

ลักษณะของตลาดนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม



นางสาวพีระนันท์ ชลเอกนิษฐ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-1084-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I204 9 2080

THE CHARACTERISTICS OF PERIODICAL MARKETS AND THE RELATIONSHIPS  
WITH NAKHON PATHOM URBANIZED AREA



MISS PEERANUN CHAROAKANIT

ศูนย์วิทยทรัพยากร

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning in Urban Planning

Department of Urban and Regional Planning

Faculty of Architectur

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-1084-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ลักษณะของตลาดนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม

โดย

นางสาว พิระนันท์ ชลเอกนิษฐี

ภาควิชา

การวางแผนภาคและเมือง

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. วรณศิลป์ พีรพันธุ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. วีระ สัจกุล)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ขวัญสรวง อดิโพธิ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. วรณศิลป์ พีรพันธุ์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. นิพันธ์ วิเชียรน้อย)

..... กรรมการ

(อาจารย์ จิราภา วรเสียงสุข)

พีระนันท์ ชลอเอกนิษฐ์ : ลักษณะของตลาดนัดกับข้าวและความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม. ( THE CHARACTERISTICS OF PERIODICAL MARKETS AND THEIR RELATIONSHIPS WITH NAKHON PATHOM URBANIZED AREA ) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ดร. วรณศิลป์ พีรพันธุ์, จำนวนหน้า 278 หน้า. ISBN 974-17-1084-4.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของตลาดนัดกับข้าวซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่ตั้งสำหรับการเกิดตลาดนัดกับข้าว องค์ประกอบและกิจกรรม และความสัมพันธ์ของตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐม รวมถึงปัญหาที่เกิดจากการมีตลาดนัดกับข้าว

ผลจากการศึกษา พบว่าปัจจัยสำคัญในการเลือกพื้นที่สำหรับจัดตลาดนัด คือ ตำแหน่งที่ตั้งซึ่งเป็นจุดศูนย์รวมของผู้คนในชุมชน มีการสัญจรที่สะดวก มีแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ และโรงงานอุตสาหกรรมโดยรอบ

องค์ประกอบของตลาดนัดประกอบด้วย พ่อค้าเร่ ผู้ซื้อ ผู้จัดนัด และสินค้า บุคคลทั้ง 3 กลุ่มข้างต้นเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมภายในตลาดนัด ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม 2 ประเภท คือกิจกรรมหลักโดยมีกิจกรรมการค้าอาหารปรุงสำเร็จเป็นหลัก และกิจกรรมเชิงส่งเสริมมีกิจกรรมการค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องประดับเป็นหลัก

ความสัมพันธ์ของตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐม แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ตลาดนัดกับข้าวมีผลการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของเมืองและการใช้ประโยชน์ที่ดินของเมืองนครปฐม ด้านเศรษฐกิจ ตลาดนัดกับข้าวก่อให้เกิดรายได้ การจ้างงาน และมีผลต่อพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของผู้คน ด้านสังคม ตลาดนัดกับข้าวก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าเร่ ผู้ซื้อและผู้จัดนัด ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทั้งในด้านความร่วมมือและความขัดแย้ง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอาชีพของผู้คน และมีผลต่อพฤติกรรมกรรการบริโภค การเดินทางของคน

การเกิดขึ้นมาของตลาดนัดกับข้าวก่อให้เกิดปัญหาที่เห็นได้ชัด คือ การค้าปลีกของตลาดสดเทศบาลและร้านขายของชำในบางชุมชนลดลง ขณะที่มีการปรับรูปแบบการค้าเป็นการค้าส่งแทนการค้าปลีกเพิ่มขึ้น ซึ่งสมควรจะได้มีการขยายรูปแบบดังกล่าวต่อไปในอนาคต โดยควรปรับรูปแบบการค้าให้มีความแปลกใหม่เพื่อดึงดูดผู้ซื้อ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ภาควิชา ...การวางแผนภาคและเมือง... ลายมือชื่อนิสิต..... พีระนันท์ ชลอเอกนิษฐ์.....

สาขาวิชา ...การวางผังเมือง..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา ..... 2545 .....

: MAJOR URBAN PLANNING

KEYWORD : CHARACTERISTIC / RELATIONSHIP / PERIODICAL MARKET / NAKHON PATHOM

PEERANUN CHAROAKANIT : THE CHARACTERISTICS OF PERIODICAL MARKETS AND THEIR RELATIONSHIPS WITH NAKHON PATHOM URBANIZED AREA . THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. WANNASILPA PEERAPUN, Ph.D. 278 pp. ISBN 974-17-1084-4

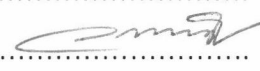
The objectives of this thesis are to study the characteristics of periodical markets, including location factors and the elements and activities within the markets; their relationships with Nakhon Pathom urban communities; and the problems they generate.

The result of the study reveals that the major criteria for site selection are the location at the center of the community, accessibility, large community size, and the location near factories.

The elements of periodical markets consist of pedlers, consumers, market supervisors, and goods. The first three groups activate the periodical markets. The activities can be classified into 2 categories : main activities, mainly related to selling and buying cooked foods; and supportive activities , mainly related to selling and buying ready -to- wear clothing and jewellery .

The relationships between the periodical markets and the urbanized area can be classified into 3 categories. In terms of physical relationship, the periodical markets affect the economic structures and land use of Nakhon Pathom urbanized area. In terms of economic relationship, the periodical markets help generate local income and employment and affect local economic-related behavior . In terms of social relationship , the periodical markets generate positive and negative relationships among the pedlers, the consumers, and the market supervisors. They also affect occupation changes as well as local behavior relating to consumption and travel .

The periodical markets also affect the activities within the existing municipal markets. The retailed trade activities have decreased while the wholesale activities have begun to increase. The later activities should be further promoted along with the adjustment of the selling pattern to attract consumers as well as to cope with changes in the future.

Department	Urban and Regional Planning	Student' signature	Peeranun Charoakanit
Field of study	Urban Planning	Advisor' signature	
Academic year	2002		

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีของ รองศาสตราจารย์ ดร. วรณศิลป์ พีระพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆของการวิจัยด้วยดีมาโดยตลอด

ขอขอบคุณ คณะอาจารย์ภาควิชาการวางแผนภาคและเมืองทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาท วิชาความรู้ ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน รวมถึงอาจารย์จิราภา วรเสียงสุข ที่กรุณาสละเวลามาสอบวิทยานิพนธ์ และพี่ต๋ม พี่แสง ที่ช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานและข้อมูลต่างๆ ขอขอบคุณเพื่อนผั่งเมือง รุ่น 25 ทุกคน โดยเฉพาะต่อม อร เบิร์ท ที่เป็นกำลังใจ และช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตลอดมา

ขอขอบคุณพ่อค้า แม่ค้า ผู้ซื้อ ผู้จัดนัดในตลาดนัดทุกท่าน รวมถึงผู้ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยเหลือทุกอย่างทั้งด้านกำลังทรัพย์และกำลังใจ ด้วยดีมาตลอด รวมถึง พี่สาว และพี่ชายที่สละเวลาไปเก็บข้อมูล และให้คำปรึกษาจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

พีระนันท์ ชลอเอกนิษฐ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนที่.....	ฒ
สารบัญแผนภูมิ.....	ณ
สารบัญแผนผัง.....	ด
สารบัญภาพประกอบ.....	ต
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.4 ขั้นตอนและวิธีดำเนินการศึกษา.....	5
1.5 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวความคิดการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม .....	7
2.1.1 ตลาด.....	7
2.1.2 ลักษณะการเกิดแหล่งการค้าและการกำหนดที่ตั้ง.....	8
2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม .....	9
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม.....	12
2.2 แนวความคิดการขยายตัวของชานเมือง.....	15
2.3 แนวความคิดทฤษฎีแหล่งกลาง.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแหล่งกลาง.....	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 แนวความคิดเรื่องกิจกรรมภายในตลาด.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดเรื่องกิจกรรมภายในตลาด.....	21
2.5 แนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตลาดนัดกับชุมชนเมือง.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตลาดนัดกับชุมชนเมือง.....	24
2.7 สรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการศึกษา.....	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 กรอบแนวความคิด.....	30
3.2 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
3.4 การนำเสนอข้อมูล .....	35
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
บทที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ศึกษา	
4.1 ลักษณะทางกายภาพ.....	37
4.1.1 ที่ตั้งและอาณาเขต.....	37
4.1.2 การใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตผังเมืองรวมเมืองนครปฐม.....	40
4.1.3 การคมนาคมขนส่ง.....	52
4.2 ลักษณะทางสังคม.....	57
4.2.1 การตั้งถิ่นฐานของประชากร.....	57
4.2.2 ประชากร .....	58
4.2.3 อาชีพและรายได้ของประชากร.....	66
4.3 บทบาทของเมืองนครปฐม.....	68
4.4 ลักษณะทางเศรษฐกิจ.....	69
4.5 ลักษณะทั่วไปของตลาดนัดในพื้นที่ศึกษา.....	76
4.5.1 ลักษณะการเกิดตลาดนัด.....	76
4.5.2 ประเภทของตลาดนัด.....	77



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งของตลาดนัดกับข้าว	
5.1 ลักษณะการเกิดตลาดนัดกับข้าว.....	79
5.2 การขยายตัวของตลาดนัดกับข้าวในเขตชุมชนเมืองนครปฐม.....	82
5.3 ที่ตั้งของตลาดนัดกับข้าว.....	84
5.4 ขนาดของตลาดนัดกับข้าว.....	87
5.5 ตารางเวลาการนัดหมาย.....	91
5.6 การกระจายตัวของตลาดนัดกับข้าว.....	93
5.7 ปัจจัยในการเลือกที่ตั้งสำหรับผู้จัดนัด .....	95
5.8 ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งสำหรับการเกิดตลาดนัดกับข้าว.....	106
5.8.1 ปัจจัยด้านกายภาพ.....	106
5.8.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ.....	112
5.8.3 ปัจจัยทางสังคม.....	114
5.9 การวิเคราะห์กลุ่มตลาดนัดกับข้าว.....	125
5.9.1 กลุ่มรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับชานเมือง.....	126
5.9.2 กลุ่มชานเมือง.....	128
บทที่ 6 องค์ประกอบและกิจกรรมของตลาดนัดกับข้าว	
6.1 องค์ประกอบของตลาดนัดกับข้าว.....	136
6.1.2 พ่อค้าเร่.....	136
6.1.2 ผู้ซื้อ.....	148
6.1.3 ผู้จัดนัด.....	156
6.1.4 สินค้า.....	164
6.2 กิจกรรมการค้าภายในตลาดนัด.....	171
6.2.1 ประเภทและสัดส่วนของกิจกรรม.....	171
6.2.2 วิธีการขนส่งสินค้า .....	185
6.2.3 วิธีการลงสินค้า.....	186
6.2.4 ลักษณะการวางขายสินค้า.....	187
6.2.5 ช่วงเวลาการติดตลาด.....	190
6.3 สรุปองค์ประกอบและกิจกรรมของตลาดนัดกับข้าว.....	193

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 7 ความสัมพันธ์ของตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐม	
7.1 ด้านกายภาพ .....	199
7.1.1 รูปแบบของเมือง.....	199
7.1.2 การใช้ประโยชน์ที่ดิน.....	202
7.2 ด้านเศรษฐกิจ.....	203
7.2.1 แหล่งสร้างรายได้.....	203
7.2.2 การสร้างงาน.....	205
7.2.3 พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของผู้คน.....	206
7.3 ด้านสังคม.....	207
7.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล .....	207
7.3.2 การเปลี่ยนแปลงอาชีพของผู้คน.....	213
7.3.3 การฝึกฝนให้บุคคลมีความชำนาญ.....	215
7.3.4 ตลาดนัดบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชน.....	216
7.3.5 สถานที่ซื้อขายสารของผู้คนในชุมชน.....	217
7.3.6 พฤติกรรมการบริโภคของคน.....	217
7.3.7 พฤติกรรมการเดินทางของคน.....	218
7.3.8 ส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว.....	218
7.4 ปัญหาที่พบในตลาดนัดกับข้าว .....	221
7.4.1 ปัญหาด้านกายภาพ .....	221
7.4.2 ปัญหาทางด้านกิจกรรมการค้าขาย.....	222
7.4.3 ปัญหาทางด้านสังคม.....	226
บทที่ 8 สรุป และเสนอแนะ	
8.1 ลักษณะของตลาดนัดกับข้าว.....	228
8.2 ปัจจัยที่มีผลต่อทำเลที่ตั้งของตลาดนัดกับข้าว.....	229
8.3 กิจกรรมการค้าภายในตลาดนัด.....	234
8.4 องค์ประกอบภายในตลาดนัด.....	237
8.5 ความสัมพันธ์ของตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐม.....	237
8.6 ศักยภาพของตลาดนัด.....	240

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

8.7 แนวโน้มของตลาดนัด.....	240
8.8 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ปัญหา.....	241
8.9 ข้อเสนอแนะด้านการวางผังสินค้าภายในตลาดนัด..	244
8.10 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป .....	249
รายการอ้างอิง.....	251
ภาคผนวก.....	256
ภาคผนวก ก.....	257
ภาคผนวก ข.....	259
ภาคผนวก ค.....	268
ภาคผนวก ง.....	269
ภาคผนวก จ.....	273
ภาคผนวก ฉ.....	276
ภาคผนวก ช.....	277
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	278

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 รายละเอียดการสำรวจการใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตผังเมืองรวม เมืองนครปฐม ปี พ.ศ. 2543 .....	43
ตารางที่ 2 แสดงร้อยละการใช้ประโยชน์ที่ดินปัจจุบันจำแนกรายตำบล ปี พ.ศ. 2543.....	47
ตารางที่ 3 การใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตในเขตผังเมืองรวมเมืองนครปฐม (ปรับปรุงครั้งที่ 1)พ.ศ. 2554.....	51
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนประชากรในเขตผังเมืองรวมเมืองนครปฐม รายตำบล ปี พ.ศ. 2543...	61
ตารางที่ 5 แสดงการความหนาแน่นและการเปลี่ยนแปลงของประชากร จำแนกรายตำบล ปี พ.ศ. 2543.....	62
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนประชากรในเขตผังเมืองรวมเมืองนครปฐมปี พ.ศ. 2539 - พ.ศ. 2554...	64
ตารางที่ 7 แสดงการคาดประมาณจำนวนประชากรในอนาคต จำแนกเป็นรายตำบล ปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ. 2564.....	65
ตารางที่ 8 แสดงร้อยละอาชีพของประชากรในพื้นที่ศึกษา.....	66
ตารางที่ 9 แสดงร้อยละรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อของประชากรในพื้นที่ศึกษา.....	67
ตารางที่ 10 แสดงรายชื่อ กรรมสิทธิ์ที่ดินและที่ตั้งของ “ตลาดนัดกับข้าว”.....	86
ตารางที่ 11 แสดงวันและจำนวนวันที่มีตลาดนัดในพื้นที่ศึกษา.....	92
ตารางที่ 12 แสดงการกระจายตัวของตลาดนัดในแต่ละวัน.....	94
ตารางที่ 13 แสดงปัจจัยในการเลือกที่ตั้งในแต่ละพื้นที่ของผู้จัดนัด.....	105
ตารางที่ 14 แสดงร้อยละของแต่ละปัจจัยในการเลือกพื้นที่ของผู้จัดนัด.....	106
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนหมู่บ้านที่อยู่รายล้อมตลาดนัดในพื้นที่ศึกษา.....	114
ตารางที่ 16 สรุปการวิเคราะห์กลุ่ม “ตลาดนัดกับข้าว”.....	132
ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการลงทุนกับรายได้ต่อครั้งของพ่อค้าเร่...	139
ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และรายจ่ายต่อครั้งของพ่อค้าเร่.....	141
ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อครั้งกับความยาวแผงสินค้า .....	142
ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเลือกตลาดนัดของพ่อค้าเร่.....	143
ตารางที่ 21 แสดงเหตุการณ์การตัดสินใจเลือกตลาดนัดของพ่อค้าเร่ ในแต่ละตลาดนัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	144
ตารางที่ 22 แสดงระดับการศึกษาของผู้ซื้อ.....	149
ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับมูลค่าการใช้จ่าย.....	154
ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า.....	155

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์รายได้กับมูลค่าการใช้จ่าย.....	155
ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินค้ากับช่วงเวลาจำหน่ายสินค้า.....	170
ตารางที่ 27 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันจันทร์ .....	173
ตารางที่ 28 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันอังคาร.....	173
ตารางที่ 29 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันพุธ .....	174
ตารางที่ 30 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันพฤหัสบดี.....	175
ตารางที่ 31 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันศุกร์.....	176
ตารางที่ 32 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันเสาร์.....	176
ตารางที่ 33 แสดงจำนวนกิจกรรมทั้งหมดของตลาดนัดกับข้าวในวันอาทิตย์.....	177
ตารางที่ 34 แสดงการเปลี่ยนแปลงของการให้บริการของตลาดและกลุ่มผู้ซื้อ.....	202
ตารางที่ 35 แสดงมูลค่ารายได้ภายในตลาดนัดต่อเดือน โดยประมาณ.....	205
ตารางที่ 36 สรุปความสัมพันธ์ของตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐม.....	220
ตารางที่ 37 สรุปปัญหาที่พบในตลาดนัดกับข้าวและปัญหาที่เกิดขึ้น	
จากการมีตลาดนัดกับข้าว.....	227
ตารางที่ 38 สรุปความสัมพันธ์ของตลาดนัดกับข้าวกับชุมชนเมืองนครปฐม.....	239
ตารางที่ 39 แสดงปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา .....	244
ตารางที่ 40 แสดงข้อเสนอแนะด้านการวางผังตลาดนัดกับข้าว.....	249
ตารางที่ 41 แสดงลักษณะประชากรโดยรอบตลาดนัดกับข้าว	
กลุ่มรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับชนบท.....	259
ตารางที่ 42 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปีของประชากร	
ในกลุ่มรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับชนบท.....	261
ตารางที่ 43 แสดงอาชีพของประชากรโดยรอบตลาดนัดกับข้าว	
กลุ่มรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับชนบท.....	263
ตารางที่ 44 แสดงลักษณะประชากรโดยรอบตลาดนัดกับข้าวกลุ่มชนเมือง.....	265
ตารางที่ 45 แสดงอาชีพของประชากรโดยรอบตลาดนัดกับข้าวกลุ่มชนเมือง.....	266
ตารางที่ 46 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปีของประชากรในกลุ่มชนเมือง.....	267
ตารางที่ 47 แสดงรายละเอียดที่พักอาศัยของพ่อค้าเร่.....	277

## สารบัญแนบที่

	หน้า
แผนที่ 1 แสดงขอบเขตพื้นที่ศึกษา.....	39
แผนที่ 2 แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดิน พ.ศ. 2535.....	41
แผนที่ 3 แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน พ.ศ. 2543 .....	44
แผนที่ 4 แสดงระบบขนส่งสาธารณะในเขตผังเมืองรวมเมืองนครปฐม.....	56
แผนที่ 5 แสดงความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่ศึกษา.....	63
แผนที่ 6 แสดงที่ตั้งตลาดสดและห้างสรรพสินค้า.....	75
แผนที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบการขยายตัวของเมืองระหว่างปี 2525 กับปี 2535.....	80
แผนที่ 8 แสดงระยะเวลาในการจัดตั้งและการขยายตัวของตลาดนัดกับข้าว.....	83
แผนที่ 9 แสดงขนาดของตลาดนัดกับข้าวในพื้นที่ศึกษา.....	88
แผนที่ 10 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยการเลือกที่ตั้งบริเวณหลัง โรงแรมवल.....	120
แผนที่ 11 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยการเลือกที่ตั้งบริเวณวัดใหม่ปิ่นเกลียว.....	121
แผนที่ 12 แสดงระบบคมนาคมและความสะดวกในการเข้าถึงของตลาดนัดกับข้าว.....	122
แผนที่ 13 แสดงประเภทแหล่งชุมชนโดยรอบตลาดนัดกับข้าว.....	123
แผนที่ 14 แสดงการวิเคราะห์กลุ่มตลาดนัด.....	131
แผนที่ 15 แสดงที่พักอาศัยของพ่อค้าเร่.....	140
แผนที่ 16 แสดงรูปแบบวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่.....	147
แผนที่ 17 แสดงการกระจายตัวผู้ซื้อของตลาดนัดในกลุ่มตัวอย่าง.....	150
แผนที่ 18 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันจันทร์.....	178
แผนที่ 19 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันอังคาร.....	179
แผนที่ 20 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันพุธ.....	180
แผนที่ 21 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันพฤหัสบดี.....	181
แผนที่ 22 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันศุกร์.....	182
แผนที่ 23 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันเสาร์.....	183
แผนที่ 24 แสดงจำนวนและขนาดของตลาดนัดกับข้าวในวันอาทิตย์.....	184
แผนที่ 25 แสดงการกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเมือง.....	200
แผนที่ 26 แสดงรัศมีบริการของตลาดนัด.....	201

## สารบัญแผนผัง

	หน้า
แผนผังที่ 1 แสดงการเลือกตลาดนัดเพื่อเป็นตัวแทนในการสุ่มตัวอย่าง.....	136
แผนผังที่ 2 แสดงการจัดวางแผงสินค้าลักษณะรูปตัวยูในตลาดนัดลำพญา.....	158
แผนผังที่ 3 แสดงการจัดวางแผงสินค้าลักษณะรูปตัวแอลในตลาดนัดวัดเกาะวังไทร.....	159
แผนผังที่ 4 แสดงการจัดวางแผงสินค้าลักษณะรูปตัวไอในตลาดนัดวัดสามควายเผือก....	160
แผนผังที่ 5 แสดงที่มาของสินค้าในตลาดนัด.....	169
แผนผังที่ 6 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบ และกิจกรรม กับความสัมพันธ์กับชุมชนเมืองนครปฐม.....	198
แผนผังที่ 7 แสดงโครงสร้างตลาดในเมืองนครปฐม .....	234
แผนผังที่ 8 แสดงการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดใหญ่.....	246
แผนผังที่ 9 แสดงการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดกลาง.....	247
แผนผังที่ 10 แสดงการจัดวางผังร้านค้าสำหรับตลาดนัดขนาดเล็ก.....	248

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 แสดงสัดส่วนอายุของพ่อค้าเร่.....	137
แผนภูมิที่ 2 แสดงสัดส่วนระดับของการศึกษาของพ่อค้าเร่.....	137
แผนภูมิที่ 3 แสดงรายได้ของพ่อค้าเร่.....	138
แผนภูมิที่ 4 แสดงรายจ่ายของพ่อค้าเร่.....	139
แผนภูมิที่ 5 แสดงปัญหาที่พ่อค้าเร่ประสบ.....	144
แผนภูมิที่ 6 แสดงลักษณะอาชีพของผู้ซื้อ.....	149
แผนภูมิที่ 7 แสดงรายได้ของผู้ซื้อสินค้า.....	151
แผนภูมิที่ 8 แสดงประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	151
แผนภูมิที่ 9 แสดงความถี่ในการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัด.....	152
แผนภูมิที่ 10 แสดงเหตุผลของการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัด.....	153
แผนภูมิที่ 11 แสดงสถานที่อื่นที่ผู้ซื้อไปซื้อสินค้านอกจากตลาดนัด.....	153

ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ศึกษา.....	117
ภาพที่ 2 แสดงร้านขายของชำในชุมชน.....	117
ภาพที่ 3 แสดงสถาบันการศึกษาในพื้นที่.....	118
ภาพที่ 4 แสดงวัดเกาะวังไทรที่ใช้เป็นพื้นที่สำหรับจัดตลาดนัด.....	118
ภาพที่ 5 แสดงโรงงานบริเวณตำบลถนนขาด.....	119
ภาพที่ 6 แสดงห้องน้ำที่ผู้จัดนัดบริการให้กับพ่อค้าเร่.....	164
ภาพที่ 7 แสดงสินค้า 9 ประเภทในตลาดนัด.....	166
ภาพที่ 8 แสดงสินค้าที่มีลักษณะเป็นแฟรนไชส์.....	168
ภาพที่ 9 แสดงการลงสินค้าโดยนารถเข้าไปจอดในพื้นที่ที่วางแผงสินค้า.....	187
ภาพที่ 10 แสดงการลงสินค้าแล้วนารถออกจากพื้นที่ตั้งแผงสินค้า.....	187
ภาพที่ 11 แสดงลักษณะการวางขายสินค้าประเภทแผงสินค้า.....	188
ภาพที่ 12 แสดงลักษณะการวางขายสินค้าประเภทรถเข็น และรถซาถึง.....	189
ภาพที่ 13 แสดงลักษณะการวางขายสินค้าประเภทแบกะดิน.....	190
ภาพที่ 14 แสดงตึกแถวที่สร้างใหม่บริเวณตลาดนัดตลาดปลาเค้า.....	202
ภาพที่ 15 แสดงผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจานจากกลุ่มแม่บ้าน.....	206
ภาพที่ 16 แสดงเนื้อวัวที่จะพบในตลาดนัดบางแห่งเท่านั้น.....	217
ภาพที่ 17 แสดง “เงาะ” ผลไม้ตามฤดูกาล.....	219
ภาพที่ 18 แสดงขนมเครปที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้ซื้อ.....	219
ภาพที่ 19 แสดงการจอดรถบริเวณตลาดสดเทศบาลที่ต้องจอดรถริมถนนและในวัด.....	225

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย