลาดนัดเป็นแหล่งจัดกิจกรรมของคนภายในชุมชน เช่น งานปีใหม่ งานวันเกิด เป็นต้น

- การสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชน กล่าวคือ พ่อค้าเร่ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนที่ตลาดนัดตั้งอยู่ พ่อค้าเร่บางรายจะเป็นผู้นำผลผลิตที่ตนเองผลิตได้มาตั้งขายเอง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าทางการเกษตร โดยเป็นการปลูกในพืชสวนครัว ไม่ใช่เพียงเศรษฐกิจ ดังนั้นสินค้าที่เหลือจากการบริโภคภายในครัวเรือนก็จะถูกนำมาจำหน่ายในตลาดนัด นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีการรวม

ตัวของกลุ่มแม่บ้านเพื่อผลิตสินค้ามาจำหน่าย ซึ่งแต่ก่อนจะมีปัญหาในเรื่องแหล่งที่จะจำหน่ายสินค้า แต่เมื่อมีตลาดนัดขึ้น กลุ่มแม่บ้านเหล่านี้สามารถนำสินค้ามาวางขายได้

3) ระดับเมือง

- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเมือง กล่าวคือ มีการกระจายของศูนย์กลางกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปยังแหล่งชุมชนต่างๆ จากแต่เดิมมีตลาดสดเทศบาลเป็นเพียงศูนย์กลางเดียว แต่ปัจจุบันได้มีตลาดนัดไว้คอยให้บริการแก่คนที่อยู่รอบนอกตัวเมืองออกไป

- การสร้างรายได้ให้กับเมือง จากการประมาณรายได้ในทุกๆตลาดจะพบว่า ใน 1 เดือนจะมีการสร้างรายได้โดยประมาณ 24,572,000 บาท ซึ่งรายได้นี้ส่วนหนึ่งจะเป็นการลงทุนเพื่อซื้อสินค้าเพื่อมาจำหน่าย โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผลิตได้ในเมืองนครปฐม

ตารางที่ 38 สรุปความสัมพันธ์ของ ตลาดนัดกับข้าว กับชุมชนเมืองนครปฐม

| ความสัมพันธ์ | | รายละเอียด |
|--------------|------------------------------|---|
| ระดับบุคคล | ความสะดวกในการซื้อสินค้า | - สะดวกในการเดินทาง - สะดวกในการเลือกซื้อสินค้า |
| | การสร้างรายได้ให้กับบุคคล | - เจ้าของที่ดินมีรายได้จากค่าเช่าพื้นที่ - ผู้จัดนัดมีรายได้จากค่าเช่าแผง - พ่อค้าเริ่มมีรายได้จากการขายสินค้า |
| | การเรียนรู้สิ่งต่างๆ | - ผู้จัดนัดที่จะต้องมีการเรียนรู้ถึงวิธีการจัดตลาดนัด - พ่อค้าเริ่มเรียนรู้ถึงการกำหนดราคาสินค้า เทคนิคการขายต่างๆ การเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้าให้เหมาะสมกับฤดูกาล หรือความต้องการของผู้ซื้อ - ผู้ซื้อได้เรียนรู้ถึงการเลือกซื้อสินค้าชนิดต่างๆ |
| | การพักผ่อนหย่อนใจ | จากการพบปะพูดคุยกับผู้คนที่ยังรู้จักคุ้นเคย แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน |
| ระดับชุมชน | การกระจายสินค้าสู่แหล่งชุมชน | พ่อค้าเริ่มเป็นผู้นำสินค้ามาจำหน่ายแก่ผู้คนในชุมชน |
| | พื้นที่ในชุมชนได้รับความสนใจ | นำพื้นที่มาใช้ประโยชน์ด้านพาณิชยกรรม |
| | ศูนย์รวมของผู้คนในชุมชน | เป็นแหล่งประกอบกิจกรรมของคนในชุมชน |
| | การสร้างงานและรายได้ในชุมชน | คนในชุมชนนำสินค้าที่ผลิตได้มาจำหน่ายเอง |
| ระดับเมือง | การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเมือง | การกระจายศูนย์กลางกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปยังแหล่งชุมชน |
| | การสร้างรายได้ให้กับเมือง | การลงทุนเพื่อซื้อสินค้าเพื่อมาจำหน่ายต่อ |

8.6 ศักยภาพของตลาดนัด

8.6.1 ศักยภาพทางด้านกิจกรรม

- 1) ภาพลักษณ์ของตลาดนัด ที่เป็นแหล่งขายสินค้าราคาถูก ทำให้เป็นการดึงดูดผู้คนให้เข้ามาซื้อสินค้า โดยเชื่อมั่นว่าจะได้สินค้าที่ราคาไม่แพง
- 2) รูปแบบการขายสินค้าในลักษณะการแบ่งขาย ทำให้ผู้ซื้อสินค้าที่ไม่ต้องการสินค้าจำนวนมากสามารถซื้อสินค้าได้ตามปริมาณที่ต้องการ
- 3) การเข้าออกตลาดนัดโดยเสรี คือ พ่อค้าเร่รายย่อยสามารถเข้ามาประกอบอาชีพนี้ได้ง่าย

8.6.2 ศักยภาพทางด้านพื้นที่

- 1) ทำเลที่ตั้งของตลาดนัดอยู่ใกล้แหล่งชุมชน
- 2) การเข้าถึงตลาดนัดสะดวก

8.6.3 ศักยภาพทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

- 1) พ่อค้าเร่ ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ทำให้ทราบความต้องการของผู้ซื้อได้ดี รวมไปถึงบรรยากาศภายในตลาดนัดที่มีความรู้จัก มักคุ้นกันระหว่างผู้คนภายในตลาดนัด
- 2) ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนภายในตลาดนัด ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าเร่ ผู้ซื้อ และผู้จัดนัดต่างมีความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับตลาด คือ คนในชุมชนมีความผูกพันกับตลาดมากขึ้น
- 4) ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับวัด เนื่องจากตลาดนัดจำนวนหนึ่งยังคงใช้พื้นที่วัดในการจัดตลาดนัด ดังนั้นวัดจึงยังคงเป็นแหล่งที่ร่วมกิจกรรมของผู้คนในชุมชน

8.7 แนวโน้มของตลาดนัด

8.7.1 แนวโน้มด้านพื้นที่ ตลาดนัดมีแนวโน้มที่จะขยายตัวออกไปตามชุมชนต่างๆมากขึ้น เนื่องจากที่ผ่านมาพบว่า การเกิดตลาดนัดนั้นจะเกิดขึ้นในบริเวณที่เป็นแหล่งชุมชน ดังนั้นถ้าอนาคตเมืองมีการขยายตัวออกไป ตลาดนัดก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นตามแหล่งที่มีผู้คนตั้งถิ่นฐานอยู่

8.7.2 แนวโน้มด้านกิจกรรม

- 1) ลักษณะกิจกรรม ยังคงเน้นสินค้าประเภทอาหารเป็นหลัก ซึ่งในตลาดนัดแต่ละแห่งจะมีการจำกัดจำนวนประเภทสินค้าแตกต่างกันออกไปตามลักษณะชุมชนที่ตลาดนัดตั้งอยู่ ส่วนสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ ของใช้ต่างๆ จะมีความหลากหลายมากขึ้น

2) รูปแบบการค้า ยังคงเน้นสินค้าราคาถูก ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของตลาดนัด และมีแนวโน้มว่าราคาสินค้าจะถูกลงอีก เนื่องจากมีการแข่งขันกันด้านราคาระหว่างพ่อค้าเร่สูงขึ้น โดยเฉพาะพ่อค้าเร่ที่นำสินค้ามาจากโรงงาน

3) พ่อค้าเร่ จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และจะมีผู้คนจากหลากหลายอาชีพเข้ามาประกอบอาชีพพ่อค้าเร่มากขึ้น

4) ผู้ซื้อ จะมีผู้คนจากหลากหลายระดับนิคมที่จะมาซื้อสินค้าในตลาดนัดเพิ่มขึ้น

8.7.3 แนวโน้มด้านสังคม พฤติกรรมการบริโภคของผู้คนในชุมชนเปลี่ยนไป มีการพึ่งพาสถานค้ามากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จดูเหมือนว่าจะได้รับความนิยมมาก ซึ่งส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากการประกอบอาชีพ ผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นแรงงานรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา จะเลือกบริโภคสินค้าชนิดนี้มาก เพราะสะดวกที่จะซื้อและประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย เนื่องจากในปัจจุบันครอบครัวมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว หรืออาศัยอยู่ตามหอพัก บ้านเช่า ประกอบกับความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจที่ผู้คนต้องทำงานทั้งผู้ชายและผู้หญิง ทำให้เวลาหมดไปกับการทำงาน ดังนั้นการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจึงเป็นทางออกที่ดีในขณะนี้ ส่วนการทำอาหารรับประทานเองนั้นเหมาะกับครอบครัวขนาดใหญ่ที่มีคนอาศัยอยู่ร่วมกันมาก เพราะการทำอาหารในปริมาณมากจะทำให้ประหยัดกว่าการไปซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทาน

8.8 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ปัญหา

8.8.1. ข้อเสนอแนะด้านกายภาพ

1) การสภาพพื้นผิวบริเวณตลาดนัด โดยอาจเป็นการถมหิน หรือดินลูกรังอัดแน่นปรับสภาพให้เรียบ มีความลาดเอียงเพื่อเป็นการระบายน้ำเมื่อมีฝนตก และทำทางระบายน้ำโดยรอบพื้นที่ตลาดนัดเพื่อป้องกันน้ำท่วมขัง

2) จัดหาเต็นท์ราคาถูกซึ่งเป็นลักษณะชั่วคราว โดยการลงทุนนี้ผู้จัดนัดอาจขอความร่วมมือจากพ่อค้าเร่ในการออกค่าเช่าเต็นท์ หรืออาจจะเป็นการเก็บค่าเช่าแพงเพิ่มขึ้นจากเดิมเล็กน้อย เพราะการมีเต็นท์จะช่วยบังแดด บังฝน บังลมได้ในระดับหนึ่ง ทำให้ทั้งผู้ซื้อ พ่อค้าเร่ มีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

3) ผู้จัดนัดต้องมีการจัดการในการแบ่งพื้นที่สำหรับพ่อค้าเร่ทั้งขาประจำและขาจร ให้มีความยุติธรรม โดยควรที่จะให้สิทธิกับพ่อค้าเร่ขาประจำได้ลงแผงสินค้าก่อน ถ้าพ่อค้าเร่ขาประจำรายใดไม่มาจึงให้พ่อค้าเร่ขาจรลงแผงสินค้าได้ โดยพิจารณาตามประเภทสินค้าว่าควรตั้งอยู่ที่ใดในตลาดนัด

4) จัดหาพื้นที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน ถ้าตลาดนัดใดมีพื้นที่ว่างเพียงพอ ควรจัดพื้นที่สำหรับจอดรถเพื่อบริการแก่ผู้ซื้อด้วย อย่างเช่น ตลาดนัดลำพญา จัดให้มีพื้นที่จอดรถไว้ด้านข้างและด้านหลังตลาดนัด ส่วนตลาดนัดใดที่มีพื้นที่จำกัดต้องจอดรถอยู่ตามริมถนน ควรจัดให้มีผู้ดูแลอำนวยความสะดวกในการจอดรถ และป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในการสัญจรด้วย

5) จัดหาถังขยะไว้บริการแก่พ่อค้าเร่ หรือขอความร่วมมือจากพ่อค้าเร่ในการช่วยกันเก็บขยะของตนมาทิ้งลงในถังขยะที่จัดเตรียมไว้ให้ นอกจากนี้ควรมีการจัดหาน้ำไว้บริการแก่พ่อค้าเร่ เพราะตลาดนัดบางแห่งไม่ได้มีการจัดเตรียมสิ่งเหล่านี้ไว้ให้

6) การจัดวางผังประเภทสินค้าภายในตลาดนัด ควรมีการจัดแบ่งประเภทสินค้าเป็นโซน เช่น โซนสินค้าประเภทอาหารที่เป็นของสด โซนสินค้าประเภทปรุงอาหารสำเร็จ โซนสินค้าประเภทของใช้ โซนสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ เป็นต้น เพื่อเป็นการสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าสำหรับผู้ซื้อ

7) ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งตลาดนัดในบริเวณที่รัศมีบริการยังไม่ครอบคลุม ซึ่งจากแผนที่แสดงรัศมีบริการ จะพบว่า บริเวณด้านเหนือตลาดนัดแยกวัดกลางขึ้นไป ไม่มีตลาดนัดตั้งอยู่เลย ทั้งๆที่มีชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่ ดังนั้นจึงควรมีการสำรวจเพื่อหาทำเลสำหรับการจัดตั้งตลาดนัดในพื้นที่ดังกล่าว

8) การกำหนดที่ตั้งของตลาดนัดนั้นสามารถอยู่ได้ทุกที่ที่มีผู้คนที่จะมาใช้บริการ แต่จำนวนประเภทสินค้าที่ขายภายในตลาดนัดนั้นจะแตกต่างกันตามชุมชนที่ตลาดนัดนั้นเข้าไปตั้งอยู่ ดังนั้นจึงควรศึกษาลักษณะชุมชนก่อนแล้วจึงมากำหนดรูปแบบกิจกรรมการค้าภายในตลาดนัดว่าควรมีลักษณะเช่นไร

8.8.2 ข้อเสนอแนะด้านกิจกรรมการค้าขาย

- 1) ผู้จัดนัดควรมีส่วนที่จะช่วยแก้ปัญหาการแข่งขันด้านราคาระหว่างพ่อค้าเร่ โดยการที่คนกลางไกล่เกลี่ยระหว่างพ่อค้าเร่ด้วยกันให้กำหนดราคาสินค้าให้ใกล้เคียงกัน หรือระหว่างพ่อค้าเร่ด้วยกันอาจมีการตกลงกำหนดราคาสินค้าร่วมกันก็ได้
- 2) พ่อค้าเร่ควรติดป้ายราคาเพื่อให้ผู้ซื้อได้ทราบราคาและนำไปเปรียบเทียบราคาสินค้าระหว่างร้านอื่นๆได้ เพราะการเปรียบเทียบราคาจะทำให้การที่ผู้ซื้อตัดสินใจมาซื้อสินค้าที่ร้านใดแล้ว แสดงว่าร้านนั้นมีราคาสินค้าที่น่าพอใจแล้ว ดังนั้นการต่อรองราคาสินค้าของผู้ซื้อจะลดลง
- 3) พ่อค้าเร่ควรดูแลเรื่องสุขลักษณะของอาหารที่ตนผลิต เพราะถ้าผู้ซื้อซื้อสินค้าไปแล้วพบว่าสินค้าไม่ได้คุณภาพ ผู้ซื้อรายนั้นจะไม่กลับมาซื้อสินค้านั้นอีก ดังนั้นถ้าพ่อค้าเร่ต้องการให้ผู้ซื้อกลับมาซื้อสินค้าของตนอีก พ่อค้าเร่จำเป็นต้องใส่ใจในคุณภาพของสินค้าไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทอาหารหรือสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร
- 4) ผู้จัดนัดจะต้องดูแลในเรื่องของจำนวนร้านค้าของสินค้าแต่ละประเภทให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของชุมชนที่ตลาดนัดตั้งอยู่ อย่างเช่น ในกรณีของตลาดนัดหลังโรงแรมเวล ซึ่งผู้จัดนัดให้ความใส่ใจกับจำนวนร้านค้าประเภทอาหารที่ยังไม่รุ่งสำเร็จให้มีจำนวนน้อย เพราะพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาดนัดแห่งนี้นิยมซื้ออาหารรุ่งสำเร็จรับประทานมากกว่าการปรุงอาหารรับประทานเอง เป็นต้น
- 5) ก่อนที่ผู้จัดนัดจะตัดสินใจเลือกพื้นที่ใดเพื่อจัดตลาดนัดควรมีการสำรวจตลาดนัดที่มีอยู่ในบริเวณใกล้เคียงเสียก่อนว่ามีจำนวนเท่าใด และเปิดดำเนินการในวันใดบ้าง เพื่อไม่ให้มีการจัดตลาดนัดซ้ำซ้อนกันมากเกินไป
- 6) ส่งเสริมให้ผู้คนในชุมชนสามารถผลิตสินค้าเอง รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านในชุมชนต่างๆได้มีโอกาสเข้ามาขายสินค้าในตลาดนัด เพื่อเป็นการสร้างงาน และกระจายรายได้สู่ชุมชนให้มากขึ้น

8.8.3 ข้อเสนอแนะด้านสังคม ควรมีความร่วมมือกันระหว่างบุคคลภายในตลาดนัดในการช่วยกันสอดส่อง ดูแลความไม่ปลอดภัยภายในตลาดนัด

ตารางที่ 39 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา

| ปัญหา | รายละเอียด | แนวทางการแก้ไข |
|-----------------|-----------------------------------|---|
| เมืองโดยรวม | การค้าปลีกภายในตลาดลดลง | ส่งเสริมให้เป็นแหล่งค้าส่งของเมือง |
| | ปริมาณการขายของร้านค้าของชำรุด | ปรับรูปแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่ และหาลูกค้าประจำ |
| ตลาดนัดส่วนใหญ่ | สภาพพื้นที่ชำรุด | ปรับสภาพพื้นที่ให้เรียบโดยการถมดินหรือหินเพิ่ม |
| | พื้นที่น้ำท่วมขัง | ปรับพื้นที่ให้มีความลาดเอียงและทำทางระบายน้ำ |
| | สภาพอากาศร้อนและฝนตก | จัดพื้นที่ชั่วคราว |
| | การแย่งพื้นที่ค้าขาย | จัดแบ่งพื้นที่ให้เกิดความยุติธรรม |
| | การจัดวางประเภทสินค้าปะปนกัน | แบ่งโซนประเภทสินค้าให้เป็นระเบียบ |
| | การจราจรแออัด | จัดให้มีผู้ดูแลความเรียบร้อยในการสัญจร |
| | การแข่งขันด้านราคาสินค้า | ตกลงราคาร่วมกันระหว่างพ่อค้าเร่ |
| | การซ้ำซ้อนกันของสินค้าบางประเภท | จำกัดจำนวนสินค้าให้มีปริมาณที่เหมาะสม |
| บางตลาดนัด | ขนาดพื้นที่จัดตลาดนัดมีจำกัด | ขยายพื้นที่ตลาดถ้ายังมีพื้นที่ว่างโดยรอบ |
| | การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก | จัดหาพื้นที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน |
| | | จัดหาถังขยะและห้องน้ำให้พ่อค้าเร่ |
| | ความสกปรกที่เกิดจากการละเลย | ขอความร่วมมือจากพ่อค้าเร่ในการจัดเก็บ |
| | การมีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกันมาก | สำรวจตลาดนัดที่มีอยู่ก่อนการเลือกพื้นที่ |
| | สินค้าไม่ถูกสุขลักษณะ | ร้องเรียนกับผู้จัดนัด และไม่ให้ซื้อสินค้าที่ร้านนั้นอีก |
| | การลักทรัพย์ | ช่วยกันสอดส่องดูแลความปลอดภัยในตลาดนัด |

8.9 ข้อเสนอแนะด้านการวางผังสินค้าภายในตลาดนัด

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 6 ว่า การวางผังสินค้าภายในตลาดนัดมี 3 รูปแบบ คือ รูปตัวแอล รูปตัวยู และรูปตัวไอ ซึ่งเป็นการแบ่งรูปแบบโดยยึดการวางประเภทสินค้าที่เป็นอาหารกับสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร แต่รูปแบบที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นการพิจารณาในภาพกว้างๆ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วยังพบปัญหาจากการจัดวางสินค้าภายในตลาดนัดอีก ดังนั้นในส่วนนี้จะเป็นการเสนอการจัดวางผังประเภทสินค้าที่ควรจะเป็น ซึ่งเป็นการรวบรวมความเห็นมาจากพ่อค้าเร่ และผู้ซื้อสินค้าภายในตลาดนัด

ในการวางผังสินค้าจะทำการแบ่งประเภทสินค้าออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

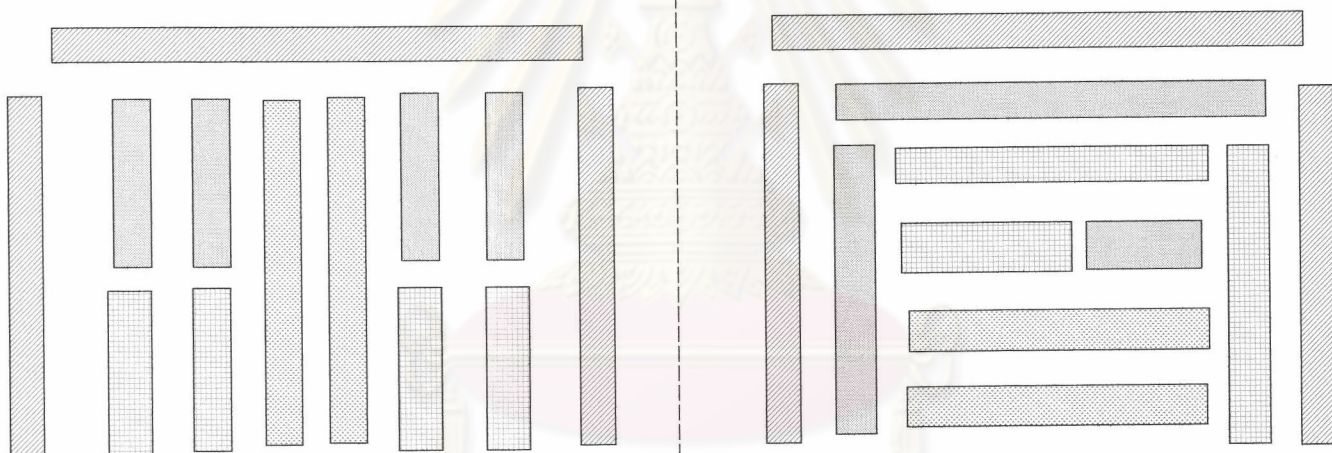
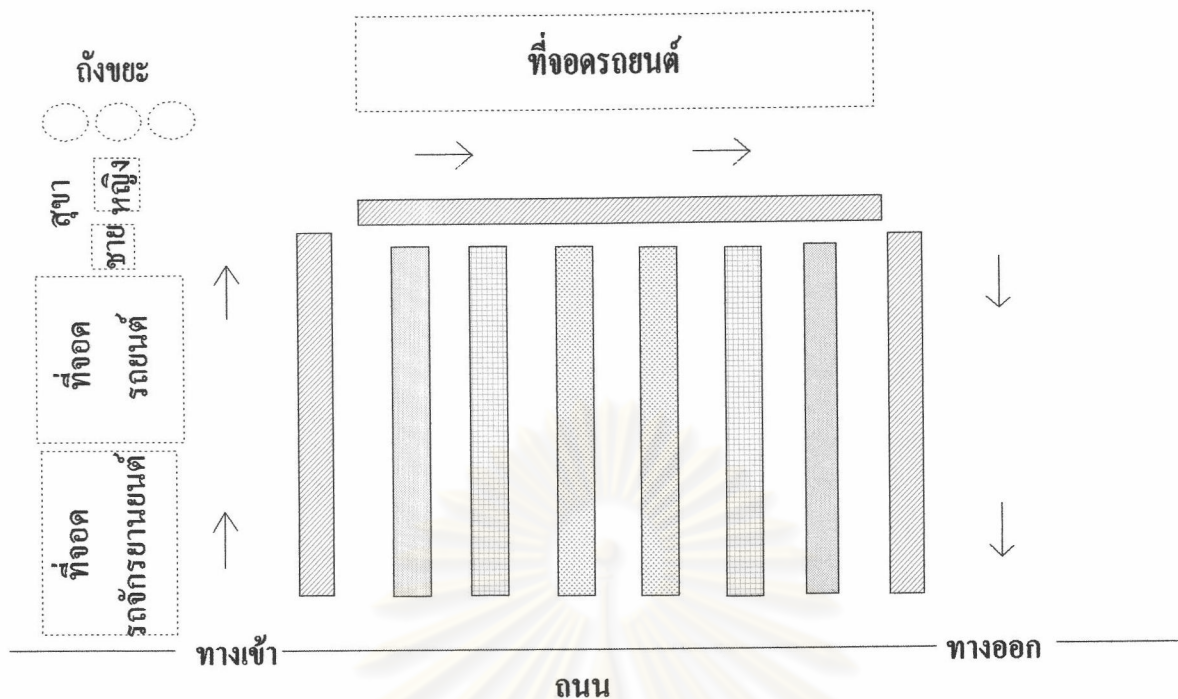
- 1) สินค้าประเภทอาหารที่ยังไม่ปรุงสำเร็จ ได้แก่ ผักสด ผลไม้สด เนื้อสัตว์ชำแหละ ไข่ เครื่องปรุงประกอบอาหาร ของชำ อาหารสดจากทะเล และปลาสด
- 2) สินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ
 - อาหารที่ปรุงสำเร็จมาแล้ว เช่น แกง ขนมหวาน ขนมปัง ฯลฯ
 - อาหารที่ปรุงขณะขายสินค้าในตลาดนัด เช่น ผัดไท ลูกชิ้นปิ้ง ไก่ย่าง ไก่ทอด เป็ดพะโล้ เป็นต้น ซึ่งเป็นอาหารที่ก่อให้เกิดควันและกลิ่น
- 3) สินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหาร เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ ของใช้ต่างๆ เป็นต้น

การจัดผังนั้นจะแบ่งเป็นโซนประเภทสินค้า 3 ประเภทข้างต้น จะพิจารณาตามขนาดของตลาดนัด ดังนี้

1) ตลาดนัดขนาดใหญ่ ควรมีพื้นที่ประมาณ 1 ไร่ - 2 ไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่การวางแผงสินค้า 3 ใน 6 ของพื้นที่ตลาดนัด พื้นที่ทางเดิน 1 ใน 6 ของพื้นที่ตลาดนัด และภายในพื้นที่ตลาดนัดควรมีพื้นที่สำหรับรองรับการจอดรถสำหรับผู้ซื้อและพ่อค้าเร่ ซึ่งควรมีประมาณ 2 ใน 6 ของพื้นที่ตลาดนัด เพราะตลาดนัดขนาดใหญ่จะมีผู้มาใช้บริการมากถ้าไม่มีการจัดเตรียมพื้นที่จอดรถให้ อาจเกิดปัญหาด้านการจราจรและอุบัติเหตุต่างๆ ได้ และเส้นทางการเดินรถควรเป็นลักษณะการเดินรถทางเดียวเพื่อให้การจราจรมีความคล่องตัว

ลักษณะผังควรใช้ผังเป็นรูปตัวยู เพราะตลาดนัดมีขนาดใหญ่ การจัดผังรูปแบบนี้จะทำให้ผู้ที่เดินเข้ามาในตลาดนัดสามารถเห็นสินค้าได้หลากหลาย และทั่วถึงกว่ารูปแบบอื่นๆ โดยจะจัดสินค้าประเภทอาหารที่ปรุงขณะขายสินค้าในตลาดนัดอยู่ในตอนกลางของพื้นที่ ถัดออกมาจะเป็นสินค้าประเภทอาหารที่ปรุงสำเร็จมาแล้ว ถัดออกมาจะเป็นสินค้าประเภทอาหารที่ยังไม่ปรุงสำเร็จ สุดท้ายล้อมรอบโดยสินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหาร โดยมีจำนวนร้านค้าประมาณ 170-250 ร้าน นอกจากนี้ควรมีการบริการอื่นๆ เช่น ห้องสุขาชาย-หญิง ถังขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า แสงไฟ

2) ตลาดนัดขนาดกลาง ควรมีพื้นที่ประมาณ 3 งาน - 1 ไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่การวางแผงสินค้า 2 ใน 4 ของพื้นที่ตลาดนัด พื้นที่ทางเดิน 1 ใน 4 ของพื้นที่ตลาดนัด ถ้าพื้นที่บริเวณตลาดนัดมีพื้นที่ว่างก็ควรที่จะจัดให้มีพื้นที่จอดรถ ซึ่งควรมีประมาณ 1 ใน 4 ของพื้นที่ตลาดนัด แต่ถ้าพื้นที่มีจำกัดควรที่จะจัดพื้นที่ริมถนนไว้สำหรับจอดรถให้เป็นสัดส่วน และมีผู้ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย และเส้นทางการเดินรถควรเป็นลักษณะการเดินรถสองทาง เนื่องจากตลาดนัดขนาดกลางมีพื้นที่เพียงฝั่งเดียว และขนาดพื้นที่ไม่ใหญ่มาก ดังนั้นการเดินรถสองทางจึงเหมาะสม



แผนผังที่ 8 แสดงตัวอย่างการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดใหญ่

สัญลักษณ์

- | | | | |
|---|------------------------------------|---|--------------------------------------|
|  | สินค้าประเภทอาหารที่ปรุงขณะขาย |  | สินค้าประเภทอาหารที่ยังไม่ปรุงสำเร็จ |
|  | สินค้าประเภทอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว |  | สินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหาร |

หมายเหตุ

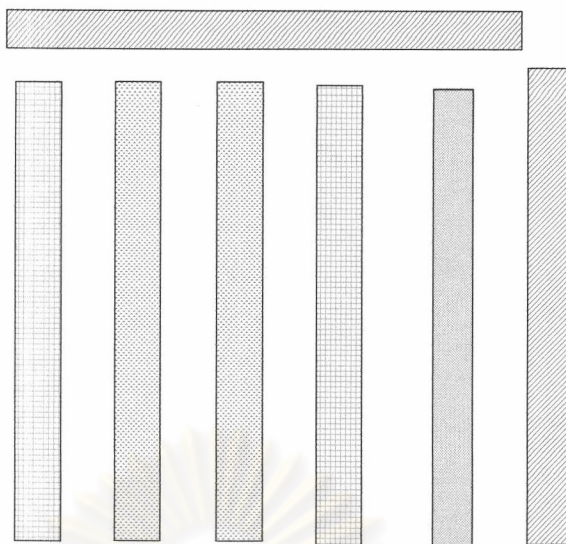
- ผังด้านบนเป็นลักษณะโดยรวมของการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดใหญ่
 - ผังด้านล่างเป็นตัวอย่างลักษณะของการจัดวางผังร้านค้า
- ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งและจำนวนของประเภทสินค้าตามความเหมาะสมของแต่ละตลาดนัดได้

NO SCALE



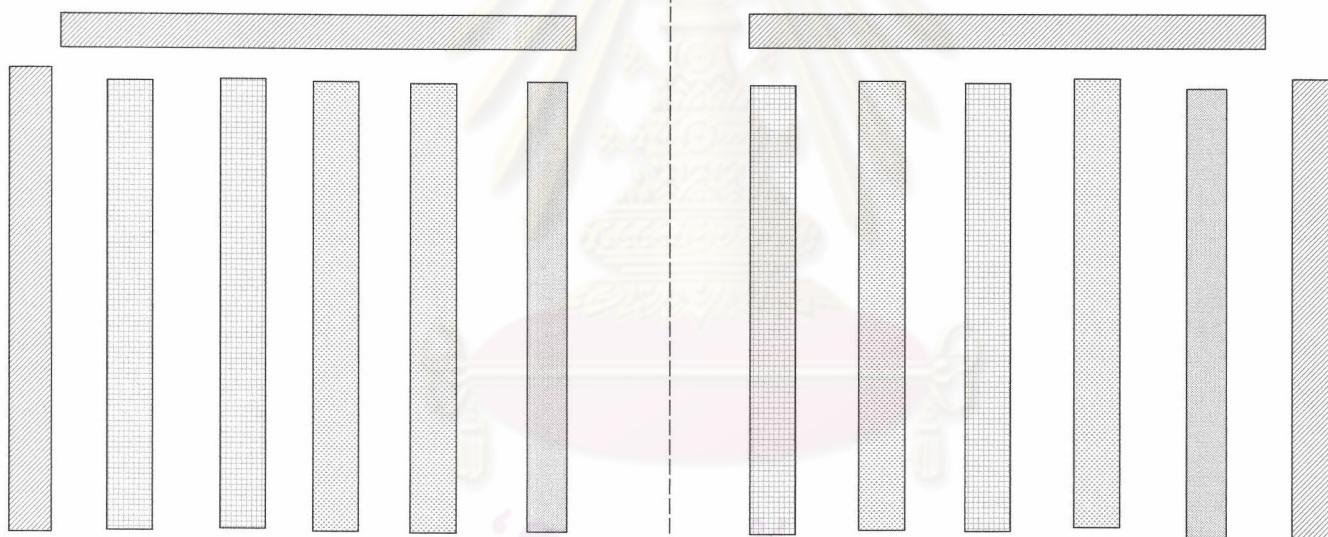
ถึงขยะ
สุภาพชายหญิง

ที่จอดรถจักรยานยนต์
และรถยนต์



ทางเข้า-ออก

ที่จอดรถเสริมตามริมถนน



แผนผังที่ 9 แสดงตัวอย่างการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดกลาง

สัญลักษณ์



สินค้าประเภทอาหารที่ปรุงขณะขาย



สินค้าประเภทอาหารที่ยังไม่ปรุงสำเร็จ



สินค้าประเภทอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว



สินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหาร

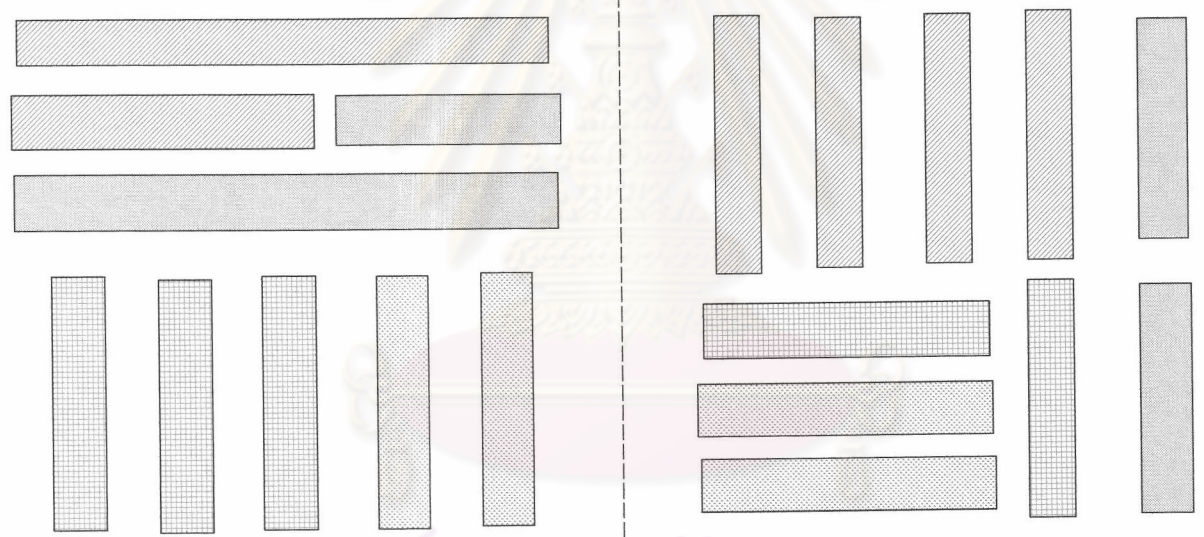
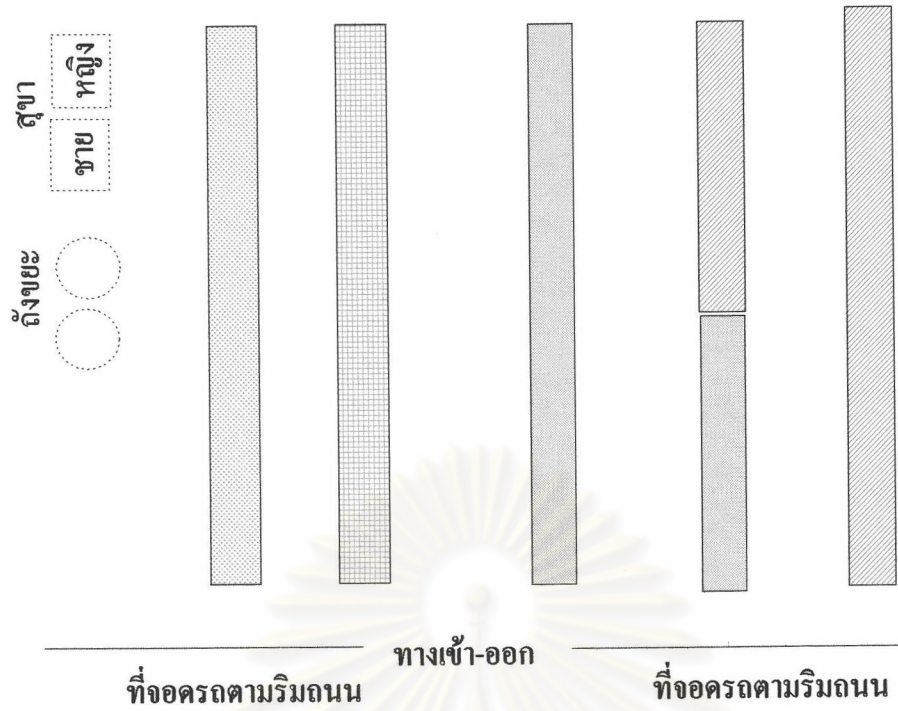
หมายเหตุ

- ผังด้านบนเป็นลักษณะโดยรวมของการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดกลาง

- ผังด้านล่างเป็นตัวอย่างลักษณะของการจัดวางผังร้านค้า





ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งและจำนวนของประเภทสินค้าตามความเหมาะสมของแต่ละตลาดนัดได้

NO SCALE



แผนผังที่ 10 แสดงตัวอย่างการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดใหญ่

สัญลักษณ์

-  สินค้าประเภทอาหารที่ปรุงขณะขาย
-  สินค้าประเภทอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว
-  สินค้าประเภทอาหารที่ยังไม่ปรุงสำเร็จ
-  สินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหาร

หมายเหตุ

- ผังด้านบนเป็นลักษณะโดยรวมของการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดใหญ่
 - ผังด้านล่างเป็นตัวอย่างลักษณะของการจัดวางผังร้านค้า
- ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งและจำนวนของประเภทสินค้าตามความเหมาะสมของแต่ละตลาดนัดได้

NO SCALE

ลักษณะผังควรวีผังเป็นรูปตัวแอล เพราะตลาดนัดขนาดกลาง จะมีจำนวนของสินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหารไม่มากนัก ดังนั้นจำนวนแนวของการวางแผงสินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหารจึงลดลง เหลือเป็นรูปตัวแอล การจัดผังรูปแบบนี้จะทำให้ผู้ที่เดินเข้ามาในตลาดนัดได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า โดยจะจัดประเภทสินค้าจะคล้ายกับผังในตลาดนัดขนาดใหญ่ นอกจากนี้ควรมีการบริการอื่นๆ เช่น ห้องสุขาชาย-หญิง ถึงขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า แสงไฟ

3) ตลาดนัดขนาดเล็ก ควรมีพื้นที่ประมาณ 2 - 3 งาน โดยแบ่งเป็นพื้นที่การวางแผงสินค้า 2 ใน 3 ของพื้นที่ตลาดนัด พื้นที่ทางเดิน 1 ใน 3 ของพื้นที่ตลาดนัด การจอดรถสำหรับตลาดนัดขนาดเล็กมักจะไม่ค่อยมีปัญหาเนื่องจากจำนวนผู้มาใช้บริการมีไม่มากนัก จึงสามารถใช้พื้นที่ตามริมถนนเป็นที่จอดรถได้ ลักษณะผังควรวีผังเป็นรูปตัวไอ เนื่องจากจำนวนร้านค้ามีไม่มาก การจัดจึงควรวัดกลุ่มประเภทสินค้าที่ไม่รบกวนต่อกันไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ควรมีการบริการอื่นๆ เช่น ห้องสุขาชาย-หญิง ถึงขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า แสงไฟ

ตารางที่ 40 แสดงข้อเสนอแนะด้านการวางผัง ตลาดนัดกับข้าว

| รายละเอียดการวางผัง | ขนาดใหญ่ | ขนาดกลาง | ขนาดเล็ก |
|-----------------------|---|---|---|
| ขนาดพื้นที่ | 1 ไร่ - 2 ไร่ | 3 งาน - 1 ไร่ | 2 งาน - 3 งาน |
| - พื้นที่วางแผงสินค้า | 3 ใน 6 ของพื้นที่ | 2 ใน 4 ของพื้นที่ | 2 ใน 3 ของพื้นที่ |
| - พื้นที่ทางเดิน | 1 ใน 6 ของพื้นที่ | 1 ใน 4 ของพื้นที่ | 1 ใน 3 ของพื้นที่ |
| - พื้นที่จอดรถ | 2 ใน 6 ของพื้นที่ | 1 ใน 4 ของพื้นที่ | - |
| ลักษณะผัง | รูปตัวยู | รูปตัวแอล | รูปตัวไอ |
| บริเวณจอดรถ | โดยรอบตลาดนัด | ด้านข้างตลาดนัด | ริมถนน |
| การเดินทางภายในตลาด | เส้นทางเดียว | สองเส้นทาง | - |
| จำนวนร้านค้า | 170 - 250 ร้าน | 80-169 ร้าน | 30-79 ร้าน |
| การบริการอื่นๆ | ห้องสุขาชาย-หญิง ถึงขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า แสงไฟ | ห้องสุขาชาย-หญิง ถึงขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า แสงไฟ | ห้องสุขาชาย-หญิง ถึงขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า แสงไฟ |

8.10 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากงานทั้งหมดที่ได้มีการนำเสนอมาตั้งแต่ลักษณะของ ตลาดนัดกับข้าว ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งสำหรับการเกิดตลาดนัด องค์ประกอบและกิจกรรมของตลาดนัด และอีกส่วนหนึ่งเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของ ตลาดนัดกับข้าว กับชุมชนเมืองนครปฐม ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับตลาดนัดประเภทนี้ยังมีน้อย ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งที่จะอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของตลาดนัดประเภทนี้ เพื่อเป็นการนำร่องในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ

ตลาดนัดในแ่งมุ่มต่างๆ ซึ่งในการศึกษาเกี่ยวกับตลาดนัดนั้น ยังมีประเด็นที่มีความน่าสนใจในการศึกษาอีกมาก ดังนั้นในส่วนนี้จึงเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับตลาดนัดต่อไป

1. ศึกษาตลาดนัดในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบกับ ตลาดนัดกับข้าว ที่ได้ศึกษานี้ ว่าตลาดนัดในพื้นที่อื่นนั้นมีลักษณะ โครงสร้าง และบทบาทที่แตกต่างหรือเหมือนกับ ตลาดนัดกับข้าว ในชุมชนเมืองนครปฐม

2. ควรมีการศึกษาตลาดนัดประเภทอื่นๆ เช่น ตลาดนัดเปิดท้าย ซึ่งขณะนี้ก็ได้รับความนิยมจากผู้คนในแต่ละพื้นที่เป็นจำนวนมาก และปัจจุบันมีการขยายตัวอยู่ตามพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ

3. ควรมีการศึกษาในมิติของการเมือง ซึ่งในปัจจุบันตลาดนัดประเภทนี้ยังถือว่าเป็นเศรษฐกิจนอกระบบที่ยังไม่มีหน่วยงานของรัฐเข้ามาจัดการหรือดูแล ทั้งในเรื่องการเก็บภาษี การเก็บขยะ หรือการที่รายได้จะลงกลับคืนสู่ชุมชนหรือท้องถิ่น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรเพิ่มมิติในการศึกษาด้านบทบาทของรัฐต่อตลาดนัด

4. จากงานนี้ควรมีการศึกษาต่อไปว่าในอนาคตรูปแบบของตลาดนัดจะเป็นอย่างไร ใครบ้างที่ควรจะมีส่วนในการจัดการหรือดูแล

5. ศึกษาเจาะลึกในส่วนขององค์ประกอบของตลาดนัดทั้งบทบาทของพ่อค้าเร่ ผู้ซื้อ ผู้จัดนัด และสินค้า ว่าทั้ง 4 องค์ประกอบนี้มีบทบาทของพื้นที่ที่ตลาดนัดเข้าไปตั้งอยู่อย่างไรบ้าง

6. นำรายละเอียดของผังเมืองรวมเมืองนครปฐมมาประกอบการศึกษา เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของผังเมืองรวมกับลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในชุมชนเมือง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย