

## พัฒนาการและการดำรงอยู่ของตลาดนัดวัดทองสะอาด อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ทรงสิริ วิจิตรานนท์\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการและการดำรงอยู่ตลาดนัดวัดทองสะอาด เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ค้า ผู้ซื้อ เจ้าของตลาด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การสำรวจ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า การเกิดขึ้นของตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของชุมชนในพื้นที่ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อ เกือบครึ่งของผู้ซื้อจะมาตลาดนัดทุกครั้งที่มีตลาดสำหรับการเดินทางมาตลาดนัดผู้ซื้อจะเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์เป็นส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินตลาดผู้ซื้อกว่าชั่วโมงต่อครั้ง ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ซื้อมาใช้บริการในตลาดนัดสูงสุดคือ สินค้ามีความหลากหลายและสินค้าที่ซื้อสูงสุดคือ อาหารปรุงสำเร็จ เหตุผลที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดคือสะดวกในการเดินทาง การดำรงอยู่ของตลาดนัดมีเงื่อนไขดังนี้ 1) คุณลักษณะของเจ้าของตลาด 2) การรักษาระเบียบข้อบังคับ 3) ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง 4) ความหลากหลายของสินค้า 5) ช่วงเวลาที่ติดตลาด 5) ความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย และ 6) กำลังและอำนาจในการซื้อ และการขยายตัวของตลาดนัดมีลักษณะ 1) มีการขยายทางกายภาพ และการเพิ่มขึ้นของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 2) การเพิ่มของจำนวนผู้ค้าและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ค้า 3) ความหลากหลายของสินค้า

**คำสำคัญ :** พัฒนาการ, การดำรงอยู่, ตลาดนัด

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ประจำสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.



## The Development and the Existence: A Case Study of Wat Thong SA-Ard Flea Market

Songsiri Wichirsnon\*

### Abstract

The purpose of this research was to study the development and the existence of Wat Thong Sa-Ard flea market. This research employed mixed methods; qualitative and quantitative to collect and analyze the data. The main target groups involved the sellers, the customers, and the owners. The associated local administration group was the secondary target group. Data collection methods consisted of a survey, a participating observation, an in-depth interview, and a questionnaire survey as a supplementary to the interview. The result of the study revealed that Wat Thong Sa-Ard flea market has been established to respond to the need of the community in each area. In term of the market's customer behavior, almost half of the participating customers came to the market every time when it is available. Most of the customers commuted to the market by motorcycles and spent more than one hour shopping. In term of the factors affecting the customer to come, the most important one was the variety of the products. The product that was purchased the most in all markets was the ready-cooked food. The reason for the customers to shop at the flea market was the convenience in travelling. The existence of the flea markets was based on these conditions: 1)the characteristics of the owners 2)the compliance with rules and regulations 3)location that is convenient for customers 4)the variety of the products 5)the open time 6) the needs of the customers and the sellers 7) the customers' ability to buy. As for the expansion of the markets, it was found that the markets had 1) the physical expanse and the increase of facilities, 2) the increasing numbers of the sellers and the adjustability of the customer behavior, and 3) the variety of the products.

**Keywords :** development, existence, flea market

\*Assistance Professor, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra nakhon.

## ความสำคัญและที่มาของปัญหา

กิจกรรมแลกเปลี่ยนซื้อขายนั้นดำรงอยู่ควบคู่กับสังคมมนุษย์มาช้านานแล้ว ทั้งนี้เพราะมนุษย์ไม่สามารถผลิตทุกอย่างได้ด้วยตนเอง และบนพื้นฐานที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม ที่จะต้องมีการปะทะสังสรรค์กันตลอดเวลา แต่การแลกเปลี่ยนซื้อขายนี้ก็มิได้พัฒนาการจากการแลกเปลี่ยนเฉพาะในชุมชน สู่ระหว่างชุมชนที่ใกล้เคียง และชุมชนที่ห่างออกไป สิ่งที่น่ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนในระยะแรกๆ นั้นส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องผูกพันกับปัจจัยพื้นฐานในวิถีชีวิต ทั้งในการดำรงชีวิตและการดำรงสังคมของผู้คน ซึ่งสถานที่ที่ใช้เป็นพื้นที่ของกิจกรรมนี้เรียกว่าตลาด ตลาดจึงถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของสมาชิกในชุมชน และระหว่างชุมชนด้วย จากหลักฐานในรูปของเอกสารพบว่า ตลาดมีกำเนิดสมัยสุโขทัยแต่ปรากฏเด่นชัดในสมัยอยุธยา (ธานี กุลแพทย์, 2539)

