

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

กรุงเทพมหานคร

CONCEPT DESIGN FOR DEVELOPMENT THONBURI MARKET AREA

(SANAMLUANG 2) BANGKOK



กฤติกร กลิ่นกล้า

KITTHIKORN KLINKLA

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....63370
วัน,เดือน,ปี..28 ส.ค. 2549

b.....
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2549

ISBN 974-15-2588-5

**CONCEPT DESIGN FOR DEVELOPMENT THONBURI MARKET AREA
(SANAMLUANG 2) BANGKOK**

KITTHIKORN KLINKLA

**A THESIS MITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN ARCHITECTURE
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2006

ISBN 974-15-2588-5

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร
CONCEPT DESIGN FOR DEVELOPMENT THONBURI MARKET AREA
(SANAMLUANG 2) BANGKOK

ชื่อนักศึกษา

นายกฤติกร กลิ่นกล้า

รหัสประจำตัว

44064014

ปริญญา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

สถาปัตยกรรม

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

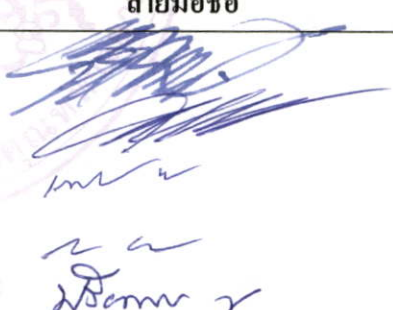
ผศ.สมพล

ดำรงเสถียร

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม

ผศ.ดร.เลิศลักษณ์

กลิ่นหอม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
ผศ.สุรศักดิ์	กังขาว	
ผศ.สมพล	ดำรงเสถียร	
ผศ.ดร.เลิศลักษณ์	กลิ่นหอม	
อาจารย์สันติ	กวินวงศ์ไพบูลย์	
รศ.ดร.ปริยาพร	วงศ์อนุตรโรจน์	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 3 พฤษภาคม 2549 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องเรียนปริญญาเอก คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ดร.จารุวัตร เจริญสุข)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2549

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นายกฤติกร กลิ่นกล้า
รหัสประจำตัว	44064014
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรม
พ.ศ.	2549
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมพล ดำรงเสถียร
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง2) กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาภายในตลาดธนบุรี ความต้องการของผู้ใช้บริการภายในพื้นที่ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร ที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสำรวจ, แบบสอบถาม, และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทั้งเพศชายและหญิงมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน อายุระหว่าง 26-35 ปี ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท วุฒิการศึกษาอยู่ระหว่างปริญญาตรี สถานภาพส่วนใหญ่โสด รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท /เดือน ส่วนใหญ่ของผู้ใช้พื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร มียานพาหนะและยานพาหนะที่มีมากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว ความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ คือ ซื่อสินค้าและพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนั้นแล้วประเภทของสินค้าที่ซื้อได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เบ็ดเตล็ด พันธุ์ไม้และอุปกรณ์ตกแต่งประดับสวน ปัญหาของการใช้พื้นที่ คือ ปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ปัญหาหาบเร่แผงลอยกีดขวางทางเดินเท้า การจัดระเบียบภายในพื้นที่ และการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีความสอดคล้องกับลักษณะความต้องการในการใช้พื้นที่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการพัฒนาพื้นที่ความต้องการแนวทางการพัฒนาพื้นที่ คือ รูปแบบการจัดพื้นที่และการให้บริการภายในพื้นที่ นอกจากนั้นแล้วยังต้องการให้มีการพัฒนาทางด้านการรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย ส่วนบริการส่วนกลาง คือ ส่วนพักผ่อนภายในบริเวณพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่อยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเท่าที่ควรและมีพื้นที่บริการน้อยมากไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ที่ต้องการเข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่

แนวความคิดในการออกแบบ คือการจัดวางกลุ่มอาคารร้านค้าให้มีพื้นที่เว้นว่างระหว่างร้านค้า เพื่อให้มีพื้นที่ทางเดินและลมพัดผ่านได้ดี จัดให้มีพื้นที่จอดรถ,สวนหย่อม สนามเด็กเล่น, ลานกีฬา, พื้นที่ปลูกต้นไม้และการออกแบบผังบริเวณภายในพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการออกแบบ ภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร เสนอแนวทางในการพัฒนาพื้นที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพและส่วนสันทนากการ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการภายในพื้นที่และการออกแบบผังบริเวณภายในร้านค้าเพื่อจัดให้มีความเป็นระเบียบและสะดวกต่อผู้บริการภายในพื้นที่

Thesis Title	Concept Design for Development Thonburi Market Area (sanamluang 2) Bangkok
Student	Mr.Kitthikom Klinkla
Student ID.	44064014
Degree	Master of Industrial Education
Programme	Architecture
Year	2006
Thesis Advisor	Assistant Professor Sompol Dumrongsatian
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Lertlak Klinhom

ABSTRACT

The purposes of the research were to study the present status of the market, inner problems and the requirement of consumer. Require submitting the appropriate way to develop the land and environment. The research was collected by surveying, questionnaire and interviewing.

According to the study of people who give the answer, the majority of them have both male and female in the vicinity at age of 26-35 years old. Mostly work as the company officer, graduated in Bachelor's degree, single status and monthly earning at THB 10,001 - 20,000. Most of consumer has own vehicle especially personal car. Purpose to shopping and relax, besides they usually pay for cloths decoration, miscellaneous, plants and gardening stuff. Problems in using land are environment declination, disorder stalls, arrangement of using land and environment developing consistently with the need. The majority of consumer need the rearrangement in land and development of cleaning, trash eradication for common area : the inner garden that is unavailable to be in used with less ground for people need. Tendencies of rearrangement are setting all shops little separately in between for walking and ventilating. providing car parking, garden, playground, sporting court, plants and trees covering and Layout map of the market.

In conclusion, The Thonburi Market (Sanamluang 2) layout designing submitting the way of environment developing and recreation section to respond the inner consumer need and to offer the orderliness with convenience to all land users.

กิตติกรรมประกาศ

การเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีไม่ว่าจะเป็นด้านคำปรึกษารวมถึงแนวทางการค้นคว้าและรูปแบบการนำเสนอตลอดจนวิธีการคิดอย่างมีระบบด้วยคำแนะนำและความกรุณาจาก ผศ.สมพล ดำรงเสถียร ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ที่สละเวลาอันมีค่าของท่านตั้งแต่เริ่มหัวข้อวิทยานิพนธ์จนวิทยานิพนธ์แล้วเสร็จ รวมถึงท่านอาจารย์ ผศ.ดร. เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม, รศ.ดร. ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ อดีตอาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ผศ.สุรศักดิ์ กังขาว, ผศ.สุทัศน์ จุฬามณี, ดร.ฉรงค์ พิมสาร อ.สันติ กิจนวงศ์ไพบูลย์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้เป็นผู้ให้คำปรึกษาและตรวจสอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยได้แก่ ผศ.ดร. เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม , อาจารย์กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) ๒ ทุกท่าน คุณพิเชษฐ์ ชัยประไพพงษ์ ผู้อำนวยการกองอำนวยการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนวยการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ที่ช่วยเหลือให้งานสำเร็จและประชาชนที่ใช้บริการภายในพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีตลอดจนผู้ที่มีได้กล่าวนามไว้ในที่นี้

กราบขอบพระคุณบุคคลที่จะลืมไม่ได้เลย คือ บิดา, มารดา, พี่ๆ และน้อง ที่เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของข้าพเจ้าและยังให้กำลังใจในการศึกษาทุกๆ ด้าน

ผู้วิจัยขอมอบวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสถาปัตยกรรมให้สังคมไทยดีขึ้น หวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อย

กฤติกร กลิ่นกล้า

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับย่านการค้า.....	6
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาด.....	8
2.3 ประวัติความเป็นมาของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานครและสภาพปัจจุบัน ของย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง2) เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร.....	10
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับ การวางแผนการพัฒนาย่านการค้า.....	34
2.5 การวางแนวทางการพัฒนาย่านการค้าตลาด.....	46
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	51
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	51
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4.1.1 แบบสังเกต.....	55
4.1.2 แบบสอบถาม.....	65
4.1.3 แบบสัมภาษณ์.....	73
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	76
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	76
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	78
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	84
บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก.....	110
ภาคผนวก ก เอกสารทางราชการ.....	111
ภาคผนวก ข แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์.....	115
ประวัติผู้เขียน.....	128

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แผนภูมิแบ่งส่วนการบริหารงานกองอำนาจการค้าตลาดนครนบุรี (สนามหลวง 2).....	11
4.1 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้พื้นที่.....	67
4.2 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละความต้องการการใช้พื้นที่.....	68
4.3 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละของสภาพสินค้าโดยรวมภายในพื้นที่.....	69
4.4 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละยานพาหนะของผู้ใช้พื้นที่และระยะเวลาในการเดินทาง.....	70
4.5 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลปัญหาของการใช้พื้นที่.....	71
4.6 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลความต้องการในการพัฒนาพื้นที่.....	71
4.7 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลแนวทางการพัฒนาพื้นที่.....	72

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงแผนผังตำแหน่งที่ตั้งย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	13
2.2 แสดงทางเข้าด้านหน้าพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	14
2.3 แสดงถนนทางเข้าภายในย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	14
2.4 แสดงผังบริเวณพื้นที่ย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	15
2.5 แสดงสภาพบริเวณสระน้ำภายในพื้นที่ย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	15
2.6 แสดงถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา.....	16
2.7 แสดงลานกิจกรรมเดิมบริเวณริมสระน้ำ.....	16
2.8 แสดงสภาพคลองทวีวัฒนา.....	16
2.9 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยบริเวณริมคลองทวีวัฒนา.....	16
2.10 แสดงสวนผักบริเวณใกล้เคียง.....	16
2.11 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยริมถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา.....	17
2.12 แสดงทางเดินเท้าเข้าสู่พื้นที่.....	17
2.13 แสดงป้ายจอดรถประจำทาง.....	17
2.14 แสดงทางเดินเท้าเข้าสู่พื้นที่.....	17
2.15 แสดงทางเดินริมสวนมะพร้าวหน้าหอม.....	17
2.16 แสดงทางเดินเท้าภายในพื้นที่.....	18
2.17 แสดงทางเดินเท้าริมสระน้ำ.....	18
2.18 แสดงบริเวณสระน้ำและลานกิจกรรม.....	18
2.19 แสดงพื้นที่จอดรถ.....	19
2.20 แสดงพื้นที่จอดรถ.....	19
2.21 แสดงลำรางระบายน้ำ / ศาลาพักผ่อน.....	19
2.22 แสดงถนนภายในพื้นที่.....	19
2.23 แสดงทางเดินเท้าภายใน.....	19
2.24 แสดงพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์.....	19
2.25 แสดงสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยทั่วไป.....	20
2.26 แสดงทางเดินเท้า.....	20

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.27 แสดงรูปแบบสถาปัตยกรรมร้านค้าของตลาด.....	20
2.28 แสดงพื้นที่โล่ง.....	20
2.29 แสดงสภาพร้านค้าภายในตลาด.....	20
2.30 แสดงทางเดินเท้าในปัจจุบัน.....	21
2.31 แสดงสภาพโดยรอบพื้นที่จอดรถ.....	21
2.32 แสดงสภาพโดยรอบพื้นที่จอดรถ.....	21
2.33 แสดงสภาพการจัดพื้นที่จอดรถในปัจจุบัน.....	22
2.34 แสดงสภาพพื้นที่ภายในสวน.....	22
2.35 แสดงทางเดินเท้าภายใน.....	22
2.36 แสดงลานกิจกรรม.....	22
2.37 แสดงลักษณะอาคารร้านค้า.....	23
2.38 แสดงบริเวณร้านค้า.....	23
2.39 แสดงบริเวณร้านค้าขายอาหาร.....	23
2.40 แสดงโซนร้านค้าของย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	24
2.41 แสดงภาพโซนที่ 1 เสื้อผ้า / เครื่องหนัง / อุปกรณ์แต่งกาย / เครื่องประดับ / น้ำดื่ม.....	25
2.42 แสดงภาพโซนที่ 2 เบ็ดเตล็ด.....	25
2.43 แสดงภาพโซนที่ 3 หัตถกรรม / พลาสติก / น้ำดื่ม.....	26
2.44 แสดงภาพโซนที่ 4 อุปกรณ์เดินป่า / สินค้าเกษตรแปรรูป / พระเครื่อง.....	27
2.45 แสดงภาพโซนที่ 5 ปลาสวยงาม / สัตว์เลี้ยง / สัตว์ปีก / สุนัขและอุปกรณ์ / น้ำดื่ม.....	28
2.46 แสดงภาพโซนที่ 6 ต้นไม้ / อุปกรณ์ / น้ำดื่ม.....	29
2.47 แสดงภาพโซนที่ 7 กล้วยไม้ / อาหาร / น้ำดื่ม.....	29
2.48 แสดงภาพโซนที่ 8 ตลาดสด / อาหารสำเร็จรูป / น้ำดื่ม.....	30
2.49 แสดงภาพโซนที่ 9 อุปกรณ์เครื่องใช้ / เบ็ดเตล็ด / ชมรมค้าส่งสินค้าตรง / ชมรมผู้ค้า บางแคฝั่งเหนือ / กลุ่มสตรีอาสา / ชมรมหัตถศิลป์ / ชมรมสินค้าเบ็ดเตล็ด/น้ำดื่ม.....	31
2.50 แสดงเส้นทางการคมนาคมโดยรอบพื้นที่ย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	33
4.1 แสดงรูปถ่ายถนนเพชรเกษม.....	55

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.2 แสดงรูปถ่ายถนนคดโค้งชัน.....	55
4.3 แสดงรูปถ่ายถนนเลียบบคลองทวิวัฒนา.....	56
4.4 แสดงรูปถ่ายถนนพุทธมณฑล.....	56
4.5 แสดงรูปถ่ายถนนพุทธมณฑลสาย 4.....	56
4.6 แสดงรูปถ่ายถนนอุทยาน.....	56
4.7 แสดงรูปถ่ายภายในพื้นที่ทางเดิน.....	56
4.8 แสดงรูปถ่ายบริเวณลานกิจกรรมริมสระน้ำ.....	56
4.9 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านขายพันธุ์ไม้.....	57
4.10 แสดงรูปถ่ายบริเวณทางเดินริมสระน้ำ.....	57
4.11 แสดงรูปถ่ายบริเวณสระน้ำ.....	57
4.12 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้าปลาสวยงาม.....	57
4.13 แสดงรูปถ่ายบริเวณเชื่อมต่อลานกิจกรรม.....	57
4.14 แสดงรูปถ่ายบริเวณลานอเนกประสงค์.....	57
4.15 แสดงรูปถ่ายบริเวณลานอเนกประสงค์.....	58
4.16 แสดงรูปถ่ายบริเวณทางเชื่อมระหว่างสินค้า.....	58
4.17 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้าเสื้อผ้า.....	58
4.18 แสดงรูปถ่ายการป้องกันแสงแดด.....	58
4.19 แสดงรูปถ่ายการป้องกันฝนสาด.....	58
4.20 แสดงรูปถ่ายการป้องกันแสงแดด.....	58
4.21 แสดงรูปถ่ายการบริเวณทางเดินด้านข้างร้านค้า.....	59
4.22 แสดงรูปถ่ายร้านค้าที่เป็นมุมอับ.....	59
4.23 แสดงรูปถ่ายการบริเวณพื้นที่ว่าง.....	59
4.24 แสดงรูปถ่ายร้านค้าที่เป็นมุมอับ.....	59
4.25 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้าเบ็ดเตล็ด.....	59
4.26 แสดงรูปถ่ายร้านค้าประเภทพลาสติก.....	59
4.27 แสดงรูปถ่ายการจัดวางพื้นที่ร้านค้า.....	60

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.28 แสดงรูปถ่ายการจัดร้านค้าในปัจจุบัน.....	60
4.29 แสดงรูปถ่ายการจัดวางพื้นที่ร้านค้า.....	60
4.30 แสดงรูปถ่ายการจัดวางพื้นที่ร้านค้าต้นไม้ปลาสวยงาม.....	60
4.31 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้า.....	61
4.32 แสดงรูปถ่ายบริเวณตลาดสด.....	61
4.33 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้า.....	61
4.34 แสดงรูปถ่ายบริเวณตลาดสด.....	61
4.35 แสดงรูปถ่ายบริเวณพักผ่อน.....	62
4.36 แสดงรูปถ่ายบริเวณส่วนร้านค้า.....	62
4.37 แสดงรูปถ่ายบริเวณจอดรถ.....	62
4.38 แสดงรูปถ่ายบริเวณจอดรถ.....	62
4.39 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่บริการ.....	62
4.40 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่.....	62
4.41 แสดงรูปถ่ายการจัดการสัญจร.....	63
4.42 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่จอดรถ.....	63
4.43 แสดงรูปถ่ายการจัดการพื้นที่จอดรถ.....	63
4.44 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่จอดรถ.....	63
4.45 แสดงรูปถ่ายการจัดแนวการสัญจร.....	64
4.46 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่จอดรถส่งสินค้า.....	64
4.47 แสดงรูปถ่ายสภาพพื้นที่โดยรวม.....	64
4.48 แสดงรูปถ่ายสภาพพื้นที่โดยรวม.....	64
4.49 แสดงรูปถ่ายสภาพพื้นที่โดยรวม.....	64
4.50 แสดงรูปถ่ายที่รับรองขยะ.....	64
5.1 แสดงแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2).....	87
5.2 แสดงสภาพพื้นที่ ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ในปัจจุบัน.....	82
5.3 แสดงแนวทางกำหนดกิจกรรมในพื้นที่.....	89

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.4 แสดงการกำหนดเส้นทางสัญจร.....	90
5.5 แสดงการกำหนดจินตภาพทางมุมมอง.....	91
5.6 แสดงสภาพการจราจรภายในพื้นที่.....	92
5.7 แสดงสภาพพื้นที่โดยรวมจากการพัฒนา.....	93

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาด เป็นโลกแวดล้อมทางกายภาพของเมือง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และอุปทาน ในกลไกทางเศรษฐกิจหรือเป็นที่เข้าใจโดยทั่วไปว่า เป็นสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มีหน้าที่เพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการอยู่เป็นประจำเพื่อนำไปอุปโภค บริโภคต่อไปจะเห็นได้ว่าตลาดมีหน้าที่ให้บริการแก่ชุมชนเป็นหน้าที่หลัก ดังนั้นตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานหนึ่งของชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งของเมือง ดังที่ Max Weber นักวิชาการชาวเยอรมัน ได้เคยเสนอความคิดไว้ว่า “ชุมชนที่เรียกว่าเป็นเมือง ใต้นั้นต้องประกอบด้วยตลาด เพราะว่าตลาดคือสัญลักษณ์ของความเป็นเมือง เป็นสัญลักษณ์ของชีวิตชุมชนที่ได้มีการพัฒนาขึ้น มีการแบ่งงานกันทำเกิดเป็นอาชีพต่างๆ ประกอบกับมีเทคโนโลยีที่สูงพอที่จะส่งผลให้ชุมชนนั้นมีชีวิต เศรษฐกิจที่คึกคัก มีการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนของสินค้าและเงินทอง โลกวัตถุ เครื่องอุปโภคบริโภคก็จะหลากหลายมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันชีวิตสังคมของชุมชนนั้นก็จะต้องแบ่งคิดแบ่งแยกแยกคล้อยไปตามชีวิตเศรษฐกิจ ผู้คนเกิดความแตกต่างทางด้านความคิดความเห็นและผลประโยชน์ ด้วยเหตุที่โลกของผู้คนก็จะเคลื่อนไหว มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แยกไปจากชีวิตอันหยุดนิ่งอยู่กับที่ของชุมชนศักดินาในชนบทต่างๆไปในสมัยนั้น” ซึ่งก็หมายถึงตลาดต้องเป็นส่วนประกอบหนึ่งของเมือง (Urban Element) (เกียรติ จิวะกุลและคณะ. 2525 : 287)

นอกจากตลาดจะทำหน้าที่ให้บริการแก่ชุมชน ในฐานะเป็นสถานที่จับจ่ายซื้อของ ของคนในชุมชนแล้วตลาดยังมีหน้าที่อื่นของชุมชนอีกด้วย กล่าวคือ ในความเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร ความคิด ความอ่าน ตลอดจนวัฒนธรรมของคนในชุมชนนั้นได้ ถ้าอยากเห็นการกินอยู่ของคนท้องถิ่นนั้นๆ ว่าเป็นอย่างไร ว่ากันว่าให้ไปดูที่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นพืชผักผลไม้ เสื้อผ้า ยารักษาโรค ที่เป็นของกินของใช้อันเป็นปัจจัย 4 ทั้งหมดในชีวิตประจำวัน ล้วนมีขายในตลาดทั้งสิ้น (ชัชวาล ทองดีเลิศ. 2542 : 143) ตลาดจึงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพความเป็นอยู่ชุมชนได้ดีประการหนึ่งอีกประการหนึ่งคือ สาเหตุมาจากการที่กิจกรรมของตลาด เกี่ยวข้องอยู่กับกิจกรรมอื่น พื้นที่อื่น และเวลาอื่นอยู่เสมอไม่ว่าจะเนื่องด้วยจากกระบวนการผลิต การขนส่ง การจำหน่าย หรือการบริโภคก็ตาม ตลาดจึงเป็นกิจกรรมที่มีการเชื่อมโยงติดต่อกับส่วนต่างๆ ของเมืองอยู่ตลอดเวลา เป็นส่วนประกอบหนึ่งของเมืองมีการเคลื่อนไหวอยู่มาก ส่วนประกอบของเมืองทั้งหมดนั้นเกี่ยวข้องกัน ประกอบกันอยู่อย่างสลับซับซ้อนเป็นเมือง ดังนั้นการที่จะพูดถึงส่วนประกอบของเมืองที่เราต้องการศึกษาเป็นหลัก ต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของส่วนเฉพาะนี้กับส่วนใหญ่อื่นๆ หรือกับส่วนเฉพาะอื่น ๆ ในทำนองเดียวกัน เมื่อจะพูดถึงตลาดในเมืองใดๆ ก็มักจะพิจารณา รู้จักเข้าใจ

เมืองทั้งหมดเสียก่อน ว่าเป็นอย่างไร มาอย่างไร ด้วยเหตุผลเบื้องหลังเป็นอย่างไร จากนั้นจึงจะจับเอาเศรษฐกิจการกินอยู่ การจำหน่ายจ่ายแจก ซื้อหาสินค้า หรือตลาดนั้นเองเป็นหลัก พิจารณาว่าเกี่ยวกับภาพรวมของเมืองที่ได้มานั้นอย่างไร หรือเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับ ส่วนประกอบอื่นของเมือง เช่น บ้านช่อง ถนนหนทาง ไร่ อย่างไร (เกียรติ จิวะกุล และคณะ. 2525 : 360)

ตลาดธนบุรี (สนามหลวง2) เป็นตลาดในสังกัดสำนักตลาด กรุงเทพมหานคร เริ่มดำเนินการจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 บนพื้นที่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสวน พลุกษศาสตร์กรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 195/1 หมู่ 1 ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170 ในพื้นที่ 110 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ ตลาดธนบุรี 40 ไร่ อาคารที่ทำการ และถนนทางเข้า 10 ไร่ โดยตลาดธนบุรี เป็นตลาดขนาดใหญ่ของกรุงเทพมหานคร ที่มีความกว้างขวาง สะดวกสบายในการจับจ่ายซื้อสินค้า ด้วยช่องทางเดินกว้างถึง 4 เมตร พร้อมแผงค้ากว่า 4,000 แผงค้า ซึ่งมีสินค้านานาชนิดหลากหลายประเภท

สนามหลวง 2 มีพื้นที่ 60 ไร่ ลักษณะเด่น เดิมเป็นร่องสวนมะพร้าว น้ำหอมได้รับการบูรณะปรับปรุงใหม่ให้เป็นพื้นที่สันทนาการ และเป็นพื้นที่สำหรับออกกำลังกายเล่นกีฬา ด้วยสภาพอันร่มรื่นเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปอดของคนฝั่งธนบุรีอีกแห่งหนึ่ง

ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เป็นศูนย์จำหน่ายกล้วยไม้ และปลาสวยงามที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ 2 หลัง เป็นส่วนจัดนิทรรศการ การฝึกสอนวิชาชีพต่างๆ การประมูลทรัพย์สินที่หลุดจากสถานธนาภิบาล กรุงเทพมหานคร ฝึกอบรมด้านการเพาะเลี้ยงและการดูแลไม้ต่าง ๆ เป็นสถานที่จัดประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ สัตว์เลี้ยง ปลาสวยงาม พระเครื่อง เป็นต้น

นอกจากนี้แล้วสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร โดยตลาดธนบุรี ยังอำนวยความสะดวกให้บริการแก่ชุมชน เพื่อใช้อาคารสถานที่สำหรับประชุม การจัดเลี้ยงสังสรรค์ จัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ งานวันเด็กแห่งชาติ งานวันแม่แห่งชาติ งานครบรอบประจำปีตลาดธนบุรี (สนามหลวง2) และงาน 5 ธันวาคมหาราช (สำนักงานกองอำนวยการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2). 2546 : 2 – 6)

ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ตลาดธนบุรีในเขตทวีวัฒนา ซึ่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ชั้นนอกมาศึกษาด้วยเหตุผล คือ พื้นที่เขตชานเมืองของกรุงเทพฯ มีการขยายตัวออกไปเรื่อยๆ ในทุกทิศทาง พื้นที่เขตทวีวัฒนา เป็นพื้นที่ที่มีการปรากฏให้เห็นชัดเจนในรูปแบบของชุมชนจะมีสภาพหรือพัฒนาการของสภาพชุมชนและสภาพแวดล้อมที่สามารถเห็นได้ชัด ซึ่งสภาพพจน์ของเขตทวีวัฒนา ประกอบไปด้วยบ้านพักอาศัย ตึกแถว และเป็นแหล่งที่ตั้งของตลาดธนบุรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางทางการค้าของพื้นที่จากความพลุกพล่านของการใช้พื้นที่ตลาดธนบุรี และรวมถึงขนาดของพื้นที่ของตลาดธนบุรีที่ค่อนข้างใหญ่ จึงทำให้เกิดสภาพปัญหาด้านการขาดระเบียบในการใช้พื้นที่ที่ไม่สัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในรวมทั้งลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่มีความสอดคล้องกับพื้นที่เท่าที่ควร อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดธนบุรี

ยังขาดลักษณะที่เป็นระเบียบของพื้นที่ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงบทบาทของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับตลาดธนบุรี การวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะ และรวมทั้งแนวโน้มในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรีให้สามารถมีความสอดคล้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น ละเพื่อเสนอแนวทางการวางแผนพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณพื้นที่ตลาดธนบุรี

(สนามหลวง 2)

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดของทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัยแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เขตทวีวัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดยใช้กรอบแนวคิดของ (สมลักษณ์ หมูสวัสดิ์. 2545 : 5)

1. การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
 - 1.1 สถานที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
 - 1.2 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม
 - 1.3 ประเภทร้านค้า
 - 1.4 จำนวนร้านค้า
 - 1.5 การศึกษาการใช้พื้นที่ภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
2. การศึกษา ความต้องการของผู้ใช้ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
 - 2.1 รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการด้านสาธารณูปโภค
 - 2.2 การคมนาคมและการขนส่งสินค้า
 - 2.3 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย
 - 2.4 การใช้ประโยชน์ของพื้นที่

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่

ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เป็นตลาดในสังกัดสำนักตลาด กรุงเทพมหานคร เริ่มดำเนินการจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 บนพื้นที่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสวน พฤษศาสตร์กรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 195/1 หมู่ 1 ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170 ในพื้นที่ 110 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ ตลาดธนบุรี 40 ไร่ อาคารที่ทำการ และถนนทางเข้า 10 ไร่ โดยตลาดธนบุรี เป็นตลาดขนาดใหญ่ของกรุงเทพมหานคร ที่มีความกว้างขวาง สะดวกสบายในการจับจ่ายซื้อสินค้า ด้วยช่องทางเดินกว้างถึง 4 เมตร พร้อมแผงค้ากว่า 4,000 แผงค้า ซึ่งมีสินค้านานาชนิดหลากหลายประเภท

สนามหลวง 2 คูแลรับผิชอบโดยสำนักสวัสดิการสังคม มีพื้นที่ 60 ไร่ ลักษณะเด่นเดิมเป็นร่องสวนมะพร้าวน้ำหอม ได้รับการบูรณะปรับปรุงใหม่ให้เป็นพื้นที่สวนสาธารณะ และเป็นพื้นที่สำหรับออกกำลังกายเล่นกีฬา ด้วยสภาพอันร่มรื่นเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปอดของคนฝั่งธนบุรีอีกแห่งหนึ่ง

ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เป็นศูนย์จำหน่ายกล้วยไม้ และปลาสวยงามที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ 2 หลัง เป็นส่วนจัดนิทรรศการ การฝึกสอนวิชาชีพต่างๆ การประมูลทรัพย์สินที่หลุดจากสถานธนาภิบาล กรุงเทพมหานคร ฝึกอบรมด้านการเพาะเลี้ยง และการดูแลไม้ต่างๆ เป็นสถานที่จัดประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ สัตว์เลี้ยง ปลาสวยงาม พระเครื่อง เป็นต้น

มีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ชุมชนที่อยู่อาศัย
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ซอยโชคอำนวย
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ที่ดินของเอกชน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ศึกษาประกอบไปด้วย

- ผู้ให้บริการในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) แบ่งเป็น
 1. ผู้ขายสินค้าในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
 2. ผู้ซื้อสินค้าในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
 3. เจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนวยการตลาดธนบุรี(สนามหลวง 2)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

- ผู้ใช้บริการในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) แบ่งเป็น
 1. ผู้ขายสินค้าในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) จำนวน 341 คน
 2. ผู้ซื้อสินค้าในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) จำนวน 387 คน
 3. เจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

2.3 ตัวแปรที่ศึกษา

1. สภาพปัจจุบันและปัญหาของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
2. ความต้องการของผู้ใช้บริการในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. ย่านการค้าตลาด หมายถึง ศูนย์กลางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ที่ประกอบด้วย อาคาร ร้านค้าขนาดเล็ก รวมทั้ง แผงลอย หาบเร่ ดึงแถวที่ประกอบกิจกรรมการค้าขายทำหน้าที่ให้บริการแก่ชุมชน โดยรอบและพื้นที่ใกล้เคียงในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าประกอบการประเภทอาหาร ของสด วัตถุดิบ เบื้องต้นที่ใช้ในการประกอบอาหารเพื่อบริโภคและสินค้าอุปโภค

2. ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) หมายถึง เป็นตลาดในสังกัดสำนักตลาดกรุงเทพมหานคร เริ่มดำเนินการจัดตั้งเมื่อ พ.ศ. 2543 บนพื้นที่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสวน พฤษศาสตร์กรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 195/1 หมู่ 1 ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170 ในพื้นที่ 110 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ ตลาดธนบุรี 40 ไร่ อาคารที่ทำการ และถนนทางเข้า 10 ไร่

โดยตลาดธนบุรี เป็นตลาดขนาดใหญ่ของกรุงเทพมหานคร ที่มีความกว้างขวาง สะดวกสบาย ในการจับจ่ายซื้อสินค้า ด้วยช่องทางเดินกว้างถึง 4 เมตร พร้อมแผงค้ากว่า 4,000 แผงค้า ซึ่งมีสินค้านานาชนิด หลากหลายประเภท

3. ผู้ขาย หมายถึง ผู้ที่ประกอบกิจกรรมภายในย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
4. ผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ที่มาจับจ่ายซื้อของในย่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
5. สภาพปัจจุบันและปัญหาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) หมายถึง ลักษณะโดยทั่วไปของย่านการค้า ที่ตั้ง สภาพแวดล้อม มีพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆและปัญหาที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่
6. ความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) หมายถึง ความต้องการ เกี่ยวกับสภาพของพื้นที่เพื่อตอบสนองกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวทางการวางแผนพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการกล่าวถึงทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นหลักในการอ้างอิงและยังเป็นประโยชน์ในการดำเนินการ ศึกษาตามแนวทางที่ได้มีการวางแผนไว้แล้วซึ่งประกอบด้วย

- 2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับย่านการค้า
- 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาด
- 2.3 สภาพปัจจุบันของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร
- 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนการพัฒนาย่านการค้าตลาด
- 2.5 การวางแผนทางการพัฒนาย่านการค้า
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับย่านการค้า

ย่านการค้าเป็นพื้นที่ซึ่งถือเป็นหัวใจของเมืองเป็นสถานที่ ๆ ประชาชนทุกระดับชั้นจำเป็นต้อง เข้าใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้คนที่อาศัยอยู่ในเมืองต่างไม่สามารถผลิตสินค้าเองได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้อง มีการพึ่งพาซึ่งกันและกันในลักษณะของการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า และบริการตามที่ต้องการ

Margaret Roberts (อ้างในสาริยา ศรีเชื้อ. 2540 : 17) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับย่านการค้าที่ ใช้ทฤษฎีแหล่งกลางในการอ้างอิงซึ่งพิจารณาถึงหน้าที่และรูปแบบของศูนย์กลางที่มีความ สัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ ความสะดวกในการคมนาคม รวมทั้งปริมาณและประเภทของสินค้าและบริการใน พื้นที่นั้น ๆ โดยผู้บริโภคมักจะพยายามเลือกสถานที่ ๆ จะซื้อสินค้าได้มากที่สุดและเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาถึงระยะทาง จำนวนร้านค้า ตลอดจนผู้ซื้อประกอบกัน ย่านการค้าหรือศูนย์กลาง แต่ละแห่งจะมีความสำคัญที่แสดงถึงความเป็นแหล่งกลางแตกต่างกันไป

อัยฎาต์ โปรนานนท์. (2527 : 16) มีแนวคิดว่าการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม จะตั้งอยู่ริมสองฝั่ง ถนนและบริเวณทางแยก เนื่องจากมีความสะดวกในการซื้อขายสินค้า และกิจกรรมการค้าจะปรากฏใกล้ สถานีขนส่ง โรงพยาบาล และตลาด

Chirstaller (อ้างในสาริยา ศรีเชื้อ. 2540 : 13) ได้อธิบายบทบาทหน้าที่หลักของย่านการค้าที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบโดยใช้ทฤษฎีแหล่งกลาง (Central Place Theory) ซึ่งเขาได้เสนอเกี่ยวกับเมืองที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านสินค้าต่างๆ ต่อบริเวณรอบนอก โดยแต่ละศูนย์กลางจะมีลำดับความสำคัญของความเป็นแหล่งกลางต่างกันไป ทั้งนี้พิจารณาในแง่ทำเลที่ตั้งเปรียบเทียบกับและยึดเอาจำนวน ขนาด บทบาทหน้าที่และระยะห่างของเมืองแต่ละแห่งเป็นหลักแหล่งกลางแต่ละแห่งจะถูกจัดลำดับความสำคัญที่เรียกว่า ลำดับศักย์ (Hierarchical) โดยแต่ละลำดับศักย์จะมีเขตการให้บริการด้านสินค้าแก่พื้นที่โดยรอบ ไม่เท่ากันการกำหนดของเขตการให้บริการคำนึงถึงแนวคิดทางด้านผู้บริโภคได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาซื้อสินค้าและบริการ ความจำเป็นในการใช้สินค้า รสนิยมของผู้บริโภคและราคาของสินค้าและบริการ ทั้งนี้แหล่งกลางที่มีลำดับศักย์ต่ำจะเป็นชุมชนขนาดเล็กที่ให้บริการเฉพาะประชาชนในเขตพื้นที่บริเวณของตนเท่านั้น สินค้าที่ให้บริการก็คือสินค้าอันดับต่ำซึ่งหมายถึงสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน มีความถี่ในการซื้อสูง ราคาถูก ส่วนแหล่งกลางที่มีขนาดใหญ่ขึ้นก็จะสามารถให้บริการด้านต่าง ๆ มากขึ้น มีสินค้ามากขึ้น ทำให้เขตการให้บริการกว้างออกไปครอบคลุมพื้นที่บริการของแหล่งกลางที่มีลำดับศักย์ต่ำกว่าได้

Chirstaller (อ้างในบรรณศาสตร์ สุขตระกูล. 2542 : 7) ได้จัดลำดับศักย์ย่านการค้าโดยพิจารณาขอบเขตพื้นที่การให้บริการ คือ

1. ศูนย์การค้าของภูมิภาค เป็นจุดรวมของห้างร้าน ธุรกิจบริการมากกว่าส่วนอื่น ๆ ของเมือง ให้บริการทั้งในพื้นที่เมืองและบริเวณใกล้เคียง เป็นจุดที่มีการเข้าถึงสะดวกที่สุด เพราะเป็นศูนย์กลางเส้นทางการเดินทางสาธารณะ
2. ศูนย์การค้าของชุมชน มีขอบเขตการบริการเล็กกว่าศูนย์กลางแรก ปรากฏธุรกิจร้านค้ารวมกลุ่มกันอยู่เพื่อให้บริการแก่ชุมชน ปรากฏในบริเวณหนึ่งของเมือง ห่างจากศูนย์กลางของเมือง
3. ศูนย์การค้าของละแวก ให้บริการประชาชนในรัศมีการเดินเท้า ร้านค้ากระจายอยู่โดยรอบและตั้งใกล้กับศูนย์กลางเมือง
4. กลุ่มร้านค้าย่อย เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่ตามมุมถนน ในเขตรอบๆ เมือง โดยแต่ละกลุ่มจะมีร้านค้าเพียง 2-3 ร้านเท่านั้น

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาด

แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของตลาดและประเภทของตลาด

1. ตลาดกับชุมชน

ชุมชน ตามความหมายในแง่ผังเมือง คือ โลกแวดล้อมทางกายภาพที่รวมกันเป็นบ้าน เป็นเมืองมีการดำเนินชีวิตเป็นประจำตามระบบและโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การดำเนินชีวิตประกอบด้วยผู้คนและกิจกรรม วันเวลา ที่ว่าง อาคารบ้านเรือนและระดับความสามารถทางเทคโนโลยี ชีวิตชุมชนในพื้นที่หนึ่ง ๆ ได้พัฒนาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการกินอยู่ที่มีลักษณะเฉพาะตัว เช่น ชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยา

ตลาด แหล่งรวมกิจกรรมการซื้อขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคมากมายหลายชนิดในชีวิตประจำวันของผู้คนในแต่ละพื้นที่ ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของชุมชนในการดำเนินชีวิตประจำวัน ประเภทของตลาดที่สำคัญ มีทั้งตลาดสด ตลาดแหล่งผลิตสินค้า ตลาดสินค้าจากต่างแดน และในการศึกษาคั้งนี้ จะเน้นถึงตลาด ประเภทตลาดสด ตลาดสดเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนและซื้อขายสินค้า ทั้งของสด เนื้อสด ปลา ผัก ผลไม้ และอาหารแห้งชนิดต่างๆ เช่น พริก หอม กระเทียม กะปิ เครื่องเทศ น้ำตาล ขนมหากพลู ให้การบริการแก่ผู้คนในชุมชนและพื้นที่โดยรอบ ปรากฏทั้งในรูปของตลาดน้ำและตลาดบก

1.1 ตลาดน้ำ ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ตลาดสดในรูปของตลาดน้ำจะปรากฏอยู่ทั่วไปตามแม่น้ำ ลำคลอง และเป็นลักษณะตลาดที่สำคัญที่สุดในช่วงนี้ ตลาดน้ำในลักษณะนี้อาจเป็นตลาดในลักษณะคล้ายตลาดหาบเร่บนบก แต่ใช้เรือแพเป็นพาหนะนำสินค้าต่างๆ ทั้งอาหารสด เนื้อสด ปลา ผัก ผลไม้ และอาหารแห้ง ตลอดจนเครื่องจักรสารต่าง ๆ ไปส่งยังแหล่งรับซื้อหรือจุดนัดพบ แต่ในระหว่างทางอาจหยุดและขายตามรายทางไปด้วย ตลาดน้ำจะติดตลาดในช่วงเวลาเช้ามือและมักใช้ประโยชน์จากน้ำขึ้นน้ำลง

1.2 ตลาดบก ในช่วงรัตนโกสินทร์ตอนต้นนั้นตลาดบกจะมีความสำคัญน้อยกว่าตลาดน้ำ เนื่องจากความไม่สะดวกในการคมนาคมขนส่ง ตลาดบกอาจเกิดจากการรับซื้อสินค้าจากตลาดน้ำหรือผู้ผลิตที่ขนส่งสินค้าตามท่าเรือริมน้ำ ตลาดบกลักษณะนี้จะมีขนาดเล็ก มีของสด ของแห้ง และของชำไม่กี่ชนิด และติดตลาดเฉพาะในช่วงเช้าเท่านั้น ส่วนตลาดบกอีกประเภทหนึ่งอาจเป็นการคลี่คลายจากตลาดน้ำที่อยู่ริมคลอง คูเมือง หรือแม่น้ำ บรรดาพ่อค้าแม่ค้าต้องการหาแหล่งจำหน่ายประจำบนบก จึงปลูกเป็นเพิงหรือสร้างแพจำหน่ายสินค้าของตน ไม่ต้องวนเวียนไปมาซึ่งเพิงร้านค้าเหล่านั้นพ่อค้าแม่ค้ามักไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินส่วนใหญ่เป็นการเช่าจากเจ้าของที่เจ้านาย ขุนนาง

2. ย่านตลาด

ย่านตลาด กับ ตลาด ถึงแม้จะมีความหมายโดยรวมว่า แหล่งค้าขายแลกเปลี่ยน แต่ก็ยังมีข้อแตกต่างในอีกหลายประการด้วยกันคือ

2.1 ย่านตลาด เป็นการค้าขายที่มีทั้งถาวรและชั่วคราว คือ ค้าขายกันตลอดวันตั้งแต่เช้าจนค่ำ และยังมีการคิดตลาดในช่วงเช้าหรือเย็น ในขณะที่ตลาดจะมีการคิดตลาดชั่วคราวเท่านั้น ขายสินค้าเฉพาะช่วงเช้าหรือเย็น

2.2 ร้านค้าในย่านตลาดจะเป็นอาคาร สิ่งปลูกสร้างที่คงทน ถาวรเพราะใช้สำหรับขายสินค้าและเป็นที่อยู่อาศัยด้วย ส่วนร้านค้าในตลาดจะเป็นลักษณะแผงลอย ที่สร้างขึ้นง่าย ๆ เพียงเพื่อวางสินค้าเท่านั้น

ในย่านตลาดร้านค้าต่าง ๆ จะตั้งอยู่เรียงรายหนาแน่นสองฝั่งถนน มีเส้นทางเล็ก ๆ คอยเชื่อมโยงอยู่ทั่วทั้งย่าน เกิดสังคมที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน สินค้าในย่านตลาดมีมากมายหลายชนิดตลอดทั้งให้บริการในแง่ความบันเทิง สันทนาการ และการดำเนินชีวิตในย่านตลาดยังก่อให้เกิดสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สำหรับประกอบพิธีกรรมเป็นที่พึ่งทางใจ ส่วนใหญ่ย่านตลาดในสังคมไทยจะมีชาวจีนอาศัยอยู่มาก จึงปรากฏศาลเจ้าเงินในย่าน กิจกรรมและองค์ประกอบต่างๆ ในย่านตลาดจะแสดงถึงความเป็นท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตน อยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนและช่วยสร้างบรรยากาศให้แก่ชุมชนและการศึกษาค้นคว้านี้เกียรติ จิระกุลและคณะ. (2525 : 40-56) ได้และขนาดของชุมชนดังนี้จัดลำดับของตลาดตามลักษณะของสินค้าและกิจกรรมการค้าทำเลที่ตั้งองค์ประกอบทางกายภาพ

1. ตลาดระดับชุมชนขนาดเล็ก หรือที่เรียกกันว่า ตลาดหน้าปากซอย เป็นบริเวณค้าขายสินค้าทั่วไปที่ตั้งใกล้บ้าน สินค้าที่พบมักเป็นประเภทอาหาร เช่น น้ำแข็ง ขนมครก เป็นต้น

2. ตลาดระดับกลุ่มชุมชน มักตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญ ประกอบด้วยตลาดสด อาคารพาณิชย์ หาบเร่-แผงลอย สินค้าเริ่มมีหลากหลายประเภท เริ่มให้ความสำคัญกับทางเข้า-ออก และที่จอดรถรวมทั้งเกี่ยวข้องกับอาชีพรับจ้างด้วย ข้อสังเกตคือ หากเป็นตลาดระดับกลุ่มชุมชนที่อยู่แถบชานเมืองมักจะพบอยู่ทางด้านซ้ายของถนนเมื่อเดินทางออกจากกรุงเทพ

3. ตลาดระดับสีมุ่มเมือง มักตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางหลักที่มีขนาดใหญ่เด่นชัดที่อยู่ห่างจากใจกลางเมือง ประมาณ 20 กิโลเมตร บริเวณชานเมืองที่มีการขยายตัว มีถนนสายหลักที่เชื่อมต่อกับพื้นที่เมือง เช่น ถนนระดับเมือง หรือระดับภาค เป็นต้น เช่น ตลาดพระโขนง (ถนนสุขุมวิท) ตลาดบางแค (ถนนเพชรเกษม) ตลาดสะพานควาย (ถนนพหลโยธิน) องค์ประกอบในย่านเหล่านี้มักมีตลาดสดหลายแห่ง ตึกแถวอาคารพาณิชย์ หาบเร่แผงลอย เป็นจำนวนมาก กิจกรรมและสินค้าบริการมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ร้านค้าที่มีความเฉพาะตัวจะเกาะกลุ่มอยู่ในย่านเดียวกัน

2.3 ประวัติความเป็นมาของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานครและสภาพปัจจุบันของ ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมาของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร

สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร จัดตั้งขึ้นโดยคำสั่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย และได้ปรับฐานะเป็นการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร ตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการพาณิชย์ เรื่อง การจัดตั้งสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518

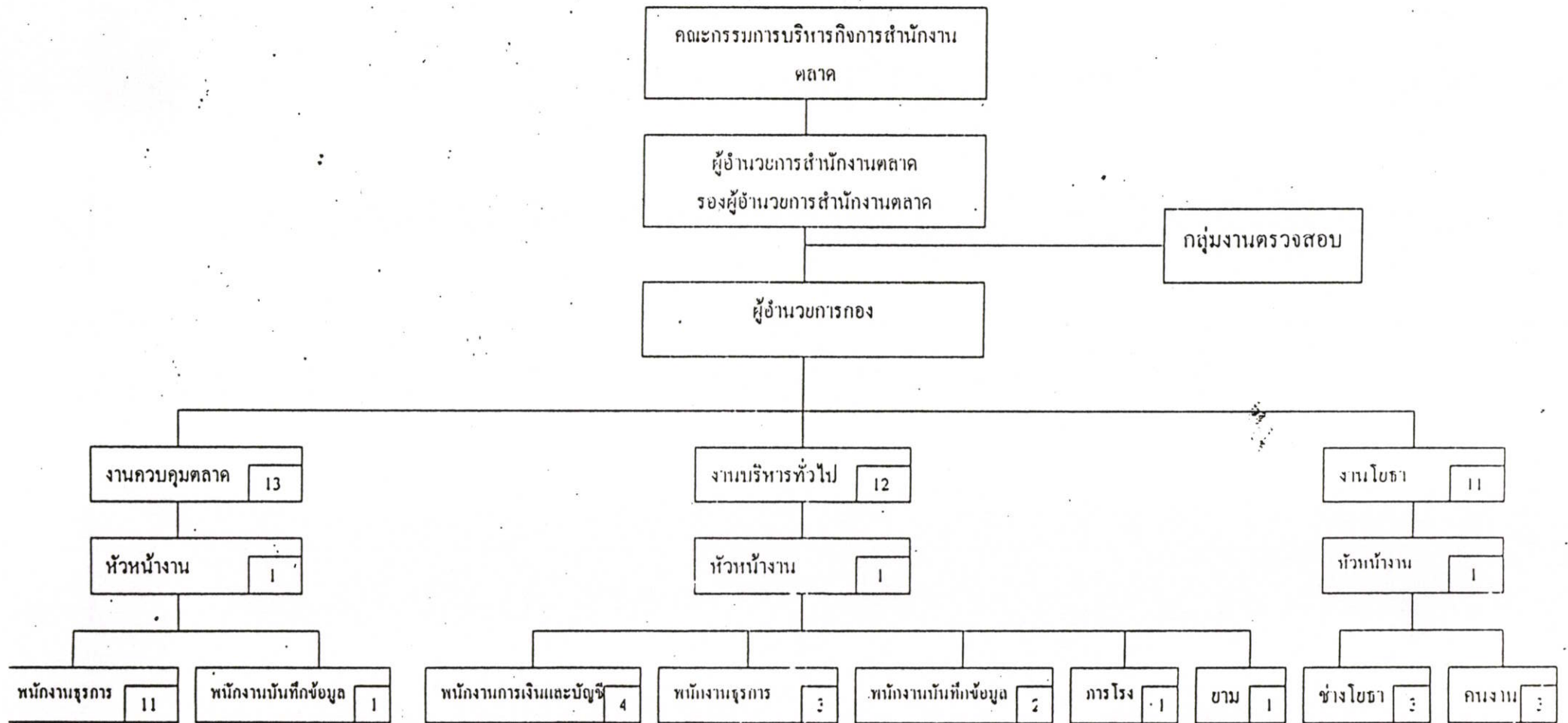
สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ดำเนินกิจการพาณิชย์เกี่ยวกับตลาดนโยบายการบริหารงานทั่วไป และการดูแล ตรวจสอบการปฏิบัติงานของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร อยู่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ซึ่งแต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ได้อยู่ในสายงานการบริหารของงานตามระบบราชการ ดังหน่วยงานบริการอื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร แต่เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการดูแลงานด้านการพาณิชย์ที่ต้องผสมผสานระหว่างงานเชิงธุรกิจ เพื่อให้เกิดรายได้แก่กรุงเทพมหานคร และงานบริการประชาชนที่มาอาศัยพื้นที่ของกรุงเทพมหานครเพื่อการอยู่อาศัย การทำมาหาเลี้ยงชีพด้วยการค้าขายปลีกย่อย เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี

ดังนั้น สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร จึงเป็นหน่วยงานที่มีการบริหารงานที่อยู่ในความควบคุมดูแลโดยตรงของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อให้มีโครงสร้าง และระบบการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการบริหารหน่วยงานอันมีความขัดแย้งระหว่างภาระหน้าที่หลักสองประการดังกล่าว คือเป็นหน่วยงานที่ต้องให้บริการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน แต่ขณะเดียวกันก็ต้องเป็นหน่วยหารายได้ของกรุงเทพมหานคร โดยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครจะมอบหมายนโยบายโดยตรงต่อสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีคณะกรรมการบริหารสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร แต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นผู้ดูแลควบคุมกลั่นกรองให้บริหารงานตามนโยบายที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมอบหมาย

สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร มีผู้อำนวยการสำนักงานตลาดเป็นผู้ดูแลและบริหารงานภายในของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ตามหลักเกณฑ์ที่ได้รับความเห็นชอบหรืออนุมัติขึ้นตอนจากคณะกรรมการบริหารสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร เพื่อสนองนโยบายของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สั่งราชการสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร พนักงาน และลูกจ้างสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร มีสถานภาพทางสังคมไม่เทียบเท่าราชการ หรือลูกจ้างกรุงเทพมหานคร เพียงแต่อาศัยระเบียบบริหารงานบุคคลตามระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการบริหารงานบุคคลของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2.1 แผนภูมิแบ่งส่วนการบริหารงานกองอำนาจการขานการค้าตลาดนัดธนบุรี (สนามหลวง 2)



วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

สำหรับวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1. จัดสร้าง หรือจัดให้มีตลาดให้เหมาะสมแก่สภาพของชุมชน
2. ส่งเสริมตลาดเอกชน
3. ส่งเสริมการจำหน่ายโภคภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ
4. จัดการ และควบคุมการให้บริหารเกี่ยวกับตลาด
5. ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับตลาด
6. ควบคุมดูแลราคาสินค้าที่จำหน่ายในตลาดให้เป็นธรรม
7. ปรับปรุงตลาดที่อยู่แล้วให้ถูกสุขลักษณะ และทันสมัย

นโยบาย

สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร มีนโยบาย ดังนี้

1. ดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวมาแล้ว
2. สร้าง ซ่อม จัดหา ให้ยืม เช่า เช่าซื้อ ให้เช่าซื้อ ถือกรรมสิทธิ์ ครอบครอง หรือ ดำเนินการงานเกี่ยวกับเครื่องใช้ บริการ หรือทรัพย์สินอันเกี่ยวกับตลาดในนามของกรุงเทพมหานคร

3. ทำการค้า และขนส่งสินค้า
4. วางระเบียบในการจัดตลาด
5. ดำเนินการตามนโยบายของกรุงเทพมหานคร

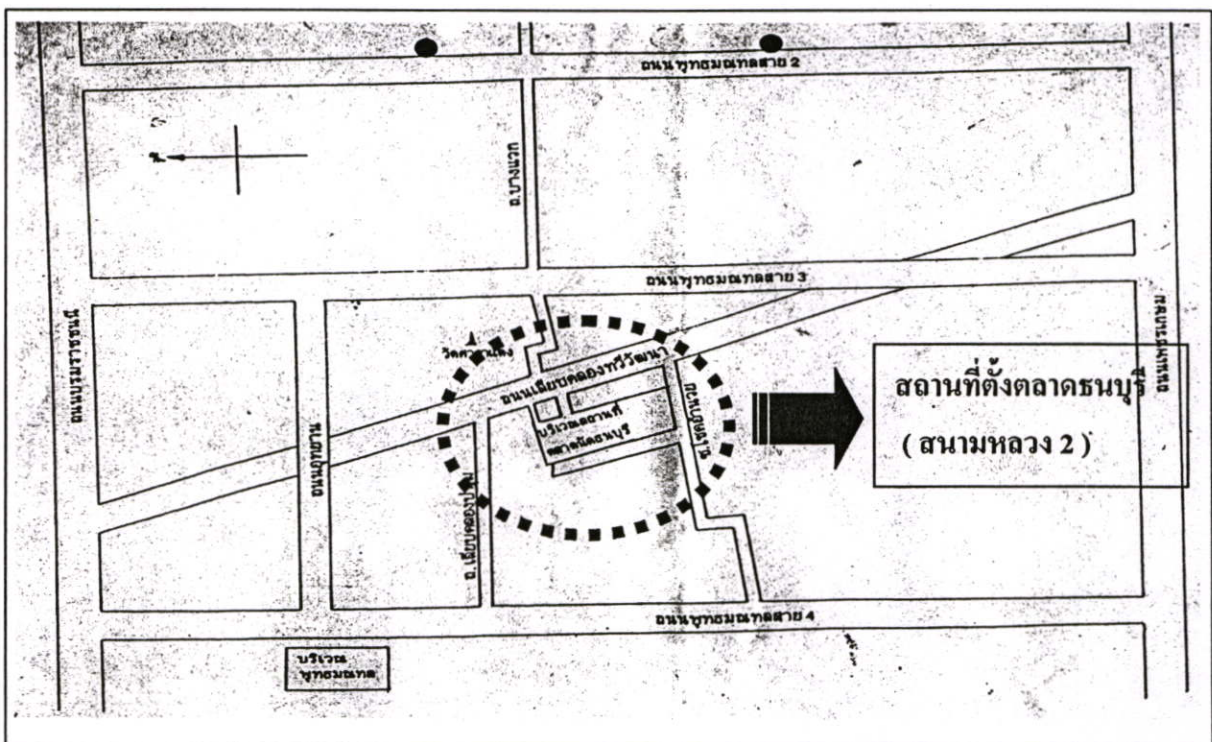
คณะกรรมการบริหารกิจการสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. วางแผน และดำเนินงานของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร
2. ควบคุมการดำเนินงานของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร
3. จัดให้มีการตรวจสอบบัญชี การเงิน พัสดุ และทรัพย์สินของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร โดยให้รายงานการตรวจสอบบัญชีงบดุลและรายงานประจำปีเสนอผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
4. แต่งตั้งและถอดถอนผู้อำนวยการสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร โดยคำแนะนำหรือความเห็นชอบของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
5. พิจารณาจัดสรรกำไรสุทธิจ่ายเป็นบำเหน็จรางวัลกรรมการ พนักงาน และลูกจ้างประจำปี
6. เสนอแนะผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในการออกระเบียบ กฎ ข้อบังคับ
7. แต่งตั้งอนุกรรมการเพื่อปฏิบัติงานในอำนาจหน้าที่ของกรรมการ
8. อำนาจหน้าที่อื่นตามที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมอบหมาย
9. มีอำนาจจัดตั้ง และเลิกตลาด โดยความเห็นชอบของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

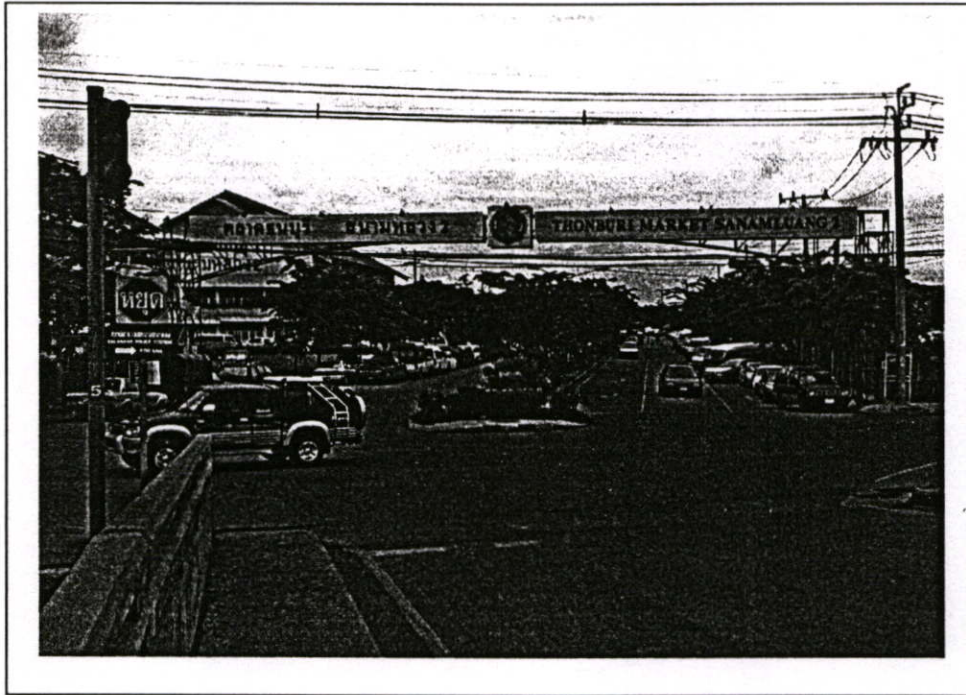
บทบาทของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการเพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ประชาชนเกี่ยวกับการดำรงชีวิตประจำวัน จะเห็นได้ว่าในอดีต ตลาดสดมีบทบาทสำคัญมากต่อวิถีชีวิตของประชาชน เพราะเป็นแหล่งรวมเครื่องอุปโภคทุกชนิด เป็นระบบวิถีชีวิตแบบไทย ๆ ที่ผู้ผลิตจะพบกับผู้บริโภคโดยตรง เมื่อเอ่ยถึงตลาดสดทุกคนต้องรู้จัก และเคยไปสัมผัส แต่ปัจจุบันความเจริญด้านต่าง ๆ แหล่งชุมชนได้ขยายเพิ่มมากขึ้น การดำรงชีวิตตามแบบสังคมเมืองต้องแข่งขันกับเวลา และต้องอาศัยความสะดวกสบาย จึงเกิดหน่วยบริการเครื่องอุปโภคบริโภคในตลาดสดแบบเดิมลดน้อยลงอย่างมาก และนับวันสภาพตลาดสดแบบเดิมจะสูญหายไปจากสังคมไทย ซึ่งในอนาคตสภาพตลาดสดจะต้องอยู่ในรูปแบบครบวงจร สะอาด สบาย ฉะนั้น แผนพัฒนาปรับปรุงตลาด และพื้นที่ของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร ทุกแห่ง จึงมีความจำเป็นและต้องรีบดำเนินการให้ทันต่อเหตุการณ์ และสอดคล้องกับสภาพสังคม และเศรษฐกิจในอนาคต

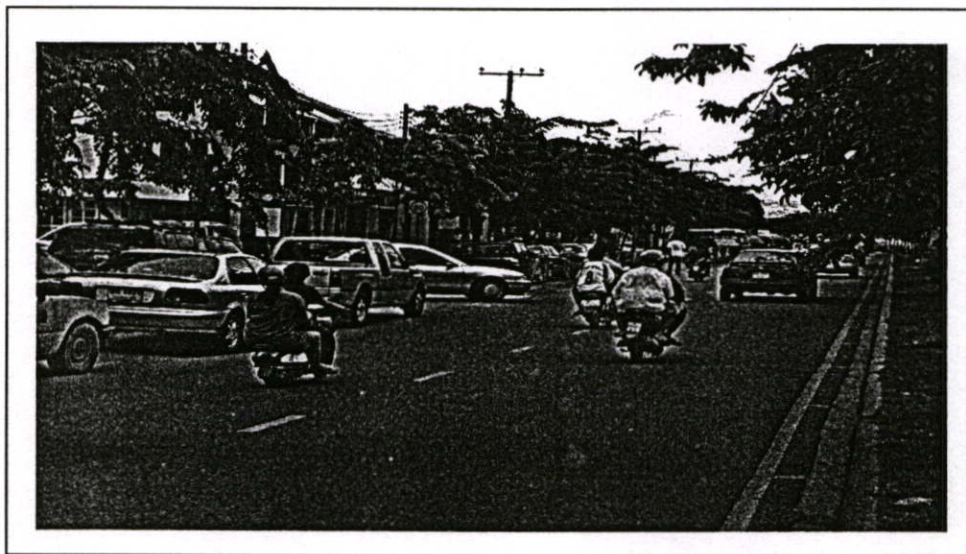
ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เป็นตลาดในสังกัดสำนักตลาด กรุงเทพมหานคร เริ่มดำเนินการจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.2543 บนพื้นที่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสวน พฤษศาสตร์กรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 195/1 หมู่ 1 ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ ซึ่งแสดงแผนที่และสภาพของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



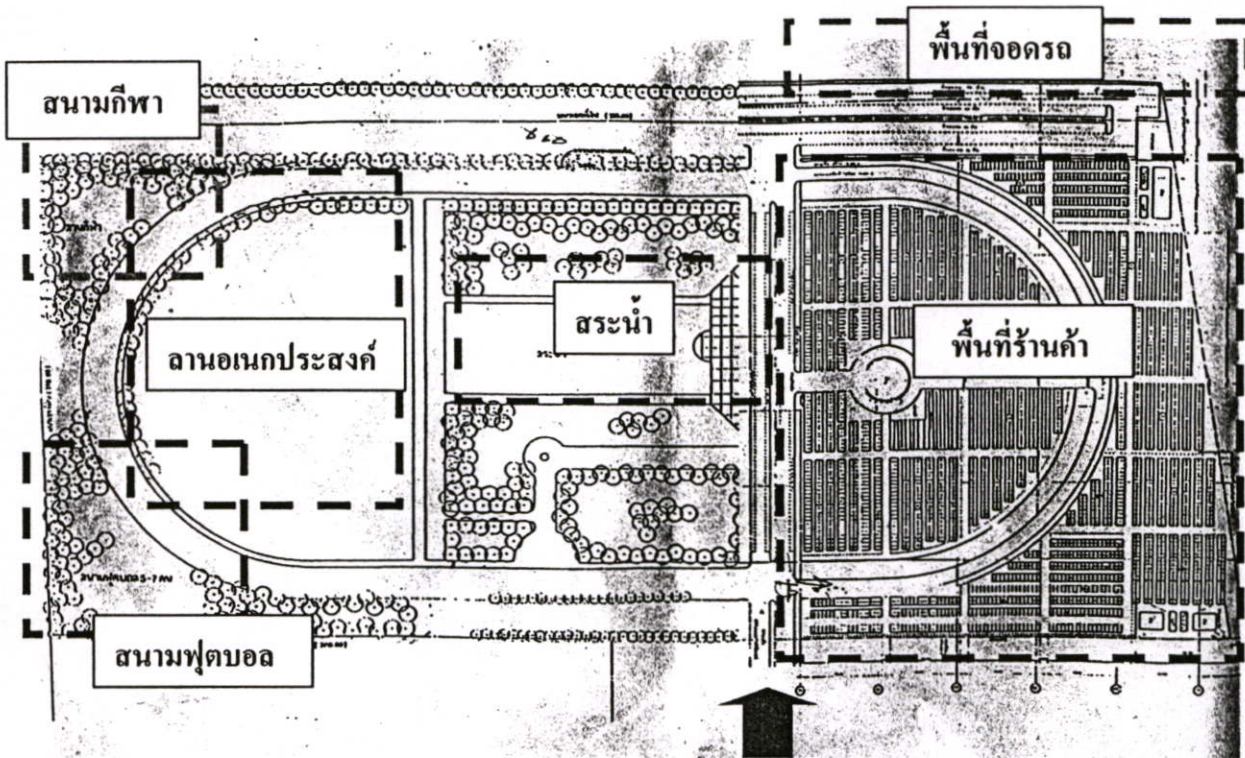
ภาพที่ 2.1 แสดงแผนผังตำแหน่งที่ตั้งตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



ภาพที่ 2.2 แสดงทางเข้าด้านหน้าพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



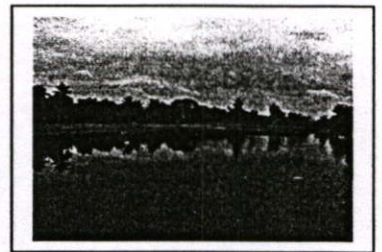
ภาพที่ 2.3 แสดงถนนทางเข้าภายในตลาดธนบุรี(สนามหลวง 2)



ทางเข้าตลาด

ทิศเหนือ ►

ภาพที่ 2.4 แสดงผังบริเวณพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



ภาพที่ 2.5 แสดงสภาพบริเวณสระน้ำภายในพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



ภาพที่ 2.6 แสดงถนนเลียบคลองทวิวัฒนา



ภาพที่ 2.7 แสดงลานกิจกรรมเดิมบริเวณริมสระน้ำ



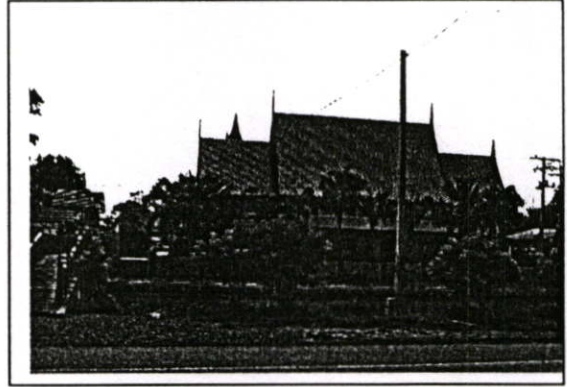
ภาพที่ 2.8 แสดงสภาพคลองทวิวัฒนา



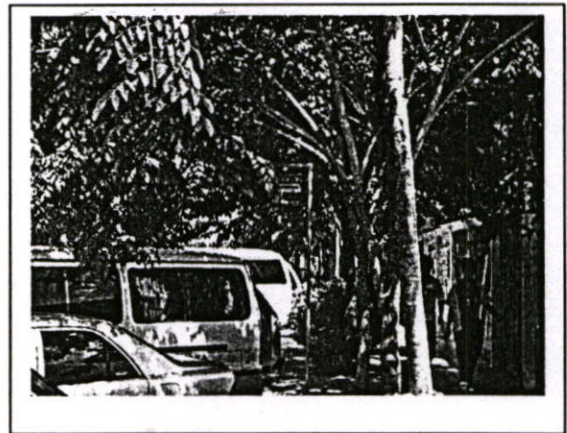
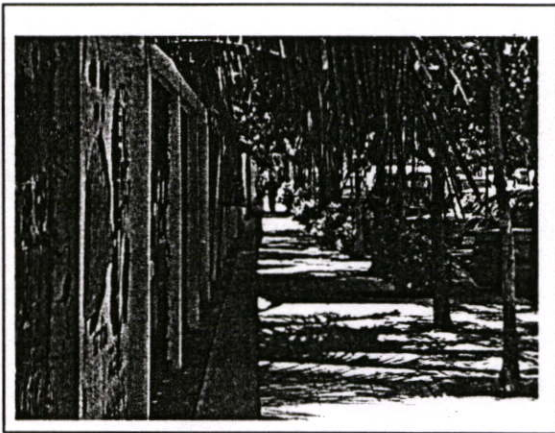
ภาพที่ 2.9 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยบริเวณริมคลองทวิวัฒนา



ภาพที่ 2.10 แสดงสวนผักบริเวณใกล้เคียง



ภาพที่ 2.11 แสดงลักษณะที่อยู่อาศัยริมถนนเลียบคลองทวีวัฒนา



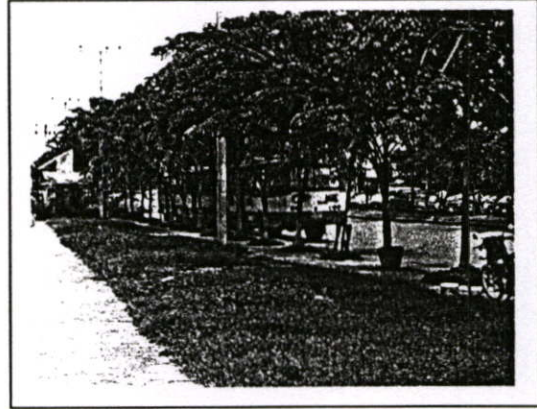
ภาพที่ 2.12 แสดงทางเดินเท้าเข้าสู่พื้นที่

ภาพที่ 2.13 แสดงป้ายจอดรถประจำทาง



ภาพที่ 2.14 แสดงทางเดินเท้าเข้าสู่พื้นที่

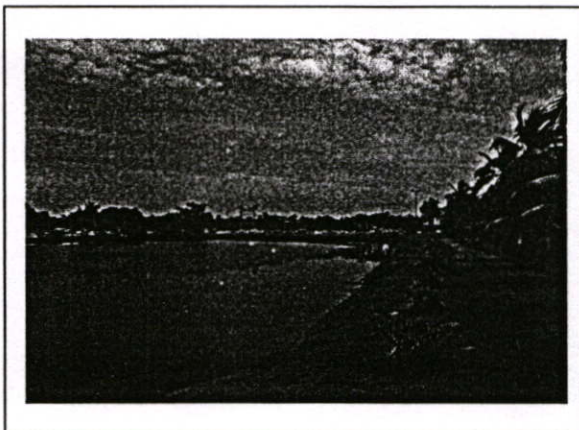
ภาพที่ 2.15 แสดงทางเดินริมสวนมะพร้าวหน้าหอม



ภาพที่ 2.16 แสดงทางเดินเท้าภายในพื้นที่



ภาพที่ 2.17 แสดงทางเดินเท้าริมสระน้ำ



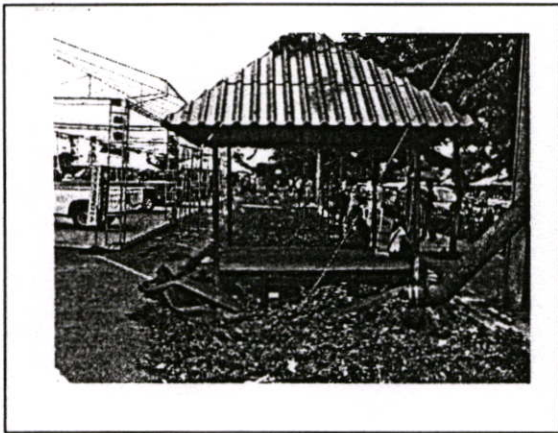
ภาพที่ 2.18 แสดงบริเวณสระน้ำและลานกิจกรรม



ภาพที่ 2.19 แสดงพื้นที่จอดรถ



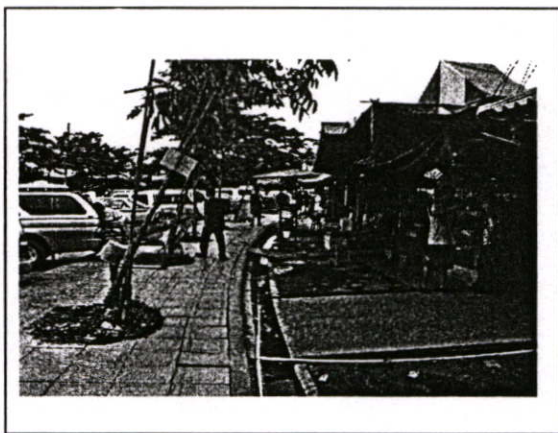
ภาพที่ 2.20 แสดงพื้นที่จอดรถ



ภาพที่ 2.21 แสดงลำรางระบายน้ำ / ศาลาพักผ่อน



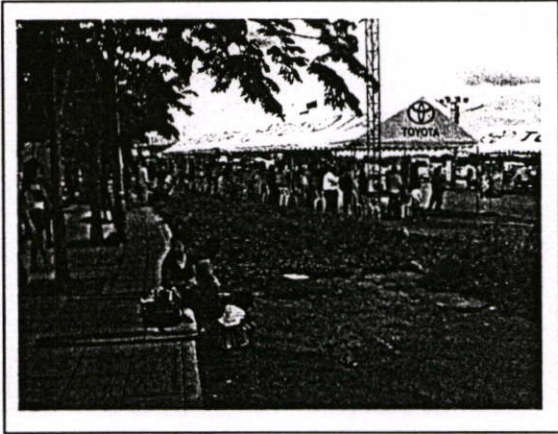
ภาพที่ 2.22 แสดงถนนภายในพื้นที่



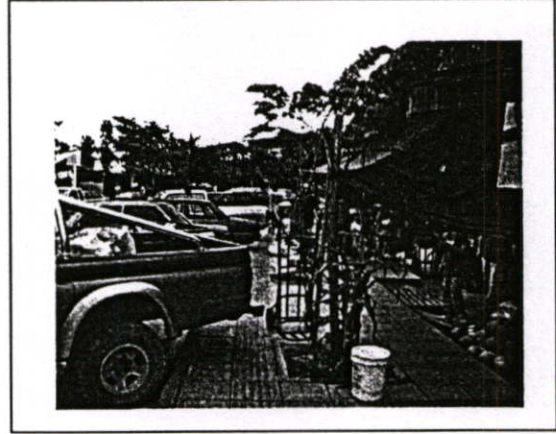
ภาพที่ 2.23 แสดงทางเดินเท้าภายใน



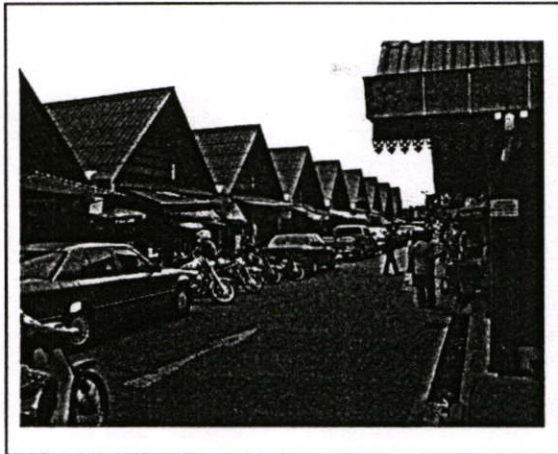
ภาพที่ 2.24 แสดงพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์



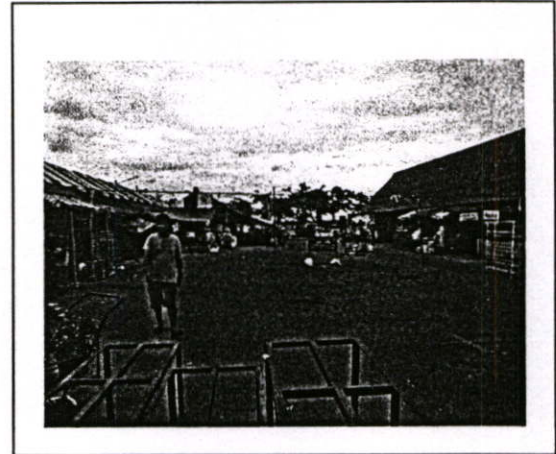
ภาพที่ 2.25 แสดงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยทั่วไป



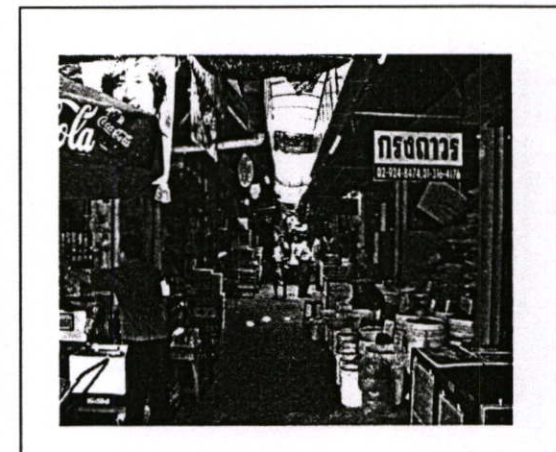
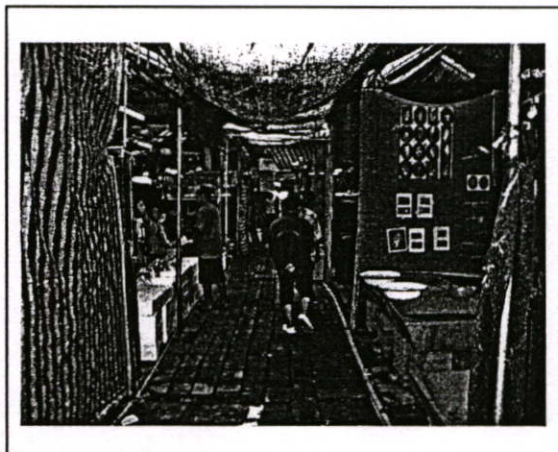
ภาพที่ 2.26 แสดงทางเดินเท้า



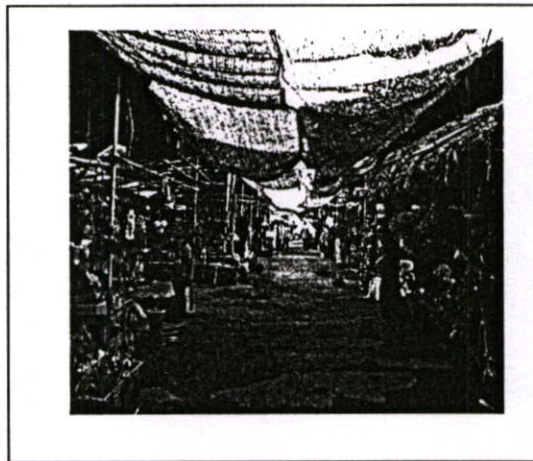
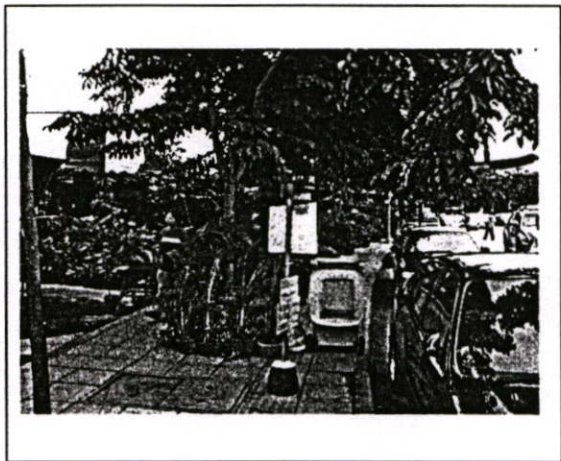
ภาพที่ 2.27 แสดงรูปแบบสถาปัตยกรรมร้านค้า ของตลาด



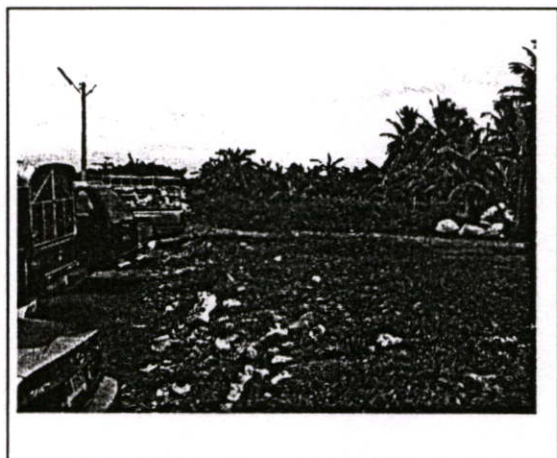
ภาพที่ 2.28 แสดงพื้นที่โล่ง



ภาพที่ 2.29 แสดงสภาพร้านค้าภายในตลาด



ภาพที่ 2.30 แสดงทางเดินเท้าในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.31 แสดงสภาพโดยรอบพื้นที่จอดรถ



ภาพที่ 2.32 แสดงสภาพโดยรอบพื้นที่จอดรถ



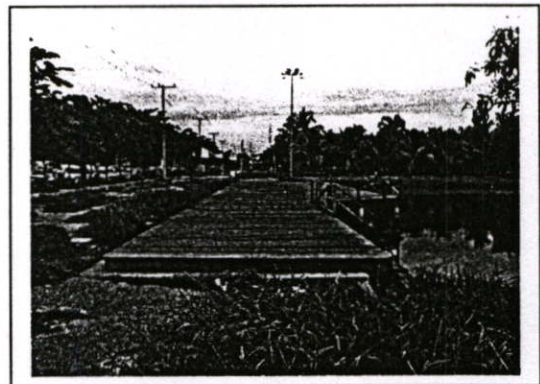
ภาพที่ 2.33 แสดงสภาพการจราจรที่จอครดในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.34 แสดงสภาพพื้นที่ภายในสวนมะพร้าวน้ำหอม



ภาพที่ 2.35 แสดงทางเดินเท้าภายใน



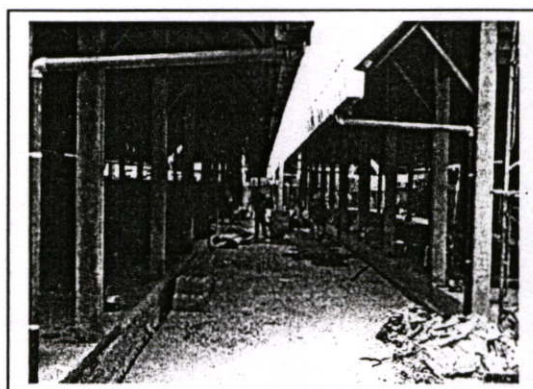
ภาพที่ 2.36 แสดงลานกิจกรรม



ภาพที่ 2.37 แสดงลักษณะอาคารร้านค้า



ภาพที่ 2.38 แสดงบริเวณร้านค้า

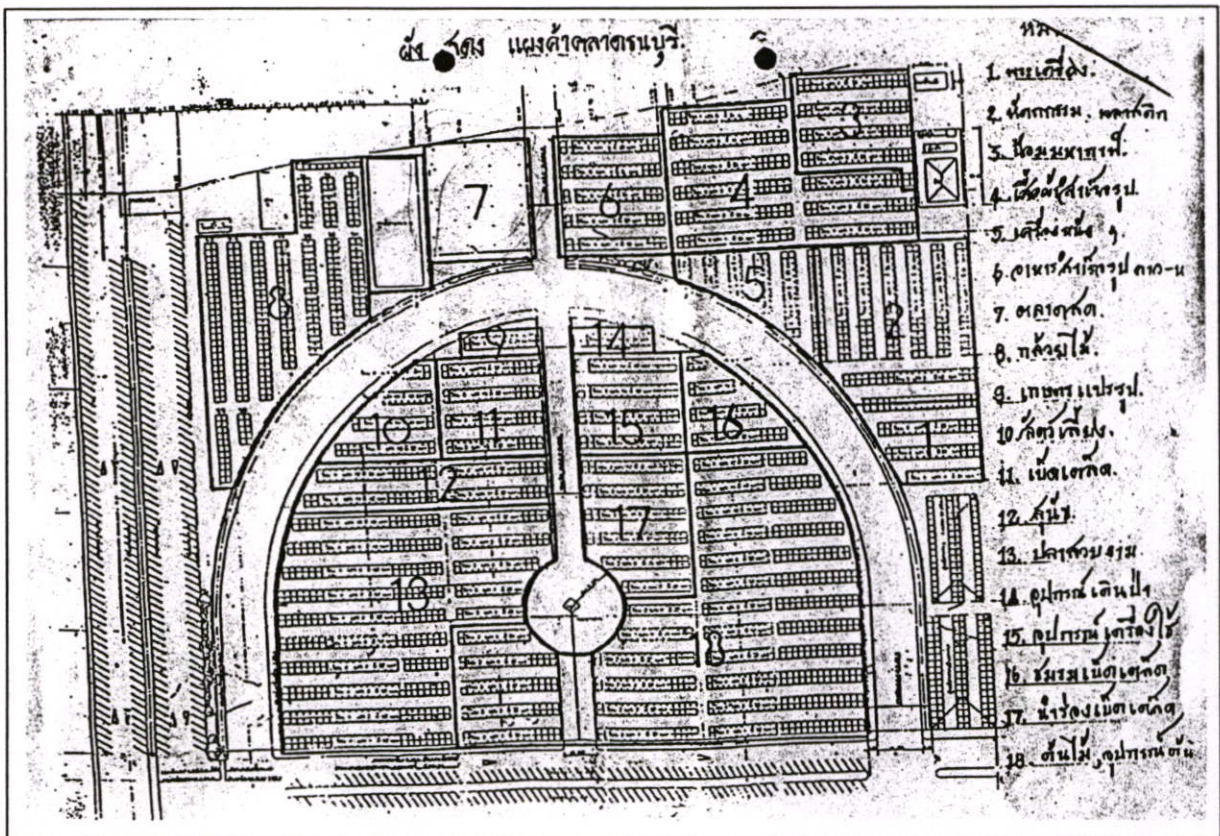


ภาพที่ 2.39 แสดงบริเวณร้านค้าขายอาหาร

ในพื้นที่ 110 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ ตลาดธนบุรี 40 ไร่ อาคารที่ทำการ และถนนทางเข้า 10 ไร่ โดยตลาดธนบุรี เป็นตลาดขนาดใหญ่ของกรุงเทพมหานคร ที่มีความกว้างขวาง สะดวกสบายในการจับจ่ายซื้อสินค้า ด้วยช่องทางเดินกว้างถึง 4 เมตร พร้อมแผงค้ากว่า 4,000 แผงค้า ซึ่งมีสินค้านานาชนิดหลากหลายประเภทแบ่งออกเป็นพื้นที่ขายสินค้าประเภทต่างๆ 9 โซน

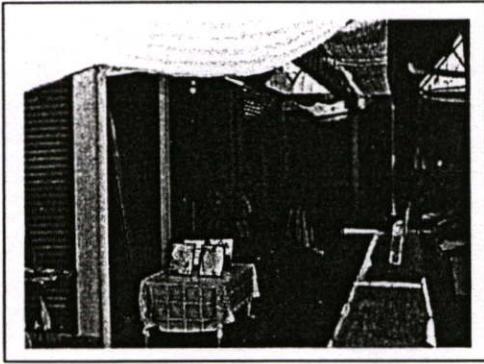
- โซนที่ 1 เสื้อผ้า / เครื่องหนัง / อุปกรณ์แต่งกาย / เครื่องประดับ / น้ำดื่ม
- โซนที่ 2 เบ็ดเตล็ด
- โซนที่ 3 หัตถกรรม / พลาสติก / น้ำดื่ม
- โซนที่ 4 อุปกรณ์เดินป่า / สินค้าเกษตรแปรรูป / พระเครื่อง
- โซนที่ 5 ปลาสวยงาม / สัตว์เลี้ยง / สัตว์ปีก / สุนัขและอุปกรณ์ / น้ำดื่ม

- โซนที่ 6 ต้นไม้/อุปกรณ์/น้ำดื่ม
 โซนที่ 7 กล้วยไม้/อาหาร/น้ำดื่ม
 โซนที่ 8 ตลาดสด/อาหารสำเร็จรูป/น้ำดื่ม
 โซนที่ 9 อุปกรณ์เครื่องใช้/เบ็ดเตล็ด/ชมรมค้าส่งสินค้าตรง/ชมรมผู้ค้าบางแค
 ฟัง เหนือ / กลุ่มสตรีอาสา/ชมรมหัตถศิลป์/ชมรมสินค้าเบ็ดเตล็ด/น้ำดื่ม



ภาพที่ 2.40 แสดงโซนร้านค้าของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

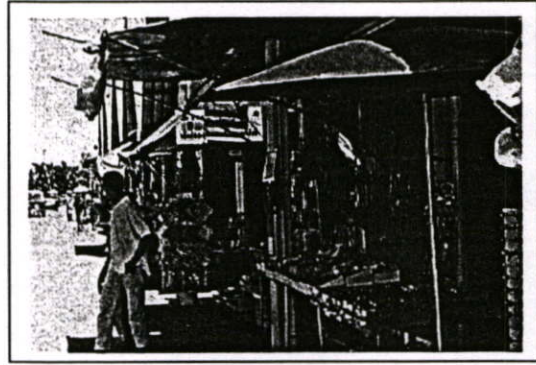
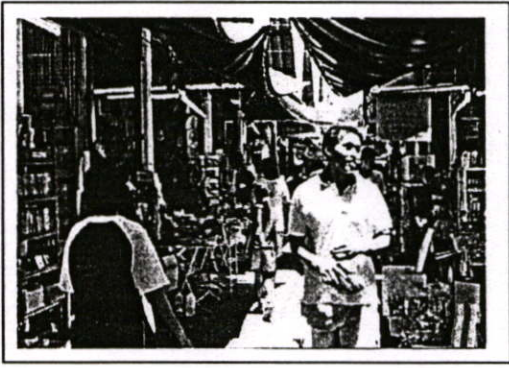
ลักษณะร้านขายสินค้าภายในพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



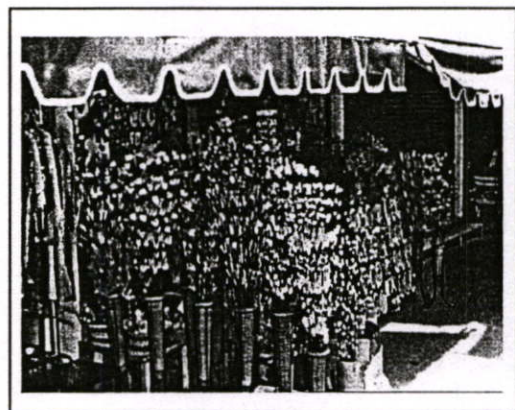
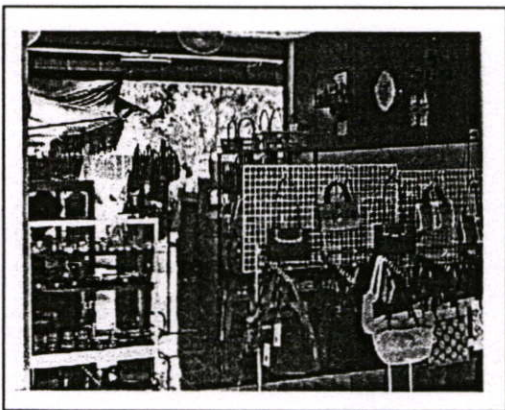
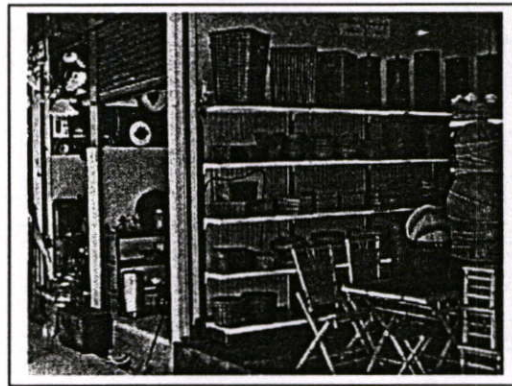
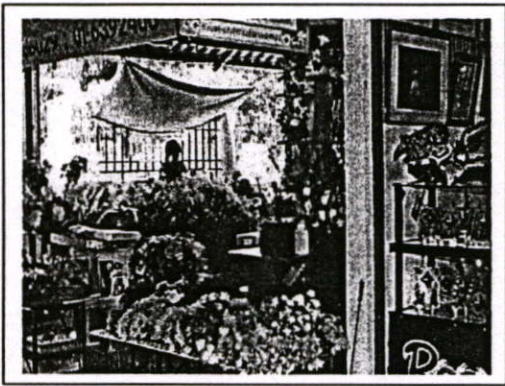
ภาพที่ 2.41 แสดงภาพโซนที่ 1 เสื้อผ้า/เครื่องหนัง/อุปกรณ์แต่งกาย/เครื่องประดับ/น้ำดื่ม



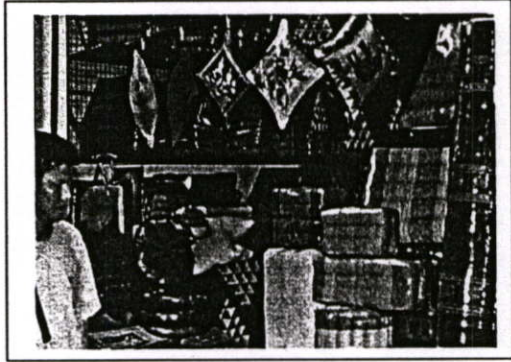
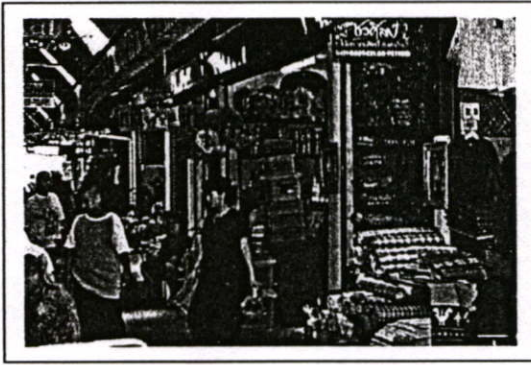
ภาพที่ 2.42 แสดงภาพโซนที่ 2 เบ็ดเตล็ด



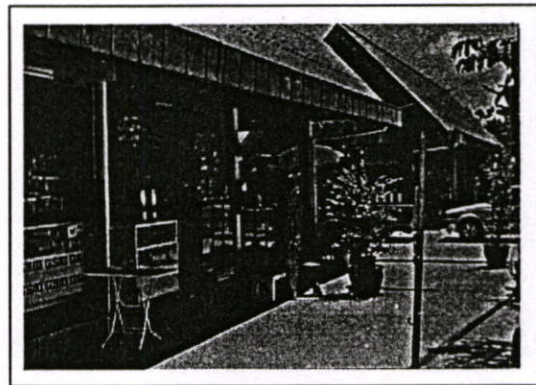
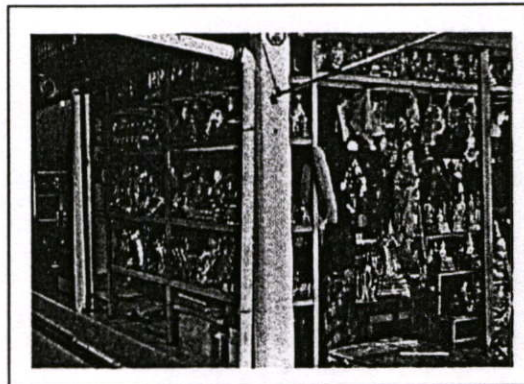
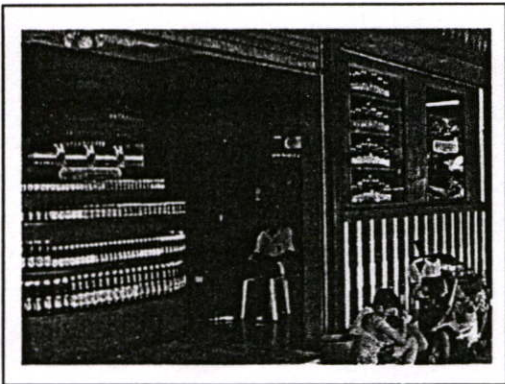
ภาพที่ 2.42 (ต่อ)



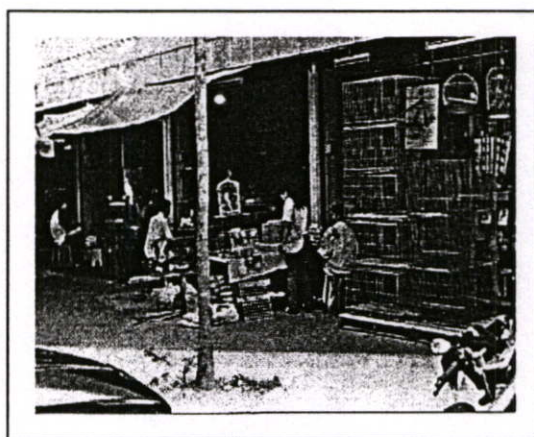
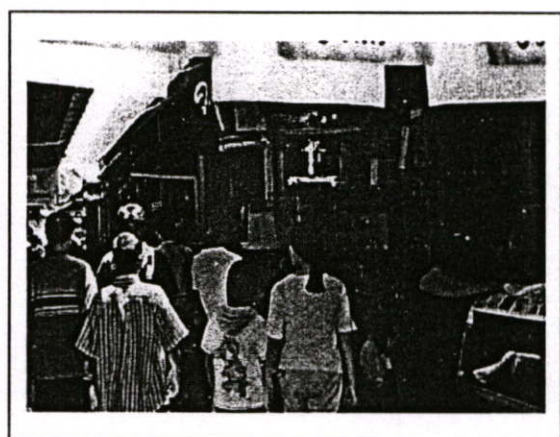
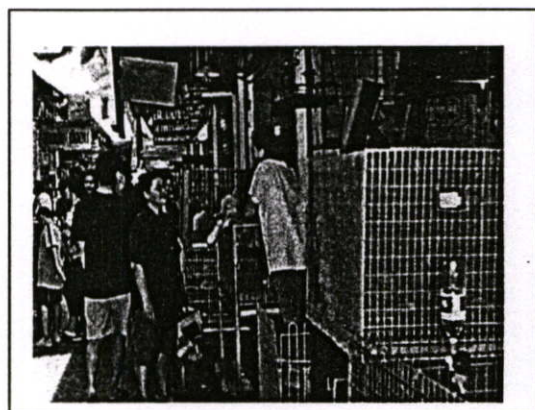
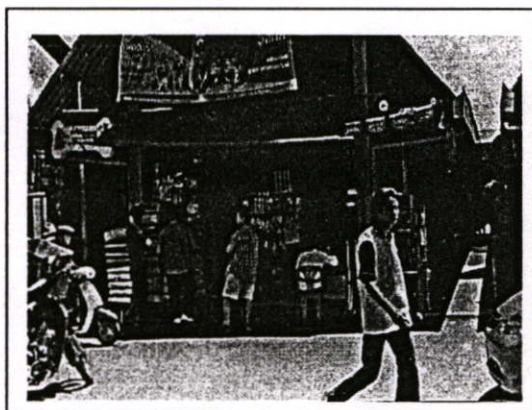
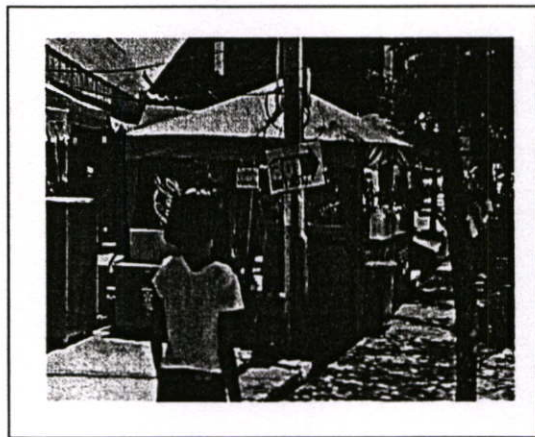
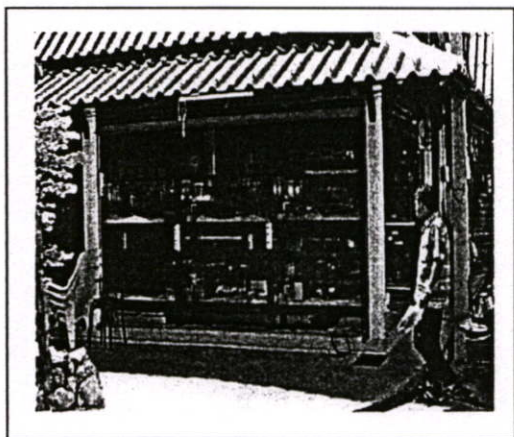
ภาพที่ 2.43 แสดงภาพโซนที่ 3 หัตถกรรม / พลาสติก / น้ำดื่ม



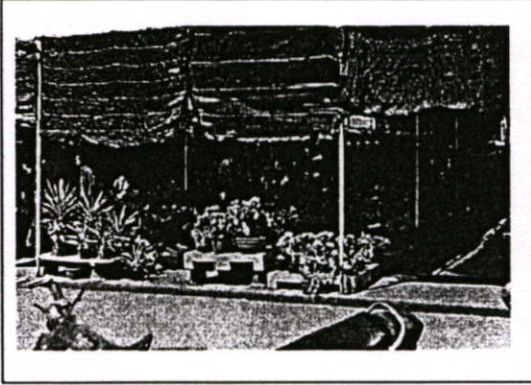
ภาพที่ 2.43 (ต่อ)



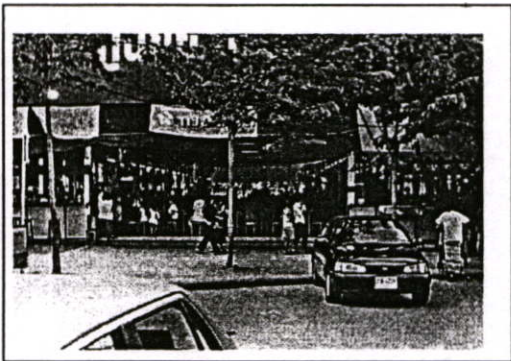
ภาพที่ 2.44 แสดงภาพโซนที่ 4 อุปกรณ์เดินป่า / สินค้าเกษตรแปรรูป / พระเครื่อง



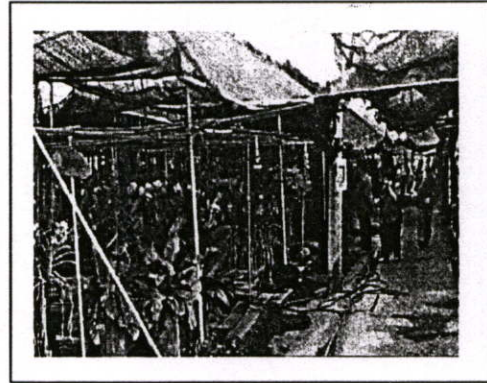
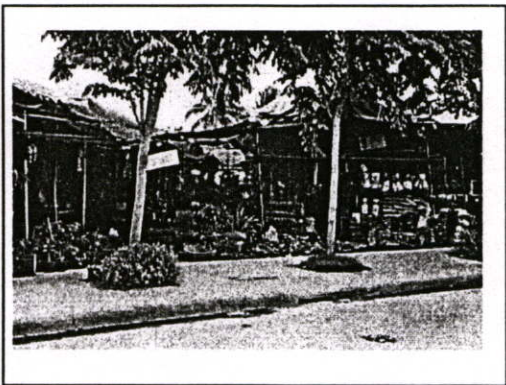
ภาพที่ 2.45 แสดงภาพโซนที่ 5 ปลาสดขาม / สัตว์เลี้ยง / สัตว์ปีก / สุนัขและอุปกรณ์ / น้ำดื่ม



ภาพที่ 2.46 แสดงภาพโซนที่ 6 ต้นไม้ / อุปกรณ์ / น้ำดื่ม



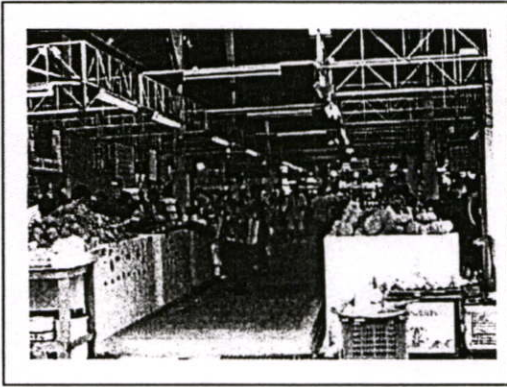
ภาพที่ 2.47 แสดงภาพโซนที่ 7 กล้วยไม้ / อาหาร / น้ำดื่ม



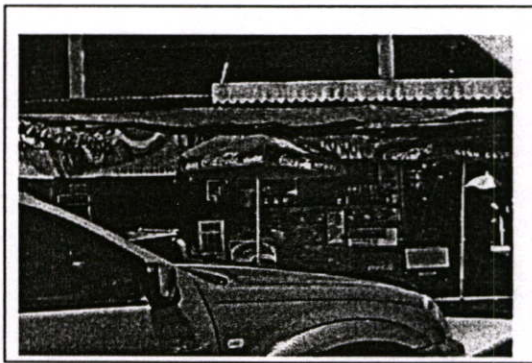
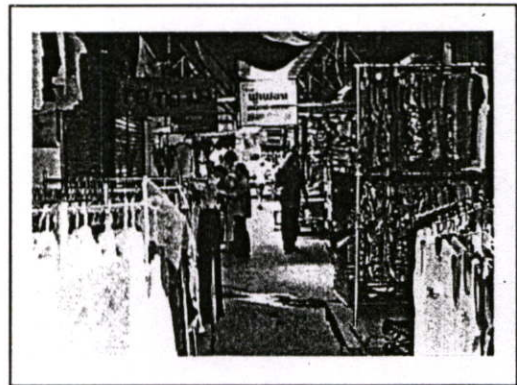
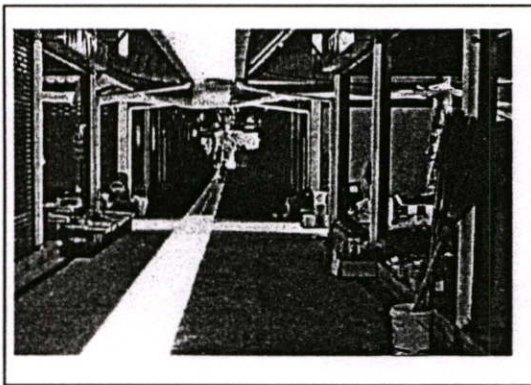
ภาพที่ 2.47 (ต่อ)



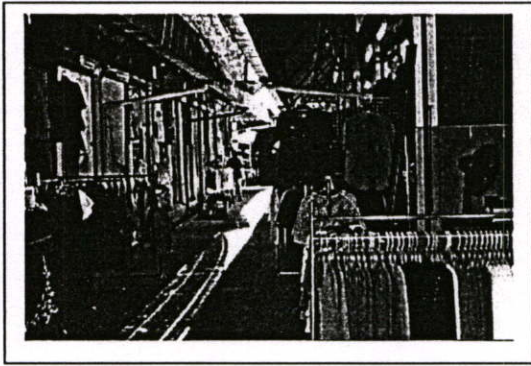
ภาพที่ 2.48 แสดงภาพโซนที่ 8 ตลาดสด / อาหารสำเร็จรูป / น้ำดื่ม



ภาพที่ 2.48 (ต่อ)



ภาพที่ 2.49 แสดงภาพโซนที่ 9 อุปกรณ์เครื่องใช้ / เบ็ดเตล็ด / ชมรมค้าส่งสินค้าตรง / ชมรมผู้ค้า
บางแก๊งเหนื่อ / กลุ่มสตรีอาสา / ชมรมหัตถศิลป์ / ชมรมสินค้าเบ็ดเตล็ด / น้ำดื่ม



ภาพที่ 2.49 (ต่อ)

สนามหลวง 2 มีพื้นที่ 60 ไร่ ลักษณะเด่น เดิมเป็นร่องสวนมะพร้าวน้ำหอม ได้รับการบูรณะปรับปรุงใหม่ให้เป็นพื้นที่สนามกีฬา และเป็นพื้นที่สำหรับออกกำลังกายเล่นกีฬา ด้วยสภาพอันร่มรื่นเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปอดของคนฝั่งธนบุรีอีกแห่งหนึ่งการเดินทางสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทาง เช่น

- ถนนปิ่นเกล้านครชัยศรี เข้าสู่ถนนพุทธมณฑล สาย 3 เลี้ยวขวาที่แยกสวนแสงธรรมหรือเลี้ยวเข้าถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา ตรงเข้าสู่ตลาดธนบุรี
- ถนนเพชรเกษม เข้าสู่ถนนพุทธมณฑล สาย 3 เลี้ยวซ้ายที่แยกสวนแสงธรรม ตรงเข้าสู่ตลาดธนบุรี(สนามหลวง 2)

การดูแลไม้ต่างๆ เป็นสถานที่จัดประกวดกล้วยไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ สัตว์เลี้ยง ปลาสวยงาม พระเครื่อง เป็นต้น

นอกจากนี้แล้วสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร โดยตลาดธนบุรี ยังอำนวยความสะดวกให้บริการแก่ชุมชน เพื่อใช้อาคารสถานที่สำหรับประชุม การจัดเลี้ยงสังสรรค์ จัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ งานวันเด็กแห่งชาติ งานวันแม่แห่งชาติ งานครบรอบประจำปีตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) และงาน 5 ธันวาคมหาราช เป็นต้น

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนการพัฒนาย่านการค้า

Esiner (1980 : 127) กล่าวถึงการศึกษาเพื่อวางแผนการใช้ที่ดินในเมืองนั้น ส่วนหนึ่งที่จะต้องทำความเข้าใจก็คือ ลักษณะของเมือง (Character of Urban Area) ต้องศึกษาสภาพปัจจุบันของเมือง (Existing) ให้ละเอียดซึ่งความรู้ที่จะต้องค้นคว้าศึกษาและวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งชัดเจนคือ กำเนิดของชุมชน ความเจริญเติบโตว่ามีความเป็นมาอย่างไรและทำไมถึงเจริญรุ่งเรืองได้ เพราะจะทำให้ทราบถึงสภาพลักษณะของเมืองและสามารถคาดประมาณไปถึงอนาคตได้ และเนื่องจากสภาพลักษณะของเมืองนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นควรศึกษาสภาพลักษณะของเมืองตั้งแต่เมืองกำเนิดจนถึงปัจจุบันและคาดการณ์สภาพลักษณะของเมืองไทยอนาคตได้ด้วย เพราะแผนการใช้ที่ดินที่ดีและมีความเป็นไปได้มากที่สุดจะต้องสอดคล้องกับสภาพลักษณะของเมืองนั้นๆ

Goodman (1968 : 98) กล่าวถึง การศึกษาเพื่อวางแผนการใช้ที่ดินว่าต้องมีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะที่ดิน(Land Characteristic) และกิจกรรม (Activities) บนพื้นดินบริเวณที่จะวางผังข้อมูลเหล่านี้ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการใช้ที่ดินจะต้องประกอบด้วยลักษณะ (Characteristic) คุณภาพ (Quality) และรูปแบบ (Pattern) ของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสำหรับกิจกรรมต่างๆ ภายในพื้นที่วางผัง นอกจากนี้การวางผังการใช้ที่ดินจะขึ้นอยู่กับ

1. การคาดประมาณประชากรที่เชื่อถือได้
2. การคาดประมาณเศรษฐกิจที่มีเหตุผล
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ที่ดินประเภทต่างๆ ในเมือง

Golany (1976 : 64) กล่าวถึงนโยบายการใช้ที่ดินว่า เป็นการกำหนดแนวทาง และรูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองที่เหมาะสมที่สุดสำหรับอนาคตโดยคำนึงถึง

1. รูปแบบการใช้ที่ดินของเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลมาจากอดีตในเรื่องของที่ตั้งกิจกรรม ตลอดจนความสัมพันธ์เนื่องของกิจกรรมเหล่านั้น ปัจจัยเหล่านี้จะบอกให้ทราบถึงแนวโน้มทิศทางการขยายตัวและรูปแบบการใช้ที่ดินในอนาคต

2. แนวโน้มการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของประชากรในอนาคต ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการคาดประมาณการใช้ที่ดินของเมืองในอนาคต

1.1 วัตถุประสงค์ของการวางแผน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาต่างๆ ได้แก่ แผนพัฒนา
ระดับชาติ ระดับภาค จังหวัด และแผนพัฒนาชนบทที่อยู่โดยรอบ

1.2 ข้อจำกัด (Constraints) ต่าง ๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ ซึ่งมีผลต่อ
การพัฒนาการขยายตัวของเมือง และมีผลต่อรูปแบบและโครงสร้างของเมืองในอนาคต (Structure and
Form)

1.3 ระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ ซึ่งนักผังเมืองเป็นผู้กำหนด โดยพิจารณาความสัมพันธ์
กับความเป็นไปได้ทางด้านงบประมาณการพัฒนาเมืองของท้องถิ่น

Gallion Simon Eisner (1975 : 59) ได้เสนอแนวความคิดเพื่อการวางแผนเกี่ยวกับการปรับปรุง
พื้นเมืองไว้ว่าเมืองใหญ่ควรศูนย์กลางด้านพาณิชย์ที่แท้จริงแทนที่จะให้มีร้านค้าย่อยกระจายอยู่ทั่วไป และ
ควรจัดระบบการขนส่งมวลชนให้เข้ากับสภาพการใช้ที่ดินด้วย มิฉะนั้นแล้วเมืองใหญ่จะประสบปัญหา
การจราจร โครงข่ายการคมนาคมและที่จอดรถ การเปลี่ยนแปลงสภาพการใช้ที่ดินอาจประสบปัญหา
อุปสรรคและต้องใช้เวลาในการดำเนินงาน ซึ่งบางครั้งอาจนานจนสิ้นหวังและรัฐจะต้องรับผิดชอบเข้า
มามีบทบาทการวางผังเองเสียใหม่ส่วนภาคเอกชนก็ต้องมีส่วนร่วมด้วยในการจัดโครงการปรับปรุง
พื้นฟูในลักษณะผสมผสานซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ที่ดินและผังเมืองกรุงเทพมหานคร

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 5 กล่าวถึงการใช้ที่ดินของกรุงเทพมหานคร ว่ามีการ
เติบโตขึ้นเรื่อยๆ และเกิดการขยายตัวของเนื้อเมือง แต่ออกมาจนในปัจจุบันสามารถแบ่งพื้นที่ตามลักษณะ
การเติบโตของเนื้อเมืองได้ 4 ย่าน/เขต ดังนี้ (สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร. 2539 : 84)
ย่านใจกลางเมืองเก่า ย่านใจกลางเมืองธุรกิจหรือเขตเมืองชั้นใน ย่านเขตเมืองชั้นกลาง และย่านเขตชั้นนอก
หรือชานเมือง

1. การใช้ที่ดินในย่านใจกลางเมืองเก่าหรือกรุงรัตนโกสินทร์

ย่านใจกลางเมืองเก่า ครอบคลุมพื้นที่ 3 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบและเขตสัม
พันธวงศ์บริเวณนี้เป็นพื้นที่กรุงเก่าแรกเริ่มของกรุงรัตนโกสินทร์และในช่วงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น
ก่อนจะมาเป็นกรุงเทพมหานครในปัจจุบันซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนคือ กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน
กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอกและเมืองเก่าชั้นใน เขตย่านในเมืองเก่าหรือกรุงรัตนโกสินทร์นี้ มีพื้นที่
ประมาณ 8,883 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.57 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชากรอาศัยอยู่
215,976 คน (ปี พ.ศ. 2539) มีความหนาแน่น 22,812 คนต่อตารางกิโลเมตร เขตนี้เป็นพื้นที่ที่มี
การจราจรหนาแน่นมาก เนื่องจากถนนส่วนมากในย่านนี้เป็นถนนที่แคบและมีการใช้ที่ดินอย่างหนาแน่น
มากทั้งการพาณิชย์กรรม พักอาศัย ส่วนราชการ ศาสนสถาน สถานศึกษา

1.1 กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน คือ พื้นที่ในบริเวณระหว่างแนวกิ่งกลางคลองคูเมืองเดิมกับ
แนวกิ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา การใช้ที่ดินส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน วัด วัง สถานที่ราชการ สถานศึกษา

ตลาดปากคลอง อาคารพาณิชย์สูง 2-4 ชั้น ซึ่งมีข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครปี พ.ศ.2528 ได้กำหนดพื้นที่ 4 บริเวณย่อยในเขตนี้ ห้ามก่อสร้างคัดแปลง ใช้หรือเปลี่ยนแปลงใช้อาคารชนิดหรือบางประเภทและความสูงอาคารไม่เกิน 16 เมตร และยังห้ามก่อสร้างอาคารสูงเกิน 16 เมตร กำหนดเนื้อที่ว่างไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 โดยในส่วนบนจะต้องเป็นพื้นที่สีเขียวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50

1.2 กรุงเทพมหานครชั้นนอก คือ พื้นที่ในบริเวณระหว่างแนวกึ่งกลางคลองคูเมืองเดิม (คลองหลอด) แนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยากับแนวกึ่งกลางคลองรอบกรุง (คลองบางลำภู) แนวกึ่งกลางคลองรอบกรุง (คลองโอ่งอ่าง) แนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาบรรจบกับแนวกึ่งกลางคลองคูเมืองเดิม (คลองหลอด) พื้นที่ 10 บริเวณย่อย ห้ามก่อสร้างโรงงาน อาคารที่ใช้ประกอบการค้า อันน่ารังเกียจหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ สถานบริการ โรงแรม โรงมหรสพ สถานที่เก็บสินค้า ภัตตาคาร (พื้นที่ตั้งโต๊ะเกิน 200 ตร.ม.) ตลาด ห้องแถว อาคาร สำนักงานเอกชนพื้นที่ใช้สอยเกิน 300 ตร.ม. ห้างสรรพสินค้าพื้นที่เกิน 200 ตร.ม. อาคารสูงไม่เกิน 16 เมตร เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริเวณที่กำหนดมีข้อห้ามต่างกัน

1.3 เมืองเก่าชั้นใน คือ พื้นที่ระหว่างคลองโอ่งอ่างกับคลองผดุงกรุงเกษม ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เขตป้อมปราบ สัมพันธวงศ์ และพื้นที่เขตพระนครที่อยู่นอกกรุงรัตนโกสินทร์ พื้นที่เก่าชั้นในนี้เป็นเขตชุมชนหนาแน่น ย่านธุรกิจใจกลางเมืองเก่า (CBD เดิม) ซึ่งเป็นย่านการค้ามาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 การใช้ที่ดินส่วนมากเป็นพาณิชย์กรรมและที่พักอาศัยหนาแน่นมาก อาคารเป็นอาคารเก่าสูงไม่เกิน 4 ชั้น แบ่งพื้นที่ออกเป็นย่านการค้าที่ชัดเจนโดยมีกิจกรรมเศรษฐกิจหลักเฉพาะ

2. การใช้ที่ดินในย่านใจกลางเมืองธุรกิจหรือเขตเมืองชั้นใน

ย่านใจกลางเมืองธุรกิจหรือเขตเมืองชั้นใน ครอบคลุม 17 เขต ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ และดินแดง (แยกห้วยขวางและเขตพญาไท) รวมพื้นที่ประมาณ 204,605 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 13.04 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประชากรอาศัยอยู่ 2,328,771 คน (ปี พ.ศ. 2539) มีความหนาแน่นเฉลี่ย 11,382 คนต่อตารางกิโลเมตร ศูนย์กลางการธุรกิจ (Center Business District : CBD) ของประเทศอยู่ในเขตเมืองชั้นใน โดยเฉพาะในเขตบางรักและสาทร ปัจจุบันได้ขยายตัวออกไปในเขตข้างเคียง การใช้ที่ดินของเขตเมืองชั้นในมีการเปลี่ยนแปลงมาก มีการใช้ประโยชน์ที่ดินจากอาคารเก่าในแนวราบมาเป็นอาคารสูงในแนวตั้ง ใช้เป็นประเภทสำนักงานและที่พักอาศัย เนื่องจากราคาที่ดินสูงขึ้น การจราจรแออัดมากและที่พักอาศัยของผู้มีรายได้สูงจะอยู่ในเขตเมืองชั้นในนี้ บริเวณสุขุมวิท ถนนสาทร และถนนพญาไท

3. การใช้ที่ดินในย่านเขตเมืองชั้นกลาง

ย่านเขตเมืองชั้นกลาง ครอบคลุม 11 เขต คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ และสวนหลวง (แยกจากเขตประเวศ) มีพื้นที่ประมาณ 477,596 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 30.44 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีประชากรอาศัยอยู่ 2,062,948 คน (ปี พ.ศ. 2539) การใช้ที่ดินส่วนใหญ่เป็นที่พักอาศัย โดยจะหนาแน่นมากในบริเวณที่ติดต่อกับย่านเขตเมืองชั้นใน ส่วนบริเวณที่ห่างออกไปการใช้ที่ดินเบาบางลง ส่วนมากเป็นหมู่บ้านจัดสรร และพื้นที่ว่างขาดการเชื่อมโยงของเส้นทางคมนาคม

4. การใช้ที่ดินในย่านเขตเมืองชั้นนอกหรือชานเมือง

ย่านเขตชั้นนอกหรือชานเมือง ครอบคลุม 7 เขต คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชัน หนองแขม และบางขุนเทียน อยู่บริเวณรอบนอกสุดของกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ประมาณ 877,653 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 55.95 ของพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีประชากรอาศัยอยู่ 990,601 คน มีความหนาแน่นเฉลี่ย 1,129 คนต่อตารางกิโลเมตร การใช้ที่ดินส่วนใหญ่ยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทำนาข้าว สวนผัก สวนผลไม้ สวนดอกไม้ ซึ่งในเขตดลิ่งชัน และเขตลาดกระบังถูกกำหนดให้พื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นเขตอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวเอาไว้เพื่อป้องกันน้ำท่วมอย่างไรก็ตามมีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยและเมืองเข้าไปในพื้นที่เกษตร จึงเชื่อมกับจังหวัดข้างเคียงโดยการขยายเมืองตามแนวถนนที่ออกจากกรุงเทพมหานครทุกเส้นทาง จนรวมเป็นเนื้อเมืองเดียวกันและการที่ประชาชนออกมาอาศัยอยู่บริเวณเขตชั้นนอกนี้มาประกอบกับการเชื่อมต่อจังหวัดข้างเคียงทำให้เกิดศูนย์กลางขนาดใหญ่ในเขตนี้

Nopanant Tapananont. (1990 : 42) ได้ทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับศูนย์กลางย่อยในบทความ "The Study of The Development of Bangkok Metropolitan Subcenter" โดยได้กล่าวถึงรูปแบบการใช้ที่ดินของกรุงเทพมหานคร ในอดีตว่าเป็นแบบศูนย์กลางเดี่ยวและกล่าวถึงแผนแม่บท 3 แผนที่เกี่ยวข้องกับการวางผังเมืองของกรุงเทพฯ ได้แก่ Greater Bangkok Plan ,Litchfield Plan, The Metropolitan Plan 1 Revised Edition และ The Bangkok Metropolitan General Plan ซึ่ง ทั้ง 3 แผน ได้กล่าวถึงศูนย์กลางย่อยไว้ดังนี้

- The Greater Bangkok Plan ได้แสดงถึง 16 ศูนย์กลางย่อยโดยที่ 12 แห่งถูกเสนอขึ้นมาใหม่และศูนย์กลางระดับอำเภอและจังหวัด 4 แห่งเป็นรูปแบบที่ขยายพื้นที่การค้าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ศูนย์กลางย่อยเหล่านี้ตั้งอยู่บนทางหลวงที่เป็นรัศมีของการพัฒนาแบบนี้มีมือและกินบริเวณกว้าง 5 ถึง 10 กิโลเมตร จากศูนย์กลางเมือง

- The Metropolitan Plan 1 Revised Edition ได้แสดงถึง 19 ศูนย์กลางย่อย โดยที่ 7 แห่งได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ และอีก 12 แห่งเป็นการขยายตัวของพื้นที่การค้าที่คงอยู่ ณ ศูนย์กลางระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอหรือที่ชุมทางถนนสายหลัก ศูนย์กลางเหล่านี้กระจายไปทั่วพื้นที่มหานครและตั้งอยู่ภายในรัศมี 5 กิโลเมตร จากศูนย์กลางเมือง

The Bangkok Metropolitan General Plan ได้กำหนดศูนย์กลางย่อย 45 แห่ง โดยส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของศูนย์กลางทางการค้าที่คงอยู่ โดยตั้งอยู่ ณ ชุมทางของถนนสายหลักและอยู่ภายในรัศมี 5 ถึง 10 กิโลเมตร จากศูนย์กลางเมือง

จากการศึกษา ได้พิจารณาศูนย์กลางย่อย ในกรุงเทพมหานคร ในด้านความต่อเนื่องของพื้นที่เขตเมือง และความสามารถในการเข้าถึงโดยเส้นทางรถประจำทางภายในเมือง ตลอดจนจำนวนของกิจกรรมขั้นที่ 3 ที่รวมตัวกันภายใน 41 ศูนย์กลางซึ่งจากจำนวนนี้มีศูนย์กลางย่อยถึง 38 แห่งที่ได้ถูกเสนอเป็นศูนย์กลางย่อยใน โดยในการศึกษาได้มีการจัดลำดับศูนย์กลางย่อยเป็นโครงสร้างได้ 3 ระดับ ดังนี้

1. ศูนย์กลางระดับสูง ประกอบด้วย 6 ศูนย์กลาง
2. ศูนย์กลางระดับกลาง ประกอบด้วย 9 ศูนย์กลาง
3. ศูนย์กลางระดับต่ำ ประกอบด้วย 26 ศูนย์กลาง

ส่วนประกอบของศูนย์กลางทั้ง 3 ระดับแสดงถึงการพัฒนาที่ไม่สมดุลในกรุงเทพมหานคร เพราะพบว่าศูนย์กลางระดับสูงและระดับกลางมีสัดส่วนอยู่มากในพื้นที่เมืองทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ทิศตะวันออกเฉียงใต้ และทิศตะวันตกของกรุงเทพมหานคร และยังพบอีกว่าศูนย์กลางระดับสูงที่อยู่ทางด้านทิศตะวันออกนั้นสะท้อนถึงการขยายตัวของที่อยู่อาศัยที่กินพื้นที่กว้างขวางและทำให้เกิดสาธารณูปโภคขนาดใหญ่รวมทั้งย่านการค้าที่ซับซ้อน ส่วนพื้นที่ที่เหลือจะพบเป็นศูนย์กลางระดับต่ำและระดับกลาง

สำนักผังเมือง (2530 : 47-48) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนากรุงเทพมหานครไว้ในแนวคิดการวางผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์ในอนาคตเพิ่มจากเดิมกว่าเท่าตัว เนื่องจากแนวโน้มการขยายตัวด้านการพาณิชย์สูง สำหรับการกระจายตัวในแต่ละพื้นที่มีดังนี้

1. พื้นที่ชั้นใน มีการเพิ่มพื้นที่พาณิชย์เพียงเล็กน้อยประมาณ 1,000 ไร่ เพราะมีการใช้ประโยชน์ที่ดินหนาแน่นสูงมากอยู่แล้ว โดยจำแนกได้ดังนี้
 - เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมและธุรกิจใจกลางเมือง 700 ไร่
 - เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมย่อย 100 ไร่ (เช่น ศรียาน สะพานควาย วงเวียนใหญ่)
 - เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมอื่นๆ 200 ไร่
2. พื้นที่ชั้นกลาง เป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวด้านพาณิชย์กรรมมากที่สุด เพิ่มพื้นที่พาณิชย์กรรมมากถึงประมาณ 20,700 ไร่ โดยจำแนกได้ดังนี้
 - เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมย่อย 7,000 ไร่ (เช่น พระโขนง สะพานใหม่ บางกะปิ พงษ์เพชร ปิ่นเกล้า บางแค เป็นต้น)
 - เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมย่อยอื่นๆ 13,700 ไร่

3. พื้นที่ชั้นนอก เพิ่มพื้นที่พาณิชยกรรมประมาณ 2,100 ไร่ โดยจำแนกได้ดังนี้
- เป็นพาณิชยกรรมย่อย 11,000 ไร่ (เช่น ดลิ่งชัน มีนบุรี บางบอน เป็นต้น)
 - เป็นพาณิชยกรรมย่อยอื่นๆ 1,000 ไร่

ศูนย์พาณิชยกรรมย่อยที่กระจายอยู่ในพื้นที่แต่ละชั้นของกรุงเทพมหานครนั้น มีบทบาทต่อชุมชนโดยรอบในแง่ของการเป็นแหล่งงาน ศูนย์กลางบริการทางธุรกิจและกิจกรรมขนาดใหญ่ในอนาคต ทั้งนี้ได้จำแนกศูนย์พาณิชยกรรมย่อยเป็นกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มีความสำคัญอันดับแรก ควรส่งเสริมเป็นศูนย์ที่มีกิจกรรมและบริการที่สมบูรณ์แบบมากที่สุด โดยในเขตชั้นใน ได้แก่ สะพานควาย ศรียาน เตาปูน วงเวียนใหญ่ ดาวคะนอง และตลาดพลู ในเขตชั้นนอก ได้แก่ สะพานใหม่ แยกพหลโยธิน-ลาดพร้าว ปากซอยโชคชัยสี่ บางกะปิ พระโขนง คลองเตย เซ็นต์หลุยส์ ปิ่นเกล้า และบางแค สำหรับพื้นที่ชั้นนอกไม่มีศูนย์ระดับนี้

กลุ่มที่ 2 มีความสำคัญรองลงมา ควรได้รับส่งเสริมตามความเหมาะสมในพื้นที่ชั้นกลาง ได้แก่ ตลาดใหม่-ดอนเมือง จรเขี้ยว รามคำแหง แยกคลองตัน-พัฒนาการ ปากซอยอ่อนนุช แยกธนบุรี-ปากท่อ และแยกถนนจรัลสนิทวงศ์ กับบางกอกน้อย-นครชัยศรี ส่วนในพื้นที่ชั้นในและชั้นนอก ได้แก่ ราชวัตร และบางบอน ตามลำดับ

กลุ่มที่ 3 มีความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ มีนบุรี และดลิ่งชัน อยู่ในเขตชั้นนอกและมีขนาดเล็ก ทั้งสิ้นจากการทบทวนผลงานวิจัยต่างๆ ทำให้เห็นความสำคัญของพื้นที่สำหรับการค้าที่อยู่ในเขตเมือง ซึ่งการขยายตัวของเมืองกรุงเทพมหานคร ทำให้ต้องมีบริการด้านการค้าและบริการกระจายตัวออกจากใจกลางเมือง เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนที่อาศัยอยู่รอบนอกออกไปลดภาระการให้บริการของใจกลางเมือง โดยเฉพาะย่านการค้าในเขตชั้นกลางที่รองรับการขยายตัวด้านพาณิชยกรรมที่สุดของกรุงเทพมหานคร

- ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์กับงานที่จะศึกษา

การทบทวนวรรณกรรมงานศึกษาและเอกสารต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและประโยชน์พัฒนาความรู้ในการศึกษาต่อไป โดยแยกประเด็นออกเป็น ดังนี้

- การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม
- ตลาด
- การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมของเมืองโดยทั่วไปก่อน แล้วจึงกล่าวถึงการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมของเมืองในภาคเหนือเพื่อทำความเข้าใจเมืองที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ศึกษา โดยจะกล่าวถึงด้านประเด็นทำเลที่ตั้ง โครงสร้าง ลักษณะการขยายตัว ความสอดคล้องกับทฤษฎี แนวความคิด ศักยภาพในด้านพาณิชยกรรม แนวโน้มของการขยายตัวย่านพาณิชยกรรมในอนาคต และปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ผ่องศรี อภิรักษ์อร่ามวงศ์ (2520 : 27) ศึกษาถึงที่ตั้งของกิจกรรมเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พบว่ากิจกรรมที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม การค้าหรือบริการ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มบุคคล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 คุณลักษณะ คือ คุณลักษณะที่แต่ละคนไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เพศ เชื้อชาติ อายุ กลุ่มชน และคุณลักษณะบุคคลอาจควบคุมได้บางส่วน เช่น ศาสนา สุขภาพ การศึกษา นอกจากนี้ยังประกอบด้วย สถาบันการปกครอง ระบบการคมนาคม สื่อสาร ระบบเศรษฐกิจการค้า ระดับความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ และความสัมพันธ์ระหว่างชาติ Ronald R.Boyce (2521:41) ศึกษาแนวโน้มนรูปแบบการใช้ที่ดินของเมือง Seattle พบว่าการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมจะมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมหรือแบบแถบตามเส้นทางการขนส่งทางบกและทางรถไฟ ซึ่งแบบจำลองรูปสี่เหลี่ยมนี้ถูกกล่าวไว้อีกในงานศึกษาของ วิโรจน์ อยู่วนิชานนท์ (2531 : 22) ศึกษารูปแบบการขยายตัวของเทศบาลเมืองนครราชสีมาพบว่าโครงสร้างของเมืองนครราชสีมา ในระยะแรกมีลักษณะสอดคล้องกับแบบจำลองวงแหวน แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2512-2528 ลักษณะโครงสร้างของเมืองสอดคล้องกับแบบจำลองรูปสี่เหลี่ยม และพบว่าย่านที่พักอาศัยของผู้มีรายได้สูงได้ตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจการค้ากลางเมืองแทนที่จะตั้งอยู่ห่างไกลออกไป และการใช้ที่ดินเพื่อการค้ามีลักษณะการขยายตัวไปตามแนวยาวไปตามสองฟากของเส้นทางคมนาคมคือ ถนน สอดคล้องกับงานศึกษาของ (ขวัญฤทัย ทองอินทร์ .2532 : 36) ศึกษาการใช้ที่ดินด้านพาณิชย์กรรมของเมืองหาดใหญ่ด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นผิว (Potential Surface Analysis) พบว่า บริเวณที่มีศักยภาพสูงสุดทางด้านพาณิชย์กรรมคือ บริเวณย่านการค้าใจกลาง เมืองหาดใหญ่ ส่วนบริเวณที่มีศักยภาพรองลงมาเป็นบริเวณที่อยู่ถัดจากย่านการค้าใจกลางเมืองออกมา และบริเวณถนนสายสำคัญตามลำดับ สำหรับบริเวณที่ศักยภาพต่ำไม่เหมาะสมสำหรับเขตพาณิชย์กรรมจะเป็นบริเวณรอบนอกเทศบาลเมืองหาดใหญ่และบริเวณที่อยู่ห่างไกลจากศูนย์กลางเมืองหาดใหญ่ เช่น ที่โล่ง และคลอง และแนวโน้มของการขยายตัวของย่านพาณิชย์กรรมในอนาคตจะขยายตัวไปบริเวณรอบ ๆ ย่านการค้าใจกลางเมือง และตามแนวถนนสายสำคัญ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สอดคล้องกับการจำแนกศักยภาพพื้นผิวเพื่อการพาณิชย์กรรมและการใช้ที่ดินสำหรับพาณิชย์กรรมของเมืองหาดใหญ่ในปัจจุบัน

กำพล สีกาท (2539 : 35) ศึกษาย่านการค้าและบริการของเทศบาลเมืองขอนแก่น พบว่าการขยายตัวของย่านการค้าและบริการภายในเขตเทศบาลเมืองของแก่น มีลักษณะทิศทางการขยายตัวที่สอดคล้องกับการขยายตัวของเมือง คือ มีการขยายตัวจากใจกลางเมืองออกไปยังพื้นที่ข้างเคียง โดยใช้แนวถนนสายหลัก ๆ ของเมืองเป็นตัวกำหนดทิศทางการขยายตัวของย่านการค้าและบริการ และเขตอิทธิพลการค้ากว้างมีความสัมพันธ์กับการเดินทางไปใช้บริการสะดวก เขตอิทธิพลการค้าแคบมีความสัมพันธ์กับการเดินทางไปใช้บริการไม่สะดวก และยังพบว่าเหตุผลในการเดินทางไปใช้บริการภายในย่านการค้าและบริการในแต่ละย่าน เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ตั้งอยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวก และสินค้าราคาถูก ท้ายสุด เสน่ห์ ญาณสาร (2539 : 29) กล่าวสรุปโครงสร้างการค้าของเมืองว่า รูปแบบโครงสร้างการค้าของชุมชนเมืองในประเทศไทยไม่สู้จะจัดกระจาย และมีมากมายหลายประเภท เช่น ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่บริเวณใจกลางเมือง ยกเว้นกรุงเทพมหานครซึ่งมีศูนย์กลาง

การค้ามากมายหลายประเภทและหลายระดับ และมีปริมาณการขายมาก ศูนย์กลางการค้ามีลักษณะและขนาดต่างๆ กันเป็นลำดับศักดิ์ คล้ายคลึงกับระบบของแหล่งกลาง สำหรับบริเวณ CBD จะยังคงเป็นศูนย์กลางที่ให้บริการแก่ผู้ที่อยู่อาศัยในเขตเมืองตอนใน และนักท่องเที่ยวบ้าง อาจมีการสร้างศูนย์กลางการค้าแบบใหม่ที่ทันสมัยในพื้นที่ที่เคยเป็นร้านค้าเล็ก ๆ ศูนย์การค้าในเขตรอบนอกจะมีขนาดใหญ่ขึ้นเพิ่มมากขึ้นในหลายจุดของเมือง และให้บริการส่วนใหญ่แก่ประชาชนในเขตชานเมือง

การทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของตลาด แบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้

- พัฒนาการของตลาด
- ความสำคัญของตลาดต่อเมืองและชุมชน
- บทบาทของตลาด
- สภาพทางกายภาพและลักษณะของตลาด
- ผู้ประกอบการค้าและผู้บริโภค
- ปัญหา
- ตลาดในอนาคต

1. พัฒนาการของตลาด

คำร่าง ฐานคดี (2535 : 36) ศึกษาวัฒนธรรมและพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ สรุปไว้ว่า เมื่อมีการผลิตสินค้าขึ้นมาก็มีการแลกเปลี่ยนในบางสังคม การแลกเปลี่ยนอาจกระทำขึ้นมาเพราะประสงค์ที่จะสร้างความสัมพันธ์ไมตรีระหว่างกัน แต่ในบางกรณีที่การเปลี่ยนนำไปสู่การซื้อขายเพื่อหากำไร เมื่อการแลกเปลี่ยนกลายเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดผลกำไร เงินตราจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางเพื่อให้เป็นเครื่องวัด “ค่า” ของสินค้าที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนและก่อให้เกิดตลาดขึ้น และทำให้ทราบถึงระบบเศรษฐกิจที่ผูกพันกับการดำรงชีวิตของมนุษย์นับเนื่องมาแต่อดีตที่มีการแลกเปลี่ยนแบบของต่อของ เมื่อใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแล้วพัฒนาขึ้นมาเป็นระบบตลาด ตัวตลาดเองก็มีความหลากหลายซับซ้อนแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น วัฒนธรรม และพฤติกรรมของคนในสังคมนั้น ๆ วิถีชีวิตของคนในสังคมส่วนหนึ่งสามารถทราบได้จากภาพสะท้อนในการแลกเปลี่ยนในตลาด ปัจจัยที่ก่อให้เกิดตลาดนั้นเกิดจากการที่มนุษย์มีพฤติกรรมในการแลกเปลี่ยน ความต้องการบริโภคสินค้าที่ไม่สิ้นสุด ซึ่งตลาดที่เกิดขึ้นมาในแต่ละสังคมนั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้าของคนในชุมชน คนในชุมชนสามารถกำหนดรูปแบบของตลาดเองได้ และตลาดเองก็สามารถกำหนดลักษณะการบริโภคของคนในชุมชนด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ได้มีงานศึกษาที่ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาดในสังคมเมืองของไทยในอดีตจนมาถึงปัจจุบัน ได้แก่ สุจิตต์ วงษ์เทศ (2538 : 32) ศึกษาลักษณะของตลาด โดยเฉพาะหาบเร่และแผงลอย กล่าวว่า พัฒนาการของตลาดน่าจะเป็นผลพวงของสังคมระดับ “เมือง” ที่มีการซื้อขายและเปลี่ยนสิ่งของที่หลากหลาย เพราะในสังคมนั้น “บ้าน” ใช้การพึ่งพาตนเองเป็น

สำคัญ จึงไม่จำเป็นต้องมีตลาด บรรยากาศของตลาดยุคโบราณจะมีภาพชัดเจนและวุ่นวายมากขึ้น เมื่อถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาซึ่งมีทั้งตลาดในเมือง และตลาดนอกเมืองที่มีหาบเร่กับแผงลอยเป็นหน่วยสำคัญ ตลาดในเมืองจะอยู่ภายในกำแพงพระนครศรีอยุธยา ส่วนตลาดนอกเมืองจะอยู่รอบเกาะเมืองภายนอกกำแพง การค้าภายนอกกับภายในนอกจากทำให้เกิด “ตลาด” ทั้งภายในและภายนอกกำแพงพระนครศรีอยุธยาแล้ว ยังทำให้เกิดย่านการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ด้วย ครั้นถึงสมัยกรุงธนบุรีต่อเนื่องสู่ยุคกรุงเทพฯ ตลาดในสมัยต้นๆ ยังจำลองมาจากกรุงศรีอยุธยา โดยเฉพาะสมัยตลาดในกรุงเทพฯ แบ่งเป็นย่านเช่นเดียวกับตลาดอยุธยา แต่ความซับซ้อนจะมีมากขึ้น เมื่อรัชกาลที่ 3 เปิดกรุงสยามสู่ระบบการค้าเสรี ส่งผลให้ในสมัยรัชกาลที่ 4 มีชาวต่างชาติ เช่น จีนกับฝรั่ง มาตั้งร้านรวงเป็นตลาด เกิด “ตึก” และมีการตัดถนนอย่างตะวันตก ตลาดสมัยกรุงเทพฯ ค่อยๆ พัฒนาอย่างกว้างขวางจนมีขนาดใหญ่มากขึ้น ส่งผลทำให้เนื้อที่สำหรับหาบเร่และแผงลอยน้อยลง

จากประเด็นหาบเร่และแผงลอยในตลาดนั้น มิ่งานศึกษาของ ภูวดล สุวรรณดี (2538 : 29) ได้ศึกษาปัญหาที่เกิดจากหาบเร่ แผงลอยที่บริเวณท่าพระจันทร์ ซึ่งเป็นตลาดโบราณสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ว่า หาบเร่ แผงลอยบริเวณท่าพระจันทร์ได้พัฒนามาจากตลาดน้ำและชุมชนริมน้ำที่ใช้เป็นท่าเรือข้ามฟากมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ชุมชนท่าพระจันทร์เริ่มเติบโตและทวีความสำคัญขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 พร้อมๆ กับท่าช้างและท่าเตียน เนื่องจากมีการปรับปรุงขยายเส้นทางคมนาคมตัดถนนมหาสารทาบไปตามแนวกำแพงเมืองพระนคร ผ่านชุมชนเหล่านี้ ตลาดน้ำจึงย้ายขึ้นเป็นตลาดบกเป็นตลาดขายปลีกสินค้าจำพวกพืชผัก ผลไม้และอาหารคาวหวาน ที่มาจากส่วนฝั่งธนบุรีตามคลองบางกอกน้อยและคลองบางกอกใหญ่ อีกทั้งชาวสวนภาคตะวันตกยังขนส่งสินค้าทางการเกษตรขึ้นรถไฟ บางกอกน้อยท่าพระจันทร์เริ่มคึกคักขึ้นเมื่อมีการสร้างโรงพยาบาลศิริราช (พ.ศ.2431) และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (พ.ศ.2477) จนเป็นตลาดน้ำที่มีคนสัญจรไปมามากที่สุดในการบรรดาท่าเรือข้ามฟากในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งหาบเร่ แผงลอยบริเวณท่าพระจันทร์นั้น เกิดปัญหาการตั้งวางหาบเร่ แผงลอยระเกะระกะทางเท้า กีดขวางทางสัญจร คนต้องมาเดินบนถนน เสี่ยงต่อการถูกรถชน เป็นอันตรายต่อผู้คนที่มาซื้อ

เกียรติ จิวะกุล และคณะ(2525 : 41) ศึกษาตลาดในกรุงเทพมหานคร การขยายตัวและพัฒนาการ ผลการศึกษาปรากฏว่า ตลาดจะมีพัฒนาการไปตามการขยายตัวของการตั้งถิ่นฐาน โดยครั้งแรกจะเป็นการค้าขายโดยเรือพายหรือตลาดริมแม่น้ำลำคลอง และเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ลักษณะของตลาดนั้นมาเป็นตลาดที่ถาวรบริเวณริมคลองที่สำคัญๆ ต่อมาการตั้งถิ่นฐานขยายตัวห่างไกลจากแม่น้ำลำคลองโดยเกาะกลุ่มกันตามแนวถนน และถนนได้เข้ามามีบทบาทแทนแม่น้ำลำคลองมากขึ้นทุกที ตลาดและร้านค้าจึงปรากฏหนาแน่นตามริมถนน และกระจุกตัวเป็นย่านการค้าที่สำคัญๆ รูปแบบการค้าก็เปลี่ยนแปลงไปมากจากเรือเร่ เป็นหาบเร่ แผงลอยริมถนนและแผงลอยในตลาด จากห้างร้านเป็นศูนย์สรรพสินค้าขนาดใหญ่ ตลาดสดก็เปลี่ยนแปลงจากตลาดเปิดโล่งเป็นการรวมตัวของแผงสินค้านานาชนิดภายใต้หลังคาเดียวกัน และถูกล้อมรอบด้วยตึกแถวที่เกิดแทรกขึ้นมาติดถนนทั่วไป พร้อมทั้งมีหาบเร่แผงลอยเป็นส่วนประกอบ

สำคัญของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ เพชรวิจิ จงกำโชค (2528 : 26) ที่ศึกษาตลาดอาหารสด ในกรุงเทพมหานคร โดยกล่าวถึงพัฒนาการของตลาดอาหารสดในกรุงเทพมหานครว่า เริ่มจากการค้าขายด้วยเรือพาย หรือตลาดน้ำตามริมแม่น้ำลำคลอง ซึ่งมีบ้านเรือนหนาแน่น ต่อมาถนนได้เข้ามามีบทบาทแทนแม่น้ำมากขึ้น ตลาดและร้านค้าจึงปรากฏหนาแน่นตามริมถนนและกระจุกตัวเป็นย่านการค้าที่สำคัญๆ รูปแบบการค้าขายได้เปลี่ยนจากเรือเร่มาเป็นหาบเร่ แผงลอย จากห้างร้านในสมัยรัชกาลที่ 4 ถึงรัชกาลที่ 5 ได้เปลี่ยนแปลงเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่

ตัวอย่างงานศึกษาพัฒนาการตลาดในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ งานศึกษาของ นวรัตน์ นพหิรัญ (2540 : 33) ศึกษาชีวิตแม่ค้า บทบาททางเศรษฐกิจและครอบครัวในบริบทการค้า กล่าวถึงพัฒนาการของตลาดวงเวียนใหญ่ กรุงเทพมหานครว่าในช่วงต้น ผู้บุกเบิกการค้าขายจนกลายเป็นตลาดในระยะแรก ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้าที่มาตั้งขายของตาม 2 ฝั่งของทางรถไฟ อันเนื่องมาจากในอดีตบริเวณนี้เป็นถนนทางรถไฟ ซึ่งพัฒนาการในช่วงต้นก่อนที่จะเป็นการค้าขายแบบตลาดเป็นการค้าขายแบบหาบเร่แผงลอยริมทางรถไฟ ภายหลังจากมีการตัดถนนสภาพทางกายภาพมีความเปลี่ยนแปลงไป จึงได้มีการก่อตั้งตลาดขึ้น ต่อมาถึง 4 ตลาด โดยที่สภาพกายภาพของตลาดบางส่วนเปลี่ยนแปลงไป และในบางส่วนก็ยังไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก ระยะที่ 2 เป็นจุดเริ่มในการตั้งตลาด ดังที่เป็นอยู่ในสภาพปัจจุบัน ได้มีการเช่าที่เอกชนทำตลาดก่อนโดยมีผู้บุกเบิกเริ่มแรก และในภายหลังได้ทำการปรับปรุงพื้นที่ตลาดและทำการตั้งตลาดเอง ต่อมาถึงระยะที่ 3 เป็นช่วงที่มีการขยายตลาดใหญ่ขึ้น และรวมกับสภาพการค้าขายภายนอกตลาด อันได้แก่ หาบเร่และแผงลอยที่ตั้งอยู่แออัดตามริมสองฝั่งถนน นอกจากนี้ในระยะนี้ยังมีการสร้างอาคารโรงเรือนใช้เป็นตลาด และเกิดห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้าเมอริคิงส์สืบเนื่องต่อมาถึงระยะที่ 4 เป็นช่วงที่เกิดผลกระทบของห้างสรรพสินค้าเมอริคิงส์ ทำให้ตลาดวงเวียนใหญ่ซบเซาลง เนื่องจากเดิมทำเลที่ตั้งของตลาดจัดได้ว่าเหมาะสมเพราะหันหน้าตลาดออกสู่ถนนใหญ่ แต่เมื่อมีการตั้งห้างสรรพสินค้าดังกล่าว ทำให้บังด้านหน้าตลาดประกอบกับการย้ายป้ายรถเมล์ไป สภาพการค้าที่ตลาดวงเวียนใหญ่จึงซบเซาลงมาก ดังนั้นการค้าขายแบบตลาดสดจึงได้หมดไป พื้นที่ที่เคยเป็นแผงตลาดสดถูกเปลี่ยนไปใช้ประโยชน์ประเภทอื่นแทน และตัวตลาดที่เหลืออยู่ก็ปรับเปลี่ยนตัวเองเป็นตลาดผ้า ขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจนมาถึงปัจจุบัน

2. ความสำคัญของตลาดต่อเมืองและชุมชน

อภิวัฒน์ รัตนวรา (2000 : 37) ได้ศึกษา Traditional Fresh Market in Transition . The Bangkok กล่าวว่า ตลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเมืองมาเป็นเวลานานแล้ว เป็นที่ซื้อสินค้า ทั้งของที่เน่าเสียง่ายและสินค้าที่เก็บไว้ได้นาน ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน ก่อนหน้าที่จะมีตู้เย็นไว้เก็บของสดอย่างทุกวันนี้ ประชาชนจะเดินทางจากบ้านไปยังตลาดที่ใกล้ที่สุดเป็นกิจวัตรประจำวัน ตลาดมีความเชื่อมโยงใกล้กับการก่อตัวขึ้นของวิถีชีวิตชุมชนและเมือง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญใจ เอ็มใจ (2538 : 48) กล่าวถึงตลาดในแง่ของความสัมพันธ์กับชีวิตของคนไทยในหลายๆ ด้าน

ในงานศึกษาเช้าวันหนึ่งกับเรื่องราวในตลาดสด ตลาดเป็นแหล่งรายได้ของพ่อค้าแม่ขาย นอกจากนั้น ตลาดยังเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนข่าวสารตามประสาชาวบ้านชีวิตชีวาของตลาดทำให้คนที่ได้ไปเดินชม ได้อาหารสดด้วย ตลาดยังสะท้อนเรื่องราวในชุมชน อาทิ สภาพเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การกินอยู่ สภาพภูมิอากาศ ตลาดมีหลายรูปแบบ

3. บทบาทของตลาด

ตลาดมีบทบาททั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจต่อชุมชนที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอยู่ ดังพบได้จากงานศึกษาของ อมราพร สีลากุลธนิต (2523 : 31) ศึกษาพฤติกรรมต่อราคาในตลาด ชนบท พบว่า ตลาดเป็นเครื่องเชื่อมโยงที่สำคัญในการกระจายสินค้าต่างๆ เป็นทางออกของสินค้าขายปลีกขนาดใหญ่ หน้าที่ที่สำคัญของตลาดอีกอย่างหนึ่งของตลาดเป็นหน้าที่ทางสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือ ตลาดทำหน้าที่เหมือนตัวแทนทำการเปลี่ยนแปลงและนำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาในสังคม เป็นสถานที่ศูนย์รวมของการพบปะผู้คนในหมู่บ้านที่สำคัญแห่งหนึ่งในด้านนามธรรม ตลาดมีความสำคัญหลายประการ เช่น เป็นที่รวมทุน และยังเป็นที่พักผ่อนให้บุคคลมีความชำนาญในการลงทุนและเป็นจุดรวมของข่าวสาร ตลาดนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับเฉพาะเรื่องของเศรษฐกิจเท่านั้นแต่ยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ทางสังคมวัฒนธรรมด้วย ตลาดในชนบทส่วนใหญ่พัฒนาขึ้นมาจากการที่กลุ่มเพื่อนบ้านมาพบกันเป็นครั้งคราว เพื่อที่จะแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายสินค้ากัน เป็นศูนย์รวมของการพบปะของชาวบ้านที่สำคัญเพราะเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปากท้องที่สำคัญแห่งหนึ่งของชุมชน

4. สภาพกายภาพและลักษณะของตลาด

งานศึกษาของ เพชรรี จงกำโชค (2528 : 30) ศึกษาตลาดอาหารสดในกรุงเทพมหานคร พบว่าตลาดสดในกรุงเทพฯ มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงจากตลาดเปิดโล่งมาเป็นการรวมตัวของแผงสินค้านานาชนิดภายใต้หลังคาเดียวกัน และถูกล้อมรอบด้วยตึกแถวที่เกิดแทรกขึ้นมาติดถนนทั่วไป พร้อมทั้งมีหาบเร่ แผงลอย เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของตลาด ซึ่งทำให้รูปแบบของตลาดทั่วไปไม่มีความคล้ายคลึงกัน ขนาดของตลาดเปลี่ยนแปลงตามขนาดของชุมชนหรือประโยชน์ใช้สอยของที่ดิน เกียรติ จิระกุล (2541 : 44) ได้ศึกษาตลาดสดในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในงานศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาดสดในกระแสโลกาภิวัตน์ และการพัฒนาเมือง กล่าวถึงสภาพทางกายภาพและลักษณะตลาดได้ว่า ตลาดสดจะขยายตามชุมชนชานเมือง ซึ่งขยายตัวไปตามแนวถนนสายหลักที่เชื่อมกรุงเทพฯ ก่อนข้างที่จะกระจัดกระจาย ทำให้ลูกค้าจากย่านพักอาศัยต้องเดินทางไกลไปจ่ายตลาดประกอบกับบริการขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ไม่อำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อการเดินทางงานศึกษาของ (เกียรติ จิระกุล. 2541 : 56) ได้ถูกนำมาทบทวนศึกษาอีกครั้งโดย อภิวัฒน์ รัตนวงศา (2000 : 37) ในงานศึกษา Traditional fresh markets in transition the bangkok case ผลการศึกษามีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ ในงานศึกษานี้พบว่า โดยทั่วไปตลาดมักตั้งอยู่ ณ บริเวณที่ประชาชนสามารถเข้าถึงง่าย ที่ตั้งการกระจายตัว

ของตลาดมักมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการกระจายตัวของประชาชนในพื้นที่เมือง หรือกล่าวได้ว่า จำนวนที่ลดลงของตลาดในกรุงเทพฯ ชั้นในอาจมีผลจากราคาที่ดินที่เพิ่มขึ้น และความกดดันในการพัฒนาพื้นที่ไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นทำให้ความต้องการเป็นเจ้าของที่ดินเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ความต้องการตลาดลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด

5. ผู้ประกอบการค้าและผู้บริโภค

เพชร จงคำโชค (2528 : 40) ศึกษาตลาดอาหารสดในกรุงเทพฯ กล่าวคือ เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกขายสินค้าของผู้ประกอบการค้า ณ ตลาดใดตลาดหนึ่งและการเลือกจ่ายตลาดใดตลาดหนึ่งของผู้บริโภค คือ ระยะเวลาที่ใกล้ที่สุดเป็นปัจจัยหลัก

Lee Young – No (2000 : 39) กล่าวในประเด็นว่า จากการที่เทคโนโลยีในการสื่อสาร รวมถึงการใช้ Internet กำลังเติบโตอย่างสูง ทำให้สถานการณ์ในตลาดปัจจุบันใน Korea ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก คือ เมื่อสินค้าแทบทุกอย่างสามารถซื้อและจ่ายได้ผ่านทาง Internet ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

6. ปัญหา

หวน ศรีสุรักษ์ (2518 : 61) ได้ศึกษาระบบในตลาดกรุงเทพมหานคร ได้มองถึงที่ตั้งของตลาด และคู่มือบทบาทของกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินการตลาดในกรุงเทพมหานคร สรุปปัญหาของตลาดเป็นลักษณะดังต่อไปนี้

1. ระบบตลาดในกรุงเทพมหานครยังขาดกฎหมายที่ชัดเจนและแน่นอน
2. ระบบการสุขอนามัยยังไม่ดี
3. การบริการตลาดยังไม่ดี
4. ที่ตั้งของตลาดยังไม่ดีและบริเวณที่ใช้ทำตลาดยังไม่เพียงพอ
5. สิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดยังไม่พอ
6. อัตราค่าบริการสูง

ในงานศึกษาของ เกียรติ จิระกุล (2541 : 43) เรื่องการเปลี่ยนแปลงของตลาดสดในกระแสโลกาภิวัตน์และการพัฒนาเมือง กล่าวถึง ปัญหาของตลาดสดในกรุงเทพมหานคร ว่า พบปัญหาด้านการระบายอากาศ แสงสว่าง คลื่น ความชื้น ฝนสาด การระบายน้ำ การกำจัดขยะ และการสาธารณสุขอื่นๆ การจัดระเบียบการใช้พื้นที่ ผู้ใช้บริการของตลาดสด ก็ยังมีปัญหาด้านที่จอดรถ การระบายอากาศเสียที่เกิดจากที่จอดรถและการจราจรติดขัดรอบๆ ตลาด

7. ตลาดในอนาคต

อภิวัฒน์ รัตนวรา (2000:37) ศึกษา Traditional Fresh Market in Transition the Bangkok Case ได้เสนอตลาดรูปแบบใหม่ที่ปรับตัวให้บริการแบบต่างๆ ให้สามารถดำรงอยู่ได้ ได้แก่

การยกระดับตลาดสด ตัวอย่างที่ดีของตลาดในรูปแบบนี้ คือ ตลาด อตก. ซึ่งเป็นตลาดสดเพื่อเกษตรกร ลักษณะพิเศษของตลาด คือ สินค้าจะถูกเลือกมาอย่างดีคุณภาพชั้น 1 ทำให้ราคาสินค้าสูงจึงเป็นตลาดที่ได้รับความนิยมมาก อีกรูปแบบหนึ่งคือ รูปแบบของตลาดนัด ซึ่งปรากฏให้เห็นมากขึ้นในแถบชานเมืองกรุงเทพฯ ตลาดประเภทนี้จะจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ลักษณะพิเศษ คือ ผู้ประกอบการจะย้ายไปยังที่ต่างๆ ในวันที่ต่างกัน ใน 1 สัปดาห์ ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการกับเจ้าของที่ดิน ตลาดประเภทนี้จะ เป็นผลดีทั้งผู้ประกอบการ คือ จะมีลูกค้าจำนวนมากจากการที่ย้ายสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆ ผลดีของผู้บริโภค คือ จะทราบว่าเมื่อไร เวลาใดจะมาซื้อของได้โดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อถึงตลาดสด จึงเป็นตลาดที่มีลักษณะที่ปรับตัวเองให้เข้ากับชุมชน

2.5 การวางแผนทางการพัฒนาตลาด

2.5.1 จินตภาพของตลาด

2.5.2 การแก้ไขปัญหาจราจร

2.5.3 สิ่งควรสังเกตเพื่อพิจารณาในการพัฒนา

2.5.4 แนวความคิดของกรอบทฤษฎีที่นำมาใช้ในการพัฒนาตลาด

2.5.5 ความหมายและวิธีการ Redevelopment (วิธีการบูรณะและฟื้นฟู)

2.5.6 กลุ่มอาคาร และประเภทอาคารภายในตลาด

2.5.7 การแบ่งกลุ่มร้านค้าและประเภทร้านค้า

2.5.8 การเพิ่มความสวยงามและความร่มรื่นภายในตลาด

2.5.8.1 การจัดทางเดิน

2.5.8.2 การแยกการจราจรภายในตลาด

2.5.8.3 การจัดความร่มรื่นบริเวณพื้นที่ภายในตลาด

2.5.9 การจราจรและการเข้าถึง

2.5.9.1 การปรับปรุงการไหลของพาหนะ

2.5.9.2 การจัดการที่จอดรถ

2.5.10 การพัฒนาการใช้งานของกิจกรรม

2.5.11 ที่รวมกิจกรรมและที่หมายตา

2.5.11.1 ความหมายของที่รวมกิจกรรมและที่หมายตา

2.5.11.2 ข้อพิจารณาในการพัฒนาที่รวมกิจกรรมและที่หมายตา

2.5.12 โครงสร้างพื้นฐาน

2.5.12.1 ระบบถนนและข้อพิจารณาในการพัฒนา

2.5.12.2 ทางเดินเท้าและข้อพิจารณาในการพัฒนา

2.5.12.3 ที่จอดรถและข้อพิจารณาในการพัฒนา

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษา มีผู้ทำงานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงและสามารถนำมาประกอบเป็นข้อมูลเพื่อพิจารณาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มี

1. สมลักษณ์ หนูสวัสดิ์ (2545 : 4-5) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวโน้มการออกแบบตลาดสดระดับชุมชนในเขตบางกะปิ มีเนื้อหาดังนี้

สถาปัตยกรรมที่คนเรามีความคุ้นเคยรองมาจากบ้าน คือ ตลาด ร้านค้า เพราะเป็นที่ที่ผู้คนได้จับจ่ายซื้อหาปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยา และเครื่องใช้อื่น ๆ ลักษณะของตลาดเป็นสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นลักษณะสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างชัดเจน ในสังคมชนบทซึ่งยังมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ระหว่างผู้คน มีการพึ่งพาอาศัยกันและกันมีความรับผิดชอบร่วมกัน ลักษณะจะสะท้อนให้เห็นคุณลักษณะหลายประการของสังคม

2. เกียรติ จิระกุล และคณะ. (2525 : 38) ได้กล่าวไว้ว่า “ตลาด” เป็นบริเวณที่กิจกรรมซื้อขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคมากมายหลายชนิดในชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน สินค้ามากชนิดมากราคา มากจำนวน เหล่านี้จะปรากฏลงบนพื้นที่ มีวางขายประจำชุมชนต่างๆ ก็ด้วยเหตุเพราะว่า

- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีระดับความจำเป็นต้องใช้แตกต่างกันไป
- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีราคาถูกหรือแพงต่างกันไป จึงมีคนซื้อได้หรือซื้อไม่ได้ต่างกันไป
- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีอายุการใช้งานนานแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่มี

อายุการเสื่อมเสียเฉพาะตัว เช่น ปลาและผักมักจะเน่าง่ายเสียง่าย

- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีความถี่ในการใช้สอยมากน้อยต่างๆ กันไป
- พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีคนอยู่มากน้อย หนาแน่นมากหรือเบาบางต่างๆ กันไป
- พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีสภาพการเดินทางไปมาหาสู่สะดวกหรือไม่สะดวกต่างกัน
- พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีการจับกลุ่มอยู่ของคนฐานะต่างๆ กันไป กำลังซื้อ นิัยการซื้อการ

กินการอยู่ของผู้คนในแต่ละพื้นที่จึงไม่เหมือนกัน

จากทฤษฎีข้างต้นที่กล่าวมาทำให้พอจะสรุปเป็นแนวทางเพื่อใช้ในการศึกษาแนวโน้มนรูปแบบของตลาด โดยผู้วิจัยศึกษาถึง

1. สภาพปัจจุบันของตลาดสด ได้แก่
 - 1.1 สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
 - 1.2 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม
 - 1.3 กิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม
 - 1.4 ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด

2. ลักษณะของตลาดที่ต้องการของประชาชน แบ่งเป็น

- 2.1 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และบริการด้านสาธารณูปการ
- 2.2 คุณภาพและราคาของสินค้า
- 2.3 การเดินทาง ระยะเวลาการเดินทาง และการเข้าถึง
- 2.4 การคมนาคมขนส่งสินค้าในตลาด
- 2.5 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

3. อัญชลี ชาติวิวัฒนาการ (2543 : 40) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับปรุงย่านพาณิชยกรรมเก่า จังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อหา ดังนี้

สาเหตุทางกายภาพทั้ง 3 ประการคือ สภาพอาคารและสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม ที่จอดรถนอกถนนและในระบบถนน ระบบทางเท้า ก็ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้งานและการปรับปรุงย่านการค้า อีกหลายประการ ดังนั้นอีกวิธีหนึ่งที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้ก็คือ การปรับปรุงพื้นที่ตามระดับความเหมาะสมในแต่ละสภาพพื้นที่โดยวิธีของขบวนการ Redevelopment คือ

- 1) การปรับปรุงฟื้นฟูในบริเวณอาคารที่ยังใช้งานได้ และปรับปรุงทางเท้าแลส่วนประกอบบางอย่าง
- 2) การปรับปรุงโดยการเปลี่ยนแปลงอาคารและจัดสภาพแวดล้อมบางอย่างเข้าไปเสริม
- 3) การรื้ออาคารในบริเวณที่เสื่อมโทรมและไม่เหมาะสม โดยการสร้างอาคารและสภาพแวดล้อมขึ้นมาใหม่ (Clearance)

ในการดำเนินการปรับปรุงเทศบาลกับเอกชนจะต้องร่วมมือ โดยวิธีการทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น จะทำให้เกิดโครงการปรับปรุงฟื้นฟูได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลดีต่อชุมชนทุกประการพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง

4. จิรนนท์ ฟองดวง (2546 : 3-5) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการปรับปรุงย่านการค้าตลาดคนลำไยและตลาดควโรรส จังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อหา ดังนี้

การศึกษาลักษณะทางกายภาพ

- ลักษณะทั่วไปของเมือง
- ลักษณะของย่านการค้าใจกลางเมือง
- ลักษณะทั่วไปของย่านการค้า
 - สภาพอาคาร
 - รูปแบบของร้านค้า
 - ประเภทร้านค้า
 - จำนวนร้านค้า
 - การใช้ที่ดิน

การศึกษากลไกของระบบตลาด

- ความเป็นมาของย่านการค้าตลาดต้นลำไยและตลาดวโรรส
- ลักษณะทั่วไปของย่านการค้าตลาดต้นลำไยและตลาดวโรรส
 - กิจกรรมการค้าของย่านการค้า
 - ประเภทกิจกรรมการค้าและการบริการ
 - ลักษณะเด่นของกิจกรรม โดยรอบ
 - ลูกค้าและการบริการ
 - การใช้พื้นที่เพื่อการบริการ
 - การสัญจร

การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น

- ปัญหาทั่วไปในย่านการค้า
- ปัญหาด้านเศรษฐกิจ
- ปัญหาด้านสังคม
- ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม
- ปัญหาด้านการสร้างอาคารต่อเนื่องกับกลุ่มร้านค้าเดิมเพื่อขยายตัว
- กิจกรรมในย่านการค้า
 - ลักษณะการเดินทางในย่านการค้า
 - หาบเร่แผงลอย
 - การขนถ่ายสินค้า
- การวางแผนทางการปรับปรุงย่าน

แนวความคิดที่เกี่ยวกับการวางแผน

- ข้อควรรู้ในการบูรณะฟื้นฟูในเชิงพาณิชย์กรรม

ข้อพิจารณาในการปรับปรุงย่านการค้า

- จินตภาพของย่านการค้า
- การแก้ไขปัญหาการจราจร
- ปัจจัยในการประกอบพิจารณา
- สิ่งควรสังเกตเพื่อพิจารณาในการปรับปรุงย่าน

การวิเคราะห์ที่มีผลต่อทางด้านเศรษฐกิจของเมือง
แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการปรับปรุงย่านการค้า

- การเปรียบเทียบแนวความคิดและกรอบทฤษฎีที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการปรับปรุงย่านการค้า
 - ความหมายและวิธีการ Redevelopment (วิธีการบูรณะและฟื้นฟู)
 - เป้าหมายที่จะได้รับจากการปรับปรุงย่านการค้า
 - กลุ่มอาคารและประเภทอาคารในย่านการค้า
 - การแบ่งกลุ่มร้านค้าและประเภทร้านค้า
 - การออกแบบให้สัมพันธ์กับอาคารเก่า
 - หลักการออกแบบปรับปรุงร้านค้าเก่า
 - การเพิ่มความสวยงามและความร่มรื่นภายในย่านการค้า
 - การจัดร้านค้าริมทางเดิน
 - การแยกการจราจรภายในย่านการค้า
 - การจัดความร่มรื่นบริเวณทางเท้าภายในบริเวณที่ปรับปรุงใหม่
 - การจัดความร่มรื่นบริเวณหน้าอาคารพาณิชย์
 - การจราจรและการเข้าถึง
 - การปรับปรุงการไหลของพาหนะ
 - การสิทธิพิเศษกับพาหนะที่มีผู้โดยสารมาก
 - ลดการเดินทางในช่วงการจราจรหนาแน่น
 - การจัดการที่จอดรถ
 - การปรับปรุงการใช้งานของกิจกรรมในย่านการค้า
 - ที่รวมกิจกรรมและที่หมายตา
 - ความหมายของที่รวมกิจกรรม
 - ข้อพิจารณาในการปรับปรุงที่หมายตาและที่รวมกิจกรรม
 - โครงสร้างพื้นฐาน
 - ระบบถนนและ ข้อพิจารณาในการปรับปรุง
 - ทางเดินเท้าและ ข้อพิจารณาในการปรับปรุง
 - ที่จอดรถและ ข้อพิจารณาในการปรับปรุง
 - เกี่ยวกับข้อพิจารณาของมุมมองและเส้นขอบฟ้ากรณีศึกษา

บทที่ 3

การดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวางแผนพัฒนาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) เขตทวีวัฒนา
จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ซื้อที่มาใช้บริเวณภายในตลาดชนบุรี
(สนามหลวง 2) และผู้ขายที่ทำการค้าอยู่ภายในตลาดชนบุรี(สนามหลวง 2)
กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ได้แก่

3.1.1 ผู้ขายสินค้าในตลาด แบ่งประเภทสินค้าออกเป็น 9 โชน

โชนที่ 1 เสื้อผ้า / เครื่องหนัง / อุปกรณ์แต่งกาย / เครื่องประดับ / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 46 คน

โชนที่ 2 เบ็ดเตล็ด

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คน

โชนที่ 3 หัตถกรรม / พลาสติก / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน

โชนที่ 4 อุปกรณ์เดินป่า / สินค้าเกษตรแปรรูป / พระเครื่อง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน

โชนที่ 5 ปลาสวยงาม / สัตว์เลี้ยง / สัตว์ปีก / สุนัขและอุปกรณ์ / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 58 คน

โชนที่ 6 ดินไม้ / อุปกรณ์ / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 101 คน

โชนที่ 7 กกล้วยไม้ / อาหาร / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน

โซนที่ 8 ตลาดสด / อาหารสำเร็จรูป / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 38 คน

โซนที่ 9 อุปกรณ์เครื่องใช้ / เบ็ดเตล็ด / ชมรมค้าส่งสินค้าตรง / ชมรมผู้ค้าบางแค
ฝั่งเหนือ / กลุ่มสตรีอาสา / ชมรมหัตถศิลป์ / ชมรมสินค้าเบ็ดเตล็ด / น้ำดื่ม

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 39 คน

รวมจำนวนผู้ขายกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 341 คน

3.2.2 ผู้ซื้อที่มารับบริการจากตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น จากจำนวนพื้นที่ขายสินค้า 9 โซน

จำนวน 43 คน/โซน

รวมจำนวนผู้ซื้อกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 387 คน

3.2.3 เจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 33 คน

รวมจำนวนเจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี

(สนามหลวง 2) ตัวอย่างทั้งสิ้น 33 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจ
การตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ที่มารับบริการซื้อสินค้ามีรายละเอียดดังนี้

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยถาม เพศ อายุ ระดับ
การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานที่อยู่ สถานที่ทำงาน สภาพปัญหาและความต้องการในการใช้
พื้นที่ในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

3.2.2 แบบสังเกต เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี
โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่มาทำกิจกรรมภายในตลาด รูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอย ปัญหาของ
ตลาดที่เกิดขึ้นปัจจุบัน และสภาพที่ตั้งของตลาด โดยการกำหนดหัวข้อดังนี้

การสังเกตการดำเนินกิจกรรมของผู้ใช้บริการในธนบุรี (สนามหลวง 2 แบ่งออกเป็น

1. การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

1.1 สถานที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

1.2 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม

1.3 ประเภทร้านค้า

1.4 จำนวนร้านค้า

1.5 การศึกษาการใช้พื้นที่ภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)

2. การศึกษา ความต้องการของผู้ใช้ตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)

2.1 รูปแบบของการจัดพื้นที่และการใช้บริการด้านสาธารณูปการ / สาธารณูปโภค

2.2 การคมนาคมและการขนส่งสินค้า

2.3 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

3.2.3 แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาของตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ในปัจจุบันโดยสัมภาษณ์ผู้ซื้อที่มาใช้พื้นที่ มีรายละเอียดดังนี้

- รูปแบบของการจัดพื้นที่และการใช้บริการด้านสาธารณูปการ / สาธารณูปโภค
- การคมนาคมและการขนส่งสินค้า
- การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือจากกองอำนวยการตลาดชนบุรีในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อมาออกแบบสอบถามและถ่ายภาพ

3.3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมทำการตรวจสอบและแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำและสำนวนภาษาและความชัดเจนในข้อความ

3.3.3 ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม แล้วจึงขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและสำนวนภาษาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

3.3.4 ผู้วิจัยรวบรวมคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิมาพิจารณา ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม ร่วมกับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมตรวจสอบอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อหาปัญหาและข้อผิดพลาดในการออกแบบสอบถาม

3.3.5 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจำนวน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วผู้วิจัยนำมารวบรวมคะแนนในแต่ละเรื่องแล้วมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าจำนวนร้อยละ ในแต่ละข้อคำถาม แล้วจึงนำมาเปรียบเทียบกับแนวคิด ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในหัวข้อต่างๆ ข้างต้น แล้วนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดไปเป็นแนวทางในการกำหนดแนวความคิด

2. ข้อมูลจากการสังเกต เมื่อได้แล้วนำมาวิเคราะห์โดยอาศัยหลักการและเหตุผลมาใช้ในการวางแผนแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ในปัจจุบันเพื่อปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมได้

3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เมื่อได้แล้วนำมาวิเคราะห์โดยอาศัยหลักการและเหตุผลมาใช้ในการวางแผนแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี(สนามหลวง 2)ในปัจจุบันเพื่อปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมได้

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จึงนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดเป็นรูปแบบแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี จากความคิดเห็นของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลทั้ง 3 ประเภท คือ จากการสังเกต การตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง และการตอบแบบสัมภาษณ์ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัย และเมื่อได้ข้อมูลแล้ว ก็จะทำให้การรวบรวมและนำมาวิเคราะห์ สรุปแนะแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบต่อไป

4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

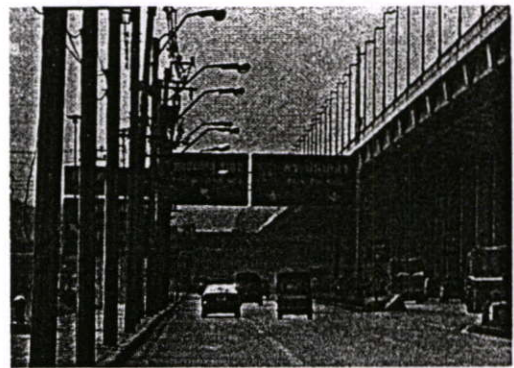
4.1.1 ข้อมูลจากแบบสังเกต

4.1.1.1 สภาพปัจจุบันของพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) แบ่งเป็น

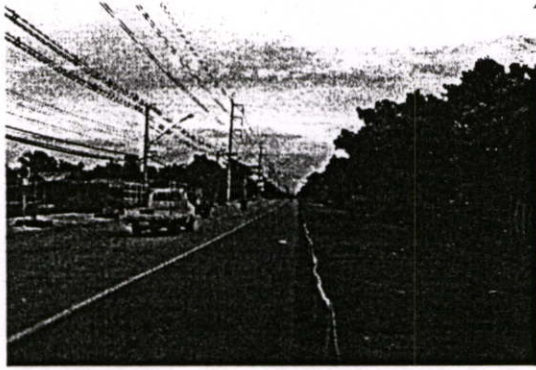
1. สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จากการสังเกต พบว่าด้านสถานที่ตั้งของพื้นที่อยู่ในตำแหน่งที่มีการคมนาคมสะดวกด้วยถนนสายหลัก ได้แก่ ถนนเพชรเกษม และถนนตลิ่งชัน นอกจากนี้ยังมีถนนสายรอง ได้แก่ ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา ถนนพุทธมณฑลสาย 3 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ถนนอุทยาน (ถนนอักษะ) ปัญหาคือสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในพื้นที่ด้านการขาดระเบียบในการใช้พื้นที่และไม่สัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในรวมถึงลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่มีความสอดคล้องกับพื้นที่เท่าที่ควร



ภาพที่ 4.1 แสดงรูปถ่ายถนนเพชรเกษม



ภาพที่ 4.2 แสดงรูปถ่ายถนนตลิ่งชัน



ภาพที่ 4.3 แสดงรูปถ่ายถนนเลียบคลองทวิวัฒนา



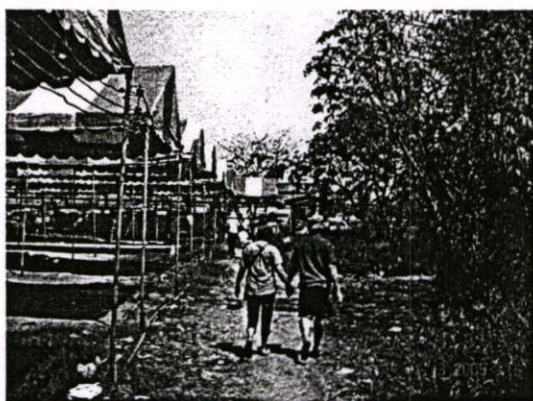
ภาพที่ 4.4 แสดงรูปถ่ายถนนพุทธมณฑล



ภาพที่ 4.5 แสดงรูปถ่ายถนนพุทธมณฑลสาย 4



ภาพที่ 4.6 แสดงรูปถ่ายถนนอุทขาน



ภาพที่ 4.7 แสดงรูปถ่ายภายในพื้นที่ทางเดิน



ภาพที่ 4.8 แสดงรูปถ่ายบริเวณลานกิจกรรม
ริมสระน้ำ



ภาพที่ 4.9 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านขายพันธุ์ไม้



ภาพที่ 4.10 แสดงรูปถ่ายบริเวณทางเดิน
ริมสระน้ำ



ภาพที่ 4.11 แสดงรูปถ่ายบริเวณสระน้ำ



ภาพที่ 4.12 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้า
ปลาสดงาม



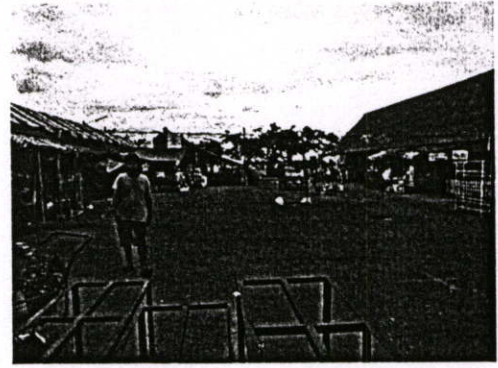
ภาพที่ 4.13 แสดงรูปถ่ายบริเวณเชื่อมต่อลาน
กิจกรรม



ภาพที่ 4.14 แสดงรูปถ่ายบริเวณลาน
อเนกประสงค์



ภาพที่ 4.15 แสดงรูปถ่ายบริเวณลานอเนกประสงค์



ภาพที่ 4.16 แสดงรูปถ่ายบริเวณทางเชื่อมระหว่างสินค้า

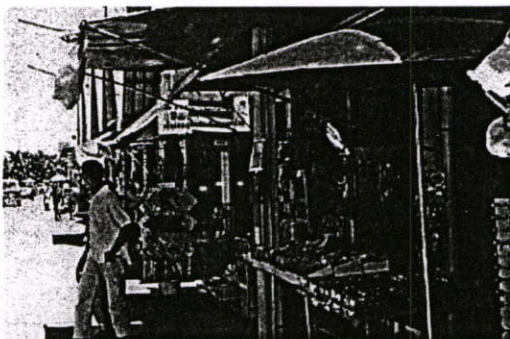
2. รูปแบบทางสถาปัตยกรรมจากการสำรวจพบว่า ลักษณะของตัวอาคารขายสินค้ามีขนาด ซึ่งค่อนข้างแคบ รวมถึงการระบายอากาศภายใน นอกจากนั้นแล้วในเรื่องของปัญหาฝนสาด แสงแดดส่องร้านค้า และที่สำคัญการจัดวางตัวอาคารบางตำแหน่งไม่ถูกต้องตามรูปแบบสถาปัตยกรรมเกิดมุมอับภายในพื้นที่



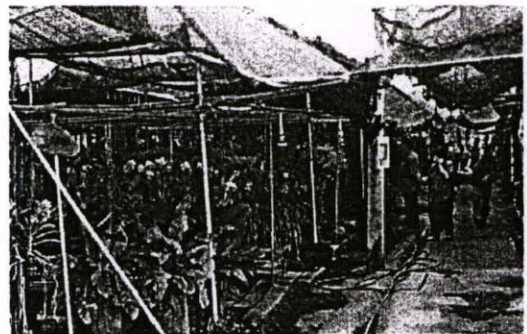
ภาพที่ 4.17 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้าเสื้อผ้า



ภาพที่ 4.18 แสดงรูปถ่ายการป้องกันแสงแดด



ภาพที่ 4.19 แสดงรูปถ่ายการป้องกันฝนสาด



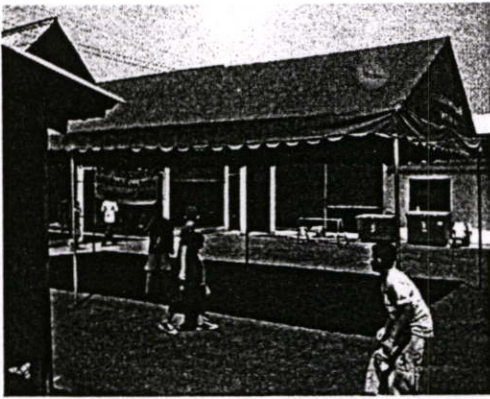
ภาพที่ 4.20 แสดงรูปถ่ายการป้องกันแสงแดด



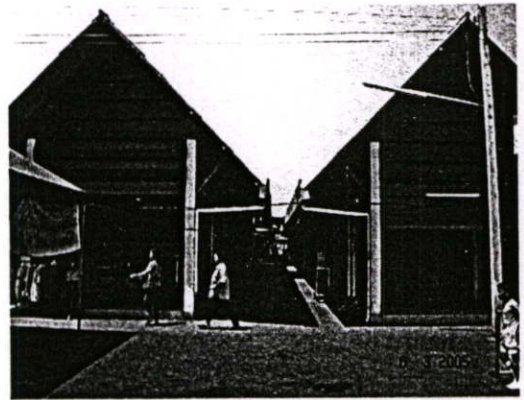
ภาพที่ 4.21 แสดงรูปถ่ายการบริเวณทางเดิน
ด้านข้างร้านค้า



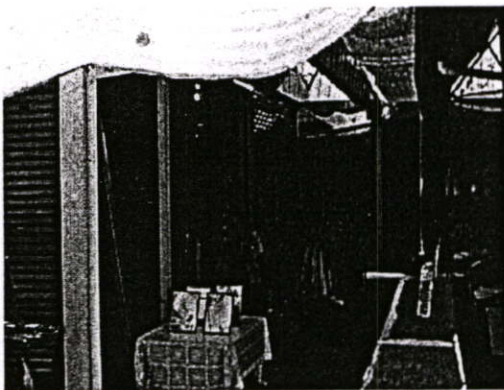
ภาพที่ 4.22 แสดงรูปถ่ายร้านค้าที่เป็นมุมอับ



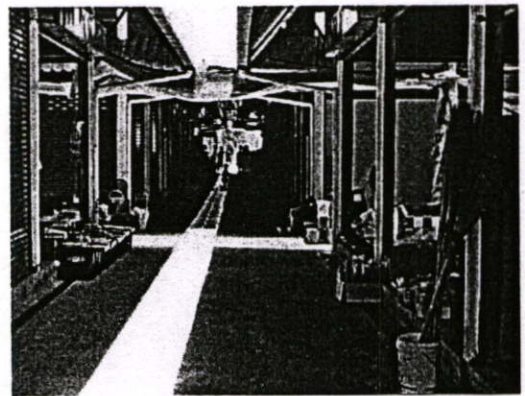
ภาพที่ 4.23 แสดงรูปถ่ายการบริเวณพื้นที่ว่าง



ภาพที่ 4.24 แสดงรูปถ่ายร้านค้าที่เป็นมุมอับ



ภาพที่ 4.25 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้าเบ็ดเตล็ด



ภาพที่ 4.26 แสดงรูปถ่ายร้านค้าประเภท
พลาสติก

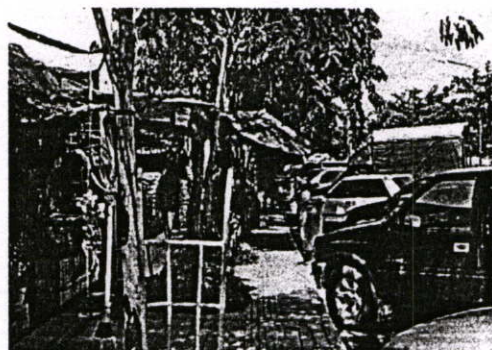
3. ประเภทร้านค้า จากการสำรวจพบว่า ตามโซนต่าง ๆ ที่ทางฝ่ายตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ได้แบ่ง ออกเป็น 9 โซน และแยกออกเป็นประเภทต่าง ๆ นั้น ปัจจุบัน ภายในโซนต่าง ๆ นั้น มีการจัดรูปแบบที่ผิดไปจากความเป็นจริงที่ทางตลาดได้กำหนด ซึ่งจะเป็นปัญหาต่อผู้ใช้พื้นที่อย่าง ชัดเจน และไม่มีความเป็นระเบียบภายในพื้นที่



ภาพที่ 4.27 แสดงรูปถ่ายการจัดวางพื้นที่ร้านค้า



ภาพที่ 4.28 แสดงรูปถ่ายการจัดร้านค้าใน ปัจจุบัน



ภาพที่ 4.29 แสดงรูปถ่ายการจัดวางพื้นที่ร้านค้า



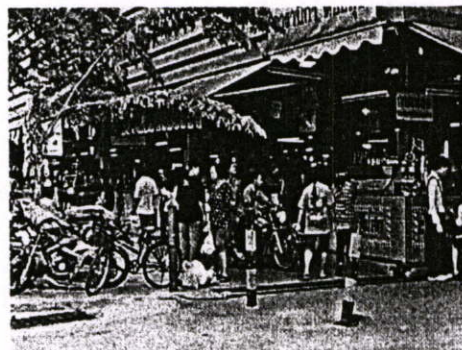
ภาพที่ 4.30 แสดงรูปถ่ายการจัดวางพื้นที่ ร้านค้า ดันไม้ปลาสวยงาม

4. จำนวนร้านค้า จากการสำรวจพบว่า จำนวนร้านค้าที่มีอยู่ ภายในบริเวณไม่ตรงกับ ความเป็นจริงและประเภทการขายสินค้า ก็ไม่ตรงกับข้อกำหนด โซนพื้นที่ที่ทางตลาดได้กำหนด

5. การศึกษาการใช้พื้นที่ภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) จากการสำรวจพบว่าสภาพ การใช้พื้นที่มีความพลุกพล่าน เนื่องจากเป็นพื้นที่ตลาดมีลักษณะผู้ใช้ทั้งเข้ามาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้ามาก ปัญหาคือ สภาพพื้นที่ปัจจุบันไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ พื้นที่เท่าที่ควร



ภาพที่ 4.31 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้า



ภาพที่ 4.32 แสดงรูปถ่ายบริเวณตลาดสด



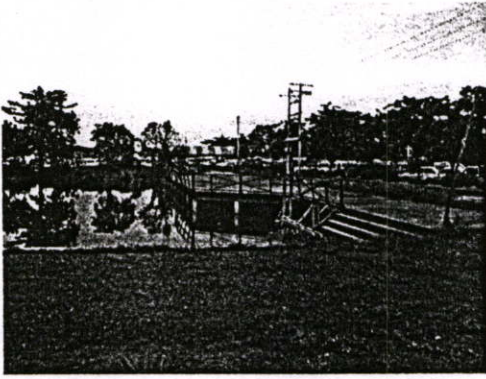
ภาพที่ 4.33 แสดงรูปถ่ายบริเวณร้านค้า



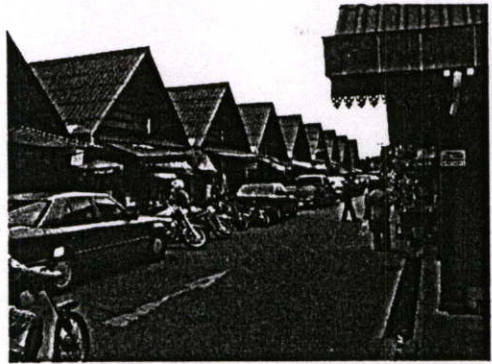
ภาพที่ 4.34 แสดงรูปถ่ายบริเวณ ตลาดสด

4.1.1.2 ความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

1. รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการด้านสาธารณูปการ จากการสำรวจพบว่า สภาพพื้นที่ปัจจุบันมีขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ พื้นที่พักผ่อน พื้นที่ร้านค้า พื้นที่จอดรถ ด้านการจัดพื้นที่และการให้บริการอื่น ๆ มีค่อนข้างน้อยและไม่สามารถใช้พื้นที่ได้เนื่องจากพื้นที่บางจุดยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากนัก



ภาพที่ 4.35 แสดงรูปถ่ายบริเวณพักผ่อน



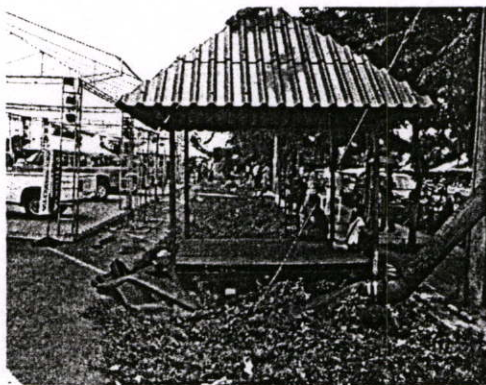
ภาพที่ 4.36 แสดงรูปถ่ายบริเวณส่วนร้านค้า



ภาพที่ 4.37 แสดงรูปถ่ายบริเวณจอดรถ



ภาพ ที่ 4.38 แสดงรูปถ่ายบริเวณจอดรถ



ภาพที่ 4.39 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่บริการ



ภาพที่ 4.40 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่

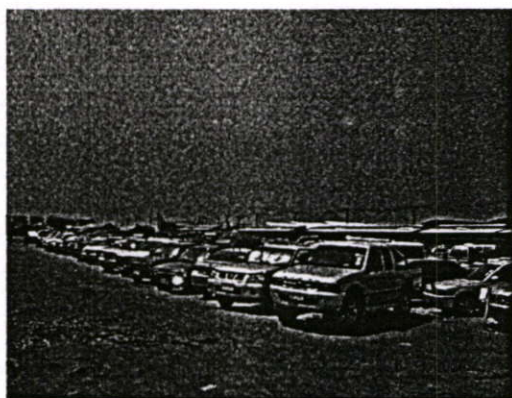
การคมนาคมและการขนส่งสินค้า จากการสำรวจพบว่า การจัดรูปแบบการคมนาคมทั้งภายในพื้นที่และรอบ ๆ พื้นที่ขาดความเป็นระเบียบเนื่องจากเห็นได้ชัดเจนจากการสัญจรของรถและการควบคุมการสัญจรทั้งทางเข้าและทางออก โดยครอบคลุมถึงพื้นที่ขนส่งสินค้าไม่ได้มีการจัดเตรียมพื้นที่ทำให้สภาพภายในพื้นที่ประสบปัญหาของการสัญจรและการจอดรถ



ภาพที่ 4.41 แสดงรูปถ่ายการจัดการสัญจร



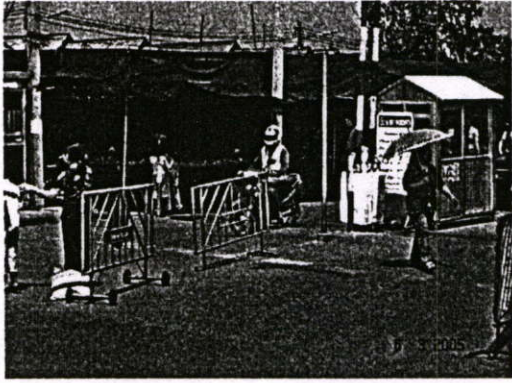
ภาพที่ 4.42 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่
จอดรถ



ภาพที่ 4.43 แสดงรูปถ่ายการจัดพื้นที่จอดรถ



ภาพที่ 4.44 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่
จอดรถ



ภาพที่ 4.45 แสดงรูปถ่ายการจัดแนวการสัญจร



ภาพที่ 4.46 แสดงรูปถ่ายบริเวณพื้นที่
จอดรถส่งสินค้า

3. การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย จากการสำรวจพบว่า ภายในบริเวณพื้นที่
การรักษาความสะอาด และการกำจัดของเสียขาดมาตรการที่จริงจัง โดยปัญหาที่พบ คือ จำนวนของ
ที่รองรับขยะและของเสียไม่เพียงพอ



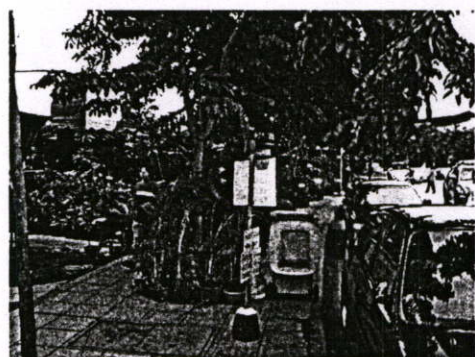
ภาพที่ 4.47 แสดงรูปถ่ายสภาพพื้นที่โดยรวม



ภาพที่ 4.48 แสดงรูปถ่ายสภาพพื้นที่โดยรวม



ภาพที่ 4.49 แสดงรูปถ่ายสภาพพื้นที่โดยรวม



ภาพที่ 4.50 แสดงรูปถ่ายที่รองรับขยะ

4.1.2 ข้อมูลจากแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้พื้นที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.1

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าร้อยละของความต้องการการใช้พื้นที่ของผู้ใช้พื้นที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.2

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลความเหมาะสมของสภาพสินค้าโดยรวมภายในพื้นที่ แสดงไว้ในรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.3

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ค่าร้อยละของยานพาหนะของผู้ใช้พื้นที่และระยะเวลาในการเดินทาง แสดงไว้ในรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.4

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลปัญหาของการใช้พื้นที่แสดงไว้ในรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.5

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลความต้องการในการพัฒนาพื้นที่แสดงไว้ในรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.6

ตอนที่ 7 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลเสนอแนวทางการพัฒนาแสดงไว้ในรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4.7

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้พื้นที่

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้พื้นที่

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	220	52.39
หญิง	200	47.61
รวมทั้งหมด	420	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	5	1.19
15-20 ปี	31	7.39
21-25 ปี	103	24.52
26-35ปี	124	29.52
36-40 ปี	79	18.81
41-50 ปี	46	10.95
51-55 ปี	21	5
56-60 ปี	6	1.43
60 ปีขึ้นไป	5	1.19
รวมทั้งหมด	420	100
3. สถานภาพสมรส		
โสด	272	64.76
สมรส	129	30.72
หย่า	16	3.81
เสียชีวิต	3	0.71
รวมทั้งหมด	420	100
4. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	4	0.95
ประถมศึกษา	12	2.80
มัธยมศึกษา	48	11.43
ต่ำกว่าปริญญาตรี	76	18.10
ปริญญาตรี	242	57.62
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	38	9.10
รวมทั้งหมด	420	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
ข้าราชการ	54	13.86
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	83	19.77
พนักงานบริษัท	109	26.27
รับจ้างทั่วไป	38	9.10
เจ้าของกิจการส่วนตัว	26	6.20
ค้าขาย	18	4.40
แม่บ้าน	16	3.81
นักเรียน-นักศึกษา	60	14.80
อื่น ๆ	6	1.79
รวมทั้งหมด	420	100
6. รายได้ (ต่อเดือน)		
น้อยกว่า 3,000 บาท	53	12.56
3,001 – 5,000	66	15.71
5,001 – 10,000	100	23.81
10,001 – 20,000	119	28.33
20,001 – 30,000	64	15.24
มากกว่า 30,000	18	4.35
รวมทั้งหมด	420	100

จากตารางที่ 4.1 จะแบ่งเป็นผู้ใช้พื้นที่ภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ทั้งเพศชายและเพศหญิง และคิดเป็นร้อยละ 52.39 เป็นเพศชาย ร้อยละ 47.61 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่จะอายุอยู่ที่ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.52 และอาชีพส่วนใหญ่ เป็นอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.95 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.76 วุฒิการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.62 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.10 สถานภาพการสมรสส่วนใหญ่ เป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64.76 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.33 รองลงมาเป็น 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.81

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าร้อยละของความต้องการการใช้พื้นที่ของผู้ใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละของความต้องการการใช้พื้นที่ของผู้ใช้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. การใช้พื้นที่		
ชื่อของ	167	39.76
คอร์ดเมล์	100	23.80
พักผ่อนหย่อนใจ	116	27.61
ทำธุระ	80	19.04
อื่น ๆ	9	2.14
2. กิจกรรม		
เดินเล่นดูสินค้า	95	
เดินซื้อสินค้า	121	
นัดพบปะเพื่อนที่นี้	31	
มารับประทานอาหารในย่านนี้	40	
อื่น ๆ	8	
3. ประเภทของสินค้าที่ซื้อ		
เสื้อผ้า เครื่องประดับ	168	40.00
สัตว์เลี้ยง / อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง	73	17.38
เบ็ดเตล็ด	149	35.47
พระเครื่อง	36	8.57
ตลาดสด	87	20.71
พันธุ์ไม้ / อุปกรณ์ตกแต่งประดับสวน	117	27.85
หัตถกรรม	38	9.04
พลาสติก	34	8.09
ศูนย์อาหาร	80	19.04
อุปกรณ์ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์	35	8.33
อื่น ๆ	3	0.71

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ของผู้ใช้พื้นที่ภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ด้านความต้องการการใช้พื้นที่ การพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 27.61 รองลงมาเป็นชื่อของ คิดเป็นร้อยละ 39.76 ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้น ได้แก่ เดินซื้อสินค้า คิดเป็น

ร้อยละ 28.80 รองลงมาเป็นเดินเล่นดูสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.61 และประเภทของสินค้าที่ซื้อ เสื้อผ้า เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาได้แก่ เบ็ดเตล็ด คิดเป็นร้อยละ 35.47 และ พันธุ์ไม้ / อุปกรณ์ตกแต่งประดับสวน คิดเป็นร้อยละ 27.85

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลความเหมาะสมของสภาพสินค้าโดยรวม

ตารางที่ 4.3 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละของสภาพสินค้าโดยรวมภายในพื้นที่

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. คุณภาพสินค้า		
ดี	159	37.86
ปานกลาง	229	54.52
ต้องปรับปรุง	32	7.62
รวมทั้งหมด	420	100
2. ราคาสินค้า		
ราคาถูก	137	32.62
ราคาปานกลาง	243	57.86
ราคาแพง	40	9.52
รวมทั้งหมด	420	100
3. สาเหตุที่มาซื้อสินค้า		
ใกล้บ้าน	113	26.90
ใกล้ที่ทำงาน / ที่เรียน	55	13.10
เป็นทางผ่าน	82	19.53
สินค้านี้มีคุณภาพ	110	26.19
ราคาถูก	46	10.95
อื่น ๆ	14	3.33
รวมทั้งหมด	420	100

จากตารางที่ 4.3 ส่วนใหญ่ของผู้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าสภาพสินค้าโดยรวมภายในพื้นที่มีคุณภาพปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.52 ราคาสินค้านี้มีราคาที่ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.86 และสาเหตุที่มาซื้อสินค้าได้แก่ ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 26.90 รองลงมา คือ สินค้ามีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 26.19

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ค่าร้อยละยานพาหนะของผู้ใช้พื้นที่และระยะเวลาในการเดินทาง

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละยานพาหนะของผู้ใช้พื้นที่และระยะเวลาในการเดินทาง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทยานพาหนะ		
รถยนต์ส่วนตัว	165	39.28
รถโดยสารประจำทาง	159	37.86
รถจักรยานยนต์	19	4.52
รถจักรยาน	31	7.38
เดินเท้า	23	5.48
รถรับจ้าง	2	0.48
อื่น ๆ	21	5
รวมทั้งหมด	420	100
2. ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักหรือที่ทำงาน		
มาถึงตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)		
น้อยกว่าหรือประมาณ 30 นาที	188	44.76
มากกว่า 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง	195	46.43
มากกว่า 1 ชั่วโมง	37	8.81
รวมทั้งหมด	420	100
3. ช่วงเวลาในการเดินทางมาถึงตลาด		
เวลา 09.00 – 13.00 น.	169	40.24
เวลา 13.00 – 17.00 น.	130	30.95
เวลา 17.00 – 21.00 น.	106	25.24
อื่น ๆ	15	3.57
รวมทั้งหมด	420	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะมีรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 39.28 และรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 37.86 ระยะเวลาในการเดินทางมาถึงตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ส่วนใหญ่จะใช้เวลามากกว่า 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.43 และช่วงเวลาในการเดินทางมาถึง คือ เวลา 09.00-13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.24 รองลงมา คือ 13.00-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.95

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลปัญหาของการใช้พื้นที่

ตารางที่ 4.5 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลปัญหาของการใช้พื้นที่

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัญหาเกี่ยวกับการใช้พื้นที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ไม่มีที่จอดรถ	134	31.90
การจัดการจราจรเดินรถเข้า – ออก	76	18.10
ปัญหาหาบเร่ – แผงลอยกีดขวางทางเดิน	154	36.67
ฝุ่น,ควัน เสียงดัง	168	40
พื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ	68	16.19
สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	145	34.52
ความสะอาดของพื้นที่	108	25.71
ความกว้างทางเดินระหว่างร้านค้า	80	19.10
การจราจรติดขัด	105	25
ปัญหาอื่น ๆ	8	1.90

จากตารางที่ 4.5 ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าโดยส่วนใหญ่ประสบปัญหาเกี่ยวกับปัญหา หาบเร่ – แผงลอย กีดขวางทางเดิน คิดเป็นร้อยละ 36.67 และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 34.52 รองลงมาคือ ไม่มีที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 31.90

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลความต้องการในการพัฒนาพื้นที่

ตารางที่ 4.6 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลความต้องการในการพัฒนาพื้นที่

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความต้องการให้มีการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)		
ควรพัฒนา	321	76.43
ไม่ควรพัฒนา	99	23.57
รวมทั้งหมด	420	100

ตารางที่ 4.6 พบว่าคนส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 76.43 และ
ไม่ควรมีพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 23.57

ตอนที่ 7 วิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลแนวทางการพัฒนาพื้นที่

ตารางที่ 4.7 แสดงการวิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลแนวทางการพัฒนาพื้นที่

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. แนวทางการพัฒนาพื้นที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	108	25.71
รูปแบบทางสถาปัตยกรรม	39	9.28
ประเภทร้านค้า	91	21.66
จำนวนร้านค้า	102	24.28
การใช้พื้นที่ภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)	103	24.52
รูปแบบของการจัดพื้นที่ และการให้บริการพื้นที่	188	44.76
ด้านสาธารณูปโภค	130	30.95
การคมนาคมและขนส่งสินค้า	155	36.90
การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย	133	31.66
การใช้ประโยชน์ของพื้นที่	117	27.85
อื่นๆ	6	1.42

ตารางที่ 4.7 พบว่าคนส่วนใหญ่มีความคิดในด้านแนวทางการพัฒนาพื้นที่รูปแบบของ
การจัดพื้นที่และการให้บริการพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 44.76 การคมนาคมและขนส่งสินค้า คิดเป็น
ร้อยละ 36.90 และรองลงมาคือ การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย คิดเป็นร้อยละ 31.66

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน
อายุระหว่าง 26-35 ปี และส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท วุฒิการศึกษาอยู่ระหว่างปริญญาตรี
สถานภาพส่วนใหญ่โสด รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่ของ
ผู้ใช้พื้นที่ย่านตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) มียานพาหนะ และยานพาหนะที่มีมากที่สุด คือ รถยนต์
ส่วนตัว

ความต้องการการใช้พื้นที่ คือ ซื้อสินค้าและพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนั้นแล้วประเภท
ของสินค้าที่ซื้อได้แก่ เสื้อผ้าเครื่องประดับ เบ็ดเตล็ด และพันธุ์ไม้/อุปกรณ์ตกแต่งประดับสวน

ปัญหาของการใช้พื้นที่ คือ ปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ปัญหาหาบเร่
แผงลอยกีดขวางทางเดินเท้า คือ การจัดระเบียบภายในพื้นที่และการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ให้มีความสอดคล้องกับลักษณะของความต้องการในการใช้พื้นที่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการพัฒนาพื้นที่

ความต้องการแนวทางการพัฒนาพื้นที่ คือ รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการภายในพื้นที่ นอกจากนี้แล้วยังต้องการให้มีการพัฒนาทางด้านการรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย ส่วนบริการส่วนกลาง คือ ส่วนพักผ่อนภายในบริเวณพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่อยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเท่าที่ควรและมีพื้นที่บริการน้อยมากไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้พื้นที่

4.1.3 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าอยู่ในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) สรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการด้านสาธารณูปโภค

1.1 ขนาดของทางเดินเท้าในตลาด

ส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดทางเดินเท้า ภายในบางจุดมีขนาดที่แคบไม่เป็นระเบียบ การนำสิ่งของวางเกินพื้นที่และทำให้เกิดขวางทางเดิน และบางจุดมีน้ำขังบริเวณพื้น

1.2 ความสูงของตัวอาคาร

ส่วนใหญ่เห็นว่า มีขนาดความสูงไม่เพียงพอให้ประสบปัญหาทางด้านการระบายอากาศและความร้อน

1.3 การให้แสงสว่าง

ส่วนใหญ่เห็นว่า ความสว่างไม่เพียงพอในบางอาคารตั้งอยู่ลักษณะที่เป็นมุม ทำให้แสงสว่างเข้าไม่ถึง จึงเป็นมุมอับและทึบ

1.4 การระบายอากาศ

ส่วนใหญ่เห็นว่า การระบายอากาศไม่ดีเท่าที่ควรทั้งๆ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่โล่ง เนื่องจากการวางตัวอาคารปิดทิศทางของลม ทำให้อากาศไม่มีการถ่ายเท

1.5 ขนาดของพื้นที่วางสินค้า

ส่วนใหญ่เห็นว่า มีขนาดที่แคบเกินไป ไม่เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้ตอนเช่าซื้อบางพื้นที่วางสินค้าจำนวนน้อยชิ้นก็เต็มแล้ว

1.6 ลักษณะของแผงขายสินค้า

ส่วนใหญ่เห็นว่า มีปัญหาส่วนของหลังคาและกันสาด เกิดปัญหาและไม่สามารถกันแดดและฝนได้ทำให้สินค้าเสียหาย

1.7 การจัดระเบียบแผงขายสินค้า

ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่เป็นระเบียบมีร้านค้าปะปนกัน โดยไม่ตรงกับลักษณะการแบ่งโซนพื้นที่ที่ทางตลาดได้จัดไว้โดยขาดการดูแลจากเจ้าหน้าที่กองอำนวยการ

1.8 ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะ

ส่วนใหญ่เห็นว่ามีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้ และเดินไกลมารวมถึงความสะอาด เห็นว่า ขาดการดูแล บำรุงรักษาจากเจ้าหน้าที่

1.9 ที่ตั้งและจำนวนถังขยะ

ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่เพียงพอและตำแหน่งของถังขยะวางไม่เป็นระเบียบ ไม่มีการแยกขยะอย่างชัดเจน

1.10 ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะ

ส่วนใหญ่เห็นว่า เพียงพอกับความต้องการแต่ในการติดตั้งบางจุดก็ยังไม่ทั่วถึง และบางเครื่องก็ชำรุดขาดการดูแล บำรุงรักษา

2. การคมนาคมและการขนส่งสินค้า

2.1 การคมนาคม

ส่วนใหญ่เห็นว่า การจัดการสัญจรไม่เป็นระเบียบมีทางเข้า – ทางออก หลายทาง การตรวจเช็ครถเข้า – ออก ไม่เคร่งครัด อาจมีรถสูญหาย เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลไม่ทั่วถึง และมีจำนวนน้อย

2.2 พาหนะในการขนส่งสินค้า

ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสม แต่ปัญหาที่พบคือ พื้นที่จอดรถรับ-ส่งสินค้าบางจุดก็ไม่มีทำให้ประสบปัญหาในเวลาขนส่งสินค้ามายังร้าน

3. การรักษาความสะอาดและการจำกัดของเสีย

3.1 สถานที่ทิ้งขยะมูลฝอย

ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่เพียงพอและบางจุดก็ไม่มีเลย ในที่ที่มีก็ไม่มีมีการแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน ทำให้บริเวณพื้นมีขยะมูลฝอยโดยขาดการดูแลรักษา

3.2 การกำจัดขยะมูลฝอย

ส่วนใหญ่เห็นว่า เห็นด้วยเพราะเนื่องจากการเก็บขยะจะมีรถเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขต มาเก็บ แต่ปัญหาที่พบ คือ ระยะเวลาที่มาเก็บค่อนข้างห่าง ทำให้ขยะที่ตกค้างส่งกลิ่นรบกวนภายในพื้นที่

3.3 การระบายน้ำในตลาด

ส่วนใหญ่เห็นว่าขาดการดูแลรักษา เนื่องจากประสบปัญหาท่อน้ำอุดตัน มีเศษไม้และขยะเพราะวางระบายน้ำเป็นแบบเปิดทั้งหมด ทำให้เศษใบไม้และขยะร่วงไปได้ง่ายพอนานเข้าก็ทำให้น้ำเน่าเสีย ส่งกลิ่นรบกวนภายในพื้นที่

3.4 การป้องกันและกำจัดแมลง / หนู

ส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นปัญหามากเพราะทำให้สินค้าบางประเภทเสียหายไม่สามารถจำหน่ายได้ ส่งผลกระทบต่อรายได้ โดยถูกรบกวนทั้งเวลากลางวันและกลางคืน

4. การดูแลรักษาความปลอดภัย

4.1 การดูแลรักษาความปลอดภัย

ส่วนใหญ่เห็นว่า มีความหละหลวมในการดูแลและจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัย ไม่เพียงพอและทั่วถึง ซึ่งคู่ได้จากปัญหาารถของผู้เข้ามาใช้ภายในตลาดหลายบ่อยครั้ง ส่งผลให้เกิดความ ไม่ปลอดภัยในพื้นที่และภาพพจน์ของตลาด

5. ข้อเสนอแนะ

ส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาพื้นที่ทั้งรูปแบบทางสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การใช้พื้นที่ที่เป็นระเบียบ การรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งไม่เหมือนกับสภาพปัจจุบันของตลาดทุกวันนี้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณพื้นที่ตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)

5.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ซื้อที่มาใช้บริการภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ผู้ขายที่ทำการค้าภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และเจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจการ

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ซื้อที่มาใช้บริการภายในตลาด ผู้ขายที่ทำการค้าภายในตลาด และเจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจการตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) โดยแบ่งออกได้ดังนี้

2.1 ผู้ซื้อที่มาใช้บริการภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ตามพื้นที่ขายสินค้า 9 โชน จำนวน 43 คน/โชน รวม 387 คน ทั้งหมดได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น

2.2 ผู้ขายที่ทำการค้าภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ตามพื้นที่ขาย 9 โชน จำนวน 341 คน ทั้งหมดได้มาโดยการสุ่มแบบชั้น

2.3 เจ้าหน้าที่สำนักงานกองอำนาจการตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) จำนวน 33 คน ได้มาโดยการเจาะจง

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. แบบสำรวจ เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาพื้นที่ตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) โดยการศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่มาทำกิจกรรมภายในตลาดรูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอย ปัญหาของตลาดที่เกิดขึ้นปัจจุบัน และสถานที่ตั้งของตลาด

2. แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการในการใช้พื้นที่ในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)

3. แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าภายในตลาด โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ขายสินค้าในด้านที่เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการด้านสาธารณูปการ การคมนาคมและการขนส่ง การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยต้องต่อทำหนังสือจาก หน่วยงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์ อุดสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยไปยัง สำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลการวิจัย
2. ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจร่างวัดและถ่ายภาพ สถานะทางกายภาพของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
3. ผู้วิจัยได้ทำการแจก แบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) โดยใช้วิธีการเดินสอบถามตามโซนต่างๆ จนครบกลุ่มตัวอย่างซึ่งจะใช้วิธีรับแบบสอบถามเลย

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้ทำการเก็บจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์เสร็จเป็นคำร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้พื้นที่และสรุปออกมาเพื่อการออกแบบในการวิจัย

5.1.6 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน อายุระหว่าง 26-35 ปี และส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท วุฒิการศึกษาอยู่ระหว่างปริญญาตรี สถานภาพส่วนใหญ่โสด รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่ของผู้ใช้พื้นที่ย่านตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) มียานพาหนะ และยานพาหนะที่มีมากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว

ความต้องการการใช้พื้นที่ คือ ซื้อสินค้าและพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนั้นแล้วประเภทของสินค้าที่ซื้อได้แก่ เสื้อผ้าเครื่องประดับ เบคเตล็ด และพันธุ์ไม้/อุปกรณ์ตกแต่งประดับสวน

ปัญหาของการใช้พื้นที่ คือ ปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ปัญหาหาบเร่แผงลอยกีดขวางทางเดินเท้า คือ การจัดระเบียบภายในพื้นที่และการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีความสอดคล้องกับลักษณะของความต้องการในการใช้พื้นที่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้มีการพัฒนาพื้นที่

ความต้องการแนวทางการพัฒนาพื้นที่ คือ รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการภายในพื้นที่ นอกจากนั้นแล้วยังต้องการให้มีการพัฒนาทางด้านการรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

ส่วนบริการส่วนกลาง คือ ส่วนพักผ่อนภายในบริเวณพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่อยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเท่าที่ควรและมีพื้นที่บริการน้อยมากไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้พื้นที่

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลดำเนินการวิจัยแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) นั้นพบว่า สาเหตุของปัญหาแบ่งได้เป็นประเด็นหลักๆ ในด้านการขาดการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่

1. ปัญหาจากสภาพแวดล้อมและความเสื่อมโทรมภายในพื้นที่เอง เช่น สภาพความเสื่อมโทรมสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม, ปัญหาระบบทางเข้า, ความสกปรก

2. ปัญหาที่จอดรถและระบบถนน

3. ปัญหาการใช้ประโยชน์ของพื้นที่

ดังนั้นจึงต้องมีการแก้ไขและพัฒนาลักษณะทางกายภาพของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ให้มีความสอดคล้องกับปัญหาที่เป็นอยู่และการวางแผนรับมือในอนาคต

ในบทนี้จะเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการนำข้อดีของการพัฒนาใน 3 ระบบ คือ

- การพัฒนาโดยการอนุรักษ์ (Conservation)
- การพัฒนาโดยการบูรณะฟื้นฟู (Rehabilitation)
- ระบบของการสร้างใหม่หรือ (Clearance)

ภายในพื้นที่ส่วนของตลาด การพัฒนาโดยการอนุรักษ์ (Conservation) การพัฒนาโดยการบูรณะฟื้นฟู (Rehabilitation) ทั้งนี้วิธีการจะถูกนำมาใช้ในการพัฒนา 2 ระบบนี้วิเคราะห์แล้วมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการนำมาใช้ในโครงการพื้นที่ศึกษาจริง ทั้งนี้เนื่องจากการนำวิธีอื่นมาใช้เช่น ระบบของการสร้างใหม่หรือ (Clearance) มีความเป็นไปได้ค่อนข้างต่ำเพราะต้องใช้งบประมาณสูง ระยะเวลาดำเนินการยาวนาน ดังนั้นระบบ 2 ระบบที่นำมาใช้จึงเห็นสมควรในการนำมาปรับปรุงพื้นที่ศึกษามากที่สุด

ในส่วนของระบบของ การสร้างใหม่หรือ (Clearance) จะถูกนำมาใช้ใน

- ส่วนของการสร้างที่รวมกิจกรรมและที่หมายตาของย่านการค้า

วัตถุประสงค์ในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

1. อนุรักษ์พื้นที่สันตนาการเก่าภายในพื้นที่
2. การแก้ไขปัญหาที่จอดรถให้มีความสะดวก
3. การแก้ไขปัญหาทางสัญจรให้มีความสะดวก ปลอดภัยและร่มรื่นสวยงาม
4. สร้างที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมให้กับพื้นที่

5. การนำเสนอในบทนี้จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

5.1 การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาพื้นที่ศึกษาทางกายภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาพื้นที่โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้นำมาสู่การพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาพื้นที่ศึกษาทางกายภาพ

5.1.1 สภาพแวดล้อม

5.1.1.1 ร้านค้า

เนื่องจากเป็นตลาดที่มีความหลากหลายมีการค้าขายด้วยสินค้าหลายประเภทโดยรูปแบบของร้านค้าได้ถูกจัดออกแบ่งตามโซนต่างๆ ประกอบไปด้วย 9 โซน ได้แก่

โซนที่ 1 เสื้อผ้า/เครื่องหนัง/อุปกรณ์แต่งกาย/เครื่องประดับ/น้ำดื่ม

โซนที่ 2 เบ็ดเตล็ด

โซนที่ 3 หัตถกรรม / พลาสติก / น้ำดื่ม

โซนที่ 4 อุปกรณ์เดินป่า / สินค้าเกษตรแปรรูป / พระเครื่อง

โซนที่ 5 ปลาสวยงาม / สัตว์เลี้ยง / สัตว์ปีก / สุนัขและอุปกรณ์ / น้ำดื่ม

โซนที่ 6 ต้นไม้ / อุปกรณ์ / น้ำดื่ม

โซนที่ 7 กล้วยไม้ / อาหาร / น้ำดื่ม

โซนที่ 8 ตลาดสด / อาหารสำเร็จรูป / น้ำดื่ม

โซนที่ 9 อุปกรณ์เครื่องใช้ / เบ็ดเตล็ด / ชมรมค้าส่งสินค้าตรง / ชมรมผู้ค้า

บางแคฝั่งเหนือ / กลุ่มสตรีอาสา ชมรมหัตถศิลป์ / ชมรมสินค้าเบ็ดเตล็ด / น้ำดื่ม

โดยสภาพปัจจุบันร้านค้าขาดความเป็นระเบียบ ความทึบอับของร้านค้า, ความไม่ถูกลักษณะ เพราะการถ่ายเทของอากาศภายในพื้นที่ และบางตำแหน่งของตัวอาคารร้านค้าเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนไม่ยอมเข้ามาใช้พื้นที่ เพราะสภาพแวดล้อมไม่เชิญชวน

5.1.1.2 อาคารรอบๆ พื้นที่

อาคารรอบๆ พื้นที่มีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นบ้านพักอาศัย และที่ดินว่างเปล่ามีลักษณะที่เป็นป่าหญ้าและที่ดินเกษตรกรรม

5.1.2.3 พื้นที่รอบๆ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

1. โดยรวมแล้วขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่เนื่องจากความไม่เป็นสัดส่วนของการใช้งานแต่ละพื้นที่ เช่น การนำสินค้ามาวางขายหน้าร้านของเจ้าของร้านค้า ทางเท้าที่ไม่ต่อเนื่องและไม่ส่งเสริมการเดิน

2. พื้นที่ย่านการค้าขาดอย่างยิ่งคือ ความสวยงามและความร่มรื่นของต้นไม้ที่นอกจากจะกันแดดกันฝนในเมืองร้อนได้แล้ว ยังทำให้นนร่มรื่นน่าเดินสบายตา สบายใจอีกด้วย

5.1.2.4 ที่หมายตาและที่รวมกิจกรรม ในย่านการค้าหรือแหล่งธุรกิจการค้าต่างๆ ทั่วโลกมักมีที่หมายตาในที่นี้อาจจะผนวกไว้เป็นที่รวมกิจกรรมในนั้นเลยก็ได้ทั้งนี้เพื่อเป็น พื้นที่ ซึ่งสามารถเป็นจุดนัดพบของผู้คนที่เข้ามาในย่านเป็นที่พักคอยหรือผ่อนคลายจากความเมื่อยล้าในการเดินซื้อของเลือกของ และที่หมายตาก็มักที่จะเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมในพื้นที่คือมักจะมีสัญลักษณ์ของพื้นที่ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง บ่งบอกภายในที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมในพื้นที่นั้น ๆ ในกรณีพื้นที่ศึกษานั้น ไม่มีพื้นที่ส่วนดังกล่าวในย่านและอื่นๆ ที่เป็นย่านการค้าที่ใหญ่พอสมควรปัญหาของการไม่มีที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมสำหรับพื้นที่นี้ นอกจากประชาชนจะไม่มีจุดนัดพบที่เป็นกิจลักษณะไม่มีจุดพักของคนในย่านแล้ว การจัดวาง Street Furniture ยังเป็นเรื่องยุ่งยากเพราะไม่ทราบแน่ชัดว่าประชาชนมีการให้พื้นที่ไหนเป็นพิเศษ

5.1.2 สภาพอาคาร

5.1.2.1 ลักษณะพื้นที่ร้านค้า ประกอบไปด้วยตัวอาคารใหญ่ และมีการแบ่งพื้นที่ภายในออกเป็นช่วงๆ ตามพื้นที่ที่ได้กำหนดขึ้น ความสูงของตัวอาคารตามรูปแบบของอาคารเป็นลักษณะชั้นเดียวเพียงแต่ทำการแบ่งแยกโซนตามประเภทของสินค้า รูปแบบของตัวอาคารที่ใช้มีลักษณะรูปแบบเดียวกันทั้งหมด

5.1.2.2 ปัญหาของสภาพพื้นที่ปัจจุบัน คือ ความเสื่อมโทรมของสภาพพื้นที่ขาดการดูแลเอาใจใส่ไม่ทำความสะอาด ไม่มีการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมรอบๆ พื้นที่การจัดการตัวอาคาร ร้านค้า การใช้ประโยชน์ในพื้นที่ การจัดระเบียบการในพื้นที่ร้านค้า

5.1.3 ระบบทางเข้า

5.1.3.1 ความต่อเนื่อง ทางเท้าของแต่ละส่วนของย่านมักเป็นทางเท้าที่ไม่ต่อเนื่องกัน จึงไม่ก่อให้เกิดการส่งเสริมการเดินเนื่องจากมีขนาดเล็กแคบเนื่องจากการรुकล้ำของแผงลอยกีด ผู้ขายนำสินค้ามาวางหน้าร้านกีด ความไม่ได้มาตรฐานของทางเท้ากีด ความไม่สม่ำเสมอของทางเท้าทำให้เกิดความขาดต่อเนื่องของทางเท้าการทำกิจกรรมบนทางเท้า เช่น เลือกของ, ยืนรอรถ กิจกรรมลักษณะต่างๆ กันนี้เกิดขึ้นบนทางเท้าเส้นเดียวพร้อม ๆ กันเป็นอุปสรรคในการเดิน

5.1.3.2 ความปลอดภัย ถนนบางเส้นของพื้นที่ไม่มีฟุตบาททำให้เดินร่วมกับรถเป็นอันตรายอย่างยิ่ง ถนนอีกหลายเส้นที่ไม่ได้มาตรฐาน ฟุตบาทมีการชำรุดเสียหายไม่ได้ระดับเดียวกันไม่มีที่กั้นรถกับคนทำให้ไม่มีความปลอดภัย

5.1.3.3 ส่งเสริมการเดิน ฟุตบาททั่วไปนอกจากขนาดไม่ได้มาตรฐานชำรุดทรุดโทรมไม่มีความปลอดภัยแล้วยังขาดความร่มรื่นที่เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการเดินรอบๆ ย่านการค้าเสียอีก เพราะนอกจากฟุตบาทจะมีความร่มรื่นสวยงามเหมาะกับการเดินแล้วการส่งเสริมการเดินจะทำให้เป็นการส่งเสริมการขายด้วยเพราะถ้าทางเดินมี คนก็เดินได้ไกลขึ้นใช้จ่ายซื้อของมากขึ้นตามลำดับ

5.1.4 ปัญหาที่จอดรถและระบบถนน

5.1.4.1 การสัญจรภายในพื้นที่แบ่งแยกความต้องการในการสัญจรภายในพื้นที่ คือ 1. มาซื้อสินค้า 2. มาต๋อรถ 3. เป็นทางผ่าน โดย 2 กรณีแรกมีเปอร์เซ็นต์ที่มากที่สุด โดยสัญจร จะแบ่งตามช่วงเวลาคือ ช่วงหนาแน่นจะมี 2 ช่วงคือ ช่วง 09.00-13.00 น. และ 13.00-17.00 น. ซึ่งช่วงนี้จะเป็นช่วงที่รถติดที่สุด เพราะคนจะมาต๋อรถเข้าออกที่จอดรถอีกทั้งการสัญจรก็เป็น ไปอย่างติดขัด เพราะรถโดยสารที่จอดแช่ไว้เป็นประจำทำให้ช่วงจราจรเหลือน้อยรถไหลช้า ส่วนใหญ่รถจะติดในช่วงถนนด้านหน้าทางเข้า เพราะเป็นถนนที่รถจอดและเป็นเส้นที่รถจะผ่านออกไปทางออก และอีกสายคือถนนด้านหลังเป็นสายที่จะผ่านเข้าไปในตัวตลาดและออกไปนอกพื้นที่ ส่วนถนนสายอื่นเป็นชอยช้อยในพื้นที่เป็นเหตุสัญจรของผู้ซื้อและส่งของซื้อของ ขนของ มีการติดขัดบ้างเพราะถนนค่อนข้างแคบและคนจะไปเดินบนถนน เพราะไม่มีฟุตบาท

5.1.4.2 ที่จอดรถในระบบนอกและในถนน ภายในพื้นที่ไม่มีพื้นที่จอดรถโดยเฉพาะ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เป็นมาโดยตลอดก็คือการจอดรถนอกถนน และส่วนมากเป็นรถมอเตอร์ไซด์ เพราะให้พื้นที่ในการจอดน้อยจอดตามข้างทางถนนแต่เกิดปัญหาตามมาคือช่องทางจราจรน้อยลง ผลก็คือทำให้รถติดมากขึ้น และความไม่ปลอดภัยในการจอดเพราะอาจถูกรถเฉี่ยวชน การแก้ปัญหาของทางกองอำนวยการการเสริมพื้นที่จอดรถบริเวณพื้นที่โล่งข้างสระน้ำและทำการติดตั้งเด็ทท์ให้บริการแต่ก็ยังไม่ประสบปัญหาไม่เพียงพอกับจำนวนรถที่เข้ามาใช้พื้นที่จอด

5.1.4.3 การขนถ่ายสินค้า เนื่องจากภายในพื้นที่แบ่งช่วงเวลาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ พ่อค้าแม่ค้าที่ทำการค้าขายในช่วงเวลากลางคืนและพ่อค้าที่ทำการค้าขายในช่วงเวลากลางวัน การขนถ่ายสินค้าจึงเป็นไปในลักษณะ 2 ช่วงเวลาด้วยกัน โดยช่วงเวลากลางคืนมักขนถ่ายสินค้าในเวลา ตี 2 – ตี 4 ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทต้นไม้และอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ปลอดรถ ทำให้การจราจรไม่เป็นปัญหาแต่อย่างไร แต่มักจะเป็นปัญหามากกว่าในช่วงเวลาของพ่อค้าแม่ค้าที่ขนถ่ายสินค้าในเวลากลางวัน เนื่องจากพื้นที่เป็นพื้นที่ที่ใหญ่มีสินค้ามากมายหลายประเภท จึงมีการขนถ่ายที่มากเป็นเงาตามผนวกกับว่าพื้นที่เป็นบริเวณที่ประชาชนต้องมาต๋อรถ รถบนถนนภายในพื้นที่จึงมากกว่าปกติ ทั้งนี้ร้านค้าส่วนใหญ่ก็มักจะขนถ่ายสินค้าบนถนนหน้าร้านของตนอยู่แล้ว จึงทำให้รถติด โดยเฉพาะถนนบางช่วงที่เป็นเส้นทางสัญจรหลัก

5.1.5 ปัญหาการใช้ประโยชน์ของพื้นที่

เป็นปัญหาแรกๆ จากการสำรวจโดยเครื่องมือวิจัยและเป็นสาเหตุต้นๆ ของความเสื่อมโทรมของพื้นที่ แต่ในขณะที่เดียวกันก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า การใช้ประโยชน์ของพื้นที่

5.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาพื้นที่โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์

5.2.1 การอนุรักษ์พื้นที่สันตนาการเก่าภายในพื้นที่

พื้นที่ส่วนสันตนาการภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันมีบทบาทค่อนข้างน้อยมากและการให้บริการกับผู้เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่ ดังนั้นสาเหตุของการอนุรักษ์พื้นที่สันตนาการมีปัจจัยอยู่หลักๆ คือ การพัฒนาพื้นที่ส่วนสันตนาการภายในพื้นที่เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการภายในพื้นที่จากพื้นที่เดิมและมีการเพิ่มเติมพื้นที่ขึ้นมาบางส่วน เพื่ออนุรักษ์บทบาทของพื้นที่ไว้

5.2.2 การแก้ไขปัญหาที่จอดรถให้มีความสะดวก ปลอดภัยและร่มรื่นสวยงาม

ที่จอดรถแบ่งออกเป็น 2 ระบบ คือ ระบบในถนนและนอกถนนที่จอดรถนอกถนนแบ่งออกเป็น 2 จุด คือ

1. บริเวณพื้นที่จอดรถของตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
2. บริเวณพื้นที่ริมสระน้ำ

ที่จอดรถในถนนแบ่งออกเป็น

1. บริเวณถนนภายในพื้นที่ร้านค้าภายใน
2. บริเวณถนนด้านข้างพื้นที่

ซึ่งระบบจอดรถในถนนเป็นระบบที่สร้างปัญหามากที่สุด ทั้งทำให้รถติด เนื่องจากการเอารถเข้าหรือนำรถจอดริมถนน สร้างความไม่สะดวกให้กับผู้ที่เดินเข้าออกภายในพื้นที่ร้านค้า ดังนั้นการจัดให้มีพื้นที่จอดรถรวมกันจุดเดียว จึงจะทำให้สะดวกในการควบคุม และดูแลรักษาความปลอดภัย เพราะรถมารวมกันลดจำนวนรถ และเวลาของรถที่อยู่บนถนนที่ใช้ในการเข้าจอดและออกจากที่จอดตามข้างถนนและเป็นการแก้ไขปัญหาทางสัญจรภายในพื้นที่ให้มีความสะดวก

5.2.3 การแก้ไขปัญหาทางสัญจรให้มีความเป็นระเบียบภายในพื้นที่

1. ถนนสายเลียบบคลองทวีวัฒนา สภาพโดยรวมเป็นถนนที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม เพราะเป็นถนนเลียบบคลองยาวจนถึงถนนบรมราชชนนี แต่สภาพปัจจุบันมีรถยนต์มาจอดแช่ไว้ บดบังทัศนียภาพ และสร้างปัญหาจราจรเหลือ้น้อยและการเข้าออกของรถประจำทาง ทั้งยังขาดทางเดินเท้าที่ปลอดภัยให้ผู้ใช้อีกด้วย

1.1 การปรับปรุงถนนและทางเท้าถนนสายเลียบบคลองทวีวัฒนา สร้างฟุตบาทขึ้นใหม่ให้มีระยะความกว้างที่สมดุลและมีความปลอดภัยต่อขวยดาน โดยปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่นและสวยงามสองข้างทาง สร้างที่กั้นระหว่างคนและรถเพื่อความปลอดภัยสำหรับผู้ที่ใช้ทางเดินเท้า จัด Street Furniture ให้มีความสวยงามเป็นระเบียบ เช่น ตู้โทรศัพท์ โคมไฟ เพราะถนนสายนี้จะเปิดใช้ในเวลากลางคืน จึงต้องคำนึงถึงทัศนียภาพเวลากลางคืนด้วย

2. ถนนสายซอยโชคอำนวย เป็นถนนซอยที่มีความสำคัญภายในบริเวณพื้นที่เพราะเป็นทางผ่านเข้า-ออก สู่อถนนเส้นต่างๆ บริเวณพื้นที่ได้ โดยคนส่วนใหญ่ก็เดินแต่ การเดินบริเวณซอยนี้ไม่มีความปลอดภัยเพราะถนนไม่มีทางเดินเท้า การเชื่อมต่อไปยังจุดต่างๆ ของพื้นที่จึงเป็นอุปสรรคและอันตราย

2.1 การปรับปรุงถนนและทางเท้าถนนซอยโชคอำนวย

- สร้างทางเดินเท้าที่มีความมั่นคงแข็งแรงขึ้นมาใหม่ เพื่อความปลอดภัยของผู้เดินถนนตามมาตรฐาน เพื่อความต่อเนื่องของการเชื่อมต่อภายในพื้นที่ไปยังจุดต่างๆ ได้สะดวก

- ปลูกต้นไม้สองข้างทางเพื่อเสริมบรรยากาศของถนน

3. การปรับปรุงถนนสายต่างๆ ภายในพื้นที่

ควรปรับปรุงทางเข้าหลักให้มีความปลอดภัย อาจจะมีการสร้างใหม่ เพราะทางเท้าเดิมไม่ปลอดภัยและไม่ได้มาตรฐาน

1. ถนนทางเท้าจากถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา เป็นบริเวณที่มีความสำคัญของพื้นที่ และเป็นทางเท้าหลักของพื้นที่จากถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา โดยที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่ก็ใช้เป็นทางเท้า แต่สภาพปัจจุบันความเป็นระเบียบของทางเดินเท้ายังไม่ดีและไม่ได้มาตรฐานและชำรุด อีกทั้งถนนยังขาดความร่มรื่น สวยงาม จึงเกิดความไม่น่าเดิน

2. ทางเดินเท้าภายในพื้นที่ร้านค้าและรอบๆ บริเวณพื้นที่เป็นบริเวณที่มีความสำคัญภายในพื้นที่และเป็นเส้นทางเชื่อมต่อไปยังร้านค้าและพื้นที่พักผ่อนส่วนต่างๆ สภาพการใช้ทางเดินปัจจุบันไม่เป็นระเบียบ และทัศนียภาพ ที่ร่มรื่น สวยงาม รวมทั้งจุดพักระหว่างการเดิน ซึ่งสินค้า ทางเดินขาดความสวยงามไม่น่าเดิน

การปรับปรุง

- สร้างทางเดินเท้าที่มีความแข็งแรงใหม่ตามมาตรฐานเพื่อความต่อเนื่องของการเชื่อมต่อภายในพื้นที่

- สร้างจุดพักระหว่างทางเดิน ร้านค้าให้กับพื้นที่

- ปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่นและสวยงามบริเวณทางเดิน จัด Street Furniture ให้มี

ความสวยงามเป็นระเบียบและเสริมบรรยากาศให้กับทางเดิน

5.2.4 การสร้างที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมให้กับพื้นที่

การสร้างที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมให้กับพื้นที่มีบริเวณที่มีความเหมาะสมอยู่บริเวณวงเวียนเล็กและบริเวณริมสระน้ำ ถือว่าเป็นบริเวณที่เป็นศูนย์กลางและเป็นจุดที่มีทัศนียภาพที่ดีอีกบริเวณหนึ่งภายในพื้นที่ เพราะสามารถมองเห็นสระน้ำได้อย่างชัดเจน อีกทั้งอยู่ติดกับริมถนนสายหลักของพื้นที่ เหมาะแก่การนำหมายตาสามารถมองเห็นได้จากที่ไกลชัดเจน และเมื่ออยู่ในบริเวณวงเวียนเล็กก็สามารถมองเห็นพื้นที่ร้านค้าได้มุมมองที่กว้างพอสมควร เดิมทีวงเวียนเล็กนี้สร้างไว้สำหรับเป็นจุดศูนย์กลางของพื้นที่ร้านค้า แต่ปัจจุบันถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นพื้นที่จอดรถในถนน ทำให้เกิดปัญหาความไม่เป็นระเบียบ การพัฒนาพื้นที่นี้ให้เป็นที่หมายตาและที่รวมกิจกรรม ซึ่งเหมาะสมอย่างยิ่งและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

การสร้างที่รวมกิจกรรม

1. สร้างที่รวมกิจกรรมที่เป็นตัวแทนสัญลักษณ์ของพื้นที่
2. เพิ่มความร่วมมือให้กับพื้นที่โดยการจัด Landscape
3. จัด Street Furniture ให้สวยงามและรองรับความต้องการของผู้ใช้ในที่รวมกิจกรรม
ข้อกำหนดที่นำมาใช้
 1. วัสดุก่อสร้างของอาคารควรใช้คอนกรีตและอิฐก่อฉาบปูน
 2. ป้ายการจัดทำป้ายร้านค้าควรจัดให้มีรูปแบบ สี และขนาดเดียวกัน ติดในบริเวณหน้าร้านค้าในแต่ละร้าน
 3. การปลูกต้นไม้ในบริเวณทางเท้าด้านหน้าอาคารจะช่วยทำให้ทัศนียภาพและมุมมองสวยงามขึ้นมีความร่มรื่นส่งเสริมการเดิน

การปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้เป็นศูนย์กลางของการค้าขาย

การปรับเปลี่ยนบทบาทของพื้นที่ดังนี้

1. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของพื้นที่ สภาพอาคารทัศนียภาพโดยรวม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ สร้างที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมของพื้นที่
2. ปรับปรุงทางสัญจร ถนนและทางเท้า ให้มีความสะดวกปลอดภัยและมีความร่มรื่น น่าสัญจรและมีความน่าเดิน
3. ตกแต่งเสริมบริเวณทางเข้าให้มีลักษณะเชิญชวนและชี้นำนำเข้าไปในพื้นที่
4. ปรับปรุงทางเข้าให้มีความปลอดภัยในเรื่องของแสงสว่างในเวลากลางคืน และทางเดินเท้าในเวลาการให้มีความสวยงามร่มรื่นน่าเดิน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผลของการศึกษาเรื่องแนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานครผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลของการวิจัยไปใช้ในเรื่องของการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพในด้านอื่นๆหรือสภาพแวดล้อมทั่วไปไว้ดังนี้

1. การสร้างที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมให้กับพื้นที่ การสร้างที่หมายตาและที่รวมกิจกรรมให้กับพื้นที่มีบริเวณที่มีความเหมาะสม ถือว่าเป็นบริเวณที่เป็นศูนย์กลางในพื้นที่การพัฒนาพื้นที่นี้ให้เป็นที่หมายตาและที่รวมกิจกรรม ซึ่งเหมาะสมอย่างยิ่งและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

2. ที่จอดรถ การกำหนดตำแหน่งของพื้นที่จอดรถให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่เป็นสิ่งจำเป็นมากในการพัฒนาพื้นที่โดยรวม หากการจัดการทางส่วนนี้ไม่มีพื้นที่ที่เพียงพออาจจะส่งผลกระทบต่อพื้นที่การค้านั้นๆ ได้

3. ความต่อเนื่อง ทางเท้าของแต่ละส่วนของพื้นที่มักเป็นทางเท้าที่ไม่ต่อเนื่องกัน จึงไม่ก่อให้เกิดการส่งเสริมการเดินเนื่องจากมีขนาดเล็กและแคบ ความไม่ได้มาตรฐานของทางเท้าก็มีความไม่สม่ำเสมอของทางเท้าทำให้เกิดความขาดต่อเนื่องของทางเท้าการทำกิจกรรมบนทางเท้า เช่น เลือกลง, ยืนรอรถ กิจกรรมลักษณะต่างๆ กันนี้เกิดขึ้นบนทางเท้าเส้นเดียวพร้อม ๆ กันเป็นอุปสรรคในการเดิน จึงควรส่งเสริมความต่อเนื่องด้วยการพัฒนาสภาพพื้นที่ให้มีความสอดคล้อง และการเกี่ยวเนื่องทางด้านกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น โดยพิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้น

4. ความปลอดภัย ถนนบางเส้นของพื้นที่ไม่มีฟุตบาททำให้เดินร่วมกับรถเป็นอันตรายอย่างยิ่ง ถนนอีกหลายเส้นที่ไม่ได้มาตรฐาน ฟุตบาทมีการชำรุดเสียหายไม่ได้ระดับเดียวกัน ไม่มีที่กันรถกับคนทำให้ไม่มีความปลอดภัย จึงควรแยกพื้นที่โดยขาดจากกันหรือแบ่งแยกพื้นที่ให้มีความชัดเจนและผู้ใช้พื้นที่ภายในสามารถใช้พื้นที่ได้อย่างปลอดภัย

5. ลักษณะพื้นที่ร้านค้า การแบ่งพื้นที่ภายในร้านค้าออกเป็นช่วงๆ ตามพื้นที่ที่ได้กำหนดขึ้น ความสูงของตัวอาคารตามรูปแบบ การแบ่งแยกโซนตามประเภทของสินค้า รูปแบบของตัวอาคารที่ใช้มีลักษณะรูปแบบเดียวกันทั้งหมด จึงควรพิจารณาจากลักษณะภาพรวมของพื้นที่นั้นๆ ว่าประเภทของสินค้าที่ผู้ค้านำมาขายแบ่งออกเป็นประเภท ชนิด ขนาดของสินค้านั้นๆ ประเด็นสำคัญ คือรูปแบบที่ทำการพัฒนานั้นต้องสามารถตอบสนองกับประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเต็มที่

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

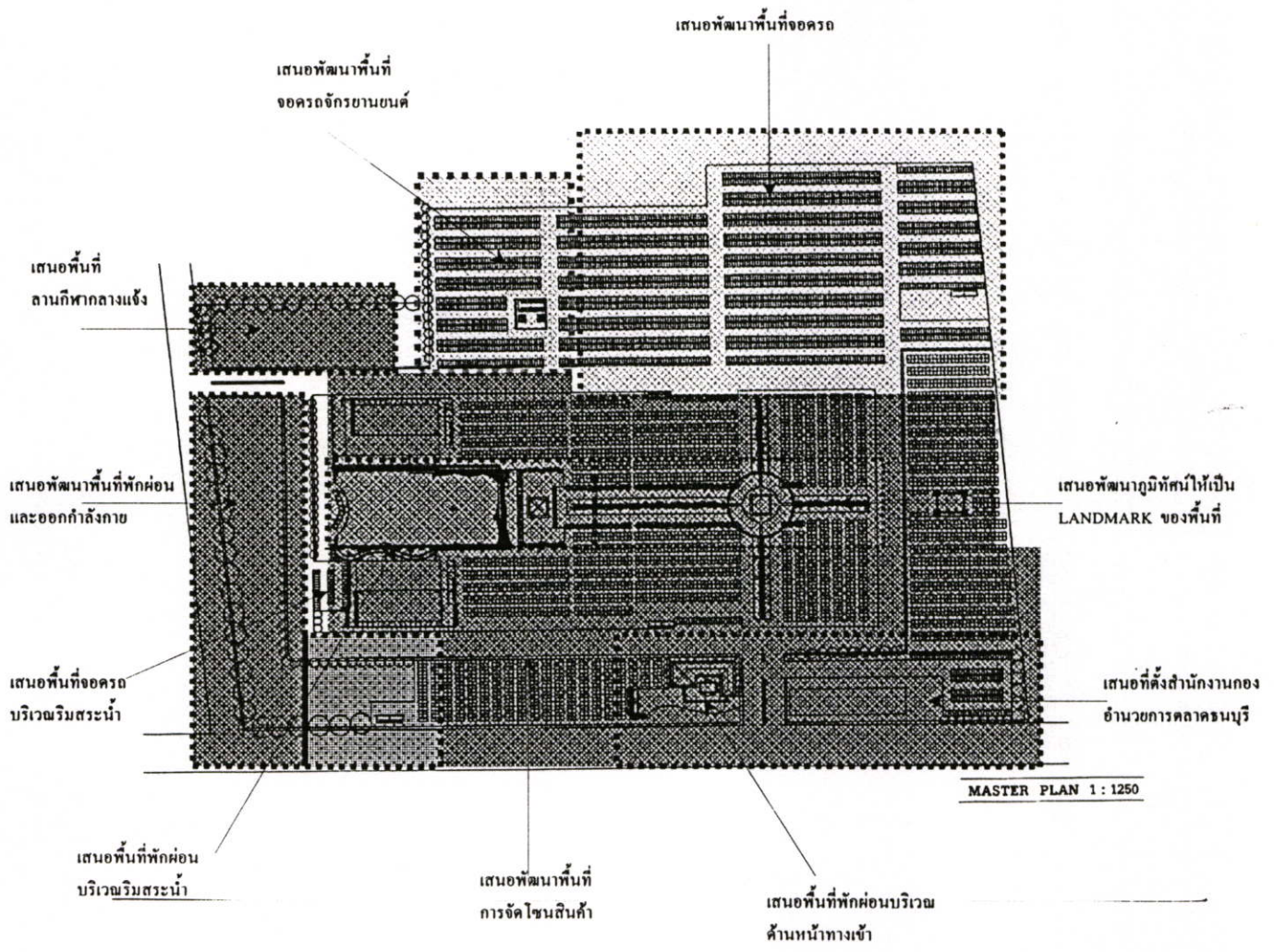
ในการวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดไว้เพียง การเสนอแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพเท่านั้น สำหรับผู้ที่สนใจในการทำวิจัยในครั้งต่อไปนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. เพื่อการวิจัยที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ควรทำการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเภทของตลาดหรือย่านการค้าโดยรวมของพื้นที่ส่วนนั้นๆ ให้มีความชัดเจนเพื่อที่จะสามารถพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

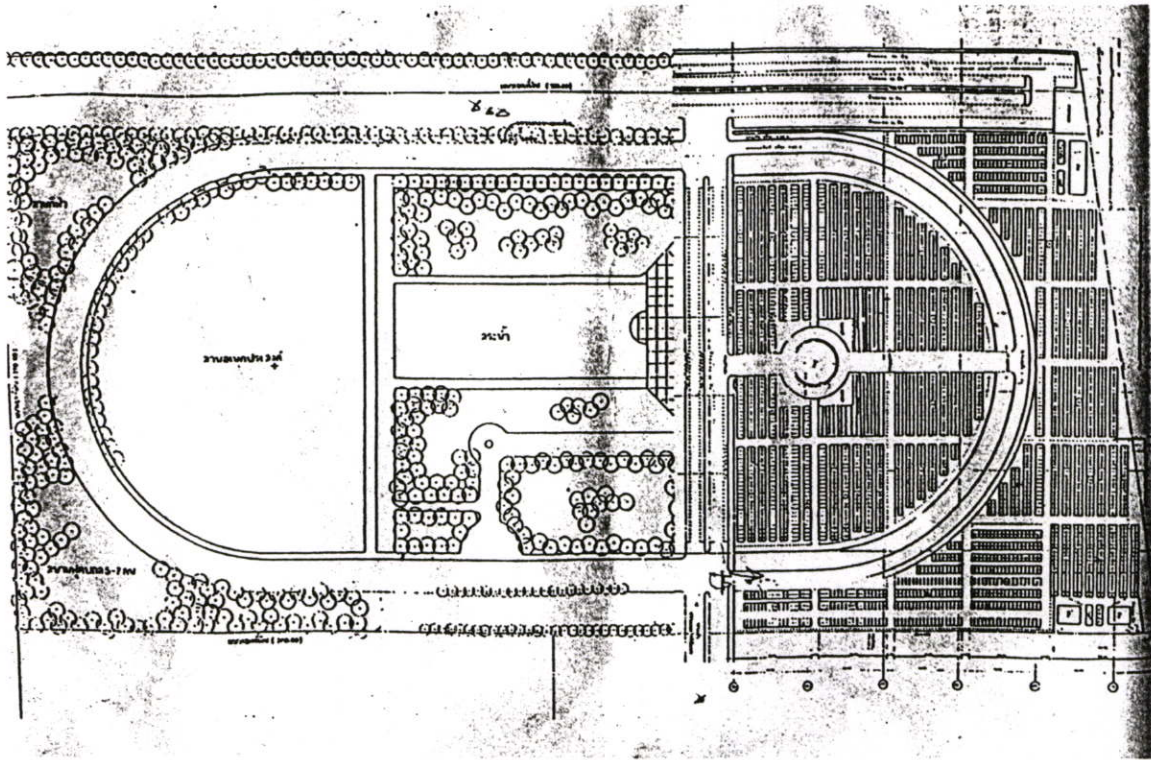
2. ในการออกแบบครั้งนี้ ได้คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยทางสภาพแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าสิ่งอื่น ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรส่งเสริมและสนับสนุนทางการตลาดในรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร ให้เป็นที่รู้จักและทำให้เกิดความสนใจแก่บุคคลโดยทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงเดินทางมาใช้บริการภายในพื้นที่และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจส่งผลให้ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร ได้มีประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น

เสนอผลงานออกแบบทางสถาปัตยกรรม

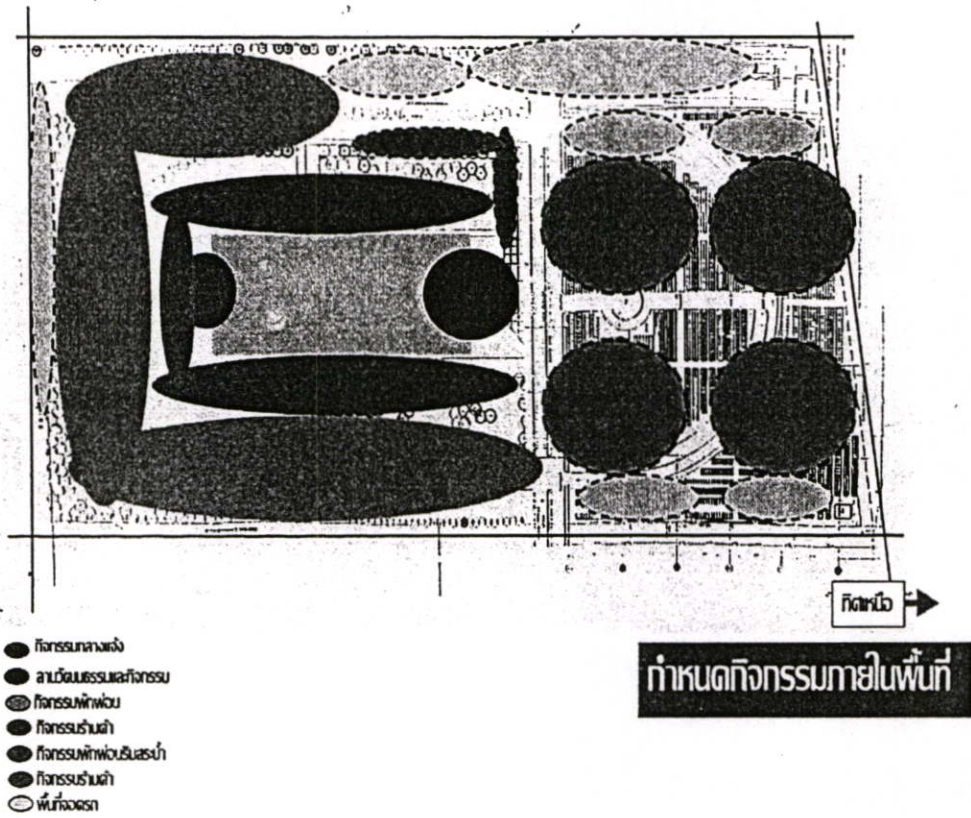
แนวความคิดในการออกแบบ



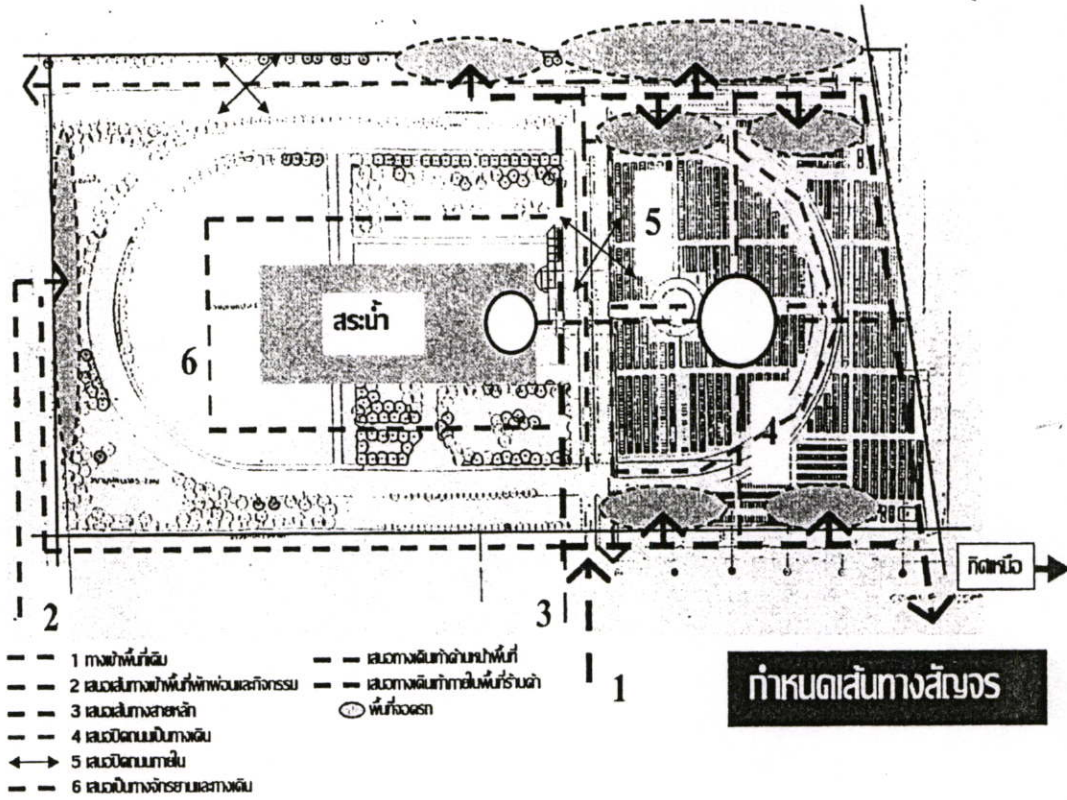
ภาพที่ 5.1 แสดงแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร



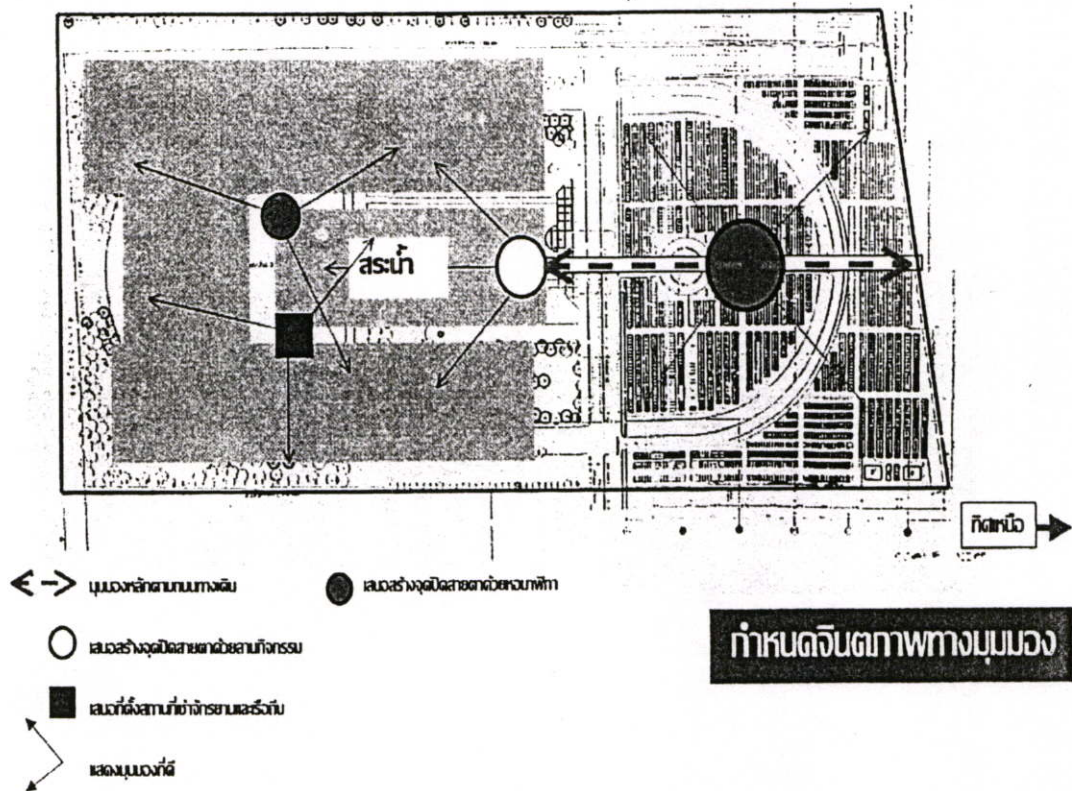
ภาพที่ 5.2 แสดงสภาพพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ในปัจจุบัน



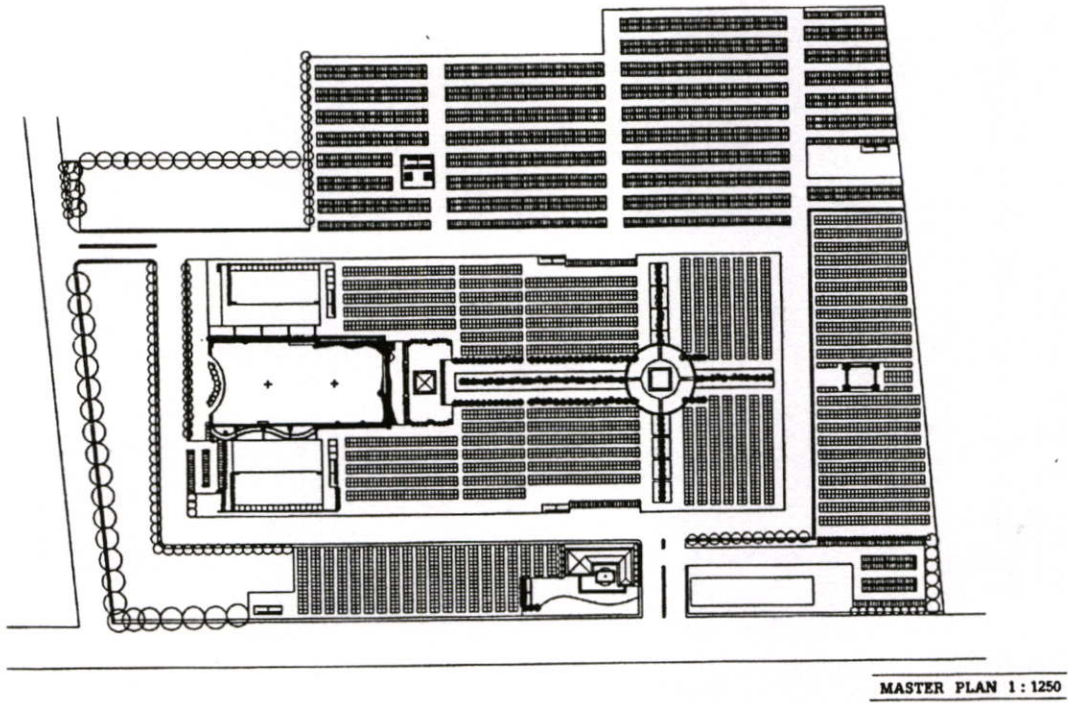
ภาพที่ 5.3 แสดงแนวทางกำหนดกิจกรรมในพื้นที่



ภาพที่ 5.4 แสดงการกำหนดเส้นทางสัญจร

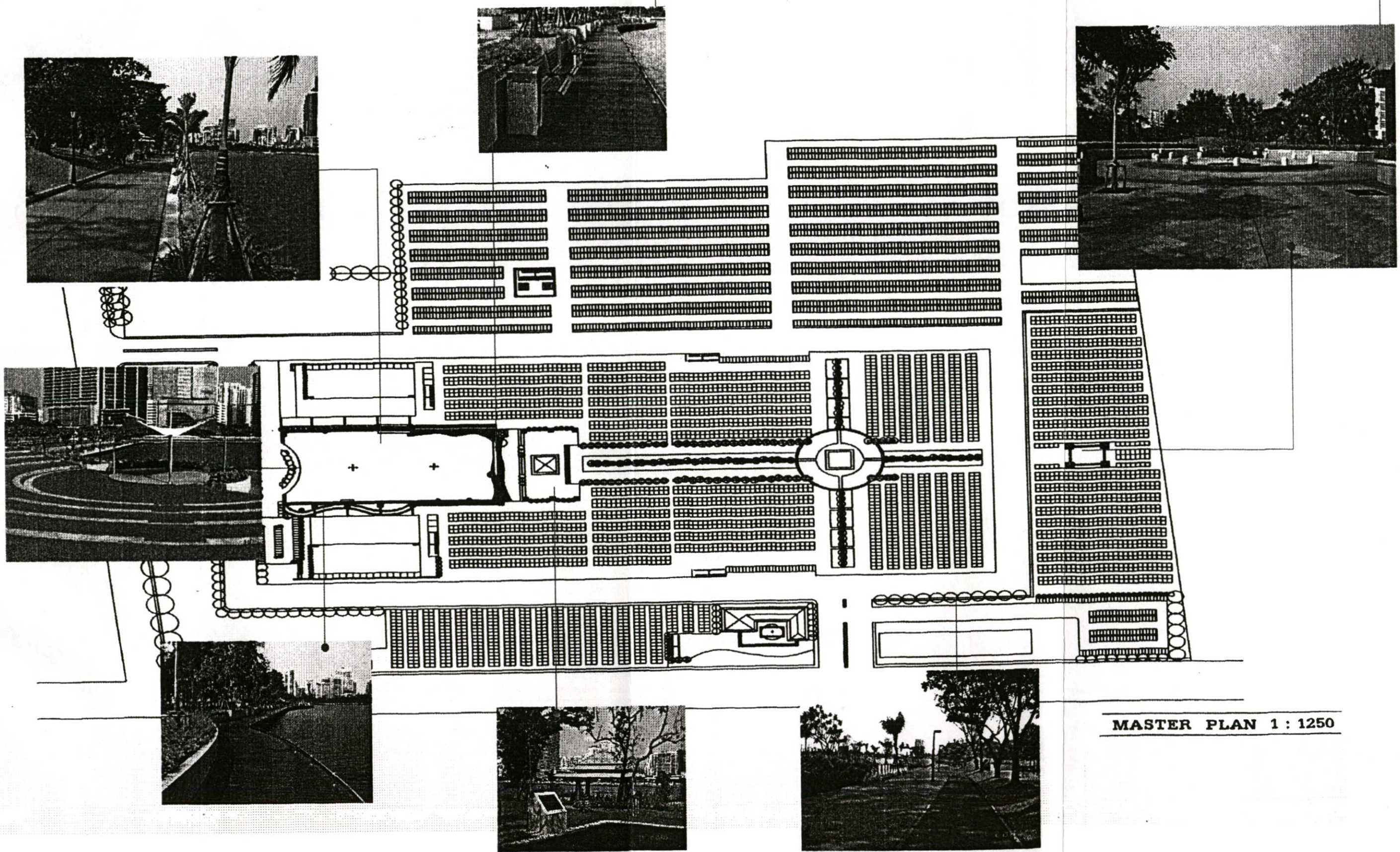


ภาพที่ 5.5 แสดงการกำหนดจินตภาพทางมุมมอง

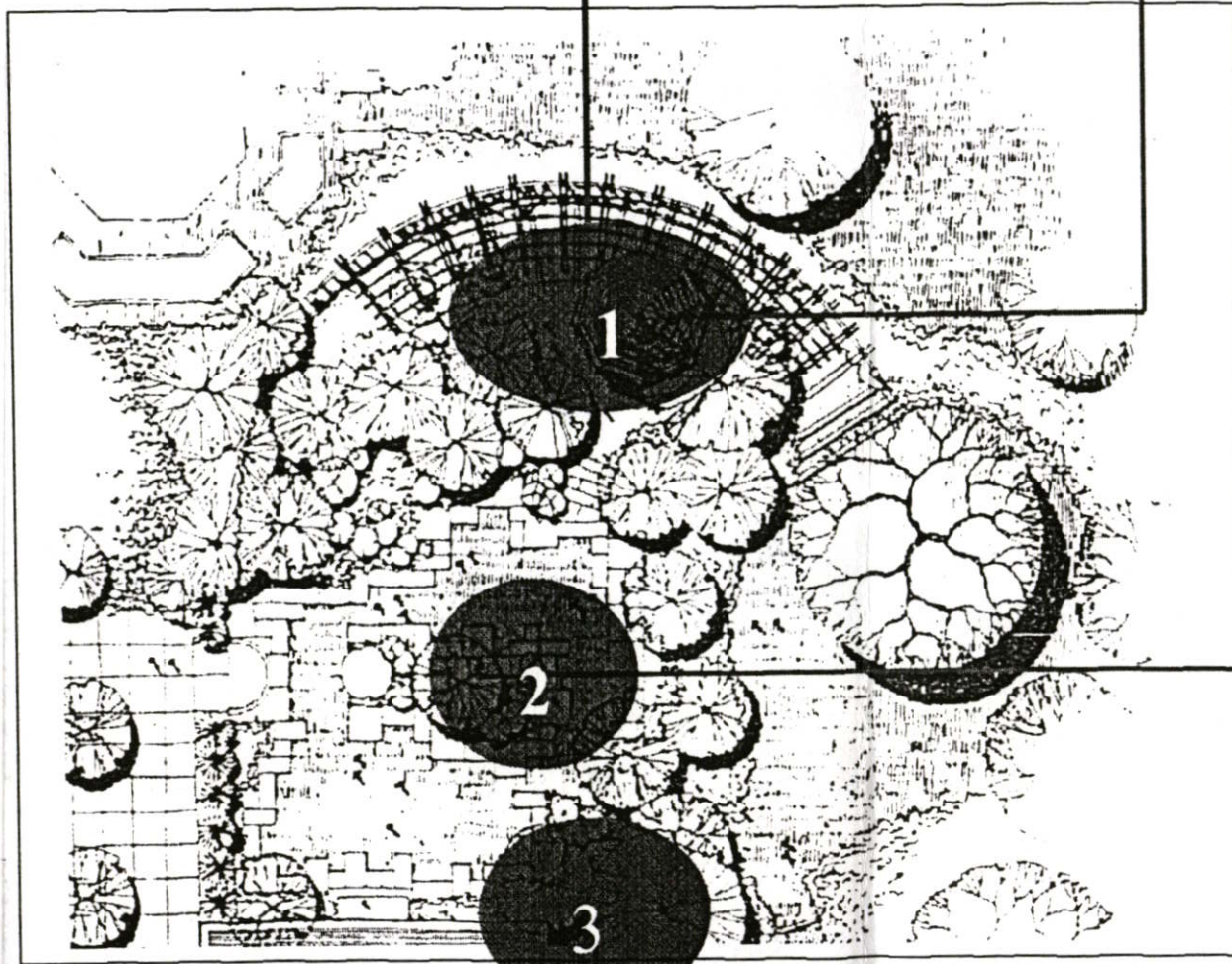
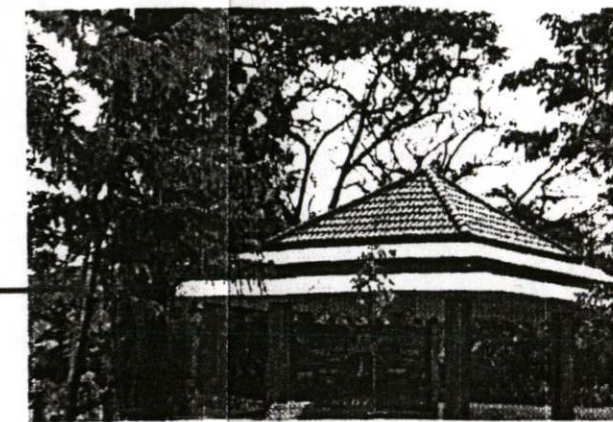
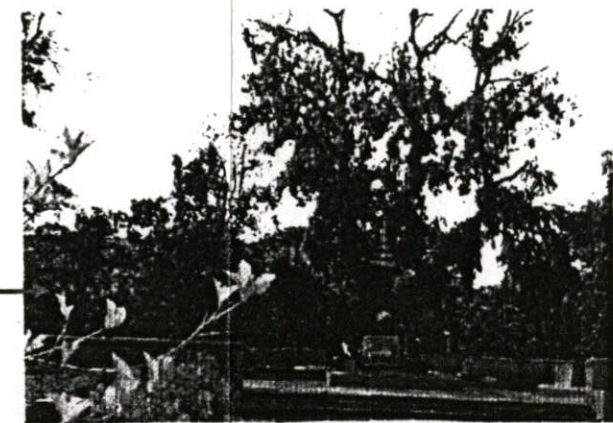
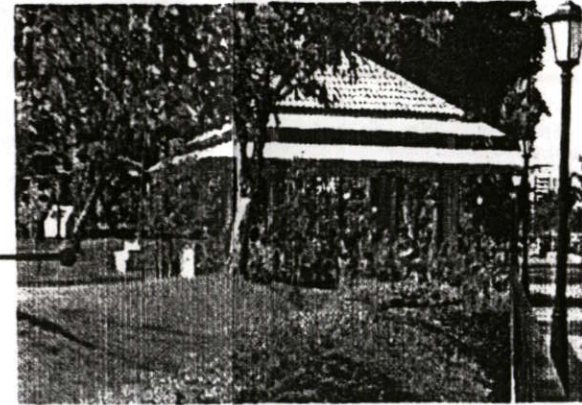
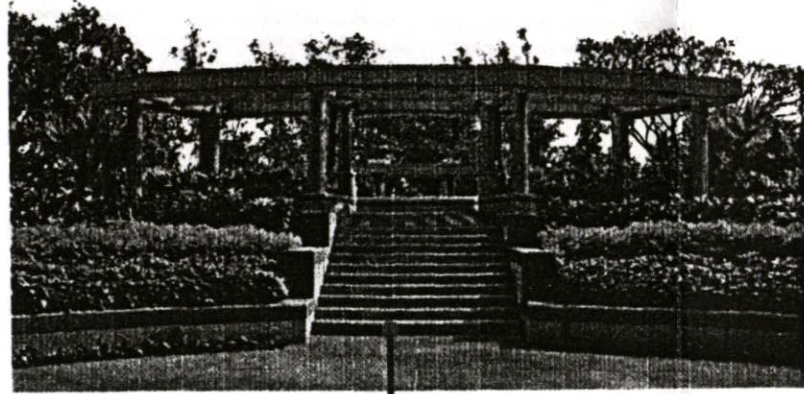


ภาพที่ 5.7 แสดงสภาพพื้นที่โดยรวมจากการพัฒนาพื้นที่

แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่



MASTER PLAN 1 : 1250

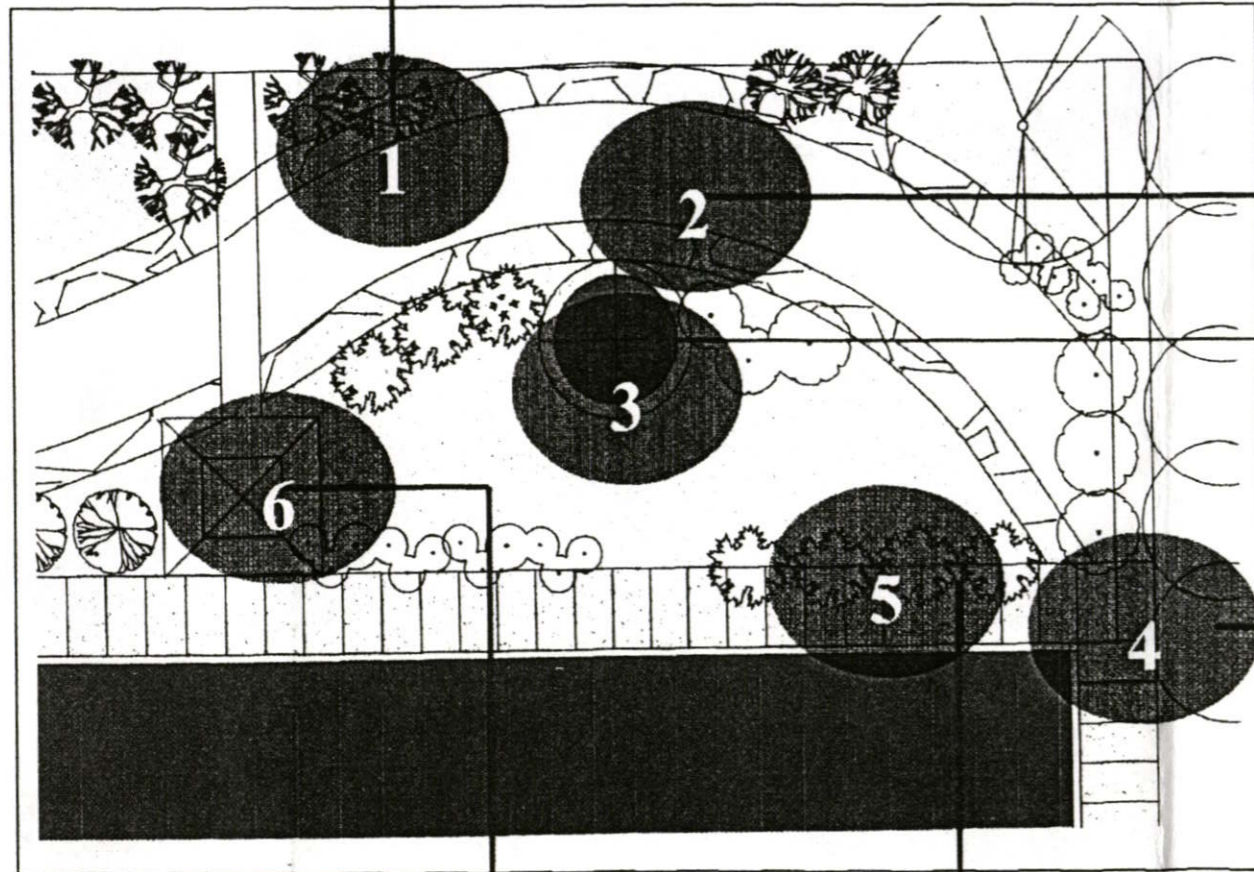
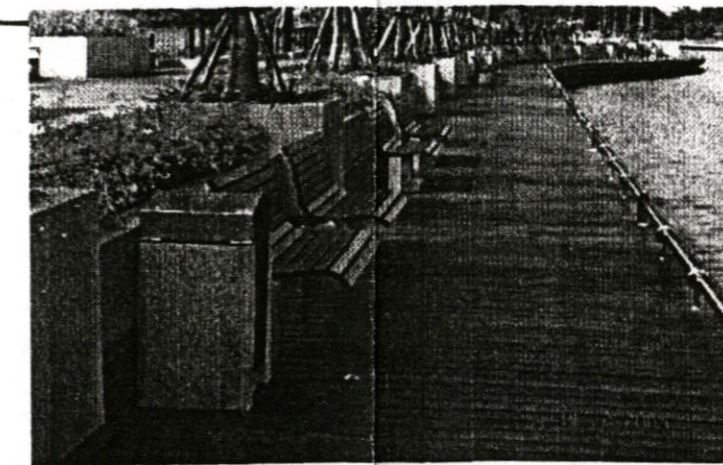
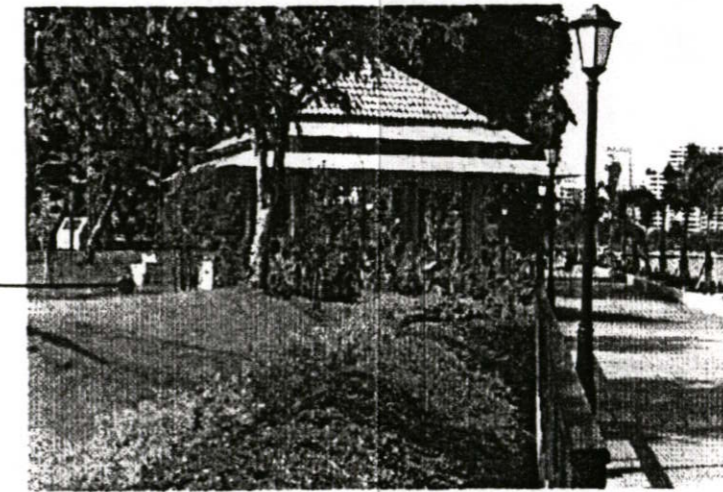
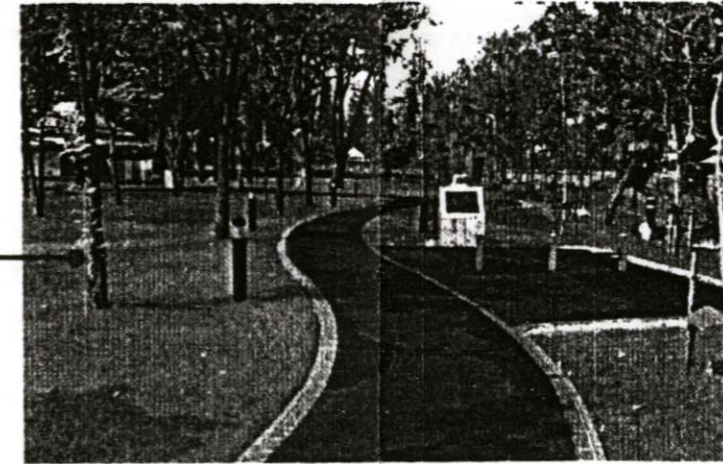
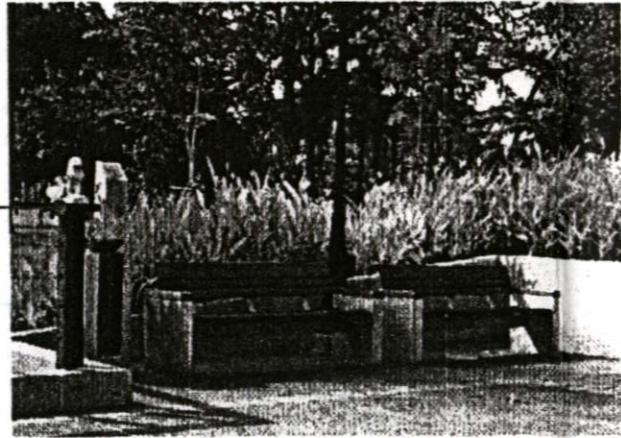


แนวความคิดในการออกแบบพื้นที่กิจกรรมพักผ่อน

- 1 ที่รวมกิจกรรม
- 2 หอพระ
- 3 พื้นที่ศาลาพักผ่อน

แนวความคิดการจัด STREET FURNITURE

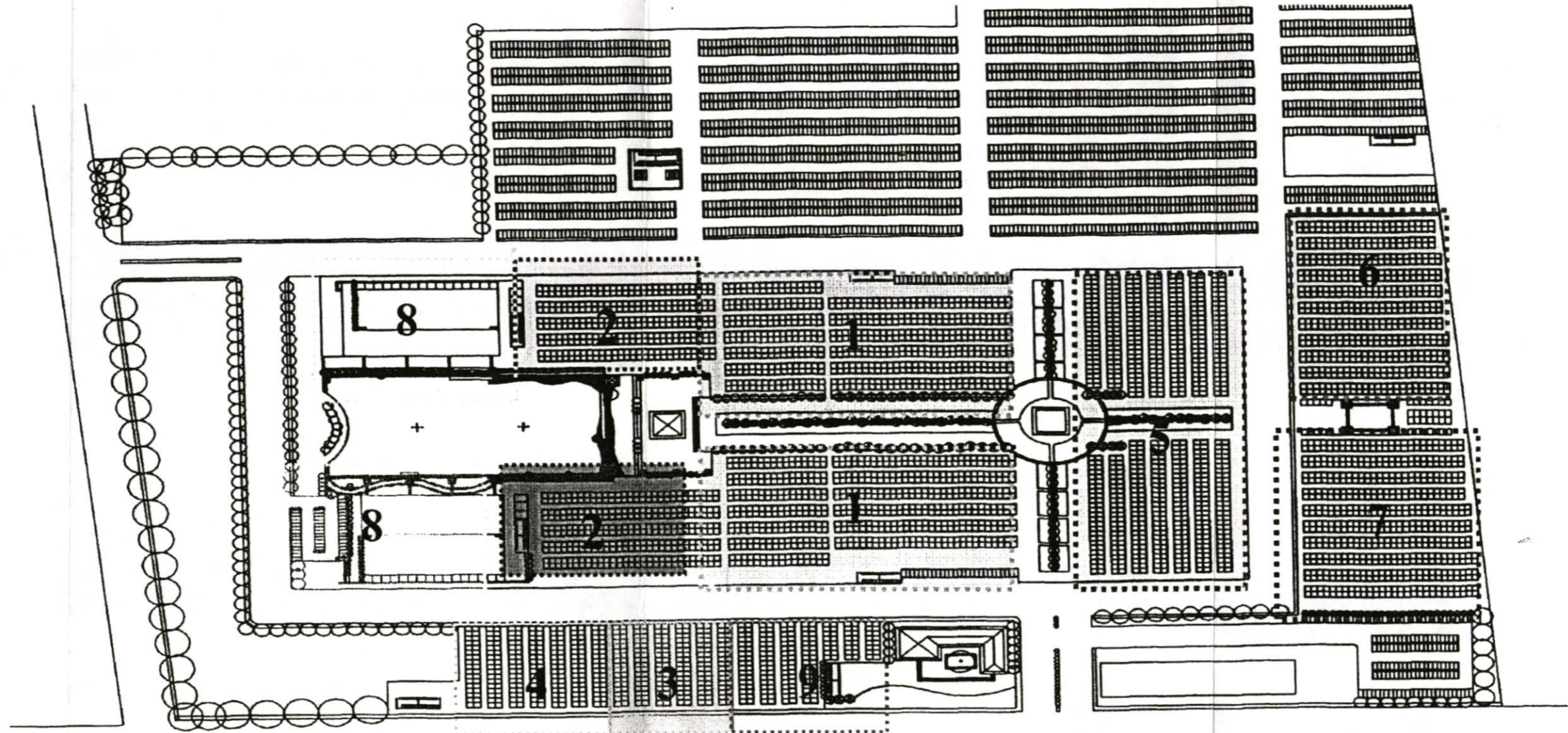
การจัดระเบียบให้กับพื้นที่โดยเน้นที่กิจกรรมของผู้ใช้บริการภายในพื้นที่สาธารณะ โดยการส่งเสริมกิจกรรมการออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจ



- 1 STREET FURNITURE
- 2 ทางสัญจรจักรยานภายในพื้นที่สาธารณะ
- 3 พื้นที่พักผ่อน
- 4 พื้นที่พักผ่อนริมน้ำ
- 5 พื้นที่ทางเดินเท้า
- 6 พื้นที่กิจกรรมพักผ่อน

แนวความคิดการจัดระเบียบภายในพื้นที่

การแบ่งโซนของพื้นที่ให้มีความชัดเจนและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ให้สอดคล้องกับลักษณะของพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยเน้นที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

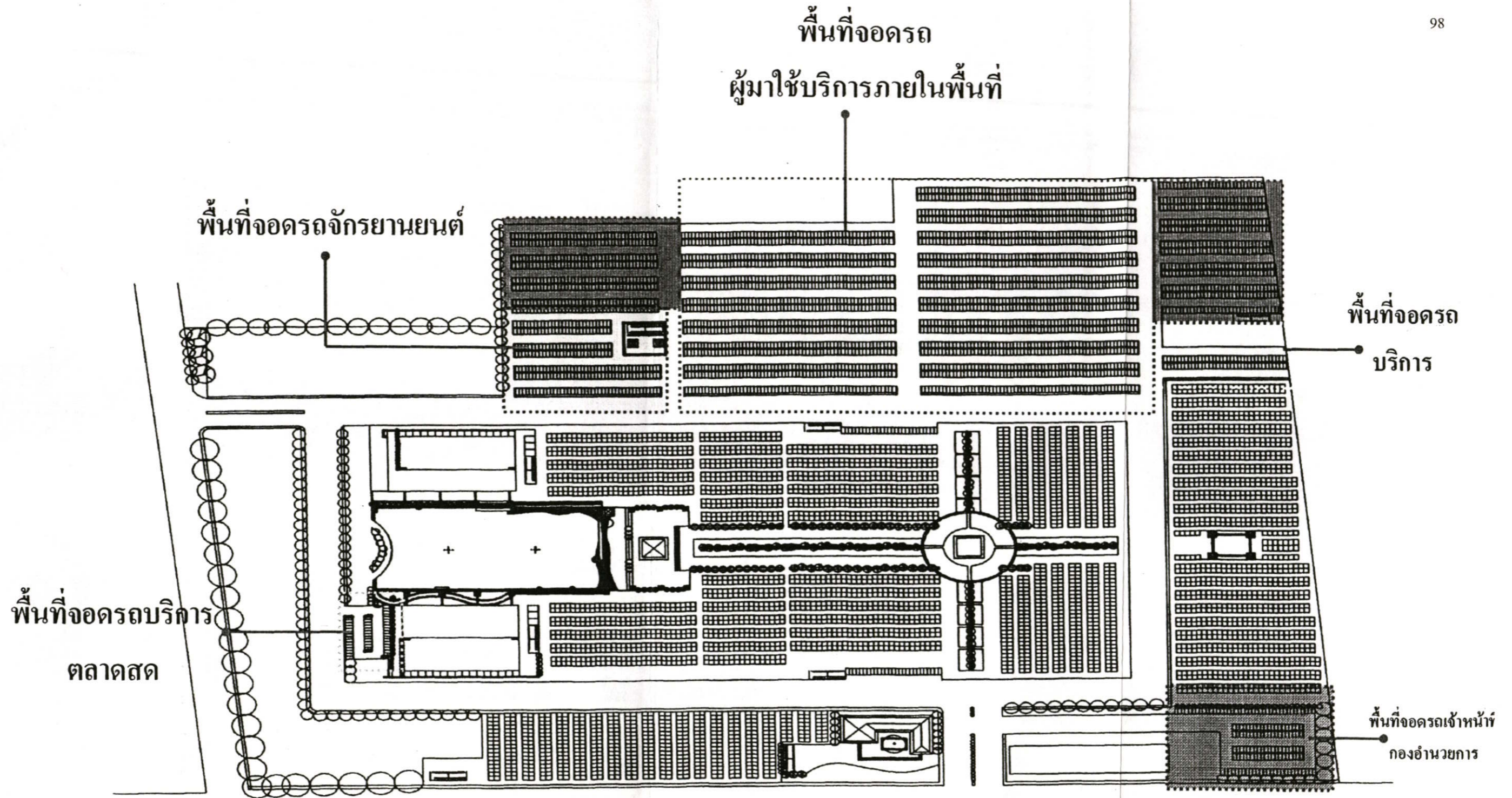


1. โซนที่ 1 เสื้อผ้า / เครื่องหนัง
2. โซนที่ 2 เบ็ดเตล็ด
3. โซนที่ 3 หัตถกรรม
4. โซนที่ 4 อุปกรณ์เดินป่า

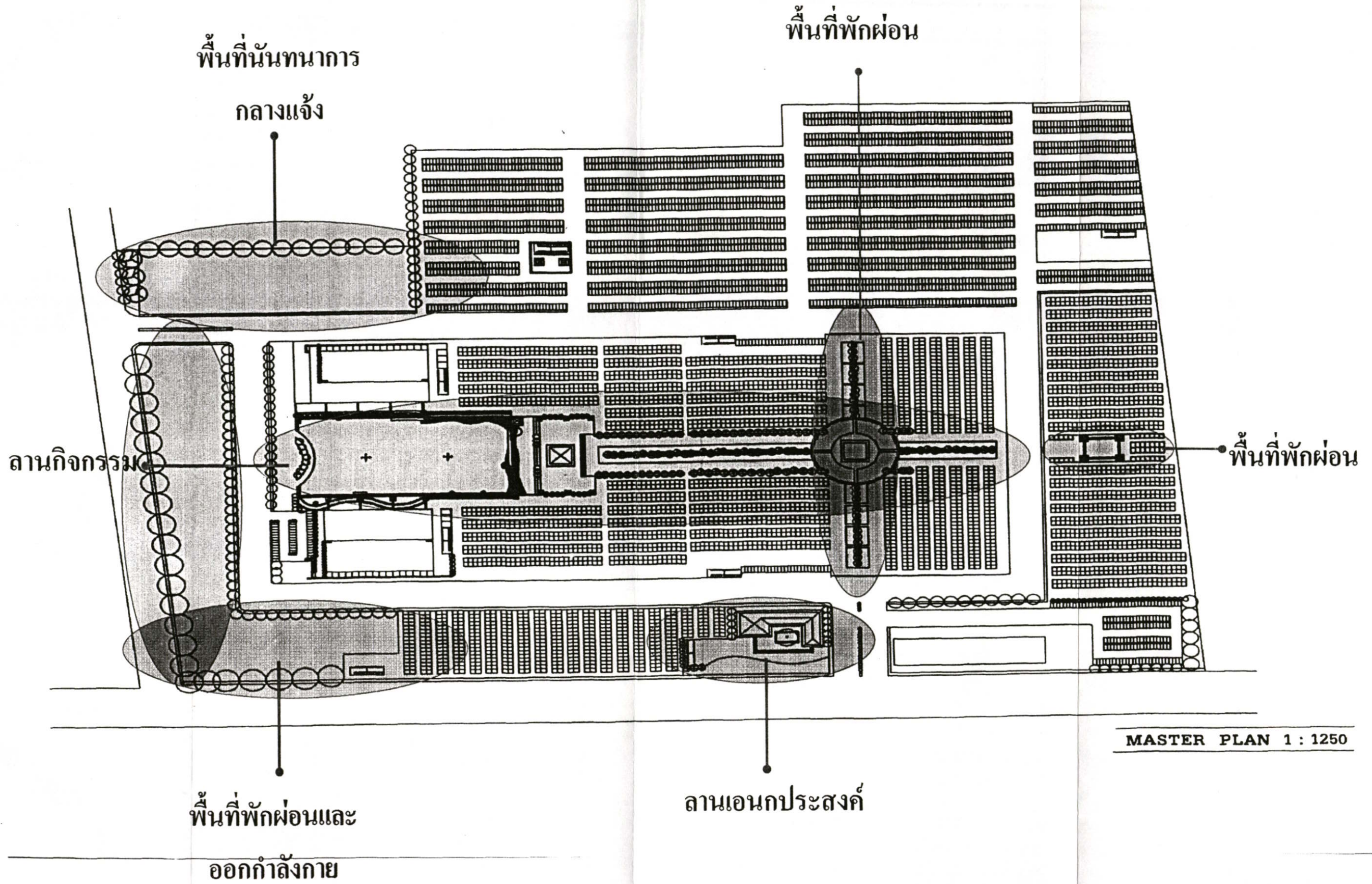
5. โซนที่ 5 ปลาสวยงาม
6. โซนที่ 6 ต้นไม้และอุปกรณ์
7. โซนที่ 7 ก้าวไม้
8. โซนที่ 8 ตลาดสด / อาหารสำเร็จรูป

9. โซนที่ 9 ชมรมต่างๆ

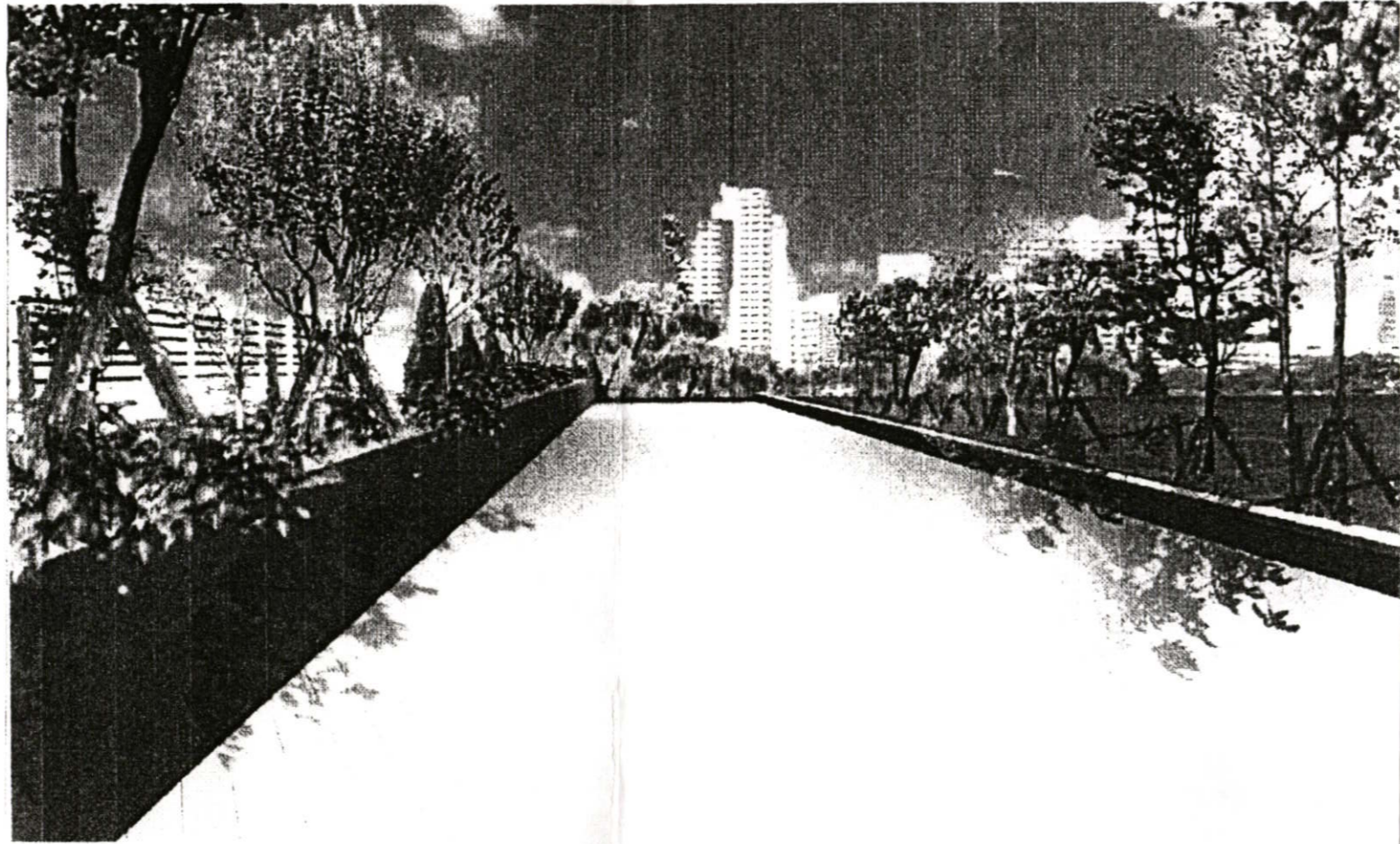
MASTER PLAN 1 : 1250



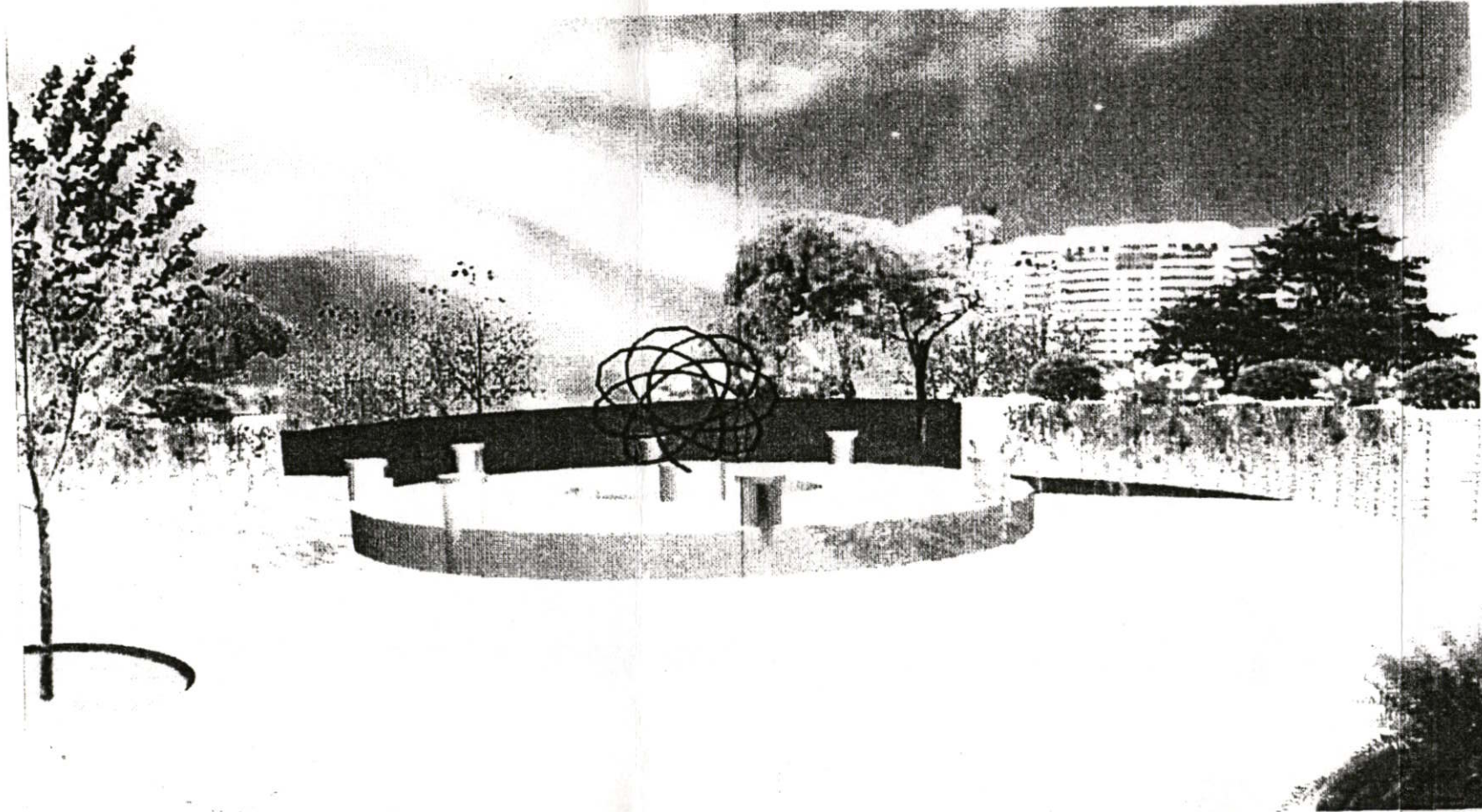
MASTER PLAN 1 : 1250



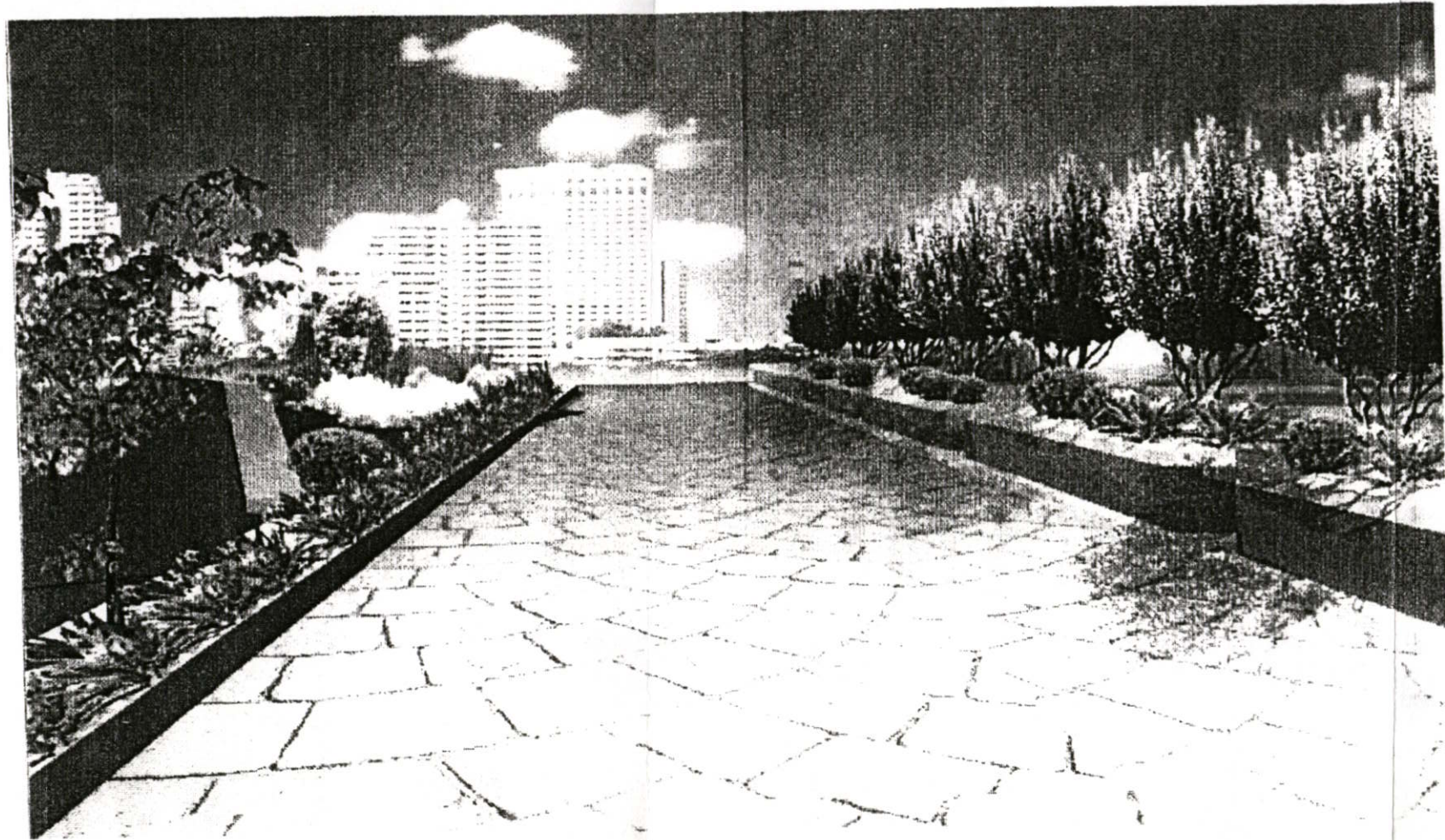
MASTER PLAN 1 : 1250



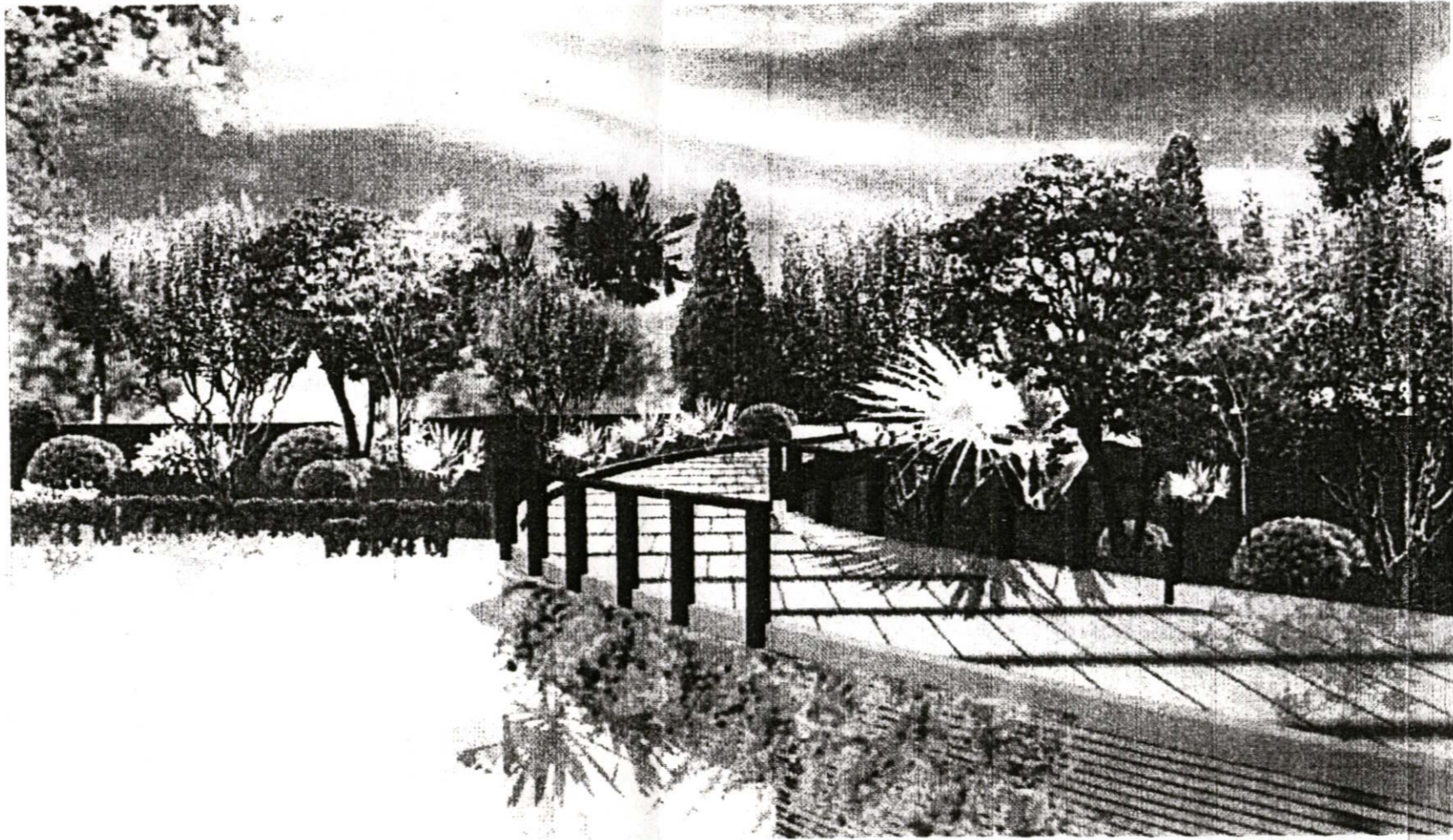
PERSPECTIVE



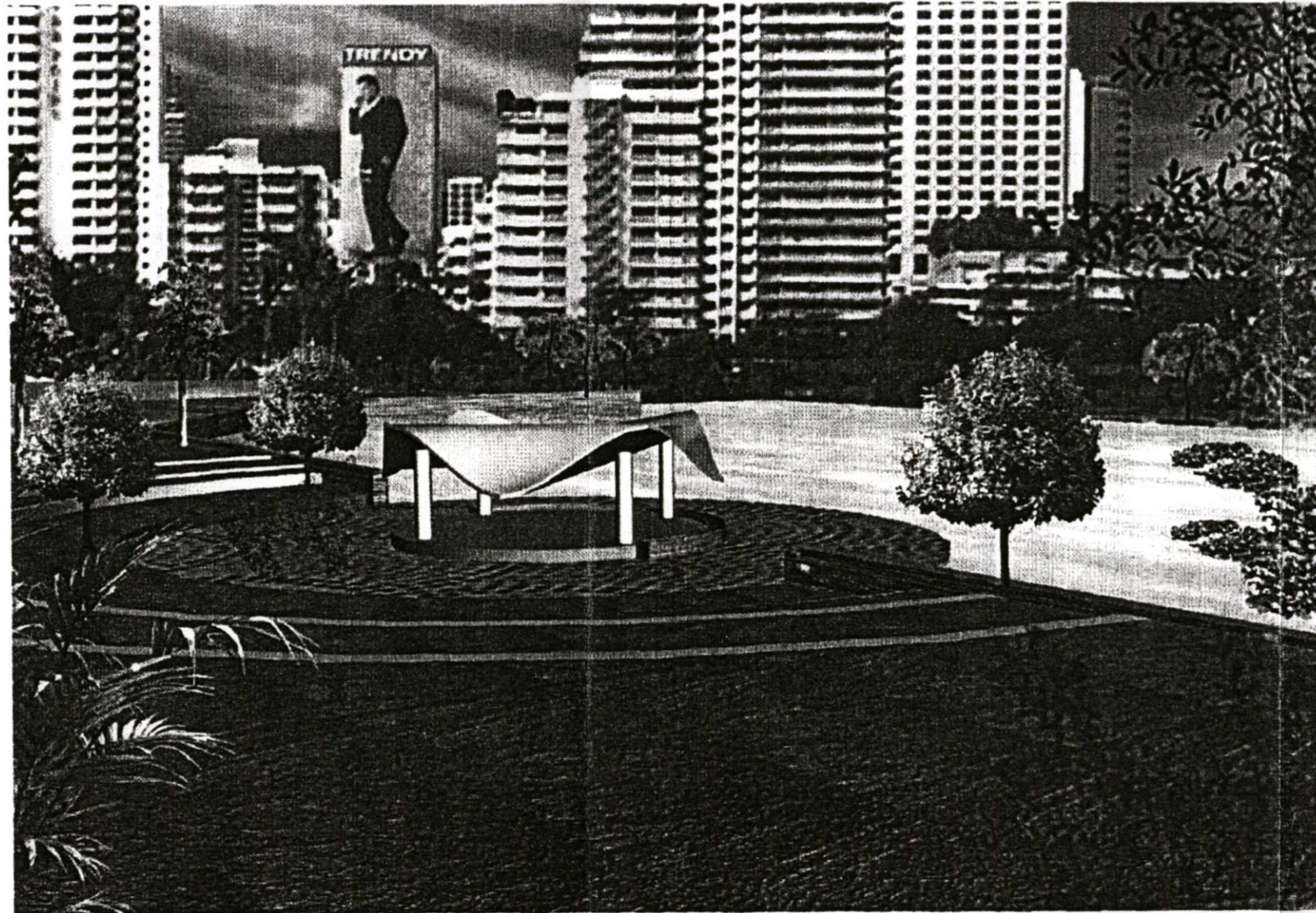
PERSPECTIVE



PERSPECTIVE



PERSPECTIVE



PERSPECTIVE



PERSPECTIVE



PERSPECTIVE



PERSPECTIVE

บรรณานุกรม

- เกียรติ จิระกุลและคณะ. 2525. ตลาดในกรุงเทพมหานคร.การขยายตัวและการพัฒนา.
กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติ จิระกุล. 2542. การเปลี่ยนแปลงของตลาดสดในกระแสโลกาภิวัตน์และการพัฒนาเมือง.
กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กษมา วรรณศิลป์. 2540. บทบาทของศูนย์การค้าชานเมือง. พัฒนาการในพื้นที่ด้านเหนือของ
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาการวางแผน
ภาคและผังเมือง. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จිරนนท์ ฟองดวง. 2546. แนวทางการปรับปรุงย่านการค้าตลาดต้นลำไยและตลาดวโรรส
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ดำรง ฐานดี. 2520. แหล่งเสื่อมโทรมในเมือง, หนังสือปัญหากรุงเทพฯ.การประชุมวิชาการ :
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2), สำนักงานกองอำนาจการ. ประวัติความเป็นมาของสำนักงานตลาด
กรุงเทพมหานคร. 2546.
- วัลลภ มั่นแน่น. 2541. แนวทางการจัดหาแร่แฝงลอยในเมือง. กรณีศึกษานครเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวางแผนภาคและผังเมือง. บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. 2541. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาริยา ศรีเชื้อ. 2540. แนวทางการวางแผนพัฒนาย่านการค้าหลักในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร.
กรณีศึกษาเขตบางกะปิ วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาค
และผังเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักนโยบายและแผน. 2539. การศึกษาเพื่อกำหนดการวางแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ฉบับที่
7. กรุงเทพมหานคร. สำนักนโยบายและแผน.
- สำนักผังเมือง. ร่างผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 2544. กรุงเทพมหานคร. กองผังเมือง
กรุงเทพมหานคร. 2530.
- โสภาคย์ พาสุนิรัตต์. 2537. การออกแบบ สภาพแวดล้อมชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ประกายประกาย.

- สมลักษณ์ หนูสวัสดิ์. 2545. แนวโน้มการออกแบบตลาดสดระดับชุมชนในเขตบางกะปิ.
 วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชา สถาปัตยกรรม บัณฑิตวิทยาลัย
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เอี่ยม อนันตสานต์. 2539. การออกแบบผังบริเวณ. พิมพ์ครั้งที่2.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
- อัยภูง โปราณนท์. 2527. ผลกระทบของลักษณะประชากรและการใช้ที่ดินที่ผลต่อความการ
 สิ่งสาธารณะ : กรณีศึกษานครเชียงใหม่. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัญชติ ชาติวิวัฒนาการ. 25433. การปรับปรุงย่านพาณิชยกรรมเก่า จังหวัดนครราชสีมา
 วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวางแผนภาคและผังเมือง.
 บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Christaller and Green J.HW. "Urban Hinterland in England and Wales".
Geographical Journal Vol.96,1961.
- Eisner,simmon and Gallion, Arthur B. **The Urban Pattern : City Planning and Design.**
 New York : D.van Nortrand Reinhold Co.1980.
- Goodman, William I. **Principles and Practice of Urban Planning.** 1962.
- Gallion,Arther B And Eisner,Simon. 1975.The Urban Patturn:City planning And Design.3
 re.ed.Newyork:D Van Nostrad Company.
- Robert, Margaret. **An Introduction to Town Planning Technique.** Great
 Britain, R.J. Acford Scot, Ltd.Chichester,Sussex and Bound by wm
 Brendon & Son Ltd. 1974.
- Tapananont, Nopanant et al. The study of the Development of Bangkok Metropolitan
 Subcenters. **Urban Development & Control : Jappnese an Thai Experiences**
 (April 1990) : 1-13.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
เอกสารทางราชการ



วันที่ ๑๖.๐๖.๒๕๕๔
วันที่ - 9 ก.ค 2548
เวลา 11.56 น.
๑๕๑

ที่ ศธ 0524.04/ 2802

คณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๘/ มิถุนายน 2548

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษา

เรียน ผู้อำนวยการตลาดนัดจตุจักร

ด้วย นายกฤติกร กลิ่นกล้า นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอข้อมูลเกี่ยวกับผังการบริหารงาน ประวัติความเป็นมาของตลาดนัดจตุจักร เอกสารเกี่ยวกับผังแบบแปลนและผังบริเวณแสดงพื้นที่รวมทั้งหมดของตลาดนัดจตุจักร เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวความคิดการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง) 2"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

นางวิมลรัตน์
วิมลรัตน์
นายเฉลิมชัย เจริญทรัพย์
ผู้อำนวยการตลาดนัดจตุจักร
เฉลิมชัย

หน่วยบัณฑิตศึกษา
โทร. 0-2737-3000 ต่อ 3692
โทรสาร. 0-2326-4325

กมล
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)
รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติราชการแทนคณบดี
วิมลรัตน์ (จ)
วิมลรัตน์
(นางวิมลรัตน์ ห่อห่อห่อ)
หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป
กมล

กมล
(นางวิมลรัตน์ สีสว่างเลิศ)

กมล
กมล

กองส่งเสริมการเกษตร
 257/2561 กรมส่งเสริมการเกษตร
 กรมส่งเสริมการเกษตร ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10130
 โทร. 0 - 24745223 - 4 , 0 - 24745224

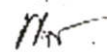
เรื่อง สถาบันบูรณาการจัดทำวิทยานิพนธ์
 เวียดนามตีพิมพ์งานวิจัย
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตามที่ นายฤทธิกร กลิ่นกล้า นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ยื่นหนังสือที่อ้างถึง เพื่อขอข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งหนังสือให้ความเห็นชอบในโครงสร้างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ข่านการค้าตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร) นั้นสำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ได้พิจารณาแล้ว และเห็นชอบในโครงสร้างวิทยานิพนธ์ แล้วจึงได้ส่งมอบข้อมูลการจัดทำวิทยานิพนธ์เพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนักศึกษาและสถาบันการศึกษา

อนึ่ง สำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลดังกล่าวด้วย เพื่อสงวนข้อมูลและใช้ประโยชน์ประกอบการดำเนินงานของสำนักงานกองอำนาจการตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) ในอนาคตต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(ส.ศิริวิทย์ นิชรัตน์)

ผู้อำนวยการสำนักงานกองอำนาจ
 ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)



ว. 4256/พ.
21 มี.ค. 66
66 806

ที่ กบ 1504 2235

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๗ มิถุนายน 1546

เรื่อง ขอบขออนุญาตระงับใบกำกับสินค้า

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานลาดกระบัง (สนามหลวง 2)

ด้วย นายเอกสิทธิ์ จิตต์กล้า นักศึกษาระดับปริญญาโท ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอขออนุญาตระงับใบกำกับสินค้าเพื่อแสดงการสนับสนุนการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวความคิดในการพัฒนาอานการตัดกระดาษกรี (สนามหลวง 2) สำนักงานกลางสำนักงานลาดกระบัง (สนามหลวง 2)"

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้กับนักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายฉัตรชัย ชิมสาร)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแบบปกติ

ร.ร. ๖๖๖

คณบดีใน ก. ๖๖๖.๖๖๖.๖๖๖

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. (0-2737-3000) ต่อ 3692

โทรสาร. 0-2326-4325

(นายสุวิมล วิชาญประไพรัตน์)
ผู้อำนวยการกองอำนวยการตัดกระดาษกรี

ภาคผนวก ข.
แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire)
เรื่อง แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเรื่องที่ศึกษา สภาพปัญหาและความต้องการในการใช้พื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

หมายเหตุ เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
ให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมของประชากรกลุ่มต่าง ๆ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
(สาขาวิชา สถาปัตยกรรม) ขอความร่วมมือในการทำแบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท
การศึกษาเรื่อง แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
แบบสอบถาม สำหรับผู้มาใช้บริการที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 15 ปี 15-20 ปี
 21-25 ปี 26-35 ปี
 36-40 ปี 41-50 ปี
 51-55 ปี 56-60 ปี
 60 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส โสด สมรส หย่า เสียชีวิต
4. ระดับการศึกษาของท่าน ต่ำกว่าประถมศึกษา ประถมศึกษา
 มัธยมศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี ปริญญาโทหรือสูงกว่า
5. อาชีพของท่าน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท
 รับจ้างทั่วไป เจ้าของกิจการส่วนตัว ค้าขาย
 แม่บ้าน นักเรียน - นักศึกษา อื่นๆ ระบุ.....
6. รายได้ของท่าน น้อยกว่า 3,000 บาท 3,001-5,000 บาท
(ต่อเดือน) 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท
 20,001-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท

ตอนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา

กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน

1. ท่านมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) เพื่อทำอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และท่านมาที่นี่
มาก น้อยเพียงใด ให้ท่านกาเครื่องหมาย X ลงในช่องที่สอดคล้องกับความเป็นจริง

วัตถุประสงค์การมา ตลาด	เดือนละ 1 ครั้ง	เดือนละ 2 ครั้ง	เดือนละ 3 ครั้ง	เดือนละ 4 ครั้ง	ทุก สัปดาห์	มากกว่า นั้น
ซื้อของ						
ต่อรถเมล์						
พักผ่อนหย่อนใจ						
ทำธุระ						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						

2. ถ้าท่านมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ท่านมักจะทำกิจกรรมใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เดินเล่นดูสินค้า เดินซื้อสินค้า นัดพบปะเพื่อนที่นี่
 มารับประทานอาหารในย่านนี้ อื่นๆ ระบุ.....

3. เมื่อท่านมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ท่านมักซื้อสินค้าประเภทใดเป็นประจำ

(กรุณาเลือกตอบเพียง 3 ข้อโดยใส่หมายเลข 1,2,3 ลงใน จากมากที่สุดตามลำดับ)

- เสื้อผ้า เครื่องประดับ พันธุ์ไม้ / อุปกรณ์ตกแต่งประดับสวน
 สัตว์เลี้ยง / อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง หัตถกรรม
 เบ็ดเตล็ด พลาสติก
 พระเครื่อง ศูนย์อาหาร
 ตลาดสด อุปกรณ์ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์
 อื่นๆระบุ.....

คำถามต่อไปนี้เป็นปรดเลือกตอบเพียงข้อเดียว

4. ท่านคิดว่าคุณภาพของสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) เป็นอย่างไร
- ดี ปานกลาง ต้องปรับปรุง
5. ท่านคิดว่าราคาของสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) เป็นอย่างไร
- ราคาถูก ราคาปานกลาง ราคาแพง
6. ท่านซื้อสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ด้วยเหตุผลใด
- ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน / ที่เรียน เป็นทางผ่าน
- สินค้ามีคุณภาพ ราคาถูก อื่นๆ ระบุ.....
7. ท่านเดินทางมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) อย่างไร
- รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์
- รถจักรยาน เดินเท้า แท็กซี่
- รถรับจ้าง อื่นๆ ระบุ.....
8. ท่านใช้เวลาเท่าใดในการเดินทางจากที่พักหรือที่ทำงานมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) นี้ประมาณ...
- น้อยกว่าหรือประมาณ 30 นาที
- มากกว่า 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง
- มากกว่า 1 ชั่วโมง
9. ส่วนใหญ่ท่านมาในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ในช่วงเวลาใด
- ระหว่างเวลา 09.00 – 13.00 น.
- ระหว่างเวลา 13.00 – 17.00 น.
- ระหว่างเวลา 17.00 – 21.00 น.
- อื่นๆ ระบุ.....

10. เมื่อท่านมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) ท่านต้องพบกับปัญหาใดบ้าง

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีที่จอดรถ | <input type="checkbox"/> การจัดการจราจรเดินรถเข้า – ออก |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาหาบเร่ – แผงลอยกีดขวางทางเดิน | <input type="checkbox"/> ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง |
| <input type="checkbox"/> พื้นที่นั่งพักผ่อนหย่อนใจ | <input type="checkbox"/> สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ |
| <input type="checkbox"/> ความสะอาดของพื้นที่ | <input type="checkbox"/> ความกว้างทางเดินระหว่างร้านค้า |
| <input type="checkbox"/> การจราจรติดขัด | <input type="checkbox"/> ปัญหาอื่นๆ โปรดระบุ..... |

ความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)

11. ท่านคิดว่าบริเวณตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) นี้ควรได้รับการพัฒนาหรือไม่โปรด

เสนอแนะ

- ไม่ควร
- ควร เหตุผล.....
-
-
-

ถ้าต้องการแนวทางการพัฒนาควรเป็นเรื่องใด

- สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
- รูปแบบทางสถาปัตยกรรม
- ประเภทร้านค้า
- จำนวนร้านค้า
- การใช้พื้นที่ภายในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)
- รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการพื้นที่
- ด้านสาธารณูปโภค
- การคมนาคมและการขนส่งสินค้า
- การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย
- การใช้ประโยชน์ของพื้นที่
- อื่นๆระบุ.....

การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (Interview Form)
เรื่อง แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ 1 ชุด คือ

สัมภาษณ์ผู้ขายสินค้าอยู่ในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) มีรายละเอียดดังนี้

- รูปแบบของการจัดพื้นที่และการให้บริการด้านสาธารณูปการ
- การคมนาคมและการขนส่งสินค้า
- การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย
- การรักษาความปลอดภัย

หมายเหตุ เป็นการเก็บข้อมูล เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)
ให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมของประชากรกลุ่มต่างๆ

คณะกรรมการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
(สาขาวิชา สถาปัตยกรรม)ขอความร่วมมือในการทำแบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท
การศึกษาเรื่อง แนวความคิดในการพัฒนาพื้นที่ตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร
แบบสัมภาษณ์ สำหรับผู้ขายสินค้าภายในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)

ข้อ 1. แสดงความคิดเห็น

รายการ	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	สิ่งที่ควรปรับปรุง
1. ขนาดของทางเดินเท้าใน ตลาด		
2. ความสูงของตัวอาคาร		
3. การให้แสงสว่าง		

รายการ	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	สิ่งที่ควรปรับปรุง
16. การกำจัดขยะมูลฝอย		
17. การระบายน้ำในตลาด		
18. การป้องกันและกำจัดแมลง / หนู		
19. การดูแลรักษาความปลอดภัย		
20. อื่น ๆ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายกฤติกร กลิ่นกล้า
วัน/เดือน/ปีเกิด	5 กันยายน 2520
ประวัติการศึกษา	<p>พ.ศ.2537 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จากโรงเรียนราชเศรษฐวิศิศิลปกรรม สาขาวิชาช่างเทคนิค สถาปัตยกรรม</p> <p>พ.ศ.2539 สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา จากวิทยาลัยเทคนิคราชสีหราชาราม สาขาวิชาช่างเทคนิคสถาปัตยกรรม</p> <p>พ.ศ.2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะครุศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรม</p> <p>พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p>
ประวัติการทำงาน	<p>พ.ศ.2543 - 2548 โรงเรียนบดินทรเดชา(สิงห์ สิงหเสนี) 2</p> <p>พ.ศ.2549 - ปัจจุบัน บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)</p>