



บทที่ 1

บทนำ

1.1 มูลเหตุจูงใจ

ในปัจจุบันบริเวณที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางการค้าและการบริการเป็นแหล่งกลางที่มีความสำคัญต่อประชากรอย่างมาก ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory) ได้อธิบายถึงการจัดตั้งแหล่งกลางไว้ว่า แหล่งกลางแต่ละแห่งจะดำรงกิจการอยู่ได้ต้องมีสัดส่วนสัมพันธ์กันระหว่างขนาดของแหล่งกลาง (size of Central Place) ระยะทางที่ลูกค้าเดินทางมาอุดหนุนหรือพิสัยสินค้า (range of a goods) และจำนวนประชากรขั้นต่ำที่มาสนับสนุนหรือระดับทรงตัว (threshold) ถ้าพิสัยสินค้ามีรัศมีกว้างไกลกว่าระดับทรงตัว แหล่งกลางนั้นก็ดำรงอยู่ได้ ลักษณะดังกล่าวมานี้จะปรากฏในระบบเมืองของกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร (Berry 1967:90) รวมทั้งในเขตเมืองใหญ่บางเมืองของประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะเป็นบริเวณที่มีการคมนาคมสะดวก การตั้งถิ่นฐานของประชากรเป็นแบบเกาะกลุ่ม (cluster) อำนาจการซื้อของประชากรมีมาก แหล่งกลางจึงดำรงกิจการอยู่ได้เป็นแหล่งกลางถาวร

แต่จากการศึกษาของสไตน์ (Stine quoted in Hodder and Lee 1978:140) พบว่าในพื้นที่เขตชนบทของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายมักประสบกับปัญหาในการจัดตั้งแหล่งกลางถาวร เพราะจำนวนประชากรในชนบทมีน้อยและอยู่กระจัดกระจาย ประกอบกับการคมนาคมไม่สะดวก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแหล่งกลางถาวรสูงและเสียเวลาในการเดินทางมาก จำนวนผู้บริโภคที่คิดจะเดินทางมาจับจ่ายสินค้ายัง

แหล่งกลางในเมืองจิ้งมีน้อย เป็นเหตุให้ระดับทรงตัวของสินค้ามีรัศมีกว้างไกลกว่าพิสัยสินค้า พื้นที่ในชนบทจึงไม่สามารถจัดตั้งเป็นแหล่งกลางดาวประกอบการค้าแบบอยู่ประจำที่ไค้ (*sedentary type*) พ่อค้าเร่ต้องนำสินค้าเคลื่อนย้ายออกไปเสนอขายถึงมือผู้ซื้อ เกิดเป็นลักษณะการค้าแบบเร่ขายสินค้า (*mobile type*) โดยพ่อค้าเร่จะรวมตัวกัน ณ ย่านที่มีประชากรผ่านไปมามากแถบริมถนน จตุรัส หรือ ศาสนสถาน ทั้งเป็นตลาดชั่วคราวขึ้น สุดแต่วัฒนธรรมของแต่ละประเทศและทำการค้าขายเพียงบางวันในรอบสัปดาห์ เช่น วันศุกร์ วันเสาร์ วันอาทิตย์ หรือบางวันของวันทางจันทรคติ เช่น วันขึ้นและแรม 14 ค่ำ เป็นต้น (*Scott 1970: 127*) เกิดเป็นระบบการค้าแบบตลาดที่มีการนัดเสนอขายสินค้าเฉพาะบางวัน มีชื่อเรียกแตกต่างกันตามวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ สำหรับประเทศไทยนิยมเรียกว่า "ตลาดนัด" (*Periodic Markets*) ตลาดนัดจึงเป็นรูปแบบการค้าที่นิยมแพร่หลายในเขตชนบทของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาบริเวณทวีปเอเชีย ทวีปแอฟริกา และทวีปอเมริกาใต้ (*Garnier & Delobez 1979: 35-40*)

เนื่องจากตลาดนัดเป็นรูปแบบการค้าที่มีการนัดหมายวันในการเสนอขายสินค้าแก่ลูกค้าตามปฏิทินเวลามีไค้เปิดขายทุกวัน พื้นที่แต่ละแห่งจะมีการนัดหมายวันตามปฏิทินเวลาแตกต่างกันไป เช่น ในพื้นที่แถบประเทศไนจีเรีย งานวิจัยเกี่ยวกับตลาดนัดส่วนใหญ่จะมีการนัดหมายวันตามปฏิทินสากลเป็นระบบสัปดาห์ แต่ในพื้นที่แถบทวีปเอเชียประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีการนัดหมายวันตามปฏิทินทางจันทรคติด้วยระบบข้างขึ้น-ข้างแรม อย่างไรก็ตามการนัดหมายของตลาดนัดในพื้นที่หนึ่งๆจะนัดหมายแตกต่างกันในแต่ละวันเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนของตลาดนัด กรณีเช่นนี้มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางเร่ขายสินค้าของพ่อค้าเร่ กล่าวคือพฤติกรรมการเดินทางเร่ขายสินค้าของพ่อค้าเร่จะมีลักษณะเป็นวงจรหมุนเวียนที่มีเส้นทางสอคล้องกับปฏิทินหรือตารางของตลาดนัดแต่ละแห่ง (*ฉัตรชัย 2527:44*) ถ้าตลาดนัดมีระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ 7 วันต่อเนื่องครั้งวงจรรวมการเดินทางก็จะ เป็นระบบสั้นที่มีรอบของการเดินทางกลับมาซ้ำตลาดนัดเดิมภายใน 1 สัปดาห์

ถ้าตลาดนัดมีระยะเวลาหมุนเวียนในการเปิดดำเนินการ 14 วันต่อหนึ่งครั้งวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ก็จะเป็นระบบยาวที่มีรอบของการเดินทางกลับมาซ้ำตลาดนัดเดิมภายใน 14 วัน ภายในวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ทั้งระบบสั้นและระบบยาวนี้เกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่จากตลาดนัดแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่งเรื่อยไปจนกระทั่งวนกลับมาซ้ำตลาดนัดเดิม เรียกว่า 1 วงจร ดังแบบจำลองการเดินทางที่เว็บเบอร์และไซแมนส์กิตซัน (Webber & Symanski 1974:207)

การเดินทางเร่ขายสินค้าของพ่อค้าเร่ตามตลาดนัดต่างๆมักใช้ยานพาหนะบรรทุกสินค้าเดินทางเร่ขายสินค้า จากงานวิจัยของเบอร์เรอธ (Bourrough quoted in Smith 1975: 55) พบว่าเมื่อมีการปรับปรุงโครงข่ายของการคมนาคมภายในประเทศจะทำให้จำนวนของตลาดนัดในชนบทเพิ่มขึ้น ดังเช่นตลาดนัดในชนบทของแคว้นซามาร์ ประเทศมาเลเซีย การที่จำนวนตลาดนัดเพิ่มขึ้นเช่นนี้มีผลทำให้การเปิดดำเนินการของตลาดนัดมีมากเกินไป เช่น กรณีของเมืองโซโกโต (Sokoto) ประเทศไนจีเรีย มีตลาดนัดระบบสัปดาห์นัดหมายวันซ้ำซ้อนกันโดยจำนวนตลาดนัดที่เปิดดำเนินการในวันเดียวกันมีมากกว่า 20 แห่ง (Hill & Smith 1972: 347) การที่ตลาดนัดในแต่ละวันมีมากเช่นนี้สร้างปัญหาแก่พ่อค้าเร่ในด้านพฤติกรรมการเดินทางอย่างยิ่งเพราะพ่อค้าเร่ไม่สามารถเดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัดทุกแห่งในหนึ่งวันได้ ต้องคัดเลือกเลือกตลาดนัดเพียงจำนวนหนึ่งสำหรับเดินทางเร่ขายสินค้าเพื่อกำหนดเป็นหนึ่งวงจร การพิจารณาเลือกวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่นี้ควรจะเลือกวงจรที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดที่ เรียกว่า "วงจรเหมาะที่สุด" (Optimal Circuit) เกณฑ์ที่นำมาพิจารณาวงจรเหมาะที่สุดนี้ใช้ขนาดของตลาดนัดทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเข้าถึง แต่ในความเป็นจริงพ่อค้าเร่อาจจะใช้เกณฑ์การตัดสินใจจากความพอใจ นิสัย ประสบการณ์ และข่าวสารที่ได้รับ (ฉัตรชัย 2527:65) วงจรการเดินทางที่เป็นจริงของพ่อค้าเร่ หรือ "วงจรสังเกต" (Observed Circuit) จึงแตกต่างไปจากวงจรเหมาะที่สุด การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่

เพื่อเปรียบเทียบวงจรที่เหมาะสมที่สุดกับวงจรสังเกตโดยวิเคราะห์หาข้อสรุปในความเหมือนกัน และแตกต่างกันของรูปแบบวงจรทั้งสองนี้โดยทดสอบแนวความคิดนี้กับตลาดนัดในจังหวัดนครปฐม และพื้นที่ต่อเนื่อง

จังหวัดนครปฐม เป็นแหล่งความเจริญที่มีมาช้านานแต่พื้นที่บางส่วนยังคงลักษณะชนบทอยู่ แหล่งความเจริญมีขอบเขตจำกัดเฉพาะเขตเทศบาลเมือง ส่วนพื้นที่รอบนอกความเจริญยังไม่ถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ถนน รถประจำทาง มีจำนวนจำกัดเพราะประชากรในชนบทมีน้อยและอยู่กระจัดกระจาย การเดินทางเข้ามาในเมืองเพื่อจับจ่ายสินค้าไม่สะดวก ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาก ประชากรในชนบทจึงนิยมจับจ่ายสินค้าตามแหล่งกลางในชนบท ดังเช่น งานวิจัยของพอนเซียส (Pontius 2524 : 61-81) พบว่าพฤติกรรมการเดินทางของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐมที่อยู่จากเขตเทศบาลเมืองออกไปในระยะรัศมี 15 กิโลเมตรจะเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าหรือรับบริการในเมืองเพียงเดือนละ 1 ครั้ง ส่วนเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลจากเขตเทศบาลเมืองออกไปในระยะรัศมี 50 กิโลเมตร จะเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าหรือรับบริการในเมืองเพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะพบว่าประชากรในชนบทไม่นิยมเดินทางไปซื้อสินค้ายังแหล่งกลางที่อยู่ไกลจากที่พักอาศัยของตน ดังนั้นตลาดนัดจึงยังคงเป็นแหล่งกลางสำคัญต่อการจับจ่ายสินค้าของประชากรในท้องถิ่น ประกอบกับนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านเกษตรกรรมหลายชนิด ได้แก่ทำนา ทำไร่ ทำสวนผักและผลไม้ กิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้เกาะกลุ่มตามชนิดของกิจกรรมในอำเภอต่างๆ ได้แก่ ทำสวนผักและผลไม้เขตอำเภอนครชัยศรีและสามพราน ทำนาเขตอำเภอบางเลน ทำไร่เขตอำเภอกำแพงแสนและดอนตูม บัจฉัยจึงกล่าวถึงน่าจะมีผลต่อทำเลที่ตั้งและจำนวนของตลาดนัดในแต่ละอำเภอ

เนื่องจากนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีโครงข่ายการคมนาคมอย่างดีเชื่อมโยงกับ
 จังหวัดใกล้เคียงโดยรอบ ได้แก่ ถนนเพชรเกษม ถนนมาลัยแมน ถนนพระประโทน-บ้านแพ้ว
 ถนนปทุมธานี-กำแพงแสน ถนนบางกรวย-สุพรรณบุรี เชื่อมการติดต่อกับจังหวัดราชบุรี
 จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี ปัจจัยเหล่านี้
 น่าจะมีผลการกำหนดวงจรที่เหมาะสมที่สุดและพฤติกรรมการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่อาจจะ เบี่ยง
 เบนออกไปนอกพื้นที่จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้จึงขยายพื้นที่ศึกษาออกไปตามแนวถนน
 สายพระประโทน-บ้านแพ้วคลุมพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครและตามแนวถนน
 สายปทุมธานี-กำแพงแสน คลุมพื้นที่อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรีและอำเภอลาดหลุมแก้ว
 จังหวัดปทุมธานี เพราะพื้นที่ต่อเนื่องดังกล่าวมีการจัดตั้งระบบตลาดนัดสอดคล้องกับระบบ
 ตลาดนัดในจังหวัดนครปฐม

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 ศึกษาลักษณะตลาดนัดในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่ต่อเนื่อง 3 อำเภอ
 ได้แก่ อำเภอไทรน้อย อำเภอลาดหลุมแก้ว และอำเภอบ้านแพ้ว

1.2.2 วิเคราะห์ความเหมาะสมของที่ตั้งตลาดนัดเพื่อกำหนดเป็นวงจร
 เหมาะที่สุด

1.2.3 ศึกษารูปแบบในการเลือกที่ตั้งตลาดนัดของพ่อค้าเร่เพื่อกำหนด เป็น
 วงจรสังเกต

1.2.4 วิเคราะห์และเปรียบเทียบวงจรสังเกตกับวงจรเหมาะสมที่สุด

1.3 สมมติฐาน

วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ น่าจะเป็นไปตามวงจรเหมาะสมที่สุด

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 เลือกศึกษาเฉพาะวงจรการเดินทางที่พ่อค้าใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 7 วันต่อหนึ่งวงจรและ 14 วันต่อหนึ่งวงจร

1.4.2 ศึกษาเฉพาะพ่อค้าเร่ที่มีที่อยู่อาศัยในจังหวัดนครปฐมและมีระยะเวลาในการประกอบอาชีพนี้มาไม่น้อยกว่า 3 เดือน

1.4.3 เลือกศึกษาเฉพาะตลาดนัดที่มีระยะเวลาในการเปิดดำเนินการแต่ละครั้งห่างกันไม่เกิน 7 วันต่อหนึ่งครั้งและ 14 วันต่อหนึ่งครั้ง

1.4.4 ศึกษาตลาดนัดที่อยู่ในเขตการปกครองของจังหวัดนครปฐม 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสามพราน อำเภอนครชัยศรี อำเภอบางเลน อำเภอกำแพงแสน อำเภอกอนคูน และพื้นที่ต่อเนื่องอีก 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ตลาดนัด (Periodic Market) หมายถึงแหล่งซื้อขายสินค้าที่กำหนดวันซื้อขายตามวันในระบบปฏิทินทางสุริยคติหรือจันทรคติมิได้เปิดขายทุกวัน เช่น เปิดดำเนินการทุกวันจันทร์ ทุกวันเสาร์ ทุกวันที่ 1 ของเดือน หรือทุกวันขึ้น-แรม 1 ค่ำ เป็นต้น

1.5.2 พ่อค้าเร่ (Pedler) หมายถึงพ่อค้าและแม่ค้าที่ไม่มีอาคารถาวรในการจำหน่ายสินค้าจึงใช้ยานพาหนะ เช่น รถบรรทุก หรือ รถเข็น บรรทุกสินค้าเดินทางไปขายยังตลาดนัดในที่ต่างๆ

1.5.3 วงจรการเดินทาง (Traveling Circuit) หมายถึงการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่นำสินค้าไปขายยังตลาดนัดต่างๆตามตารางหรือปฏิทินของพ่อค้าเร่

แต่ละบุคคล ตารางหรือปฏิทินการเดินทางจะสอดคล้องกับวันและช่วงเวลาที่มียาฉีด

1.5.4 วงจรการเดินทาง 1 รอบ หมายถึง การเดินทางของพ่อค้าเร่ ที่จุดเริ่มต้นของการเดินทางในวันแรกของสัปดาห์ หรือ วันแรกของวันทางจันทรคติ จากนั้นจึงเคลื่อนที่ไปยังตลาดนัดแต่ละแห่งที่กำหนดไว้จนเวียนกลับมาซ้ำตลาดนัดเดิมซึ่งใช้เวลาไม่เกิน 7 วันต่อหนึ่งรอบ หรือไม่เกิน 14 วันต่อหนึ่งรอบ

1.5.5 วงจรเหมาะที่สุด (Optimal Circuit) หมายถึง วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่เหมาะสมที่สุดเป็นวงจรที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดเมื่อนำสินค้าไปขายยังตลาดนัดต่างๆ ที่คัดเลือกจากค่าคะแนนรวมสูงสุดขององค์ประกอบบ้าน

1.5.5.1 ขนาดตลาดนัด ประกอบด้วยตัวแปร 7 ประเภท คือ จำนวนร้านค้า จำนวนพ่อค้า จำนวนสินค้า จำนวนลูกค้า ระยะทางที่ลูกค้าเดินทางมาซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่เปิดขาย ระยะเวลาในการจัดตั้งตลาดนัด

1.5.5.2 ความสะดวกในการเข้าถึง ประกอบด้วยตัวแปร 4 ประเภท คือ ประเภทถนนที่ผ่านตลาดนัด ประเภทสถานีบริการ ประเภทยานพาหนะโดยสารที่ผ่านตลาดนัด ประเภทน้ำที่ผ่านตลาดนัด

1.5.5.3 ทำเลที่ตั้งของตลาดนัด ประกอบด้วยตัวแปร 3 ประเภท คือ จำนวนหมู่บ้านโดยรอบตลาดนัด ประเภทของแหล่งชุมชนโดยรอบตลาดนัด กิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยรอบตลาดนัด

1.5.6 วงจรสังเกต (Observed Circuit) หมายถึง วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่เป็นจริง เป็นวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่ใช้เดินทางเร่ขายสินค้าในปัจจุบัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 เข้าใจลักษณะตลาดนัด ที่ตั้งตลาดนัด และการจัดตารางเวลาตลาดนัด
ในพื้นที่ศึกษา
- 1.6.2 เข้าใจรูปแบบวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ว่าประกอบด้วยปัจจัย
พื้นฐานอะไรบ้าง
- 1.6.3 เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งตลาดนัด เช่น
กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์
- 1.6.4 สามารถมองเห็นวิวัฒนาการของแหล่งกลางชั้นต้นอื่น เป็นจุดเริ่มของ
ระบบชุมชนถาวรต่อไป

1.7 วิธีการศึกษา

- 1.7.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบออกเก็บข้อมูลภาคสนาม
(field research) ข้อมูลส่วนใหญ่จึงเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจภาค
สนามและการตอบแบบสอบถาม
- 1.7.2 พื้นที่และประชากรตัวอย่าง
- 1.7.2.1 ตลาดนัดที่อยู่ในเขตการปกครองของจังหวัดนครปฐม 6
อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสสามพราน อำเภอนครชัยศรี อำเภอกำแพงแสน
อำเภอบางเลน อำเภอกอนคูน และพื้นที่ต่อเนื่องกับจังหวัดนครปฐม ได้แก่ อำเภอบ้านแพ้ว
อำเภอไทรน้อย และอำเภอลาดหลุมแก้ว
- 1.7.2.2 พ่อค้าเร่ที่มีที่อยู่อาศัยในจังหวัดนครปฐม เดินทางเร่ขาย
สินค้าตามตลาดนัดโดยพิจารณาเลือกตัวแทนขึ้นมาศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างตามขนาดของตลาดนัด
ซึ่งกำหนดสัดส่วนดังนี้ ตลาดนัดขนาดใหญ่ใช้ตัวอย่าง 30 คน ตลาดนัดขนาดกลางใช้

ตัวอย่าง 20 คน ตลาดนัดขนาดเล็กใช้ตัวอย่าง 10-5 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 840 คน

1.7.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.7.3.1 ออกภาคสนามสำรวจตลาดนัดทุกแห่งที่มีในพื้นที่ศึกษาเพื่อทราบกำหนดเวลานัดหมาย ที่ตั้ง จำนวนชนิดสินค้า จำนวนร้านค้า จำนวนพ่อค้าเร่ จำนวนลูกค้า รายได้และอาชีพลูกค้า จำนวนและประเภทของเส้นทางที่ผ่านตลาดนัด ประเภทของกิจกรรมโดยรอบตลาดนัด จำนวนและประเภทของยานพาหนะโดยสารที่ผ่านตลาดนัด

1.7.3.2 นำข้อมูลที่ไ้จากการสำรวจมาวางเกณฑ์จัดขนาดตลาดนัด ความสะดวกในการเข้าถึง ความเหมาะสมด้านทำเลที่ตั้ง เพื่อวิเคราะห์หาตลาดนัดที่ ให้ผลตอบแทนสูงสุดของแต่ละวันแล้วนำผลที่ได้มาสร้างวงจรเหมาะสม

1.7.3.3 ออกแบบสอบถามสัมภาษณ์พ่อค้าเร่เพื่อทราบวงจรการเดินทางในหนึ่งรอบและเหตุผลที่เลือกมาตลาดนัดแห่งนั้น นำผลที่ได้กำหนดเป็นวงจรสังเกต

1.7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.7.4.1 การจัดขนาดตลาดนัด ใช้เกณฑ์การพิจารณาของ ริชาร์ดไซแมนสกี ศึกษาที่เมืองนาริโน (Narino) ประเทศโคลัมเบีย ถือการพิจารณา จากจำนวนร้านค้า จำนวนพ่อค้าเร่ จำนวนชนิดสินค้า จำนวนลูกค้า ระยะทางที่ลูกค้า เดินทางมาซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่เปิดขาย ระยะเวลาในการจัดตั้งตลาดนัด

1.7.4.2 ความสะดวกในการเข้าถึง ใช้เกณฑ์การพิจารณาจาก การจัดแบ่งประเภทถนนในจังหวัดนครปฐมของสำนักผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ควบคู่ กับจำนวนและชนิดของเส้นทางคมนาคมที่ผ่านตลาดนัดแต่ละแห่ง

1.7.4.3 ความเหมาะสมของที่ตั้งตลาดนัด พิจารณาจากจำนวนหมู่บ้านโดยรอบตลาดนัด ประเภทของกิจกรรมโดยรอบตลาดนัด ประเภทของแหล่งชุมชน โดยรอบตลาดนัด

1.7.4.4 การสร้างวงจรที่เหมาะสมที่สุด ใช้แนวทางการสร้างจาก การศึกษาของชาร์ลส์ เอ็ม กูด (Charles M. Good) ศึกษาที่ประเทศยูกันดา ควบคู่ กับคำแนะนำนักคะแนนสูงสุดของเกณฑ์ต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

1.7.4.5 การสร้างวงจรสังเกต นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมา กำหนดวงจรสังเกต

1.7.4.6 เปรียบเทียบวงจรที่เหมาะสมที่สุดและวงจรสังเกตด้วยแผนที่ และรูปโครงร่างของวงจร

1.7.4.7 สรุปลักษณะวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่

1.7.5 เครื่องมือที่ใช้

1.7.5.1 แบบสำรวจตลาดนัด

1.7.5.2 แบบสอบถามพ่อค้าเร่

1.7.5.3 แบบสอบถามลูกค้า

1.7.5.4 แผนที่ L 7017 ของกรมแผนที่ทหารและแผนที่ของ

อำเภอต่างๆ