มีการศึกษาเกี่ยวกับตลาดมาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะปี 2547 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง ตลาดกับชีวิต ขึ้นโดยกำหนดประเด็นคำถามสำคัญที่น่าสนใจ คือ การศึกษาเรื่องตลาดที่มีใช่เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะราคาสินค้าและประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่ายเท่านั้น หากมีการศึกษาในเชิงวัฒนธรรมจึงทำให้เห็นภาพและเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน ความเชื่อ ความคิด ตลอดจนวิถีชีวิตของคนที่เกี่ยวข้องกับตลาดตั้งแต่ ผู้ค้า ผู้ซื้อ เจ้าของตลาด หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบ เครือข่ายประชาคม ผู้คนในบริบทใกล้เคียง และการเปลี่ยนแปลงของสังคมมีผลอย่างไรในวิถีตลาด เป็นการจุดประกายให้ผู้เขียนเกิดข้อคำถามหลายประการเกี่ยวกับการเกิดขึ้น การคงอยู่ และพัฒนาการของตลาดนัดซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของตลาด อีกทั้งกระแสโลกาภิวัตน์ที่ก่อเกิดการเปิดเสรีทางการค้า กระแสทุนต่างชาติเคลื่อนเข้ามามีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของไทย มีการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกในรูปของ ร้านค้าแบบบริการตนเอง (supermarket), ร้านขายสินค้าลดราคาหรือร้านขายสินค้าราคาถูก (discount store), ร้านสะดวกซื้อ (convenience store) หรือ ห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นศูนย์รวมสินค้าทุกประเภท และมีความเป็นมืออาชีพในการทำธุรกิจมากกว่าธุรกิจไทยทำให้ตลาดสดซบเซาหลายแห่งต้องปิดตัวเองลง แต่ในขณะเดียวกันกลับเกิดปรากฏการณ์การขยายตัวของตลาดนัดในพื้นที่ต่าง ๆ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะในชุมชนที่มีการขยายตัวออกไปจากเมือง เช่น ย่านชานเมืองเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่หลายลักษณะ เช่น แหล่งอุตสาหกรรม หมู่บ้านจัดสรร สถานศึกษา พื้นที่เกษตรกรรม ทั้งนี้เพื่อเอื้อต่อความหลากหลายของวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในบริบทนั้นๆ

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตลาดที่ผ่านมา และปรากฏการณ์การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของตลาดนัดในหัวปัจจุบัน ผู้เขียนจึงต้องการศึกษา พัฒนาการ และเงื่อนไขการดำรงอยู่ของตลาดนัดในพื้นที่บริเวณชานเมืองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้เขียนได้ทำการคัดเลือกตลาดนัดมาเป็นกรณีศึกษา โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาสามประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง เป็นพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในระดับสูง ประการที่สอง เป็นพื้นที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะเด่นทางพื้นที่ในเรื่องของประเภทการใช้ที่ดิน ที่จะป็นปัจจัยส่งเสริมให้ตลาดนัดในพื้นที่นั้น ๆ มีบริบทที่แตกต่างจากตลาดนัดในพื้นที่อื่น ๆ และประการที่สาม เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะโดดเด่นทางด้านประชากร ซึ่งมีผลต่อคุณลักษณะของตลาดนัดเช่นเดียวกันและผู้เขียนได้เลือกตลาดนัดย่านบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นย่านที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการใช้ที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรร โดยย่านบางบัวทองถือได้ว่าเป็นย่านที่อยู่อาศัยของคนเมืองที่ในช่วงกลางวันเดินทางเข้ามาทำงานในกรุงเทพ และกลับมาในช่วงเย็นเพื่ออยู่อาศัย ด้วยเหตุนี้ ตลาดนัดในพื้นที่นี้จึงอยู่ได้เพราะบ้านจัดสรรต่าง ๆ นอกจากนี้ เนื่องจากเดิม ย่านบางบัวทองเป็นย่านเกษตรกรรม ดังนั้นจะพบตลาดนัดที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างผู้ซื้อที่เป็นผู้อยู่อาศัยใหม่ และผู้ซื้อที่เป็นคนดั่ง



เดิมซึ่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยตลาดนัดที่ผู้เขียนเลือกศึกษา ได้แก่ ตลาดนัดวัดทองสะอาด ซึ่งตั้งอยู่ระหว่างเขตพื้นที่อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีกับ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยจะศึกษาบริบทของตลาดนัดวัดทองสะอาดว่า เงื่อนไขใดที่ทำให้เกิดตลาด เงื่อนไขที่ทำให้ตลาดนัดยังคงดำรงอยู่ ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดำเนินนโยบายในการวางแผนนโยบายจัดการพื้นที่ กำหนดหลักเกณฑ์ ระเบียบ รวมถึงส่งเสริมในส่วนต่างๆ เพื่อให้เกิดความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน สนองตอบต่อยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการของตลาดนัดวัดทองสะอาด
2. เพื่อศึกษาเงื่อนไขการดำรงอยู่และการขยายตัวของตลาดนัดวัดทองสะอาด

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความคงอยู่ของตลาด คือ ความสะดวกในการเดินทางความเป็นศูนย์กลางในด้านเศรษฐกิจ คือ จัดหาสินค้าต่างๆและบริการให้กับบริเวณรอบนอกได้มากที่สุดโดยย่านกลางจะคงอยู่ได้ก็ต่อเมื่อมีจำนวนประชากรชั้นต่ำสุดมาสนับสนุน (Christaller, 1966) ดังนั้นตลาดนัดต้องการเลือกทำเลที่ตั้งตลาดนัดให้อยู่ในที่ที่สะดวกที่สุดสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวคือ ต้องมีการเข้าถึงที่สะดวก มีช่องทางออกสู่ถนน มีทางคมนาคมขนส่งที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าปลีก เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคส่วนตัวเป็นพาหนะสะดวกสำหรับการขนส่งมวลชนทุกแบบ และสะดวกสำหรับคนเดินเท้า และพัฒนาการมาตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา นอกจากนั้นพรใจ แก้วสุข (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในตลาดนัดของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานครและธัญวรัตน์ ธรรมรัตน์ (2551) ที่ศึกษาตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา ที่ว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการตลาดนัดเคลื่อนที่คือความสะดวกส่วนปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดหรือจุดเด่นของตลาดนัดในการศึกษารั้งนี้คือ ความหลากหลายของสินค้า ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานของบุรจิตร พานประเสริฐ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยการตัดสินใจอันดับแรก

ส่วนลักษณะตลาดนัดที่ศึกษาครั้งนี้ก็สอดคล้องกับแนวคิดของ Symanski ที่กล่าวว่าลักษณะตลาดนัดเกิดจากหลักการเดินทางเพื่อจุดประสงค์หลายอย่าง (multi-purpose) ของพ่อค้าและผู้บริโภค ได้แก่ terminal trips ซึ่งเป็นการสัญจรระหว่างจุด ตลาดนัดวัดทองสะอาด เป็นตลาดที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้ นอกจากนั้นแนวคิดของเอทเซล เวกเกอร์และสแตตัน นักวิชาการด้านการตลาดที่ได้กำหนดองค์ประกอบของตลาดว่าประกอบด้วย กลุ่มคนหรือองค์กรที่มีความต้องการ มีเงินที่จะซื้อ และมีความเต็มใจที่จะซื้อ เงื่อนไข 3 ข้อนี้ หมายความว่า กลุ่มคนจะต้องมีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย หากกลุ่มคนไม่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่เสนอขายก็ไม่เรียกว่าตลาด และหากมีความต้องการแต่ไม่มีเงินหรืออำนาจในการซื้อก็ไม่เป็นตลาด เพราะการแลกเปลี่ยนมิได้เกิดขึ้น

นอกจากนั้น ผลการศึกษาของภาวิดา อ่อนนาม (2547) ที่ศึกษาการจัดการธุรกิจตลาดนัดเคลื่อนที่ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ผู้จัดต้องมีภาวะผู้นำและความมีมนุษยสัมพันธ์

พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อการกำหนดช่วงเวลาติดตลาด พบว่า ช่วงเวลาติดตลาดจะอยู่ในช่วงบ่ายถึงค่ำของทุกวัน เป็นการรองรับความต้องการของคนทำงานที่เดินทางกลับบ้านและหาซื้อสินค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารถุงและสินค้าในชีวิตประจำวัน ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ R. Miller และ Ronald G. Knapp ที่พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเกิดตลาดนัด นอกจากนั้น พบว่า ผู้บริโภคได้คำนึงคุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยหรือเหตุผลอันดับต้นๆ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากตลาดนัด แต่ก็ยังคงเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้าในตลาดนัด แต่ผู้บริโภคยอมรับถึงความเหมาะสมของคุณภาพของสินค้ากับราคาที่จำหน่าย

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

#### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยได้กำหนดขอบเขต ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การศึกษาพัฒนาการของตลาดนัดวัดทองสะอาด มุ่งศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของตลาดนัด นับตั้งแต่มีขึ้นจนกระทั่งถึงปัจจุบัน โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องศึกษาหลายประการ อาทิ เงื่อนไขการเกิดขึ้นของตลาดนัด เงื่อนไขทางสังคม เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ พื้นที่ตลาดนัด รูปแบบของตลาดนัด บทบาทหน้าที่ของตลาดนัดในแต่ละช่วงเวลา รวมถึง ประเภทสินค้าที่จำหน่าย เป็นต้น

1.2 การศึกษาเงื่อนไขที่ทำให้ตลาดนัดวัดทองสะอาดยังคงอยู่และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อต้องการอธิบายให้เห็นการดำรงอยู่ของตลาดนัด หรือเป็นการหาคำตอบถึงเงื่อนไขที่ทำให้ตลาดนัดดำรงอยู่และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยมีหน่วยวิเคราะห์หลายระดับ ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษามีหลากหลาย ได้แก่ (1) ผู้ค้า (2) ผู้ซื้อ (3) เจ้าของตลาด และ (4) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

### รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยผสมทั้งวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดจากความเกี่ยวข้อง โดยมีวิธีการสุ่มดังนี้ ได้แก่

- |                                            |              |
|--------------------------------------------|--------------|
| (1) ผู้ค้า สุ่มแบบเจาะจง                   | จำนวน 15 คน  |
| (2) ผู้ซื้อสุ่มแบบตามสะดวก                 | จำนวน 100 คน |
| (3) เจ้าของตลาดสุ่มแบบเจาะจง               | จำนวน 1 คน   |
| (4) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สุ่มแบบเจาะจง | จำนวน 2 คน   |

#### วิธีการและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องด้วยการศึกษานี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือและเทคนิควิธีการ ดังนี้

- (1) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปของตลาด พฤติกรรมการซื้อ การขาย
- (2) การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายสามกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มเจ้าของตลาดนัด และกลุ่มผู้ค้า
- (3) แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ซื้อ ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจมาเลือกซื้อสินค้า

## ขั้นตอนในการดำเนินงาน

การวิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการทำวิจัย ดังนี้

1. ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. ลงพื้นที่สำรวจตลาดนัดในย่านที่ทำการศึกษ พร้อมทั้งคัดเลือกตลาดนัดตัวอย่าง
3. กำหนดประเด็นและสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิเคราะห์ข้อมูล

## วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการจัดหมวดหมู่จำแนกข้อมูลตามตัวแปร คำสำคัญ และประเด็น ในการวิจัย จากนั้นจึงอธิบายตีความเชื่อมโยงหลักการทฤษฎีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## สรุปผลการวิจัย

1) พัฒนาการของตลาดนัด จากการสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัดวัดทองสะอาด นายเอียง อายุ 77 ปี มีรายละเอียด ดังนี้เริ่มต้นตลาดปี 2540 “ตั้งแต่ตอนวิงรณ ผมว่าทะเลแถวนี้ดี ผมเลยมาเริ่มปรับที่ทำตลาดตั้งแต่คอสะพาน มาช่วงแรกชวนคนจากลาดบัวหลวงมาตั้งแผงได้ 10 แผงผมให้เช่าวันละ 1,500 บาท เป็นญาติเป็นคนรู้จักก็ชวนกันมา มีขายอาหาร ขายผัก ขายของเล่น โดยเปิดให้นัดเฉพาะศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ขายช่วงตอนเย็น ปัญหาอุปสรรคก็มีบ้าง ตอนแรกยังไม่มีไฟฟ้า ผมไปเช่าหม้อแปลงจากคลองพระอุดม บางวันทำไฟดับทั้งคลอง ก็โดนด่า ตอนหลัง ผมเลยทำเองขอติดตั้งหม้อแปลง เดินเรื่องทำทุกอย่างเอง การทำตลาดก็เหมือนกับการสร้างประเทศ ต้องค่อยๆสร้าง ค่อยๆเติม ทุกวันนี้ผมยังมีอีกหลายโครงการที่คิดจะทำ”

2) พัฒนาการตลาด “ พอตตลาดเริ่มติด เลยเริ่มขยายไปเปิดอีกตลาดที่ตลาดระแหง แต่ขายไม่ดี เลยกลับมาเปิดนัดที่นี้ 7 วันเลย ส่วนที่ตลาดระแหงเป็นของเมียเค้า ผมขยายพื้นที่และแบ่งเป็นโซนๆ รวมทั้งจอดรถ โดยใช้เป็นพื้นที่ทำตลาด 3- 4 ไร่ ที่เหลือทำที่จอดรถ ด้านเหนือโลตัสมาซื้อผมก็ขยายไปที่ตลาดผมเลยเริ่มตั้งแต่โลตัสจนสุดคอสะพาน มีทั้งส่วนที่ผมสร้างเป็นโครงสร้างถาวร และส่วนที่เป็นแผงชั่วคราวสำหรับพวกขายจร ผมติดแผงประมาณวันละ 150 แผงเป็นแผงถาวรกว่า 100 แผงทั้งในและนอกพื้นที่โครงหลังคา ส่วนแผงขายจรก็ไม่ต่ำกว่า 20-30 แผง ผมแบ่งพื้นที่ เป็น 4 พื้นที่ ให้แต่ละพื้นที่มีคนรับผิดชอบ เขต 1 ที่อยู่ติดกับโลตัส จะขายของสด เขตที่ 2 ถัดเข้ามา

จะขายของกิน ของแห้ง เขต 3 ผมจัดเป็นพื้นที่จอตกร และเขต 4 เป็นเขตที่ผมเพียงขายเป็นเขตบ้านหม้อพลาซ่า เน้นขายของเก่า ”

3) สภาพปัจจุบัน ตลาดวัดทองสะอาดเป็นตลาดนัดที่มีขนาดใหญ่กว่าตลาดอื่นๆ ในย่านนั้น โดยจะเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่ช่วงสายเป็นต้นไป ซึ่งจะเริ่มติดตลาดจริงๆ ประมาณ 15.00 น. โดยที่ผู้ค้าสามารถเข้ามาตั้งร้านได้ ตั้งแต่ช่วงเช้าเรื่อยไปจนถึงก่อนเวลา 15.00 น. ซึ่งหลังจาก 15.00 น. ทุกร้านจะต้องตั้งร้านให้เรียบร้อย และเลิกร้าน หรือเก็บร้านเวลาเที่ยงคืนเป็นต้นไป ซึ่งหากผู้ค้าเข้าช้าหรือเก็บร้านก่อนเวลาที่กำหนดจะต้องเสียค่าปรับ 100-200 บาทต่อครั้ง และหากทำผิดกฎเกิน 2 ครั้ง เจ้าของตลาดจะไม่ให้เข้ามาค้าขายที่ตลาดแห่งนี้อีกต่อไป เนื่องจากตลาดแห่งนี้มีกฎระเบียบเพื่อสร้างความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อ ซึ่งหากผู้ค้าเข้ามาตั้งร้านเวลาหลัง 15.00 น. ที่เป็นช่วงเวลาที่ผู้ซื้อเริ่มมาเดินจับจ่ายซื้อสินค้าแล้ว จะก่อให้เกิดความไม่สะดวกแก่ผู้ซื้อได้ โดยคนจะเริ่มมาเดินตลาดกันเยอะขึ้นและจะคึกคักในช่วงเวลาประมาณ 17.30-18.30 น. และคนจะมากในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

## 2. กลุ่มคนในตลาดนัด

### 1) เจ้าของตลาดนัด นายเอียง มีการบริหารจัดการ พอจะแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้งตลาดอยู่ริมถนนกาญจนาภิเษก ฝั่งตรงข้ามมีสถานีอนามัย ด้านหลังติดวัดทองสะอาด ระบบสาธารณูปโภค มีที่จอดรถสำหรับผู้ค้า และผู้ซื้อ มีไฟฟ้า ประปา และจัดห้องน้ำไว้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 4 ห้องซึ่งจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดตลอดเวลา

2. ด้านการรักษาความปลอดภัย มีรถตรวจการวิ่งตลอดโดยเจ้าของตลาด และในแต่ละเขตพื้นที่จะมีแม่ค้า พ่อค้าคอยดูแลกันเอง

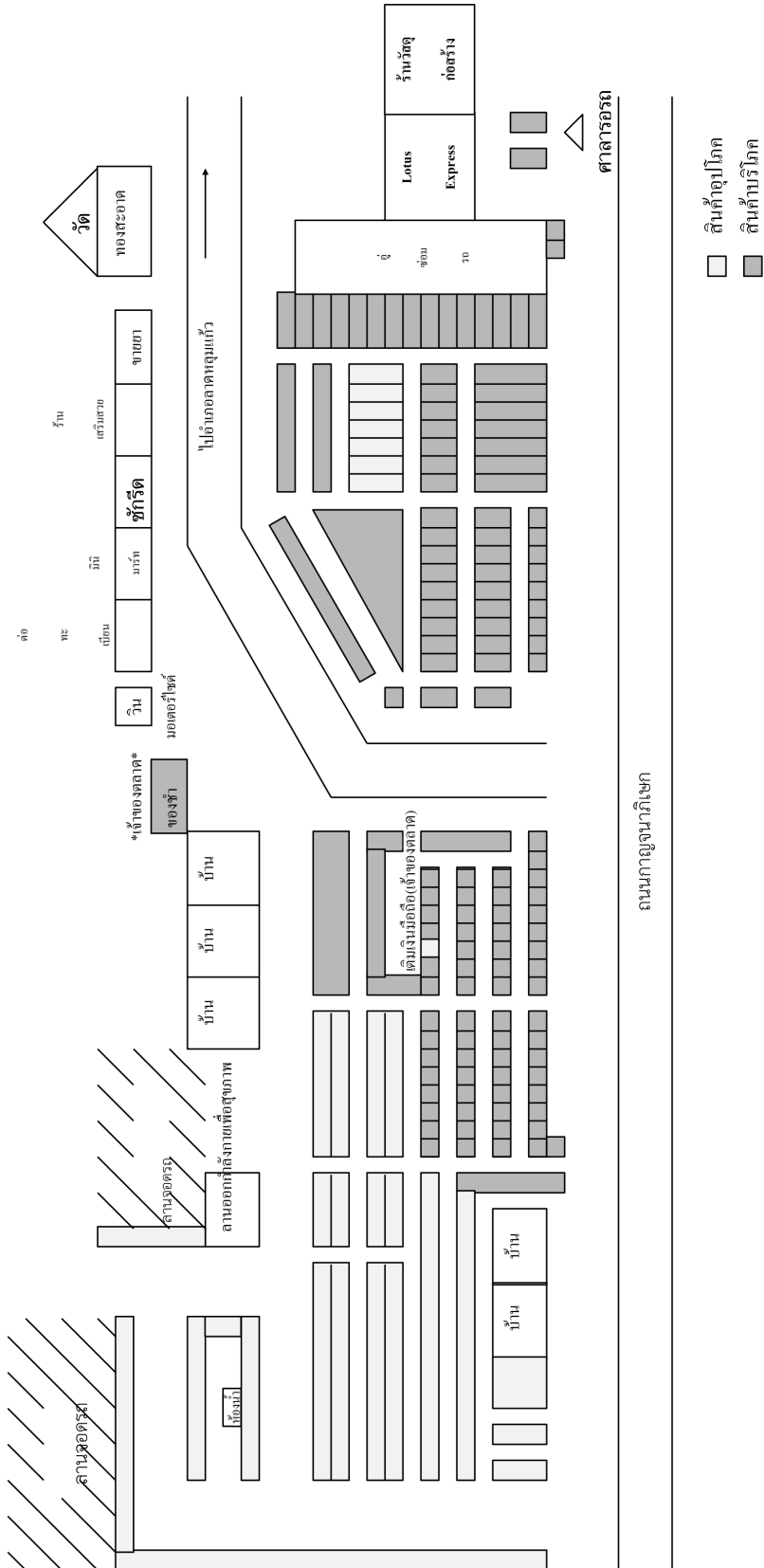
3. ด้านการตลาด นายเอียงมีกลยุทธ์การตลาดเพื่อจูงใจให้ผู้ค้าเข้ามาใช้บริการได้แก่ การชิงโชคทอง โดยแจกคู่มือผู้ซื้อ ครึ่งละ 1 ใบ เดือนหนึ่งชิงโชค 4 รางวัล การขายคู่มือ มี 3 ราคา คือ ราคา 5 บาท 10 บาท 20 บาท ผู้ซื้อไม่ต้องจ่ายเป็นเงินสด และมีการจัดกองทุนบุญทอง ราคาหุ้นละ 500 บาท โดยได้มาจากผู้ค้าที่สมัครใจ กองทุนนี้拿來บริหารจัดการพื้นที่เช่นจัดเวทีแอโรบิก และจ้างครูมาสอนในทุกวันพุธ ศุกร์ และอาทิตย์ เพื่อจูงใจให้คนที่อยู่ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงได้มีพื้นที่ออกกำลังกาย และผลพลอยได้จะได้เข้ามาใช้บริการนอกจากนี้นายเอียงจะจ่ายค่าทำศพไฉ่ผดุงศพละ 500 บาท

สำหรับสินค้าที่มีจำหน่าย แบ่งเป็นประเภท ได้ดังนี้ (1) อาหาร เป็น ประเภทสินค้าที่มีจำหน่ายมากที่สุด ได้แก่ อาหารที่ปรุงสำเร็จ (2) เครื่องแต่งกาย (3) ของใช้เบ็ดเตล็ด มีหลากหลายประเภท (4) ของเก่า สินค้าที่นำมาจำหน่ายในโซนนี้ จะมีลักษณะเช่นเดียวกับสินค้าในย่านบ้านหม้อ (5) ต้นไม้

กฎ/ระเบียบของตลาดวัดทองสะอาด ได้แก่ (1) การจัดแผง ต้องเสร็จก่อนบ่าย 3 โมง หลัง 3 โมงจะตัดสื่อ (2) ห้ามทำสกปรก (3) ห้ามเล่นการพนัน (4) ห้ามพูดคำหยาบ และหากผิดกฎ ครั้งที่ 1 จะว่ากล่าวตักเตือน ครั้งที่ 2 จะถูกปรับ ครั้งที่ 3 จะถูกพักงานพักงาน 7 วัน หรือขึ้นค่าแผง

2) ผู้ค้า สำหรับวัดทองสะอาดนี้แบ่งกลุ่มผู้ค้าได้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ค้าประจำ และผู้ค้าจร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าประจำ จะมีผู้ค้าจรประปราย

3) ผู้ซื้อ เนื่องจากทำเลที่ตั้งตลาด ตั้งติดถนนวงแหวนตะวันตก ถนนกาญจนาภิเษก ซึ่งสามารถเดินทางไปต่างจังหวัดได้หลายจังหวัด ทำให้มีผู้ซื้อทั้งในพื้นที่ พื้นที่ใกล้เคียง และนอกพื้นที่(แหวะระหว่างการเดินทางไปต่างจังหวัด)



ภาพที่ 1 แผนผังตล่าวัดทองสะอาด องค์การบริหารส่วนตำบลทองสะอาด อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์  
ที่มา: สร้างโดยผู้วิจัยจากการลงพื้นที่สำรวจบริเวณโดยรอบตล่าวัดทองสะอาด

**3. เงื่อนไขการดำรงอยู่ของตลาดนัด** จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ค้า และจากการสอบถามจากผู้ซื้อ ผลการศึกษาพบว่าเงื่อนไขการดำรงอยู่ของตลาดนัดมีดังนี้<sup>1)</sup> คุณลักษณะเฉพาะของเจ้าของตลาดคุณ ลักษณะของเจ้าของตลาดมีผลต่อการดำรงอยู่ของตลาดนัด ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความกล้าเสี่ยงในการลงทุนความสามารถในการบริหารความเสี่ยง ความเอื้ออาทรต่อผู้ค้า ความเด็ดขาด ความสามารถในการควบคุมให้เป็นไปตามระเบียบ กฎข้อบังคับหรือเงื่อนไขที่กำหนด และความคิดเชิงกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า 2) การรักษาระเบียบข้อบังคับที่มีต่อผู้ค้าและการรักษามาตรฐานของสินค้า 3) ท่าเลที่ตั้ง ที่มีระยะทางที่อยู่ใกล้เคียงสะดวกต่อผู้บริโภค 4) ความหลากหลายของสินค้าความหลากหลายของสินค้าถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้ซื้อตัดสินใจมาซื้อในตลาดนัด 5) ช่วงเวลาที่เปิดตลาด ตลาดนัดจะต้องมีการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสม ทั้งในการกำหนดช่วงวัน ช่วงเวลาที่จำหน่าย 6) ความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นตลาดนัดที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่นั้นๆ ตลาดนัดวัดทองสะอาด เป็นตลาดนัดที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนเมืองที่นับวันจะเจริญขึ้นอย่างต่อเนื่องและ 7) กำลังและอำนาจในการซื้อ

การเกิดขึ้นของตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของชุมชนในพื้นที่ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ซื้อมาใช้บริการในตลาดนัดสูงสุดคือ สินค้ามีความหลากหลายและสินค้าที่ซื้อสูงสุดคือ อาหารปรุงสำเร็จ เหตุผลที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดคือสะดวกในการเดินทางการค้าอยู่ของตลาดนัดมีเงื่อนไขดังนี้ 1) คุณลักษณะของเจ้าของตลาด 2) การรักษาระเบียบข้อบังคับ 3) ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง 4) ความหลากหลายของสินค้า 5) ช่วงเวลาที่เปิดตลาด 5) ความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย และ 6) กำลังและอำนาจในการซื้อ และการขยายตัวของตลาดนัดมีลักษณะ 1) มีการขยายทางกายภาพ และการเพิ่มขึ้นของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 2) การเพิ่มของจำนวนผู้ค้าและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ค้า 3) ความหลากหลายของสินค้า

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ตลาดนัดวัดทองสะอาด เป็นตลาดที่เกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชนหรือพื้นที่ ทั้งในลักษณะของตลาดนัดในสถานที่ทำงาน ตลาดที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนและชีวิตคนทำงานในเมืองที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ผู้ซื้อที่กำลังและอำนาจในการซื้อเพราะกลุ่มผู้ซื้อในตลาดนัดที่ทำการศึกษาคือเป็นผู้ซื้อที่มีความต้องการและมีรายได้ที่จะจับจ่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ เอทเซล เวกเกอร์และสแตตัน นักวิชาการด้านการตลาดที่ได้กำหนดองค์ประกอบของตลาดว่าประกอบด้วย กลุ่มคนหรือองค์กรที่มีความต้องการ มีเงินที่จะซื้อ และมีความเต็มใจที่จะซื้อ เงื่อนไข 3 ข้อนี้ หมายความว่า กลุ่มคนจะต้องมีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย หากกลุ่มคนไม่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย ก็ไม่เรียกว่าตลาด และหากมีความต้องการแต่ไม่มีเงินหรืออำนาจในการซื้อ ก็ไม่เป็นตลาด เพราะการแลกเปลี่ยนมิได้เกิดขึ้น นอกจากนั้นความสะดวกในการเป็นศูนย์กลางในด้านเศรษฐกิจ ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของตลาด ดังนั้นตลาดนัดจัดเป็นย่านกลางแห่งหนึ่ง การเลือกทำเลที่ตั้งตลาดนัดให้อยู่ในที่ที่สะดวกที่สุดสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งบริเวณดังกล่าวต้องมีการเข้าถึงที่สะดวก มีช่องทางออกสู่ถนน มีทางคมนาคมขนส่งที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าปลีก เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคส่วนตัว เป็นพาหนะสะดวกสำหรับการขนส่งมวลชนทุกแบบ และสะดวกสำหรับคนเดินเท้า และพัฒนาการมาตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของพรใจ แก้วสุข (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าในตลาดนัดของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร และธวัชรัตน์ ธรรมรัตน์ (2551) ที่ศึกษาตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทร



สทิงพระ จังหวัดสงขลา ที่ว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการตลาดนัดเคลื่อนที่คือความสะดวกส่วนปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดหรือจุดเด่นของตลาดนัดในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ความหลากหลายของสินค้าซึ่งสอดคล้องกับงานของ บุรจิต พานประเสริฐ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ที่ว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยการตัดสินใจอันดับแรก

ส่วนลักษณะตลาดนัดที่ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ก็สอดคล้องกับแนวคิดของ Symanski ที่กล่าวว่าลักษณะตลาดนัดเกิดจากหลักการเดินทางเพื่อจุดประสงค์หลายอย่าง (multi-purpose) ของพ่อค้าและผู้บริโภค ได้แก่ terminal trips ซึ่งเป็นการสัญจรระหว่างจุด ตลาดนัดวัดวัดทองสะอาด เป็นตลาดที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้

นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบอีกว่า ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกสำหรับผู้ค้าและผู้ซื้อ อยู่ในหรือใกล้แหล่งชุมชน มีระบบสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ลักษณะสินค้ามีความหลากหลาย หากความมากน้อยของปริมาณสินค้าและประเภทสินค้าขึ้นกับความต้องการของผู้ซื้อในพื้นที่นั้นๆ ราคาสินค้าในตลาดจะมีราคาไม่สูงมากนัก และมีการส่งเสริมก็เป็นไปตามแนวคิดในองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดที่จะต้องประกอบด้วย สินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริม โดยเฉพาะในการเลือกทำเลที่ตั้ง ตลาดนัดวัดวัดทองสะอาดมีลักษณะเป็นไปตามข้อพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง ได้แก่ 1) ลักษณะภูมิประเทศ เช่น ใกล้วัด ใกล้โรงเรียน ใกล้แหล่งอุตสาหกรรม 2) แหล่งผู้บริโภค 3) ต้นทุนค่าใช้จ่าย การขนส่ง 4) สภาพแวดล้อมและระบบสาธารณูปโภค และปัจจัยอื่นๆ โดยเจ้าของตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยทำเลที่ตั้งมากเนื่องจากเห็นว่าเป็นปัจจัยแรกที่ควรพิจารณาในการทำตลาดให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้เงื่อนไขการดำรงอยู่ของตลาดนัดที่ค้นพบในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุธี เทพสุริวงศ์ (มปป.) ที่ศึกษา ตลาดนัด ในโครงการแผนภูมิทัศนภาคใต้ : ฐานเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม ที่ว่ามีปัจจัยหลายประการที่ทำให้ตลาดนัดดำรงอยู่ได้ ได้แก่ ตลาดนัดที่มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ความต้องการของผู้ซื้อ ความต้องการของผู้ขาย กำลังและอำนาจในการซื้อของผู้บริโภค แต่มีปัจจัยที่ต่างคืองานของสุธี มีปัจจัยสินค้าที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตลาดนัด ทั้งนี้เพราะพื้นที่ที่ศึกษาของสุธีเป็นพื้นที่ภาคใต้ซึ่งมีความหลากหลายของทรัพยากรที่แตกต่างไปตามสภาพภูมิประเทศของพื้นที่ ในขณะที่ตลาดนัดวัดวัดทองสะอาดเป็นพื้นที่ชานเมืองกรุงเทพมหานครที่ความเจริญจากเมืองหลวงกำลังขยายพื้นที่ออกไปสู่พื้นที่เกษตรกรรม ลักษณะสินค้าที่โดดเด่นของตลาดนัดจึงมิได้ปรากฏ ส่วนปัจจัยคุณลักษณะของผู้เป็นเจ้าของตลาดนัดซึ่งผู้วิจัยนำมาเสนอเป็นปัจจัยแรกของเงื่อนไขการทำให้ตลาดนัดดำรงอยู่ได้นั้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของภาวิดา อ่อนนาม(2547)ที่ศึกษาการจัดการธุรกิจตลาดนัดเคลื่อนที่ในจังหวัดกาญจนบุรี ที่ว่าผู้จัดต้องมีภาวะผู้นำและความมีมนุษยสัมพันธ์

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อการกำหนดช่วงเวลาติดตลาด จากพัฒนาการของตลาดนัดตั้งแต่อดีตตลาดนัดจะมีลักษณะของการเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าซึ่งมิได้ตั้งอยู่ประจำและช่วงติดตลาดจะกำหนดเป็นช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งแต่เป็นที่รับรู้ของชุมชนนั้นๆ หากแต่ในปัจจุบันข้อค้นพบที่ได้ลักษณะตลาดที่ศึกษามีลักษณะที่ติดตลาดช่วงบ่ายถึงค่ำของทุกวัน เป็นการรองรับความต้องการของคนทำงานที่เดินทางกลับบ้านและหาซื้อสินค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารและสินค้าในชีวิตประจำวัน ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ R. Miller และ Ronald G. Knapp ที่พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเกิดตลาดนัด

ข้อสังเกตอีกประการที่ได้จากการศึกษาคือ คุณภาพของสินค้า จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีได้ค่านึงคุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยหรือเหตุผลอันดับต้นๆในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากตลาดนัด แต่ก็ยังคงเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้าในตลาดนัด ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าตลาดนัดเป็นเพียงอีกช่องทาง อีกหนึ่งสถานที่ในการจับจ่ายสินค้า

หากผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ มีการรับประกันคุณภาพสินค้าก็จะไปยังแหล่งอื่น เช่น ห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคยอมรับถึงคุณภาพของสินค้าในตลาดนัดว่า มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่ยา

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ รวมถึงการประสานกับเจ้าของตลาดในการใช้พื้นที่ตลาด จัดกิจกรรมทางสังคมต่างๆของชุมชน

2) ควรมีกฎ ระเบียบที่ชัดเจนในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตลาดนัด โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการร่างระเบียบ

#### 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ซื้อมาใช้บริการในตลาดนัดสูงสุด คือ สินค้ามีความหลากหลายและสินค้าที่ซื้อสูงสุดคือ อาหารปรุงสำเร็จ เหตุผลที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดคือสะดวกในการเดินทาง

2) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเงื่อนไขการดำรงอยู่ของตลาดนัด คือ 1) คุณลักษณะของเจ้าของตลาด 2) การรักษาระเบียบข้อบังคับ 3)ทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง 4)ความหลากหลายของสินค้า 5) ช่วงเวลาที่ติดตลาด 5) ความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย และ6) กำลังและอำนาจในการซื้อ

3) ผู้ประกอบการที่จะขยายตลาดนัด ควรพิจารณาลักษณะของการขยายตลาดตัวของนัดที่ประสบผลสำเร็จ คือ 1) การขยายตลาด 2)การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก 3)การเพิ่มของจำนวนผู้ค้า 4)การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ค้า และ 5)การเพิ่มความหลากหลายของสินค้า

#### 3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1) เนื่องจากตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการเลือกศึกษาเฉพาะกรณี ดังนั้นเพื่อเป็นการทวนสอบตัวแปรเหล่านั้น ควรมีการนำตัวแปรเหล่านั้นไปใช้กับตลาดนัดในพื้นที่อื่นๆ เพื่อขยายองค์ความรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2) ควรมีการศึกษาตลาดนัดในมิติอื่นๆ หรือศึกษาในบริบทอื่นๆ ตลอดจนการเปรียบเทียบตลาดนัดที่มีลักษณะแตกต่างกันของพื้นที่ เช่น ตลาดนัดย่านอุตสาหกรรม ตลาดนัดในสถานที่ราชการ เป็นต้น

### รายการอ้างอิง

ธานี กุลแพทย์.(2539). *บทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อชุมชนกรุงเทพฯและปริมณฑล พ.ศ. 2525-2537*.

สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .

บุรจิต พานประเสริฐ.(2548). *ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดเคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ภาวิดา อ่อนนาน.(2547). *การจัดการธุรกิจตลาดนัด เคลื่อนที่ ในจังหวัดกาญจนบุรี*. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.



- พรใจ แก้วสุข.(2546). พฤติกรรมการซื้อสินค้าในตลาดนัดเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร.  
ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ธัญวรัตน์ ธรรมรัตน์.(2551). ตลาดนัดในบริเวณคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา : การวิเคราะห์เชิงพื้นที่. วิทยานิพนธ์  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สุธี เทพสุริวงศ์.(มปป.). ตลาดนัดในโครงการแผนภูมิทัศนภาคใต้ : ฐานเศรษฐกิจและทุนวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ :  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อธิตา สุนทรโรทก.(2549) ตลาดนัดมหาวิทยาลัยมหิดล : การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่ ใน ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด.  
(สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์,บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยา.