



องค์ประกอบและกิจกรรมของตลาดนัดกับข้าว

จากกรอบแนวความคิดที่ได้เสนอไว้ในบทที่ 3 นั้น การที่จะเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐมได้ นอกจากจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งสำหรับการเกิดตลาดนัดกับข้าว แล้วยังต้องมีการศึกษาถึงองค์ประกอบและโครงสร้างกิจกรรมของตลาดนัดกับข้าว ซึ่งจากบทที่ 5 ที่ผ่านมามีศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งสำหรับการเกิดตลาดนัดกับข้าว และได้มีการวิเคราะห์กลุ่มของตลาดนัดกับข้าวในพื้นที่ศึกษา จากผลการศึกษาที่ผ่านมาจะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของตลาดนัดกับข้าว เพื่อเป็นตัวแทนในการศึกษาถึงองค์ประกอบและโครงสร้างกิจกรรมของตลาดนัดกับข้าว ซึ่งจากการศึกษานี้จะสามารถนำไปสู่ความเข้าใจในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐมต่อไป โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตลาดนัดกับข้าวมีรายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับชานเมือง แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตลาดนัดย่อย คือ

1.1) ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว

1.2) กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดสามควายเผือก ประกอบด้วย 3 ตลาดนัดย่อย ได้แก่ ตลาดนัดวัดสามควายเผือก ตลาดนัดโค้งสามควายเผือก และตลาดนัดทางแยกรถไฟสามควายเผือก

1.3) กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดเกาะวังไทร ประกอบด้วย 5 ตลาดนัดย่อย ได้แก่ ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร ตลาดนัดแยกพระประโทน ตลาดนัดแยกพระประโทน (สะพาน2) ตลาดนัดวัดธรรมศาลา และตลาดนัดหน้าวัดธรรมศาลา

1.4) กลุ่มตลาดนัดบริเวณตลาดปลาเค้า ประกอบด้วย 7 ตลาดนัดย่อย ได้แก่ ตลาดนัดตลาดปลาเค้า (ฝั่งนอก) ตลาดนัดตลาดปลาเค้า (ฝั่งใน) ตลาดนัดบางแอม ตลาดนัดหัวไผ่ และตลาดนัดตรงข้ามโรงเรียนศิรินคร

จากกลุ่มตลาดนัดย่อยทั้ง 4 กลุ่มข้างต้นนี้จะทำการเลือกตลาดนัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในแต่ละกลุ่มย่อยเป็นตัวแทนในการศึกษา คือ

- ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว
- กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดสามควายเผือก เลือกตลาดนัดวัดสามควายเป็นตัวแทนใน

การศึกษา

- กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดเกาะวังไทร เลือกตลาดนัดวัดเกาะวังเป็นตัวแทนในการ

ศึกษา

- กลุ่มตลาดนัดบริเวณลาดปลาเค้า เลือกตลาดนัดลาดปลาเค้า(ฝั่งนอก)เป็นตัวแทน

ในการศึกษา

2) กลุ่มชานเมือง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตลาดนัดย่อย คือ

2.1) กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดสระกระเทียม ประกอบด้วย 5 ตลาดนัดย่อย ได้แก่ ตลาดนัดวัดสระกระเทียม ตลาดนัดสระกระเทียม ตลาดนัดหนองเสือ ตลาดนัดหนองจอก และ ตลาดนัดทางเข้าวัดหนองดินแดง

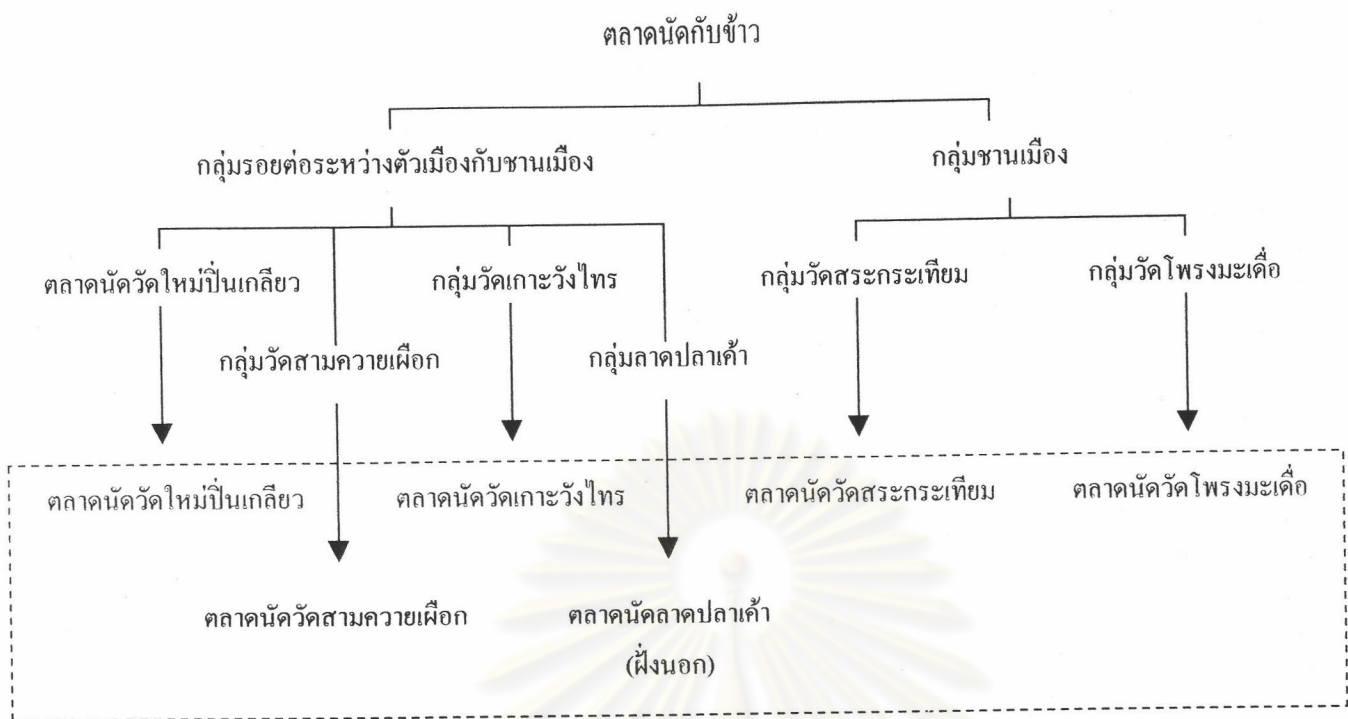
2.2) กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดโพรงมะเดื่อ ประกอบด้วย 4 ตลาดนัดย่อย คือ ตลาดนัดลำพญา ตลาดนัดวัดโพรงมะเดื่อ ตลาดนัดบ้านนา และตลาดนัดหลังโรงเรียนบอสโก

จากกลุ่มตลาดนัดย่อยทั้ง 2 กลุ่มข้างต้นนี้จะทำการเลือกตลาดนัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในแต่ละกลุ่มย่อยเป็นตัวแทนในการศึกษา คือ

- กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดสระกระเทียม เลือก ตลาดนัดวัดสระกระเทียม เป็นตัวแทนในการศึกษา

- กลุ่มตลาดนัดบริเวณวัดโพรงมะเดื่อ เลือก ตลาดนัดวัดโพรงมะเดื่อ เป็นตัวแทนในการศึกษา

เหตุที่นำตลาดนัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในแต่ละกลุ่มมาศึกษานั้น เนื่องจากในตลาดนัดที่มีขนาดใหญ่จะมีปริมาณของทั้งผู้ซื้อ และพ่อค้าเร่ก็มีจำนวนมาก และมีความหลากหลายมากกว่าตลาดนัดขนาดเล็ก ซึ่งจะทำให้ข้อมูลไม่กระจุกตัวกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง



แผนผังที่ 1 แสดงการเลือกตลาดนัดเพื่อเป็นตัวแทนในการสุ่มตัวอย่าง

6.1 องค์ประกอบของตลาดนัดกับข้าว

ตลาดนัดกับข้าวเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนค้าขายสินค้าที่เริ่มต้นจากการเน้นขายสินค้าทางการเกษตรที่เหลือจากการบริโภคภายในครัวเรือน จนมีการปรับเปลี่ยนประเภทสินค้าที่มีการแปรรูปและสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อสนองต่อความต้องการของคน ซึ่งในปัจจุบันตลาดนัดกับข้าวในชุมชนเมืองนครปฐมมีกระจายตัวอยู่ตามชุมชนต่างๆถึง 27 แห่ง และมีแนวโน้มว่าจะมีการจัดตั้งตลาดนัดประเภทนี้เพิ่มขึ้นอีก ตลาดนัดนี้ไม่เพียงเป็นแหล่งที่รวมของผู้คนภายในชุมชนที่ตลาดนัดตั้งอยู่ ยังเป็นแหล่งที่รวมของผู้คนที่เป็นพ่อค้าเร่ และสินค้านานาชนิดที่มาจากภายนอกชุมชน ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหรือตัวแปรที่ทำให้เกิดกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องขึ้นในตลาดนัด ซึ่งภายในตลาดนัดประกอบด้วยพ่อค้าเร่ ผู้ซื้อ ผู้จัดนัด และสินค้า ในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาถึงลักษณะการซื้อขายสินค้า การใช้พื้นที่ และทัศนคติของพ่อค้าเร่ ผู้ซื้อ และผู้จัดนัด โดยข้อมูลจะได้มาจากการออกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการศึกษาข้อมูลต่างๆ

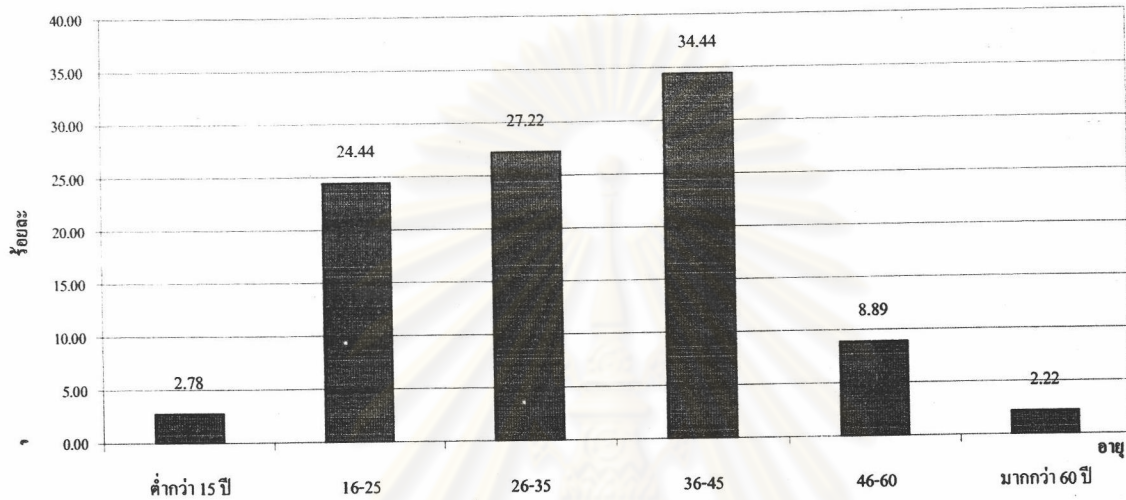
6.1.1 พ่อค้าเร่ เป็นตัวแปรหนึ่งที่สนับสนุนให้ตลาดนัดกับข้าวมีบทบาทต่อชุมชนภายในและภายนอก กล่าวคือ พ่อค้าเร่จะเป็นสื่อกลางในการนำสินค้าและบริการจากที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าจากการผลิตภายในชุมชนเอง หรือภายนอกชุมชน เข้ามาทำการขายภายในตลาดนัด

ผลการศึกษาจากแบบสอบถามพ่อค้าเร่

เพศ พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าคือ ร้อยละ 56.67 ส่วนเพศชาย ร้อยละ 43.33

อายุ พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 36-45 ปี คือ ร้อยละ 34.44 รองลงมา คือ 26-35 ปี ร้อยละ 27.22 และ 16-25 ปี ร้อยละ 24.44

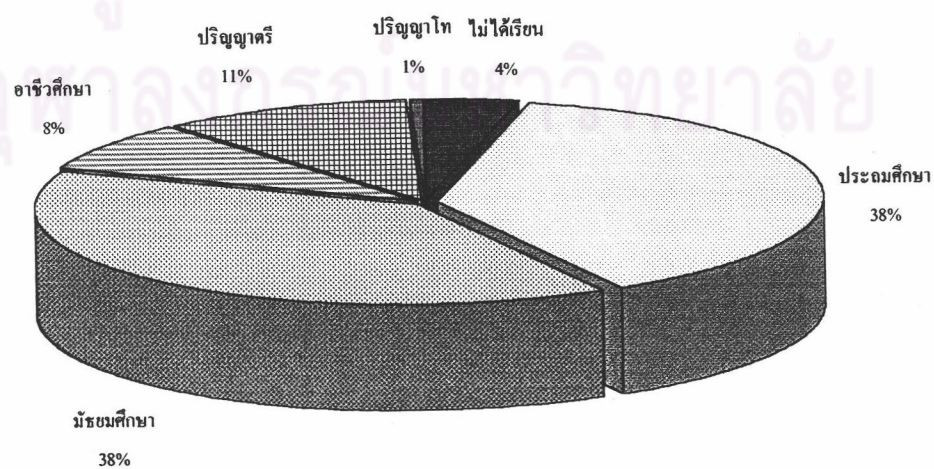
แผนภูมิที่ 1 แสดงสัดส่วนอายุของพ่อค้าเร่



สถานภาพสมรส พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรสแล้ว คือ ร้อยละ 71.11 เป็นโสด ร้อยละ 25.56 และหม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 3.33

การศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในชั้นมัธยมศึกษามากที่สุด คือ ร้อยละ 38.89 รองลงมา คือ ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 38.33 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 10.56 ระดับอาชีวศึกษา ร้อยละ 7.76 ไม่ได้เรียน ร้อยละ 3.89 และระดับปริญญาโท ร้อยละ 0.56

แผนภูมิที่ 2 แสดงสัดส่วนระดับของการศึกษาของพ่อค้าเร่



ที่พักอาศัย พ่อค้าเร่ส่วนใหญ่พักอยู่ในเขตพื้นที่ศึกษา คิดเป็นร้อยละ 84.97 และ นอกพื้นที่ศึกษา ร้อยละ 15.03 ซึ่งมีทั้งนอกเขตอำเภอเมือง และจังหวัดโดยรอบนครปฐม (ดูภาคผนวก)

อาชีพเดิมก่อนที่มาเป็นพ่อค้าเร่ พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างมาก่อน ร้อยละ 33.77 รองลงมา คือมีอาชีพ เป็นพ่อค้าแม่ค้าอยู่แล้ว คือ ร้อยละ 18.18 เคยพนักงานบริษัท ร้อยละ 14.94 เกษตรกร ร้อยละ 12.99 นักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 7.14 ทำงานโรงงาน ร้อยละ 6.49 แม่บ้าน ร้อยละ 5.19 และ รับราชการ ร้อยละ 1.30

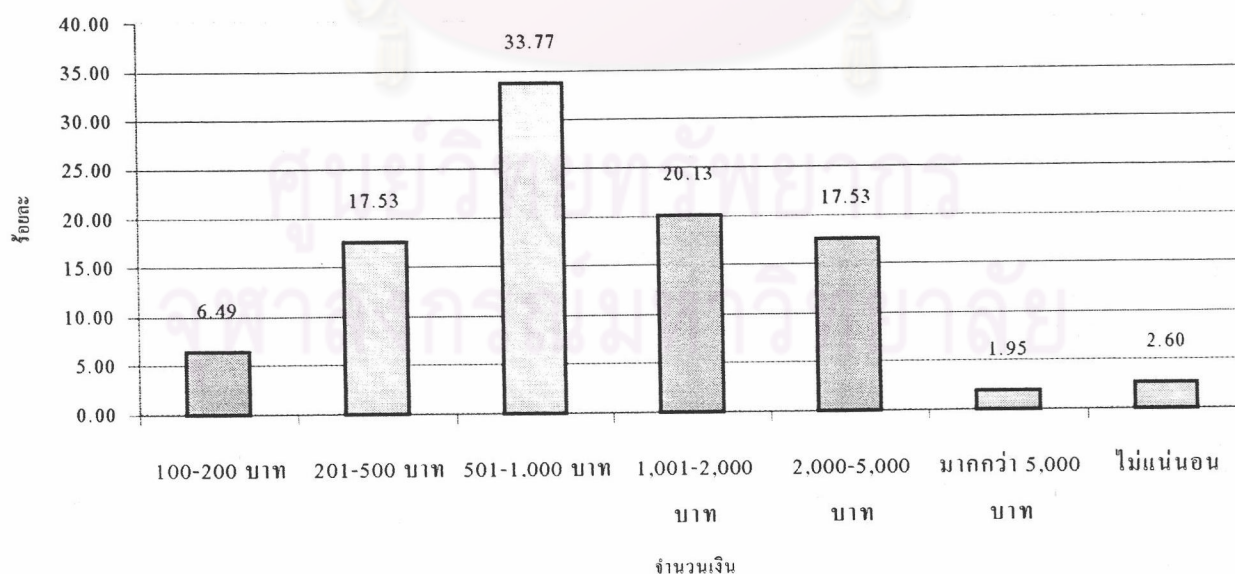
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพพ่อค้าเร่ พ่อค้าเร่ร้อยละ 30.56 ประกอบอาชีพนี้มาประมาณ 6-10 ปี รองลงมา คือ 3-5 ปี ร้อยละ 25.00 และ 1-2 ปี ร้อยละ 20.56

แรงบันดาลใจในการมาประกอบอาชีพพ่อค้าเร่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 42.71 เห็นว่าอาชีพนี้เป็นอาชีพที่อิสระ ร้อยละ 25.63 ทำอาชีพนี้เพราะเคยเป็นพ่อค้าแม่ค้าอยู่แล้ว หรือสืบทอดมาจากพ่อแม่ ร้อยละ 12.56 ต้องการหารายได้เสริมจากงานประจำ

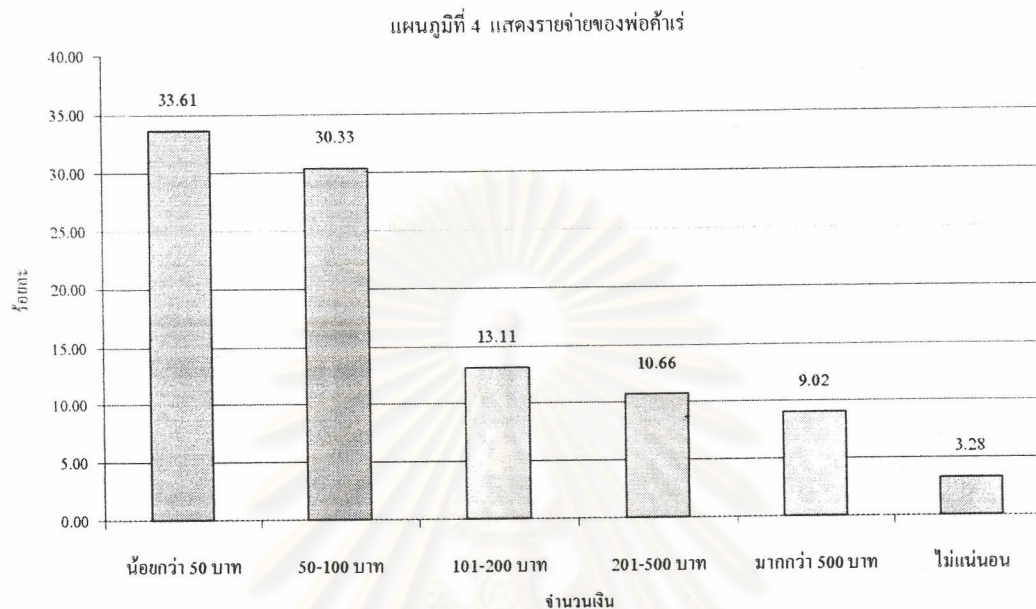
มูลค่าการลงทุนโดยประมาณในการประกอบอาชีพ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 155 ราย มีเงินลงทุนในการประกอบอาชีพในระดับ 2,001-5,000 บาทมากที่สุด คือ ร้อยละ 22.58 รองลงมา คือ 10,001 –50,000 บาท ร้อยละ 19.35 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.71 และระดับ 500 – 1,000 บาท ร้อยละ 16.13

รายได้โดยเฉลี่ยจากการขายสินค้าในแต่ละครั้ง จากผู้ตอบแบบสอบถาม 154 ราย มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ที่ระดับ 501 – 1,000 บาท มากที่สุด คือ ร้อยละ 33.77 ที่ระดับ 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 20.13 ที่ระดับ 201 –500 และที่ระดับ 2,001-5,000 บาท ร้อยละ 17.53

แผนภูมิที่ 3 แสดงรายได้ของพ่อค้าเร่



รายจ่ายโดยเฉลี่ยจากการขายสินค้าในแต่ละครั้ง จากผู้ตอบแบบสอบถาม 122 ราย มีรายจ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาทมากที่สุด คือ ร้อยละ 33.61 ที่ระดับ 50-100 บาทร้อยละ 30.33 ที่ระดับ 101-200 บาท ร้อยละ 13.11



ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการลงทุนกับรายได้โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง จากมูลค่าการลงทุน จะเห็นกลุ่มความสัมพันธ์อยู่ที่จุดหนึ่ง คือ กลุ่มที่มีมูลค่าการลงทุนที่ 5,001-10,000 บาท มีรายได้อยู่ที่ 501-1,000 บาท เป็นส่วนมาก และกลุ่มมูลค่าการลงทุนที่ 500-1,000 บาท มีรายได้อยู่ที่ 501-1,000 บาท

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการลงทุนกับรายได้ต่อครั้งของพ่อค้าเร่

มูลค่าการลงทุน	รายได้โดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง						รวม
	100-200	201-500	501-1,000	1,001-2,000	2,000-5,000	มากกว่า 5,000	
น้อยกว่า 500 บาท	4	9	1				14
500-1,000 บาท	1	5	10	4	1		21
1,001-2,000 บาท		4	2	6	3		15
2,001-5,000 บาท	3	5	8	9	9		34
5,001-10,000 บาท		1	13	6	5		25
10,001-50,000 บาท	3	3	9	4	7	3	29
มากกว่า 50,000 บาท			2		1		3
รวม	11	27	45	29	26	3	141

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการลงทุนกับรายได้ต่อครั้งของพ่อค้าเร่ ทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ว่า โดยปกติถ้ามีมูลค่าการลงทุนน้อย รายได้โดยเฉลี่ยก็จะน้อยด้วย และถ้ามีมูลค่าการลงทุนสูง รายได้โดยเฉลี่ยก็จะสูงตาม แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งสินค้าบางประเภทจะต้องมีการซื้อสินค้าเพื่อเก็บเป็นสต็อกไว้ ทำให้มูลค่าการลงทุนในการซื้อสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายมีมูลค่าสูง เช่น สินค้าประเภทกีฬาหรือที่จำเป็นต้องมีการซื้อสินค้าให้มีความหลากหลายประเภท เพื่อให้ผู้ซื้อได้เลือก แต่มูลค่าของรายได้จะไม่สูงมาก เพราะสินค้าแต่ละชิ้นมีราคาถูกเป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และรายจ่ายในการขายสินค้าแต่ละครั้ง จากมูลค่ารายได้ กับรายจ่ายในการขายสินค้าแต่ละครั้ง จะเห็นความสัมพันธ์อยู่ที่จุดหนึ่ง คือ กลุ่มรายได้ 201-500 บาท มีรายจ่ายน้อยกว่า 50 บาท ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ 501-1,000 บาท มีรายจ่าย 50-100 บาท ซึ่งจากความสัมพันธ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ารายได้กับรายจ่ายมีลักษณะผันแปรตามกับ กล่าวคือ ถ้ามีรายได้ต่ำ รายจ่ายจะต่ำด้วย และถ้ามีรายได้สูงก็จะมีรายจ่ายสูงด้วย เช่น สินค้าประเภทผัก ผลไม้ที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายเอง แม้ว่ามูลค่ารายได้จะไม่มาก แต่พ่อค้าเร่ก็ไม่มีรายจ่ายใด นอกจากค่าเช่าพื้นที่ และค่าขนส่งเพียงเล็กน้อย ส่วนสินค้าประเภทของชำ แม้ว่าจะมีมูลค่ารายได้สูง แต่ก็มีรายจ่ายมาก ทั้งค่าเช่าพื้นที่ที่แพงกว่า เนื่องจากมีแผงสินค้าที่ใหญ่กว่า ค่าขนส่งเพื่อไปรับสินค้ามาขาย การเดินทางมาตลาดนัด และค่าจ้างคนที่จะมาช่วยขายสินค้า เป็นต้น

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และรายจ่ายต่อครั้งของพ่อค้าเร่

รายได้โดยเฉลี่ย	รายจ่ายโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง						รวม
	น้อยกว่า 50	50-100	101-200	201-500	มากกว่า 500	ไม่แน่นอน	
100-200 บาท	4		1				5
201-500 บาท	15	4	6	1			26
501-1,000 บาท	8	15	6	6	3		38
1,001-2,000 บาท	7	11		4	4		26
2,000-5,000 บาท	5	7	1	2	2		17
มากกว่า 5,000 บาท			1		1		2
ไม่แน่นอน						4	4
รวม	39	37	15	13	10	4	118

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อครั้งกับความยาวแผงสินค้า จากมูลค่ารายได้ต่อครั้งกับความยาวแผงสินค้า จะเห็นความสัมพันธ์อยู่ที่จุดหนึ่ง คือ ความยาวแผง 1-2 เมตร จะมีรายได้เฉลี่ย

ประมาณ 501-1,000 บาท และสังเกตเห็นได้ว่า ยังมีความยาวแผงสินค้ามาก มูลค่ารายได้ต่อครั้งจะมีจำนวนมากขึ้นด้วย

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อครั้งกับความยาวแผงสินค้า

รายได้โดยเฉลี่ย	ความยาวของแผงสินค้า (เมตร)					รวม
	น้อยกว่า 0.5	1-2	2.5-5	6-10	มากกว่า 10	
100-200 บาท	4	3	3			10
201-500 บาท	2	14	9	2		27
501-1,000 บาท		24	22	4	2	52
1,001-2,000 บาท		12	15	2	2	31
2,000-5,000 บาท		8	7	11	1	27
มากกว่า 5,000 บาท		1	1	1		3
ไม่แน่นอน			1	3		4
รวม	6	62	58	23	5	154

กลวิธีในการดึงดูดลูกค้า พ่อค้าเร่ร้อยละ 35.48 ใช้วิธีพูดคุยเป็นกันเองกับผู้ซื้อเพื่อดึงดูดลูกค้า รองลงมา คือ เน้นคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 34.68 ใช้วิธีเน้นสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่น ร้อยละ 14.92

การจับจองพื้นที่เพื่อวางสินค้า พ่อค้าเร่ร้อยละ 85 มีพื้นที่เพื่อวางแผงสินค้าเป็นพื้นที่ประจำ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการจ่ายค่าเช่าแผงเป็นรายเดือน ส่วนพ่อค้าเร่อีกร้อยละ 15 ไม่มีพื้นที่ประจำในการวางขายสินค้า โดยพ่อค้าเร่เหล่านี้จะใช้วิธีตระเวนไปตามตลาดนัดต่างๆ

การขายสินค้าในตลาดเทศบาล พ่อค้าเร่ร้อยละ 12.78 เคยขายสินค้า หรือกำลังขายสินค้าอยู่ในตลาดสดเทศบาล พ่อค้าเร่ขายปลาทรายหนึ่ง กล่าวว่า คนเคยขายปลาอยู่ในตลาดสดเทศบาล แต่ปัจจุบันออกมาขายสินค้าในตลาดนัด โดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากปัจจุบันการขายสินค้าในตลาดสดเทศบาลไม่ดีเหมือนเก่า คู่แข่งมีมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการมีตลาดนัดเกิดขึ้นมาก ทำให้ยอดขายลดปริมาณลงจึงไม่คุ้มที่จะขายสินค้าต่อไป เนื่องจากสินค้าที่ขายในตลาดนัดมีลักษณะคล้ายคลึงกันกับในตลาดสด ผู้คนจึงหันไปซื้อสินค้าตามตลาดนัดแทน เพราะเดินทางสะดวก ดังนั้นตนจึงลองออกมาขายสินค้าตามตลาดนัด ซึ่งมีรายได้มีกว่าขายสินค้าในตลาดสด อีกส่วนหนึ่ง คือ พ่อค้าเร่ที่มีพื้นที่ขายสินค้าในตลาดสด ซึ่งจะขายสินค้าในช่วงเช้า พอตอนบ่ายจะออกมาขายสินค้าในตลาดนัด ดังเช่น พ่อค้าเร่ขายหมูสะเต๊ะรายหนึ่ง กล่าวว่า ตอนเช้าตนจะขายหมูสะเต๊ะอยู่ที่หน้าร้านตั้งสะพาน พอ

ตกช่วงบ่ายก็ออกมาเร่ขายตามตลาดนัด เนื่องจากการขายสินค้าในตลาดสดเพียงที่เดียวมีรายได้ไม่พอ กับค่าใช้จ่าย การเร่ขายตามตลาดนัดทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนพ่อค้าเร่ร้อยละ 87.22 ไม่เคยขาย สินค้าในตลาดสด เนื่องจากว่า หาพื้นที่ยาก และค่าเช่าแพง

การขายสินค้าตามงานประจำปี จากแบบสอบถามพ่อค้าเร่ ร้อยละ 13.89 เคยไปขายสินค้า ตามงานประจำปี โดยให้เหตุผลว่า งานประจำปีนั้นมีผู้คนมาก ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในปริมาณ ที่มาก ส่วนพ่อค้าเร่ร้อยละ 86.11 ไม่เคยไปขายสินค้าตามงานประจำปี เหตุผลหลัก คือ ค่าเช่าพื้นที่ แพงมาก ไม่คุ้มกับการลงทุน เหตุผลอื่นๆ เช่น การเดินทางไม่สะดวก เนื่องจากไม่มียานพาหนะที่จะ เดินทางเร่ขายสินค้าได้ มีจำนวนคนที่จะช่วยขายสินค้าไม่พอ สินค้ามีปริมาณไม่มากพอที่จะไป ขายในงาน ไม่มีที่สำหรับลงสินค้า สินค้าคนละประเภทกับที่จะไปขายในงาน และเห็นว่าการขายสิน ค้าในตลาดนัดคืออยู่แล้ว จึงไม่คิดไปขายตามงานประจำปี

วันหยุด พ่อค้าเร่ร้อยละ 46.11 มีวันหยุดในรอบ 1 สัปดาห์ ซึ่งวันที่หยุดมักเป็นวันที่ไม่มี ตลาดนัดลงในบริเวณใกล้ที่พัก และร้อยละ 53.89 ไม่มีวันหยุด

เหตุผลของการเลือกตลาดนัด เหตุผลที่พ่อค้าเร่เลือกตลาดนัดแต่ละแห่งเพื่อขายสินค้านั้น เหตุผลที่มีมากที่สุด คือ การที่ตลาดนัดอยู่ใกล้ที่พัก ร้อยละ 27.54 รองลงมา คือ อยู่ในย่านคนมาคม ที่สะดวก ร้อยละ 12.87 ตลาดนัดมีขนาดใหญ่ ร้อยละ 11.68

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกตลาดนัดของพ่อค้าเร่

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดนัดอยู่ใกล้ที่พัก	97	25.73
ตลาดนัดอยู่ในย่านคนมาคมสะดวก	37	9.81
ตลาดนัดมีขนาดใหญ่	48	12.73
ตลาดนัดอยู่ย่านชุมชนขนาดใหญ่	35	9.28
เจ้าของนัดบริการดี	15	3.98
ชนิดสินค้ามีคู่แข่งน้อย	46	12.20
เพื่อนร่วมอาชีพชักชวน	31	8.22
ค่าเช่าวางแผงสินค้ามีราคาถูก	40	10.61
ตลาดนัดมีขนาดเล็กแต่ลูกค้ามาก	28	7.43
รวม	377	100.00

เมื่อพิจารณาแยกเป็นตลาดนัดแต่ละแห่งที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นจะพบว่า เหตุผลหลักในการเลือกตลาดนัดเพื่อระบายสินค้า คือ การที่ตลาดนัดนั้นอยู่ใกล้ที่พักของคน ส่วนเหตุผลรองลงไปนั้นจะมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ดังตาราง

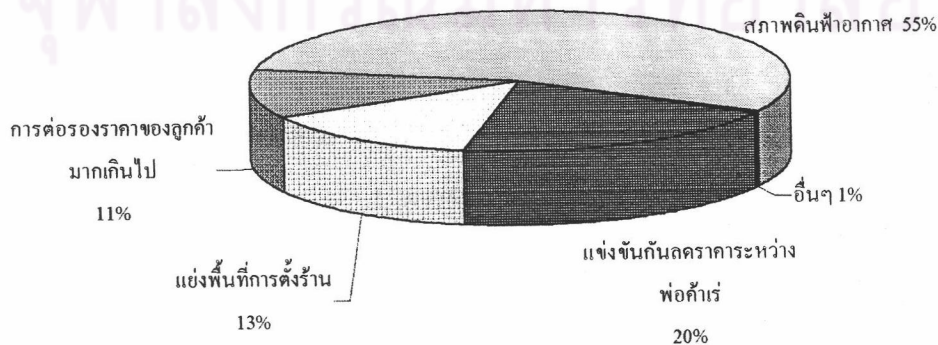
ตารางที่ 21 แสดงเหตุผลการตัดสินใจเลือกตลาดนัดของพ่อค้าเร่ในแต่ละตลาดนัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตลาดนัด	เหตุผลหลัก	เหตุผลรอง
ลาดปลาเค้า	อยู่ใกล้ที่พัก	ตลาดนัดมีขนาดใหญ่ อยู่ในย่านคนมากที่สะดวก
วัดเกาะวังไทร	อยู่ใกล้ที่พัก	ชนิดสินค้ามีคู่แข่งน้อย อยู่ในย่านคนมากที่สะดวก
วัดโพรงมะเดื่อ	อยู่ใกล้ที่พัก	อยู่ในย่านชุมชนขนาดใหญ่ เพื่อนร่วมอาชีพชักชวน
วัดสระกระเทียม	อยู่ใกล้ที่พัก	เจ้าของนัดบริการดี อยู่ในย่านคนมากที่สะดวก ตลาดนัดมีขนาดใหญ่
วัดใหม่ปิ่นเกลียว	อยู่ใกล้ที่พัก	อยู่ในย่านคนมากที่สะดวก ตลาดนัดมีขนาดใหญ่ อยู่ในย่านชุมชนขนาดใหญ่
วัดสามควายเผือก	อยู่ใกล้ที่พัก	ตลาดนัดมีขนาดใหญ่ ชนิดสินค้ามีคู่แข่งน้อย

ระยะเวลาที่ใช้เดินทางมาตลาดนัด พ่อค้าเร่ร้อยละ 58.33 ใช้เวลาในการเดินทางมาตลาดนัดประมาณ 15-30 นาที ร้อยละ 25 ใช้เวลาดำกว่า 15 นาที ร้อยละ 13.89 ใช้เวลา 30 นาที - 1 ชั่วโมง และร้อยละ 2.78 ใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมง

ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดนัด พ่อค้าเร่ร้อยละ 54.33 เห็นว่าปัญหา หรืออุปสรรคในการขายสินค้า คือ สภาพดินฟ้าอากาศ เนื่องจากพื้นที่ที่จัด ตลาดนัดกับข้าว เป็นพื้นที่โล่ง ดังนั้นพ่อค้าเร่จึงต้องเผชิญกับแสงแดด ฝน และลม รองลงมาเป็นปัญหาในเรื่องของการแข่งขันกันลดราคาสินค้าระหว่างพ่อค้าเร่ด้วยกัน คือ ร้อยละ 20.07 ซึ่งสินค้าที่ประสบกับปัญหานี้มากที่สุด จะเป็นประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป และของใช้ต่างๆ ส่วนปัญหาอื่นๆ เช่น การแย่งพื้นที่ตั้งแผงสินค้า ร้อยละ 13.49 การต่อรองราคาสินค้าของผู้ซื้อมีมากเกินไป ร้อยละ 11.42

แผนภูมิที่ 5 แสดงปัญหาที่พ่อค้าเร่ประสบ



ความเคื่อดร็อนถ้าไม่มีตลาดนัด พ่อค้าเร่ร้อยละ 55.49 เห็นว่าถ้าไม่มีตลาดนัดที่ขายอยู่จะเคื่อดร็อน เนื่องจากจะไม่มีพื้นที่ขายสินค้า ซึ่งจะทำให้ไม่มีรายได้ โดยพ่อค้าเร่ที่ให้ความเห็นว่าเคื่อดร็อนส่วนใหญ่เป็นเพราะตลาดนัดนั้นอยู่ใกล้ที่พัก ถ้าไม่มีตลาดนัดนั้นจะต้องหาตลาดนัดอื่นที่ไกลจากที่พักของตน ส่วนพ่อค้าเร่ร้อยละ 44.51 เห็นว่าถ้าไม่มีตลาดนัดที่ขายอยู่นั้นไม่เคื่อดร็อน เนื่องจากสามารถไปขายตลาดนัดแห่งอื่นๆได้ นอกจากนี้พ่อค้าเร่บางรายยังแยกสายการขายสินค้าเป็นหลายแห่ง ทำให้เลือกพื้นที่อื่นลงได้ บางรายมีอาชีพอื่นอยู่แล้ว ถ้าไม่มีตลาดนัดก็ยังคงมีอาชีพประจำรองรับอยู่

วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ การศึกษาวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่อาศัยการปรับแนวความคิดของ Webber & Symanski และ Tinkler ซึ่งเป็นแบบจำลองที่อธิบายวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ด้วยสัญลักษณ์ Sw และ Sm เมื่อ Sw หมายถึงจำนวนวันที่พ่อค้าเร่เดินทางขายสินค้าใน 1 รอบสัปดาห์ Sm หมายถึงจำนวนตลาดนัดแต่ละแห่งที่พ่อค้าเร่แวะขายสินค้าใน 1 สัปดาห์ แบบจำลองมี 5 แบบ คือ

1. $Sw = 1$ คือ รูปแบบวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่แวะขายสินค้าตามตลาดนัดขนาดใหญ่ที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัยเพียงแห่งเดียว
2. $Sw = Sm > 1$ คือ รูปแบบวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้าตามตลาดนัดมากกว่า 1 ตลาดนัด โดยมีจำนวนตลาดนัดที่แวะขายเท่ากับจำนวนวันที่ขาย
3. $Sw > Sm > 1$ คือ รูปแบบวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้าโดยมีจำนวนวันที่ขายตามตลาดนัดแต่ละแห่งมากกว่า 1 วัน ทำให้จำนวนตลาดนัดที่เดินทางไปขายสินค้าใน 1 รอบสัปดาห์ลดจำนวนลงเหลือน้อยกว่าจำนวนวันที่ขายใน 1 สัปดาห์
4. $Sw = Sm = 7$ คือ รูปแบบวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัด 7 แห่ง ใน 7 วันของสัปดาห์โดยไม่มีวันหยุด การเดินทางเช่นนี้จึงเป็นวงจรแบบสมบูรณ์ (Full Cycle)
5. $1 < Sw < 7$ คือ รูปแบบวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้าตามตลาดนัดต่างๆไม่ครบ 7 วันในสัปดาห์ โดยมีจำนวนวันที่ขายมากกว่า 1 วัน

จากแบบสอบถามพ่อค้าเร่ 180 ราย ในเรื่องของการเดินทางเพื่อเร่ขายสินค้าในรอบ 1 สัปดาห์ พบว่า วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่มีความแตกต่างกันหลายประการ เมื่อนำมาวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลองการเดินทางพ่อค้าเร่ตามแนวคิดของ Webber & Symanski และ Tinkler ปรากฏว่า วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ตรงกับแบบจำลอง 4 แบบ คือ

1. $Sw = 1$ วงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ที่แวะขายสินค้าตามตลาดนัดที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัยเพียงแห่งเดียว มีจำนวนร้อยละ 2.78 ของพ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของตลาดนัดที่พ่อค้าเร่กลุ่มนี้เลือกเดินทางไปขายสินค้าจะเป็นตลาดนัดที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัยของตน มีระยะเวลาในการจัด

ตั้งมานาน มีขนาดกลางและใหญ่ พบในตลาดนัดโพรงมะเดื่อ ตลาดนัดหนองดินแดง และตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว

2. $Sw = Sm > 1$ วงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้าตามตลาดนัดมากกว่า 1 วัน แต่ไม่ครบ 7 วัน โดยตลาดนัดแต่ละวันที่ไปขายจะไม่ซ้ำกันเลย ดังนั้นจึงมีจำนวนตลาดนัดที่แวะขาย เท่ากับจำนวนวันที่ขาย ซึ่งจำนวนวันและจำนวนตลาดนัดมีตั้งแต่ 6 วันและ 6 แห่ง ลดหลั่นกันลงไป จนถึง 2 วันและ 2 แห่ง พ่อค้าเร่ที่เดินทางตามแบบจำลองนี้มีร้อยละ 3.89

3. $Sw > Sm > 1$ วงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้าโดยมีจำนวนวันที่ขายตามตลาดนัดแต่ละแห่งมากกว่า 1 วัน ทำให้จำนวนตลาดนัดที่เดินทางไปขายสินค้าใน 1 รอบสัปดาห์ลดจำนวนลงเหลือน้อยกว่าจำนวนวันที่ขายใน 1 สัปดาห์ คือ มีการขายสินค้าในตลาดนัดที่เดียวกันมากกว่า 1 ครั้งในรอบ 1 สัปดาห์ ซึ่งจำนวนวันมีตั้งแต่ 3 วันจนถึง 7 วัน แต่จำนวนตลาดนัดมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนวันที่ทำการขายสินค้า พ่อค้าเร่ที่เดินทางตามแบบจำลองนี้มีร้อยละ 79.44 ซึ่งเป็นรูปแบบที่พบมากที่สุดในพื้นที่ศึกษา

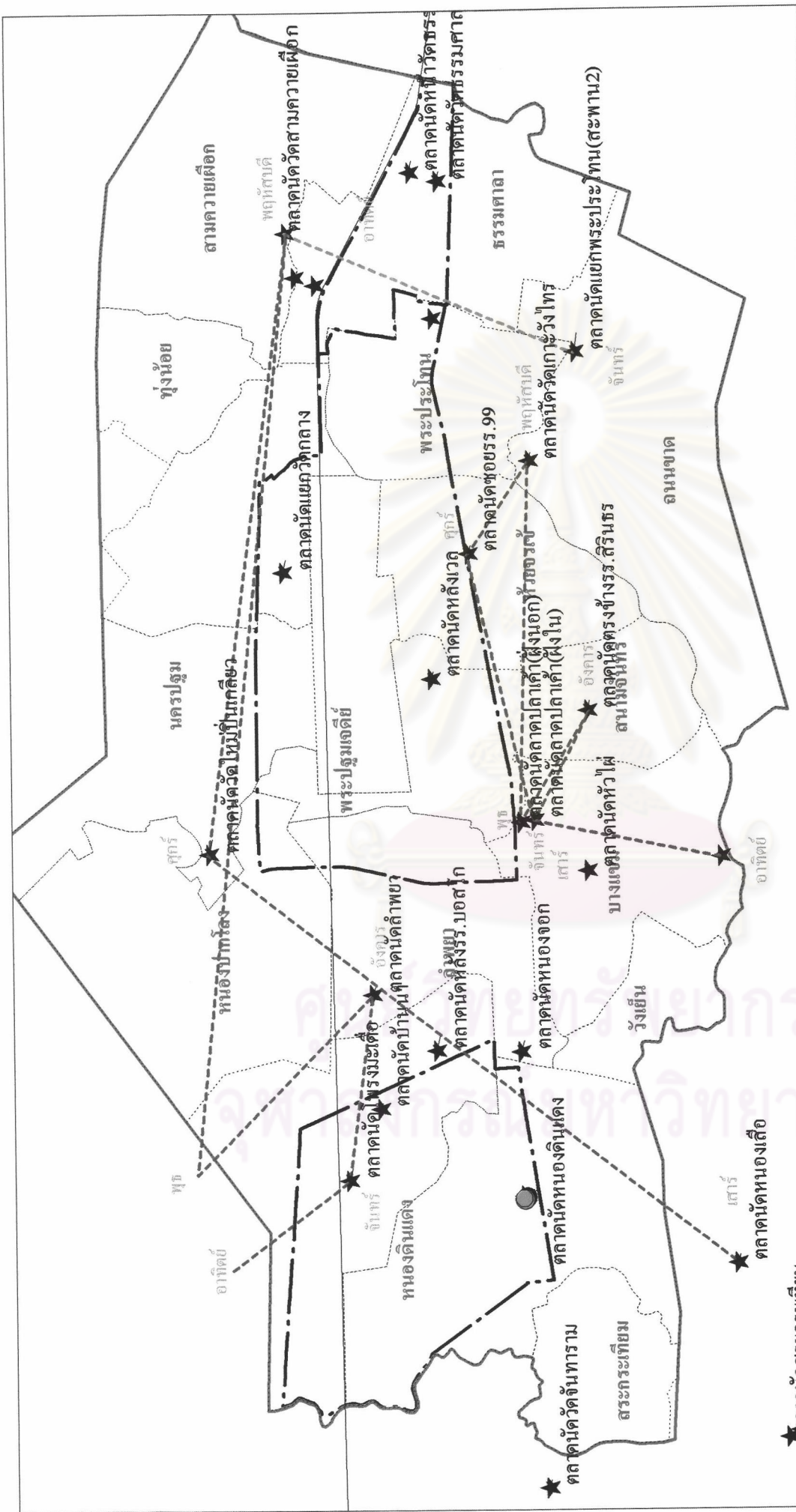
4. $Sw = Sm = 7$ คือ รูปแบบวงจรการเดินทางที่พ่อค้าเร่เดินทางไปขายสินค้ายังตลาดนัด 7 แห่ง ใน 7 วันของสัปดาห์โดยไม่มีวันหยุด ซึ่งเดินทางขายสินค้าไม่ซ้ำตลาดนัดเดียวกันเลย พ่อค้าเร่ที่เดินทางตามแบบจำลองนี้มีร้อยละ 7.78

เมื่อพิจารณาถึงวงจรการเดินทางโดยคำนึงถึงกลุ่มตลาดนัดที่ได้ทำการวิเคราะห์ได้ 5 กลุ่ม นั้น จะพบลักษณะการเดินทางเพื่อเร่ขายสินค้าได้ดังนี้

1. การเร่ขายสินค้าตามตลาดนัดภายในกลุ่ม คือ การเร่ขายสินค้าเฉพาะในตลาดนัดที่อยู่ใกล้เคียงกัน เช่น วงจรการเดินทางในรอบ 1 สัปดาห์ของพ่อค้าเร่รายหนึ่งจะทำการเร่ขายสินค้าในตลาดนัดตลาดปลาเค้า(ฝั่งนอก) ตลาดนัดตลาดปลาเค้า(ฝั่งใน) และตลาดนัดบางแอม ซึ่งทั้ง 3 ตลาดนัดนี้อยู่ในกลุ่มของตลาดนัดตลาดปลาเค้า ถ้าพิจารณาถึงที่พักของพ่อค้าเร่กลุ่มนี้ จะพบว่า ส่วนใหญ่มีที่พักอยู่ไม่ไกลจากตลาดนัดมากนัก ใช้เวลาการเดินทางต่ำกว่า 15 นาที ซึ่งการขนส่งสินค้าส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นรถเข็นและรถจักรยานยนต์

2. การเร่ขายสินค้าตามตลาดนัดระหว่างกลุ่ม คือ การเร่ขายสินค้าในตลาดนัดที่ยังอยู่ในพื้นที่ศึกษา แต่คนละกลุ่มกัน เช่น วงจรการเดินทางในรอบ 1 สัปดาห์ของพ่อค้าเร่รายหนึ่งจะทำการเร่ขายสินค้าในตลาดนัดวัดสามควายเผือก ตลาดนัดลำพญา ตลาดนัดโพรงมะเดื่อ ตลาดนัดตลาดปลาเค้า และตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกลียว เท่าที่พบเหตุผลของการเลือกเร่ขายในลักษณะนี้ คือ แต่ละตลาดนัดเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ และอยู่ไม่ไกลจากที่พักมากเกินไป ส่วนใหญ่ใช้พาหนะที่เป็นรถจักรยานยนต์ และรถยนต์

3. การเร่ขายสินค้าตามตลาดนัดภายในพื้นที่ศึกษากับภายนอกพื้นที่ศึกษา คือ การเร่ขายสินค้าระหว่างตลาดนัดในพื้นที่ศึกษากับภายนอก ซึ่งมีทั้งต่างอำเภอ และต่างจังหวัด เช่น วงจรการเดิน



<p>★ สถานีรถกระเทียม</p> <p>แผนที่ 16 แสดงรูปแบบวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่</p>		<p>ลักษณะของสถานีกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม</p>
<p>สัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> เขตเทศบาล เขตตำบล เขตผังเมืองรวม ทางหลวงแผ่นดิน ถนน 	<p>รูปแบบวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่</p> <ul style="list-style-type: none"> Sw > Sm > 1 Sw = Sm > 1 Sw = Sm = 7 Sw = 1 จุดสถานี 	<p>0 1.5 3 กิโลเมตร</p> <p>N</p>

ทางในรอบ 1 สัปดาห์ของพ่อค้าเร่รายหนึ่งจะทำการเร่ขายสินค้าในตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกล้า ตลาดนัดแถบอำเภอนครชัยศรี ดอนตูม บางเลน เป็นต้น ซึ่งเหตุผลหลักในการเลือกเร่ขายในลักษณะนี้คือ ต้องการหาแหล่งที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ ซึ่งมีกำลังซื้อมาก พาหนะที่ใช้คือ รถยนต์

จากแบบสอบถามพ่อค้าเร่เกี่ยวกับตลาดนัดที่ทำการเร่ขายสินค้านั้น พบว่า ตลาดนัดที่พ่อค้าเร่ไม่ว่าจะเป็นในพื้นที่หรือนอกพื้นที่นิยมที่จะไปเร่ขายสินค้านั้น คือ ตลาดนัดวัดสามควายเผือก ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกล้า ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร ตลาดนัดลำพญา และตลาดนัดตลาดปลาเค้า ซึ่งตลาดนัดเหล่านี้เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ พ่อค้าเร่ด้วยกันมักจะชวนพ่อค้าเร่รายอื่นๆที่มีความสนิทสนมหรือรู้จักกันมาขายสินค้านั้นในตลาดนัดเหล่านี้ เนื่องจากพ่อค้าเร่ที่เข้ามาขายสินค้าส่วนใหญ่ขายสินค้าได้ปริมาณมาก เพราะมีจำนวนของผู้ซื้อเยอะ และมีความหลากหลายของกลุ่มผู้ซื้อ ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ ผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร และชาวบ้านในละแวกนั้น แต่การที่จะเข้ามาขายสินค้านั้นก่อนข้างมีข้อจำกัด เนื่องจากจำนวนพ่อค้าเร่ที่มีอยู่ในปัจจุบันของตลาดนัดเหล่านี้ มีมากอยู่แล้ว ทำให้เป็นการยากที่พ่อค้าเร่รายใหม่ๆจะเข้ามาขายสินค้า พ่อค้าเร่รายใหม่ๆจึงต้องอาศัยพื้นที่ที่พ่อค้าเร่เจ้าประจำไม่มาขายสินค้าแล้วขอลงพื้นที่ว่างนั้นแทน

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งของตลาดนัดในบทที่ผ่านมามีพิจารณาพร้อมกับเหตุผลในการเลือกตลาดนัดของพ่อค้าเร่เพื่อขายสินค้า พบว่า มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งที่จะทำให้เกิดตลาดนัดนั้น เป็นปัจจัยในด้านของการเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ เป็นศูนย์รวมของผู้คนในชุมชน และมีการสัญจรที่สะดวก และเหตุผลที่พ่อค้าเร่นำมาพิจารณาในการเลือกตลาดนัด ปัจจัยหลักก็คือ ตลาดนัดนั้นใกล้ที่พักของตนเอง ปัจจัยรองคือ ตลาดนัดนั้นเป็นบริเวณที่มีแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ซึ่งมีผลทำให้ตลาดนัดมีขนาดใหญ่ด้วย และตลาดนัดนั้นอยู่ในย่านการคมนาคมที่สะดวก

6.1.2 ผู้ซื้อ การที่ ตลาดนัดกับข้าว ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในชุมชนเมืองนครปฐม ทั้งนี้นอกจากเป็นสถานที่ที่มีสินค้าราคาถูกจำหน่าย มีความหลากหลายของพ่อค้าเร่แล้ว ผู้ซื้อที่คือส่วนประกอบที่สำคัญที่สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการค้าในตลาดนัด มีบทบาท มีความสำคัญกับชุมชนทั้งที่ภายในและภายนอกที่ตลาดนัดตั้งอยู่

ผลการศึกษาจากแบบสอบถามผู้ซื้อ

เพศ ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าคือร้อยละ 60.56 เพศชายร้อยละ 39.44

อายุ ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 16-25 ปี คือ ร้อยละ 35.56 รองลงมา คือ 26-35 ปี ร้อยละ 32.22 และ 36-45 ปี ร้อยละ 15.56

ที่พักอาศัย ผู้ซื้อประมาณร้อยละ 90 เป็นผู้ที่อยู่โดยรอบตลาดนัด (คูแผนทีประกอบ)

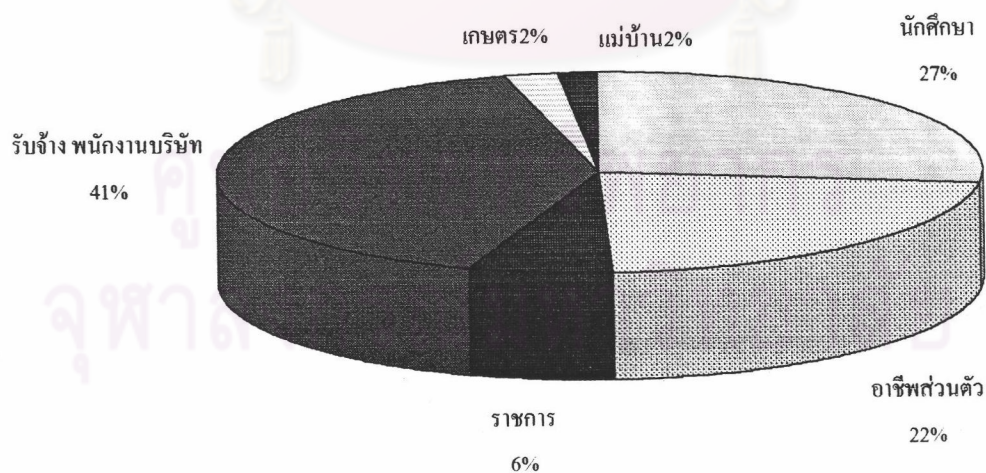
การศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในชั้นประถมศึกษามากที่สุด คือ ร้อยละ 38.33 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 26.67 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 17.78 ระดับอาชีวศึกษา ร้อยละ 11.11 ไม่ได้เรียน ร้อยละ 5.00 และระดับปริญญาโท ร้อยละ 1.11

ตารางที่ 22 แสดงระดับการศึกษาของผู้ซื้อ

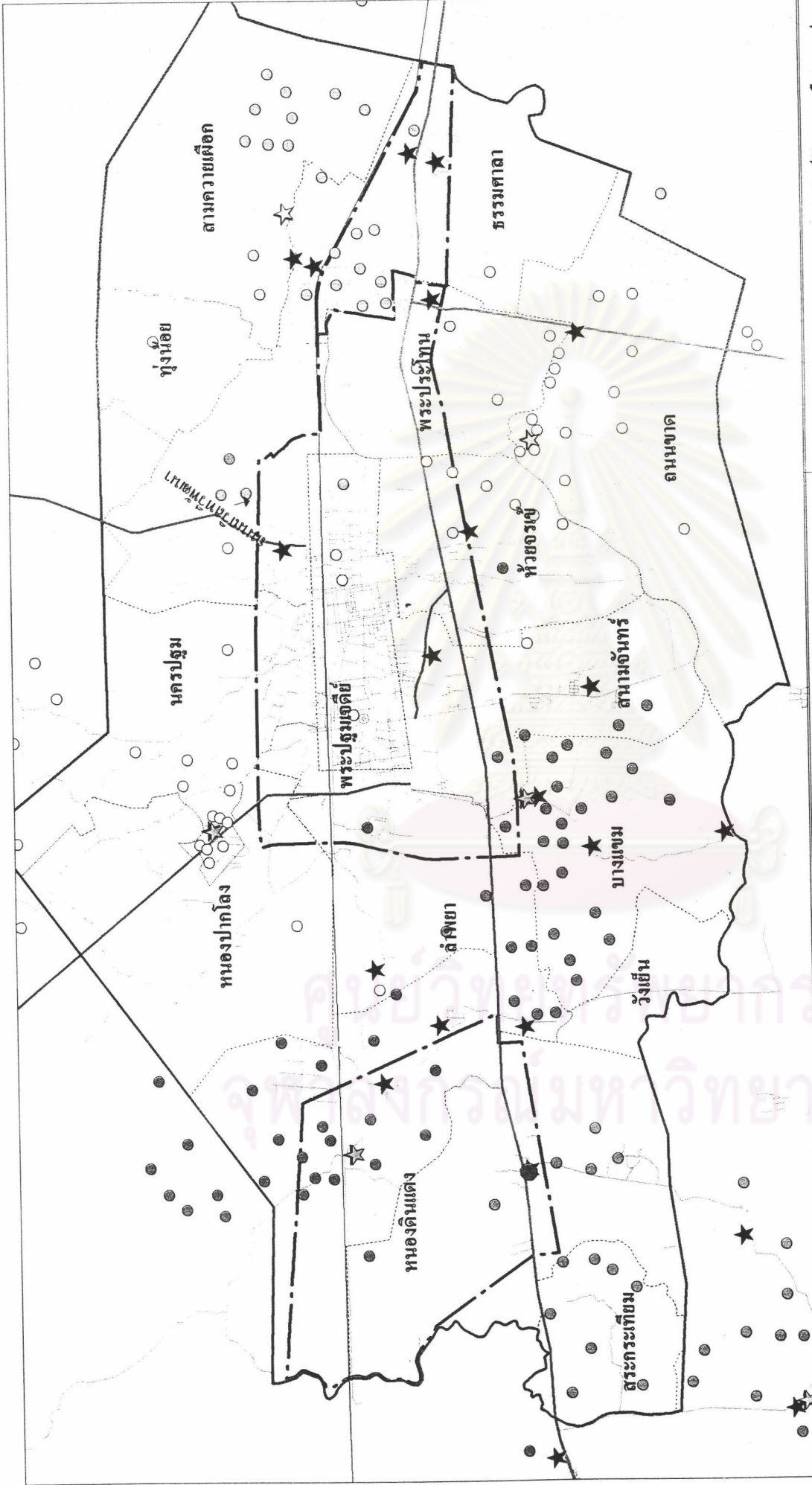
การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เรียน	9	5.00
ประถมศึกษา	69	38.33
มัธยมศึกษา	48	26.67
อาชีวศึกษา	20	11.11
ปริญญาตรี	32	17.78
ปริญญาโท	2	1.11
รวม	180	100.00

อาชีพ ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างพนักงานบริษัท มากที่สุด คือ ร้อยละ 40.56 รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 27.22 และอาชีพส่วนตัว ร้อยละ 22.22

แผนภูมิที่ 6 แสดงลักษณะอาชีพของผู้ซื้อ



รายได้ส่วนบุคคล กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 180 ราย มีรายรับอยู่ที่ระดับ 3,000 – 5,000 บาทมากที่สุด รองลงมาเป็นผู้ที่ยังไม่มีรายได้ ร้อยละ 24.44 รายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 15.00



แผนที่ 17 แสดงการกระจายตัวของตลาดนัดในกลุ่มตัวอย่าง

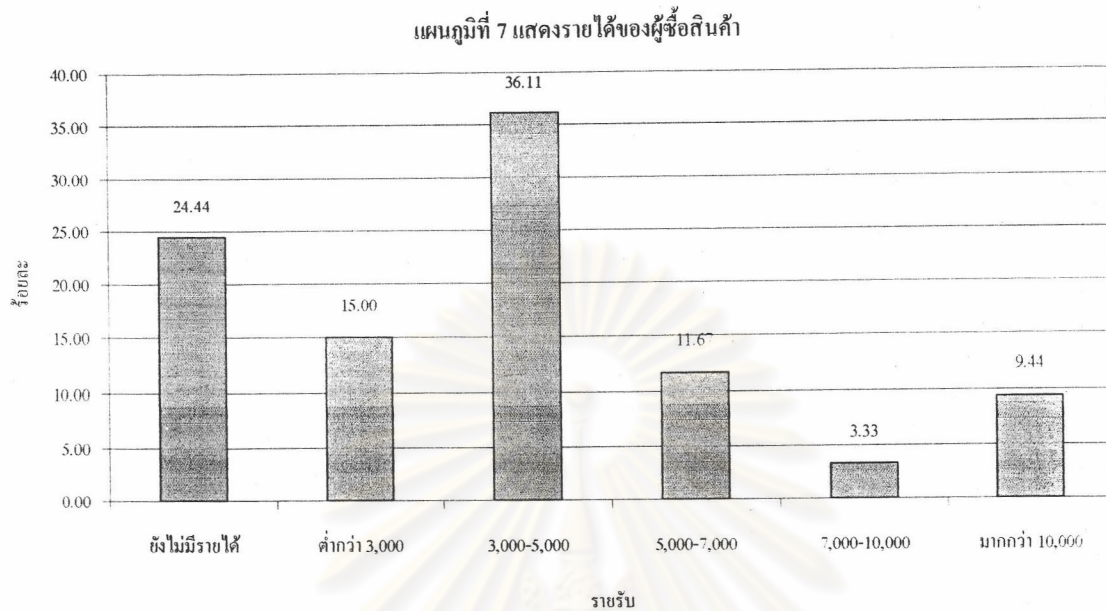
ลักษณะของตลาดนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม

สัญลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> จุดตลาดนัด ตลาดนัดกลุ่มตัวอย่าง การกระจายตัวของกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดกระเทียม การกระจายตัวของกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดวัดโพรงมะเดื่อ การกระจายตัวของกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกล้า 	<ul style="list-style-type: none"> ● การกระจายตัวของกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดปลาแค้ ○ การกระจายตัวของกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดแก้ววังโพรง ● การกระจายตัวของกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดวัดสามควายเผือก
เขตเทศบาล	<ul style="list-style-type: none"> เขตเทศบาล เขตตำบล เขตผังเมืองรวม ทางหลวงแผ่นดิน ถนน 	

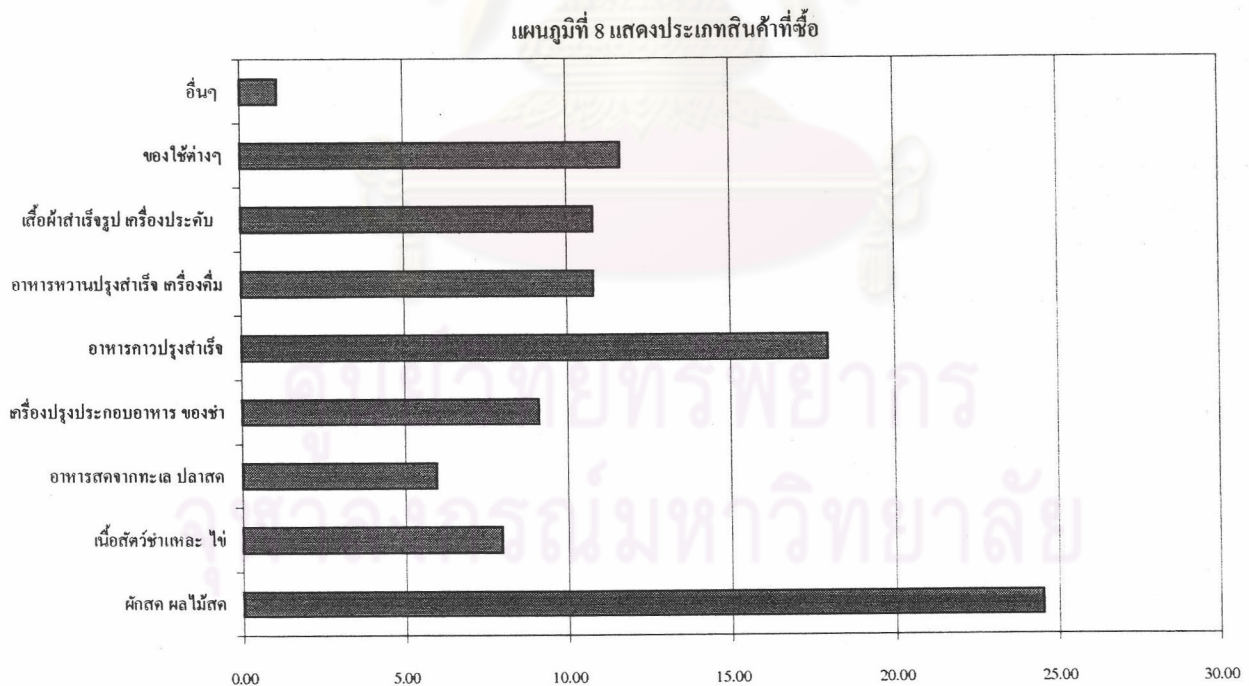
0 1.5 3 กิโลเมตร

N

รายได้ระดับ 5,000 – 7,000 บาท ร้อยละ 11.67 รายได้มากกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 9.44 และ ระดับ 7,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 3.33



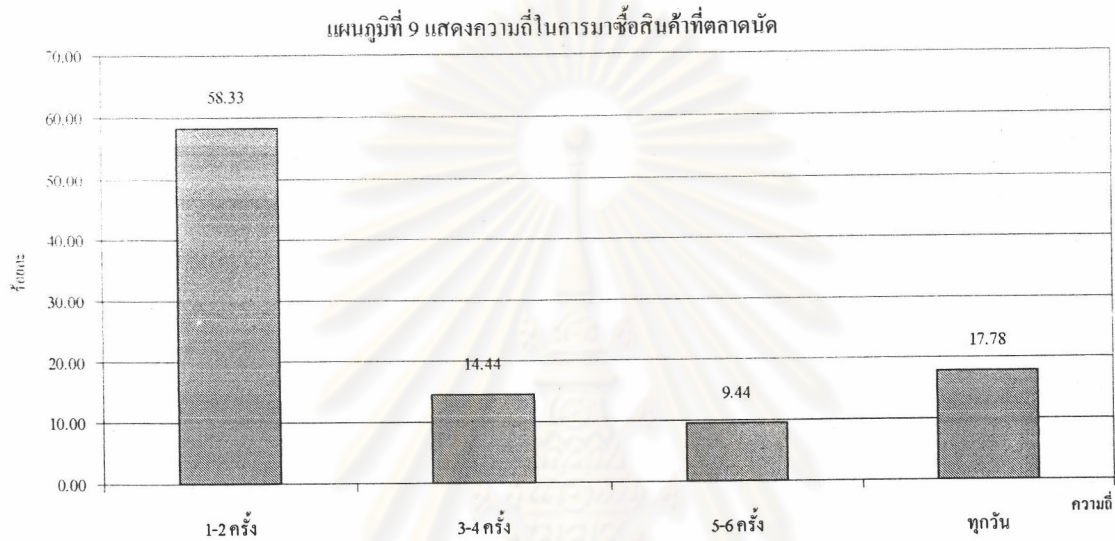
ประเภทของสินค้าที่ซื้อ กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มาตลาดนัดเพื่อซื้อสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สดมากที่สุด คือ ร้อยละ 24.50 รองลงมาเป็นสินค้าประเภทอาหารคาวปรุงสำเร็จ ร้อยละ 17.95



วิธีการเดินทางมาซื้อสินค้า ผู้ซื้อเดินทางมาด้วยรถจักรยานยนต์มากที่สุด ร้อยละ 56.67 มีผู้เดินทางด้วยการเดิน ร้อยละ 17.78 เดินทางด้วยรถยนต์ ร้อยละ 14.44 และเดินทางมาด้วยรถจักรยาน ร้อยละ 11.11

ช่วงเวลาการมาซื้อสินค้า โดยมากผู้ซื้อจะเดินทางมาซื้อสินค้าในช่วง 15.00-17.00 น. มากที่สุด คือ ร้อยละ 46.11 ช่วง 17.00 –19.00 ร้อยละ 42.22 มาเวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 8.33 และช่วงเวลา 13.00 –15.00 น. ร้อยละ 3.33

ความถี่ในการซื้อสินค้า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 58.33 โดยมีผู้ที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดทุกวัน ร้อยละ 17.78 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 14.44 และสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง ร้อยละ 9.44



ระยะเวลาที่ใช้เดินทาง กลุ่มผู้ซื้อโดยมากใช้เวลาในการเดินทางต่ำกว่า 15 นาที ร้อยละ 48.89 ใช้เวลา 15-30 นาที ร้อยละ 39.44 และใช้เวลามากกว่า 30 นาที ร้อยละ 11.67

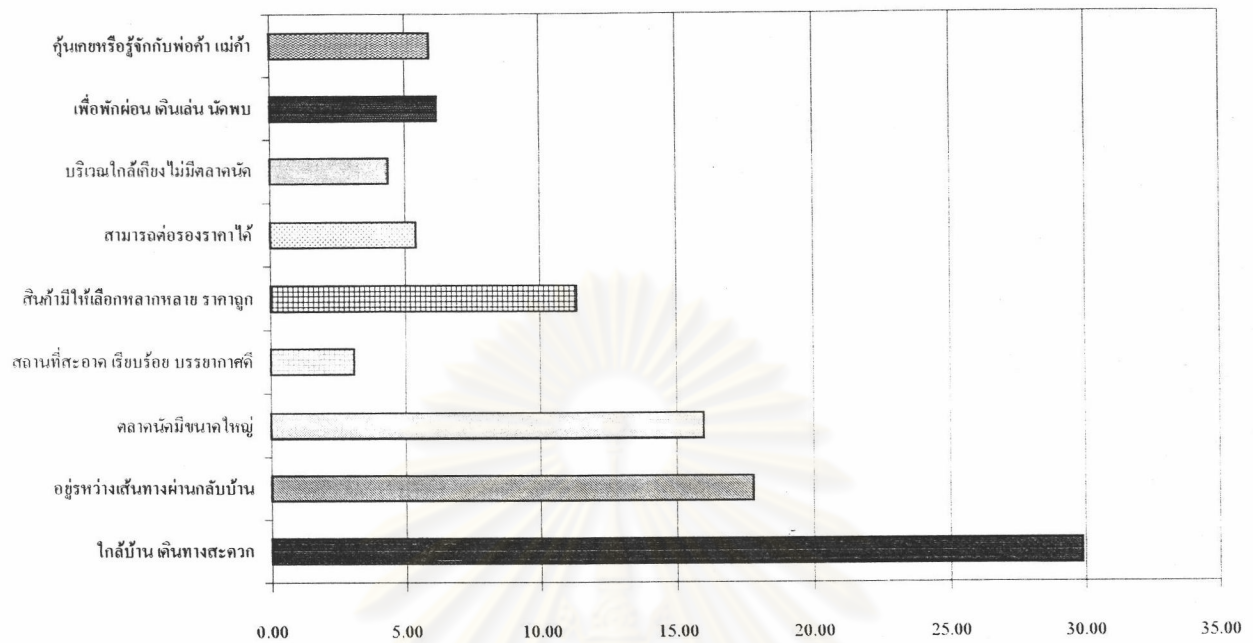
ระยะทางที่ใช้ในการเดินทาง ผู้ซื้อเดินทางมาโดยมีระยะทางจากที่พักมายังตลาดนัดเป็นระยะทางประมาณ 1-3 กิโลเมตรมากที่สุด คือ ร้อยละ 48.33 รองลงมา มีระยะทางต่ำกว่า 1 กิโลเมตร ร้อยละ 32.78 ระยะทางมากกว่า 5 กิโลเมตร ร้อยละ 10 และ ระยะทาง 3-5 กิโลเมตร ร้อยละ 8.89

การมีร้านค้าประจำ การซื้อสินค้าของผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักไม่มีร้านค้าประจำ ร้อยละ 62.78 และมีร้านค้าประจำ ร้อยละ 37.22

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง ผู้ที่มาซื้อสินค้าส่วนมาก ใช้จ่ายเงินที่ระดับ 100-300 บาทคิดเป็นร้อยละ 56.11 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 35 ระดับ 300-500 ร้อยละ 7.78 และมากกว่า 500 บาท ร้อยละ 1.11

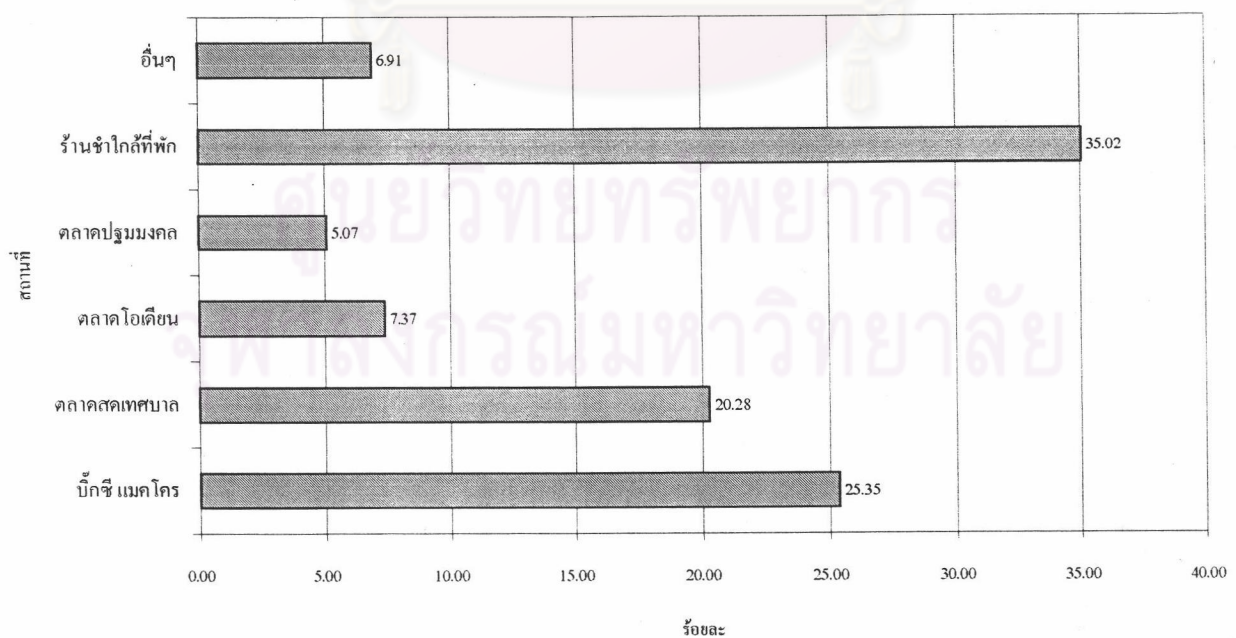
เหตุผลในการมาซื้อสินค้า ผู้ตอบคำถามให้เหตุผลของการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดแต่ละแห่งว่า ตลาดนัดนั้นอยู่ใกล้ที่พักอาศัยของตนมากที่สุด คือ ร้อยละ 29.90 ตลาดนัดอยู่ระหว่างเส้นทางกลับที่พัก ร้อยละ 17.78 ตลาดนัดนั้นมีขนาดใหญ่ ร้อยละ 15.98

แผนภูมิที่ 10 แสดงเหตุผลของการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัด



การไปซื้อสินค้าที่แหล่งอื่น ถ้าไม่มีตลาดนัดผู้ซื้อส่วนใหญ่จะไปใช้บริการที่ร้านชำใกล้ที่พักมากที่สุด คือ ร้อยละ 35.02 รองลงมา คือ ห้างบิ๊กซี แมคโคร ร้อยละ 25.35 ตลาดสดเทศบาล ร้อยละ 20.28 ตลาดไอเดียน ร้อยละ 7.37 ตลาดปฐมมงคล ร้อยละ 5.07 และอื่นๆ ร้อยละ 6.91

แผนภูมิที่ 11 แสดงสถานที่อื่นที่ผู้ซื้อไปซื้อสินค้าออกจากตลาดนัด



การไปใช้บริการที่ตลาดสดเทศบาล ผู้ซื้อโดยมากเคยไปใช้บริการที่ตลาดสดเทศบาล ร้อยละ 75.56 และร้อยละ 24.44 ไม่เคยไปใช้บริการที่ตลาดสดเทศบาล

การไปใช้บริการที่ห้างบิ๊กซี แมคโคร หรือมินิมาร์ท ผู้ซื้อส่วนใหญ่เคยใช้บริการตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 83.33 และไม่เคยไม่ใช้บริการ ร้อยละ 16.67

การต่อรองราคาสินค้า กลุ่มผู้ซื้อโดยมากมักจะมีการต่อรองราคาสินค้า ร้อยละ 62.22 โดยสินค้าที่มีการต่อรองราคาส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ รองลงมา คือ ผักสด ผลไม้สด และร้อยละ 37.78 ไม่เคยต่อรองราคาสินค้าเลย

ความเดือดร้อน ถ้าไม่มีตลาดนัดที่ให้บริการอยู่ ผู้ซื้อจะไม่เดือดร้อน ร้อยละ 66.11 เนื่องจากมีตลาดนัดอื่นอีกมาก และมีร้านค้าชำใกล้บ้านไว้บริการ และร้อยละ 27.78 ตอบว่า เดือดร้อน เนื่องจากต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่แหล่งอื่น ซึ่งไกลและไม่สะดวก

ปัญหา ผู้ซื้อที่ไปตลาดนัดส่วนใหญ่ตอบว่าตลาดนัดที่เป็นอยู่ดีแล้ว ไม่ประสบปัญหาใดที่ตลาดนัด ร้อยละ 77.22 และร้อยละ 22.78 ตอบว่าประสบปัญหา เช่น ที่จอดรถ พื้นที่แฉะและเวลาฝนตก สินค้าไม่ได้คุณภาพ เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับมูลค่าการใช้จ่าย จากมูลค่าการใช้จ่ายต่อครั้งกับอาชีพของผู้ซื้อ จะเห็นความสัมพันธ์อยู่ที่จุดหนึ่ง คือ อาชีพนักเรียน นักศึกษาจะมีมูลค่าการใช้จ่ายส่วนใหญ่มากกว่า 100 บาท เนื่องจากอาชีพนักเรียนยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง จึงทำให้การใช้จ่ายอยู่ในระดับที่ต่ำ อาชีพส่วนตัวและราชการมีมูลค่าการใช้จ่ายอยู่ที่ 100-300 บาท และรับจ้างมีมูลค่าการใช้จ่ายอยู่ที่ 100-300 บาทและต่ำกว่า 100 บาท

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับมูลค่าการใช้จ่าย

อาชีพ	ต่ำกว่า 100	100-300	300-500	มากกว่า 500	รวม
นักศึกษา	26	19	4		49
อาชีพส่วนตัว	4	32	2	2	40
ราชการ	4	5	2		11
รับจ้าง พนักงานบริษัท	28	41	4		73
เกษตรกร		2	2		4
แม่บ้าน	1	2			3
รวม	63	101	14	2	180

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า จากช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้ากับอาชีพของผู้ซื้อ จะเห็นความสัมพันธ์อยู่ที่จุดหนึ่ง คือ นักเรียน นักศึกษา อาชีพส่วนตัว รับจ้างจะมากันช่วง

ตั้งแต่ 15.00 น. – 19.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาเลิกงานและเลิกเรียน ส่วนผู้ที่มีอาชีพราชการ เกษตรกร และแม่บ้านมาช่วง 17.00 น. – 19.00 น. ซึ่งอาชีพนี้จะมีผลต่อช่วงเวลาการติดตลาด โดยจะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า

อาชีพ	13.00 - 15.00 น.	15.00 - 17.00 น.	17.00 - 19.00 น.	ไม่แน่นอน	รวม
นักศึกษา		24	21	4	49
อาชีพส่วนตัว	3	19	13	5	40
ราชการ	2	1	8		11
รับจ้าง พนักงานบริษัท	1	38	30	4	73
เกษตร		1	3		4
แม่บ้าน			3		3
รวม	6	83	78	13	180

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับมูลค่าการใช้จ่าย พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายจะแปรผันตามรายได้ กล่าวคือ ยิ่งมีรายได้มากมูลค่าการใช้จ่ายจะมากด้วย จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ยังไม่มีรายได้ส่วนใหญ่ ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท ผู้ที่มีรายได้ 3,000 – 7,000 บาท ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าอยู่ที่ 100-300 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทบางส่วนมีการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้ามากกว่า 500 บาท

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์รายได้กับมูลค่าการใช้จ่าย

รายได้	ต่ำกว่า 100 บาท	100-300 บาท	300-500 บาท	มากกว่า 500 บาท	รวม
ยังไม่มีรายได้	26	14	4		44
ต่ำกว่า 3,000	13	14			27
3,000-5,000	15	44	6		65
5,000-7,000	2	17	2		21
7,000-10,000	2	4			6
มากกว่า 10,000	5	8	2	2	17
รวม	63	101	14	2	180

6.1.3 ผู้จัดนัด จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัด 16 ราย ได้ผลการศึกษาดังนี้

เพศ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัด 16 ราย มีผู้จัดนัดที่เป็นเพศชาย 15 คน เพศหญิง 1 คน คือ ตลาดนัดหลังโรงเรียนบอสโกพิทักษ์

ที่พักอาศัย เมื่อพิจารณาที่พักอาศัยของผู้จัดนัดกับตลาดนัดที่ดำเนินการอยู่ จะพบว่า ผู้จัดนัดประมาณร้อยละ 80 จะอยู่ในละแวกใกล้เคียงกับตลาดนัดที่ตนเองจัด เช่น ผู้จัดนัดตลาดนัดวัดเกาะวังไทร ก็จะอยู่ในพื้นที่ตำบลพระประโทน หรือผู้จัดนัดตลาดนัดวัดโพรงมะเดื่อก็จะมีที่พักอยู่ในตำบลโพรงมะเดื่อ เป็นต้น มีผู้จัดนัดเพียง 3 รายเท่านั้นที่อยู่นอกเขตอำเภอเมืองนครปฐม คืออยู่ในตำบลกระจับ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 1 ราย อยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี 1 ราย และอยู่ในอำเภอกำแพงแสน 1 ราย

อาชีพเดิมก่อนการจัดนัด ผู้จัดนัดร้อยละ 71.43 เดิมมีอาชีพค้าขายอยู่แล้วเห็นช่องทางดี จึงลงมาจัดนัดเองบ้าง ร้อยละ 21.43 มีอาชีพอื่นโดยเป็นเพียงผู้ดูแลตลาดนัดให้กับทางวัด ซึ่งได้แก่ วัดโพรงมะเดื่อ วัดศรีเอกภาพ (บอสโกพิทักษ์) วัดธรรมศาลา และวัดสามควายเผือก อีกร้อยละ 7.14 มีอาชีพทำไร่แล้วได้ผลผลิตไม่คุ้ม จึงหันมาค้าขาย แล้วต่อมาก็ผันตัวเองมาเป็นผู้จัดนัด

แรงบันดาลใจในการมาประกอบอาชีพนี้ ผู้จัดนัดร้อยละ 64.56 ลงความเห็นว่าเนื่องจากตนเองมีอาชีพค้าขายอยู่แล้ว จากการที่แต่ก่อนต้องมีการแข่งขันค้าขายกับพ่อค้าเร่ที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันหลายราย แต่พอมาจัดนัดเองก็สามารถจำกัดจำนวนร้านค้าของสินค้าแต่ละประเภทได้ เป็นการลดการแข่งขันจากพ่อค้าเร่รายอื่น นอกจากนี้ยังสามารถหารายได้จากการเก็บค่าเช่าแผงได้อีกทางหนึ่งด้วย ผู้จัดนัดร้อยละ 21.43 มาเป็นเพียงผู้ดูแลตลาดนัดให้กับทางวัดเท่านั้น บางรายก็เป็นการจัดเพื่อหารายได้ให้กับทางวัด และเหตุผลอื่นๆอีกร้อยละ 14.01 เป็นอาชีพที่อิสระ และเนื่องจากตนมีพื้นที่ว่างจึงนำมาจัดตลาดนัด

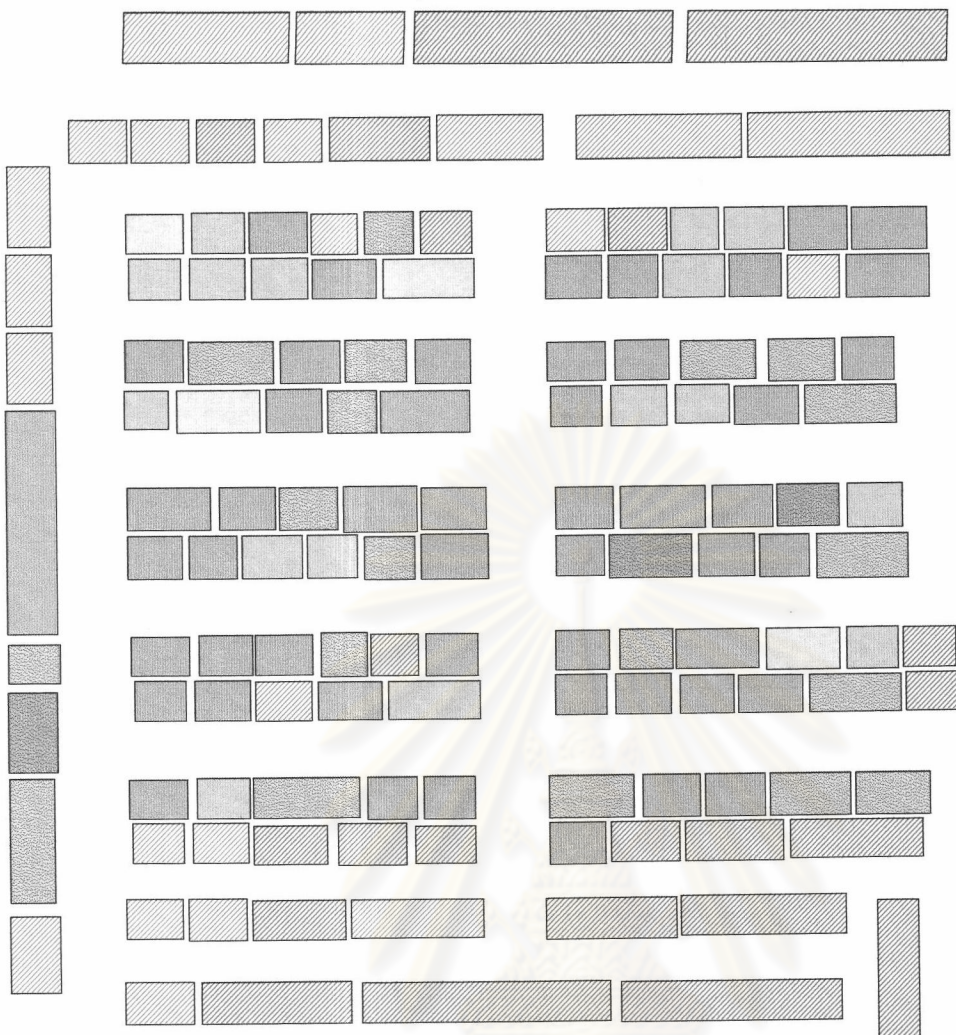
เหตุผลในการเลือกพื้นที่สำหรับจัดตลาดนัด ปัจจัยที่ผู้จัดนัดนำมาพิจารณาเวลาที่ จะเลือกพื้นที่สำหรับจัดตลาดนัด คือ เป็นพื้นที่โล่งว่างมีที่จอดรถสะดวก ใกล้โรงเรียน หอพัก บ้านเช่า โรงงาน ดิถนนวน มีรถประจำทางผ่าน มีหมู่บ้านมาก เป็นศูนย์กลางของหลายชุมชน โดยปัจจัยที่ผู้จัดนัดให้ความสำคัญมากที่สุด ประมาณร้อยละ 80 ต้องเป็นพื้นที่ที่ล้อมรอบไปด้วยชุมชนขนาดใหญ่ รองลงมาจะคำนึงถึงการสัญจรที่สะดวกมีถนนตัดผ่าน มีที่จอดรถกว้างขวาง และมีรถประจำทางผ่าน

การจัดการภายในตลาดนัดของผู้จัดนัด ผู้จัดนัดจัดเป็นบุคคลสำคัญที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมการค้าเป็นไปอย่างเรียบร้อย ซึ่งผู้จัดนัดจะต้องมีความสามารถในด้านการจัดการตั้งแต่การหาพื้นที่ ชักชวนให้พ่อค้าเร่มาขายสินค้า การดึงดูดผู้คนให้มาใช้บริการ จนถึง การดูแลความเรียบร้อยภายในพื้นที่ภายหลังตลาดนัดควาย ซึ่งจะทำการศึกษาในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) การจัดการให้พ่อค้าเข้ามาขายสินค้าในพื้นที่ ตลาดนัดจะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนเข้ามาขายสินค้านั้นก่อนที่จะเปิดดำเนินการ โดยการใช้รถประกาศในพื้นที่และตามตลาดนัดต่างๆ บางครั้งก็เป็นการทำป้ายคิดไว้บริเวณที่จะมีการจัดตลาดนัด นอกจากนี้มีการแจกใบปลิวไปตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้ทราบว่าจะมีตลาดนัดวันใดบ้าง และเริ่มเมื่อไร เพื่อให้พ่อค้าเร่ที่สนใจมาติดต่อขอลงในพื้นที่เพื่อที่จะได้แผงขายสินค้าประจำ ซึ่งระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดนัดเป็นที่รู้จักมักใช้เวลาประมาณ 1 เดือนก่อนการเปิดดำเนินการ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัดบางพื้นที่จะพบว่าผู้จัดนัดจะมีพ่อค้าเร่ที่เรียกว่า “ลูกทิม” คือ พ่อค้าเร่ที่ติดตามขายกันมานานตามนัดที่ผู้จัดคนนั้นๆ จัดขึ้นซึ่งเป็นการสัมพันธ์ส่วนบุคคล เพราะพ่อค้าเร่ที่ติดตามมานานจะได้รับสิทธิบางอย่าง เช่น ผู้จัดนัดจะทำการจำกัดประเภทสินค้าที่ขายให้เพื่อให้มีคู่แข่งน้อยลง และสิทธิในการเลือกที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

2) การจัดตำแหน่งของร้านค้า ทุกตลาดนัดมีการจัดตำแหน่งร้านค้าที่ค่อนข้างเป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ ตั้งเป็นคู่หันด้านหลังชนกัน มีพื้นที่ว่างตรงกลางเป็นทางเดิน โดยให้ร้านค้าประเภทของกินจะอยู่บริเวณตรงกลาง และด้านหน้าของตลาดนัด ส่วนสินค้าประเภทของใช้ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ รองเท้า เครื่องใช้ในครัว ฯลฯ จะอยู่รอบนอก และด้านหลัง ซึ่งผู้จัดนัดให้เหตุผลว่า คนส่วนใหญ่ที่มาตลาดนัดส่วนใหญ่มีจุดหมายในการมาซื้อของกินมากกว่าจึงใช้ร้านค้าประเภทของกินเป็นตัวดึงดูดคน และเมื่อคนซื้อของกินแล้วก็มักจะเดินรอบนอกเพื่อดูของใช้ต่างๆ อีกประการหนึ่งก็คือ ไม่ต้องการให้ของกินประเภทที่มีกลิ่น และควันไปรบกวนสินค้าอุปโภค เช่น ควันจากการปิ้งไก่ หรือหมูจะทำให้มีกลิ่นติดเสื้อผ้าที่ร้านอื่นๆ ขายได้ และจากการพิจารณาดำเนินการของร้านค้าสามารถสรุปรูปแบบการจัดตำแหน่งร้านค้าได้ 3 รูปแบบ คือ

2.1) รูปตัวยู คือ ผู้จัดนัดจัดประเภทสินค้าที่เป็นของกิน เช่น กับข้าวถุง ลูกชิ้นปิ้ง ไข่ก้อย หมูย่าง ปลาย่าง ไว้อยู่ตรงกลางของพื้นที่ และล้อมรอบด้วยสินค้าประเภทของใช้ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป , เครื่องใช้ในครัว, ของใช้เบ็ดเตล็ด เป็นต้น ตลาดนัดที่มีรูปแบบการจัดตำแหน่งร้านค้าเป็นรูปตัวยู ได้แก่ ตลาดนัดหนองเสือ, ตลาดนัดหลังโรงแรมเวล, ตลาดนัดแยกพระประโทน (สะพาน1), ตลาดนัดลำพญา และตลาดนัดวัดจันทาราม












ถนน

ทางเข้าที่จอดรถ

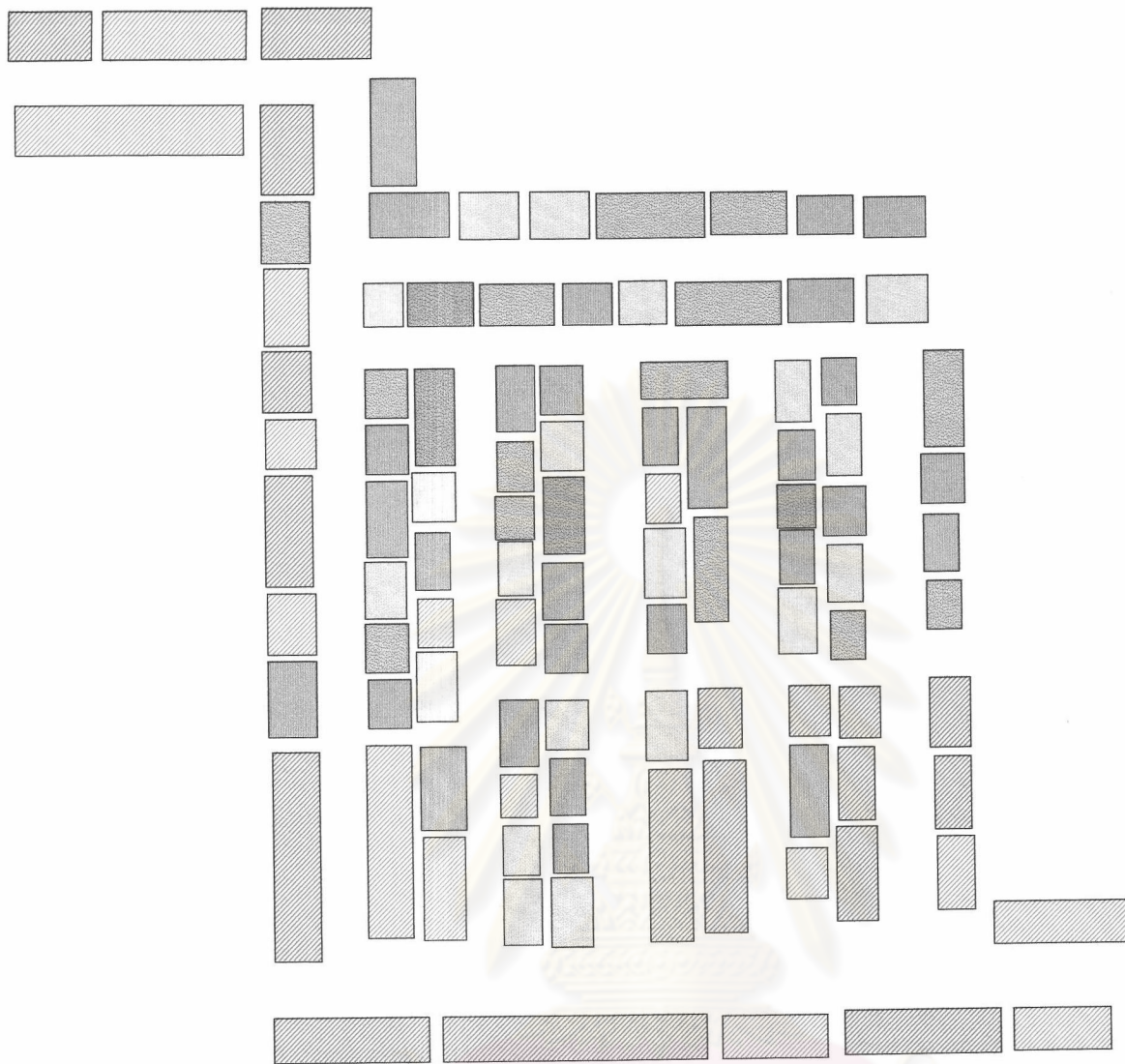
แผนผังที่ ๒ แสดงการจัดวางแผงสินค้าลักษณะรูปตัวยูในตลาดนัดลำพญา

สัญลักษณ์

- | | | | |
|---|---------------------------------|---|---------------------------------|
|  | ผักสด ผลไม้สด |  | เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ |
|  | เนื้อสัตว์ชำแหละ ไข่ |  | ของใช้ต่างๆ |
|  | อาหารทะเล ปลาสด |  | อื่นๆ |
|  | เครื่องปรุงประกอบอาหาร ของชำ | | |
|  | อาหารคาวปรุงสำเร็จ | | |
|  | อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม | | |










NO SCALE

ถนน



แผนผังที่ ๑ แสดงการจัดวางแผงสินค้าลักษณะรูปตัวแอลในตลาดนัดวัดเกาะวังไทร

สัญลักษณ์










- | | | | |
|---|---------------------------------|---|---------------------------------|
|  | ผักสด ผลไม้สด |  | เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ |
|  | เนื้อสัตว์ชำแหละ ไช้ |  | ของใช้ต่างๆ |
|  | อาหารทะเล ปลาสด |  | อื่นๆ |
|  | เครื่องปรุงประกอบอาหาร ของชำ | | |
|  | อาหารคาวปรุงสำเร็จ | | |
|  | อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม | | |

NO SCALE



แผนผังที่ 4 แสดงการจัดวางผังสินค้าลักษณะรูปตัวไอในศาลาหน้าวัดสามควายเผือก

สัญลักษณ์

- | | | | |
|---|---------------------------------|---|---------------------------------|
|  | ผักสด ผลไม้สด |  | เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ |
|  | เนื้อสัตว์ชำแหละ ไข่ |  | ของใช้ต่างๆ |
|  | อาหารทะเล ปลาสด |  | อื่นๆ |
|  | เครื่องปรุงประกอบอาหาร ของชำ | | |
|  | อาหารคาวปรุงสำเร็จ | | |
|  | อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม | | |

NO SCALE

2.2) รูปตัวแอล คือ ผู้จัดนัดจัดประเภทสินค้าที่เป็นของกิน เช่น กับข้าวถุง ลูกชิ้นปิ้ง กล้วย่าง หมูย่าง ปลาย่าง ไว้อยู่ตรงกลางของพื้นที่ และจัดร้านค้าสินค้าประเภทของใช้ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป, เครื่องใช้ในครัว, ของใช้เบ็ดเตล็ด เป็นต้น ไว้อยู่ด้านหลังและด้านข้าง ตลาดนัดที่มีรูปแบบการจัดตำแหน่งร้านค้าเป็นรูปตัวแอล ได้แก่ ตลาดนัดหนองจอก, ตลาดนัดหนองดินแดง, ตลาดนัดทางแยกรถไฟสามควายเผือก, ตลาดนัดสระกระเทียม, ตลาดนัดโค้งสามควายเผือก, ตลาดนัดวัดใหม่ปิ่นเกล้ายิว, ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร และตลาดนัดแยกวัดกลาง

2.3) รูปตัวไอ คือ ผู้จัดนัดจัดประเภทสินค้าที่เป็นของกิน เช่น กับข้าวถุง ลูกชิ้นปิ้ง กล้วย่าง หมูย่าง ปลาย่าง ไว้อยู่ด้านหน้าของพื้นที่ และจัดร้านค้าสินค้าประเภทของใช้ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป, เครื่องใช้ในครัว, ของใช้เบ็ดเตล็ด เป็นต้น ไว้อยู่ด้านหลัง ตลาดนัดที่มีรูปแบบการจัดตำแหน่งร้านค้าเป็นรูปตัวไอ ได้แก่ ตลาดนัดแยกพระประโทน, ตลาดนัดวัดโพธิ์พระมาเดื่อ, ตลาดนัดตลาดปลาเค้า (ฝั่งนอก), ตลาดนัดวัดสามควายเผือก, ตลาดนัดบ้านนา และตลาดนัดวัดสระกระเทียม

3) ค่าเช่าแผงสำหรับขายสินค้า พบว่า การชำระค่าเช่าแผงสำหรับขายสินค้านี้มี 2 ลักษณะ คือ

3.1) การชำระรายวัน เป็นการชำระตามจำนวนเตียงต่อวัน การชำระแบบนี้มักจะใช้กับพ่อค้าเร่ขาย หรือไม่มีที่ประจำ ซึ่งร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในตลาดนัด อาจใช้จำนวนเตียงวางสินค้ามากกว่า 1 เตียง หรืออาจจะกะประมาณเป็นขนาดพื้นที่ของการวางขายสินค้า ซึ่งแต่ละผู้จัดนัดจะพิจารณาค่าเช่าแผงจากพื้นที่ที่ใช้ในการวางขายสินค้าแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ราคาประมาณ 20-30 บาทต่อแผง มีเพียงตลาดนัดวัดสามควายเผือกพิจารณาพื้นที่วางขายสินค้าประกอบกับราคาสินค้าที่พ่อค้าเร่ขาย คือ ถ้าแผงสินค้ามีความยาวเท่ากันแต่ราคาสินค้าถูกกว่าแผงสินค้านั้นก็จะเสียค่าเช่าแผงถูกกว่าร้านที่มีราคาสินค้าแพงกว่า ซึ่งราคาอยู่ในประมาณ 10 – 30 บาท / 1 แผง ส่วนตลาดนัดหลังโรงแรมเวลค่าเช่าแผง 30-40 บาท / 1 แผง ตลาดนัดวัดธรรมศาลาที่มีลักษณะพิเศษ คือ ค่าเช่าแผงแล้วแต่พ่อค้าเร่จะให้เท่าไรก็ได้ และตลาดนัดหลังโรงเรียนบอสโก ค่าเช่าแผงอยู่ระหว่าง 40-60 บาท / 1 แผง นอกจากนี้ตลาดนัดแห่งนี้ยังมีการเก็บค่าถมที่จากพ่อค้าเร่ที่เป็นร้านประจำอีกร้านละประมาณ 500 – 1,000 บาท

3.2) การชำระรายเดือน เป็นการชำระตามจำนวนเตียงต่อเดือน มักใช้กับพ่อค้าเร่ขายประจำ ที่มีการจองพื้นที่ไว้ตลอด การชำระรายเดือนเป็นการชำระค่าเช่าแผงที่สินค้าที่พบมากกว่าเป็นรายวัน เพราะพ่อค้าเร่ต้องการได้พื้นที่ประจำ ซึ่งผู้จัดนัดจะกันพื้นที่ไว้สำหรับพ่อค้าเร่ประเภทนี้คือถ้าพ่อค้าเร่ประจำมาช้า ก็ยังจะกันพื้นที่ไว้ให้ก่อน แต่ถ้าเลยเวลา 15.30 น. แล้วพ่อค้าเร่ประจำยังไม่มาจึงให้พ่อค้าเร่รายอื่นใช้พื้นที่แทนได้ ซึ่งอัตราค่าเช่าขึ้นอยู่กับตลาดนัดแต่ละพื้นที่ เช่น ร้านผัก

สดที่มีประมาณ 2-3 เติงจะเสี่ยค่าเช่าประมาณเดือนละ 120 บาท แต่การชำระเป็นรายเดือนนี้ถ้าพ่อค้าเร่ไม่มาขายก็ต้องเสี่ยค่าเช่าแพง ซึ่งต่างจากการจ่ายเป็นรายวัน เพราะถ้าพ่อค้าเร่ไม่มาวันใดวันนั้นก็ไม่ต้องจ่ายค่าเช่าแพงสินค้า

4) ช่วงเวลาที่ทำการขายสินค้า แต่ละตลาดนัดพ่อค้าเร่จะเริ่มนำสินค้ามาตั้ง ตั้งแต่เวลา 13.00 น. จนถึง 15.30 น. และจะเริ่มเก็บแผงสินค้าประมาณ 18.00 น. ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพท้องฟ้า เนื่องจากร้านค้าในตลาดนัดกับข้าว ส่วนใหญ่ไม่มีการต่อไฟ ดังนั้นเมื่อตะวันตกดินร้านค้าก็จะเริ่มเก็บแผงสินค้า ดังนั้นในช่วงฤดูร้อนช่วงระยะเวลาในการขายจึงยาวนานกว่าฤดูหนาว

5) การเลือกวันลงนัด จากการสัมภาษณ์ผู้จัดนัด พบว่า การที่ผู้จัดนัดจะเลือกวันใดในการลงนัดนั้นส่วนใหญ่แล้วจะพิจารณาจากตลาดนัดที่เปิดอยู่บริเวณใกล้เคียงว่ามีวันใดบ้าง ก็จะเลือกวันที่ไม่ตรงกันเพื่อไม่ให้เป็นการแย่งลูกค้ากันเอง ซึ่งจะทำให้ตลาดนัดทั้งหลายอยู่รอดได้ และถ้าผู้จัดรายใดที่จัดตลาดนัดในพื้นที่แห่งเดียวกันแต่มีหลายวันก็จะเว้นช่วงระยะเวลาของวันประมาณ 2-4 วัน จึงจะจัดตลาดนัดซ้ำที่เดิม เช่น ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร มีวันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันเสาร์ นอกจากนี้ผู้จัดนัดที่จัดหลายแห่งก็เลือกวันที่ไม่ตรงกับตลาดนัดที่ตนจัดในที่แห่งอื่น และมีบางส่วนเท่านั้นที่ให้เหตุผลว่าจัดขึ้นตามความสะดวกของตนเอง คือ วางวันไหนก็จัดวันนั้น

6) การจำกัดจำนวนประเภทสินค้าที่จะเข้ามาขายในตลาดนัด ตลาดนัดที่ผู้จัดนัดเป็นผู้ขายสินค้าด้วย ผู้จัดนัดก็จะจำกัดจำนวนของสินค้าประเภทนั้นไม่ให้ผู้อื่นขาย เช่น ตลาดนัดตลาดปลาเค้า (ฝั่งนอก) ผู้จัดนัดขายเนื้อหมูชำแหละ ในตลาดนัดแห่งนี้จึงมีร้านที่ขายเนื้อหมูชำแหละเพียงร้านเดียวเท่านั้น นอกจากนี้ก็จะมีจำกัดจำนวนสินค้าบางประเภท เช่น ของชำ กับข้าวถุง ซีฟู้ด เนื้อไก่ชำแหละ ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นร้านค้าที่ติดตามผู้จัดนัดมานาน จึงเป็นการช่วยเหลือเพื่อลดคู่แข่งในการขายสินค้าให้กับร้านค้าดังกล่าว และบางตลาดนัดก็มีการจำกัดจำนวนสินค้าที่เป็นของสดที่เน่าเสียได้ เช่น กับข้าวถุงต่างๆ ให้มีเพียงไม่กี่ราย เพื่อให้พ่อค้าเร่เหล่านี้สามารถขายสินค้าได้หมด เพราะถ้าของเหลือจะเกิดความเสียหายมาก แต่มีตลาดนัดหลังโรงแรมเวลที่มีลักษณะพิเศษกว่าที่อื่นๆ คือ จำกัดจำนวนร้านผักสด และไข่ ให้มีเพียงอย่างละร้านเท่านั้น ซึ่งผู้จัดนัดให้เหตุผลว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ของที่นี้อยู่หอพัก อพาร์ทเมนท์ ซึ่งไม่มีพื้นที่สำหรับทำอาหาร ดังนั้นจึงซื้อเป็นอาหารสำเร็จมากกว่าการทำอาหารทานเอง ซึ่งถ้ามีร้านขายผักสดและไข่มากกว่านี้จะทำให้พ่อค้าเร่ทั้ง 2 ประเภทอยู่ไม่ได้ และเป็นที่น่าสังเกตว่าเป็นตลาดนัดเพื่อแห่งเดียวที่อยู่ใกล้ตัวเมืองมากที่สุด ดังนั้นวิถีชีวิตของกลุ่มผู้ซื้อจึงแตกต่างจากกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดแห่งอื่นที่อยู่ในพื้นที่ชานเมืองออกไป ดังนั้นผู้จัดนัดส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการจำกัดจำนวนประเภทสินค้าที่เป็นของสดมาก เพราะถ้า

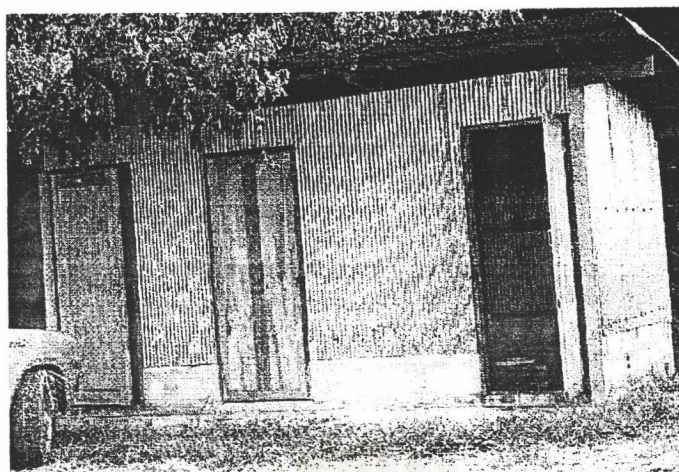
พ่อค้าเร่เหล่านั้นขายของเหลือมาก ก็จะขาดทุน ซึ่งพ่อค้าเร่ก็ต้องคืนเงินเพื่อหาตลาดนัดแห่งใหม่ ทำให้ตลาดนัดของตนซบเซาลงได้จนในที่สุดต้องเลิกกิจการไป

7) การตัดสินใจในการขาย ตลาดนัดทุกแห่งผู้จัดนัดจะตัดสินใจในการขายสินค้า คือ พ่อค้าเร่จะไม่ได้ที่ประจำที่ตนเองเคยขายอยู่ เมื่อพ่อค้าเร่รายนั้นไม่มาขายสินค้า 3 นัดติดต่อกันโดยไม่แจ้งล่วงหน้า ผู้จัดนัดก็จะให้พ่อค้าเร่รายอื่นๆเข้ามาตั้งขายแทน และถ้าต้องการเข้ามาขายในตลาดนัดแห่งนี้ก็จะต้องลงในตำแหน่งใหม่ที่ว่างอยู่ มีตลาดนัดบางแห่ง เช่น ตลาดนัดลำพญา ถ้าพ่อค้าเร่มาตั้งขายสินค้าเกินเวลา 15.30 น. จะตัดสินใจในการขายในพื้นที่เดิมของวันนั้น ถ้าจะขายต้องก็จะไปพื้นที่ว่างที่เหลือจากพ่อค้าเร่รายอื่นแล้ว ซึ่งเหตุผลก็เนื่องมาจากพ่อค้าเร่ที่มาช้าจะทำให้เกิดความยุ่งยาก และรบกวนร้านค้าที่มาตั้งก่อน และผู้ซื้อที่มาเดินซื้อสินค้า เพราะส่วนใหญ่พ่อค้าเร่จะนำรถเข้ามาใกล้กับพื้นที่ของตนเพื่อนำสินค้าลง ซึ่งเมื่อร้านอื่นตั้งหมดแล้วจะทำให้รถเข้าไม่ได้ ผู้จัดนัดจึงให้ไปตั้งร้านรอบนอกแทน

8) การกำจัดขยะภายหลังตลาดนัดเลิก ตลาดนัดเกือบทุกแห่งผู้จัดนัดจะจ้างคนมาเก็บขยะหลังตลาดนัดเลิก ซึ่งมีทั้งการจ้างคนในละแวกพื้นที่นั้น เด็กนักเรียน และมีรถอบต.มาเก็บ และมีตลาดนัดลำพญา ตลาดนัดตลาดปลาเค้า (ฝั่งใน) ตลาดนัดทางเข้าหนองดินแดงที่พ่อค้าเร่จะต้องจัดถังขยะไว้ให้ แล้วขอความร่วมมือจากพ่อค้าเร่ให้เก็บขยะมาไว้ในถังที่จัดไว้ให้แล้วจะมีรถจากเทศบาลมาเก็บอีกที ส่วนตลาดนัดหลังโรงแรมเวลผู้จัดนัดเป็นคนเก็บขยะที่เหลือเอง นอกจากนี้ตลาดนัดวัดโพรงมะเดื่อพระในวัดเป็นผู้เก็บขยะหลังตลาดนัดเลิก โดยให้เหตุผลว่า รายได้จากการจัดนัดทั้งหมดถวายให้กับวัด ทางเจ้าอาวาสจึงให้พระในวัดเป็นผู้รับผิดชอบหน้าที่นี้

9) การบริการอื่นๆ ผู้จัดนัดจะจัดบริการอื่นๆให้สำหรับพ่อค้าเร่ ซึ่งได้แก่ ห้องน้ำไฟฟ้า และน้ำประปา ซึ่งถ้าเป็นตลาดนัดที่อยู่ในกรรมสิทธิ์ของเอกชน ผู้จัดนัดจะสร้างห้องน้ำชั่วคราวไว้คอยบริการแก่พ่อค้าเร่ ส่วนไฟฟ้าจะขอต่อจากเสาไฟที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงและน้ำประปาจะต่อจากบ้านที่อยู่ในละแวกนั้น ส่วนตลาดนัดที่อยู่กรรมสิทธิ์ของวัด จะใช้ห้องน้ำ ไฟฟ้า และน้ำประปาจากทางวัด

ผู้จัดนัดจะเป็นผู้ดูแล จัดการให้ภายในตลาดนัดเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งจะดูแลตั้งแต่การจัดการให้คนเข้ามาขายสินค้าในพื้นที่ การเลือกวันที่จะลงนัดเพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อนกับตลาดนัดอื่นในละแวกใกล้เคียง การจัดตำแหน่งร้านาเพื่อให้สะดวกกับการซื้อขายสินค้า การเก็บค่าเช่าแผงสินค้า การจำกัดประเภทสินค้า การตัดสินใจในการขายสินค้า การกำจัดขยะหลังเลิกนัด และการบริการอื่นๆ ซึ่งการจัดการที่ดีจะมีส่วนที่จะทำให้ตลาดนัดสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้



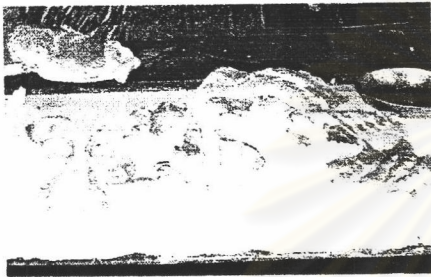
ภาพที่ 6 แสดงห้องน้ำที่ผู้จัดน้บริการให้กับพ่อค้าเร่

6.1.4 สินค้า สินค้าใน ตลาดนัดกับข้าว แบ่งออกเป็น 9 ประเภทด้วยกัน คือ

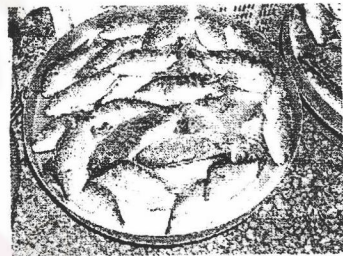
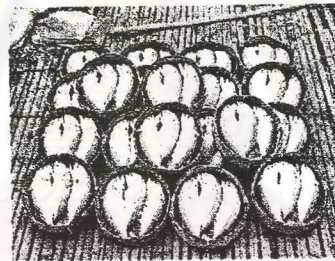
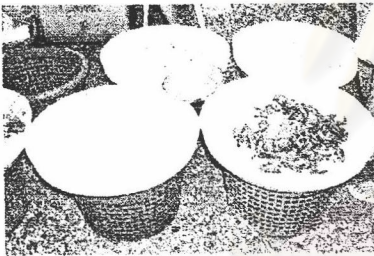
1. ผักสด ผลไม้สด
2. เนื้อสัตว์ชำแหละ และไข่ ได้แก่ เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ ไก่เป็นตัว และไข่
3. อาหารสดจากทะเล และปลาสด เช่น กุ้ง หอย ปู ปลาน้ำเค็ม ปลาน้ำจืด
4. เครื่องปรุงประกอบอาหาร และของชำ เช่น พริกแห้ง ผักดอง กระเทียม น้ำปลาน้ำตาล ของใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ ข้าวสาร เป็นต้น
5. อาหารคาวปรุงสำเร็จ เช่น ก๋วยเตี๋ยว กุ้งทอด ลูกชิ้นปิ้ง หมูย่าง หอยทอด ส้มตำ ยำต่างๆ ขนมจีบ ซาลาเปา เป็นต้น
6. อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่มต่างๆ เช่น ขนมหวานใส่ถั่ว น้ำแข็งไส ขนมขบเคี้ยว น้ำผลไม้ ขนมปัง ไอศกรีม เป็นต้น
7. เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับต่างๆ
8. ของใช้ต่างๆ เช่น ผ้าถุง หมวก ผ้า màn หมอน มุ้ง ผ้าขนหนู เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า นาฬิกา ของใช้ที่เป็นพลาสติก เป็นต้น
9. อื่นๆ เช่น ปลาตาก ปลาสดขงาม ดอกไม้สด ต้นไม้ พวงมาลัย ล้อเตี๊ยะ ของเล่นเด็ก สิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น



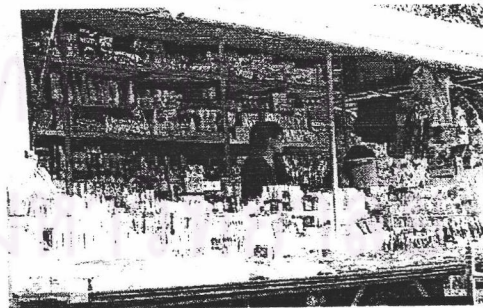
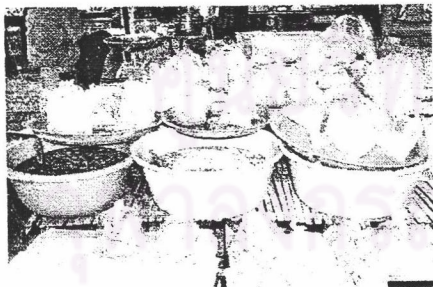
ผักสด ผลไม้



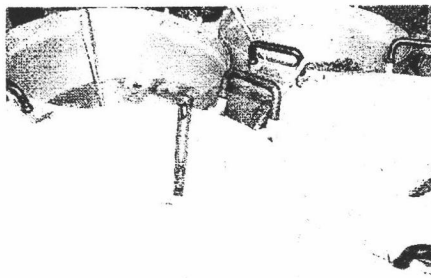
เนื้อสัตว์ชำแหละ ไข่



อาหารทะเล ปลาสด



เครื่องปรุงประกอบอาหาร ของชำ



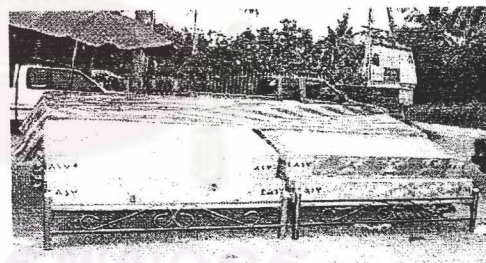
อาหารคาวปรุงสำเร็จ



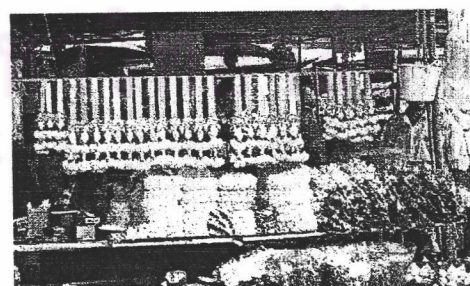
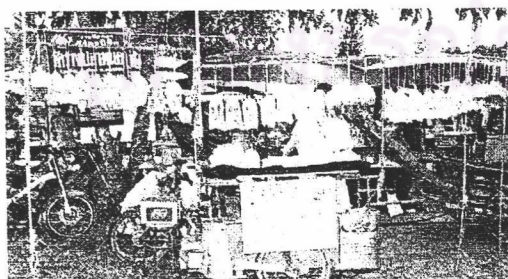
อาหารหวาน เครื่องดื่ม



เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ



ของใช้ต่างๆ



สินค้าอื่นๆ

ภาพที่ ๓ แสดงสินค้า 9 ประเภทในตลาดนัด

6.1.4.1 แหล่งที่มาของสินค้า ที่มาของสินค้าแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันออกไป จากการสอบถามพ่อค้าเร่เกี่ยวกับแหล่งที่มาของสินค้าพบว่า พ่อค้าเร่ประมาณร้อยละ 27.78 ผลิตสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายเอง ร้อยละ 70.63 รับมาขายอีกต่อหนึ่ง และร้อยละ 1.59 มีทั้งที่ผลิตเองและรับมาขายอีกต่อหนึ่ง โดยสินค้าแต่ละประเภทสามารถแจกแจงรายละเอียดแหล่งที่มาของสินค้าได้ดังนี้

- ผักสด ผลไม้สด มีทั้งผลิตเอง โดยเกษตรกรจะเป็นผู้ผลิต แล้วนำผลผลิตนั้นมาขายเอง เนื่องจากมีปริมาณสินค้าไม่มาก และรับมาขาย โดยแหล่งที่รับสินค้าประเภทผักสดส่วนใหญ่อยู่ที่ตลาดปทุมมงคล ตลาดสดเทศบาล และจากเกษตรกรโดยตรง ส่วนผลไม้มีทั้งที่ตลาดปทุมมงคล และจากเกษตรกร ซึ่งพ่อค้าเร่ขายผลไม้รายใหญ่ๆ มักรับสินค้ามาจากเกษตรกร โดยจะนำรถไปบรรทุกถึงในสวน เช่น มังคุด ทูเรียน จะไปรับสินค้าที่ระยอง จันทบุรี แดงโมไปรับที่กำแพงแสน เป็นต้น ลักษณะการขายจึงเป็นการขายผลไม้ชนิดเดียวแต่มีปริมาณมาก ทำให้สามารถขายสินค้าได้ราคาสูงกว่าพ่อค้าเร่รายย่อย ซึ่งมีผลไม้หลากหลายชนิดแต่มีปริมาณของสินค้าแต่ละชนิดไม่มาก

- เนื้อสัตว์ชำแหละ และ ไข่ ส่วนใหญ่จะเป็นรับมาขายอีกต่อหนึ่งจากฟาร์ม และจากตลาดสดเทศบาล ซึ่งจะมีการชำแหละเนื้อสัตว์ในช่วงตั้งแต่กลางคืนถึงตอนเช้ามืด พ่อค้าเร่บางรายก็มีการชำแหละเอง เนื่องจากมีฟาร์มเลี้ยงโดยวิสาหกิจชุมชน เรียกว่า “หมูน้ำ” ซึ่งจะได้เนื้อหมูที่นุ่มกว่าฟาร์มที่เลี้ยงเพื่อธุรกิจ ส่วนไข่ มีทั้งที่รับมาโดยส่วนใหญ่รับมาจากเกษตรกรโดยตรง และผลิตเอง ซึ่งพ่อค้าเร่นี้จะมาขายเมื่อมีผลิตเท่านั้น

- อาหารสดจากทะเล และปลาสด ถ้าเป็นอาหารทะเล แหล่งที่มาส่วนใหญ่อยู่ที่สะพานปลาในจังหวัดสมุทรสงคราม สมุทรสาคร และในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พ่อค้าเร่ประเภทนี้ส่วนใหญ่มีที่พำนักอยู่ในแถบจังหวัดสมุทรสงคราม สมุทรสาคร รับสินค้าแล้วนำมาเร่ขายในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ส่วนปลาน้ำจืดแหล่งที่มาอยู่ภายในจังหวัดนครปฐม ปลาส่วนใหญ่ที่พบ ได้แก่ ปลานิล ปลาตะเพียน ปลาช่อน ปลาดุก นอกจากนี้ในช่วงหน้าฝนจะพบปลาหมอกลม จึงเป็นปลาที่หาได้จากธรรมชาติเท่านั้น เนื่องจากช่วงเวลาที่ฝนตก ปลาชนิดนี้จะกระโดดขึ้นมาจากคลอง ชาวบ้านก็จะนำภาชนะไปจับตามคันนา ตามริมคลอง แล้วนำมาขายเอง ชาวบ้านมักนิยมปลาที่เลี้ยงตามธรรมชาติ (คือ ปล่อยปลาตามคันนา หรือคลองให้โตตามธรรมชาติ ให้สาหร่าย จอก แหนเป็นอาหาร) มากกว่าปลาบ่อที่ใช้อาหารเม็ดเลี้ยง เนื่องจากปลาเลี้ยงจะมีกลิ่นคาวมากกว่าปลาธรรมชาติ

- เครื่องปรุงประกอบอาหาร และของชำต่างๆ ในส่วนของเครื่องปรุงประกอบอาหาร เช่น พริกแห้ง ผักดอง น้ำพริก ปลาว่า มีพ่อค้าเร่บางส่วนผลิตเอง และบางส่วนรับมาจาก

ตลาดสดเทศบาล และตลาดโอเดียน ส่วนของชำจะรับมาจากยี่เป็งในตลาดสดเทศบาล และจากห้างแม็คโครที่มีลักษณะการขายส่ง

- อาหารคาวปรุงสำเร็จ พ่อค้าเร่ทั้งหมดผลิตสินค้าเอง แต่มีซื้อวัตถุดิบจากภายในตลาดสด แล้วนำมาประกอบอาหารขาย

- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่มต่างๆ พ่อค้าเร่ทั้งหมดผลิตสินค้าเอง แต่มีซื้อวัตถุดิบจากภายในตลาดสด แล้วนำมาประกอบอาหารขาย นอกจากนี้ยังพบลักษณะของการค้าที่เป็นแฟรนไชส์ เช่น น้ำส้มคั้นสด ที่จะมีแหล่งผลิตอยู่หลายแห่งในจังหวัดนครปฐม แล้วพ่อค้าเร่ก็จะรับสินค้ามาตั้งขายให้ โดยทางเจ้าของแฟรนไชส์นี้จะมีอุปกรณ์สำหรับใส่สินค้าให้

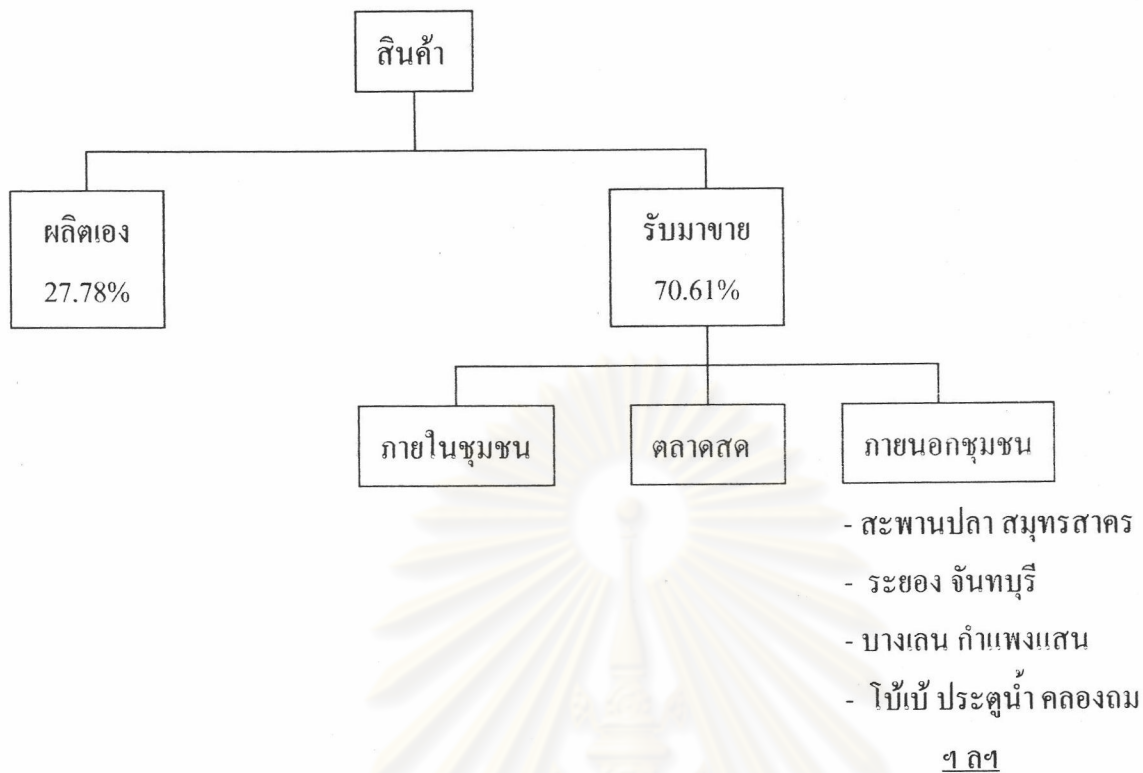


ภาพที่ ๑ แสดงสินค้าที่มีลักษณะเป็นแฟรนไชส์

- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับต่างๆ แหล่งที่มาของเสื้อผ้าสำเร็จรูป แหล่งใหญ่อยู่ที่ตลาดโป้เบ้ ประตูน้ํา และโรงงาน ซึ่งพ่อค้าเร่จะใช้เวลาในช่วงเช้าเพื่อไปซื้อสินค้าและกลับมาขายสินค้าในช่วงบ่าย ส่วนเครื่องประดับต่างๆ แหล่งที่มาส่วนใหญ่ คือ สำเพ็งและโรงงาน

- ของใช้ต่างๆ เช่น เครื่องใช้พลาสติก รองเท้า หมอน มุ้ง แหล่งที่มาส่วนใหญ่มักมาจากโรงงาน ส่วนนาฬิกา กระเป๋า เข็มขัด มักมาจากคลองถม บ้านหม้อ

- อื่นๆ เช่น อุปกรณ์มือถือ จากมาบุญครอง คลองถม ส่วนต้นไม้ ดอกไม้ พวงมาลัย ปลากัด มักจะผลิตเอง



แผนผังที่ ๓ แสดงที่มาของสินค้าในตลาดนัด

6.1.4.2 การเปลี่ยนแปลงสินค้าที่จำหน่ายตามฤดูกาลหรือตามสมัยนิยม จากการสำรวจ และสอบถาม พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้าอยู่ 3 ประเภทคือ

- การเปลี่ยนแปลงสินค้าตามฤดูกาล ได้แก่ ผักสด ผลไม้สด กล่าวคือ ถ้าในช่วงใดมีฤดูกาลของผัก ผลไม้ใด พ่อค้าเร่จะนำสินค้าประเภทนั้นมาขายเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีราคาถูกและคุณภาพดี เช่น หน้ามะม่วง ทุเรียน มังคุด ลิ้นจี่ ถ้าไปตลาดนัดก็จะพบแต่ผลไม้เหล่านี้วางขายเป็นจำนวนมาก ในด้านการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลของผักสดทำให้มีผลต่อสินค้าประเภทอาหารคาวปรุงสำเร็จ คือ ถ้าฤดูใดผักชนิดใดถูกก็จะนำผักชนิดนั้นมาประกอบอาหารขาย เพราะจะทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำ

- การเปลี่ยนแปลงสินค้าตามช่วงเวลา เช่น ช่วงเทศกาลงานบุญ ถ้าไปตลาดนัดก่อนหน้าวันพระจะพบว่า มีสินค้าจำพวกดอกไม้สด พวงมาลัยมาวางขาย งานสงกรานต์ มีสินค้าประเภทแป้งหอม ขัน งานปีใหม่ มีสินค้าประเภทตุ๊กตา ของขวัญต่างๆ ช่วงต้นเดือน กลางเดือน มีล็อตเตอรี่มาวางขาย เป็นต้น

- การเปลี่ยนแปลงสินค้าตามแฟชั่น ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า เครื่องประดับ เพื่อให้ทันกับแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา และความต้องการของผู้ซื้อ

6.1.4.3 การกำหนดราคาสินค้า ในตลาดนัดมีการกำหนดราคา 2 รูปแบบคือ

- กำหนดตามราคาตลาด พ่อค้าจะตั้งราคาโดยพิจารณาว่าร้านค้าส่วนใหญ่กำหนดราคาสินค้าเท่าไร จึงกำหนดตามราคาดังนั้น ส่วนหนึ่งเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกันระหว่างพ่อค้าเร่ด้วยกันเอง ประเภทสินค้าที่มีการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกันมักเป็นสินค้าประเภทที่มีหลายราย เช่น สินค้าประเภทแกงถุง ผักสด ผลไม้สด จะกำหนดให้เป็นราคาเดียวกัน แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของปริมาณ รสชาติ และคุณภาพ ซึ่งการกำหนดราคาของตลาดนัดแต่ละแห่งก็แตกต่างกัน เช่น ตลาดนัดตลาดปลาเค้ากำหนดราคาแกงถุงละ 10 บาท ตลาดนัดวัดใหม่กำหนดราคาอยู่ที่ถุงละ 20 บาท 3 ถุง 50 บาท เป็นต้น จากแบบสอบถามพบว่า พ่อค้าเร่ร้อยละ 70.63 กำหนดราคาสินค้าตามราคาตลาด

- กำหนดราคาเอง พ่อค้าเร่ที่กำหนดราคาเองนี้มักขายสินค้าประเภทที่ไม่ซ้ำกับรายอื่น หรือมีคู่แข่งน้อย มักเป็นจำพวกอาหารที่ไม่ใช่แกง เช่น ไก่ทอด น้ำพริก ขนมนึ่ง เป็นต้น ส่วนสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปมักมีการกำหนดราคาสินค้าที่แตกต่างกัน เพื่อดึงดูดผู้ซื้อ หรือที่เรียกว่า “ตัดราคา” โดยพ่อค้าเร่ที่มักขายสินค้าตัดราคามักเป็นพ่อค้าเร่ชาวจีนที่นำสินค้ามาจากโรงงานที่มีต้นทุนต่ำมาวางขายในราคาที่ถูกลงกว่าร้านค้าอื่นๆ นอกจากนี้ยังพบในสินค้าประเภทเครื่องใช้พลาสติกของใช้ต่างๆ ซึ่งการขายตัดราคากันนี้เองทำให้เกิดความขัดแย้งกันระหว่างพ่อค้าเร่

โดยสรุปแล้วการกำหนดราคามักเป็นไปตามราคาตลาด แต่จะมีบางส่วนที่กำหนดราคาเอง โดยส่วนที่มักจะทำให้เกิดความขัดแย้งมักเป็นพ่อค้าเร่ชาวจีนที่มักนำสินค้ามาขายในราคาถูกกว่าร้านค้าประจำที่มีอยู่ในตลาดนัด ซึ่งก่อให้เกิดความไม่พอใจกับพ่อค้าเร่ประจำในตลาดนัดนั้นๆ

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินค้ากับช่วงเวลาจำหน่ายสินค้า

ประเภทสินค้าที่ขาย	ช่วงเวลาจำหน่ายสินค้าที่ดีที่สุด				
	13.00 - 15.00 น.	15.00 - 17.00 น.	17.00 - 19.00 น.	ไม่แน่นอน	รวม
ผักสด ผลไม้สด	2	15	10	9	36
เนื้อสัตว์ชำแหละ ไช้		4	1	3	8
อาหารสดจากทะเล ปลาสด		3	3	2	8
เครื่องปรุงประกอบอาหาร ของชำ		4		7	11
อาหารคาวปรุงสำเร็จ	1	7	12	10	30
อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	1	16	5	5	27
เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ		8	15	8	31
ของใช้ต่างๆ		8	9	5	22
อื่นๆ			2	6	8
รวม	4	65	57	55	181

ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินค้ากับช่วงเวลาจำหน่ายสินค้า จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าช่วงเวลา 15.00 – 17.00 น. เป็นช่วงที่สินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด และอาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่มขายดีที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้ซื้อที่เป็นแม่บ้านส่วนใหญ่ออกมาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อนำไปประกอบอาหารมื้อเย็น และเป็นช่วงเวลาที่นักเรียนเลิกเรียน จึงทำให้อาหารหวาน และเครื่องดื่มขายดีในช่วงเวลานี้ ส่วนช่วงเวลา 17.00 – 19.00 น. เป็นช่วงที่สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับจะขายดี เนื่องเป็นช่วงที่อากาศไม่ร้อน ผู้คนมักจะมาเดินเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้หลังจากเสร็จภารกิจต่างๆ ส่วนสินค้าประเภทอาหารหวานปรุงสำเร็จจะขายดีทุกช่วงเวลาขึ้นอยู่กับว่าผู้ซื้อจะมาซื้อสินค้าเวลาใด

6.2 กิจกรรมการค้าภายในตลาดนัด

6.2.1 ประเภทและสัดส่วนของกิจกรรม

6.2.1.1 ประเภทกิจกรรม การแบ่งประเภทกิจกรรมได้อาศัยแนวความคิดของ Chapin ที่ได้สรุปว่ากิจกรรมนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วยกัน 3 ประการ คือ แหล่งประกอบกิจกรรม ประเภทของกิจกรรมและระบบกิจกรรม และ งานเขียนของฉัตรชัย พงศ์ประยูร¹ ที่กล่าวว่ากิจกรรมในเขตCBDดำเนินกิจกรรมไปได้ด้วยความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน คือ

- 1) เกี่ยวข้องกันในเชิงแข่งขัน ร้านค้าย่อยต่างๆอยู่รวมกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน โดยการดึงดูดลูกค้ามาให้มากที่สุด แล้วแบ่งเขตตลาดกัน โดยที่ลูกค้ามีโอกาสเปรียบเทียบสินค้านี้ระหว่างร้านได้
- 2) เกี่ยวโยงกันในเชิงส่งเสริมกัน ร้านค้าในเขตนี้จะดึงดูดธุรกิจอื่นให้มาตั้งอยู่ใน CBD เป็นการช่วยเหลือกันและกัน
- 3) เกี่ยวโยงเชิงร่วมสถานที่ กิจกรรมที่ต้องการพึ่งพาแหล่งบริการ หรือสถานที่แบบเดียวกัน
- 4) เกี่ยวโยงเชิงประกอบ แหล่งบริการซึ่งอยู่ใกล้สำนักงาน เพื่อจัดหาสินค้า บริการให้กับพนักงานที่มีจำนวนมาก

จากแนวความคิดทั้ง 2 ดังกล่าวสามารถนำมาปรับใช้กับการศึกษาประเภทกิจกรรมในตลาดนัดกับข้าว เนื่องจาก ตลาดนัดกับข้าว ไม่ได้มีลักษณะเป็น CBD แต่เป็นเพียงแหล่งกลางสำหรับการซื้อขายชั่วคราว ดังนั้นจึงสามารถแบ่งกิจกรรมออกเป็นเพียง 2 ประเภท คือ

¹ ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, ภูมิศาสตร์เมือง, หน้า 115-116.

- กิจกรรมหลัก เป็นกิจกรรมที่รวมกลุ่มโดยเกี่ยวข้องในเชิงแข่งขัน โดยร้านค้าย่อยอยู่รวมกัน เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ดังคุณลูกค้ามาให้มากที่สุด ได้แก่กิจกรรมการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร จากการสำรวจกิจกรรมภายใน ตลาดนัดกับข้าว แต่ละแห่ง สามารถแบ่งประเภทกลุ่มการค้าออกตามลักษณะสินค้าที่จำหน่ายเป็น 6 ชนิด คือ

1. ผักสด ผลไม้สด
2. เนื้อสัตว์ชำแหละ และไข่ ได้แก่ เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อไก่ ไก่เป็นตัว และไข่
3. อาหารสดจากทะเล และปลาสด เช่น กุ้ง หอย ปู ปลาน้ำเค็ม ปลาน้ำจืด
4. เครื่องปรุงประกอบอาหาร และของชำ เช่น พริกแห้ง ผักคอง กระเทียม ซิอิ้ว น้ำปลาน้ำตาล ของใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ ข้าวสาร เป็นต้น
5. อาหารคาวปรุงสำเร็จ เช่น กับข้าวถุง ไก่ทอด ลูกชิ้นปิ้ง หมูย่าง หอยทอด ส้มตำ ยำต่างๆ ขนมจีบ ซาลาเปา เป็นต้น
6. อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่มต่างๆ เช่น ขนมหวานไส้ถั่ว น้ำแข็งไส ขนมขบเคี้ยว น้ำผลไม้ ขนมปัง ไอศกรีม เป็นต้น

- กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมหลักในเชิงส่งเสริมกัน หมายถึงร้านค้าในแต่ละตลาดจะดึงดูดธุรกิจประเภทอื่นให้มาขายสินค้า เป็นการช่วยเหลือกันและกัน ได้แก่ กิจกรรมการขายสินค้าอื่นที่ไม่ใช่อาหาร จากการสำรวจกิจกรรมภายใน ตลาดนัดกับข้าว แต่ละแห่ง สามารถแบ่งประเภทกลุ่มการค้าออกตามลักษณะสินค้าที่จำหน่ายเป็น 3 ชนิด คือ

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับต่างๆ
2. ของใช้ต่างๆ เช่น ผ้าถุง หมวก ผ้า màn หมอน มุ้ง ผ้าขนหนู เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า นาฬิกา ของใช้ที่เป็นพลาสติก ของเล่นเด็ก สิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น
3. อื่นๆ เช่น ปลา กัด ปลาชวยงาม ดอกไม้สด ต้นไม้ พวงมาลัย เป็นต้น

6.2.1.2 สัดส่วนของกิจกรรมในแต่ละวัน จากการเจนนับกิจกรรมทั้งหมดในตลาดนัดกับข้าว ทั้งหมด 27 แห่งที่เปิดดำเนินการในแต่ละวันในรอบหนึ่งสัปดาห์ โดยแบ่งแยกกิจกรรมออกเป็น 9 กลุ่ม โดยมีหมวดหลักเป็น 2 หมวดกลุ่มกิจกรรมข้างต้น ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนามระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – มีนาคม พ.ศ. 2545 สามารถสรุปกิจกรรมในแต่ละวันได้ดังนี้ คือ

วันจันทร์ มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 7 แห่ง มี 6 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 1 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม่จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันจันทร์ทั้งหมด 648 ร้าน

ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 23.15 รองลงมาคือ ผักสด ผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 18.33

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันจันทร์

ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	122	18.83
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	30	4.63
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	25	3.86
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	70	10.80
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	150	23.15
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	95	14.66
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	109	16.82
- ของใช้ต่างๆ	30	4.63
- อื่นๆ	17	2.62
รวม	648	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ เดือนตุลาคม 2544 – มีนาคม 2545

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันอังคาร

ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	189	19.40
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	45	4.62
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	52	5.34
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	98	10.06
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	211	21.66
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	164	16.84
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	145	14.89
- ของใช้ต่างๆ	42	4.31
- อื่นๆ	28	2.87
รวม	974	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ เดือนตุลาคม 2544 – มีนาคม 2545

วันอังคาร มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 10 แห่ง มี 2 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ 5 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 3 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม่จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันอังคารทั้งหมด 974 ร้าน ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 21.66 รองลงมาคือ ผักสด ผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 19.40

วันพุธ มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 7 แห่ง มี 2 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ 4 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 1 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม่จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันพุธทั้งหมด 731 ร้าน ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 22.44 รองลงมาคือ ผักสด ผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 18.33

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันพุธ

ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	134	18.33
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	28	3.83
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	38	5.20
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	79	10.81
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	164	22.44
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	132	18.06
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	99	13.54
- ของใช้ต่างๆ	37	5.06
- อื่นๆ	20	2.74
รวม	731	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ เดือนตุลาคม 2544 – มีนาคม 2545

วันพฤหัสบดี มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 7 แห่ง มี 2 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ 3 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 2 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม่จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันพฤหัสบดีทั้งหมด 703 ร้าน ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 19.91 รองลงมาคือ ผักสด ผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 18.63

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันพฤหัสบดี

ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	131	18.63
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	35	4.98
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	41	5.83
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	72	10.24
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	140	19.91
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	115	16.36
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	111	15.79
- ของใช้ต่างๆ	34	4.84
- อื่นๆ	24	3.41
รวม	703	100

ที่มา : จากการสำรวจ เดือนตุลาคม 2544 – มีนาคม 2545

วันศุกร์ มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 8 แห่ง มี 1 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ 6 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 1 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม่จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันศุกร์ทั้งหมด 922 ร้าน ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 20.93 รองลงมาคือ ผักสด ผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 18.76

วันเสาร์ มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 6 แห่ง มี 1 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ 3 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 2 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม่จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันเสาร์ทั้งหมด 671 ร้าน ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 22.95 รองลงมาคือ อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 16.39

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันศุกร์

ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	173	18.76
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	44	4.77
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	43	4.66
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	84	9.11
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	193	20.93
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	148	16.05
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	163	17.68
- ของใช้ต่างๆ	36	3.90
- อื่นๆ	38	4.12
รวม	922	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ เดือนตุลาคม 2544 – มีนาคม 2545

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันเสาร์

ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	105	15.65
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	30	4.47
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	36	5.37
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	69	10.28
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	154	22.95
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	110	16.39
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	107	15.95
- ของใช้ต่างๆ	39	5.81
- อื่นๆ	21	3.13
รวม	671	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ เดือนตุลาคม 2544 – มีนาคม 2545

วันอาทิตย์ มีตลาดนัดเกิดขึ้นซ้ำซ้อนกัน 9 แห่ง มี 3 แห่ง ที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ 3 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดกลาง และ 3 แห่งเป็นตลาดนัดขนาดเล็ก มีลักษณะการกระจายตัวของ

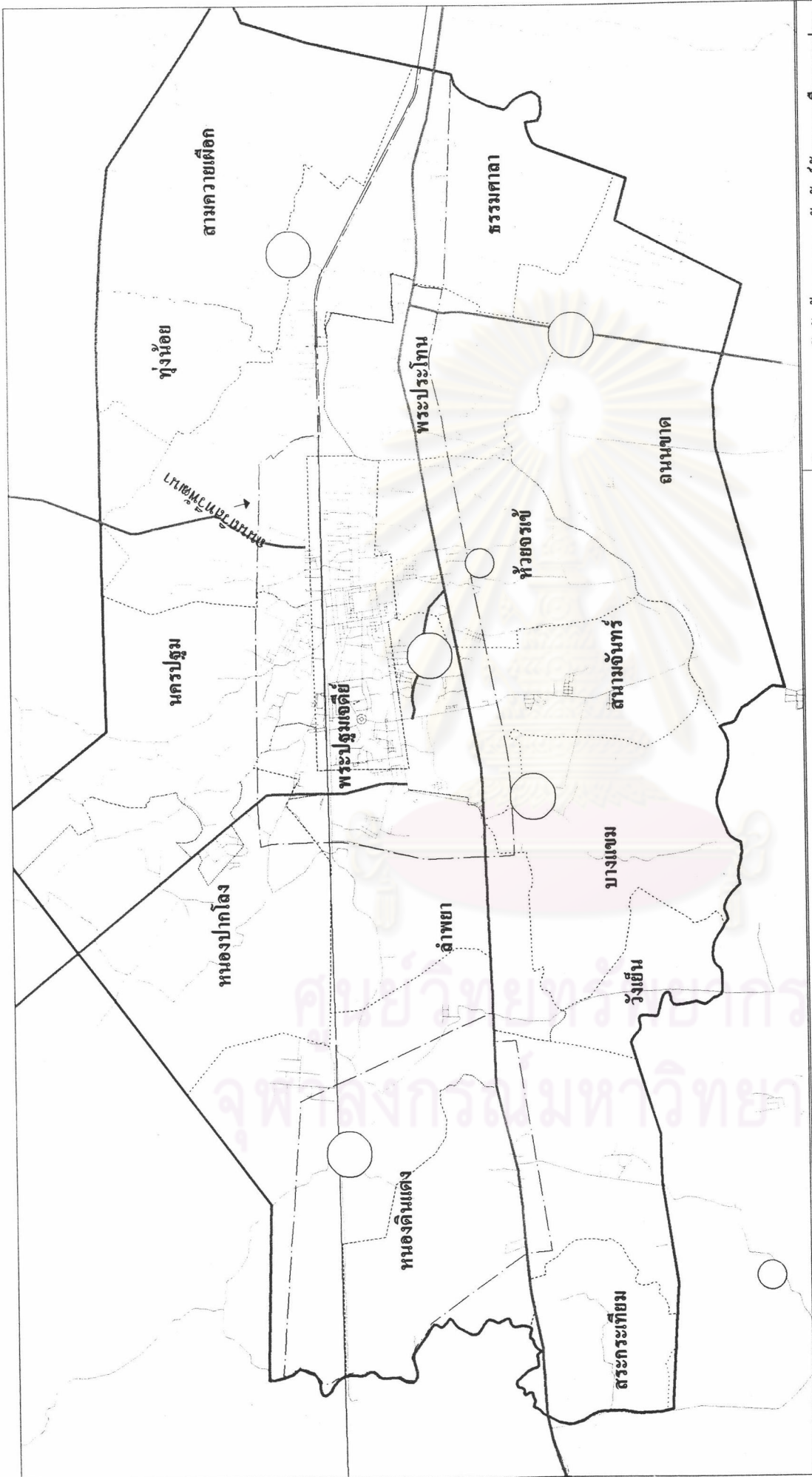
ตลาดนัดเป็นแบบทั่วไป คือ ไม้จับกลุ่มอยู่บริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง มีร้านค้าที่เปิดดำเนินการในวันเสาร์ทั้งหมด 1,018 ร้าน ประเภทของสินค้าที่มีมากที่สุด คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จและผักสด ผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 18.66 รองลงมาคือ อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 16.40

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของ ตลาดนัดกับข้าว ในวันอาทิตย์









ประเภทสินค้า	จำนวนร้านค้า	ร้อยละ
กิจกรรมหลัก		
- ผักสด-ผลไม้	190	18.66
- เนื้อสัตว์ชำแหละ-ไข่	47	4.62
- อาหารสดจากทะเล - ปลาสด	53	5.21
- เครื่องปรุงประกอบอาหาร - ของชำ	106	10.41
- อาหารคาวปรุงสำเร็จ	190	18.66
- อาหารหวานปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม	167	16.40
กิจกรรมส่งเสริม		
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ	159	15.62
- ของใช้ต่างๆ	44	4.32
- อื่นๆ	62	6.09
รวม	1,018	100.00

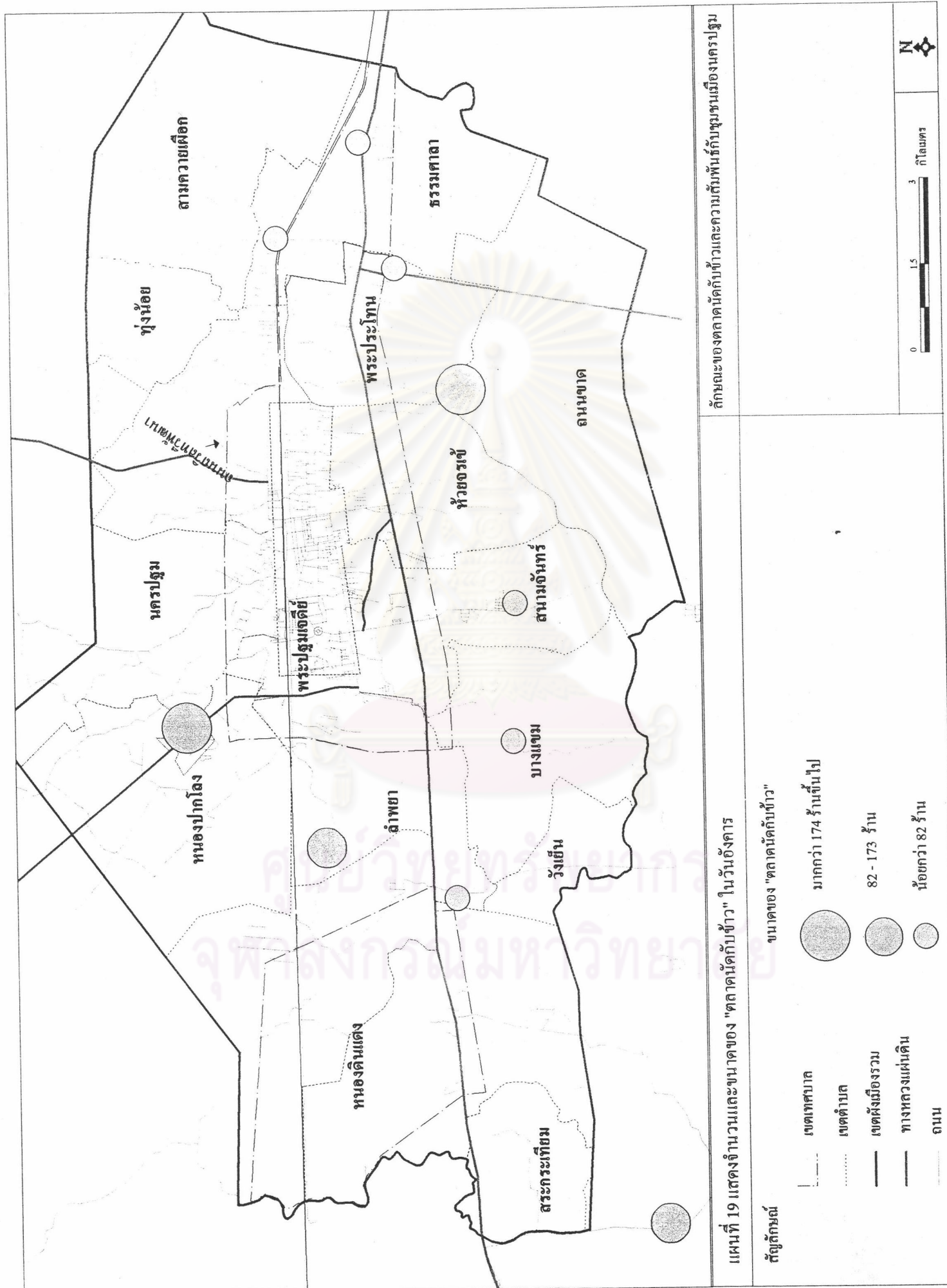
จากจำนวนของกิจกรรมในแต่ละวัน จะพบว่าวันอาทิตย์เป็นวันที่มีกิจกรรมหนาแน่นมากที่สุด เนื่องจากมีตลาดนัดขนาดใหญ่เปิดดำเนินการในวันอาทิตย์ถึง 3 ตลาดนัด คือ ตลาดนัดวัดใหม่ ปิ่นเกลียว ตลาดนัดวัดเกาะวังไทร และตลาดนัดวัดสามควายเผือก เป็นที่สังเกตว่าวันอาทิตย์เป็นวันหยุดทำงานและหยุดเรียน ดังนั้นผู้คนจึงมีเวลาที่จะมาเดินเลือกซื้อสินค้ามากกว่าวันอื่นๆ ส่วนวันจันทร์เป็นวันที่มีจำนวนกิจกรรมน้อยที่สุด เนื่องจากว่าเป็นวันที่ไม่มีตลาดนัดขนาดใหญ่เปิดดำเนินการในวันนี้เลย

ในด้านสัดส่วนของกิจกรรมในแต่ละวัน พบว่า กิจกรรมที่มีสัดส่วนมากที่สุดในทุกๆวัน คือ อาหารคาวสำเร็จรูป รองลงมา คือ ผักสด ผลไม้สด และอาหารหวานสำเร็จรูป เครื่องดื่ม นอกจากนี้จะสังเกตเห็นได้ว่าในวันที่มีจำนวนกิจกรรมมากจะมีสัดส่วนของกิจกรรมส่งเสริมมาสนับสนุนกิจกรรมหลักเป็นสัดส่วนที่มากขึ้นด้วย



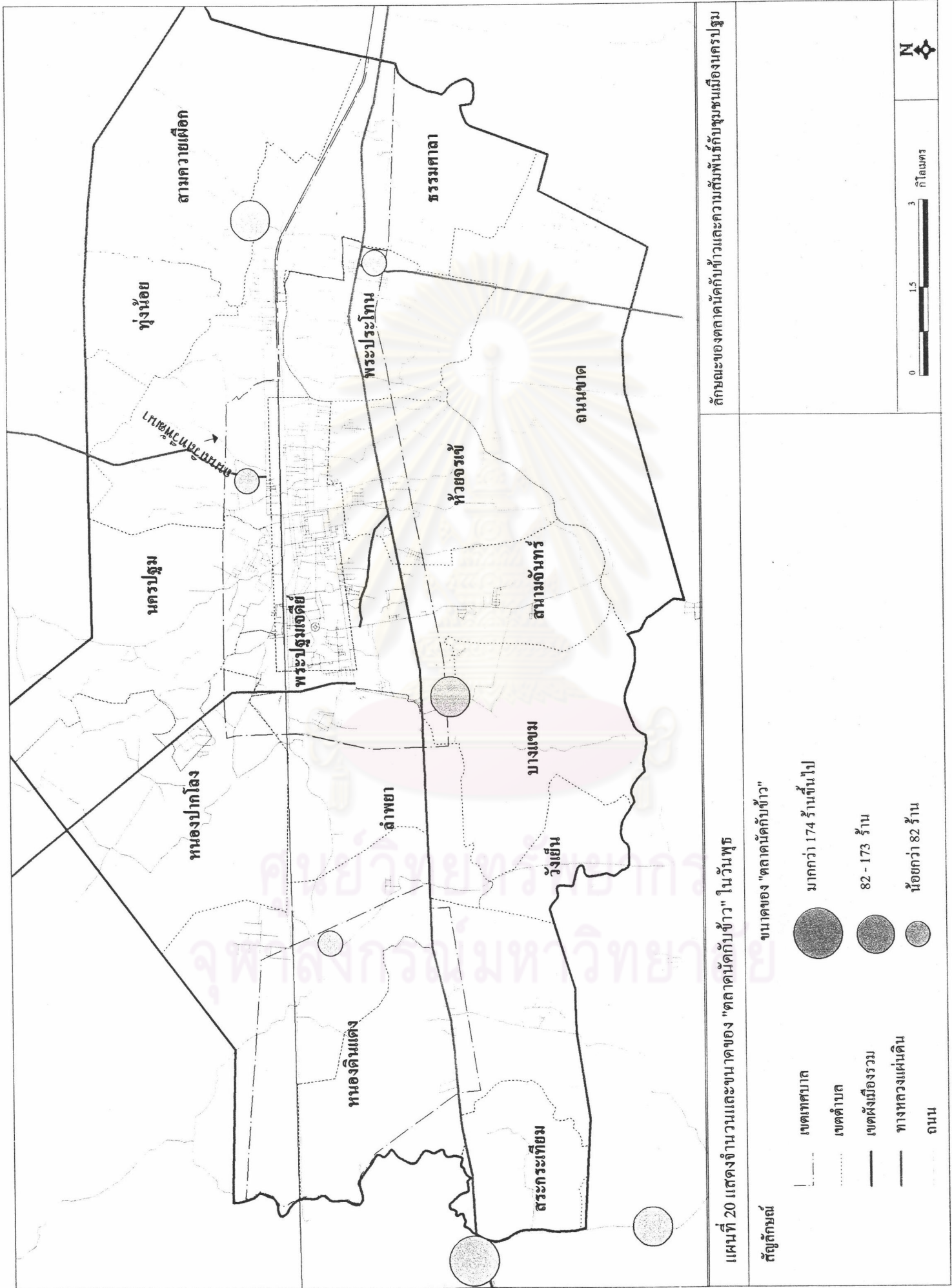
แผนที่ 18 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาคันคับข้าว" ในวันจันทร์
ลักษณะของตลาคันคับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม

สัญลักษณ์	<p>ขนาดของ "ตลาคันคับข้าว"</p> <ul style="list-style-type: none">  มากกว่า 173 ร้านขึ้นไป  82 - 173 ร้าน  น้อยกว่า 82 ร้าน <ul style="list-style-type: none">  เขตเทศบาล  เขตตำบล  เขตผังเมืองรวม  ทางหลวงแผ่นดิน  ถนน
-----------	--



แผนที่ 19 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาคันคักข้าว" ในวันอังคาร
ลักษณะของตลาคันคักข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม

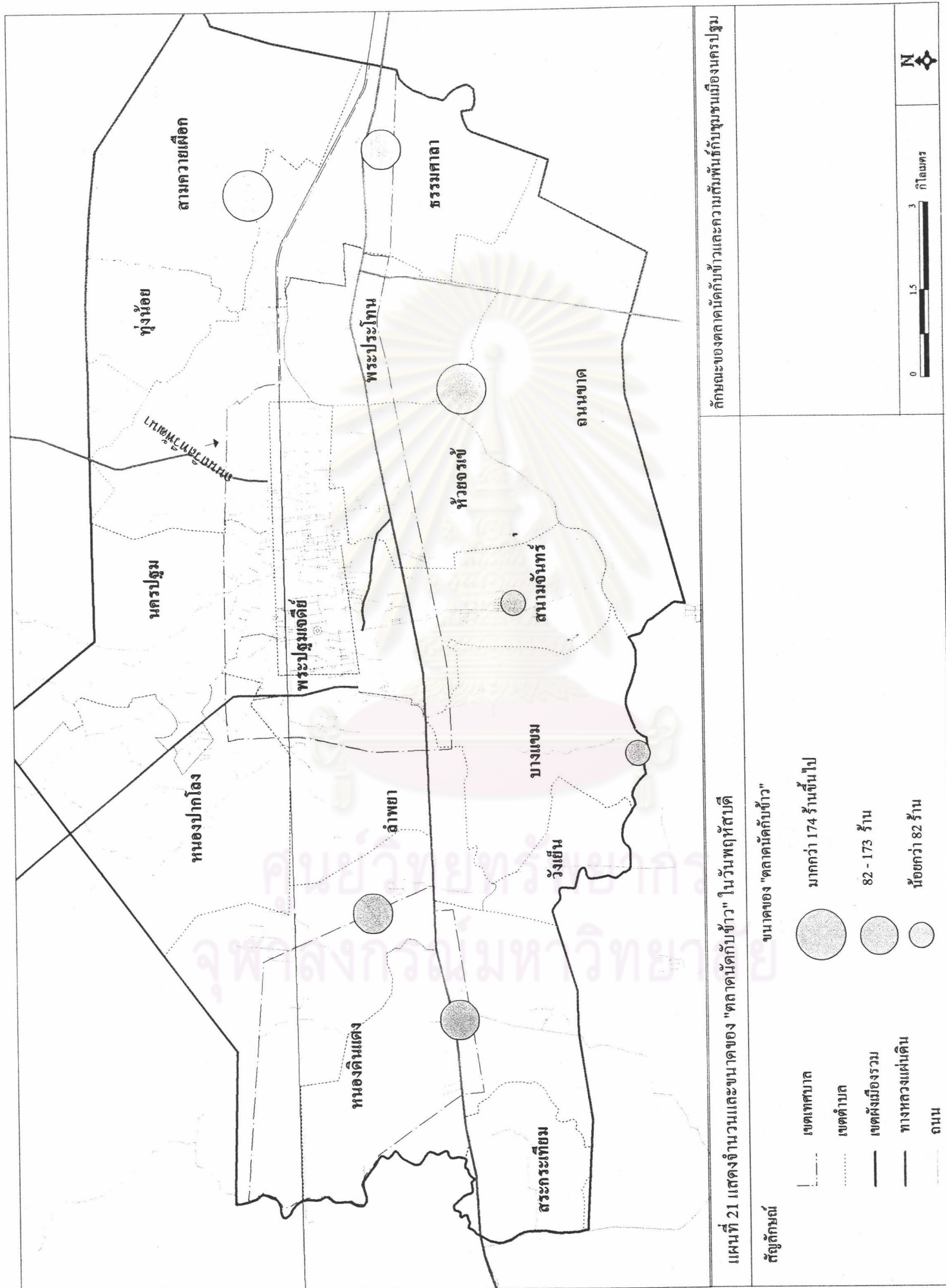
<p>สัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> — เขตเทศบาล เขตตำบล — เขตผังเมืองรวม — ทางหลวงแผ่นดิน — ถนน 	<p>ขนาดของ "ตลาคันคักข้าว"</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มากกว่า 174 ไร่ขึ้นไป ● 82 - 173 ไร่ ● น้อยกว่า 82 ไร่
<p>0 1.5 3 กิโลเมตร</p> <p style="text-align: right;">N</p>	



แผนที่ 20 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาดนัดกับข้าว" ในวันพุธ

<p>สัญลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> ----- เขตเทศบาล เขตตำบล ———— เขตผังเมืองรวม ———— ทางหลวงแผ่นดิน ถนน 	<p>ขนาดของ "ตลาดนัดกับข้าว"</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มากกว่า 174 ร้านขึ้นไป ● 82 - 173 ร้าน ● น้อยกว่า 82 ร้าน
--	---

ลักษณะของตลาดนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม



แผนที่ 21 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาคันคักข้าว" ในวันพฤหัสบดี
ลักษณะของตลาคันคักข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม

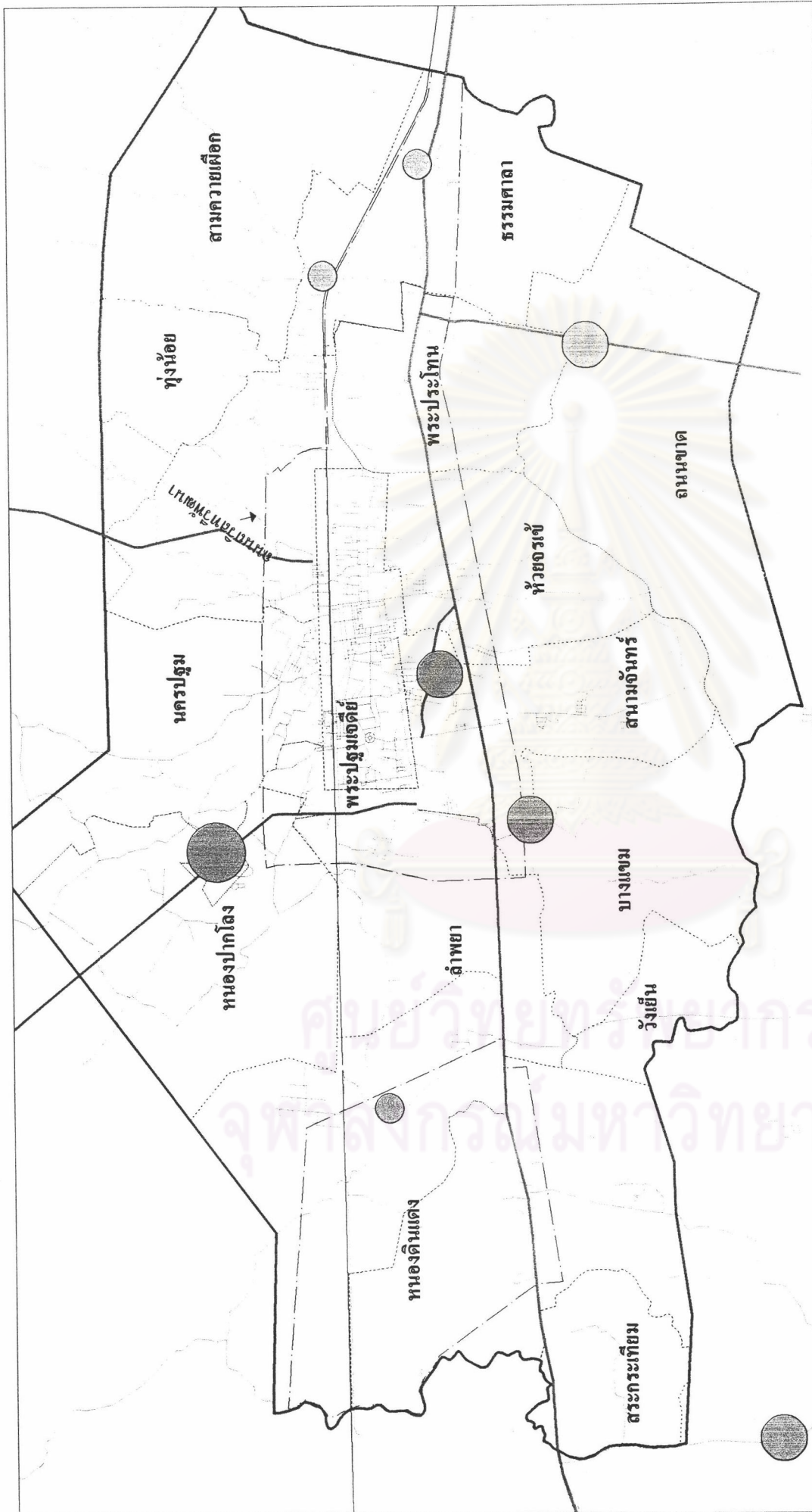
สัญลักษณ์

- เขตเทศบาล
- เขตตำบล
- เขตผังเมืองรวม
- ทางหลวงแผ่นดิน
- ถนน

ขนาดของ "ตลาคันคักข้าว"

- มากกว่า 174 ไร่ขึ้นไป
- 82 - 173 ไร่
- น้อยกว่า 82 ไร่



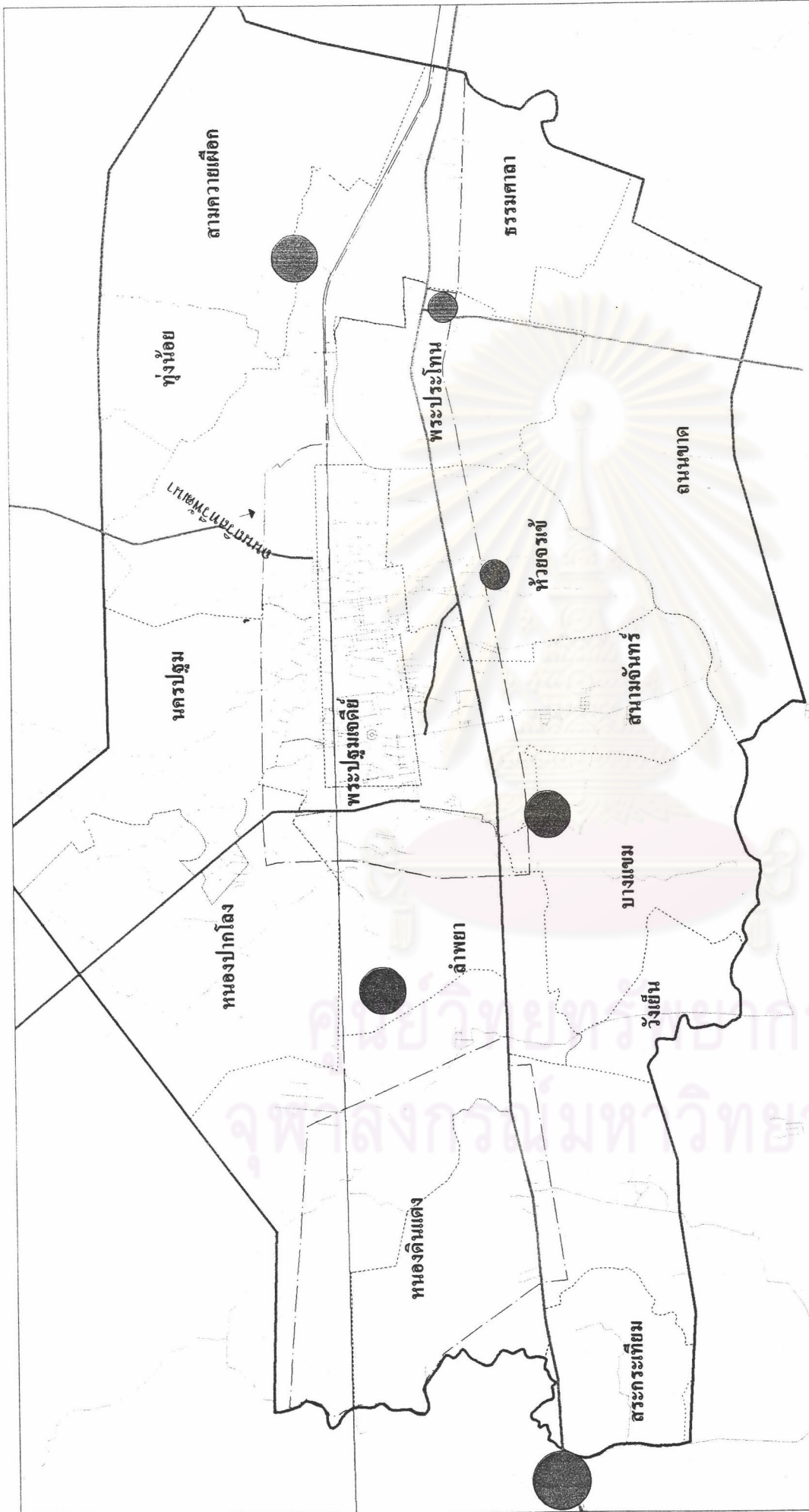


แผนที่ 22 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาคมนัดกับข้าว" ในวันศุกร์

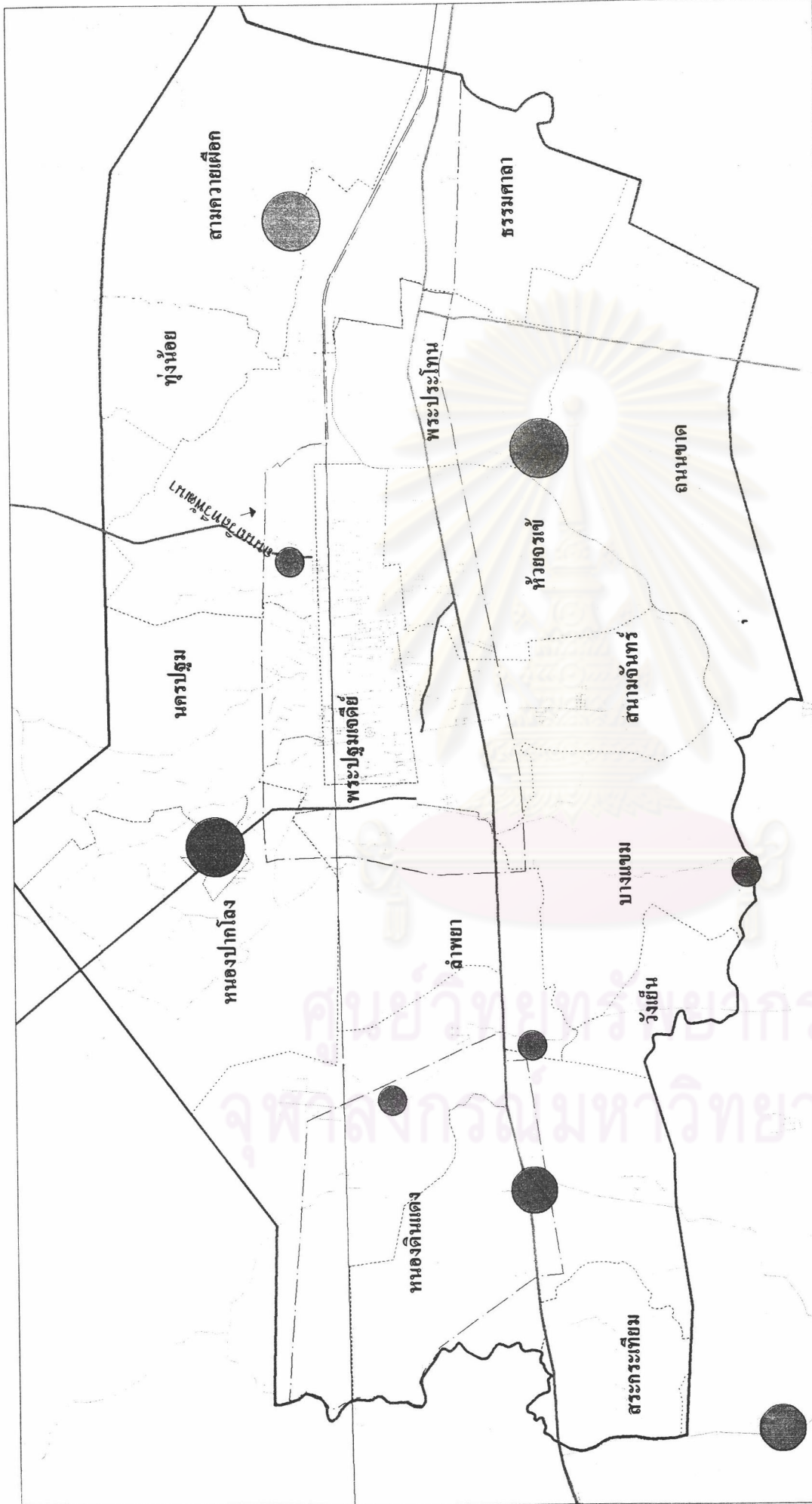
สัญลักษณ์	<p>ขนาดของ "ตลาคมนัดกับข้าว"</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มากกว่า 174 ร้านขึ้นไป ● 82 - 173 ร้าน ● น้อยกว่า 82 ร้าน
สัญลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> — เขตเทศบาล — เขตตำบล — เขตผังเมืองรวม — ทางหลวงแผ่นดิน — ถนน



ลักษณะของตลาคมนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม



<p>แผนที่ 23 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาดนัดกับข้าว" ในวันเสาร์</p>	<p>ลักษณะของตลาดนัดกับข้าวและขนาดพื้นที่กับชุมชนเมืองนครปฐม</p> <p>ขนาดของ "ตลาดนัดกับข้าว"</p> <table border="0"> <tr> <td>เขตเทศบาล</td> <td>●</td> <td>มากกว่า 174 ร้านขึ้นไป</td> </tr> <tr> <td>เขตตำบล</td> <td>●</td> <td>82 - 173 ร้าน</td> </tr> <tr> <td>เขตผังเมืองรวม</td> <td>●</td> <td>น้อยกว่า 82 ร้าน</td> </tr> <tr> <td>ทางหลวงแผ่นดิน</td> <td>—</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ถนน</td> <td>—</td> <td></td> </tr> </table>	เขตเทศบาล	●	มากกว่า 174 ร้านขึ้นไป	เขตตำบล	●	82 - 173 ร้าน	เขตผังเมืองรวม	●	น้อยกว่า 82 ร้าน	ทางหลวงแผ่นดิน	—		ถนน	—	
เขตเทศบาล	●	มากกว่า 174 ร้านขึ้นไป														
เขตตำบล	●	82 - 173 ร้าน														
เขตผังเมืองรวม	●	น้อยกว่า 82 ร้าน														
ทางหลวงแผ่นดิน	—															
ถนน	—															



แผนที่ 24 แสดงจำนวนและขนาดของ "ตลาคนัดกับข้าว" ในวันอาทิตย์

สัญลักษณ์	เขตเทศบาล	ขนาดของ "ตลาคนัดกับข้าว"
	เขตตำบล	มากกว่า 174 ร้านขึ้นไป
เขตผังเมืองรวม	82 - 173 ร้าน	
ทางหลวงแผ่นดิน	น้อยกว่า 82 ร้าน	
ถนน		



ลักษณะของตลาคนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม

6.2.2 วิธีการขนส่งสินค้า พิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้บรรทุกสินค้าของพ่อค้าเร่เพื่อนำมาขายยังตลาดนัด เท่าที่สำรวจและสอบถามพบว่ามีอยู่ 5 ประเภทด้วยกัน คือ

1) รถเข็น จากแบบสอบถามพบว่า พ่อค้าเร่ ร้อยละ 7.94 ใช้วิธีการขนส่งประเภทนี้ การขนส่งสินค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหาร ผักสด ผลไม้สด เช่น ใ้กรอกอย่าง ใ้กล้วย ขนมะปราง เป็นต้น ซึ่งวิธีการเดินทางมา มี 2 ลักษณะ คือ เดินเข็นรถมาขายสินค้ายังตลาดนัด พ่อค้าเร่ประเภทนี้มักมีที่พักอยู่ไม่ไกลจากตลาดนัดมากนัก ซึ่งมีการเดินเร่ขายสินค้าตามบ้านมาก่อนหน้าที่จะมาขายสินค้าที่ตลาดนัด อีกลักษณะหนึ่ง คือ นำรถเข็นพ่วงกับรถจักรยานยนต์เดินทางมาขายสินค้าที่ตลาดนัด โดยลักษณะของรถเข็นเท่าที่พบมี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะเป็นรถเข็นที่มีสามล้อ กับ รถสาลี หรือรถลากที่มีสองล้อทำด้วยไม้ แล้วนำมาดัดแปลงทำตะแกรงด้านบนให้สามารถวางสินค้าได้

2) รถจักรยานยนต์ จากแบบสอบถามพบว่า พ่อค้าเร่ ร้อยละ 11.11 ใช้วิธีการขนส่งประเภทนี้ การขนส่งประเภทนี้มีทั้งที่เป็นสินค้าประเภทอาหาร และของใช้ที่ใช้น้ำไม่มาก เช่น น้ำพริก น้ำส้มคั้นสำเร็จ ขนมะขี้กวย ขนมะขี้ปาย เสื้อผ้า ของใช้มือสองต่างๆ เป็นต้น วิธีการของการขนส่งตัวอย่างพ่อค้าเร่ขายน้ำพริก ก็คือ นำสินค้าใส่หม้อไว้แล้วนำหม้อมาใส่ลังตั้งไว้บนเบาะ มัดให้แน่น โดยโต๊ะสำหรับตั้งสินค้าจะฝากไว้กับร้านข้างเคียงที่ขายสินค้าในตลาดนัดแห่งเดียวกันเอาไว้ ส่วนขนมะขี้กวย จะนำใส่หม้อแล้วนำหม้อมาห้อยข้างรถจักรยานยนต์ของข้าง โดยมีคานพาดกลางเบาะรถเพื่อยึดหม้อเอาไว้ อีกชนิดหนึ่ง คือ เสื้อผ้า จะใช้วิธีนำเสื้อผ้าใส่กล่อง หรือห่อผ้าเอาไว้ แล้วนำแผงที่ถอดเป็นชิ้นได้มัดไว้บนเบาะรถให้แน่น

3) รถกระบะ หรือรถเก๋ง เป็นยานพาหนะที่พบเห็นในการใช้ขนส่งสินค้ามากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่จะพบรถกระบะมากกว่ารถเก๋ง จากแบบสอบถามพบว่า พ่อค้าเร่ ร้อยละ 73.81 ใช้รถกระบะเป็นยานพาหนะในการขนส่งสินค้า เพราะสามารถบรรทุกสินค้าได้มาก เดินทางไปขายสินค้าที่ไกลๆได้ และประหยัดน้ำมันมากกว่า สินค้าที่ใช้วิธีการขนส่งประเภทนี้มีตั้งแต่ อาหาร เครื่องดื่ม เนื้อสัตว์ชำแหละ ผักสด ผลไม้สด เสื้อผ้า รองเท้า ของใช้ต่างๆ พ่อค้าเร่ที่ใช้ยานพาหนะประเภทนี้ มักมีการเดินทางไปขายสินค้าที่ไกลจากที่พักตนเอง บางครั้งอาจเดินทางข้ามจังหวัดเพื่อไปเร่ขายสินค้า

4) รถบรรทุกขนาดเล็ก เป็นลักษณะของรถหกล้อ จากแบบสอบถามพบว่า พ่อค้าเร่ ร้อยละ 7.14 ใช้วิธีการขนส่งประเภทนี้ สินค้าที่ใช้ยานพาหนะประเภทนี้มักเป็นประเภทของชำต่างๆ ซึ่งมีการดัดแปลงรถหกล้อให้เปิดประตูด้านข้าง เพื่อแสดงสินค้า จึงมีลักษณะเหมือนร้านขายของชำ

ย่อยๆ ที่สามารถเคลื่อนที่ไปยังที่ต่างๆได้ สาเหตุที่ต้องใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก เนื่องจากปริมาณสินค้ามีมาก และต้องมีสินค้าที่หลากหลาย จึงต้องใช้พื้นที่มาก นอกจากนี้ยังพบว่ามีการนำรถตู้มาใช้เป็นยานพาหนะขนส่งสินค้าประเภทเสื้อผ้า โดยนำเบาะด้านหลังออกแล้วนำสินค้าเข้าไปวางในรถ

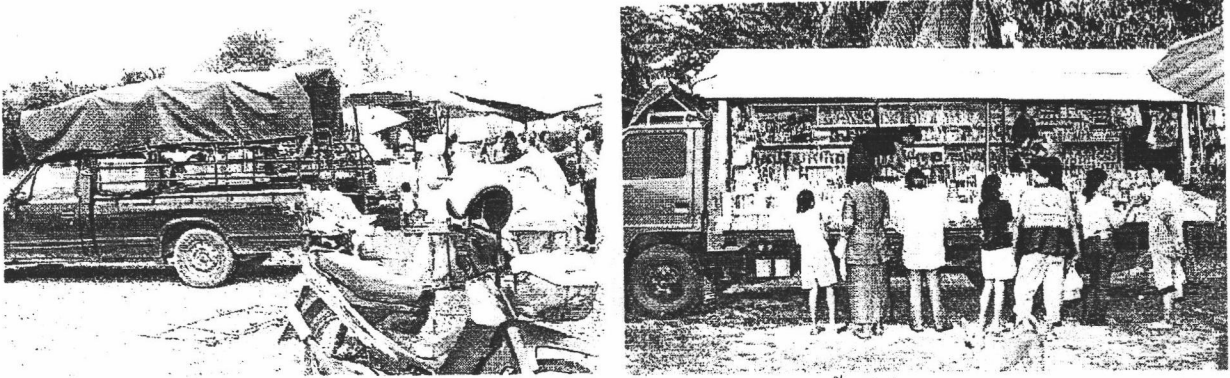
5) รถโดยสารสาธารณะ การขนส่งประเภทนี้มักเป็นสินค้าทางการเกษตร ที่เกษตรกรนำมาขายเอง โดยนำสินค้าใส่เข่ง ขึ้นรถมาพร้อมๆกับเกษตรกรหลายๆที่ที่ต้องการเดินทางไปยังขายสินค้าที่แห่งเดียวกัน เป็นการร่วมกันจ่ายค่าจ้างรถในการบรรทุกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นรถสองแถว

6.2.3 วิธีการลงสินค้า ตลาดนัดทุกแห่งจะเริ่มมีพ่อค้าเร่มาลงสินค้าตั้งแต่ 12.00 น. ซึ่งมักเป็นสินค้าประเภทผักสด ผลไม้ กีฟชี้อป รองเท้า เสื้อผ้า อาหารที่มีการปรุงในเวลาที่ย้ายในตลาดนัด เช่น ไก่ทอด หอยทอด ผักโขม ยาต่างๆ เป็ดพะโล้ ของชำต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องใช้เวลาในการจัดเรียงสินค้าเป็นเวลานาน ประกอบกับแผงสินค้าประเภทนี้มักมีขนาดใหญ่การลงสินค้าเพื่อทำการตั้งแผงสินค้า ที่พบในตลาดนัดมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1) การลงสินค้าโดยนำรถเข้าไปจอดในพื้นที่ที่วางแผงสินค้าเลย โดยมีรถอยู่ 2 ประเภทด้วยกันคือ

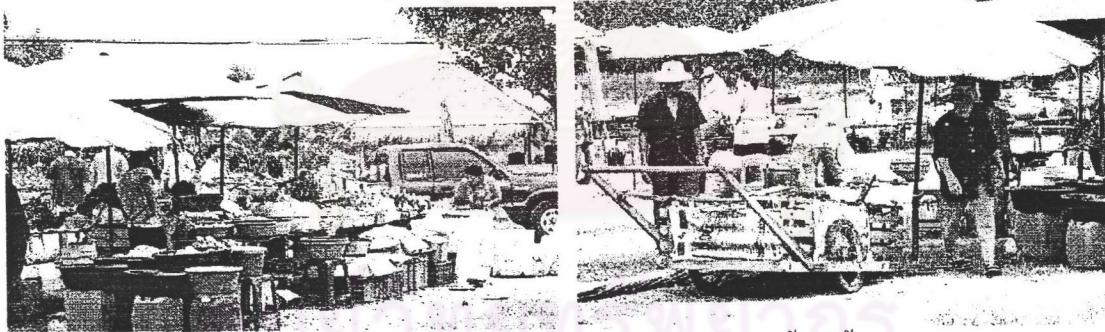
1.1) รถเข็น รถสามล้อ หรือรถซาเล้ง ซึ่งพ่อค้าเร่จะนำรถของตนเข้าไปจอดในพื้นที่ที่วางขายสินค้าเลย โดยมีสินค้าวางอยู่บนรถ ประเภทสินค้าที่มีลักษณะเช่นนี้ ได้แก่ ผักสด น้ำเต้าหู้ ปลาทองโกโก้ ไก่ย่าง ส้มตำ โรตีสานมโตเกียว เสื้อชั้นใน เสื้อผ้าเด็ก เป็นต้น

1.2) รถยนต์ ซึ่งมีทั้งรถบรรทุกเล็ก รถกระบะ รถเก๋ง สินค้าที่มีการนำรถยนต์เข้าไปส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลไม้ที่มาเป็นคันรถ ข้าวสาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์พลาสติก กีฟชี้อป และขายของชำซึ่งจะใช้เป็นลักษณะรถบรรทุกขนาดเล็กแล้วใช้วิธีเปิดข้างเพื่อขายสินค้า การลงสินค้าในลักษณะที่ใช้รถยนต์มักมีที่ตั้งแผงสินค้าอยู่บริเวณรอบนอกของตลาดนัด ซึ่งมีพื้นที่สำหรับจอดรถได้



ภาพที่ 9 แสดงการลงสินค้าโดยนำรถเข้าไปจอดในพื้นที่ที่วางแผงสินค้า

2) การลงสินค้าแล้วนำรถออกจากพื้นที่ตั้งแผงสินค้า การลงสินค้าลักษณะนี้มักเป็นสินค้าประเภทอาหาร เช่น กุ้งขาวถุง ผักสด ขนมหวาน ปลายสด อาหารทะเล เครื่องปรุงประกอบอาหาร เป็นต้น เนื่องจากแผงสินค้าเหล่านี้มักมีที่ตั้งร้านอยู่บริเวณตรงกลางพื้นที่ ดังนั้นการที่จะนำรถเข้ามาจอดจะเป็นการบังแผงสินค้ารายอื่นๆ และทำให้เหลือพื้นที่ในการสัญจรน้อย ดังนั้นจึงต้องลงสินค้าแล้วนำรถออกไปจอดบริเวณที่จัดไว้ให้ พ่อค้าเร่ประเภทนี้จะต้องมาตั้งแผงสินค้าเร็วกว่าพ่อค้าเร่ที่ตั้งแผงสินค้ารอบนอก เพราะถ้าพ่อค้าเร่รายใดมาช้า จะทำให้ไม่สามารถนำรถเข้าไปจอดเพื่อลงสินค้าได้ และเป็นการรบกวนแผงสินค้าข้างเคียงที่ต้องรอให้พ่อค้าเร่ที่มาช้าตั้งแผงสินค้าให้เสร็จก่อนอีกด้วย



ภาพที่ 10 แสดงการลงสินค้าแล้วนำรถออกจากพื้นที่ตั้งแผงสินค้า

6.2.4 ลักษณะการวางขายสินค้า ลักษณะการวางขายสินค้าที่พบใน ตลาดนัดกับข้าว ในพื้นที่ศึกษา สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1) ประเภทแผงขายสินค้า เป็นลักษณะการวางขายสินค้าส่วนใหญ่ที่พบในตลาดนัด ซึ่งจากแบบสอบถาม มีพ่อค้าเร่ ร้อยละ 88.10 ใช้ลักษณะการวางเป็นแผงสินค้า โดยมีอุปกรณ์ที่สำคัญในการวางขายลักษณะนี้ คือ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบเป็นแผงสำหรับเรียงสินค้า ร้านใดมีแผงขนาดยาวก็จะใช้ขาตั้งแผงเป็นเหล็กนำมาต่อกันเป็นแนวและนำไปกระดาน หรือแครงไม้ใผ่มาวาง

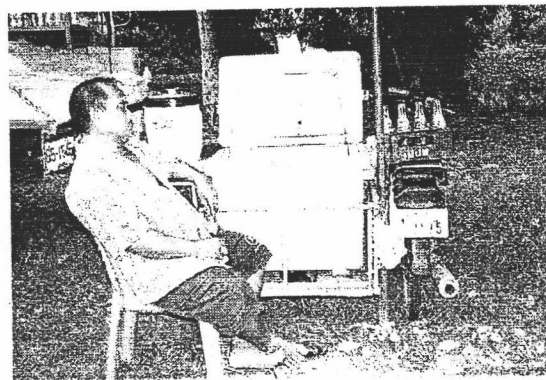
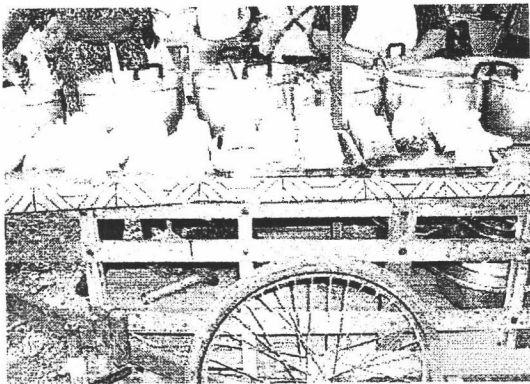
บนแผงเพื่อใช้วางสินค้า ถ้าเป็นแผงขนาดเล็กก็จะใช้ขาพับไม้ ซึ่งจะเก็บได้สะดวกกว่า พ่อค้าเร่ที่มีลักษณะการวางขายประเภทนี้ส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะหรือรถตู้เป็นพาหนะ แต่ถ้าแผงมีขนาดใหญ่มากอาจใช้รถจักรยานยนต์ หรือรถเก๋งเป็นพาหนะ แผงที่ตั้งจะมีลักษณะยาวโดยจะเรียงเป็นเตี้ย เตี้ยหนึ่งยาวประมาณ 1.50 เมตร พ่อค้าเร่ประเภทตั้งแผงนี้ส่วนใหญ่จะตั้งแผงไม่ต่ำกว่า 2 เตี้ย ถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหารปรุงสำเร็จโดยมากใช้ประมาณ 2-4 เตี้ย ขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าที่วางขาย แผงสินค้าที่มีจำนวนเตี้ยมากที่สุดมักเป็นสินค้าประเภทของใช้พลาสติก ของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน รองเท้า และเสื้อผ้า ส่วนใหญ่จำนวนพ่อค้าเร่ที่วางแผงลักษณะเช่นนี้แต่ละรายจะมีผู้ขายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เนื่องจากต้องช่วยกันตั้งร้านและจัดสินค้า



ภาพที่ 11 แสดงลักษณะการวางขายสินค้าประเภทแผงสินค้า

นอกจากแผงสินค้าที่มีลักษณะเป็นแผงแล้ว ยังได้มีการดัดแปลงรถบรรทุกขนาดเล็กมาเป็นแผงสินค้า โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นเหมือนร้านขายของชำเคลื่อนที่ พ่อค้าเร่ที่มีแผงนี้มักจะเป็นคนนอกพื้นที่ชุมชน มีทั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับตลาดนัด และอยู่ต่างจังหวัด เนื่องจากส่วนใหญ่มีรถยนต์สามารถเดินทางในระยะทางที่ไกลจากที่พักได้

2) ประเภทรถเข็น และรถสามล้อ(ชาเล็ง) จากแบบสอบถาม มีพ่อค้าเร่ร้อยละ 6.35 ใช้ลักษณะการวางเป็นรถเข็น พ่อค้าเร่ที่มีการวางขายประเภทนี้จะใช้รถเข็นหรือรถสามล้อเป็นพาหนะในการนำสินค้ามาขาย และเป็นบุคคลที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ใกล้บริเวณตลาดนัด ที่สามารถเข็นรถจากบ้านพักอาศัยมายังตลาดนัดได้ สินค้าที่นำมาขายจะเป็นสินค้าจำพวกอาหารสำเร็จรูป เช่น ข้าว น้ำพริก ลูกชิ้นปิ้ง ไก่ย่าง ไข่กรอกย่าง ข้าวหมากหวาน นอกจากนี้ก็มีสินค้าจำพวกผักสด ผลไม้สด ดอกไม้ ที่พ่อค้าเร่เป็นคนผลิตเองและรับมาจากเกษตรกรที่อยู่ใกล้เคียงไปรถเข็นมาตั้งขาย



ภาพที่ 12 แสดงลักษณะการวางขายสินค้าประเภทรถเข็น และรถซาเล้ง

3) ประเภทหาบเร่ อุปกรณ์ที่สำคัญของการวางขายประเภทนี้ คือ หาบ เพื่อใช้บรรจุสินค้า ผู้ที่ประกอบอาชีพหาบเร่ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีบ้านพักอยู่บริเวณไม่ไกลจากตลาดมากนัก เพราะต้องเดินทางมาด้วยเท้า แต่บางรายที่อยู่ไกลจากตลาดนั้นก็รวมตัวกับพ่อค้าหาบเร่รายอื่นจ้างรถสองแถวบรรทุกสินค้ามาขายที่ตลาดนัด สินค้าที่ขายก็มีหลากหลายประเภท และจะเป็นขนาดเล็กหรือเบา เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านความสะดวกในการนำสินค้าไปรษขาย เช่น ขนมหวาน ถั่วลิสง ต้ม ผักสด ผลไม้สด ของเล่นเด็ก เป็นต้น ส่วนใหญ่สินค้าบริโภคจะผลิตเอง เนื่องจากมีปริมาณสินค้าไม่มากและใช้ต้นทุนต่ำจึงใช้วิธีหาบมาขาย แต่ปัจจุบันพ่อค้าเร่ประเภทนี้มีจำนวนน้อยมาก เนื่องจากรายได้ไม่คุ้มกันที่ต้องจ่ายค่าที่ เพราะสินค้านี้มีจำนวนน้อยและเป็นของราคาถูก แต่ที่ยังพอมีเหลืออยู่บ้างเพราะผู้จัดนัดบางแห่งเห็นว่าเป็นแผงเล็กมากจึงเก็บค่าที่ในราคาถูก หรือบางทีก็ไม่เก็บค่าที่เลย

4) ประเภทแบกะดิน จากแบบสอบถาม มีพ่อค้าเร่ ร้อยละ 5.56 ใช้ลักษณะการวางเป็นลักษณะแบกะดิน การวางขายประเภทแบกะดินนี้มีหลายลักษณะด้วยกัน คือ

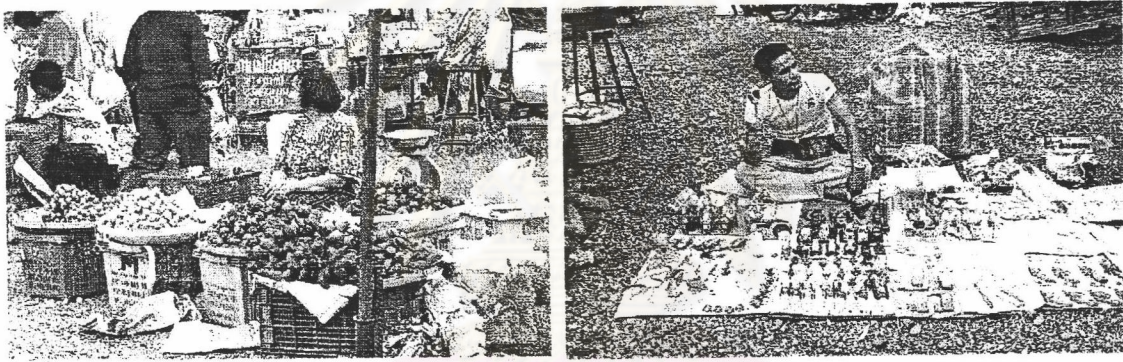
4.1) ใช้วิธีนำเสื้อหรือผ้าผืนใหญ่มาปูกับพื้นดินแล้ววางสินค้าบนเสื้อ พ่อค้าเร่ที่มีลักษณะการวางขายประเภทนี้มีทั้งที่มีพาหนะขนสินค้ามาและไม่มีพาหนะ ประเภทที่มีพาหนะขนสินค้ามากเป็นสินค้ามือสอง เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น เป็นดิน เป็นดิน ที่ไม่ได้มีการตั้งแผงขายสินค้า เนื่องจากสินค้านี้มีจำนวนจำกัด พ่อค้าเร่ประเภทนี้ส่วนหนึ่งไม่ได้ตั้งใจจะยึดอาชีพนี้เป็นหลัก เพียงต้องการหารายได้เสริม และต้องการนำของของตนเองมาใช้แล้วมาก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งมักจะเป็นวัยรุ่น อีกส่วนหนึ่งมักเป็นพ่อค้าเร่ที่เริ่มมาลองขายสินค้า โดยในระยะแรกยังไม่ต้องการลงทุนในเรื่องแผงสินค้าเพื่อประหยัดต้นทุน

ส่วนพ่อค้าเร่ที่ไม่มีพาหนะจะเดินทางมาค้าขายยังตลาดนัดโดยการนำสินค้าใส่ถุงพลาสติกขนาดใหญ่ หรือเป้ขนาดใหญ่ โดยสารรถประจำทาง มาขายสินค้า สินค้าที่นำมาขายมัก

เป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก หรือน้ำหนักเบา เช่น เข็มขัด ไฟแช็ค เครื่องคิดเลข นาฬิกาปลุก เป็นต้น ผู้ประกอบอาชีพพ่อค้าเร่แบกะดินนี้มีทั้งคนรุ่นหนุ่มสาวไปจนถึงวัยกลางคน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่นอกพื้นที่ตลาดนัด

4.2) ใช้ข่งแล้วตั้งกระຈาดไว้บนข่งเพื่อวางสินค้า สินค้าส่วนใหญ่เป็นพวกผักสด ผลไม้สด ขนมหวาน ที่มาจากเกษตรกรโดยตรง ซึ่งสินค้ามักมีปริมาณไม่มากนัก เนื่องจากไม่ได้เป็นการผลิตเพื่อขาย แต่ผลผลิตเหล่านี้เป็นส่วนเกินที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน เช่น ผักบั้ง ตำลึง บวบ คะน้า ส่วนขนมหวานส่วนประกอบก็มักจะเป็นผลผลิตของตนเอง มีเหลือจึงนำมาแปรรูป เช่น ขนมกล้วย ข้าวต้มมัด ขนมตาล ซึ่งผู้ผลิตมักมีต้นมะพร้าว ต้นกล้วยเองอยู่แล้ว

4.3) ล็อกสำหรับใส่สินค้า เช่น อาหารสดจากทะเล ปลาสด ซึ่งมีลักษณะเป็นล็อกอลูมิเนียมสี่เหลี่ยมวางไว้บนพื้นดิน และนำปลามาเทลงในล็อกนั้นเพื่อให้ผู้ซื้อได้เลือกตามใจชอบ



ภาพที่ 13 แสดงลักษณะการวางขายสินค้าประเภทแบกะดิน

ในด้านของความยาวแผงสินค้า แผงสินค้าส่วนใหญ่ที่ใช้ในตลาดนัด มีอยู่ 2 ขนาด คือ ความยาว 1-2 เมตร และความยาว 2-5 เมตร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแผงสินค้าประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารคาวปรุงสำเร็จ อาหารหวาน เครื่องดื่ม ผักสด ผลไม้สด ส่วนแผงสินค้าที่ยาวกว่า 5 เมตร มักเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ ของใช้พลาสติก รองเท้า ของชำ

6.2.5 ช่วงเวลาการติดตลาด ในด้านการศึกษาช่วงเวลาการติดตลาดนี้อาศัยแนวคิดของ Goodman (1968) ซึ่งสรุปหลักการเดินทางเพื่อจุดประสงค์หลายอย่าง โดยมี 3 ลักษณะ คือ

1) Terminal Trips คือ ลักษณะการสัญจรระหว่างจุด หรือบริเวณต่างๆ ที่เป็นจุดเปลี่ยนลักษณะของการสัญจร เช่น ระหว่างบ้านกับจุดอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นพื้นที่สำหรับการสัญจรต่างๆ ได้แก่ ที่จอดรถ ป้ายรถเมล์ สถานีขนส่ง

2) Function Trips คือ ลักษณะการสัญจรที่มีวัตถุประสงค์ หรือมีความต้องการที่แน่นอน และชัดเจนในการเดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อไปประกอบธุรกิจ การไปซื้อของ การไปจ่ายตลาด เป็นต้น ซึ่งการเดินทางในลักษณะนี้ จะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลักษณะการทำงาน หรือการประกอบอาชีพของผู้สัญจร และวัตถุประสงค์ในการสัญจร

3) Recreational Trips คือ ลักษณะของการเดินทางเพื่อการันทนาการ เพื่อการพักผ่อน หรือเป็นการสัญจรที่มีลักษณะเป็นการพักผ่อนไปในตัว ปราศจากความเร่งรีบ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับเวลาว่างของผู้สัญจร เช่น การเดินทางไปสนามกีฬา หรือไปตลาดนัดในวันหยุด

จากหลักการข้างต้นสามารถนำมาปรับใช้เพื่อพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการตลาดนัดในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ โดยทั่วไปแล้วตลาดนัดจะเริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่ 12.00 น. คือพ่อค้าจะเริ่มมาตั้งแผงสินค้าของตน จนถึงเวลาประมาณ 15.30 น. จะมีร้านค้าเต็มพื้นที่ตลาดนัด ผู้ซื้อจะค่อยๆ ทอยมาจับจ่ายใช้สอย ซึ่งมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้ผู้ซื้อมาซื้อในช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้

ปัจจัยแรก ลักษณะของการมาตลาดนัด เนื่องจากเป็นทางผ่านระหว่างที่ทำงาน โรงเรียน กับที่พักอาศัย ผู้ซื้อกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ทำงานในสำนักงาน ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา ที่มีเวลาเลิกงาน เลิกเรียน เป็นเวลา ดังนั้นการที่จะใช้บริการตลาดนัดจะต้องทำหลังเวลาเลิกงานหรือเวลาเรียนเท่านั้น คือ หลังเวลาประมาณ 16.00 น. สำหรับนักเรียน นักศึกษา และหลังเวลาประมาณ 17.00 น. สำหรับคนทำงาน

ปัจจัยที่สอง ลักษณะของการมาตลาดนัด เนื่องจากมีความจำเป็นในการใช้สินค้า ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคล การมาตลาดนัดในลักษณะนี้มีมากที่สุด เนื่องจากตลาดนัดที่ศึกษานี้เป็น ตลาดนัดกับข้าว ดังนั้น คนจึงมุ่งที่จะมาซื้อสินค้าที่ตนต้องการ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่ผู้คนจะซื้อกัน ก็คือ กับข้าว จึงมีความเกี่ยวข้องกับเวลารับประทานอาหารของแต่ละครอบครัว คือ ถ้าครอบครัวใดรับประทานอาหารเช้าช่วง 17.00 น. แม่บ้านก็จะออกมาซื้อสินค้าก่อนเวลา 17.00 น. ส่วนครอบครัวใดรับประทานอาหารเช้าหัวค่ำ แม่บ้านก็จะออกมาซื้อสินค้าช่วง หลัง 17.00 น. เนื่องจากอากาศไม่ร้อน

ปัจจัยที่สาม การมาตลาดนัดโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการซื้อสินค้าราคาถูก ผู้ซื้อเหล่านี้จะมาช่วงเวลาใกล้ๆ ตลาดนัดจะวาย เนื่องจากเวลาดังกล่าว บรรดาร้านค้าต่างๆ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร ผักสด ผลไม้ จะมีการลด แลก แจก แถม กัน เนื่องจากสินค้าดังกล่าวไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายในวันต่อไปได้ จึงต้องขายให้หมด เพื่อให้ได้ต้นทุนขึ้นมา ดังนั้นผู้ซื้อที่มาซื้อสินค้าในช่วงนี้จะได้สินค้าราคาถูกกว่าปกติ แต่การที่จะซื้อสินค้าแบบนี้ได้ก็จะไม่ได้สินค้าราคาถูกเสมอไป

เพราะสินค้าอาจจะหมดก่อน หรือเหลือแต่สินค้าที่ไม่ต้องการก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล

ปัจจัยที่สี่ ลักษณะของการมาตลาดนัดเพื่อพักผ่อน เดินเล่น ชมสินค้า เพื่อหาความเพลิดเพลิน หรือต้องการมาพบปะสังสรรค์กับผู้คนในตลาดนัด ซึ่งจะมีเวลาการมาไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความพอใจและเวลาว่างของแต่ละบุคคล ซึ่งเวลาว่างของแต่ละคนมีไม่เหมือนกัน จะเห็นได้ว่ากลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร หรือผู้ที่ทำงานส่วนตัวจะมีมาจับจ่ายซื้อสินค้าในทุกๆ ช่วงเวลาของตลาดนัด เพราะมีอิสระในด้านของเวลาที่ต้องการจะมาเมื่อไรก็ได้

ปัจจัยอื่นๆ คือ สภาพดินฟ้าอากาศ ในช่วงเวลา 15.00 น. – 17.00 น. นั้นยังเป็นช่วงที่อากาศร้อน มีแดดมาก ดังนั้นคนส่วนใหญ่จะมาจับจ่ายซื้อสินค้ากันตึกคักในช่วงหลัง 17.00 น. ไปแล้ว ถ้าวันใดไม่มีแดดร้อน คนก็จะทยอยกันมาเรื่อยๆ แต่ถ้าวันใดมีฝนตกคนก็จะไม่ออกมาซื้อสินค้า จนกระทั่งฝนหยุดตก

ส่วนช่วงเวลาที่ตลาดนัดขายจะอยู่ที่เวลาประมาณ 19.00 น. แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ เนื่องจากร้านค้าในตลาดนัดกับข้าว ส่วนใหญ่ไม่มีการต่อไฟ ดังนั้นเมื่อตะวันตกดินร้านค้าก็จะเริ่มเก็บแผงสินค้า ดังนั้นในช่วงฤดูร้อนช่วงระยะเวลาในการขายจึงยาวนานกว่าฤดูหนาว นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับว่าในตลาดนัดยังมีคนมาใช้บริการหรือไม่ ถ้าคนเริ่มไม่มีแล้วร้านค้าก็จะเริ่มเก็บแผงสินค้าซึ่งเหตุการณ์นี้มักอยู่ในช่วงปลายเดือน เนื่องจากผู้ที่ใช้แรงงานส่วนใหญ่เงินเดือนยังไม่ออก การจับจ่ายใช้สอยจึงมีน้อยกว่าปกติ แต่ถ้าเย็นแล้วแต่ยังมีคนมาใช้บริการมากก็ยังคงเปิดดำเนินการอยู่ในกรณีที่ยังมีสินค้าคงเหลือ ซึ่งมักจะเป็นในช่วงต้นเดือน และกลางเดือน เพราะเงินเดือนออก กำลังซื้อก็มีมาก นอกจากนี้ถ้าเป็นในช่วงเทศกาล ไม่ว่าจะเป็นงานปีใหม่ สงกรานต์ ลอยกระทง ก็จะมีการขายสินค้ายาวนานกว่าปกติ เพราะมีคนมาซื้อสินค้าไปเลี้ยงฉลองกันมาก

จากแบบสอบถามพ่อค้าเร่ พ่อค้าเร่ร้อยละ 36.51 เห็นว่าช่วงเวลาที่ตนจำหน่ายสินค้าดีที่สุดคือ ช่วง 15.00 – 17.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่แม่บ้านส่วนใหญ่ออกมาจับจ่ายซื้อสินค้า รองลงมา คือ ช่วง 17.00-19.00 น. ร้อยละ 32.54 เป็นช่วงหลังเวลาเลิกเรียน และเลิกทำงาน และร้อยละ 27.78 เห็นว่ามีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ และเวลาที่สะดวกของผู้ซื้อที่จะออกมาซื้อสินค้า

นอกจากนี้ยังพบว่า ในแต่ละช่วงเวลาของเดือนการจำหน่ายสินค้ายังมีความแตกต่างกัน คือ ในช่วงต้นเดือน กลางเดือน จะขายสินค้าได้ในปริมาณที่มากกว่าช่วงปลายเดือน เนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้ทำงานจะได้รับเงินเดือน จึงเป็นช่วงที่มีกำลังซื้อมาก ส่วนในช่วงเวลาของปี จะพบว่า ช่วงงาน

เทศกาลต่างๆ จะขายสินค้าดีเป็นพิเศษ เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น เนื่องจากผู้คนจะมาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อนำไปเลี้ยงฉลอง และให้เป็นของขวัญแก่กัน

6.3 สรุปองค์ประกอบและกิจกรรมของตลาดนัดกับข้าว

6.3.1 ลักษณะการซื้อขาย พื้นที่กับกิจกรรม และทัศนคติ

พ่อค้าเร่

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับเพศชาย จากสถานะปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือชายก็นิยมที่จะออกมาทำมาค้าขายกันมากขึ้น เพราะเป็นอาชีพที่อิสระ ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพพ่อค้าแม่ค้าอยู่แล้วก็หันมาขายสินค้าตามตลาดนัดมากขึ้น ดังนั้นจึงมีผลให้พ่อค้าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 36-45 ปี มากที่สุด และมีสถานภาพสมรสแล้ว ไม่เพียงแต่ผู้ที่มีอาชีพพ่อค้าแม่ค้าอยู่แล้วยังมีอาชีพอื่นๆที่หันมาประกอบอาชีพพ่อค้าเร่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง เนื่องจากมีภาวะของค่าใช้จ่ายมากขึ้น รายได้จึงไม่เพียงพอต่อครอบครัว ซึ่งระยะแรกจะเป็นการค้าขายเพื่อเป็นรายได้เสริม แต่หลังจากที่ประกอบอาชีพไปได้ระยะหนึ่งเห็นว่ามีรายได้ที่ดีกว่า จึงหันมาประกอบเป็นอาชีพหลักแทน

ลักษณะการประกอบการ พ่อค้าเร่ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำอาชีพนี้มาแล้ว 6-10 ปี โดยก่อนที่จะมาเป็นพ่อค้าเร่ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพ่อค้าแม่ค้าอยู่แล้ว พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพอื่นนอกจากขายของตามตลาดนัด การขายสินค้าพ่อค้าเร่แต่ละรายมักมีผู้ช่วยขายสินค้าประมาณ 1 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว

ร้านค้าของพ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินลงทุนในระดับ 2,001-5,000 บาทในครั้งแรกของการเป็นพ่อค้าเร่ โดยในการขายสินค้าต่อครั้งจะมีรายได้ประมาณ 501-1,000 บาท และรายจ่ายต่อครั้งประมาณ 50-100 บาท

ประเภทสินค้าที่พบมากที่สุดในตลาดนัดกับข้าว ก็คือ อาหารคาวปรุงสำเร็จ รองลงมา คือ ผักสด ผลไม้สด ในด้านความสัมพันธ์ของแหล่งที่มาของสินค้ากับประเภทสินค้า พบว่า สินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด มักมาจากตลาดสดในเทศบาล โดยเฉพาะตลาดปฐมมงคล ผลไม้สดถ้ามาเป็นคันรถมักจะรับมาจากสวนผลไม้ของเกษตรกรโดยตรง เช่น เงาะ มังคุด รับมาจากกระยง ประเภทอาหารทะเลมีแหล่งที่มาส่วนมากจากสะพานปลา สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ในด้านเสื้อผ้า เครื่องประดับ รองเท้า แหล่งที่มาส่วนใหญ่จากตลาดโบ๊เบ๊ ประตูนํ้า ลำเพ็ง และโรงงานผู้ผลิต โดยในการ

ผลิต โดยในการกำหนดราคามักจะกำหนดตามราคาตลาด แต่ถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหาร และเสื้อผ้าสำเร็จรูปมักจะกำหนดราคาเอง และประเภทสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล หรือตามสมัยนิยม ก็คือ สินค้าประเภทผักสด ผลไม้สดเพราะถ้าขายตามฤดูกาลจะมีราคาถูก ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้ซื้อ ส่วนสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแฟชั่น ดังนั้นอาจถือได้ว่าพ่อค้าเร่เป็นผู้นำแฟชั่นใหม่ๆ เข้ามาในชุมชนที่ตลาดนัดเข้าไปตั้งอยู่

ลักษณะการวางขายสินค้าโดยมากมักเป็นแผงสินค้า ซึ่งมีความยาวประมาณ 2-4 เมตร การลงสินค้ามีลักษณะที่นำสินค้ามาลงแล้วนำรถออกจากพื้นที่ตลาด โดยพื้นที่ที่ตั้งขายส่วนใหญ่มักเป็นพื้นที่ประจำ ซึ่งมีการจ่ายค่าเช่าแผงเป็นรายเดือน ส่วนพ่อค้าเร่ที่ไม่มีพื้นที่ประจำจะจ่ายค่าเช่าแผงเป็นรายวัน ในการขายสินค้านั้นพ่อค้าเร่จะมีกลวิธีในการดึงดูดผู้ซื้อ คือ การพูดคุยเป็นกันเองกับลูกค้า การเน้นคุณภาพสินค้า ทำให้บางรายมีลูกค้าประจำ ซึ่งจะมีสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ คือ การลดราคาสินค้าให้เป็นพิเศษ หรือถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหาร พ่อค้าเร่จะให้ปริมาณมากกว่าผู้ซื้อทั่วไป ช่วงเวลาที่พ่อค้าเร่ลงความเห็นว่าเป็นช่วงที่ขายดีที่สุด คือ ช่วง 15.00-17.00 น.

พ่อค้าเร่ส่วนใหญ่ใช้รถกระบะเป็นยานพาหนะในการเดินทางมาขายสินค้าในตลาดนัด เพราะสามารถบรรทุกสินค้าได้มาก ระยะเวลาเดินทางโดยเฉลี่ยประมาณ 15-30 นาที ในการเดินทางเร่ขายสินค้าในรอบ 1 สัปดาห์ พ่อค้าเร่ส่วนใหญ่ไม่มีวันหยุด

พื้นที่และกิจกรรม พ่อค้าเร่ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ศึกษาบริเวณที่ไม่ไกลจากตลาดนัดที่ตนไปขายสินค้านานัก แต่ก็มีส่วนที่พักอาศัยนอกพื้นที่ศึกษาออกไป ซึ่งเหตุผลของพ่อค้าเร่ในการเลือกเดินทางมาขายสินค้าในตลาดนัดที่ต่างๆ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตลาดนัดสำหรับขายสินค้า คือ ตลาดนัดนั้นอยู่ใกล้ที่พัก ซึ่งมีการคมนาคมที่สะดวก นอกจากนี้คือตลาดนัดมีขนาดใหญ่ อยู่ในย่านชุมชนที่มีผู้คนเป็นจำนวนมาก

ทัศนคติของพ่อค้าเร่ พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาที่ประสบมากที่สุดในการขายสินค้า ก็คือ สภาพดินฟ้าอากาศ เพราะจะมีผลต่อการเดินทางมาซื้อสินค้าของผู้ซื้อ และเป็นอุปสรรคในการวางขายสินค้า และความเห็นเกี่ยวกับความเดือดร้อนถ้าไม่มีตลาดนัดที่ตนเองขายสินค้าอยู่ พ่อค้าเร่ที่ตอบแบบสอบถามมีทั้งที่เดือดร้อนและไม่เดือดร้อนเป็นจำนวนใกล้เคียงกัน เป็นที่น่าสังเกตว่า พ่อค้าเร่ที่ตอบว่าเดือดร้อนส่วนใหญ่จะเป็นคนที่พักอาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียงกับตลาดนัด โดยให้เหตุผลว่า ถ้าไม่มีตลาดนัดที่ขายอยู่ประจำจะต้องหาตลาดนัดอื่น ซึ่งเดินทางไม่สะดวก ส่วนผู้ที่ตอบว่าไม่เดินทางมักเป็นพ่อค้าเร่ที่มีพื้นที่ขายไม่ประจำ และส่วนใหญ่ใช้พาหนะที่เป็นรถกระบะ ดังนั้นการเดินทางไปตลาดนัดแห่งใหม่จึงไม่เป็นอุปสรรคเท่าไรนัก

ผู้ซื้อ

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มาซื้อสินค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มแม่บ้านที่มาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อนำไปประกอบอาหาร และโดยพฤติกรรมส่วนใหญ่ผู้หญิงเป็นเพศที่นิยมการมาซื้อสินค้าตามตลาดนัดมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เพศชายมักเป็นผู้ที่พาภรรยาและลูกมาซื้อสินค้ามากกว่าที่จะมาซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เอง ซึ่งผู้ซื้อส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 16-25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา กลุ่มผู้ซื้อส่วนมากมีอาชีพรับจ้างทั่วไป

ลักษณะการซื้อ โดยมากสินค้าที่ผู้ซื้อไปซื้อส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด รองลงมาคือ อาหารคาวปรุงสำเร็จซึ่งเป็นประเภทสินค้าที่มีจำนวนผู้ขายมากที่สุด ผู้ซื้อส่วนใหญ่ใช้จ่ายในระดับ 100-300 บาท ซึ่งมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ซื้อที่อยู่ในระดับ 3,000-5,000 บาทต่อเดือน เวลาซื้อสินค้าส่วนใหญ่ไม่มีการต่อรองราคาสินค้า นอกจากสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีการต่อรองราคาสินค้าบ้าง ซึ่งโดยปกติแล้วเพศหญิงมักมีการต่อรองราคาสินค้ามากกว่าเพศชาย

การเดินทางมาซื้อสินค้าส่วนใหญ่มาด้วยรถจักรยานยนต์ โดยมีระยะทางประมาณ 1-3 กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทางส่วนใหญ่ต่ำกว่า 15 นาที โดยส่วนมากมาซื้อกันประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่มักมาซื้อสินค้ากันมากคือ ช่วง 15.00-17.00 น. และช่วง 17.00-19.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้คนจะมาจับจ่ายซื้อสินค้าเพื่อรับประทานเป็นอาหารเย็น และเป็นเวลาที่เลิกเรียน เลิกงาน อากาศไม่ร้อน ซึ่งนอกจากตลาดนัดที่ใช้บริการแล้วยังมีตลาดนัดอื่นที่ไปใช้บริการอีก

ส่วนการไปซื้อสินค้าที่ตลาดสดเทศบาลนั้นมักซื้อสินค้าประเภทผักสด ผลไม้สด เนื้อสัตว์ ขำแหละ โดยส่วนมากไปซื้อกันไม่บ่อยมากนัก และการไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า มักซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้ง ของชำต่างๆ โดยส่วนมากไปซื้อกันประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน

พื้นที่และกิจกรรม ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากพักอาศัยอยู่บริเวณที่ไม่ไกลจากตลาดนัดมากนักโดยมีระยะทางในการเดินทางมาตลาดนัดส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-3 กิโลเมตร โดยให้เหตุผลในการเลือกตลาดนัดที่จะไปซื้อสินค้าว่า เพราะตลาดนัดนั้นใกล้กับที่พักอาศัยของตนมากที่สุด และถ้าไม่ไปซื้อสินค้าที่ตลาดนัดก็มักไปซื้อที่ร้านชำใกล้ที่พัก และห้างสรรพสินค้า

จากแผนที่แสดงที่พักอาศัยของผู้ซื้อ ทำให้ทราบว่ามีบริการของตลาดนัดภายในพื้นที่ศึกษา คือ ตลาดนัดขนาดใหญ่จะมีรัศมีการบริการประมาณ 3 กิโลเมตร ตลาดนัดขนาดกลางมีรัศมีการบริการประมาณ 2 กิโลเมตร และตลาดนัดขนาดเล็กมีรัศมีการบริการประมาณ 1 กิโลเมตร แต่ก็มีผู้ซื้อ

บางส่วนของพื้นที่พักอยู่ไกลจากตลาดนัดมากกว่า 3 กิโลเมตร และเมื่อพิจารณาเหตุผลสำหรับผู้ซื้อที่มีที่พักอยู่ไกลจากตลาดนัดจะพบว่า ผู้ซื้อเหล่านี้มาใช้บริการที่ตลาดนัด เนื่องจากเป็นทางผ่านระหว่างกลับที่พัก และตลาดนัดมีขนาดใหญ่ ทำให้มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกมากกว่าตลาดนัดที่อยู่ใกล้ที่พัก

ทัศนคติของผู้ซื้อ ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดนัดที่เป็นอยู่คืออยู่แล้ว แต่มีปัญหาอยู่บ้างในเรื่องของที่จอดรถที่ไม่เป็นสัดส่วน และสภาพพื้นผิวของบริเวณที่จัดตลาดนัด เนื่องจากพื้นที่เป็นดินลูกรัง เมื่อเวลาฝนตกทำให้เกิดน้ำขัง สกปรก เอะอะแอะเวลามาเดินซื้อสินค้า และความเห็นเกี่ยวกับความเค็ดร้อนถ้าไม่มีตลาดนัดที่ตนใช้บริการอยู่เป็นประจำ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ตอบว่าไม่เค็ดร้อน เนื่องจากมีตลาดนัดอื่น ๆ อีกมาก ส่วนความเห็นเกี่ยวกับว่าการมีตู้เย็นทำให้ความบอຍในการไปตลาดนัดลดลงนั้น ผู้ซื้อส่วนใหญ่ตอบว่าไม่แน่ใจ

ผู้จัดนัด

ลักษณะทั่วไปของผู้จัดนัด ผู้จัดนัดโดยทั่วไปเพศชาย เพราะจะได้รับความเชื่อถือในด้านการบริหารงานมากกว่าเพศหญิง ซึ่งผู้จัดนัดแต่เดิมมักมีอาชีพค้าขายอยู่แล้ว แต่มีการผันตัวเองมาเป็นผู้จัดนัด ส่วนหนึ่งมาจากการที่มีกลุ่มพ่อค้าเร่ด้วยกันจำนวนหนึ่งที่พอจะจัดตั้งตลาดนัดขึ้นมาใหม่ได้ ซึ่งจะเป็นการลดการแข่งขันจากพ่อค้าเร่รายอื่นที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันได้ เนื่องจากเมื่อเป็นผู้จัดนัดจะสามารถจำกัดจำนวนประเภทสินค้าแต่ละชนิดได้ จึงเป็นผลดีกับกลุ่มของพ่อค้าเร่ ซึ่งเรียกว่า “ลูกทีม” นี้ด้วย

พื้นที่และกิจกรรม ผู้จัดนัดส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในบริเวณที่ตนจัดตลาดนัดอยู่ โดยผู้จัดนัดจะพิจารณาปัจจัยการเลือกพื้นที่สำหรับการจัดตลาดนัด คือ เป็นพื้นที่โล่งว่าง ใกล้ที่พัก แหล่งชุมชน มีการคมนาคมที่สะดวก จึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการดำเนินการของตลาดนัดแต่ละแห่ง ซึ่งจากการพิจารณาดำเนินการของ ตลาดนัดกับข้าว ที่มีอยู่แล้ว พบว่า เป็นบริเวณที่มีความเหมาะสมในการที่จะจัดตั้งตลาดนัด แต่จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาดพื้นที่ในการจัดตลาดนัด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดนัด จะเห็นได้ว่า ตลาดนัดบางแห่งมีการจัดตั้งมานานหลายปี ซึ่งตลาดนัดที่มีการดำเนินการมานานน่าจะมีขนาดใหญ่ เพราะเป็นที่รู้จักของผู้คนเป็นจำนวนมาก แต่เป็นเพราะส่วนหนึ่งนั้นมาจากข้อจำกัดในด้านขนาดพื้นที่ที่ไม่สามารถขยายต่อไปได้ จึงทำให้ตลาดนัดยังมีขนาดเล็กอยู่

ทัศนคติของผู้จัดนัด ผู้จัดนัดร้อยละ 71.43 เห็นว่าการมีตลาดนัดเป็นการกระจายรายได้ให้สำหรับคนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้ามีที่ขายของ และคนที่ไม่มีสินค้าเพียงเล็กน้อยไม่คุ้มกับการที่จะไปเสีย

ค่าเช่าพื้นที่สำหรับขายสินค้าในตลาดสด ก็สามารถนำผลผลิตนี้มาเสนอขายในตลาดนัดได้ ซึ่งมีคำพูดหนึ่งที่น่าสนใจ คือ “เป็นการกระจายชุมชนสู่หมู่บ้าน” (สำรวจ พุทธิภาย , สัมภาษณ์ : 24 ธันวาคม 2544) หมายความว่า เป็นการกระจายคนในแต่ละชุมชนซึ่งจะมีการผลิตสินค้า และนำสินค้าจากท้องถิ่นต่างๆมาเสนอขายให้กับคนในหมู่บ้านต่างๆที่มีตลาดนัดเข้าไปตั้งอยู่ นอกจากนี้ผู้จัดนัดยังให้ความเห็นว่าการมีตลาดนัดในแต่ละพื้นที่ทำให้คนในชุมชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก เนื่องจากไม่ต้องเดินทางไกล เพื่อไปซื้อสินค้ายังตลาดสดในตัวเมือง เพราะส่วนใหญ่การที่จะไปตลาดสดจะต้องเดินทางด้วยรถประจำทางซึ่งใช้เวลานานกว่ารถจะมาแต่ละคัน หรือรถจักรยานยนต์ ซึ่งต้องสัญจรในระยะทางไกลอาจเกิดอันตรายได้ ประการสุดท้ายคือ สินค้าในตลาดนัดส่วนใหญ่มีราคาถูก และสดใหม่ จึงเป็นที่นิยมของผู้ซื้อ และบางทีอาจต้องการซื้อสินค้าในปริมาณไม่มากนักก็สามารถซื้อได้ เช่น ผักก่าละ 2 บาท หรือ 5 บาท ซึ่งถ้าซื้อที่ตลาดสดจะต้องซื้อในปริมาณมาก ผู้จัดนัดรายหนึ่งได้สรุปผลดีของการมีตลาดนัดไว้ว่า “สะดวกซื้อ ประหยัดทรัพย์ ประหยัดค่าเดินทาง จอดรถง่าย สินค้าราคาถูก” (วัชรินทร์ วิมลพิมพ์ , สัมภาษณ์ : 18 ธันวาคม 2544)

ในด้านผลเสียของการที่มีตลาดนัด ผู้จัดนัดได้มีความคิดเห็นว่าอาจจะมีผลให้ตลาดในตัวเมืองซบเซา ร้านขายของชำขายสินค้าได้ลดลง โดยเฉพาะชุมชนที่มีตลาดนัดเกิดขึ้นทุกวันในรอบหนึ่งสัปดาห์ นอกจากนี้การที่มีตลาดนัดเกิดขึ้นหลายแห่งทำให้การจับจ่ายซื้อสินค้าในแต่ละครั้งของคนในชุมชนลดลง เนื่องจากมีตลาดนัดเกิดขึ้นทุกวัน ก็ไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้ามากักคุณไว้

กิจกรรม ประกอบด้วยกิจกรรมหลักได้แก่ กิจกรรมที่มีลักษณะเป็นสินค้าประเภทอาหาร และกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมในเชิงส่งเสริม ได้แก่ กิจกรรมที่มีลักษณะเป็นสินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหาร โดยการจัดวางประเภทกิจกรรมภายในตลาดนัดมีลักษณะแตกต่างกันออกไปเท่าที่พบมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ การจัดวางผังรูปตัวแอล รูปตัวยู และรูปตัวไอ โดยส่วนใหญ่กิจกรรมประเภทที่ไม่ใช่อาหารจะอยู่ล้อมรอบกิจกรรมประเภทอาหาร ที่มีการจัดในลักษณะนี้เนื่องจากกิจกรรมหลักจะเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดผู้คนให้เข้ามาซื้อสินค้ามาก ดังนั้นจึงมักจัดวางพื้นที่ให้กิจกรรมหลักอยู่บริเวณตอนกลาง ส่วนกิจกรรมส่งเสริม เป็นกิจกรรมที่ผู้ซื้อให้ความสนใจเมื่อมีการจับจ่ายซื้อสินค้าประเภทอาหารเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นจึงมีการจัดให้อยู่โดยรอบ หรือไม่ก็จัดกลุ่มให้อยู่ด้านข้างของตลาดนัด จากผังตลาดนัดที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีปัญหาในเรื่องของการแบ่งโซนประเภทสินค้า กล่าวคือ ยังมีการปะปนกันระหว่างสินค้าประเภทอาหารและสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร ซึ่งสินค้าบางชนิดได้ก่อให้เกิดผลกระทบกับสินค้าอื่นๆที่อยู่ข้างเคียง ดังนั้นจึงควรมีการจัดแบ่งโซนประเภทสินค้าให้มีความเหมาะสมกว่าที่เป็นอยู่ ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกแก่ทั้งพ่อค้าเร่ และผู้ซื้อ