

แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด

IMPROVEMENT AND DESIGN ON MARKET IN PAK-KRET  
MUNICIPALITY

วรรณศาสตร์ เป็ยศาสตร์  
VANNASART PEASART

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานศึกษาความพึงพอใจผู้ตรว้ปัญญาดูการศึกษาคู่ตลาดรวมมหาวิทยาลัย

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

โรงเรียนเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2550

แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด

IMPROVEMENT AND DESIGN ON MARKET IN PAK-KRET  
MUNICIPALITY

วรรณสารต์ เปี้ยสารต์

VANNASART PEASART

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2550

**IMPROVEMENT AND DESIGN ON MARKET IN PAK-KRET  
MUNICIPALITY**

**VANNASART PEASART**

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

**2007**

**COPYRIGHT2007**

**SCHOOL OF GRADUATE STUDIES**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสด ในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด
นักศึกษา	นายวรรณศาสตร์ เป็ยศาสตร์
รหัสประจำตัว	45063137
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรม
พ.ศ.	2550
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ สมพล ดำรงเสถียร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดทำการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตลาดสดและลักษณะของตลาดสดที่ผู้ซื้อต้องการ โดยศึกษาตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดจำนวน 3 ตลาด โดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ผู้วิจัยทำการทำแบบสอบถามผู้ซื้อที่มาซื้อของในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดจำนวน 650 คน สัมภาษณ์ผู้ที่ขายของในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดจำนวน 108 คน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าร้อยละ สรุปผลเสนอเป็นแนวความคิดในการออกแบบตลาดสดและโครงการงานออกแบบสถาปัตยกรรม โดยใช้พื้นที่ภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

จากการวิจัยพบว่าปัจจุบันตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด โดยทั่วไปจะติดตลาดในตอนเช้าและเย็น ซึ่งกิจกรรมการซื้อขายจะเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่จะหนาแน่นในตอนเช้ามาเป็นตอนเย็นเนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเวลา และการเดินทางของผู้บริโภค นับตั้งแต่การติดขัดของการจราจร การจอดรถ ที่อยู่ไกลออกไปจากที่ทำงาน เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่กินเวลาให้หมดไป ดังนั้นคนส่วนใหญ่จึงได้เดือนช่วงเวลาของการจ่ายตลาดจากการไปจ่ายตลาดตอนเช้าหรือสายจากบ้าน มาเป็นแวะซื้อตอนขากลับจากทำงานในตอนเย็นไปแล้ว

ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ พบว่าตลาดสมควรตั้งอยู่ในสถานที่ที่การคมนาคมขนส่งสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึง เป็นเส้นทางคมนาคมสายหลัก มีชุมชนมากพอที่ทำให้เกิดกำลังซื้อได้ มีสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะ มีต้นไม้ให้ความร่มเย็นและช่วยป้องกันมลพิษที่เกิดจากที่จอดรถและการจราจรติดขัดรอบ ๆ ตลาด ทางเดินเท้าเข้าตลาดและรอบ ๆ จัดให้เป็นระเบียบและสะอาด มีการรักษาความปลอดภัยจากโจรกรรม

สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสดพบว่า ปัจจุบันคงมีปัญหาด้านแสงสว่าง กลิ่น ความชื้น ฝนสาด การระบายน้ำ การกำจัดขยะ การจัดระเบียบการใช้พื้นที่ ที่จอดรถ การจราจรติดขัดรอบ ๆ

ตลาด ตัวอาคารตลาดทรุดโทรมไม่ได้รับการปรับปรุง พื้นเปียกและไม่น่าเดิน การไม่รักษาความสะอาดของผู้ขาย ห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะไม่เพียงพอต่อความต้องการและหายเร็วแผงลอยกีดขวางทางเดิน ปัญหาเหล่านี้ถ้าได้รับการเอาใจใส่และคำนึงถึงก่อนการจัดสร้างตลาดขึ้นใหม่และเตรียมการป้องกันไว้ล่วงหน้า ก็จะช่วยให้ตลาดสดที่เกิดขึ้นมีลักษณะที่ดีได้

ลักษณะของตลาดสดที่ผู้ใช้ต้องการ พบว่าต้องการตลาดที่สะอาดถูกสุขลักษณะ เดินทางเข้าสะดวก มีบริการอย่างเพียงพอในเรื่องของที่จอดรถ ร้านค้า สินค้าที่หลากหลาย การรักษาความปลอดภัย ข่าวนสาร โทรศัพท์ ห้องน้ำ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก

ผลจากการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปกำหนดแนวทางการปรับปรุงและออกแบบ และองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมเพื่อการออกแบบตลาดในเขตเทศบาลที่สามารถตอบสนองผู้ใช้และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสม

<b>Thesis Title</b>	Improvement and Design of Market in Pak-Kret Municipality Nontabure Pkvince
<b>Student</b>	Mr. Vannasart Peasart
<b>Student ID.</b>	45063137
<b>Degree</b>	Master of Industrial Education
<b>Program</b>	Master of Architecture
<b>Year</b>	2007
<b>Thesis Advisor</b>	Associate Professor Sompol Dumrongsatian
<b>Thesis Co-Advisor</b>	Assistant Professor Dr. Lertlak Klinhom

## ABSTRACT

The purposed of this research were to study the improvement and design of Market in Pak-Kret Municipality Nontabure Pkvince, study the condition at present and problem that may arise toward fresh market and characteristic of designed fresh market. By studying the fresh market in Pak-Kret Municipality Nontabure Pkvince all of them 3 markets using questionatre, interview and observe. The researcher had interviewed 650 consumers in Pak-Kret Municipality Nontabure Pkvince, interviewed 108 market seller of Pak-Kret Municipality Nontabure Pkvince area. Then studied the information take from interviews to analyze by percent to analyze. Then propose as tendency to design fresh market and architectural designed structure as sample design.

It was find out from the research that at present Pak-Kret Municipality Nontabure Pkvince fresh market generally was very congestion during morning and evening time. Because of limit time and time spend for consumer to travel, due to traffice congestion, car park, was too far from work in place. All of these will have to spend time. So most people use the time in going to the market in the morning or later from home. To go to the market when going home after work at evening time.

It was also find out that the place and environmental condition of possibility. That the place for communication was convenient easily access, various lanes, congested people having the buying power, healthy environmental condition, shady tress that help to protect from pollution through traffic and air pollution around the market. The entrance to the market and surrounding is proper and clean, safe from robbery.

The problem found in the fresh market was that at present, lighting was still the problem, smell bad, wet, rainy, drainage, garbage, order in using the area, parking lot, congested traffic condition around the market, the market building is old that it has not renovated, the floor was damp and wet not good to walk around, the seller did not maintain the cleanliness, insufficient toilet and telephone, with blockage of street seller. If these problems have been cared and emphasized these things before building this market. Also to be careful in constructing to avoid facing like this problem in the future. To help and make this place into a good market.

It was found out that the characteristic of market demand by the consumer should be clean with good sanitation, convenience easily access, sufficient services for parking lot, shops, goods in various kinds, safety, communication, telephone, toilet and accommodation for conveniences like.

The research outcome can be applied as tendency for designing the proper and suitable fresh market as well as components for architecture. To design the fresh market building in the community able to correspond the consumer that varies the suitable environmental condition.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.สมพล คำรังเสถียร และ ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือ และ ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.สุรศักดิ์ กังขาว รศ.สมพล คำรังเสถียร และ รศ.ดร.ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ ที่กรุณาตรวจสอบกระบวนการวิจัย ให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์จนสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า และเป็นแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ ตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเครื่องมือให้มีคุณภาพ

ขอขอบพระคุณ ท่านผู้ปกครองที่เป็นทุก ๆ อย่างตลอดมา และขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

วรรณสาตร์ เป็ยสาตร์

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญรูป.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	12
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม.....	18
2.3 ทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวกับย่านการค้า.....	22
2.4 โครงการพัฒนาตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	24
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	29
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
4.2 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของตลาดสด.....	69
4.3 ข้อดีข้อเสียและข้อดีที่ได้จากโครงการเดิมนำมาใช้กับโครงการ.....	85
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	87
5.1 การเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม.....	87
5.2 อภิปรายผล.....	96
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	100
5.4 การนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบ.....	101
บรรณานุกรม.....	130
ภาคผนวก.....	132
ประวัติผู้เขียน.....	160

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม.....	36
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น รูปแบบสถาปัตยกรรม และบริการด้าน สาธารณูปการ.....	38
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น คุณภาพและราคาของสินค้า.....	41
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น การเดินทาง ระยะเวลาการเดินทางและการเข้าถึง.....	42
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น ปัญหาที่พบเวลาซื้อสินค้า.....	44
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด.....	45
4.7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์.....	46
4.8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้.....	48
4.9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวัน หรือสินค้าภายในบ้าน).....	49
4.10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด.....	50
4.11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด.....	51
4.12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์.....	52
4.13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้.....	53
4.14 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน).....	54
4.15 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด.....	55
4.16 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด.....	56
4.17 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์.....	57
4.18 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้.....	58
4.19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน).....	59
4.20 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด.....	60
4.21 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด.....	61
4.22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์.....	62
4.23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้.....	63

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน).....	64
4.25 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด.....	65
4.26 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด.....	66
4.27 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์.....	67
4.28 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้ และผลไม้.....	67
4.29 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันสินค้าภายในบ้าน).....	68
4.30 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด.....	68

# สารบัญญรูป

รูปที่	หน้า
1.1 แสดงทางเข้าหลักของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ผู้วิจัยพบว่าผู้ค้าวางสิ่งกีดขวางการจราจรลำเข้ามาในถนนหลัก และบนบาทวิถี ก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบ.....	3
1.2 แสดงทางเข้าหลักของตลาดศรีปากเกร็ด ผู้วิจัยพบว่าผู้ค้าวางสิ่งกีดขวางการจราจรลำเข้ามาในบนบาทวิถี และไม่มีพื้นที่ประกอบกิจกรรมการค้าขายที่แน่นอน ก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบ.....	4
1.3 แสดงทางเข้าหลักของตลาดพิชัย ผู้วิจัยพบว่าตลาดแห่งนี้มีการจราจรของรถมอเตอร์ไซค์ภายในตลาดตลอดทั้งวัน ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงกับผู้ใช้บาทวิถีและผู้ค้าขายเอง รวมถึงก่อให้เกิดความสับสนวุ่นวาย และความไม่เป็นระเบียบภายในตลาด.....	5
1.4 แสดงแผนที่ของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	6
2.1 แสดงผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี.....	13
2.2 แสดงพื้นที่ย่านห้าแยกปากเกร็ดถึงท่าหน้าปากเกร็ด.....	14
2.3 แสดงพื้นที่ย่านห้าแยกปากเกร็ดถึงท่าหน้าปากเกร็ดประกอบไปด้วย 3 ชุมชน.....	15
4.1 สภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	69
4.2 สภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	70
4.3 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม.....	71
4.4 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม.....	72
4.5 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	73
4.6 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	76
4.7 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	75
4.8 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	76
4.9 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	77
4.10 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	78

## สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.11 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านกิจกรรมและความหนาแน่น ของกิจกรรม.....	79
4.12 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	80
4.13 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	81
4.14 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ...82	
4.15 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ...83	
4.16 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม...84	
4.17 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	84
4.18 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด.....	85
5.1 แสดงช่วงเวลาในการใช้บริการในตลาดและจำนวนผู้ใช้บริการ.....	102
5.2 แสดงลักษณะการเข้าไปใช้บริการผู้ซื้อและขายและแสดงเวลาการเข้าใช้บริการ และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง.....	103
5.3 แสดงพาหนะในการขนส่งสินค้า.....	104
5.4 แสดงจำนวนแผงสินค้าในตลาดและแสดงประเภทของร้านค้าที่ต้องการ.....	105
5.5 แสดงการกำหนดที่ตั้งตัวอาคารตลาดสดและแสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ.....	106
5.6 แสดงการวิเคราะห์โครงการ.....	107
5.7 แสดงการกำหนดที่ตั้งตัวอาคารตลาดสด.....	108
5.8 แสดงปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสด.....	109
5.9 แสดงการเข้าถึงตัวอาคารทางเข้าด้านหน้าติดถนนแจ้งวัฒนะและด้านหลังติด กัณฑ์ในซอย.....	110
5.10 แสดงแนวความคิดในการออกแบบความสูงตัวอาคารและแสดงแนวความคิด ในการออกแบบการระบายอากาศ.....	111
5.11 แสดงแนวความคิดในการออกแบบแสงสว่างจากธรรมชาติและแสดงแนวความคิด คิดในการออกแบบแสงสว่างจากแสงประดิษฐ์.....	112
5.12 แสดงแนวความคิดในการออกแบบทางสัญจรและที่จอดรถและแสดงแนวความคิด ในการออกแบบการป้องกันฝุ่นควันและเสียงรบกวน.....	113
5.13 แสดงแนวความคิดในการออกแบบห้องน้ำและแสดงแนวความคิดในการออก แบบที่ทิ้งขยะ.....	114

## สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
5.14 แสดงแบบแปลนของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	115
5.15 แสดงแบบแปลนร้านค้าของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	116
5.16 แสดงรูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	117
5.17 แสดงรูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	118
5.18 แสดงรูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	119
5.19 แสดงรูปตัดของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	120
5.20 แสดงรูปตัดของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	121
5.21 แสดงแบบแปลนไฟฟ้าของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	122
5.22 แสดงแบบแปลนสุขาภิบาลของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	123
5.23 แสดงแบบแปลนห้องน้ำภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	124
5.24 แสดงรูปด้านของห้องน้ำภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	125
5.25 แสดงแบบแปลนที่จอดรถในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	126
5.26 แสดงแบบแปลนขยายส่วนทิ้งขยะในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	127
5.27 แสดงแบบทัศนียภาพของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	128
5.28 แสดงแบบทัศนียภาพของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด.....	129

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ถึงแม้ว่าสภาพสังคมของมนุษย์เราในปัจจุบัน จะมีการพัฒนาขึ้นทางด้านต่าง ๆ มากมาย อาทิ ทางด้านเทคโนโลยี วัฒนธรรมและรวมถึงความก้าวหน้าทางวิชาการทางวิทยาศาสตร์อันทันสมัยมีความเจริญก้าวหน้าขึ้นตลอดเวลา เพียงเพื่อทำให้มนุษย์เรามีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่การพัฒนาทางด้านที่กล่าวมานั้น ยังไม่แพร่กระจายไปอย่างทั่วถึง เพียงแต่เป็นการตอบสนองต่อคนในสังคมเพียงส่วนน้อยเท่านั้น คนในสังคมส่วนใหญ่ยังมีสภาพความเป็นอยู่เหมือนเดิมมีความเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ น้อยมาก และสภาพการณ์ด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการบีบรัดมากขึ้นจึงทำให้คนเราในปัจจุบัน ต้องดิ้นรนแสวงหาเครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อความอยู่รอดของตนเอง จึงเป็นเหตุทำให้สภาพทางสังคมเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปอย่างเชื่องช้า

ชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคมไทย มีความผูกพันอยู่กับตลาดมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะตลาดเป็นศูนย์กลางสินค้าต่าง ๆ ตลาดเป็นศูนย์กลางของคนหลายชนชั้นและต่างอาชีพ ต่างมีความต้องการเครื่องอุปโภคบริโภค เพื่อการดำรงชีวิตและความอยู่รอดในสังคมของตนเองและครอบครัว ดังนั้นตลาด จึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทยในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วปัญหาต่าง ๆ จึงตามมาอย่างมากมายเช่น ปัญหาเรื่องการกนอยู่ก็ตามมาด้วย ชีวิตของเราทุกคนต้องการอาหารเพื่อความอยู่รอดถึงแม้ว่าความเจริญทางด้านต่าง ๆ จะมีเข้ามาอย่างมากมาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้คนเรามากยิ่งขึ้น แต่สิ่งอำนวยความสะดวกก็ยังไม่พื่อต่อความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้นมาอย่างรวดเร็ว ดังนั้นตลาดจึงมีความสำคัญต่อคนเราในหลายชนชั้นอาชีพ ซึ่งสภาพของตลาดในปัจจุบันกลายเป็นศูนย์กลางที่ใหญ่ที่สุด เป็นที่รวมของสิ่งของที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต (สุมาลี ทวีศักดิ์ภักดี. 2539 : 3)

ในอดีตประเทศไทย ได้มีการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปกครองควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ประเทศมีความพร้อมทันเทียมกับนานาอารยประเทศในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสิ่งต่าง ๆ ล้วนแต่ทำให้ประเทศพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากปัจจุบันมีการเพิ่มจำนวนประชากรอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการขยายตัวในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ที่อยู่อาศัย ธุรกิจ การใช้บริการสาธารณสุขอุปโภค และสาธารณสุขการ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ตอบสนองกับจำนวนประชากรที่มากขึ้น และทันต่อภาวะการแข่งขันในตลาดโลกและสาเหตุข้างต้นนี้เอง ทำให้การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประชากรและประเทศในทุก ๆ ภาคได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยที่ไม่พัฒนาแบบกระจุกตัวอยู่แต่เฉพาะในเมืองใหญ่ ๆ เท่านั้น แต่สามารถพัฒนาการกระจายความเป็นฐานเศรษฐกิจได้ในทุกภูมิภาคในประเทศไทย

“ตลาด” เป็นศูนย์กลางของชุมชนมานานตั้งแต่อดีต ถึงแม้ว่าปัจจุบันสภาพของชุมชนและการดำรงชีวิตของคนในชุมชนหรือสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปมากเพียงใดตาม ตลาดก็ยังคงมีความสำคัญไว้ไม่เสื่อมคลาย ถึงแม้ว่าจะมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กเกิดขึ้นมากมายทั่วประเทศ แต่ประชาชนส่วนใหญ่ก็ยังไปใช้บริการตลาดหรือตลาดสดกันอยู่เป็นนิจ แต่จากสภาพของตลาดทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน จะพบว่าสภาพโดยรวมของตลาดมักอยู่ในลักษณะที่ไม่ถูกสุขลักษณะ กล่าวคือ มีพ่อค้า แม่ค้า นำของมาวางขายกันเกะกะไม่เป็นระเบียบภายในบริเวณตลาดมีขยะมูลฝอยทิ้งเกลื่อนกลาดมีน้ำเสียขังเจ็นนองทั้งบนพื้นตลาด และตามร่องรับน้ำเสีย มีแมลง และสัตว์พาหนะนำโรคอาศัยอยู่มากมาย ฝ้าเพดานมักมีหยากไย่เกาะอยู่เต็มไปหมด ห้องน้ำห้องส้วม ที่มีให้ผู้ใช้บริการไปใช้ก็ไม่สะอาดไม่ได้รับการดูแลรักษา และสารพัดปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตัวตลาด (สำนักงานอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2545 : 3)

สังคมชีวิตของคนไทยส่วนใหญ่จะเกี่ยวพันอยู่ตลาดค่อนข้างมาก เพราะตลาดเป็นทั้งย่านที่อยู่อาศัยและแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนั้นตลาดยังเป็นศูนย์กลางการพบปะของคนในกลุ่มสังคมเดียวกัน หรือจากต่างกลุ่มสังคม หรือต่างถิ่นฐานกันด้วย แม้กระทั่งทุกวันนี้สังคมได้วิวัฒนาการสู่ยุคข่าวสารก็ตาม ตลาดยังมีความเป็นศูนย์กลางของข่าวสารอยู่นั่นเอง

ตลาดสด เป็นองค์ประกอบสำคัญขั้นพื้นฐานในโครงสร้างการจัดหาบริการให้กับชุมชนเมือง ตลาดสดกับชุมชนเมืองจึงเกิดขึ้นและพัฒนาควบคู่กันไป(เกียรติ จิวะกุล. 2525 : 255) ผลจากการศึกษาปรากฏว่าตลาดซึ่งเป็นแหล่งบริการสินค้า อาหารการกินในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีการวิวัฒนาการขยายตัวตามการตั้งถิ่นฐานและชุมชนนั้นๆ

ในครั้งแรกๆจะเป็นในรูปแบบการค้าขายโดยการใช้เรือ เนื่องจากในสมัยก่อนมีการคมนาคมตลอดจนการขนส่งสินค้าโดยใช้เส้นทางแม่น้ำลำคลอง ซึ่งมีการปลูกบ้านเรือนอยู่หนาแน่น ต่อมาการตั้งถิ่นฐานเริ่มมีการขยายตัวเข้ามาในผืนดินห่างจากแม่น้ำลำคลอง และเกาะกลุ่มกันตามแนวถนน เมื่อเกาะกลุ่มกันหนาแน่นขึ้นก็เกิดเป็นชุมชน หากแต่ว่าชุมชนไหนจะเล็กหรือใหญ่ นั้น ดูจากความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่นั้นๆ การค้าขายก็เช่นกันจากการพายเรือขายก็กลายเป็นการขายในรูปแบบหาบเร่ แผงลอยตามแนวถนน และกระจุกตัวเป็นตลาดหรือย่านการค้าขึ้น ในระยะแรกๆ จะมีรูปแบบเป็นแผงลอยกระจายกันกันไปในระยะนี้จะมีลักษณะเปิดโล่งไม่มีหลังคา ต่อมามีการรวมกลุ่มของสินค้านานาชนิดภายใต้หลังคาเดียวกัน ซึ่งทำให้การค้าขายสะดวกขายได้ตลอดทั้งกลางวันและกลางคืน และเนื่องด้วยเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเพราะฉะนั้นบริเวณตลาดจึงเต็มไปด้วยอาคารบ้านเรือนผู้คน ที่อาศัยอยู่บริเวณนั้น

ในปัจจุบันตลาดเกิดขึ้นมากมายตามแหล่งชุมชนต่างๆซึ่งสินค้าก็มีให้เลือกหลายชนิด เช่น อาหาร เสื้อผ้า ของใช้ภายในบ้าน สลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาของรูปแบบการขายที่หลากหลาย เมื่อมีการค้าขายที่มากมายหลายชนิดก็มีผู้ซื้อ ผู้ขายก็มีจำนวนมากขึ้นทำให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งสกปรก เช่น หนู แมลงสาบ เชื้อโรคต่างๆ ตลอดจนกลิ่นเหม็นทำให้เกิดความไม่น่ามองขึ้น และเป็นปัญหาของทุกๆ ตลาด

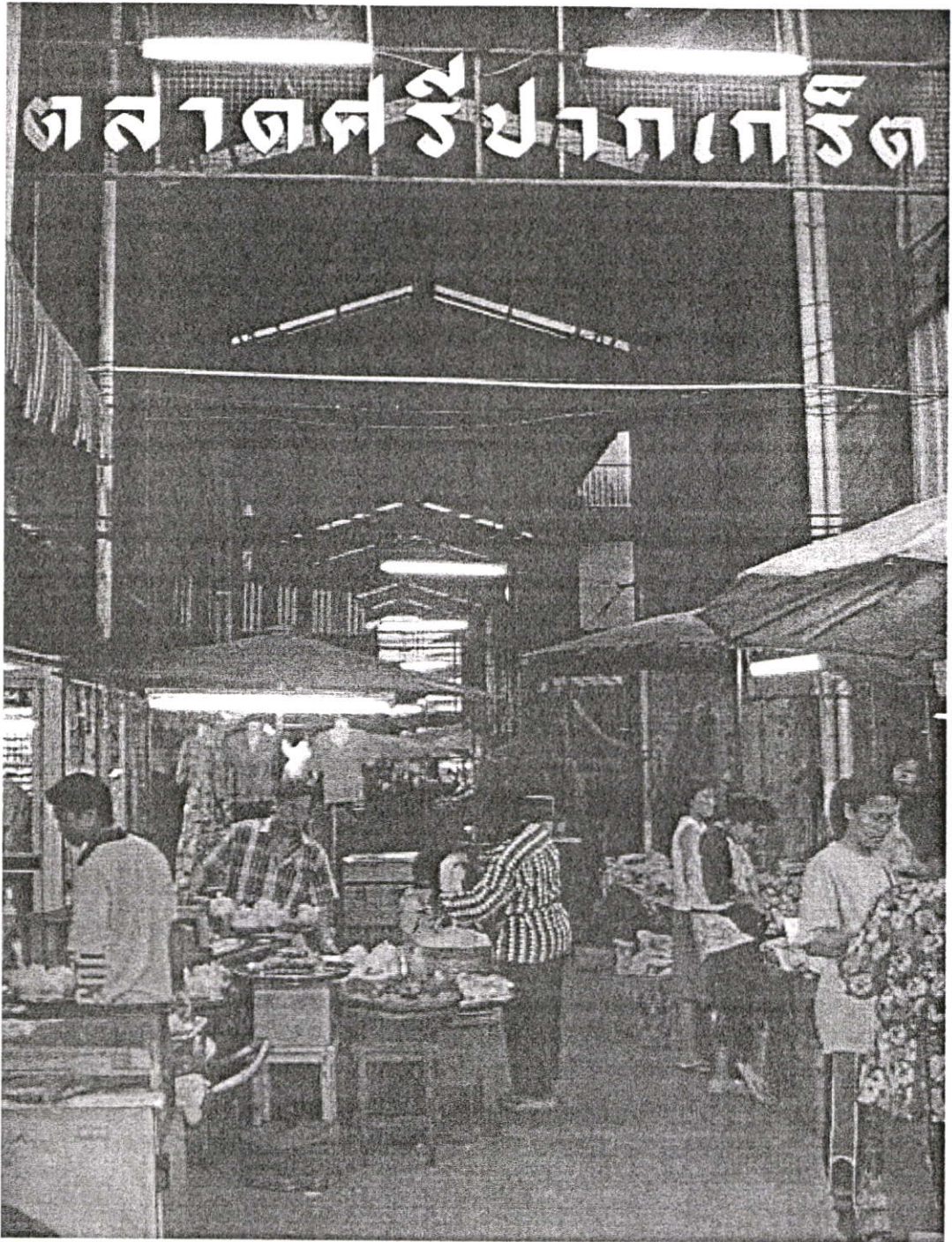
เขตเทศบาลนครปากเกร็ด ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่มีขนาดใหญ่มีความแออัดของจำนวนบ้านพักอาศัย ร้านค้าและกิจกรรมต่างๆ เขตเทศบาลนครปากเกร็ดมีพื้นที่ 89,023 ตารางกิโลเมตร หรือ 55,640 ไร่ มีจำนวนประชากรรวม 182,370 คน(แผนพัฒนาเทศบาลนครปากเกร็ด พ.ศ.2545 – 2549) หากมองดูแล้วจะพบว่าเป็นเขตที่มีจำนวนประชากรหนาแน่นและก็มีชุมชนหลายชุมชนเช่น ชุมชนปากเกร็ด ชุมชนวัดบ่อ เป็นต้น เช่นทุกๆชุมชนเมื่อมีชุมชนก็จะมีตลาดสดหากแต่ว่าเป็นชุมชนขนาดใหญ่จึงมีจำนวนตลาดถึง 3 ตลาดใหญ่ คือ ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด ตลาดสดพิชัย และมีกิจกรรมการค้าขายที่แตกต่างกันรวมถึงระยะเวลาการขาย คือ

ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ขายอาหาร ผักสด ผลไม้ เนื้อ และจะขายในเวลา 12:00 – 21:00 น. ผู้คนเรียกกันว่า ตลาดบ้าย



รูปที่ 1.1 แสดงทางเข้าหลักของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ผู้วิจัยพบว่าผู้ค้าวางสิ่งกีดขวางการจราจรล้ำเข้ามาในถนนหลัก และบนบาทวิถี ก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบ

ตลาดศรีปากเกร็ด ขายเสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์ที่ใช้ในบ้านเรือน และจะขายในเวลา 12:00 – 19:00 น. ผู้คนเรียกว่า ตลาดศรีปากเกร็ด



รูปที่ 1.2 แสดงทางเข้าหลักของตลาดศรีปากเกร็ด ผู้วิจัยพบว่าผู้ค้าวางสิ่งกีดขวางการจราจรถ้าเข้ามาในบนบาทวิถี และไม่มีพื้นที่ประกอบกิจกรรมการค้าขายที่แน่นอน ก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบ

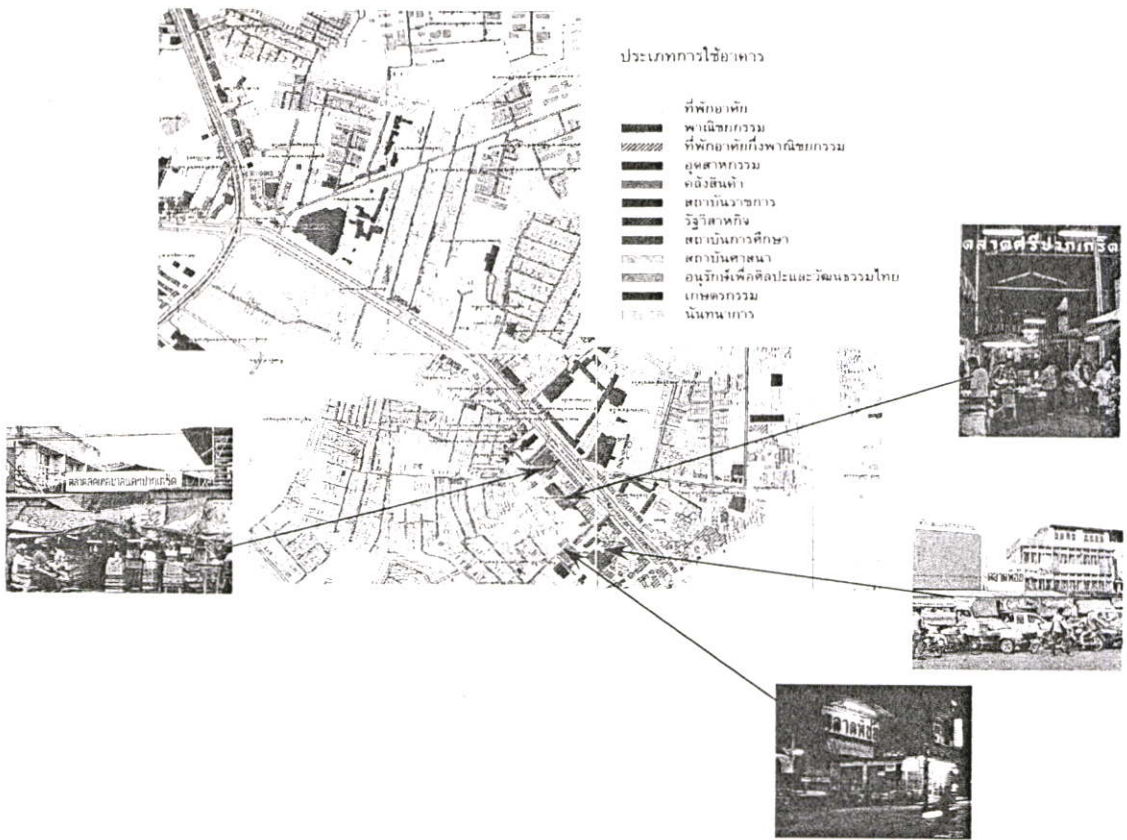
ตลาดพืช ผัก อาหาร ผักสด ผลไม้ เนื้อและสินค้าส่งต่างๆ และจะขายในเวลา 04:00 – 12:00 น. ผู้คนเรียกว่า ตลาดเช้า



รูปที่ 1.3 แสดงทางเข้าหลักของตลาดพิชัย ผู้วิจัยพบว่าตลาดแห่งนี้มีการจราจรของรถยนต์ไว้ชั้กภายในตลาดตลอดทั้งวัน ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงกับผู้ใช้บาทวิถีและผู้ค้าขายเอง รวมถึงก่อให้เกิดความสับสนวุ่นวายและความไม่เป็นระเบียบภายในตลาด

เทศบาลเมืองปากเกร็ดมีพื้นที่ 36.04 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่เป็นผิวการจราจรร้อยละ 0.58 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 1.61 ของพื้นที่ทั้งหมด ตามมาตรฐานควรมีผิวจราจรร้อยละ 7-21 ในเขตเทศบาลมีจำนวนยานพาหนะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังขาดสถานที่สำหรับจอดรถยนต์ จึงทำให้ต้องมีการจอดรถบริเวณริมถนน ผิวจราจรที่แคบอยู่แล้วจึงแคบลงไปอีก อันเป็นเหตุให้รถที่สัญจรไปมาไม่สะดวกประกอบกับภายในบริเวณย่านใจกลางเมืองส่วนใหญ่เป็นย่านพาณิชยกรรม ทำการค้าส่งและการค้าปลีก ร้านค้าเหล่านี้จะใช้พื้นที่ผิวจราจรบนถนนเป็นที่ขนส่ง ขนถ่ายสินค้า ยังทำให้เกิดการสูญเสียพื้นที่ถนน

ซึ่งตลาดทั้ง 3 แห่งซึ่งเป็นตลาดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดก็มีปัญหาเช่นเดียวกันคือความคับคั่งของการจราจรและความสกปรกที่เกิดขึ้น โดยสาเหตุเกิดจากการขยายตัวของชุมชน (หมู่บ้านจัดสรร) และการพาณิชยกรรมทำให้ตลาดเทศบาลนครปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัยเกิดความคับแคบไม่เพียงพอต่างกับความต้องการของชุมชนทั้งภายในและภายนอก ที่เข้าใช้บริการ บริเวณทางเดิมมีความสกปรกไม่เป็นระเบียบตลาดจนเป็นแหล่งรวมเชื้อโรค และเกิดอุบัติเหตุได้ ดังนั้นพื้นที่ดังกล่าวสมควรจะพัฒนาให้มีความสะอาด น่ามองและยังจะให้มีความสะดวกคล่องตัวในเรื่องกิจกรรมการค้าขายการแบ่งช่วงเวลาการขายสินค้าให้มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน



รูปที่ 1.4 แสดงแผนที่ของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ในการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาถึง แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณท่าหน้าปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของแนวทางการปรับปรุงและออกแบบด้านกายภาพของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงตลาดตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัยต่อไปในอนาคต และเพื่อเสนอร่างแผนการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จะได้เป็นประโยชน์กับหน่วยงานของพื้นที่ที่จะได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันด้านกายภาพในพื้นที่บริเวณตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาพฤติกรรมและปัญหาของการใช้พื้นที่
2. การเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารังนี้ผู้วิจัยได้นำเอาหลักการที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ข้างต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัย ในการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยจะทำการศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้แนวคิดดังต่อไปนี้

1. กรอบแนวคิดของ เกียรติ จิระกุล และคณะ (2525 : 239-276) ได้กำหนดสถาปัตยกรรมหลักของตลาดซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1 อาคารขนาดใหญ่เป็นตัวตลาด
- 1.2 อาคารพาณิชย์-พักอาศัย รอบบริเวณตลาด
- 1.3 ส่วนประกอบอื่น ๆ ภายใน
- 1.4 แสงสว่าง
- 1.5 ลักษณะด้านสาธารณูปโภค
- 1.6 ห้องน้ำสาธารณะ
- 1.7 การกำจัดของเสีย

2. เกียรติ จิระกุล และคณะ (2525 : 38) ได้กล่าวไว้ว่า “ตลาด” เป็นบริเวณที่กิจกรรมซื้อขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคมากมายหลายชนิดในชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน สินค้ามากชนิด ราคามาก จำนวน เหล่านี้จะปรากฏลงบนพื้นที่ มีวางขายประจำชุมชนต่างๆ ก็ด้วยเหตุเพราะว่า

- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีระดับความจำเป็นต้องใช้แตกต่างกันไป
- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีราคาถูกหรือแพงต่างกันไป จึงมีคนซื้อได้หรือซื้อไม่ไหว

ต่างกันไป

- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีอายุการใช้งานนานแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่มีอายุการเสื่อมเสียเฉพาะตัว เช่น ปลาและผักมักจะเน่าง่ายเสียง่าย

- สินค้าชนิดหนึ่งๆ มีความถี่ในการใช้สอยมากน้อยต่างๆ กันไป
- พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีคนอยู่มากน้อย หนาแน่นมากหรือเบาบางต่างๆ กันไป
- พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมีการจับกลุ่มอยู่ของคนฐานะต่างๆ กันไป กำลังซื้อ นิัยการซื้อ

การกินการอยู่ของผู้คนในแต่ละพื้นที่จึงไม่เหมือนกัน

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะทางกายภาพของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากการศึกษาและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเป็นค่าร้อยละ และแบบสังเกต

ผู้ซื้อที่มาใช้บริการภายในตลาดสดและผู้ขายที่ทำการค้าอยู่ในตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ดังนี้

### 1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

#### 1.1 ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง ได้แก่

ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่จำนวน	113	แผง
ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็กจำนวน	45	แผง
ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่จำนวน	81	แผง

โดยผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง สามารถแบ่งประเภทสินค้าออกเป็น

#### 1.1.1 ประเภทผักสด

1.1.1.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	14	แผง
1.1.1.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	7	แผง
1.1.1.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	15	แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน		36	แผง

#### 1.1.2 ประเภทเนื้อสัตว์

1.1.2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	12	แผง
1.1.2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	5	แผง
1.1.2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	15	แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน		32	แผง

#### 1.1.3 ประเภทดอกไม้และผลไม้

1.1.3.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	10	แผง
1.1.3.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	6	แผง
1.1.3.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	5	แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน		21	แผง

#### 1.1.4 ประเภทอาหารแห้ง

1.1.4.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	20	แผง
1.1.4.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	5	แผง
1.1.4.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	10	แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน		35	แผง

## 1.1.5 ประเภทอาหารทะเล

1.1.5.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 3 แผง
1.1.5.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	8 แผง

## 1.1.6 ประเภทขนมต่างๆ

1.1.6.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 แผง
1.1.6.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	25 แผง

## 1.1.7 ประเภทสินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน

1.1.7.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 20 แผง
1.1.7.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
1.1.7.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 แผง

## 1.1.8 ประเภทเสื้อผ้า

1.1.8.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 7 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	7 แผง

## 1.1.9 ประเภทรองเท้า

1.1.9.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	5 แผง

## 1.1.10 ประเภทของเล่นต่าง ๆ

1.1.10.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	5 แผง

## 1.1.11 แผงที่ว่าง

1.1.11.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 19 แผง
1.1.11.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 11 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	30 แผง

## 1.2 ผู้ซื้อที่มาใช้บริการจากตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งเป็น

1.2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 800 คน
1.2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 150 คน
1.2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 500 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	1,450 คน

## 2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

### 2.1 ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งประเภทสินค้าออกเป็น

#### 2.1.1 ประเภทผักสด

2.1.1.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
2.1.1.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
2.1.1.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 คน

#### 2.1.2 ประเภทเนื้อสัตว์

2.1.2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
2.1.2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
2.1.2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 คน

#### 2.1.3 ประเภทดอกไม้และผลไม้

2.1.3.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 คน
2.1.3.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 3 คน
2.1.3.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	13 คน

#### 2.1.4 ประเภทอาหารแห้ง

2.1.4.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 คน
2.1.4.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
2.1.4.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	25 คน

### 2.2 ผู้ซื้อที่มารับบริการจากตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งเป็น

2.2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 250 คน
2.2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 150 คน
2.2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 250 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	650 คน

## 3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 สภาพปัจจุบันด้านกายภาพในพื้นที่บริเวณตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3.2 ศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อที่มารับบริการในพื้นที่บริเวณตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### 3.3 ปัญหาของการใช้พื้นที่ภายในพื้นที่บริเวณตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

#### 1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. ตลาดสดระดับชุมชน หมายถึง บริเวณที่มีกิจกรรมการซื้อขาย ซึ่งมีลักษณะในขอบเขตให้บริการในระดับเขต หรือชุมชนนั้นๆ ซึ่งประกอบไปด้วย อาคารตลาดสด คี๊กแถว อาคารพาณิชย์ และหาบเร่แผงลอย สินค้าและบริการในตลาดระดับนี้จะหลากหลายและเฉพาะเจาะจงขึ้นมาได้
2. อาคารตลาดสด หมายถึง อาคารขนาดใหญ่ที่ตั้งแผงสินค้าต่างๆ มีลักษณะเป็นอาคารค่อนข้างถาวร โปร่ง ประกอบด้วยแท่นตั้งสินค้าและอาจะมีที่เก็บได้แท่นนั้นๆ แต่ไม่มีลักษณะของการอยู่อาศัยเข้าไป กิจกรรมส่วนใหญ่เน้นหนักไปในทางการซื้อขายสินค้าเท่านั้น
3. คี๊กแถวอาคารพาณิชย์ หมายถึง อาคารที่อยู่รอบตัวตลาดซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมที่จะช่วยสนองประโยชน์ในการส่งเสริมกิจกรรมหลักของตลาด เช่น เป็นที่เก็บสินค้า ที่จะนำไปขายในตลาดหรือเป็นที่อยู่อาศัยของผู้ขาย ตลอดจนเป็นที่ขายส่งและปลีกสินค้า บางประเภทด้วย
4. หาบเร่แผงลอย หมายถึง ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่นอกเหนือจากอาคารตลาดสด ไม่เป็นระเบียบและบางครั้งตั้งรกรากทางเดินทำให้การสัญจรในตลาดไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย
5. ตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด หมายถึง ตลาดในบริเวณเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัย
6. สภาพปัจจุบันด้านกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมของบริเวณเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีในปัจจุบัน
7. พฤติกรรมการใช้พื้นที่ หมายถึง ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบริเวณเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
8. ปัญหาของการใช้พื้นที่ หมายถึง อุปสรรคและสิ่งที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความไม่เหมาะสมในการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบริเวณเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้ศึกษากรณีพื้นที่เขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการกล่าวถึง ทฤษฎี หลักการ แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นหลักในการอ้างอิง และเป็นประโยชน์ในการดำเนินการศึกษารั้งนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวกับงานวิจัย เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยละเอียดดังนี้

- 2.1 สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม
- 2.3 ทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวกับย่านการค้า
- 2.4 โครงการพัฒนาตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

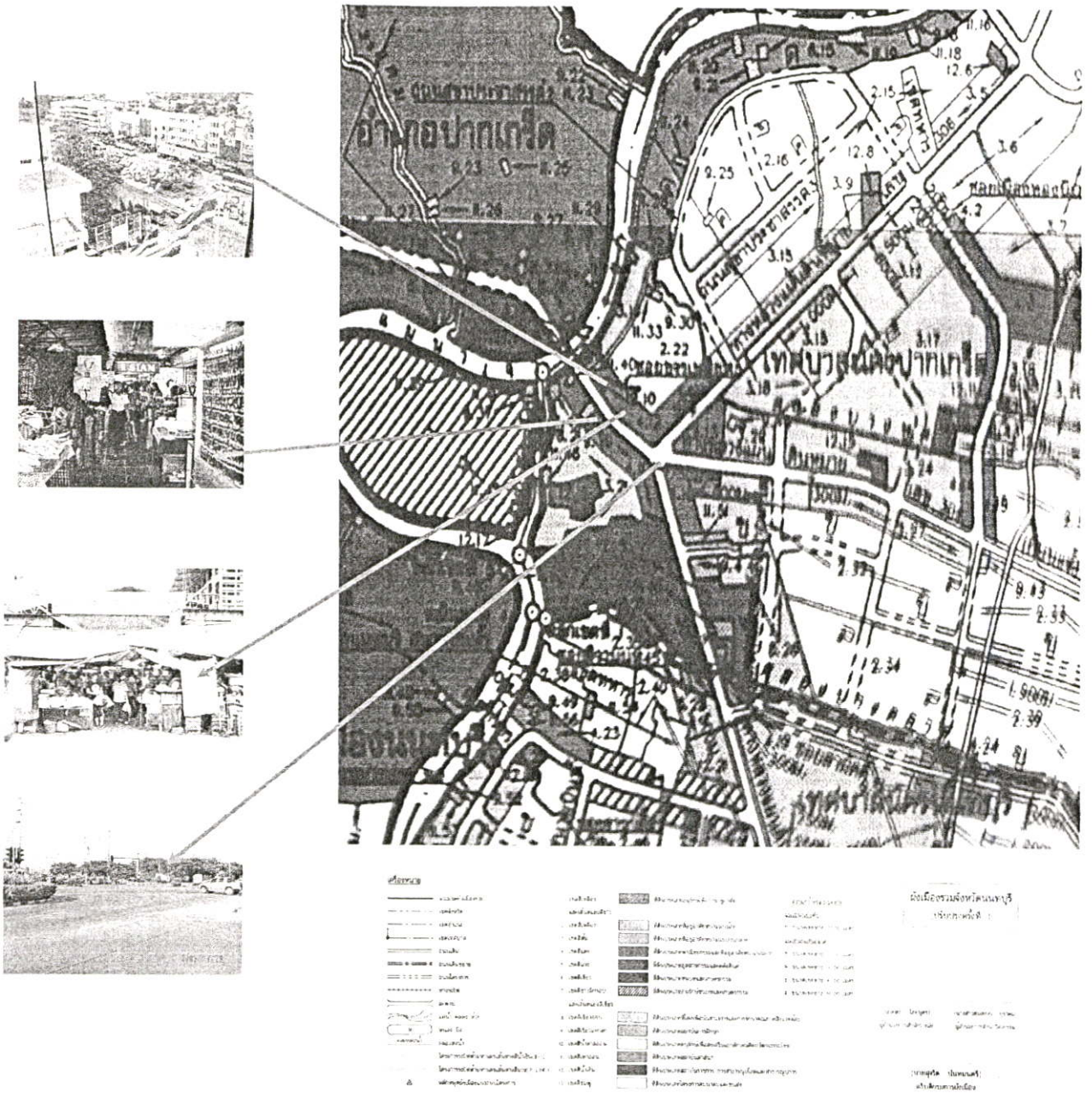
#### 2.1 สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

##### 2.1.1 ประวัติความเป็นมา

เดิมปากเกร็ดฝั่งตะวันออกมีฐานะเป็นสุขาภิบาลปากเกร็ด ได้รับการยกฐานะเป็นเทศบาลตำบลปากเกร็ด เมื่อปี 2535 และเปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลนครปากเกร็ด ในปี 2543 มีพื้นที่ 36.04 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 5 ตำบล 34 หมู่บ้าน คือ ตำบลปากเกร็ด ตำบลบางพูด ตำบลตลาดใหม่ ตำบลบางตลาด และตำบลคลองเกลือ

##### 2.1.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	เทศบาลนครนนทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	แม่น้ำเจ้าพระยา

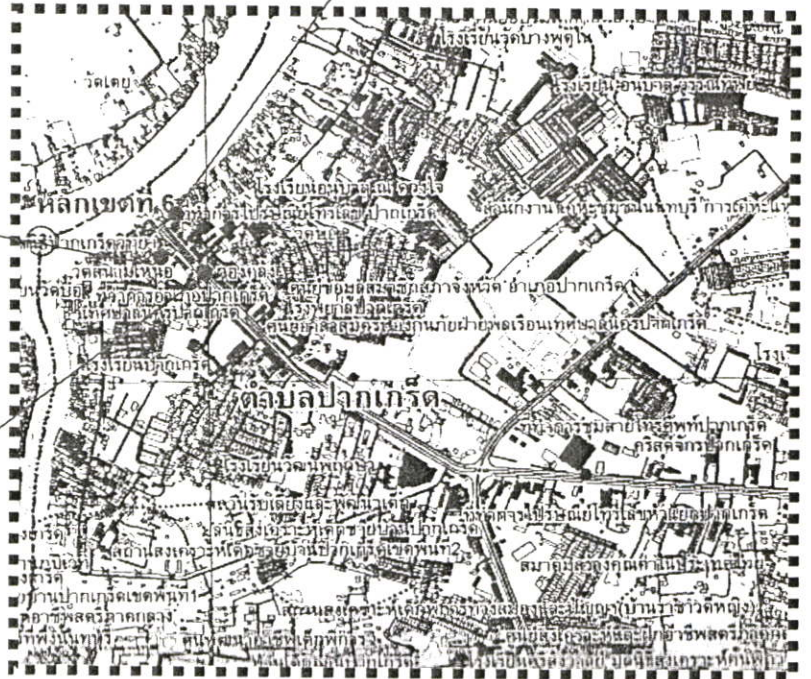


รูปที่ 2.1 แสดงผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี

### 2.1.3 อำเภอปากเกร็ด

อำเภอปากเกร็ด สร้างขึ้นเมื่อปี 2427 เดิมตั้งอยู่ที่บริเวณ ที่ดินธรณีสงฆ์ ของวัดสนามเหนือ ตำบลปากเกร็ด ปัจจุบัน ที่ว่าการอำเภอ มาอยู่ที่ถนนแจ้งวัฒนะ เนื้อที่อำเภอ 55,640 ไร่ ประชากรรวม 182,370 คน มีพื้นที่ดินอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำเกษตร ที่อยู่อาศัย พร้อมสรรพด้านสาธารณูปโภค มีแหล่งท่องเที่ยว เกาะเกร็ดวัดวาอารามที่เก่าแก่ ศูนย์รวมไม้ออก และอื่น ๆ





รูปที่ 2.3 แสดงพื้นที่ย่านห้าแยกปากเกร็ดถึงท่าหน้าปากเกร็ดประกอบไปด้วย 3 ชุมชน

2.1.5 เนื้อที่

อำเภอปากเกร็ด มีพื้นที่ 89,023 ตารางกิโลเมตร หรือ 55,640 ไร่ลักษณะภูมิประเทศสภาพพื้นที่ เป็นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำ และมีลำคลองไหลผ่านพื้นที่เป็นจำนวนมากมี พื้นที่การเกษตรทั้งหมด 27,900 ไร่ มีแม่น้ำ และลำคลอง สำคัญต่าง ๆ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา และคลองบางบัวทอง คลองพระอุดม คลองบ้านแหลมเหนือ และคลองซอยประมาณ 29 คลองพื้นที่อำเภอปากเกร็ด

แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่อยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นชุมชนเมือง ส่วนฝั่งตะวันตก ของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นพื้นที่การเกษตร มีคลองส่ง น้ำหลายสายไหลผ่านพื้นที่การปกครอง

แบ่งเขตตามการปกครองตาม พ.ร.บ. ลักษณะปกครองพื้นที่ พ.ศ.2457 มีตำบล หมู่บ้าน เทศบาลเมือง มีองค์การบริหารส่วนตำบลประชากร

### 2.1.6 ประชากร

มีประชากรทั้งสิ้น 182,370 คน แยกเป็นชาย 86,497 คน หญิง 95,873 คน มีความหนาแน่นเฉลี่ยต่อพื้นที่ประมาณ 2,048 คน/ตารางกิโลเมตร ประชากรแยกเป็นรายตำบลดังนี้ ในเขตเทศบาลเมืองปากเกร็ด รวม 46,188 คน และนอกเขตเทศบาลเมืองปากเกร็ด 3,549 คน

### 2.1.7 สภาพทางเศรษฐกิจ

#### 2.1.7.1 ด้านเกษตรกรรม

มีพื้นที่การเกษตรทั้งสิ้น 20,718 ไร่ ครอบคลุมเกษตรกรจำนวน 2,331 ครอบครัวยุติการผลิตพืชเศรษฐกิจ ทำนา ทำไร่ ทำสวน เนื่องจากภูมิประเทศในเทศบาลปากเกร็ดโดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่มมีแม่น้ำสายใหญ่ไหลผ่าน(แม่น้ำเจ้าพระยา) และคลองหลายสายเชื่อมโยงกัน ทั้งยังได้รับอิทธิพลจากลมบางส่วนในเขตจังหวัดนนทบุรี ยังสามารถทำนาได้ปีละ 2 ครั้ง คือ นาปีและนาปรัง

#### 2.1.7.2 การปศุสัตว์

เลี้ยงโคนม โคเนื้อ แพะ เป็ด ไก่ ในเขตตำบลบางตลาดเป็นส่วนใหญ่การอุตสาหกรรมมีโรงงานอุตสาหกรรมทั้งสิ้นประมาณ 287 แห่ง ที่สำคัญได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมประเภททอผ้า และตัดเย็บเสื้อผ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ไม้อัด ไม้แปรรูป กระดาษ โรงงานผลิตอาหาร และโรงสีข้าว เป็นต้น

ประเภทของโรงงาน แบ่งเป็น

1. โรงงานขนาดเล็ก	จำนวน	106	โรงงาน
2. โรงงานขนาดกลาง	จำนวน	51	โรงงาน
3. โรงงานขนาดใหญ่	จำนวน	30	โรงงาน

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลทางเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ

ตลาดสดจำนวน	3	แห่ง
ห้างสรรพสินค้าจำนวน	4	แห่ง
โรงแรมจำนวน	2	แห่ง
โรงรับจำนำจำนวน	2	แห่ง
ร้านอาหาร (ตามทะเบียน)	352	แห่ง

#### 2.1.7.3 การท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น วัดปรมย์ยิกาวาส เกราะเกร็ด วัดชลประทานรังสฤษฎ์ วัดคู่วัดคำหนักใต้ สวนทิพย์ ศูนย์รวมพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ และคลองขามหวานสภาพทางสังคม

### 2.1.8 การพาณิชย์

ในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดมีธนาคารทั้งหมด 13 แห่ง ได้แก่

- ธนาคารออมสิน
  - ธนาคารกสิกรไทย จำกัด
  - ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
  - ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด
  - ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด
  - ธนาคารกรุงไทย จำกัด
  - ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
  - ธนาคารทหารไทย จำกัด
  - ธนาคารศรีนคร จำกัด
  - ธนาคารดีบีเอสไทย จำกัด
  - ธนาคารอาคารสงเคราะห์
  - ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน
  - ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- มีสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดใหญ่จำนวน 12 แห่ง

### 2.1.9 ศิลปวัฒนธรรมประเพณี

มีกิจกรรมฝาผนัง การตัดกบตรทางเรือ การตัดกบตรดอกไม้ การแห่หางหงส์ แร่แห่ข้าวแช่ การแห่น้ำหวานของชาวมอญ

### 2.1.10 การสาธารณสุข

มีโรงพยาบาล สาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัยและสถานพยาบาลของเอกชนรวม 19 แห่ง

### 2.1.11 การคมนาคม

การคมนาคมติดต่อระหว่างอำเภอและจังหวัด รวมทั้งการคมนาคมภายในตำบล และหมู่บ้าน มีรายละเอียดดังนี้ทางหลวงแผ่นดิน ถนนติวานนท์ ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 345 ทางหลวงแผ่นดิน ถนนแจ้งวัฒนะ ทางหลวงแผ่นดินสาย 240 ทางหลวงชนบท สายบางตะไนย์ – คลองพระอุดม – คลองข่อย

### 2.1.12 การโทรคมนาคม

มีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข จำนวน 2 แห่ง มีหน่วยบริการผู้ใช้ไฟฟ้า สังกัดการไฟฟ้าภูมิภาคจังหวัด จำนวน 1 แห่ง

### 2.1.13 การสาธารณสุขโลก

มีการประปาระดับอำเภอและตามตำบล หมู่บ้าน ดังนี้ การประปา หมู่บ้าน จำนวน 20 แห่ง และแหล่งน้ำกิน - น้ำใช้ประเภทอื่น ๆ

### 2.1.14 ทรัพยากรธรรมชาติ

เนื้อดินส่วนใหญ่เป็นดินเหนียว ความอุดมสมบูรณ์ของดิน ปลูกไม้ผลพืชผัก ไม้ดอกไม้ประดับได้เป็นอย่างดี ให้ผลตอบแทนสูงกว่าการปลูกข้าว

ทรัพยากรน้ำ อำเภอปากเกร็ด มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านพื้นที่ มีคลองรับน้ำจากแม่น้ำเจ้าพระยาหลายสายและมีแหล่งน้ำชลประทาน แหล่งน้ำใต้ดิน และน้ำฝนเพียงพอ

ทรัพยากรป่าไม้ อำเภอปากเกร็ดไม่มีพื้นที่ป่าไม้ที่สำคัญ แต่ได้ส่งเสริมให้มีการปลูกป่าไม้จำนวน 18 ไร่

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

### 2.2.1 รูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

การใช้ที่ดินเชิงพาณิชยกรรมจะครอบคลุมพื้นที่ในเมืองน้อย แต่จัดเป็นประเภทการใช้ที่ดินที่ให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ย่านธุรกิจการค้าจะเป็นที่รวมของสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อบริการแก่ประชาชนโดยรอบ ซึ่งตำแหน่งที่ตั้งของย่านธุรกิจการค้ามักจะมีเหมาะสมในแง่ความเป็นศูนย์กลางด้านคมนาคม เป็นบริเวณที่ง่ายต่อการเข้าถึง และเป็นบริเวณที่ประชากรสัญจรไปมาอย่างหนาแน่น ซึ่งจะช่วยเหลืออำนวยความสะดวก การค้าขาย โดยทั่วไปแล้วทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสมดังกล่าวนี้จะมีราคาค่าเช่าที่ดินในอัตราที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและบริการจึงต้องยอมรับเงื่อนไขในเรื่องค่าเช่าที่ดินดังกล่าวเพื่อแลกกับที่ตั้งที่เหมาะสมและสามารถให้กำไรได้สูงสุด (Brian Goodall อังใน กษมา วรรณศิลป์. 2540 : 13)

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบที่ตั้งของกิจกรรมการค้าในแต่ละเมืองจะพบว่ามีความแตกต่างกันออกไปเนื่องจาก

การแข่งขัน เป็นลักษณะของความพยายามที่จะเอาชนะเพื่อความอยู่รอดของกิจการ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้เป็นจุดหนึ่งที่ทำให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจ

การพึ่งพาอาศัย เมื่อมีกิจการอย่างหนึ่งเกิดขึ้น มักจะมีกิจการอื่นเกิดขึ้นตามมาสนับสนุนกันด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การประกอบการของแต่ละหน่วยดำเนินไปได้ด้วยดี

จากเหตุดังกล่าวนี้เอง ทำให้รูปแบบที่ตั้งของการค้าและบริการสามารถพบได้ใน 2 รูปแบบ (จักรชัย พงศ์ประยูร อังใน กษมา วรรณศิลป์. 2540 : 14) คือ

1. รูปแบบการกระจายตัว แต่ละหน่วยของกิจการจะอยู่ห่างกันเพื่อไม่ให้เกิดความแข่งขันระหว่างกัน สาเหตุของการที่ต้องอยู่ห่างกัน เนื่องจากการแข่งขันกัน เพื่อแย่งปัจจัยการผลิตที่มีอยู่

อย่างจำกัด เช่น ที่ดินมีความเหมาะสมในด้านทำเล เป็นต้น อีกสาเหตุมาจากการที่กิจการนั้นเป็นกิจการที่ต้องอาศัยกลุ่มลูกค้า จากการที่ลูกค้าอยู่กระจายตัวออกไปทำให้กิจการต้องกระจายตัวตามไปด้วย เช่น ร้านจำหน่ายของใช้ประจำวัน โดยในร้านที่จำหน่ายสินค้าเหมือนกัน ผู้ซื้อจะนิยมซื้อจากร้านที่อยู่ใกล้มากกว่าจะซื้อร้านที่อยู่ไกลออกไป นอกจากนั้นยังพบว่า การกระจายตัวของธุรกิจการค้าจะอยู่ในลักษณะที่เป็นแถบยาวไปตามเส้นทางคมนาคม โดยธุรกิจการค้าจะคำนึงถึงการเข้าถึงจากภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งร้านค้าที่มีรูปแบบที่ตั้งแบบกระจายตัวนี้ ได้แก่

ร้านค้าตามถนนหลวง เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนที่เป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างเมือง โดยการขยายตัวของร้านค้าจะเป็นไปตามธรรมชาติไม่ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

ร้านค้าตามถนนภายในเมือง เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนสายสำคัญของเมือง เช่น ถนนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นต้น ซึ่งร้านค้าอยู่โดดเดี่ยวหรือรวมกลุ่มขนาดย่อม เพื่อให้บริการแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียง

ร้านค้าตามถนนชานเมือง เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนที่เพิ่งตัดใหม่ โดยเฉพาะในเขตชานเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อย่างรวดเร็ว ลูกค้าส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตชานเมือง

2. รูปแบบรวมตัว เป็นรูปแบบที่อาจเกิดจากกิจการค้าต้องอาศัยลูกค้าเป็นหลักใหญ่และลูกค้ามีอยู่กลุ่มเดียวหรือน้อย สาเหตุที่ทำให้เกิดการรวมตัวเนื่องจากในพื้นที่บริเวณดังกล่าวมีแรงดึงดูดใจให้ลูกค้านิยมเข้ามาใช้บริการ ทำให้กิจการใหม่ๆ เข้ามาตั้งอยู่ใกล้กิจการที่มีอยู่เดิมมากขึ้น อีกสาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากสินค้าของกิจการยังไม่ได้มาตรฐาน และยังไม่สามารถใช้แทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้เกิดการรวมตัวเพื่อการเลือกซื้อโดยที่ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับสินค้าบางชนิด เช่น รถยนต์ ของใช้ประจำวัน เครื่องแต่งตัว เป็นต้น

รูปแบบการขยายตัวของธุรกิจการค้าในย่านศูนย์กลางเมืองซึ่งที่ดินมีราคาแพงมักจะขยายตัวในแนวตั้ง เพื่อใช้ประโยชน์ที่ดินให้คุ้มค่าที่สุด ในขณะที่การขยายตัวของธุรกิจการค้าไปสู่ชานเมืองจะขยายตัวออกไปตามเส้นทางที่มุ่งออกจากศูนย์กลางเมือง โดยจะมีจำนวนลดลงเมื่อห่างจากศูนย์กลางเมือง ในบริเวณชานเมืองที่มีการตัดถนนของโครงข่ายการคมนาคม หรือตำแหน่งที่สะดวกในการเข้าถึงจะมีความได้เปรียบเชิงการค้ามากกว่าบริเวณอื่น การใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรม ในย่านเอเซียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของกลุ่มอาคารพาณิชย์ หรือตึกแถว ซึ่งจะพบมากบริเวณศูนย์กลางเมือง เป็นย่านธุรกิจการค้า และบริการที่หนาแน่น (Mc Gee อ้างในกษมา วรรณศิลป์. 2540 : 15) ต่อมาได้พัฒนาเป็นห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าในรูปแบบอาคารใหญ่ และรูปแบบของการใช้ที่ดินเชิงพาณิชย์กรรมก็เริ่มที่จะมีการขยายตัวออกไปตามแนวเส้นทางคมนาคมออกสู่ชานเมือง ขณะเดียวกันกิจกรรมการค้าภายในเขตย่านการค้า จะลดความสำคัญลง โดยเฉพาะกิจกรรมการค้าปลีก และค้าส่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันจากภายนอกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (เสนห์ ญาณสาร. 2534 : 276)

## 2.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม

2.2.2.1 ปัจจัยทางกายภาพ ประกอบด้วย (กิจจุเขตไกรवास อ่างในกษมา วรณศิลป์. 2540 : 15)

ระบบคมนาคม มีความสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างการใช้ที่ดินและกิจกรรมต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจ เป็นตัวนำอาหาร วัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตอื่นๆ มาสู่เมืองและกระจายผลผลิตของเมืองไปยังพื้นที่โดยรอบ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการคมนาคมจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการใช้ที่ดินด้วย เช่น การปรากฏของห้องแถวหรืออาคารที่ขายสินค้าและบริการให้แก่ผู้ที่สัญจรไปมาหลังจากที่มีการตัดถนนขึ้นใหม่

ระบบสาธารณูปโภค ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นได้แก่ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสาร และโทรคมนาคม การขนส่ง ฯลฯ ซึ่งความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคจะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ลูกค้าเข้าไปซื้อสินค้าและบริการ จะเห็นได้ว่าพื้นที่ใดในเขตเมืองที่มีความพร้อมในด้านเครือข่ายของระบบสาธารณูปโภคสูง พื้นที่นั้นจะคับคั่งไปด้วยธุรกิจประเภทต่างๆ ในขณะเดียวกันถ้าพื้นที่ขาดความพร้อมทางด้านนี้ก็จะส่งผลให้พื้นที่นั้นด้อยศักยภาพในเชิงพาณิชย์กรรมลงไปและจะส่งผลให้เกิดเป็นมุมอับของพื้นที่ในเขตเมืองไปในที่สุด

ความสะดวกในการเข้าถึง จะหมายถึง ความสะดวกของลูกค้าในการเดินทางไปรับบริการยังร้านค้า สามารถพิจารณาได้ดังนี้ คือ

วิธีการที่จะเข้าสู่ร้านค้า เช่น การเดินเท้า มอเตอร์ไซค์ รถยนต์ เป็นต้น ถ้าร้านค้าใดสามารถรับเงื่อนไขของการเข้าถึงได้มากกว่าจะถือว่ามีความสะดวกในการเข้าถึงสูง

เส้นทางเดินรถโดยสารสาธารณะ สำหรับร้านค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่รถโดยสารสาธารณะผ่านนั้นจะมีความสะดวกในการเข้าถึงมากกว่าร้านค้าที่ไม่อยู่บนเส้นทางผ่านของรถ

ความใกล้ไกลจากถนนสายหลักของเมือง ถ้าร้านค้าใดอยู่ใกล้กับถนนสายหลักของเมือง จะถือได้ว่ามีความสะดวกในการเข้าถึงสูง

ความกว้างของช่องทางจราจร ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในแนวของที่กว้าง 2 ช่องทางจราจร จะมีความสะดวกในการเข้าถึงมากกว่าร้านค้าที่อยู่ในแนวของถนนกว้างช่องทางจราจรเดียว

ขนาดของพื้นที่จอดรถที่ร้านค้าได้จัดไว้ให้ ร้านค้าที่มีลานจอดรถสำหรับลูกค้าเพียงพอจะได้เปรียบร้านค้าที่ไม่มีลานจอดรถ หรือมีแต่ไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

ทิศทางของลูกค้าที่เข้าสู่ร้านค้า หมายถึง เส้นทางที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปยังร้านค้า ถ้าร้านค้าใดมีเส้นทางที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปยังร้านค้ามากย่อมจะมีความสะดวกในการเข้าถึงมาก

ความคล่องตัวบนผิวจราจร ร้านค้าใดที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีความคล่องตัวของจราจรสูงจะมีความสะดวกในการเข้าถึงมากกว่าร้านค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีความแออัดของจราจร

พื้นผิวจราจร ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีพื้นผิวถนนที่เรียบจะมีความสะดวกในการเข้าถึงมากกว่าร้านค้าในบริเวณที่มีพื้นผิวดถนนขรุขระ

### 2.2.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบไปด้วย

ราคาที่ดิน การเปลี่ยนแปลงราคาที่ดินชี้ให้เห็นถึงสภาพการพัฒนาและแนวโน้มการใช้ที่ดินในพื้นที่นั้น บริเวณที่สะดวกแก่การเข้าถึงจะมีราคาของที่ดินในระดับสูง ราคาที่ดินจะมีอัตราค่อนข้างสูงในเขตกลางเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางแทบทุกด้านของเมือง นอกจากนี้ตามแนวถนนสายหลักของเมือง ราคาที่ดินจะอยู่ในระดับสูงเช่นกัน

ค่าเช่า ร้านค้าโดยทั่วไปต้องการที่จะจ่ายค่าเช่าที่ถูกลงๆ ซึ่งค่าเช่าของร้านค้าจะแตกต่างกันไปมากน้อยตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า นั้น เช่น ร้านค้าที่อยู่บริเวณหัวมุมถนนที่มีผู้คนผ่านไปมา มากมายจะมีราคาเช่าค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นทำเลที่จะสามารถทำกำไรให้กับผู้ประกอบการได้สูง

เงินลงทุน ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนมากย่อมจะมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินสูง เช่น การลงทุนกว้านซื้อที่ดินในทำเลที่เหมาะสม และดำเนินการจัดสรรที่ดิน โครงการบ้านจัดสรร ศูนย์การค้า คอนโดมิเนียมและอื่นๆ

ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่ได้รับ ผู้ประกอบการจะใช้ที่ดินให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และขณะเดียวกันจะต้องได้รับผลตอบแทนสูงสุด โดยค่าตอบแทนจะมีส่วนในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบกิจการค้าของผู้ประกอบการ

ความเกี่ยวข้องกันเชิงแข่งขัน หรือส่งเสริมกัน ร้านค้าต่างๆ จะอยู่รวมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน โดยจะมีการแบ่งเขตตลาดกันตามเขตพื้นที่ที่เป็นเจ้าของ ทำให้ลูกค้ามีโอกาสเปรียบเทียบสินค้าจนเกิดความพอใจหรืออาจจะเป็นความเกี่ยวข้องกันเชิงส่งเสริมในลักษณะที่ช่วยเหลือ และพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการให้บริการกับลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าและบริการประเภทเดียวกัน

### 2.2.2.3 ปัจจัยทางสังคม ประกอบด้วย

ประชากร (ลูกค้า) จำนวนประชากร การเพิ่มจำนวนโดยธรรมชาติและโดยการอพยพเข้าของประชากรจะเป็นปัจจัยที่มีผลกับที่ตั้งของกิจกรรมการค้า เพราะในพื้นที่ที่มีประชากรมากจะเอื้อโอกาสในการทำการค้าได้มาก

ลักษณะของประชากร ลักษณะของประชากรในพื้นที่ที่นำการค้าจะมีส่วนสำคัญต่อการประกอบกิจกรรมการค้า เช่น ในทำเลที่อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยจะเอื้อโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้กับนักศึกษา

ความปลอดภัย ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงความปลอดภัยในพื้นที่ที่กิจการจะเข้าไปเปิดดำเนินการ โดยจะมุ่งไปที่ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายเป็นสำคัญ ซึ่งถ้ากิจการเข้าไปตั้งอยู่ในย่านของผู้มีฐานะดี ความเสี่ยงในเรื่องของโจรผู้ร้ายจะมีน้อยกว่าการที่เข้าไปตั้งอยู่ในย่านสลัม

## 2.3 ทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้องกับย่านการค้า

ย่านการค้าเป็นพื้นที่ซึ่งถือเป็นหัวใจของเมืองนั้นๆ เป็นสถานที่ที่ประชาชนทุกระดับชั้น จำเป็นต้องเข้าใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากผู้คนที่อยู่อาศัยอยู่ในเมืองต่างๆ ไม่สามารถผลิตสินค้าเองได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องมีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการตามที่ต้องการ

เสนห์ ญาณสาร. (2534 : 227-228) ได้กล่าวไว้ว่าในบางครั้งความโดดเด่นของเมืองบางเมือง ขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ทางด้านการค้าและบริการโดยตรง เช่น สิงคโปร์ ฮองกง เป็นต้น แม้ว่าปกติพื้นที่สำหรับการค้าจะครอบคลุมพื้นที่เพียงส่วนน้อยของเมืองแต่กลับเป็นส่วนที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองเป็นอย่างมาก

เฉลิมชัย คำแสน. (2536 : 20) เป็นอีกท่านหนึ่งที่คำนึงถึงลักษณะของประชากรในพื้นที่ที่อยู่ใกล้เคียงกับย่านที่ประกอบกิจการค้าอยู่นั้น ว่ามีความสำคัญในด้านของความโดดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านการค้า นั้น เช่น ในทำเลที่ใกล้มหาวิทยาลัย จะเอื้อโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้กับนักศึกษา ในบางครั้งยังอาจต้องคำนึงถึงเรื่องเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและกฎหมายข้อบังคับต่างๆ อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามความสำคัญของย่านการค้าย่อมต้องควบคู่กับตำแหน่งหรือทำเลที่ตั้งของย่านการค้าที่ต้องบ่งบอกถึงการคมนาคมเข้าถึงที่สะดวก

Christaller (อ้างใน สาริยา ศรีเชื้อ. 2540 : 13) ได้อธิบายบทบาทหน้าที่หลักของย่านการค้าที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบโดยใช้ทฤษฎีแห่งกลาง ซึ่งเขาได้เสนอเกี่ยวกับเมืองที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านสินค้าต่างๆ ต่อบริเวณรอบนอก โดยแต่ละศูนย์กลางจะมีลำดับความสำคัญของความเป็นแห่งกลางต่างกันไป ทั้งนี้พิจารณาในแง่ทำเลที่ตั้งเปรียบเทียบกันและยึดเอาจำนวน ขนาด บทบาทหน้าที่

เป็นไปโดยขาดความประณีตและเอาใจใส่ ซึ่งบางครั้งอาจจะเกิดไฟฟ้าช็อตหรือรั่ว เป็นอันตรายแก่คนและทรัพย์สินได้เสมอ การระบายอากาศในตลาดโดยธรรมชาติบางครั้งไม่พอเพียง ไฟฟ้าจึงถูกนำมาใช้กับพัดลมที่ติดอยู่ทั่วไปในตลาดและเฉพาะแผง

### 2.3.1 ระบบประปา

น้ำเป็นสิ่งจำเป็นมากสิ่งหนึ่งสำหรับกิจกรรมในตลาดสด เริ่มตั้งแต่ ล้าง แซ่ สินค้าต่าง หรือทำความสะอาดสถานที่ ตลอดจนการชำระร่างกายของคนในตลาด และใช้ดื่ม เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ระบบเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบันเมื่อเฉลี่ยต่อจำนวนแผงหรือจำนวนผู้ใช้ นับว่ายังไม่ค่อยพอ ส่วนใหญ่ของเดิมที่มีอยู่มักฝังใต้พื้นตลาดโดยตลอดแผงต่างๆ ไป เมื่อเกิดสนิมหรือท่อตันทำการซ่อมแซมได้ยาก จะเห็นการเดินท่อใหม่เกาะกะเต็มไปหมด พอกับการใช้

แผงสินค้าที่จำเป็นต้องใช้น้ำมากๆ ได้แก่ พวกผัก และสินค้าจากการเพื่อที่จะทดแทนของเก่า และให้เพียงประมวง ปัญหาหนึ่งซึ่งพบมากที่สุดก็คือกำลังดันของน้ำจากท่อเมนประปาที่เล็ก จะมีกำลังน้อย ผู้ใช้จึงมักจะติดปั้มน้ำชนิดดูดจากท่อประปาโดยตรง แทนที่จะทำบ่อพักเก็บน้ำไว้ก่อนแล้วจึงปั้

เข้าถึงลมอีกที เลยทำให้ปริมาณน้ำในท่อเมื่อน้อยลงไปอีก ในบางแห่งปริมาณน้ำที่ใช้มากซึ่งยอมสิ้นเปลืองเงินทอง จึงมีการขุดน้ำบาดาลขึ้นมาใช้กันบ้าง แต่ไม่มากนัก และคุณภาพของน้ำไม่ดีพอในการดื่ม นอกจากใช้ล้างหรือทำความสะอาด

### 2.3.2 โทรศัพท

เป็นสิ่งพึงประสงค์มากโดยทั่วไปในตลาด เพราะใช้ในการติดต่อธุรกิจการค้า โดยเฉพาะผู้ประกอบการค้าส่ง ซึ่งมักจะอยู่ใกล้อาคารพาณิชย์ รอบๆ ตลาด ส่วนแผงสินค้าในตัวตลาดมีน้อยมากที่พบจะมีพวกแผงขายเนื้อสัตว์ และสินค้าประมงบ้างเป็นจำนวนน้อย โทรศัพทสาธารณะมีบริการอยู่บ้าง แต่ค่อนข้างจะสกปรกและมีกลิ่นคาว เพราะขาดการดูแลรักษา สมุดรายชื่อผู้ใช้โทรศัพทก็ชำรุดหายไป

### 2.3.4 ห้องน้ำสาธารณะ

ปริมาณที่จัดไว้ถึงจะมีเพียงจุดเดียวในแต่ละตลาดก็นับว่าพอเพียง เพราะจากการใช้สอยไม่คับคั่งนัก และพวกอาคารพาณิชย์แต่ละคูหามักจะมีห้องน้ำส่วนตัวของคนเองอยู่แล้ว จำนวนคนใช้ห้องน้ำสาธารณะลดลงไปตลาดส่วนใหญ่ได้เริ่มให้ความสนใจในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ โดยให้มีคนทำความสะอาดประจำ และคอยเก็บเงินค่าบริการครั้งละ 1 บาท นับได้ว่าเป็นพัฒนาการที่น่าพอใจ วัสดุที่ใช้ก็มีคุณภาพดีขึ้น ผนังมีการกรุกระเบื้องเคลือบซึ่งสะดวกในการทำมาสะอาด และนำคูน้ำใช้กว่าที่เคยเป็นมา

### 2.3.5 การกำจัดของเสีย

น้ำเสียจากตลาดมีปริมาณมากและมีค่าของความสกปรกมาก รวมทั้งกลิ่นอันไม่พึงปรารถนา การระบายน้ำโดยทั่วไปอาศัยการไหลไปตามรางหรือท่อ เพื่อไปลงท่อสาธารณะอีกทีหนึ่ง บางครั้งก็อยู่ใกล้ทางน้ำ เช่น แม่น้ำ, ลำคลอง ก็จะไปลงน้ำไปเลยทำให้เกิดมลภาวะขึ้นอีก

รางระบายน้ำโดยทั่วไป มักเป็นรางเปิดทำด้วยปูนหรือคอนกรีต ผ่านไปตามทางเดินรอบๆ แผงขายสินค้า การทำรางเปิดอาจมีฝาหรือไม่มีฝาก็ทำให้สะดวกในการทำมาสะอาด หรือลอกท่อเมื่อเกิดการอุดตัน แต่ในขณะเดียวกันรางหรือท่อเหล่านี้เป็นที่หลบอาศัยอย่างดีแก่สัตว์ที่ก่อให้เกิดความสกปรก เช่น หนู แมลงสาบ เป็นต้น คราบไขมันต่างๆ จะมาก และบ่อดักไขมันมักจะถูกเพิกเฉยหรือทำงานไม่ได้ดีทำให้เกิดการอุดตันได้เสมอ

น้ำฝนจากหลังคาตลาดซึ่งมีพื้นที่ใหญ่ ปริมาณน้ำข้อมมากตามจะถูกระบายลงรางเหล่านี้ด้วย ซึ่งเมื่อเวลาฝนตกหนักๆ จะระบายไม่ทัน และเกิดการท่วมนองพื้นที่ตัวตลาดอีกด้วย

น้ำเสียอีกชนิดหนึ่งซึ่งควรมีมากกล่าวถึงคือน้ำเสียจากห้องน้ำ, ส้วม ซึ่งโดยทั่วไปการก่อสร้างอาคารพาณิชย์มุ่งหวังในค่าน้ำกำไรมาก โดยให้ต้นทุนถูก ลักษณะห้องน้ำจึงทำโดยไม่ถูกสุขลักษณะ ประกอบกับพื้นที่คับแคบ จึงมักจะฝังถังบ่อเกรอะไว้ใต้ห้องน้ำชั้นล่าง การดูดซึมน้ำได้ดินไม่ดีพอทำให้ราคน้ำไม่ค่อยลง จึงแก้ปัญหาหากันโดยต่อท่อน้ำจากส้วม ไปลงท่อระบายที่สาธารณะเลย พอเวลา

น้ำเอ่อขึ้นมาก็ไหลปะปนออกมาเหม็นไปหมด การใช้ถุงพลาสติกหรือใบตองในการบรรจุของอย่างมากในปัจจุบันทำให้เกิดปัญหาการอุดตันในท่อมากขึ้น บางครั้งการทิ้งเศษใบตองหรือถุงพลาสติกมักจะไปอุดท่อน้ำไหลได้

### 2.3.6 ขยะและของเสีย

ปริมาณขยะและของเหลือใช้จากตลาด โดยเฉลี่ยจะมีอยู่ประมาณวันละ 10 – 50 ลูกบาศก์เมตร ตามขนาดตลาดเล็กใหญ่ โดยปกติต้องอาศัยบริการรถขนของรัฐบาล รัปไปทิ้งอีกที่ ในตลาดที่มีที่กว้างพอจะกองไว้ให้รถมารับได้โดยไม่เกะกะมีน้อยมาก ส่วนใหญ่ทางจะนำถังหรือที่รองรับมาตั้งไว้แล้วมีรถมาขนไปอีกที่หนึ่ง บางครั้งที่รองรับขยะจะตั้งไว้บนผิวจราจรเลย ซึ่งทำให้เกิดความไม่น่าดู

ความจริงที่กองขยะน่าจะอยู่ด้านหลังที่มิดชิด แต่เนื่องจากทางเข้าสำหรับไม่มีหรือกว้างไม่พอ รถขนขยะเข้าไปไม่ถึง ก็เลยต้องนำมาตั้งไว้หน้าตลาดบนทางเท้าหรือผิวจราจร เคยมีการทำเตาเผาขยะในบริเวณตลาดบ้างแต่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม เพราะความเปียกชื้นทำให้เผาได้ไม่หมด และไม่ทันกับปริมาณขยะที่เกิดขึ้น ประกอบกับที่ดินมักจะนำมาปลูกสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์จนหมด และยังมีปัญหาเรื่องไฟจากการเผาอีกจึงต้องยกเลิกไปเองในที่สุด

สำหรับตลาดที่ลักษณะขายอาหารสำเร็จรูปจะมีกากอาหารเหลืออยู่มาก ผู้ขายจะเก็บไว้ในภาชนะรอการมารับของเอกชนที่ขอรับซื้อเพื่อนำไปเลี้ยงหมูอีกที่หนึ่ง ซึ่งในระหว่างการเก็บรอนั้นก็จะส่งกลิ่นรบกวนในบริเวณตลาดด้วย ส่วนตลาดที่ขายพวกผ้าและเครื่องแต่งตัว จะมีเศษผ้า, ผ้ายหลงเหลือแต่ส่วนใหญ่จะเก็บไว้ขายต่ออีกที่ เพราะนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้อีก (เกียรติ จิระกุล และคณะ. 2525 : 239 – 276)

## 2.4 โครงการพัฒนาตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### 2.4.1 สาระสำคัญของโครงการ

2.4.1.1 สภาพปัจจุบัน สภาพพื้นที่เทศบาลเมืองปากเกร็ดเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา เหมาะแก่การเกษตร เช่น การทำสวนผลไม้ เนื่องจากเทศบาลเมืองปากเกร็ดมีความเจริญ มีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร มีระยะทางห่างประมาณ 20 กิโลเมตร. มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกมาก สามารถเดินทางได้ทั้งทางบก ทางน้ำ (ทางน้ำใช้เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยาจากทางท่าหน้าปากเกร็ด – ถนนตก) พื้นที่เกือบทั้งหมดจึงเปลี่ยนจากการเกษตรไปเป็นการทำจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย อาคารพาณิชย์เพื่อประกอบธุรกิจ และการลงทุน โดยเฉพาะกิจการบ้านจัดสรรนับร้อยหมู่บ้าน

2.4.1.2 ลักษณะภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศจัดได้ว่าอยู่ในบริเวณที่ชุ่มชื้น มีฝนตกในฤดูฝน

### 2.4.1.3 สภาพทางโครงสร้างพื้นฐาน

การคมนาคม การคมนาคมระหว่างอำเภอ – จังหวัดและจังหวัดอื่นๆ จะใช้เส้นทางถนนแจ้งวัฒนะและถนนติวานนท์ ซึ่งเป็นทางหลวงแผ่นดินที่ตัดผ่านอำเภอระยะทางจากอำเภอปากเกร็ดถึงอำเภอเมืองประมาณ 10 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีการคมนาคมทางน้ำนิยมใช้กันโดยเรือควั่นและยังมีบริการเรือหางยาวรับส่งผู้โดยสารไปยังบริเวณใกล้เคียง

ถนน ในเขตเทศบาลมี 8 สาย ซอย 67 ซอย รวมความยาวทั้งสิ้น 65.29 กิโลเมตร

พาณิชยกรรม ภายในเทศบาลมีสถานประกอบการค้าเป็นจำนวนมาก เช่น การค้าส่งค้าปลีก การประกอบธุรกิจบ้านจัดสรร

การอุตสาหกรรม มีโรงงานอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 142 แห่ง

2.4.1.4 สภาพทางสังคม ประชากรในเขตเทศบาลมีทั้งสิ้น 139,807 คน จำนวนบ้านเรือน

### 2.4.2 หลักการและเหตุผล

เทศบาลเมืองปากเกร็ดมีพื้นที่ 36.04 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่เป็นผิวจราจรร้อยละ 0.58 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 1.61 ของพื้นที่ทั้งหมด ตามมาตรฐานควรมีผิวจราจรร้อยละ 7 – 21 ในเขตเทศบาลมีจำนวนยานพาหนะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังขาดสถานที่สำหรับจอดรถยนต์ จึงทำให้ต้องมีการจอดรถบริเวณริมถนน ผิวจราจรที่แคบอยู่แล้วจึงแคบลงไปอีก อันเป็นเหตุให้รถที่สัญจรไปมาไม่สะดวกประกอบกับภายในบริเวณย่านใจกลางเมืองส่วนใหญ่เป็นย่านพาณิชยกรรม ทำการค้า – ค้าปลีก ร้านค้าเหล่านี้จะใช้พื้นที่ผิวผิวจราจรบนถนนเป็นที่ขนส่ง ขนถ่ายสินค้า ยิ่งทำให้เกิดสูญเสียดินที่ถนน

### 2.4.3 วัตถุประสงค์

2.4.3.1 เพื่อพัฒนาพาณิชยกรรมให้สอดคล้องกับการขยายตัวของสภาพเศรษฐกิจและมุ่งเน้นพัฒนาให้สามารถบริการประชาชนได้

2.4.3.2 เพื่อพัฒนาพื้นที่บริเวณตลาดเดิมให้เป็นย่านการค้าของอำเภอปากเกร็ด

2.4.3.3 เพื่อการแก้ไขปัญหาบริเวณที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการและช่วยแก้ไขปัญหารถจอด

2.4.3.4 เพื่อลดภาวะ การลงทุนของเทศบาล โดยสนับสนุนให้เอกชนมีส่วนร่วมในการลงทุนและพัฒนาตามนโยบายของรัฐบาล

### 2.4.4 ขอบเขตของปัญหา

2.4.4.1 สาเหตุของปัญหา

เกิดจากการขยายตัวของชุมชน ( หมู่บ้านจัดสรร ) และการพาณิชยกรรมทำให้ตลาดเทศบาลเมืองปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัย เกิดความคับแคบไม่เพียงพอต่อความ

ต้องการของชุมชนภายใน - ภายนอก ที่เข้ามาใช้บริการ บริเวณทางเดินมีความสกปรกไม่เป็นระเบียบ และบริเวณที่จอดรถยนต์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงถนนมีสภาพผิวจราจรที่คับแคบ ซึ่งมีรถเข้า - ออกจากซอยเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดความไม่เป็นระเบียบตลอดจนเป็นแหล่งรวมเชื้อโรคและเกิดอุบัติเหตุได้

#### 2.4.4.2 แนวทางการแก้ปัญหา

มีการพัฒนาตลาดเทศบาลเมืองปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัย ขึ้นใหม่ โดยการแบ่งกิจกรรมของผู้อุปโภค - บริโภค ขึ้นใหม่ หากแต่เดิมตลาดพิชัย จะเป็นตลาดเช้า ตลาดเทศบาลเมืองปากเกร็ด จะเป็นตลาดเย็น และตลาดศรีปากเกร็ดจะขายในช่วง 07:00 - 18:00 นาฬิกา และของที่ทำการขายจะต่างกันไป ให้มีกิจกรรมร่วมกันเกี่ยวเนื่องกัน ตลอดจนการจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการ และการพัฒนาถนนให้มีความเป็นระเบียบ

#### 2.4.5 ขอบเขตงาน

การพัฒนาบริเวณตลาดเทศบาลเมืองปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัย จะต้องดำเนินการในรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.5.1 พัฒนาที่ดินบริเวณตลาดทั้ง 3 แห่ง เพื่อให้เป็นย่านการค้า ของอำเภอเมืองปากเกร็ด ให้เหมาะสมกับย่านพาณิชย์กรรม

2.4.5.2 วางแนวทางการออกแบบอาคาร และที่จอดรถให้มีพื้นที่ที่เพียงพอต่อความต้องการ

2.4.5.3 จัดความเป็นระเบียบของผู้ประกอบการค้าบริเวณตลาดเทศบาลเมืองปากเกร็ด ตลาดศรีปากเกร็ด และตลาดพิชัย และจัดหาสถานที่เพื่อการขยายตัวในอนาคต

### 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมล พรหมพยัคฆ์ ได้ทำการ (2520 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องการปรับปรุงย่านการค้าบางลำภู ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาในโครงการนี้คือ เพื่อค้นหาแนวทางกำหนดผังและออกแบบบริเวณย่านการค้าบางลำภูให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน เพราะว่าย่านการค้าบางลำภู เป็นย่านการค้าเก่าซึ่งกำลังประสบปัญหาต่างๆ อันเนื่องจากการขาดการวางแผนและเตรียมการถึงอนาคต ประกอบทั้งกรุงเทพมหานครมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม กิจกรรมต่าง ๆ มีการขยายตัวและทวีจำนวนขึ้นตามลำดับ อัตราการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นไปอย่างรวดเร็ว หากเราไม่ปรับสภาพให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่แล้วผลก็คือ ลักษณะเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของเมืองจะประสบความยุ่งเหยิงเมืองก็จะได้รับความเสียหายอย่างยากที่จะประมาณได้ จึงเห็นสมควรที่

จะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาบริเวณย่านการค้าแห่งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ไม่ดีแก่ชุมชน

### วิธีการวิจัย

เพื่อให้สามารถกำหนดผังและออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะตามความต้องการ และความเหมาะสมผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดังนี้คือ

1. ลักษณะของย่านการค้าที่ทำในต่างประเทศและที่มีอยู่ในประเทศไทย
2. พฤติกรรมผู้มาใช้บริการและผู้ให้บริการในย่านการค้าบางลำภู
3. ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพที่จะประกอบขึ้นเป็นโครงการ
4. สภาพทั้งอดีตและปัจจุบันของบริเวณย่านการค้าบางลำภูทั้งทางด้านสภาพแวดล้อม การใช้ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง และจำนวนประชากร
5. สภาพของเมือง ขอบเขต และจุดมุ่งหมายของงานผังเมือง

### สรุปการวิจัย

จากการวิจัยปรากฏผลดังนี้คือ

1. โครงการปรับปรุงส่วนใหญ่ขาดการเตรียมการถึงอนาคตและสภาพของเมือง
2. การปรับปรุงย่านการค้าไม่ได้ประกอบส่วนของการค้าแต่เพียงอย่างเดียว แต่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การสังสรรค์ และส่วนสนับสนุนทางการค้า เป็น
3. สภาพการณ์ของเมืองและสิ่งแวดล้อมของบริเวณที่ทำการปรับปรุงมีผลต่อการออกแบบและกำหนดผังของโครงการ
4. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ที่อยู่บริเวณ โครงการที่จะปรับปรุงมีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการ
5. โครงการปรับปรุงควรเกิดจากการร่วมมือกับทุก ๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะ

1. ต้องมีการวางผังโครงการปรับปรุงต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้าตามสภาพการของสภาพแวดล้อมในแต่ละแห่งอย่างเหมาะสม
2. รัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับรัฐควรให้ความสนใจกับโครงการปรับปรุงอย่างจริงจัง โดยการให้ความร่วมมือหรือมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐกับเอกชน เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เอกชนมีความสนใจในโครงการปรับปรุง เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐและเป็นผลดีต่อสภาพแวดล้อมของเมือง
3. ควรมีการกำหนดการใช้ที่ดิน ความหนาแน่นของบริเวณย่านการค้าตามสภาพการณ์ที่เหมาะสมของเมืองและสภาพอาคารที่แวดล้อม

4. การขยายตัวของบริเวณการค้าและพักอาศัยในบริเวณย่านการค้าย่านบางลำภู ควรมีการส่งเสริมให้เฉพาะผู้ที่มีแหล่งการค้าอยู่ในบริเวณย่านการค้าบางลำภู ได้มีที่อยู่อาศัยอยู่ในบริเวณดังกล่าวเท่านั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาการมีที่อยู่อาศัยห่างไกลจากแหล่งงาน
5. ควรแยกบริเวณที่พักอาศัยออกจากบริเวณการค้า เนื่องจากมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และควรจัดให้ประชาชนผู้ซึ่งไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้อยู่แบบเดิมคือ แบบตึกแถวหรือที่อยู่อาศัยรวมกับการค้าแต่ควรจัดระบบได้ดีขึ้น
6. องค์กรประกอบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในบริเวณย่านการค้าบางลำภูในปัจจุบันควรจะคงเดิมไว้ เพราะการตัดส่วนหนึ่งออกย่อมจะทำให้ความรู้สึกที่มีต่อบริเวณย่านการค้าบางลำภูเปลี่ยนไป
7. การเพิ่มความหนาแน่นในบริเวณย่านการค้าบางลำภูจะขัดกับนโยบายการพัฒนาเมืองที่ต้องการให้มีศูนย์ชุมชนแบบหลายศูนย์
8. วิธีการลงทุนเพื่อทำการปรับปรุงตามโครงการความเป็นไปในแนววิธีการรวมหุ้น โดยให้เจ้าของที่ดินเป็นหุ้นส่วนใหญ่ของการลงทุน ซึ่งอาจเป็นแบบหุ้นส่วนเฉพาะอัตราที่ดินที่มีอยู่หรือเป็นหุ้นส่วนทั้งเงินสดที่มีอยู่ ซึ่งจะอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลรักษาผลประโยชน์ที่ได้จัดตั้งขึ้น

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนาโดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

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

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

##### 3.1.1.1 ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง ได้แก่

ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่จำนวน	113	แผง
ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็กจำนวน	45	แผง
ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่จำนวน	81	แผง

โดยผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง สามารถแบ่งประเภทสินค้าออกเป็น

##### 1. ประเภทผักสด

1.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	14	แผง
1.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	7	แผง
1.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	15	แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน		36	แผง

##### 2. ประเภทเนื้อสัตว์

2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	12	แผง
2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	5	แผง
2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	15	แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน		32	แผง

##### 3. ประเภทดอกไม้และผลไม้

3.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	10	แผง
3.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน	6	แผง
3.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน	5	แผง

	รวมทั้งสิ้นจำนวน	21 แผง
4. ประเภทอาหารแห้ง		
4.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 20 แผง
4.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
4.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 แผง
5. ประเภทอาหารทะเล		
5.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 3 แผง
5.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	8 แผง
6. ประเภทขนมต่างๆ		
6.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 แผง
6.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	25 แผง
7. ประเภทสินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน		
7.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 20 แผง
7.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
7.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 แผง
8. ประเภทเสื้อผ้า		
8.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 7 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	7 แผง
9. ประเภทรองเท้า		
9.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	5 แผง
10. ประเภทของเล่นต่างๆ		
10.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	5 แผง
11. แผงที่ว่าง		
11.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 19 แผง
11.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 11 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	30 แผง

### 3.1.1.2 ผู้ซื้อที่มาใช้บริการจากตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งเป็น

1. ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 800 คน
2. ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 150 คน
3. ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 500 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	1,450 คน

### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

#### 3.1.2.1 ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งประเภทสินค้าออกเป็น

##### 1. ประเภทผักสด

1.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
1.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
1.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 คน

##### 2. ประเภทเนื้อสัตว์

2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 คน

##### 3. ประเภทดอกไม้และผลไม้

3.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 คน
3.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 3 คน
3.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	13 คน

##### 4. ประเภทอาหารแห้ง

4.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 คน
4.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
4.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	25 คน

### 3.1.2.2 ผู้ซื้อที่มารับบริการจากตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งเป็น

- |                            |                     |              |
|----------------------------|---------------------|--------------|
| 1. ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด | จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ | จำนวน 250 คน |
| 2. ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด     | จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก | จำนวน 150 คน |
| 3. ตลาดพิชัย               | จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ | จำนวน 250 คน |
|                            | รวมทั้งสิ้นจำนวน    | 650 คน       |

กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่บริเวณตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นประชากร และกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นวัยที่มีวุฒิภาวะที่สามารถให้คำตอบได้ตามความต้องการที่แท้จริงของตน

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

3.2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ซื้อที่มารับบริการซื้อสินค้าที่อยู่ในตลาดสด โดยแบบสอบถามจะครอบคลุมเนื้อหาสาระและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแบ่งเนื้อหาสาระและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยถาม เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานที่อยู่ สถานที่ทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเรื่องการศึกษา ความคิดเห็นของตลาดสดที่ต้องการ โดยถามความต้องการเกี่ยวกับ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมและบริการด้านสาธารณูปการ การคมนาคมจอดรถภายในตลาด ประเภทของสินค้า คุณภาพและราคาของสินค้า การเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง และการเข้าถึง

ตอนที่ 2 ปัญหาที่พบเวลาซื้อสินค้า

3.2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ขายที่จำหน่ายสินค้าอยู่ภายในตลาดสด โดยคำถามที่กำหนดไว้ครอบคลุมเนื้อหาสาระและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยหัวข้อของการสัมภาษณ์แบ่งเป็น

- 3.2.2.1 รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของตลาดสด
- 3.2.2.2 ลักษณะและขนาดของร้านค้า
- 3.2.2.3 การคมนาคมขนส่งสินค้า
- 3.2.2.4 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย
- 3.2.2.5 การให้บริการด้านสาธารณูปการ

3.3.3 แบบสังเกต (Observation Form) สำหรับผู้วิจัยกรอก เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการกำหนดรูปแบบของตลาดสด โดยการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ที่มาทำกิจกรรมภายในตลาดสด รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของตลาดสด ปัญหาของตลาดสดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

และสถานที่ตั้งของตลาดสด เพื่อนำข้อมูลไปทำการออกแบบให้มีความเพียงพอและสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมของผู้ใช้ แบบของคำถามที่กำหนดไว้จะครอบคลุมเนื้อหาสาระและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการกำหนดหัวข้อดังนี้

- 3.3.3.1 การสังเกตการดำเนินกิจกรรมของผู้ใช้ตลาดสด ได้แก่ กิจกรรมของผู้ขาย และ กิจกรรมของผู้ซื้อ
- 3.3.3.2 การสังเกตรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของตลาดสด
- 3.3.3.3 การสังเกตปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดสด
- 3.3.3.4 การสังเกตสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรอบบริเวณตลาดสด พร้อมทั้งเขียนการสัญจรของรถยนต์และทางเข้าออกของตลาดสดโดยละเอียด
- 3.3.3.5 ระยะเวลาการติดตลาดและความหนาแน่นของกิจกรรม

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.3.1 ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าของตลาดสดของทั้งรัฐบาลและเอกชน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อมาออกแบบสอบถาม และถ่ายภาพ
- 3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาพถ่ายต่าง ๆ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทำการเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา
- 3.3.3 ผู้วิจัยติดต่อนำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามสังเกต ที่สร้างเสร็จแล้ว นำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมทำการตรวจสอบและแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำและสำนวนภาษาและความชัดเจนในข้อคำถาม
- 3.3.4 ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม แล้วจึงขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และสำนวนภาษาที่ใช้โดยผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย
  - 3.3.4.1 ศศ.เลิศวิทย์ รังสิริรักษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
  - 3.3.4.2 อาจารย์ฤทธิรงค์ พงษ์เจริญ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (สถาปัตยกรรม) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา
  - 3.3.4.2 อาจารย์มณฑล จันทร์แจ่มใส อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (สถาปัตยกรรม) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสถาบันราชภัฏพระนคร

3.3.5 ผู้วิจัยรวบรวมคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิมาพิจารณา ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม ร่วมกับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมตรวจสอบอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อหาปัญหาและข้อผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม

3.3.6 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จนครบตามจำนวน

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 เมื่อได้รับแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำมารวมคะแนนในแต่ละเรื่องแล้วมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าจำนวนร้อยละ (Percentage) ในแต่ละข้อคำถามแล้วจึงนำมาเปรียบเทียบกับแนวคิด ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในหัวข้อต่าง ๆ ข้างต้น แล้วนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดไปเป็นแนวทางในการกำหนดแนวความคิด

3.4.2 ข้อมูลจากการสังเกต (Observation) เมื่อได้แล้วนำมาวิเคราะห์โดยอาศัยหลักการและเหตุผลมาใช้ในการออกแบบลักษณะของอาคารและการใช้สอยที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อปรับให้เกิดความเหมาะสมได้

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จึงนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดเป็นรูปแบบทางด้านสถาปัตยกรรมของอาคารตลาด เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากประสบการณ์และความคิดเห็นของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และลักษณะของตลาดสดที่ผู้ใช้ต้องการ ได้แก่ ผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อที่จะนำข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสังเกต มาใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม
2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสังเกต

#### 4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

4.1.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มาซื้อสินค้าในตลาดสด ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้คือ

ตอนที่ 1 หาการ้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ที่มาซื้อของในตลาดสด

ตอนที่ 2 หาการ้อยละของข้อมูลความคิดเห็น และลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และบริการด้านสาธารณูปการ
- ส่วนที่ 2 คุณภาพและราคาของสินค้า
- ส่วนที่ 3 การเดินทาง ระยะเวลาการเดินทาง และการเข้าถึง
- ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบเวลาซื้อสินค้า
- ส่วนที่ 5 ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

4.1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ขายสินค้าในตลาดสด ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสัมภาษณ์ ออกเป็น 2 ตอนดังนี้คือ

ตอนที่ 1 หาการ้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในตลาดสด จำแนกตามประเภทสินค้า โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ

- ส่วนที่ 1 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม
- ส่วนที่ 2 ขนาดของร้านค้าและบริการด้านสาธารณูปการ
- ส่วนที่ 3 การคมนาคมขนส่งสินค้า

ส่วนที่ 4 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

ส่วนที่ 5 ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

ตอนที่ 2 หากำร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดสด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องต่างๆ ข้างต้น ในรูปตามร่างพร้อมการสรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบต่อไป

#### 4.1.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างผู้ที่มาซื้อสินค้าในตลาดสด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่มาซื้อของในตลาดสด

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	144	22.15
- หญิง	506	77.85
รวม	650	100
2. อายุ		
- น้อยกว่า 15 ปี	-	-
- 15-20 ปี	70	11.07
- 20-30 ปี	338	52
- 30-40 ปี	108	16.61
- 40-50 ปี	96	14.79
- 50-60 ปี	12	1.84
- 60 ปีขึ้นไป	24	3.69
รวม	650	100
3. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าประถมศึกษา	12	1.84
- ประถมศึกษา	42	6.47
- มัธยมศึกษา	84	12.93
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	142	21.84
- ปริญญาตรี	246	37.84
- ปริญญาโท หรือสูงกว่า	124	19.08
รวม	650	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
- ข้าราชการ	143	22
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	78	12
- พนักงานบริษัท	81	12.47
- รับจ้างทั่วไป	48	7.39
- เจ้าของกิจการส่วนตัว	36	5.53
- ค้าขาย	66	10.15
- แม่บ้าน	54	8.30
- นักเรียน – นักศึกษา	144	22.16
รวม	650	100
5. รายได้		
- น้อยกว่า 3,000 บาท	132	20.30
- 3,001- 5,000 บาท	156	24
- 5,001-10,000 บาท	202	31.08
- 10,001-20,000 บาท	104	16
- 20,001-30,000 บาท	26	4
- มากกว่า 30,000 บาท	30	4.62
รวม	650	100
6. สถานที่อยู่อาศัยปัจจุบัน		
- อำเภอเมืองนนทบุรี	299	46
- อำเภอบางบัวทอง	39	6
- อำเภอปากเกร็ด	185	28.46
- อำเภอบางกรวย	40	6.16
- อำเภอบางใหญ่	35	5.38
- อำเภอไทรน้อย	52	8
รวม	650	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 506 คนคิดเป็นร้อยละ 77.85 และผู้ชายจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 22.15

ด้านอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 16.16 อายุระหว่าง 40 – 50 ปี จำนวน 96 คน คิด

เป็นร้อยละ 14.76 อายุระหว่าง 15 – 20 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 11.07 อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 3.96 และชายอายุระหว่าง 50 – 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84

ด้านระดับการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.84 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84 ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 6.47 และต่ำกว่าประถมศึกษาจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84

ด้านอาชีพพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมานักเรียน-นักศึกษา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 22.16 พนักงานบริษัทจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 12.47 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 12 กู้ขายจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 10.15 แม่บ้านจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 80.30 รับจ้างทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 7.39 และเจ้าของกิจการส่วนตัวจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 5.53

ด้านรายได้พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 31.08 รองลงมารายได้ระหว่าง 3,001 – 5,000 จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รายได้น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 4.26 รายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ด้านสถานที่พักอาศัยปัจจุบันพบว่าส่วนใหญ่พักอาศัยที่อำเภอเมืองนนทบุรี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาพักอาศัยที่อำเภอปากเกร็ดจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 28.46 อำเภอไทรน้อย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อำเภอบางกรวยจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 6.16 อำเภอบางบัวทองจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และอำเภอบางใหญ่จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 6

## ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็น และลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

### ส่วนที่ 1 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และบริการด้านสาธารณูปการ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และบริการด้าน สาธารณูปการ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่จอดรถ		
- เหมาะสม	260	40
- ไม่เหมาะสม	390	60
รวม	650	100

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
2. ที่ตั้งโทรศัพท์สาธารณะ		
- เหมาะสม	234	36
- ไม่เหมาะสม	416	64
รวม	650	100
3. จำนวนโทรศัพท์สาธารณะ		
- เหมาะสม	251	38.61
- ไม่เหมาะสม	399	61.39
รวม	650	100
4. ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำ สาธารณะ		
- เหมาะสม	182	28
- ไม่เหมาะสม	468	72
รวม	650	100
5. การแสงสว่างภายในตลาด		
- เหมาะสม	247	38
- ไม่เหมาะสม	403	62
รวม	650	100
6. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	320	49.23
- ไม่เหมาะสม	325	50.77
รวม	650	100
7. ความสูงของตัวอาคาร		
- เหมาะสม	455	70
- ไม่เหมาะสม	195	30
รวม	650	100
8. การจัดระเบียบแผงสินค้า ในตลาด		
- เหมาะสม	253	38.92
- ไม่เหมาะสม	394	61.08
รวม	650	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
9. จำนวนแผงสินค้าในตลาด		
- เหมาะสม	351	54
- ไม่เหมาะสม	299	46
รวม	650	100
10. ขนาดของทางเดินเท้า		
ภายในตลาด	273	42
- เหมาะสม	377	58
- ไม่เหมาะสม	650	100
รวม		

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสถานที่จอดรถมีความไม่เหมาะสมจำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ที่ตั้งโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 416 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และเหมาะสมจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 36

จำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 61.39 และ เหมาะสมจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 38.61

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 468 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และเหมาะสม จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 28.

การให้แสงสว่างภายในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 403 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และเหมาะสมจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 49.23

การระบายอากาศส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 50.77 และเหมาะสมจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 49.23

ความสูงของอาคารส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเหมาะสมจำนวน 455 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่เหมาะสมจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 30

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 61.08 และเหมาะสมจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 38.92

จำนวนแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเหมาะสมจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และไม่เหมาะสมจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 46

ขนาดของทางเดินเท้าภายในตลาดมีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และเหมาะสมจำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 42

## ส่วนที่ 2 คุณภาพและราคาของสินค้า

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น คุณภาพและราคาของสินค้า

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทของสินค้าที่ซื้อประจำ		
- ซื้ออาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น	435	66.92
- ซื้ออาหารแห้ง เช่น ข้าวสาร น้ำตาล แป้ง เป็นต้น	339	52.15
- ซื้อของใช้ประจำวัน และเครื่องใช้ภายในบ้าน	150	23.07
- ซื้ออาหารสำเร็จรูป	260	40
- ดอกไม้	176	27.07
2. คุณภาพสินค้าในตลาด		
- ดี	188	28.92
- ปานกลาง	345	53.07
- ต้องปรับปรุง	117	18.01
รวม	650	100
3. ราคาของสินค้าในตลาด		
- ราคาถูก	292	44.92
- ราคาปานกลาง	266	40.92
- ราคาแพง	92	14.16
รวม	650	100
4. ประเภทร้านค้าที่ต้องการให้มีในตลาดสด		
- ร้านขายเสื้อผ้า	107	16.46
- ร้านหนังสือ	96	14.76
- ร้านอาหาร	59	9.07
- ร้านเสริมสวย	77	11.85
- ไม่ต้องการ	35	5.38

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ที่มาซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าประเภทของสินค้าที่ซื้อประจำอันดับหนึ่งคือ การซื้ออาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น จำนวน 435 คน คิดเป็นร้อยละ 66.92 รองลงมาซื้ออาหารแห้ง เช่น ข้าวสาร น้ำตาล แป้ง เป็นต้น จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 52.15 ซื้ออาหารสำเร็จรูปจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ซื้อดอกไม้จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 27.07 และซื้อของใช้ประจำวันและเครื่องใช้ภายในบ้านจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04

คุณภาพสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 53.07 รองลงมาระดับดี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 28.92 และระดับต้องปรับปรุง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 18.01

ราคาของสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาถูกจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 44.92 รองลงมาราคาปานกลางจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 40.92 และราคาแพงจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 14.16

ประเภทร้านค้าที่ต้องการให้มีในตลาดสดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าต้องการให้มีร้านขายเสื้อผ้าจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 16.46 รองลงมาร้านหนังสือจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 14.76 ร้านเสริมสวยจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 11.85 ร้านอาหาร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 9.07 และไม่ต้องการจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38

### ส่วนที่ 3 การเดินทาง ระยะเวลาการเดินทาง และการเข้าถึง

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น การเดินทาง ระยะเวลาการเดินทาง และการเข้าถึง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการมาตลาด		
- ทุกวันหรือเกือบทุกวัน	221	34
- ประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	208	32
- ประมาณเดือนละ 1 ครั้ง หรือนานกว่านั้น	221	34
รวม	650	100
2. เหตุผลการซื้อสินค้าในตลาด		
- ใกล้ที่พัก	241	37.08
- ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	169	26
- เป็นทางผ่าน	240	36.92
รวม	650	100
3. การเดินทางมาตลาด		
- รถยนต์	156	24
- รถจักรยานยนต์	35	5.38
- รถประจำทาง	286	44
- รถจักรยาน	43	6.62
- เดิน	104	14
- รถแท็กซี่	26	4
รวม	650	100

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
4. เวลาเดินทางจากที่พักหรือที่ทำงานมาตลาด		
- น้อยกว่าหรือประมาณ 30 นาที	423	65.07
- มากกว่า 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง	130	20
- มากกว่า 1 ชั่วโมง	97	14.93
รวม	650	100
5. ความเหมาะสมของระยะเวลาการเดินทางมาตลาด		
- เหมาะสม	468	72
- ไม่เหมาะสม	182	28
รวม	650	100
6. ช่วงเวลาที่มาตลาด		
- ช่วงเช้า	263	40.46
- ช่วงกลางวัน	58	8.92
- ช่วงเย็น	329	50.62
รวม	650	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้มาซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าความถี่ในการมาตลาดทุกวันหรือเกือบทุกวัน จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ประมาณเดือนละ 1 ครั้ง หรือนานกว่านั้น จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 32

เหตุผลการซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าใกล้ที่พักจำนวน 241 คนคิดเป็นร้อยละ 37.08 รองลงมาเป็นทางผ่านจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 36.92 และใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษาจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 26

การเดินทางมาตลาดส่วนใหญ่มาโดยรถประจำทางจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมารถยนต์จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เดิน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รถจักรยานจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 6.62 รถจักรยานยนต์จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.387 และรถแท็กซี่จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4

เวลาเดินทางจากที่พักหรือที่ทำงานมาตลาดส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือประมาณ 30 นาที จำนวน 423 คน คิดเป็นร้อยละ 65.07 รองลงมามากกว่า 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และมากกว่า 1 ชั่วโมงจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93

ความเหมาะสมของระยะเวลาการเดินทางมาตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 468 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และไม่เหมาะสม 182 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ช่วงเวลาที่มาตลาดส่วนใหญ่มาตลาดช่วงเย็นจำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 50.62 รองลงมา ช่วงเช้าจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 40.46 และช่วงกลางวันจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบเวลามาซื้อสินค้า

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น ปัญหาที่พบเวลามาซื้อสินค้า

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัญหาที่พบเวลามาซื้อสินค้า		
- ไม่มีที่จอดรถ	169	26
- การจราจรติดขัด	267	41.07
- ปัญหาหาบเร่ – แผงลอยกีดขวางทางเดิน	202	31.07
- ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง	286	44
- ความแออัดของผู้คนที่รอรถประจำทาง	215	33.07
- ปัญหาความสกปรก เปียกชื้นภายในตลาด	396	60.92

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้มาซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาที่พบเวลามาซื้อสินค้า คือปัญหาความสกปรก เปียกชื้นภายในตลาดสดจำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 60.92 รองลงมา ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 44 การจราจรติดขัดจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 41.07 ความแออัดของผู้คนที่รอรถประจำทางจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 33.07 ปัญหาหาบเร่ – แผงลอยกีดขวางทางเดินจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 31.07 และไม่มีที่จอดรถจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 26

#### ส่วนที่ 5 ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการสรุป ได้ดังนี้

- สร้างบรรยากาศรอบด้านให้เย็นสบาย
- ร้านค้าสะอาดเป็นระเบียบ
- มีสินค้าหลายอย่างครบถ้วน
- ไม่มีสัตว์รบกวนจำพวกหนู แมลงสาบ แมลงวัน
- มีห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะให้เพียงพอ และสะอาด
- ทางเดินในตลาดสะอาดไม่เปียกแฉะ และแออัด
- ไม่มีกลิ่นเหม็นจากน้ำเน่าในท่อระบายเสีย และไม่อัปชื้น
- เก็บขยะเป็นสัดส่วน
- มีป้ายราคาติดที่สินค้า
- ภาชนะที่ใช้อาหารมีการปิดมิดชิด

- เปิดให้บริการตลาดวัน
- ทางเข้าออกของรถสะดวกไม่ติดขัด
- อยู่ใกล้แหล่งชุมชนการคมนาคมสะดวก
- มีระบบระบายน้ำดี ไม่มีน้ำขังที่พื้นทางเดิน
- มีการระบายอากาศที่ดี โปร่ง โล่ง
- สะอาดถูกสุขลักษณะ
- จัดหาเบร่แผงลอยให้เป็นระเบียบ
- มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ และมียามรักษาความปลอดภัย
- มีการควบคุมราคาสินค้า
- กิโลกรัมของมีมาตรฐาน

#### 4.1.2 การเสนิผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างผู้ขายสินค้าในตลาดสด

ตอนที่ 1 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในตลาดสด

ส่วนที่ 1 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของทางเดินเท้าในตลาด		
- เหมาะสม	16	45.72
- ไม่เหมาะสม	19	54.28
รวม	36	100
2. ขนาดของทางเดินรถเข็นในตลาด		
- เหมาะสม	14	40
- ไม่เหมาะสม	21	60
รวม	35	100
3. ความสูงของตัวอาคาร		
- เหมาะสม	29	82.86
- ไม่เหมาะสม	6	17.14
รวม	35	100

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	15	42.85
- ไม่เหมาะสม	20	57.15
รวม	35	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	22	62.86
- ไม่เหมาะสม	13	37.14
รวม	35	100

ตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทผักสดในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของ ทางเดินเท้าในตลาดไม่เหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.28 และเหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72

ขนาดของทางเดินรถเงินในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ความสูงของตัวอาคารส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 82.86 และไม่เหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 20คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 และเหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.85

การระบายอากาศส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 62.86 และไม่เหมาะสมจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของทางเดินเท้าในตลาด		
- เหมาะสม	16	45.72
- ไม่เหมาะสม	19	54.28
รวม	35	100
2. ขนาดของทางเดินรถเงินในตลาด		
- เหมาะสม	21	60
- ไม่เหมาะสม	14	40
รวม	35	100

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
3. ความสูงของตัวอาคาร		
- เหมาะสม	24	68.57
- ไม่เหมาะสม	11	31.43
รวม	35	100
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	16	45.72
- ไม่เหมาะสม	19	54.28
รวม	35	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	22	62.86
- ไม่เหมาะสม	13	37.14
รวม	35	100

ตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของทางเดินเท้าในตลาดไม่เหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.28 และเหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72

ขนาดของทางเดินรถเงินในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ความสูงของตัวอาคารส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 68.57 และไม่เหมาะสมจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.28 และเหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.72

การระบายอากาศส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 62.86 และไม่เหมาะสมจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของทางเดินเท้าในตลาด		
- เหมาะสม	7	53.85
- ไม่เหมาะสม	6	46.15
รวม	13	100
2. ขนาดของทางเดินรถเข็นในตลาด		
- เหมาะสม	6	46.15
- ไม่เหมาะสม	7	53.85
รวม	13	100
3. ความสูงของตัวอาคาร		
- เหมาะสม	7	53.85
- ไม่เหมาะสม	6	43.15
รวม	13	100
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	6	43.15
- ไม่เหมาะสม	7	53.85
รวม	13	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	9	69.23
- ไม่เหมาะสม	4	30.77
รวม	13	100

ตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของทางเดินเท้าในตลาดเหมาะสมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

ขนาดของทางเดินรถเข็นในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และเหมาะสม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

ความสูงของตัวอาคารส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และเหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

การระบายอากาศส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 และไม่เหมาะสมจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77

**ตารางที่ 4.9** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของทางเดินเท้าในตลาด		
- เหมาะสม	10	40
- ไม่เหมาะสม	15	60
รวม	25	100
2. ขนาดของทางเดินรถเข็นในตลาด		
- เหมาะสม	12	48
- ไม่เหมาะสม	13	52
รวม	25	100
3. ความสูงของตัวอาคาร		
- เหมาะสม	19	76
- ไม่เหมาะสม	6	24
รวม	25	100
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	14	56
- ไม่เหมาะสม	11	44
รวม	25	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	15	60
- ไม่เหมาะสม	10	40
รวม	25	100

ตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของทางเดินเท้าในตลาดไม่เหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ขนาดของทางเดินรถเข็นในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ความสูงของตัวอาคารส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 และไม่เหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และไม่เหมาะสมจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 44

การระบายอากาศส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และไม่เหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของทางเดินเท้าในตลาด		
- เหมาะสม	49	45.37
- ไม่เหมาะสม	59	54.63
รวม	100	100
2. ขนาดของทางเดินรถเข็นในตลาด		
- เหมาะสม	53	49.07
- ไม่เหมาะสม	55	50.93
รวม	100	100
3. ความสูงของตัวอาคาร		
- เหมาะสม	79	73.15
- ไม่เหมาะสม	29	26.85
รวม	108	100
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	51	47.22
- ไม่เหมาะสม	57	52.78
รวม	108	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	68	68.97
- ไม่เหมาะสม	40	37.03
รวม	108	100

ตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของทางเดินเท้าในตลาดไม่เหมาะสมจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 และเหมาะสมจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.37

ขนาดของทางเดินรถเงินในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 50.93 และเหมาะสมจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 49.07

ความสูงของตัวอาคารส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 52.78 และเหมาะสมจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.22

การระบายอากาศส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 62.97 และไม่เหมาะสมจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.03

## ส่วนที่ 2 ขนาดของร้านค้าและบริการด้านสาธารณสุขการ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้สัมผัสภัยซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	21	60
- ไม่เหมาะสม	14	40
รวม	35	100
2. ลักษณะของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	12	34.28
- ไม่เหมาะสม	23	65.72
รวม	35	100
3. การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาด		
- เหมาะสม	16	45.71
- ไม่เหมาะสม	19	54.29
รวม	35	100
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	12	34.28
- ไม่เหมาะสม	23	65.72
รวม	35	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	10	28.57
- ไม่เหมาะสม	25	71.43
รวม	35	100

ตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทผักสดในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของแผงขายสินค้าเหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และไม่เหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ลักษณะของแผงขายสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 65.72 และเหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 และเหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.72 และเหมาะสม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28

ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 25 คน คิดว่าเป็นร้อยละ 71.43 และ เหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	23	65.71
- ไม่เหมาะสม	12	34.29
รวม	35	100
2. ลักษณะของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	10	28.54
- ไม่เหมาะสม	25	71.43
รวม	35	100
3. การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาด		
- เหมาะสม	12	34.28
- ไม่เหมาะสม	23	65.72
รวม	35	100
4. การให้แสงสว่าง		
- เหมาะสม	14	40
- ไม่เหมาะสม	21	60
รวม	35	100
5. การระบายอากาศ		
- เหมาะสม	14	40
- ไม่เหมาะสม	21	60
รวม	35	100

ตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของแผงขายสินค้าเหมาะสมจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 65.71 และไม่เหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29

ลักษณะของแผงขายสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 และเหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 65.72 และเหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 60 และ เหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	7	53.85
- ไม่เหมาะสม	6	46.15
รวม	13	100
2. ลักษณะของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	5	38.46
- ไม่เหมาะสม	8	61.54
รวม	13	100
3. การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาด		
- เหมาะสม	4	30.77
- ไม่เหมาะสม	9	69.23
รวม	13	100
4. ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะ		
- เหมาะสม	6	46.15
- ไม่เหมาะสม	7	53.85
รวม	13	100
5. ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะ		
- เหมาะสม	6	46.15
- ไม่เหมาะสม	7	53.85
รวม	13	100

ตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของแผงขายสินค้าเหมาะสมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และไม่เหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

ลักษณะของแผงขายสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 และเหมาะสมจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 และเหมาะสมจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และเหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

**ตารางที่ 4.14** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	19	76
- ไม่เหมาะสม	6	24
รวม	25	100
2. ลักษณะของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	7	28
- ไม่เหมาะสม	18	72
รวม	25	100
3. การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาด		
- เหมาะสม	6	24
- ไม่เหมาะสม	19	76
รวม	25	100
4. ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะ		
- เหมาะสม	20	40
- ไม่เหมาะสม	15	60
รวม	25	100
5. ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะ		
- เหมาะสม	10	40
- ไม่เหมาะสม	15	60
รวม	25	100

ตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของแผงขายสินค้าเหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 และไม่เหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ลักษณะของแผงขายสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และเหมาะสมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 และเหมาะสมจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขนาดของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	70	64.81
- ไม่เหมาะสม	38	35.19
รวม	108	100
2. ลักษณะของแผงขายสินค้า		
- เหมาะสม	34	31.48
- ไม่เหมาะสม	74	68.52
รวม	108	100
3. การจัดระเบียบแผงสินค้า		
ในตลาด	38	35.19
- เหมาะสม	70	64.81
- ไม่เหมาะสม	108	100
รวม		
4. ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำ		
สาธารณะ	42	38.89
- เหมาะสม	66	61.11
- ไม่เหมาะสม	108	100
รวม		

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5. ที่ตั้งและจำนวน โทรศัพท์		
สาธารณะ	40	37.04
- เหมาะสม	68	62.96
- ไม่เหมาะสม	108	100
รวม		

ตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของแผงขายสินค้าเหมาะสมจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 64.81 และไม่เหมาะสมจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.19

ลักษณะของแผงขายสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 68.52 และเหมาะสมจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.48

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 64.81 และเหมาะสมจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 และเหมาะสมจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89

ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 62.96 และเหมาะสมจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04

### ส่วนที่ 3 การคมนาคมขนส่งสินค้า

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. พาหนะในการขนส่งสินค้า		
- รถยนต์บรรทุกสิบล้อ	12	34.28
- รถยนต์บรรทุกหกล้อ	10	28.57
- รถกระบะ	10	28.57
- รถสามล้อ	3	8.58
รวม	35	100
2. สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้า		
- เหมาะสม	14	40
- ไม่เหมาะสม	21	60
รวม	35	100

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
3. ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้า		
- เหมาะสม	15	42.86
- ไม่เหมาะสม	20	57.14
รวม	35	100

ตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทผักสดในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าพาหนะในการขนส่งสินค้าคือรถยนต์บรรทุกสิบล้อจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28 รองลงมาคือรถบรรทุกหกล้อจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และรถสามล้อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.58

สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 และเหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. พาหนะในการขนส่งสินค้า		
- รถยนต์บรรทุกสิบล้อ	-	-
- รถยนต์บรรทุกหกล้อ	20	57.14
- รถกระบะ	15	42.86
- รถสามล้อ	-	-
รวม	35	100
2. สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้า		
- เหมาะสม	14	40
- ไม่เหมาะสม	21	60
รวม	35	100
3. ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้า		
- เหมาะสม	19	54.29
- ไม่เหมาะสม	16	45.71
รวม	35	100

ตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าพาหนะในการขนส่งสินค้าคือรถบรรทุกหกล้อจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 และรถกระบะจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86

สถานที่จอดรถรับ – ส่ง สินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 54.29 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 45.71

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. พาหนะในการขนส่งสินค้า		
- รถยนต์บรรทุกสิบล้อ	-	-
- รถยนต์บรรทุกหกล้อ	6	46.15
- รถกระบะ	7	53.85
- รถสามล้อ	-	-
รวม	13	100
2. สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้า		
- เหมาะสม	4	30.77
- ไม่เหมาะสม	9	69.23
รวม	13	100
3. ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้า		
- เหมาะสม	12	92.31
- ไม่เหมาะสม	1	7.69
รวม	13	100

ตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าพาหนะในการขนส่งสินค้าคือรถกระบะ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 และรถบรรทุกหกล้อ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15

สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 และเหมาะสมจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77

ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 92.31 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. พาหนะในการขนส่งสินค้า		
- รถยนต์บรรทุกสิบล้อ	-	-
- รถยนต์บรรทุกหกล้อ	-	-
- รถกระบะ	25	100
- รถสามล้อ	-	-
รวม	25	100
2. สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้า		
- เหมาะสม	9	26
- ไม่เหมาะสม	16	64
รวม	25	100
3. ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้า		
- เหมาะสม	9	36
- ไม่เหมาะสม	16	64
รวม	25	100

ตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าพาหนะในการขนส่งสินค้าคือรถกระบะจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 100 สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้าส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และเหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 26

ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และเหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 26

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. พาหนะในการขนส่งสินค้า		
- รถยนต์บรรทุกสิบล้อ	12	11.11
- รถยนต์บรรทุกหกล้อ	36	33.33
- รถกระบะ	57	52.78
- รถสามล้อ	3	2.78
2. สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้า		
- เหมาะสม	41	37.96
- ไม่เหมาะสม	67	62.04
รวม	108	100
3. ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้า		
- เหมาะสม	55	50.93
- ไม่เหมาะสม	53	49.07
รวม	108	100

ตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ขายสินค้า ในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าพาหนะในการขนส่งสินค้าคือรถกระบะจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 52.78 รองลงมาบรรทุกหกล้อจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รถยนต์บรรทุกสิบล้อจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และรถสามล้อจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 62.04 และเหมาะสมจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96

ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 50.93 และไม่เหมาะสมจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 49.07

#### ส่วนที่ 4 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ทิ้งขยะมูลฝอย		
- เหมาะสม	25	71.43
- ไม่เหมาะสม	10	28.57
รวม	35	100
2. การกำจัดขยะมูลฝอย		
- เหมาะสม	23	65.71
- ไม่เหมาะสม	12	34.29
รวม	35	100
3. การระบายน้ำในตลาดสด		
- เหมาะสม	17	48.57
- ไม่เหมาะสม	18	51.43
รวม	35	100
4. การป้องกันและกำจัด แมลง หนู		
- เหมาะสม	16	45.71
- ไม่เหมาะสม	19	54.29
รวม	35	100

ตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทผักสด ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ทิ้งขยะมูลฝอยเหมาะสมจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 และไม่เหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57

การกำจัดขยะมูลฝอยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 65.71 และไม่เหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29

การระบายน้ำในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 และเหมาะสมจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57

การป้องกันและกำจัดแมลง หนู ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 และเหมาะสมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ตั้งขะมูลฝอย		
- เหมาะสม	20	57.14
- ไม่เหมาะสม	15	42.86
รวม	35	100
2. การกำจัดขะมูลฝอย		
- เหมาะสม	22	62.86
- ไม่เหมาะสม	13	37.14
รวม	35	100
3. การระบายน้ำในตลาดสด		
- เหมาะสม	17	48.57
- ไม่เหมาะสม	18	51.43
รวม	35	100
4. การป้องกันและกำจัด แมลง หนู		
- เหมาะสม	17	48.57
- ไม่เหมาะสม	18	51.43
รวม	35	100

ตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ตั้งขะมูลฝอยเหมาะสมจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 และไม่เหมาะสมจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86

การกำจัดขะมูลฝอยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 62.86 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14

การระบายน้ำในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 และเหมาะสมจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57

การป้องกันและกำจัดแมลง หนู ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 และเหมาะสมจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ตั้งขะมุลงฝอย		
- เหมาะสม	8	61.54
- ไม่เหมาะสม	5	38.46
รวม	13	100
2. การกำจัดขะมุลงฝอย		
- เหมาะสม	10	76.92
- ไม่เหมาะสม	3	23.08
รวม	13	100
3. การระบายน้ำในตลาดสด		
- เหมาะสม	5	38.46
- ไม่เหมาะสม	8	61.54
รวม	13	100
4. การป้องกันและกำจัด แมลง หนู		
- เหมาะสม	4	33.77
- ไม่เหมาะสม	9	69.23
รวม	13	100

ตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ตั้งขะมุลงฝอยเหมาะสม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 และไม่เหมาะสมจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46

การกำจัดขะมุลงฝอยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 76.92 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08

การระบายน้ำในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 และเหมาะสมจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46

การป้องกันกำจัดแมลง หนูส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 และเหมาะสมจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ตั้งขยะมูลฝอย		
- เหมาะสม	14	56
- ไม่เหมาะสม	11	44
รวม	25	100
2. การกำจัดขยะมูลฝอย		
- เหมาะสม	21	84
- ไม่เหมาะสม	4	16
รวม	25	100
3. การระบายน้ำในตลาดสด		
- เหมาะสม	11	44
- ไม่เหมาะสม	14	56
รวม	25	100
4. การป้องกันและกำจัด แมลง หนู		
- เหมาะสม	12	48
- ไม่เหมาะสม	13	52
รวม	25	100

ตารางที่ 4.24 พบผู้ขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ตั้งขยะมูลฝอยเหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 44

การกำจัดขยะมูลฝอยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 84 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16

การระบายน้ำในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และ เหมาะสมจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 44

การป้องกันกำจัดแมลง หนูส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเหมาะสมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ตั้งขยะมูลฝอย		
- เหมาะสม	67	62.04
- ไม่เหมาะสม	37	37.96
รวม	108	100
2. การกำจัดขยะมูลฝอย		
- เหมาะสม	76	70.37
- ไม่เหมาะสม	32	29.63
รวม	108	100
3. การระบายน้ำในตลาดสด		
- เหมาะสม	50	46.30
- ไม่เหมาะสม	58	53.70
รวม	108	100
4. การป้องกันและกำจัด แมลง หนู		
- เหมาะสม	49	45.37
- ไม่เหมาะสม	59	54.63
รวม	108	100

ตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ตั้งขยะมูลฝอยเหมาะสมจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 62.04 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96

การกำจัดขยะมูลฝอยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 70.37 และ ไม่เหมาะสมจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 29.63

การระบายน้ำในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 53.70 และเหมาะสมจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30

การป้องกันและกำจัดแมลง หนูส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 และเหมาะสมจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.37

## ส่วนที่ 5 ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ สรุปได้ดังนี้

- อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีลูกค้าจำนวนมาก
- มีสภาพแวดล้อมที่ดี
- จัดไฟฟ้าแสงสว่างให้เพียงพอ
- จัดร้านค้าอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย
- มีผู้เย็นสำหรับแช่สินค้า
- ไม่มีสัตว์รบกวน
- มีห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะเพียงพอ
- สถานที่จอดรถรับสินค้ากว้างขวางและเป็นระเบียบ
- สะอาดถูกสุขลักษณะ
- พื้นทางเดินไม่เปียกและ
- อากาศถ่ายเทสะดวก
- แผงขายสินค้ามีตู้เก็บอุปกรณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดสด

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทผักสด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาด	31	88.57
- ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง	29	82.86
- ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้า	27	77.14
- ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาด	18	51.43
- ปัญหาเรื่องการจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด	17	48.57
- ปัญหาสัตว์รบกวน	12	34.29

ตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทผักสดในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดังจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้าจำนวน 17คน คิดเป็นร้อยละ 68 ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ปัญหาเรื่องการจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และปัญหาสัตว์รบกวน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัญหาความสกปรกเปื้อกชั้นภายในตลาด	33	94.29
- ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง	29	82.86
- ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้า	27	77.14
- ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาด	26	74.29
- ปัญหาเรื่องการกำจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด	25	71.43
- ปัญหาสัตว์รบกวน	18	51.43

ตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาความสกปรกเปื้อกชั้นภายในตลาดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 94.29 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดังจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 82.86 ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้าจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 77.14 ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 74.29 ปัญหาเรื่องการกำจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาดจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 และปัญหาสัตว์รบกวนจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัญหาความสกปรกเปื้อกชั้นภายในตลาด	12	92.31
- ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง	9	69.23
- ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้า	8	61.54
- ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาด	4	30.77
- ปัญหาเรื่องการกำจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด	3	23.08
- ปัญหาสัตว์รบกวน	3	23.08

ตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทดอกไม้และผลไม้ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาความสกปรกเปื้อกชั้นภายในตลาดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 92.31 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้าจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาดจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 ปัญหาเรื่องการกำจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 และปัญหาสัตว์รบกวนจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันสินค้าภายในบ้าน)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาด	20	80.00
- ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง	19	76.00
- ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้า	17	68.00
- ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาด	16	64.00
- ปัญหาเรื่องการทำจมน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด	15	60.00
- ปัญหาสัตว์รบกวน	13	52.00

ตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ขายสินค้าประเภทของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) ในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้าจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ปัญหาเรื่องการทำจมน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และปัญหาสัตว์รบกวนจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 52

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- ปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาด	96	88.89
- ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง	86	79.63
- ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้า	79	73.15
- ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาด	64	59.26
- ปัญหาเรื่องการทำจมน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด	60	55.56
- ปัญหาสัตว์รบกวน	46	42.59

ตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาดจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 79.63 ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้าจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 73.15 ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 59.26 ปัญหาเรื่องการทำจมน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาดจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และปัญหาสัตว์รบกวน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 42.59

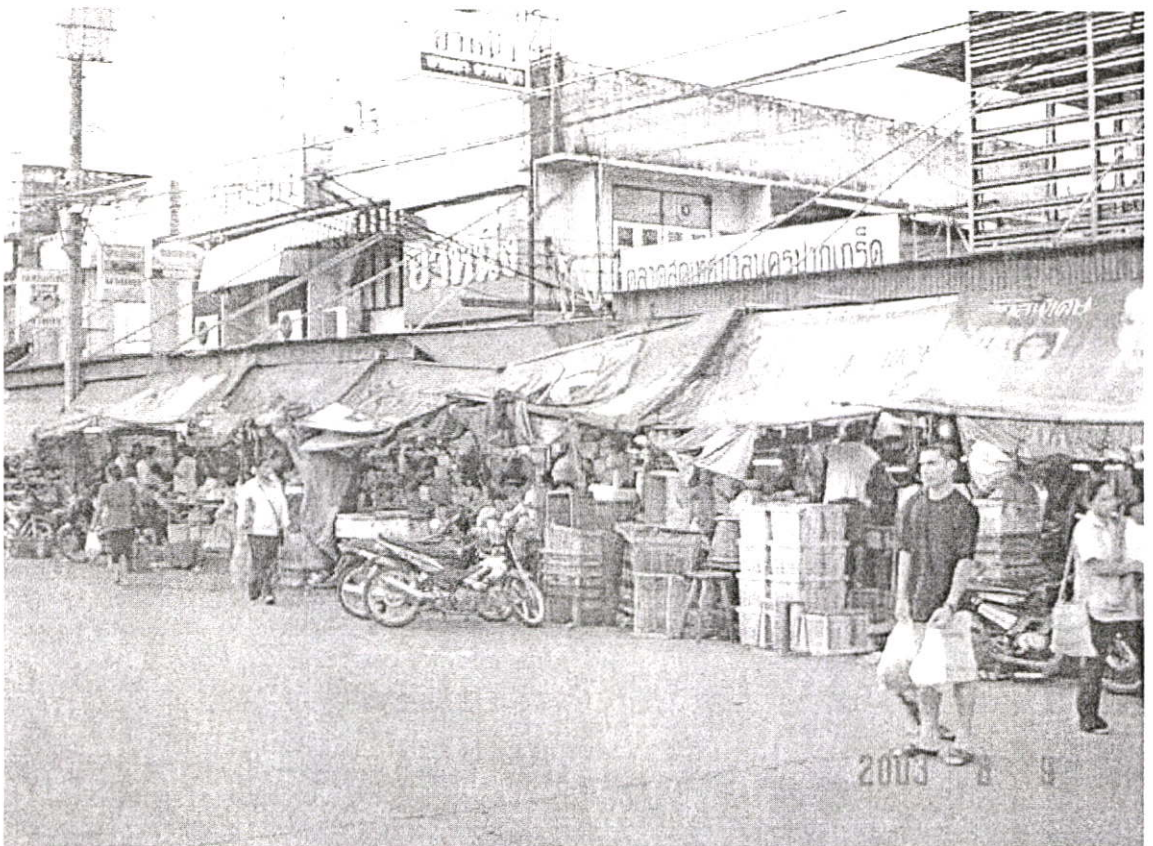
## 4.2 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของตลาดสด

### 4.2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตลาดเทศบาลนครปากเกร็ดตั้งอยู่บริเวณด้านข้างของเทศบาลนครปากเกร็ด บนถนนแจ้งวัฒนะ เป็นแหล่งชุมชนหนาแน่น และเป็นย่านการค้าอุตสาหกรรม รวมถึงมีหมู่บ้านจัดสรรอยู่บริเวณใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก

ด้านหน้าตลาดเทศบาลนครปากเกร็ดเป็นอาคารพาณิชย์พักอาศัย 2 ชั้น ซึ่งเป็นร้านขายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องประดับ ขนยา สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ อยู่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ และถนนเข้าซอยด้านข้างติดกับเทศบาล นครนครปากเกร็ด รวมถึงมีหาบเร่แผงลอยตั้งวางสินค้าตลอดสองทางด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ



รูปที่ 4.1 สภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครนครปากเกร็ดด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะ มีห้องน้ำสาธารณะของตลาดบริการอยู่ใกล้ที่จอดรถ 3 ห้อง เก็บค่าบริการครั้งละ 2 บาท และโทรศัพท์สาธารณะมีการบริการอยู่ที่ด้านหน้าตลาดอยู่บริเวณอาคารพาณิชย์ด้านหน้าติดกับถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้



รูปที่ 4.2 สภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

การจำกัดของเสีย มีสถานที่ทิ้งขยะอยู่บริเวณด้านหน้าตลาด โดยจะมีรถบริการเก็บขยะของเทศบาลนครปากเกร็ดเป็นผู้จัดเก็บ ส่วนการระบายน้ำจากแผงขายสินค้าจะระบายลงทองรอบ ๆ แผงสินค้าแล้วจึงไหลลงท่อสาธารณะ ลักษณะท่อภายในอาคารเป็นท่อแบบเปิด

**ตอนที่ 2** เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการตลาดสด ด้านรูปแบบสถาปัตยกรรม

บริเวณตัวอาคารตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดแบ่งออกเป็นสองส่วน คือส่วนแรก บริเวณตรงกลางจะเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กยกพื้นคอนกรีต ความสูงของอาคารประมาณ 4.50 เมตร ส่วนใหญ่อาหารที่ขายเป็นจำพวกเนื้อสัตว์และของแห้ง มีที่ระบายน้ำเป็นท่อแบบเปิดและมีการระบายออกที่ระบายใหญ่อีกครั้งหนึ่ง ลักษณะของแผงเป็นแผงถาวร โดยการก่ออิฐฉาบปูนด้วยกระเบื้องเพื่อความสวยงาม สูงประมาณ 50 เซนติเมตร ส่วนที่สองบริเวณโดยรอบซึ่งด้านหลังเป็น

อาคารพาณิชย์สูง 2 ชั้น เป็นโครงสร้างเหล็กสูงประมาณ 7 เมตร มุงด้วยกระเบื้อง มีลักษณะเป็นทางเดินทอดยาวขนาดทั้ง 2 ข้างของอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก แผงส่วนใหญ่สูงประมาณ 45 เซนติเมตร เป็นแผงแบบชั่วคราวการระบายน้ำแบบเปิดอยู่ด้านหลังแผง

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่ของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดทั้งสองส่วนเป็นแสงสว่างจากหลอดไฟเป็นส่วนใหญ่ มีทั้งหลอดไฟที่ทางตลาดจัดให้และผู้ค้านำมาติดเอง

การระบายอากาศ ตัวอาคารทั้งสองส่วนมีความสูงประมาณ 4.50 – 7 เมตร และไม่มีผนังล้อมรอบดังนั้นการระบายอากาศจะค่อนข้างดี

สถานที่จอดรถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งคือด้านหลังตลาด ซึ่งสามารถจอดได้ประมาณ 20-30 คัน และด้านหน้าตลาดซึ่งเป็นเกาะกลางถนนอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะ

**ตอนที่ 3** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการตลาดสด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

เวลาเริ่มประกอบการเริ่มตั้งแต่ 24.00 น. ทั้งผู้ที่มาประกอบกิจการค้าในช่วงนี้จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าขายส่งและปลีก ของการขายสินค้าประเภทผักและเนื้อสัตว์ ช่วงเวลาที่ตลาดคับคั่งแบ่งเป็นสองช่วงคือ

ช่วงเวลาคับคั่งในตอนเช้าระหว่าง 6.00 – 9.00 น.

ช่วงเวลาคับคั่งในตอนเย็นระหว่าง 16.00 – 18.00 น.

ซึ่งช่วงเวลาคับคั่งในตอนเย็นจะมีคนมากกว่าในตอนเช้า เนื่องจากผู้ซื้อใช้เวลาไม่จำกัด ในการเลือกซื้อสินค้า และตลาดจะปิดกิจการเวลาประมาณ 21.30 น.



**รูปที่ 4.3** แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

กิจกรรมของผู้ขาย คือการนำสินค้ามาจัดเรียงเพื่อประกอบการซื้อขาย โดยแยกส่วนใหญ่ ๆ ได้ดังนี้คือ

ผักสด อยู่บริเวณด้านทางเข้าและบริเวณด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ รวมถึงบริเวณโดยรอบอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก

เนื้อสัตว์ อยู่บริเวณส่วนอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก

ดอกไม้และผลไม้ อยู่บริเวณด้านทางเข้าและบริเวณด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ

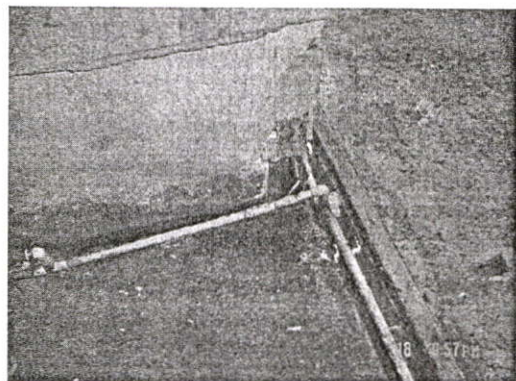
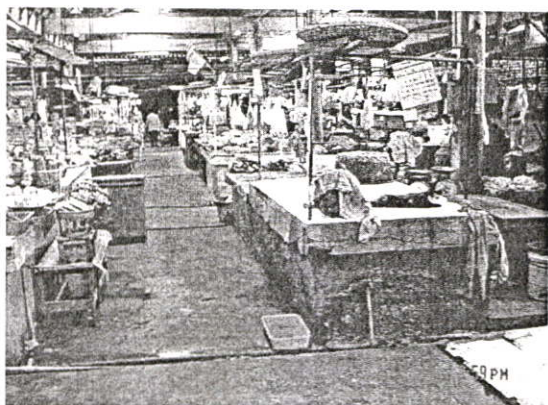
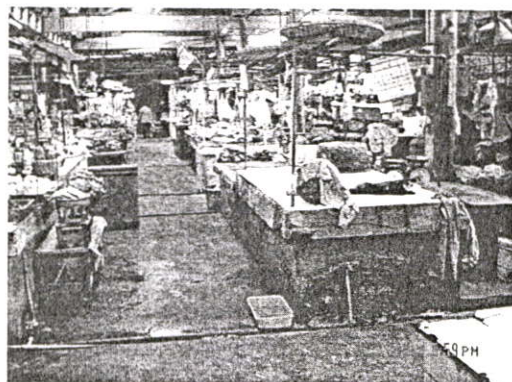
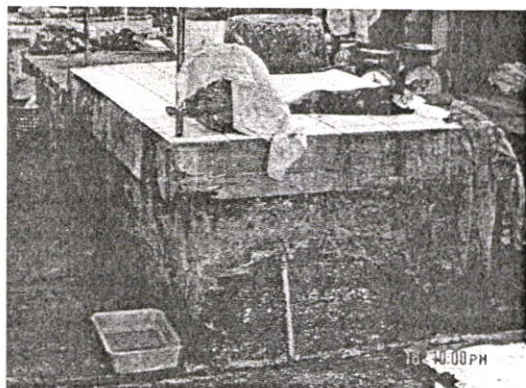
ของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) อยู่บริเวณส่วนอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก และบริเวณโดยรอบอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก



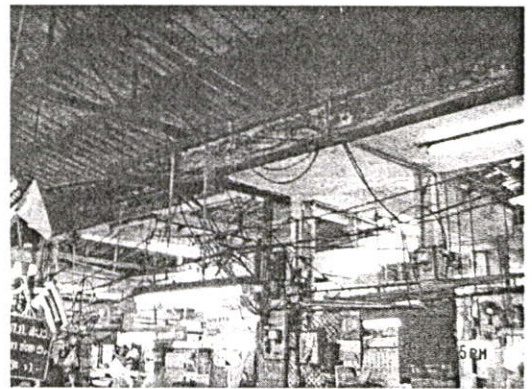
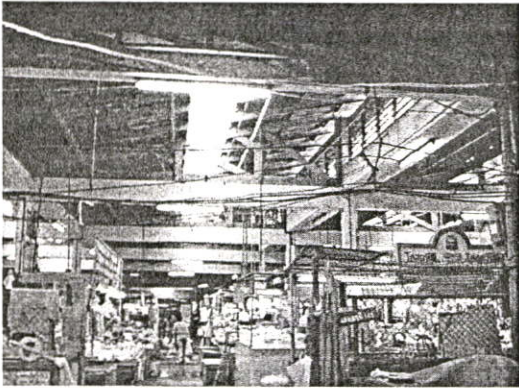
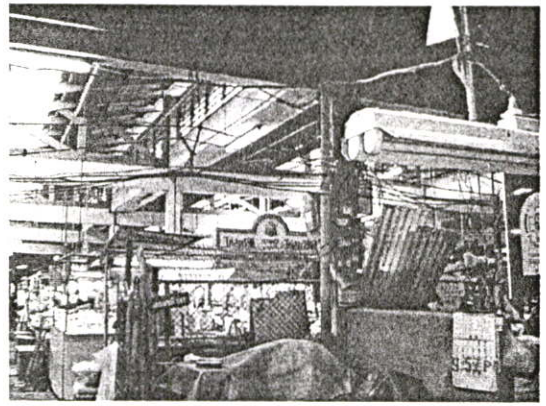
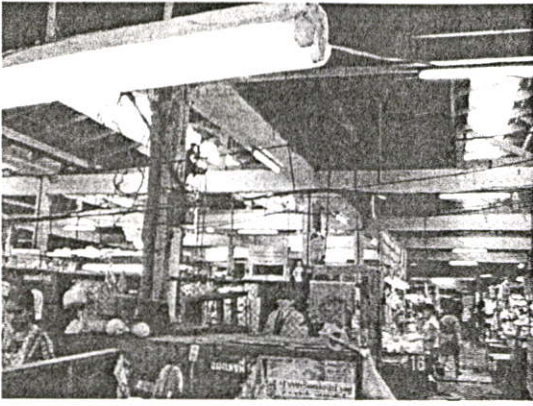
รูปที่ 4.4 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

กิจกรรมของผู้ซื้อ ในหนึ่งวันจะมีผู้มาใช้บริการภายในตลาดประมาณ 800 – 1,000 คน ซึ่งเป็นผู้ซื้อรายย่อยโดยเมื่อจอดรถหรือลงจากรถประจำทาง ก็จะเดินเลือกซื้อสินค้าตามที่ต้องการ โดยใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าประมาณ 15 – 61 นาที

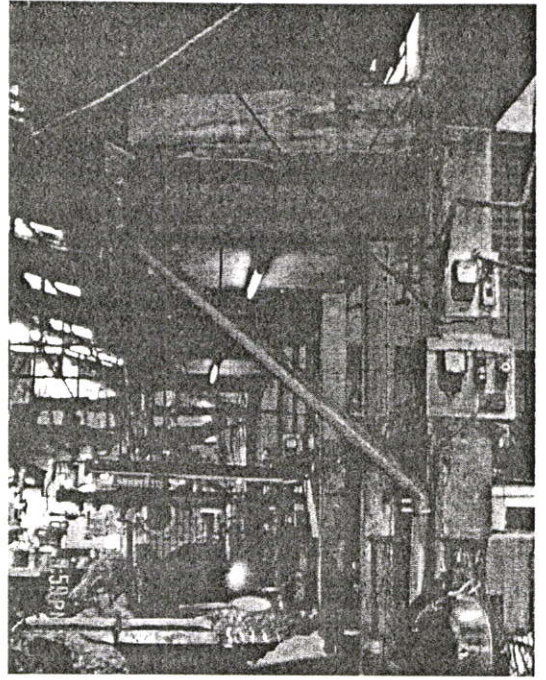
ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการตลาดสด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้น  
ในตลาดสด



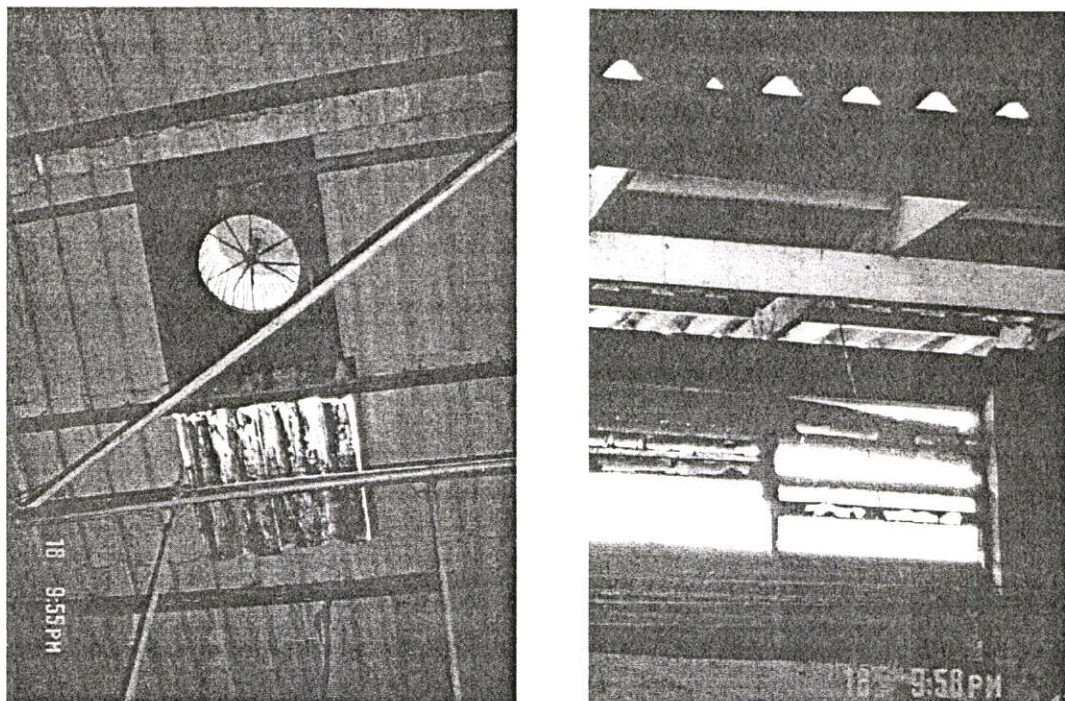
รูปที่ 4.5 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด



รูปที่ 4.6 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด



รูปที่ 4.7 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด



รูปที่ 4.8 แสดงสภาพปัจจุบันของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด

ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ได้แก่

1. ปัญหาการคมนาคมขนส่งโดยรอบบริเวณตลาด
2. ปัญหาตัวอาคารเก่า ทรุดโทรม และสกปรก
3. ปัญหาการใช้พื้นที่อย่างไม่เป็นระเบียบของผู้ค้า
4. ปัญหาความเปียกชื้นภายในตลาด
5. ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น และเสียงรบกวน
6. การข้ามถนนและการจอดรถทำให้การจราจรติดขัด
7. การตั้งขยะมูลฝอยเพื่อรอการจัดเก็บด้านหน้าทำให้เกิดความสกปรกและไม่เป็นระเบียบ
8. ปัญหากลิ่นเหม็นขยะของเสียจากตลาด
9. ปัญหาสัตว์รบกวน
10. จำนวนห้องน้ำและโทรศัพท์ที่ไม่เพียงพอ

#### 4.2.2 ตลาดสดพิชัย

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลความคิดเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตลาดพิชัยตั้งอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะ เป็นแหล่งชุมชนหนาแน่น และเป็นย่านการค้าอุตสาหกรรม ด้านข้างเป็นซอยซึ่งเชื่อมต่อกับหมู่บ้านจัดสรรมากมาย

ด้านหน้าและด้านข้างตลาดพิชัยเป็นอาคารพาณิชย์พักอาศัย 3 ชั้น ซึ่งเป็นร้านขายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องประดับ ขายยา สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันต่าง ๆ อยู่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ และถนนเข้าซอย รวมถึงมีหาบเร่แผงลอยตั้งวางสินค้าตลอดสองข้างทางด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ



รูปที่ 4.9 สภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ



รูปที่ 4.10 สภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะ มีห้องน้ำสาธารณะของตลาดบริการอยู่ใกล้ที่จอดรถ 3 ห้อง เก็บค่าบริการครั้งละ 2 บาท และโทรศัพท์สาธารณะมีการบริการอยู่ที่ด้านหน้าตลาดอยู่บริเวณอาคารพาณิชย์ด้านหน้าติดกับถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านรูปแบบสถาปัตยกรรม บริเวณตัวอาคารตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดแบ่งออกเป็นสองส่วน คือส่วนแรกบริเวณตรงกลางจะเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กยกพื้นคอนกรีต ความสูงของอาคารประมาณ 4 เมตร ส่วนใหญ่ อาหารที่ขายเป็นจำพวกเนื้อสัตว์และของแห้ง มีที่ระบายน้ำเป็นท่อแบบเปิดและมีการระบายออกที่ระบายใหญ่อีกครั้งหนึ่ง ลักษณะของแผงเป็นแผงถาวรโดยการก่ออิฐฉาบปูน สูงประมาณ 50 เซนติเมตร ส่วนที่สองบริเวณโดยรอบซึ่งด้านหลังเป็นอาคารพาณิชย์สูง 3 ชั้น เป็นโครงสร้างเหล็กสูงประมาณ 6 เมตร มุงด้วยกระเบื้อง มีลักษณะเป็นทางเดินทอดยาวขนานทั้งสองข้างของอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก แผงส่วนใหญ่สูงประมาณ 45 เซนติเมตร เป็นแผงแบบชั่วคราว การระบายน้ำเป็นการระบายน้ำแบบเปิดอยู่ด้านหลังแผง

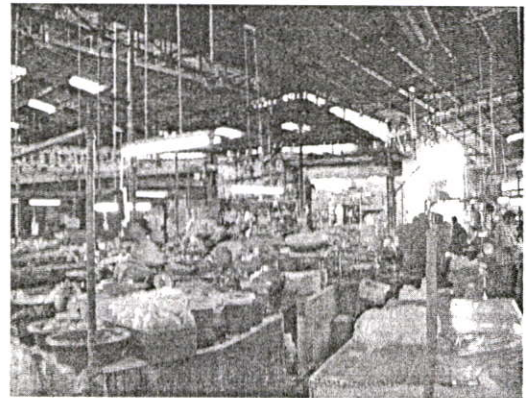
การให้แสงสว่างส่วนใหญ่ของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดทั้งสองส่วนเป็นแสงส่องจากหลอดไฟเป็นส่วนใหญ่ มีทั้งหลอดไฟที่ทางตลาดจัดให้และผู้ค้านำมาติดเอง ส่วนใหญ่จะมีการติดแล้วห้อยลงมาทำให้ไม่เป็นระเบียบ

การระบายอากาศ ตัวอาคารทั้งสองส่วนมีความสูงประมาณ 4 – 6 เมตร และไม่มีผนังล้อมรอบ ดังนั้นการระบายอากาศจะค่อนข้างดี

สถานที่จอดรถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งคือด้านหลังตลาดซึ่งสามารถจอดได้ประมาณ 20 -30 คัน เสียค่าบริการในการจอดคันละ 10 บาท และด้านหน้าตลาดซึ่งเป็นเกาะกลางถนนอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะ

**ตอนที่ 3** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการตลาดสด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

เวลาเริ่มประกอบการ เริ่มตั้งแต่ 24.00 น. ทั้งผู้ที่มาประกอบกิจการค้าในช่วงนี้จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าส่งและปลีก ของการขายสินค้าประเภทผักและเนื้อสัตว์ ช่วงเวลาที่ตลาดคึกคักแบ่งเป็นสองช่วงคือ ช่วงเวลาคึกคักในตอนเช้าระหว่าง 6.00 – 9.00 น. ช่วงเวลาคึกคักในตอนเย็นระหว่าง 16.00 – 18.00 น. ซึ่งมีช่วงเวลาคึกคักในตอนเย็นจะมีคนมากกว่าในตอนเช้า เนื่องจากผู้ซื้อไม่จำกัดในการเลือกซื้อสินค้าและตลาดจะปิดกิจการเวลาประมาณ 21.30 น.



รูปที่ 4.11 สภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

กิจกรรมของผู้ขาย คือการนำสินค้ามาจัดเรียงเพื่อประกอบการซื้อขายโดยแยกส่วนใหญ่นำได้ดังนี้คือ

ผักสด อยู่บริเวณด้านทางเข้าและบริเวณด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ รวมถึงบริเวณโดยรอบอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก

เนื้อสัตว์ อยู่บริเวณส่วนอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก

ดอกไม้และผลไม้ อยู่บริเวณด้านทางเข้าและบริเวณด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ

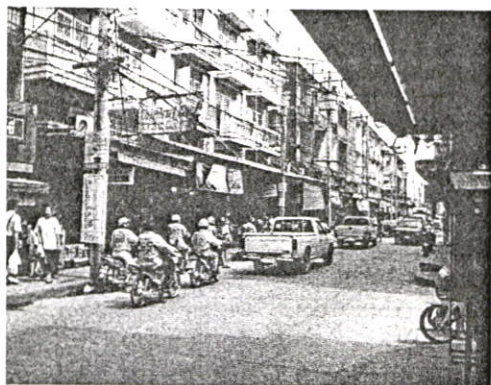
ของแห้ง (สินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน) อยู่บริเวณส่วนอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กและบริเวณโดยรอบอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก

กิจกรรมของผู้ซื้อ ในหนึ่งวันจะมีผู้มาใช้บริการภายในตลาดประมาณ 800 – 1,000 คน ซึ่งเป็นผู้ซื้อรายย่อยโดยเมื่อจอร์รถหรือลงจากรถประจำทาง ก็จะเดินเลือกซื้อสินค้าตามที่ต้องการ โดยจะใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าประมาณ 15 – 60 นาที

**ตอนที่ 4** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสด



รูปที่ 4.12 สภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชช ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด



รูปที่ 4.12 (ต่อ)



รูปที่ 4.13 สภาพปัจจุบันของตลาดสดพิชัย ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด

ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสดพืชผักได้แก่

1. ปัญหาการคมนาคมขนส่งโดยรอบบริเวณตลาด
2. ปัญหาตัวอาคารเก่า ทนุโทรม และสกปรก
3. ปัญหาการใช้พื้นที่อย่างไม่เป็นระเบียบของผู้ค้า
4. ปัญหาความเปียกชื้นภายในตลาด
5. ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น และเสียงรบกวน
6. การข้ามถนนและการจอดรถทำให้การจราจรติดขัด
7. การตั้งขยะมูลฝอยเพื่อรอการจัดเก็บด้านหน้าทำให้เกิดความสกปรกและไม่เป็นระเบียบ
8. ปัญหากลิ่นเหม็นขยะของเสียจากตลาด
9. ปัญหาสัตว์รบกวน
10. จำนวนห้องน้ำและโทรศัพท์ที่ไม่เพียงพอ
11. แสงสว่างไม่เพียงพอในบางบริเวณ

#### 4.2.3 ตลาดศรีปากเกร็ด

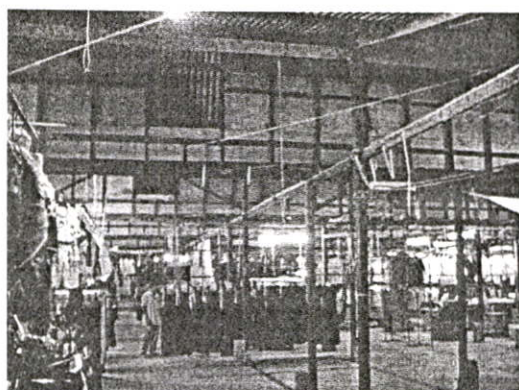
ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตลาดศรีปากเกร็ดตั้งอยู่บริเวณ บนถนนแจ้งวัฒนะ เป็นแหล่งชุมชนหนาแน่นและเป็นย่านการค้า ซอยด้านข้าง (ซอยวัดกุฎี) มีการเจรจาที่หนาแน่นรวมถึงมีหมู่บ้านจัดสรรอยู่เป็นจำนวนมาก

ด้านหน้าตลาดศรีปากเกร็ดเป็นอาคารพาณิชย์พักอาศัย 2 ชั้น ซึ่งเป็นร้านขายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องประดับ ขายยา สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันต่าง ๆ อยู่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ และถนนเข้าซอยด้านข้าง (ซอยวัดกุฎี) รวมถึงมีทางระบายน้ำตั้งวางสินค้าตลอดสองข้างทางด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ



รูปที่ 4.14 สภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ



รูปที่ 4.15 สภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะ มีห้องน้ำสาธารณะของตลาดบริการอยู่ใกล้ที่จอดรถ 3 ห้อง เก็บค่าบริการครั้ง 2 บาท และโทรศัพท์สาธารณะมีการบริการอยู่ที่ด้านหน้าตลาดอยู่บริเวณอาคารพาณิชย์ด้านหน้าติดกับถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านรูปแบบสถาปัตยกรรม บริเวณตัวอาคารตลาดสดศรีปากเกร็ดแบ่งออกเป็นสองส่วน คือส่วนแรกเป็นอาคาร โครงไม้สูงประมาณ 6 เมตร พื้นเป็นคอนกรีตส่วนใหญ่สินค้าที่ขายเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ส่วนที่สองเป็นบริเวณช่องว่างระหว่างอาคารพาณิชย์สูง 2 ชั้น เป็นโครงสร้างเหล็กสูงประมาณ 7 เมตร มุงด้วยกระเบื้อง มีลักษณะเป็นทางเดินทอดยาวขนานทั้งสองข้างของอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก แผงส่วนใหญ่สูงประมาณ 45 เซนติเมตร เป็นแผงแบบชั่วคราวการระบายน้ำเป็นการระบายน้ำแบบเปิดอยู่ด้านหลังแผง

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่ของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ดทั้งสองส่วนเป็นแสงสว่างจากหลอดไฟเป็นส่วนใหญ่ มีทั้งหลอดไฟที่ทางตลาดจัดให้และผู้ค้านำมาติดเอง

การระบายอากาศ ตัวอาคารทั้งสองส่วนมีความสูงประมาณ 6 – 7 เมตร และไม่มีผนังล้อมรอบ ดังนั้นการระบายอากาศค่อนข้างดี

สถานที่จอดรถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งคือด้านหลังตลาดซึ่งสามารถจอดได้ประมาณ 10 คัน และด้านหน้าตลาดซึ่งเป็นเกาะกลางถนนอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะ

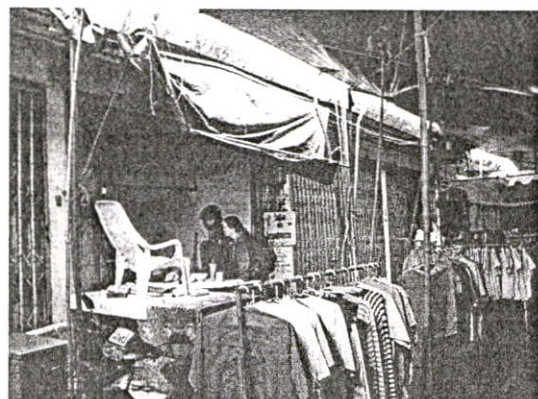
ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของตลาดสด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

เวลาเริ่มประกอบกิจการเริ่มตั้งแต่ 5.00 น. ทั้งผู้ที่มาประกอบกิจการค้าในช่วงนี้จะเป็นพ่อค้าแม่ค้าส่งและปลีก ช่วยเวลาที่ตลาดคับคั่งแบ่งเป็นสองช่วงคือ

ช่วงเวลาคับคั่งในตอนเช้าระหว่าง 6.00 – 9.00 น.

ช่วงเวลาคับคั่งในตอนเย็นระหว่าง 16.00 – 18.00 น.

ช่วงเวลาที่คับคั่งในตอนเย็นจะมีคนมากกว่าในตอนเช้า เนื่องจากผู้ซื้อไม่มีเวลาไม่จำกัดในการเลือกซื้อสินค้า และตลาดจะปิดกิจการเวลาประมาณ 21.30 น.



รูปที่ 4.16 สภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

ดอกไม้และผลไม้ อยู่บริเวณด้านทางเท้าและบริเวณด้านหน้าอาคารพาณิชย์ที่ติดกับถนน  
วัดนะ

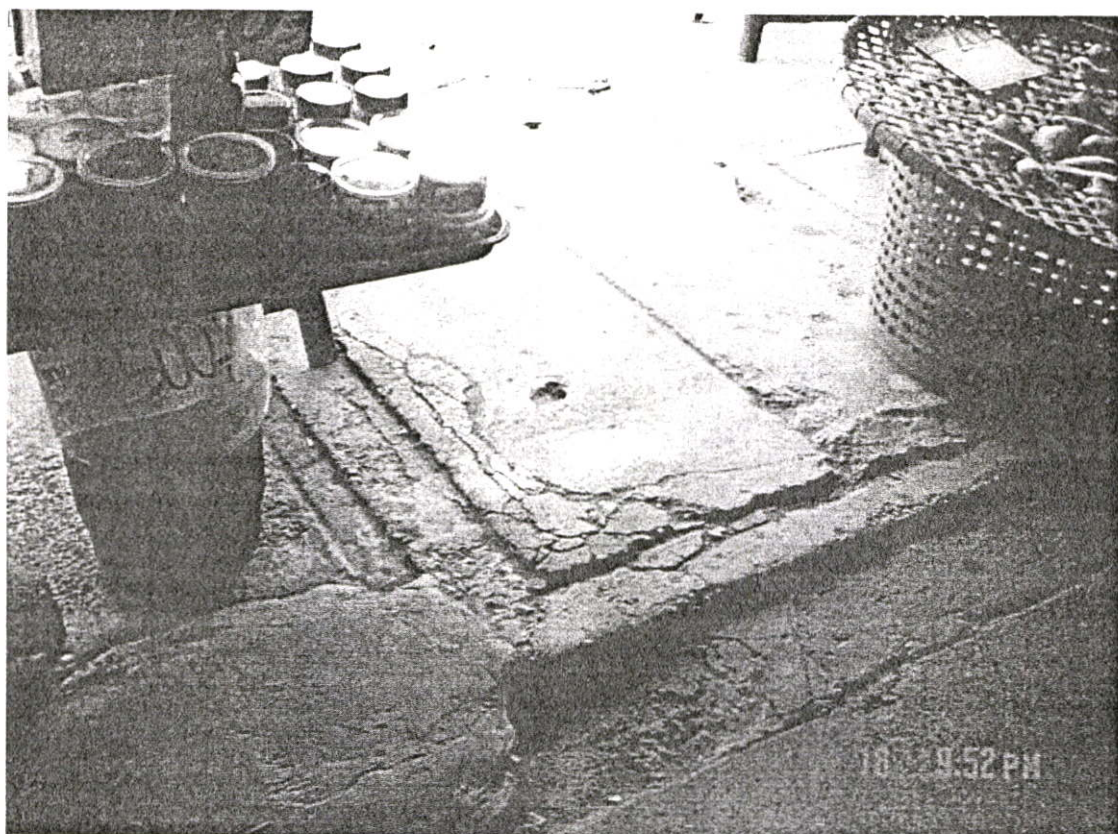
เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม อยู่บริเวณด้านข้างอาคารพาณิชย์ตลอดสองข้างทางและอาคาร  
โครงสร้างไม้

กิจกรรมของผู้ซื้อ ในหนึ่งวันจะมีผู้มาใช้บริการภายในตลาดประมาณ 400-500 คน ซึ่งเป็น  
ผู้ซื้อรายย่อยเมื่อจอดรถหรือลงจากรถประจำทาง ก็จะเดินเลือกซื้อสินค้าตามที่ต้องการ โดยจะใช้เวลา  
ในการเลือกซื้อสินค้าประมาณ 15 – 45 นาที

ตอนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการตลาดสด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้น  
ในตลาดสด



รูปที่ 4.17 สภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด



รูปที่ 4.18 สภาพปัจจุบันของตลาดศรีปากเกร็ด ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด

ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสดศรีปากเกร็ดได้แก่

1. ปัญหาการคมนาคมขนส่งโดยรอบบริเวณตลาด
2. ปัญหาตัวอาคารเก่า ทรุดโทรม และสกปรก
3. ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น และเสียงรบกวน
4. การข้ามถนนและการจอดรถทำให้การจราจรติดขัด
5. จำนวนห้องน้ำและโทรศัพท์ที่ไม่เพียงพอ

#### 4.3 ข้อดีข้อเสียและข้อดีที่ได้จากโครงการเดิมนำมาใช้กับโครงการ

##### 4.3.1 ข้อดีของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด

1. ตลาดสดเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมแต่อดีต ทั้งยังเป็นที่ทำมาหากินของผู้มีรายได้น้อย
2. มีการต่อรองราคาสินค้าได้ สินค้าราคาไม่แพง
3. มีสินค้าให้เลือกมากมาย มีผักพื้นบ้านขาย
4. มีถนนหลักเข้าสู่โครงการหลายสาย การคมนาคมได้ทั้งทางบกและทางน้ำ
5. มีรถประจำทางผ่านหลายสาย และเรือ

6. เป็นศูนย์กลางการซื้อขายสินค้า เป็นย่านพาณิชย์กรรมที่มีความเจริญค่อนข้างสูง
7. มีสินค้าให้เลือกมากมาย ซึ่งต่างกันทางด้านคุณภาพและราคา แล้วแต่กำลังซื้อของผู้บริโภค

#### 4.3.2 ข้อดีข้อเสียของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด

1. ตลาดสดจัดเป็นสถานที่ที่มีความแออัด เนื่องจากมีผู้ประกอบการค้า และมีผู้ใช้บริการจำนวนมากทำให้แออัด
2. การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง
3. ขาดวัสดุอุปกรณ์ในการจัดเก็บขยะ
4. ระบบระบายน้ำไม่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดการท่วมขังในตลาด
5. พ่อค้าแม่ค้าบางรายมักเอาเปรียบลูกค้า
6. ความสกปรก ผู้ค้าควรมีความรับผิดชอบเก็บกวาดหน้าร้านตนเอง
7. ปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อมของตลาด
8. ปัญหาที่จอดรถมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งของผู้ค้าขายและผู้ซื้อสินค้าไปถึงผู้มาส่งสินค้า
9. อาคารตลาดสดถูกใช้เป็นที่เก็บของซึ่งเป็นการไม่เห็นคุณค่าของสิ่งก่อสร้าง
10. ตัวอาคารตลาดสดปัจจุบันทรุดโทรมมาก แสงสว่างและการระบายอากาศไม่เพียงพอ
11. ปัญหาการจราจรภายในตลาด
12. สภาพภายในตลาดสมมติอับ ทางเดินเฉอะแฉะคับแคบ
13. บริเวณทางเท้ามีสินค้าหาบเร่ตั้งอยู่เกะเกะ ทำให้การสัญจรไม่สะดวก โดยเฉพาะช่วงเวลาเร่งรีบมีการค้าขายสูงสุด
14. หาบเร่บริเวณทางเท้าสามารถดึงลูกค้าไปจากตลาด ทำให้ธุรกิจในตลาดซบเซา
15. ห้องน้ำห้องส้วมมีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่ถูกสุขลักษณะและไม่มีสัญลักษณ์บอกอย่างชัดเจน

#### 4.3.3 ข้อดีที่ได้จากโครงการเดิมนำมาใช้กับโครงการ

1. ตลาดสดเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมาแต่อดีต เป็นที่เผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และเป็นที่ทำมาหากิจของผู้มีรายได้น้อย การคงไว้ซึ่งสิ่งดี ๆ เพื่อสังคม คือตลาดสดทำให้วัฒนธรรมไทยไม่ถูกลบเลือนและสูญหาย ทั้งยังเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนรับซื้อขายสินค้าเป็นการหมุนเวียนเงินตราที่สมบูรณ์
2. สินค้าราคาไม่แพงเนื่องจากมีสินค้าหลากหลายคุณภาพและมีราคาที่แตกต่างกัน การจับจ่ายขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของผู้ซื้อ รวมทั้งสามารถต่อรองราคาสินค้าได้
3. มีสินค้าให้เลือกมากมายและมีผักพื้นบ้านขาย ทำให้ตลาดสดมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาเส้นทาง และการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะต้องสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน

#### 5.1 การเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

##### 5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1.1 ศึกษาสภาพปัจจุบันด้านกายภาพในพื้นที่บริเวณตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาพฤติกรรมและปัญหาของการใช้พื้นที่

5.1.1.2 การเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

##### 5.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

###### 5.1.2.1 ประชากร

1. ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง ได้แก่

ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่จำนวน	113	แผง
ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็กจำนวน	45	แผง
ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่จำนวน	81	แผง

โดยผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง สามารถแบ่งประเภทสินค้าออกเป็น

###### 1. ประเภทผักสด

1.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 14	แผง
1.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 7	แผง
1.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15	แผง
	รวมทั้งสิ้น	จำนวน 36	แผง

###### 2. ประเภทเนื้อสัตว์

2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 12	แผง
2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5	แผง

2.3 ตลาดพืชץ	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	32 แผง
3. ประเภทดอกไม้และผลไม้		
3.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
3.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 6 แผง
3.3 ตลาดพืชץ	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	21 แผง
4. ประเภทอาหารแห้ง		
4.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 20 แผง
4.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
4.3 ตลาดพืชץ	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 แผง
5. ประเภทอาหารทะเล		
5.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 3 แผง
5.2 ตลาดพืชץ	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	8 แผง
6. ประเภทขนมต่างๆ		
6.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 แผง
6.2 ตลาดพืชץ	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	25 แผง
7. ประเภทสินค้าที่ใช้ประจำวันหรือสินค้าภายในบ้าน		
7.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 20 แผง
7.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
7.3 ตลาดพืชץ	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 10 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 แผง
8. ประเภทเสื้อผ้า		
8.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 7 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	7 แผง
9. ประเภทรองเท้า		
9.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	5 แผง

## 10. ประเภทของเล่นต่าง ๆ

10.1 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	5 แผง

## 11. แผงที่ว่าง

11.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 19 แผง
11.2 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 11 แผง
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	30 แผง

## 2. ผู้ซื้อที่มาใช้บริการจากตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งเป็น

1. ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 800 คน
2. ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 150 คน
3. ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 500 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	1,450 คน

## 5.1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

## 1. ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งประเภทสินค้าออกเป็น

## 1. ประเภทผักสด

1.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
1.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
1.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 คน

## 2. ประเภทเนื้อสัตว์

2.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
2.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 5 คน
2.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 15 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	35 คน

## 3. ประเภทดอกไม้และผลไม้

3.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 คน
3.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด	จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก	จำนวน 3 คน
3.3 ตลาดพิชัย	จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่	จำนวน 5 คน
	รวมทั้งสิ้นจำนวน	13 คน

#### 4. ประเภทอาหารแห้ง

- |                             |                     |             |
|-----------------------------|---------------------|-------------|
| 4.1 ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด | จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ | จำนวน 10 คน |
| 4.2 ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด     | จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก | จำนวน 5 คน  |
| 4.3 ตลาดพิชัย               | จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ | จำนวน 10 คน |
|                             | รวมทั้งสิ้นจำนวน    | 25 คน       |

#### 2. ผู้ซื้อที่มาใช้บริการจากตลาดทั้ง 3 แห่ง แบ่งเป็น

- |                            |                     |              |
|----------------------------|---------------------|--------------|
| 1. ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด | จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ | จำนวน 250 คน |
| 2. ตลาดตลาดศรีปากเกร็ด     | จัดเป็นตลาดขนาดเล็ก | จำนวน 150 คน |
| 3. ตลาดพิชัย               | จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ | จำนวน 250 คน |
|                            | รวมทั้งสิ้นจำนวน    | 650 คน       |

กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่บริเวณตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นประชากร และกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นวัยที่มีวุฒิภาวะที่สามารถให้คำตอบได้ตาม ความต้องการที่แท้จริงของตน

#### 5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 5.1.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ซื้อที่มาใช้บริการซื้อสินค้าที่อยู่ในตลาดสด
- 5.1.3.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ขายที่จำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดสด
- 5.1.3.3 แบบสังเกต (Observation Form) สำหรับผู้วิจัยกรอก เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อ

หาแนวทางในการกำหนดรูปแบบของตลาดสด

#### 5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.4.1 ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าของตลาดสด ของทั้งรัฐบาลและเอกชน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อมาออกแบบสอบถาม และถ่ายภาพ

5.1.4.2 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาพถ่ายต่าง ๆ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและ ทำการเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความ เทียบตรงและความถูกต้องของเนื้อหา

5.1.4.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ที่สร้างเสร็จ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมทำการตรวจสอบ และแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำและสำนวนภาษาและความชัดเจน ในข้อคำถาม

5.1.4.4 ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม แล้วจึงขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และสำนวนภาษาที่ใช้โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

5.1.4.5 ผู้วิจัยรวบรวมคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิมาพิจารณา ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม ร่วมกับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมตรวจสอบอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อหาปัญหาและข้อผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม

5.1.4.6 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต ที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จนครบตามจำนวน

### 5.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มาซื้อสินค้าในตลาดสด โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้คือ

**ตอนที่ 1** หาค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ที่มาซื้อของในตลาดสด

ผู้ซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงจำนวน 506 คน คิดเป็นร้อยละ 77.85 และผู้ชายจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 22.15

ด้านอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 16.61

ด้านระดับการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 37.84 รองลงมาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 21.84

ด้านอาชีพพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมานักเรียน-นักศึกษาจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 22.16

ด้านรายได้พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 31.08 รองลงมารายได้ระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 24

ด้านสถานที่พักอาศัยปัจจุบันพบว่าส่วนใหญ่พักอาศัยที่อำเภอเมืองนนทบุรี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาพักอาศัยที่อำเภอปากเกร็ดจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 28.46

**ตอนที่ 2** หาค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็น และลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และบริการด้านสาธารณูปการ

ผู้ซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสถานที่จอดรถมีความไม่เหมาะสม จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเหมาะสมจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ที่ตั้งโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 416 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และเหมาะสมจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 36

จำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 61.39 และเหมาะสมจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 38.61

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 468 คนคิดเป็นร้อยละ 72 และเหมาะสมจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 28

การให้แสงสว่างภายในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นไม่เหมาะสมจำนวน 403 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และเหมาะสมจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 38

การระบายอากาศส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นไม่เหมาะสมจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 50.77 และเหมาะสมจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 49.23

ความสูงของอาคารส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นเหมาะสมจำนวน 455 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่เหมาะสมจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 30

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นไม่เหมาะสมจำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 61.08 และเหมาะสมจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 38.92

จำนวนแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นเหมาะสมจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 54 และไม่เหมาะสมจำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 46

ขนาดของทางเดินเท้าภายในตลาดมีความเห็นว่าเป็นไม่เหมาะสมจำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และเหมาะสมจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 42

## ส่วนที่ 2 คุณภาพและราคาของสินค้า

ผู้ที่มาซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นประเภทของสินค้าที่ซื้อประจำอันดับหนึ่งคือการซื้ออาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น จำนวน 435 คน คิดเป็นร้อยละ 66.92 รองลงมาซื้ออาหารแห้ง เช่น ข้าวสาร น้ำตาล แป้ง เป็นต้น จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 52.15 ซื้ออาหารสำเร็จรูปจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ซื้อดอกไม้จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 27.07 และซื้อของใช้ประจำวันและเครื่องใช้ภายในบ้านจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04

คุณภาพสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 53.07 รองลงมาระดับดีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 28.92 และระดับต้องปรับปรุงจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 18.01

ราคาของสินค้าในตลาดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นราคาถูกจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 44.92 รองลงมาราคาปานกลางจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 40.92 และราคาแพงจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 14.16

ประเภทร้านค้าที่ต้องการให้มีในตลาดสดส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นต้องการให้มีร้านขายเสื้อผ้าจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 16.46 รองลงมาร้านหนังสือจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 14.76 ร้านเสริมสวยจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 11.85 ร้านอาหารจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 9.07 และไม่ต้องการจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38

## ส่วนที่ 3 การเดินทาง ระยะเวลาการเดินทาง และการเข้าถึง

ผู้มาซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นความถี่ในการมาตลาดทุกวันหรือเกือบทุกวันจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ประมาณเดือนละ 1 ครั้ง หรือนานกว่านั้น จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และประมาณสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 32

เหตุผลการซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าใกล้ที่พักจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 37.08 รองลงเป็นทางผ่านจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 36.92 และใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 26

การเดินทางมาตลาดส่วนใหญ่มาโดยรถประจำทางจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมารถยนต์จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เดินจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รถจักรยานจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 6.62 รถจักรยานยนต์จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38 และรถแท็กซี่จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 4

เวลาเดินทางจากที่พักหรือที่ทำงานมาตลาดส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือประมาณ 30 นาที จำนวน 423 คน คิดเป็นร้อยละ 65.07 รองลงมามากกว่า 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และมากกว่า 1 ชั่วโมงจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93

ความเหมาะสมของระยะเวลาการเดินทางมาตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 468 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และไม่เหมาะสม 182 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ช่วงเวลาที่มาตลาดส่วนใหญ่มาตลาดช่วงเย็นจำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 50.62 รองลงมาช่วงเช้าจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 40.46 และช่วงกลางวันจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 8.92

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบเวลามาซื้อสินค้า

ผู้มาซื้อสินค้าในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาที่พบเวลามาซื้อสินค้าคือปัญหาความสกปรก เปียกชื้นภายในตลาดสดจำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 60.92 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 44 การจราจรติดขัดจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 41.07 ความแออัดของผู้คนที่รอรถประจำทางจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 33.07 ปัญหาหาบเร่ – แผงลอยกีดขวางทางเดินจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 31.07 และไม่มีที่จอดรถจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 26

#### ส่วนที่ 5 ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ สรุปได้ดังนี้

- สร้างบรรยากาศรอบย้านให้เย็นสบาย
- ร้านค้าสะอาดเป็นระเบียบ
- มีสินค้าหลายหลาย ครบถ้วน
- ไม่มีสัตว์รบกวนจำพวกหนู แมลงสาบ แมลงวัน
- มีห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะให้เพียงพอ และสะอาด
- ทางเดินในตลาดสะอาดไม่เปียกแฉะ และแออัด
- ไม่มีกลิ่นเหม็นจากน้ำเน่าในท่อระบายเสีย และไม่อัปซัน
- เก็บขยะเป็นสัดส่วน

- มีป้ายราคาติดที่สินค้า
- ภาชนะที่ใส่อาหารมีการปิดมิดชิด
- เปิดให้บริการตลาดวัน
- ทางเข้าออกของรถสะดวกไม่ติดขัด
- อยู่ใกล้แหล่งชุมชนการคมนาคมสะดวก
- มีระบบระบายน้ำดี ไม่มีน้ำขังที่พื้นทางเดิน
- มีการระบายอากาศที่ดี โปร่ง โล่ง
- สะอาดถูกสุขลักษณะ
- จัดหาเบร่แผงลอยให้เป็นระเบียบ
- มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ และมียามรักษาความปลอดภัย
- มีการควบคุมราคาสินค้า
- กิโหลห้ของมีมาตรฐาน

5.1.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้ขายสินค้าในตลาดสดโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้คือ

**ตอนที่ 1** หาค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในตลาดสดจำแนกตามประเภทสินค้า โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ

#### **ส่วนที่ 1** รูปแบบทางสถาปัตยกรรม

ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของทางเดินเท้าในตลาดไม่เหมาะสมจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 และเหมาะสมจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.37  
ขนาดของทางเดินรถเงินในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 50.93 และเหมาะสมจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 49.07

ความสูงของตัวอาคารส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 73.15 และไม่เหมาะสมจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.85

การให้แสงสว่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 52.78 และเหมาะสมจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.22

การระบายอากาศส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 62.97 และไม่เหมาะสมจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.03

#### **ส่วนที่ 2** ขนาดของร้านค้าและบริการด้านสาธารณูปการ

ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของแผงขายสินค้าเหมาะสมจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 64.81 และไม่เหมาะสมจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.19

ลักษณะของแผงขายสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 68.52 และเหมาะสมจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.48

การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ว่าไม่เหมาะสมจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 64.81 และเหมาะสมจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 และเหมาะสมจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89

ที่ตั้งและจำนวนโทรศัพท์สาธารณะส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 62.96 และเหมาะสมจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04

### ส่วนที่ 3 การคมนาคมขนส่งสินค้า

ผู้ขายสินค้า ในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าพาหนะในการขนส่งสินค้าคือรถกระบะจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 52.78 รองลงมารถบรรทุกหกล้อจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รถยนต์บรรทุกสิบล้อจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และรถสามล้อจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

สถานที่จอดรถรับ – ส่งสินค้าส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 62.04 และเหมาะสมจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96

ระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 50.93 และไม่เหมาะสมจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 49.07

### ส่วนที่ 4 การรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ทิ้งขยะมูลฝอยเหมาะสมจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 62.04 และไม่เหมาะสมจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96

การกำจัดขยะมูลฝอยส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 70.37 และไม่เหมาะสมจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 29.63

การระบายน้ำในตลาดส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 53.70 และเหมาะสมจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30

การป้องกันและกำจัดแมลง หนูส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 และเหมาะสมจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.37

### ส่วนที่ 5 ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ

ลักษณะของตลาดสดที่ต้องการ สรุปได้ดังนี้

- อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีลูกค้าจำนวนมาก
- มีสภาพแวดล้อมที่ดี
- จัดไฟฟ้าแสงสว่างให้เพียงพอ
- จัดร้านค้าอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย
- มีผู้ยื่นสำหรับแช่สินค้า

- ไม่มีสัตว์รบกวน
- มีห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะเพียงพอ
- สถานที่จอดรถรับสินค้ากว้างขวางและเป็นระเบียบ
- สะอาดถูกสุขลักษณะ
- พื้นทางเดินไม่เปียกและ
- อากาศถ่ายเทสะดวก
- แผงขายสินค้ามีผู้เก็บอุปกรณ์

**ตอนที่ 2** หาค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดสด ผู้ขายสินค้าในตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาความสกปรกเปียกชื้นภายในตลาด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 รองลงมาปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง จำนวน 86คน คิดเป็นร้อยละ 76.63 ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้าจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 73.15 ปัญหาการจราจรติดขัด บริเวณตลาดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 59.26 ปัญหาเรื่องการกำจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาดจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และปัญหาสัตว์รบกวนจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 42.59

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวโน้มการออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปสภาพแวดล้อมปัจจุบันของตลาดสดและปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด ตลอดจนลักษณะของตลาดสดที่ผู้ใช้ต้องการ และแนวทางการแก้ไขเพื่อกำหนดแนวโน้มนการออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีได้ ดังนี้

### 5.2.1 สภาพปัจจุบันของตลาดสด

#### 5.2.1.1 ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

จากการสังเกตพบว่าตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีสถานที่ตั้งอยู่บนถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนหนาแน่น และการค้าอุตสาหกรรม รวมถึงเป็นเส้นทางการคมนาคมที่กระจายผู้คนไปยังแหล่งต่าง ๆ ดังที่ เกียรติ จิระกุลและคณะ (2525 : 40-56) ได้กล่าวไว้ว่า ตลาดสดระดับชุมชนควรตั้งอยู่ในสถานที่และสภาพแวดล้อมดังนี้

1. ตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญ
2. สะดวกในการคมนาคมขนส่ง
3. มีชุมชนมากพอทำให้เกิดกำลังซื้อได้
4. ประกอบด้วยตลาดสด ตึกแถว อาคารพาณิชย์ หาบเร่ – แผงลอย
5. สินค้าหลากหลายประเภท

ซึ่งสอดคล้องกับ Margaret Roberts (อ้างในสาริยา ศรีเชื้อ.2540 : 17) กล่าวว่าย่านการค้าต้องมีความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ การคมนาคมสะดวก รวมทั้งปริมาณ ประเภทสินค้าและบริการในพื้นที่นั้น ๆ

### 5.2.1.2 ด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรม

ผลจากการวิจัยพบว่ารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ประกอบไปด้วยตัวตลาดเป็นอาคารขนาดใหญ่อยู่ตรงกลาง มีหลังคาปกคลุมแผงขายสินค้า ไม่มีผนังด้านข้างหรือถ้ามีก็สูงประมาณ 1 – 1.20 เมตร และล้อมรอบด้วยตึกแถวอาคารพาณิชย์ซึ่งผู้ค้าจะประกอบกิจการต่าง ๆ ส่วนที่ว่างนอกจากที่จอดรถแล้วจะมีหาบเร่แผงลอยวางสินค้ากันอย่างแออัด ดังที่ เกียรติ จิระกุลและคณะ (2542 : 261) กล่าวถึงสถาปัตยกรรมหลักของตลาดที่มีส่วนสำคัญได้แก่

1. อาคารขนาดใหญ่เป็นตัวตลาดเป็นอาคารหลังเดียวขนาดใหญ่ มักจะอยู่ตรงบริเวณกึ่งกลางของบริเวณพื้นที่ภายใน ประกอบด้วยแผงขายสินค้าต่าง ๆ มีทางเดินของผู้ซื้อเป็นช่องทางเดินกลางระหว่างแผงสินค้า 2 ข้าง ส่วนใหญ่จะไม่มีผนัง จะเปิดโล่งถึงกันตลาด
2. อาคารพาณิชย์ – พักอาศัย รอบบริเวณตลาด เป็นห้องแถวหรือตึกแถว ซึ่งมีลักษณะใช้ประกอบการค้าได้ และบางส่วนชั้นบนอาจเก็บสินค้าและพักอาศัยได้
3. ส่วนประกอบอื่น ๆ มักจะออกมาในรูปของที่ว่าง ซึ่งส่วนมากไม่มีสถาปัตยกรรมปกคลุมที่ว่างเหล่านี้เป็นส่วนที่จะเกิดประโยชน์ได้อย่างมากมาย นับตั้งแต่การลดความแออัดของบริเวณรอบ ๆ ตลาด การติดตลาดนับในบางโอกาส รวมไปถึงการขยายตัวตลาด และอาคารพาณิชย์โดยรอบ

### 5.2.1.3 ด้านกิจกรรมและความหนาแน่นของกิจกรรม

จากการสังเกตพบว่าตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่จะเริ่มประกอบกิจการเวลา 4.00 น. เมื่อผู้ขายเดินทางมาถึงตลาดแล้วก็จะทำการขนถ่ายสินค้าไปยังร้านจำหน่ายของตนเพื่อจัดเรียง และจำหน่ายแก่ผู้มาซื้อสินค้า ส่วนผู้มาซื้อสินค้าเมื่อเดินทางมาถึงตลาดก็จะเลือกสินค้าที่ต้องการ ซึ่งจะมีช่วงเวลาที่คับคั่งอยู่ 2 ช่วงคือตอนเช้าอยู่ระหว่างเวลา 6.00 – 9.00 น. และตอนเย็นอยู่ระหว่าง 16.00 – 18.00 น. และส่วนใหญ่จะปิดกิจการเวลาประมาณ 19.00 น. ดังที่ เกียรติ จิระกุลและคณะ (2542 : 263) กล่าวว่าลักษณะของตลาดโดยทั่วไปจะติดตลาดตอนเช้าและตอนบ่าย บางตลาดจะติดเฉพาะเช้าหรือบ่าย

### 5.2.1.4 ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด

จากการสังเกตผู้วิจัยสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ซื้อและขาย ว่าตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่ประสบปัญหาความสกปรกเปียกชื้นในตัวตลาด ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดังรบกวน เนื่องจากอยู่ใกล้กับถนนใหญ่

ปัญหาการจราจรติดขัดโดยรอบบริเวณตลาด เนื่องจากการกีดขวางทางสาธารณะของหาบเร่แผงลอย และการสัญจรของผู้มาใช้บริการที่ตลาด ปัญหาความแออัดของผู้คนที่รอรถประจำทางเนื่องจากเป็นแหล่งชุมชนและเป็นเส้นทางคมนาคมหลัก ปัญหาการกีดขวางทางเดินของหาบเร่แผงลอย เนื่องจากต้องการเสนอขายสินค้าแก่ผู้ซื้อ ปัญหาไม่มีที่จอดรถ เนื่องจากเจ้าของตลาดมุ่งเน้นลงทุนในแง่ผลประโยชน์ทางการเงินมากจึงไม่ยอมเว้นที่ว่างไว้ พยายามปลูกสร้างตัวอาคารจนเต็มเพื่อแสวงหากำไร ดังที่เกียรติ จิวะกุล (2525 : 239) กล่าวว่าปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ตลาดสดไม่มีความสมบูรณ์และถูกต้องในแง่ของสุขลักษณะที่ดี ความเป็นระเบียบที่ดี รวมทั้งแง่ของสถาปัตยกรรม ซึ่งข้อบกพร่องต่าง ๆ จำแนกได้ดังนี้

1. ปัญหาการคมนาคมและขนส่งโดยรอบบริเวณตลาด
2. ปัญหาการใช้พื้นที่อย่างไม่เป็นระเบียบ
3. ปัญหาความสะอาดและการกำจัดของเสีย
4. ปัญหาความแออัดจากการขยายตัวของตลาด
5. ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ บางครั้งต้องจอดรถบนทางเท้าหรือผิวจราจร

ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้หากได้คำนึงถึงก่อนที่จะจัดสร้างตลาดใหม่ เตรียมการป้องกันและแก้ไขปัญหาไว้ล่วงหน้า ก็จะช่วยให้ตลาดที่เกิดขึ้นมีลักษณะที่ดีได้

## 5.2.2 ลักษณะของตลาดสดที่ผู้ซื้อต้องการ

### 5.2.2.1 ด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและบริการด้านสาธารณูปการ

ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดสดมีความเห็นสอดคล้องกันว่า รูปแบบทางสถาปัตยกรรมและบริการสาธารณะของตลาดสดส่วนใหญ่ยังไม่เหมาะสม คือ สถานที่จอดรถ ขนาดของช่องทางเดินในตลาด ลักษณะของแผงสินค้า การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาด การให้แสงสว่าง จำนวนห้องน้ำ และโทรศัพท์สาธารณะ และบางส่วนที่เหมาะสมได้แก่ ความสูงของตัวอาคารซึ่งสูงประมาณ 6-8 เมตร การระบายอากาศสืบเนื่องมาจากตัวอาคารมีความสูงมากและผนังด้านข้างเดียวทำให้ระบายอากาศได้ดี จำนวนแผงสินค้าในตลาดซึ่งเพียงพอต่อความต้องการ ดังที่เกียรติ จิวะกุลและคณะ (2525 : 257) กล่าวว่า การสร้างสถาปัตยกรรมของตลาดสดควรคำนึงถึง การระบายอากาศ แสงสว่าง กลิ่น ความชื้น ฝนสาด การระบายน้ำ การกำจัดขยะ และการสาธารณะสุขอื่น ๆ การจัดระเบียบการใช้พื้นที่ การแยกกระถางสินค้าสดที่ต้องอยู่ในพื้นที่ที่เปียกได้ กับสินค้าสดและแห้งที่ไม่ควรชื้นหรือเปียกน้ำ บริการของตลาดสดที่จะให้กับผู้ค้า เช่น ห้องเก็บของ ล็อกเกอร์ ตู้แช่ ตู้เย็น โทรศัพท์ ไฟแสงสว่าง ซิงค์ และบริเวณซักล้าง ทำขึ้น-ลงสินค้า ที่จอดรถบรรทุก ปีกอล์ฟ ตลอดจนช่างสารและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าในตลาด ในการติดต่อกับตลาดขายส่ง

### 5.2.2.2 ด้านคุณภาพและราคาของสินค้า

จากการวิจัยพบว่าผู้ค้าในตลาดสดเป็นผู้ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และซื้อสินค้าประเภทอาหารสดไปปรุงเองที่บ้านเพื่อเป็นการประหยัด ซึ่งจะเลือกซื้อสินค้านี้ราคาถูกแต่มีคุณภาพ

ปานกลาง และต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและร้านค้ามีสินค้าหลากหลาย เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการจับจ่ายสินค้าแต่ละครั้ง ดังที่เกียรติ จิระกุลและคณะ (2542 : 256) กล่าวว่ารูปแบบของตลาดในอนาคตควรมีพัฒนาการให้อยู่ในสถานะที่สามารถแข่งขันกับรูปแบบที่แปลกใหม่ นำสมัย ทั้งอาคารสถานที่ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ คุณภาพและราคา ตลอดจนความสะดวกสบายที่สามารถใช้เทคโนโลยีข่าวสาร มาพัฒนาในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับสังคมในอนาคต

ซึ่งสอดคล้องกับ สาริยา ศรีเชื้อ (2540 : 50) กล่าวว่าความพึงพอใจด้านคุณภาพและราคาของสินค้าผู้ซื้อคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก เมื่อเห็นว่าสินค้ามีคุณภาพดีและคุณภาพปานกลางจึงตัดสินใจซื้อ

### 5.2.2.3 ด้านการคมนาคมขนส่งในตลาด

จากการวิจัยพบว่าผู้ซื้อสินค้าจากตลาดสดทุกวันหรือเกือบทุกวันเนื่องจากอยู่ใกล้ที่พักและเป็นทางผ่าน ซึ่งเดินทางโดยรถประจำทางเพราะมีป้ายรถประจำทางอยู่หน้าตลาดไม่ต้องเสียเวลาในการหาที่จอดรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30 นาที หรือน้อยกว่านั้นโดยเห็นว่าเหมาะสมอยู่แล้ว และจะมาตลาดในช่วงเวลาเย็นเนื่องจากไม่ต้องเร่งรีบในการเดินทางกลับที่พัก ดังที่เกียรติ จิระกุลและคณะ (2525 : 46) กล่าวว่าช่วงเวลาการเยือนของผู้คนเปลี่ยนไปจากการไปจ่ายตลาดตอนเช้าเป็นมาแวะซื้อตอนขากลับมาจากทำงานในตอนเย็น เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเวลาที่ใช้ในการเดินทาง

และดังที่กิจจุฑา ไกรวาส (อ้างในเกษมา วรรณศิลป์.2540 : 15) กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม คือความสะดวกในการเข้าถึงหมายถึงความสะดวกของลูกค้าในการเดินทางไปรับบริการยังร้านค้า

### 5.2.2.4 ด้านการคมนาคมขนส่งในตลาด

ผู้ขายสินค้าในตลาดสดมีความเห็นว่าการให้สถานที่จอดรถรับส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอ มีระยะทางจากที่จอดรถถึงร้านค้าและขนาดของทางเดินรถเข็นที่เหมาะสม จะทำให้เกิดความแออัดภายในตลาดและไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยรอบบริเวณตลาด ดังที่สาริยา ศรีเชื้อ (2540:51) กล่าวว่าการจัดการคมนาคมภายในย่านการค้า ต้องคำนึงถึงจำนวน ขนาดและรูปแบบการสัญจรของรถภายในย่าน เพื่อให้เกิดการไหลลื่นและความคล่องตัวของการจราจรในบริเวณใกล้เคียง

### 5.2.2.5 ด้านการรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสีย

จากการวิจัยพบว่า ผู้ขายสินค้าในตลาดสดมีความเห็นว่าการกำจัดขยะมูลฝอยในตลาดมีความเหมาะสมคืออยู่แล้วเนื่องจากมีรถเก็บขยะของทางเขตมาเก็บขยะทุกวันทำให้ไม่มีขยะตกค้าง ส่วนการระบายน้ำในตลาดไม่เหมาะสมเพราะรางระบายน้ำมีขนาดเล็กเกินไปทำให้น้ำล้นท่วมขังในตลาด พื้นทางเดินเปียกแฉะ ส่วนการป้องกันกำจัดแมลงและสัตว์รบกวนเห็นว่าไม่เหมาะสม ต้องการให้มีการทำความสะอาดและป้องกันกำจัดสัตว์รบกวนต่าง ๆ ให้มากขึ้นกว่าเดิม ดังที่เกียรติ จิระกุล

และคณะ (2525 : 259) กล่าวว่า การแก้ปัญหาเรื่องการรักษาความสะอาดและการกำจัดของเสียในตลาดสดควรได้รับการเอาใจใส่ดูแลให้มากขึ้นกว่าเดิมเพราะจะทำให้ตลาดสดมีลักษณะที่ถูกสุขลักษณะ และสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้มากขึ้นกว่าเดิม และสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพในการบริการได้เท่าเทียมกับแหล่งค้าแบบตะวันตก

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเรื่องการศึกษาแนวโน้มการออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และลักษณะของตลาดสดที่ผู้ใช้ต้องการ ได้แก่ ผู้ขายสินค้าในตลาดสด และผู้ซื้อที่มาซื้อสินค้าในตลาดสด เพื่อหาแนวความคิดในการออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาและค้นคว้าเอกสารตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ และทฤษฎี เพื่อหาแนวโน้มการออกแบบออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และได้สรุปผลข้างต้นนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะและความคิดเห็นดังนี้

1. ในการศึกษาสภาพปัจจุบันของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีการขยายตัวทั้งทางด้านกิจกรรมและบทบาทหน้าที่ที่ต้องรองรับและให้บริการแก่พื้นที่โดยรอบ ซึ่งย่อมหมายถึงการขยายการขนส่งสินค้าเช่นกัน ดังนั้นสิ่งที่ควรเตรียมรับคือ การจัดระบบการคมนาคมและที่จอดรถที่เพียงพอไม่ติดขัดการจราจรส่วนรวม
2. จุดขึ้นลงรถจุดใหญ่ ๆ ที่มีปริมาณคนผ่านมาก มีแนวโน้มการขยายตัวในด้านการขายสินค้าภายในตลาดรวมถึงอาหารสำเร็จรูปให้แก่คนสัญจรผ่านไปมาบริเวณนั้น และจะพยายามนำสินค้ามาเสนอขายทุกวิถีทางโดยเฉพาะบริเวณจุดขึ้นลงรถโดยสาร ดังนั้นการออกแบบตลาดจึงควรคำนึงถึงพื้นที่รองรับการขยายตัวของตลาดสดและการจัดระเบียบหาบเร่ - แผลงลอยบริเวณบาทวิถี
3. อาหารนับเป็นปัจจัยที่ทำให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ดังนั้นอาหารถือเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตมา ด้วยเหตุนี้สินค้าหลักของตลาดสดยังคงเป็นสินค้าประเภทอาหาร แม้ว่าปัจจุบันมีการปรุงอาหารสำเร็จรูปขายเพื่อความสะดวกรวดเร็ว แต่ผู้คนส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าในตลาดสดก็ยังคงซื้ออาหารสดไปปรุงรับประทานเองภายในครอบครัว ดังนั้นตลาดสดในเขตเทศบาลจึงยังคงมีลักษณะเป็นตลาดสดที่มีสินค้าหลักเป็นอาหารจำพวกผักสด เนื้อสัตว์ ผลไม้ และของแห้ง
4. ตลาดสดในปัจจุบันนอกจากผู้ค้าที่ขายสินค้าในบริเวณที่จัดไว้ให้ ซึ่งได้แก่แผงขายสินค้าถาวรและร้านค้าที่เป็นอาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ก็ยังมีผู้ค้าที่ขายสินค้านอกบริเวณที่จัดไว้ให้ ซึ่งได้แก่พวกหาบเร่ - แผลงลอย ผู้ค้าที่ขายสินค้าทั้งสองกลุ่มนี้มีบทบาทที่สำคัญในการให้บริการแก่ประชาชน

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงให้สภาพพื้นที่มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกิจกรรมที่ให้บริการอยู่ในบริเวณตลาดสด

5. ในปัจจุบันมีการกำเนิดขึ้นของตลาดสดติดแอร์หรือที่เรียกว่า “ซูเปอร์มาร์เก็ต” นี้ หากผู้ออกแบบสามารถนำส่วนดีของซูเปอร์มาร์เก็ตมารวมกับตลาดสด ก็จะทำให้เกิดบริเวณการค้าขายสินค้าที่สมบูรณ์แบบ คือสินค้าราคาถูก ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย ไม่ต้องรอคิว อากาศดี มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย ไม่มีกลิ่นเหม็น มีสินค้าให้เลือกมาก สภาพแวดล้อมที่ดี และสามารถต่อรองราคาได้เป็นต้น

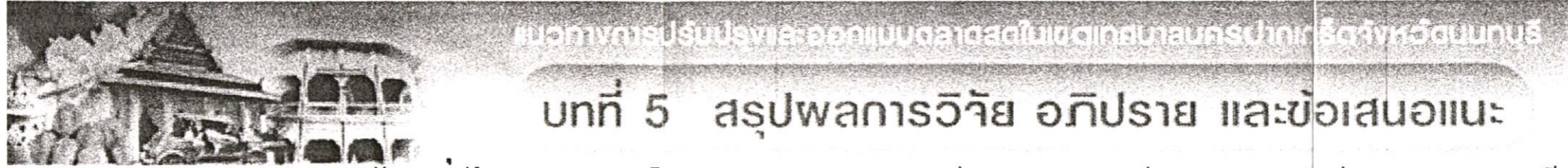
### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า แนวโน้มการออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และสามารถรองรับปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นตามมาจากการขยายตัวของกิจกรรมภายในตลาดสดในเขตเทศบาล แนวคิดในการออกแบบส่วนใหญ่เป็นแนวคิดซึ่งใช้ข้อมูลด้านความต้องการของผู้ใช้ตลาดสดในเขตเทศบาล ทำให้ได้แนวความคิดในการออกแบบดังกล่าวตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หากแต่ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะความแนวคิดเพื่อการออกแบบวิจัยในครั้งต่อไปคือ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ประชากรที่ตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผลที่ได้อาจไม่สอดคล้องกับตลาดสดในเขตเทศบาลอื่น ๆ ดังนั้นผู้วิจัยมีแนวความคิดว่าควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ เพื่อให้เห็นรูปแบบของตลาดสดในพื้นที่ที่ต่างกัน และจะมีประโยชน์ต่อการนำไปออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลในสภาพพื้นที่บริการที่มีความแตกต่างกัน

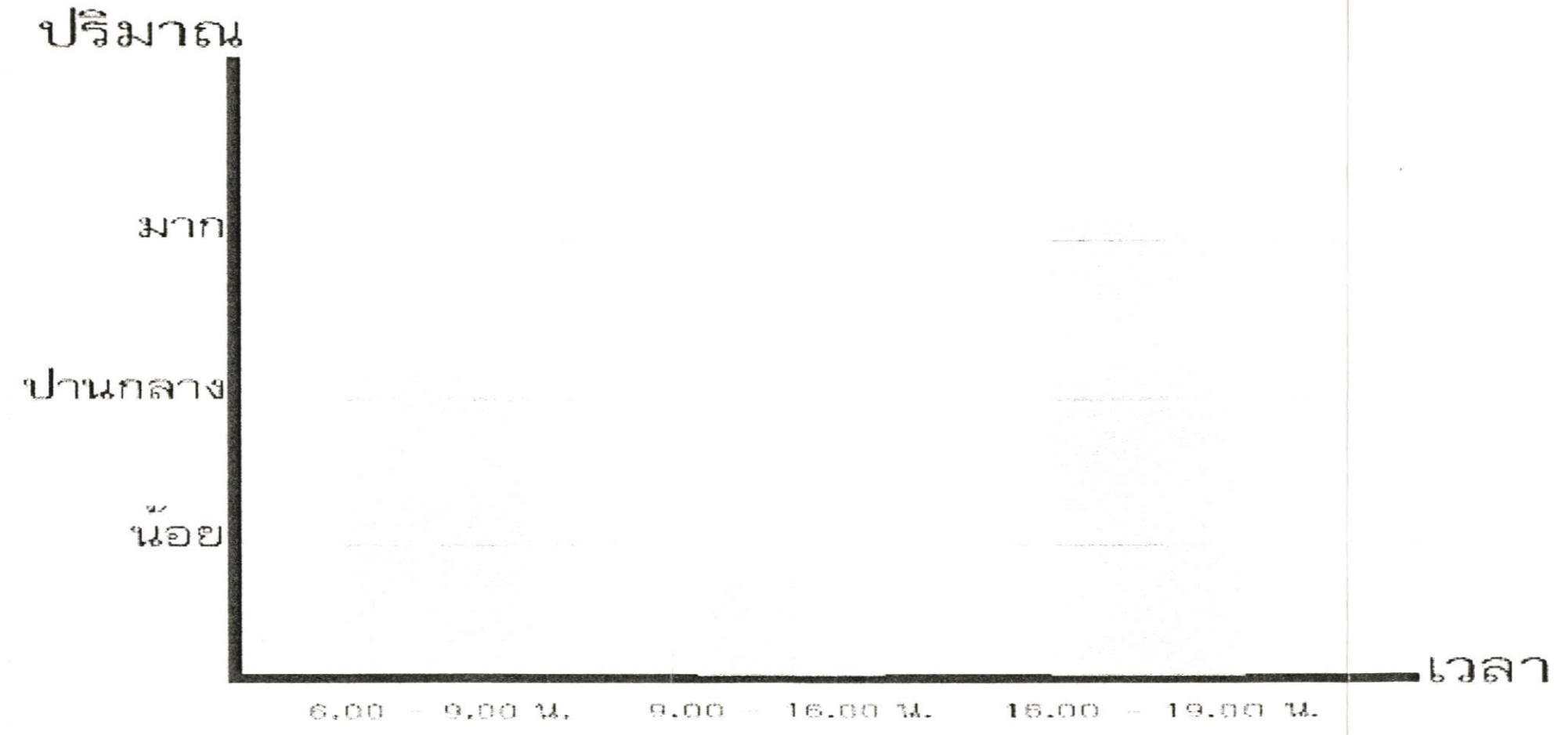
## 5.4 การนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบ

จากการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยและกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ โดยจัดเป็นโครงร่างแนวความคิดในการออกแบบในรูปแบบทางกายภาพ ซึ่งได้จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษา ดังนี้



ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ช่วงเวลาในการใช้บริการในตลาดและจำนวนผู้ใช้บริการ :



ปริมาณของผู้เข้ามาใช้บริการในตลาด

รูปที่ 5.1 แสดงช่วงเวลาในการใช้บริการในตลาดและจำนวนผู้ใช้บริการ

แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ลักษณะการเข้าใช้บริการ :

เดินทางมาตลาด

เลือกซื้อสินค้า

กลับบ้าน

มอเตอร์ไซด์

มูซาบ

จอดรถ

ขนถาดสินค้า+จัดเรียงและจำหน่ายสินค้า

กลับบ้าน

เวลาการเข้าใช้บริการ :

ผู้หญิง 15 - 30 นาที

ผู้ชาย 15 ชั่วโมง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาตลาด :

รถประจำทาง 1

รถยนต์ส่วนตัว 2 3

วิน

รถจักรยานยนต์ 4 5

รถแท็กซี่

รูปที่ 5.2 แสดงลักษณะการเข้าไปใช้บริการผู้ซื้อและขายและแสดงเวลาการเข้าใช้บริการและพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

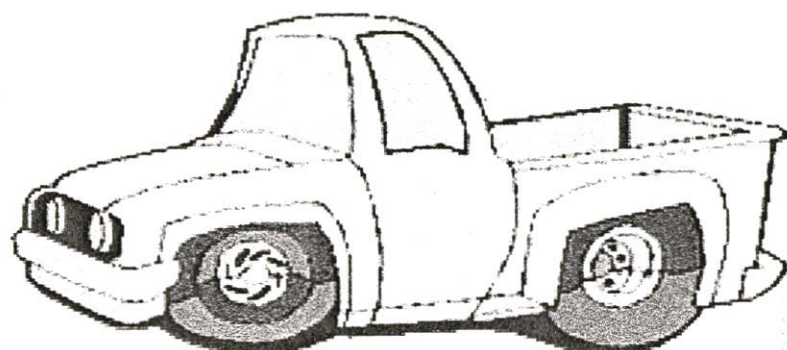


แผนกการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

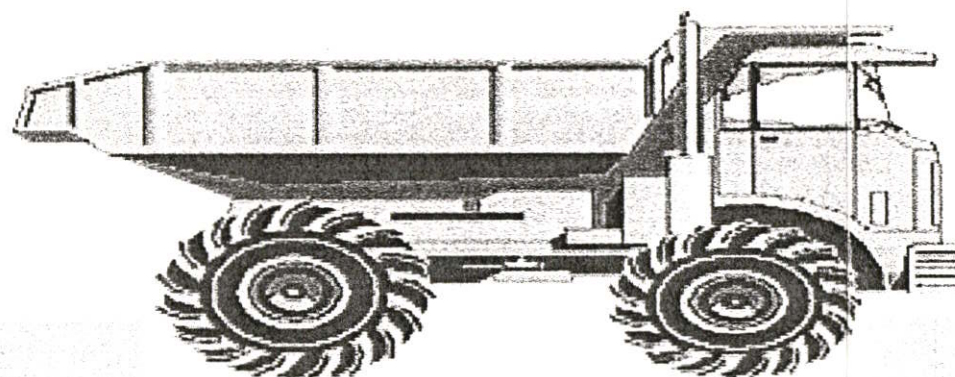
ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### พาหนะในการขนส่งสินค้า :



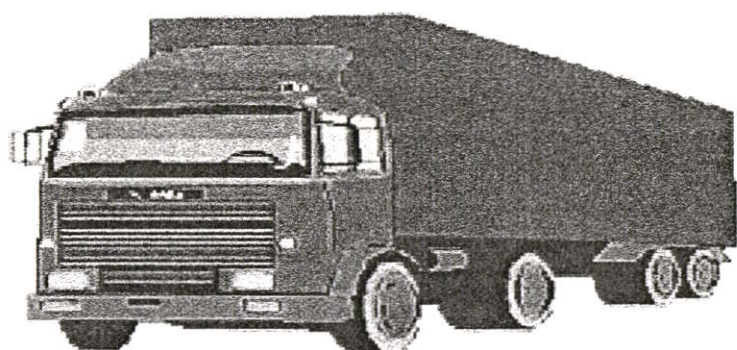
รถกระบะ

1



รถบรรทุกหกล้อ

2



รถบรรทุกสี่ล้อ

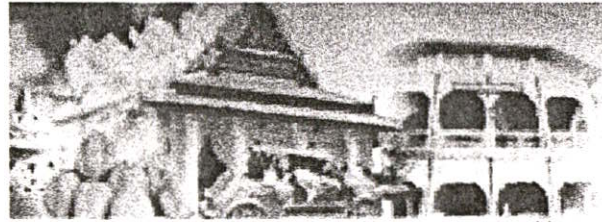
3

4



รถรับจ้าง

รูปที่ 5.3 แสดงพาหนะในการขนส่งสินค้า

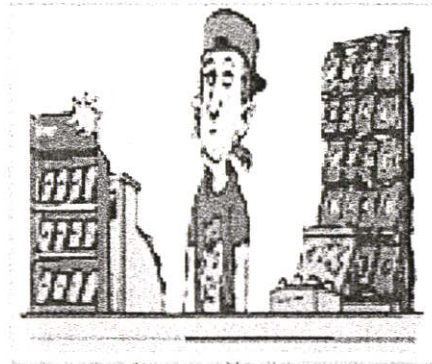


แผนภาพการปรับปรุงและออกแบบจลาตสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

## ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

จำนวนแผงสินค้าในตลาดสด :



อาหารแห้ง 62 แผง



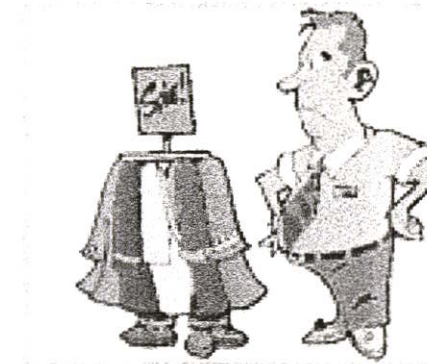
อาหารสำเร็จรูป 18 แผง



อาหารสด 195 แผง

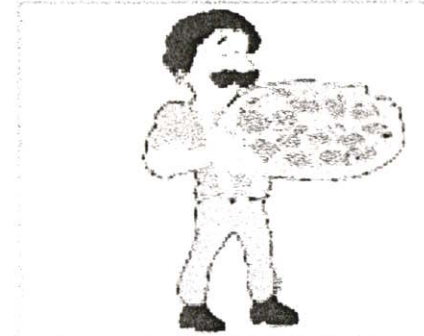


ผลไม้และดอกไม้ 63 แผง



เครื่องนุ่งห่ม 30 แผง

ประเภทร้านค้าที่ต้องการ :



ร้านอาหารสำเร็จรูป



ร้านหนังสือ



ร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูป



ร้านเสริมสวย



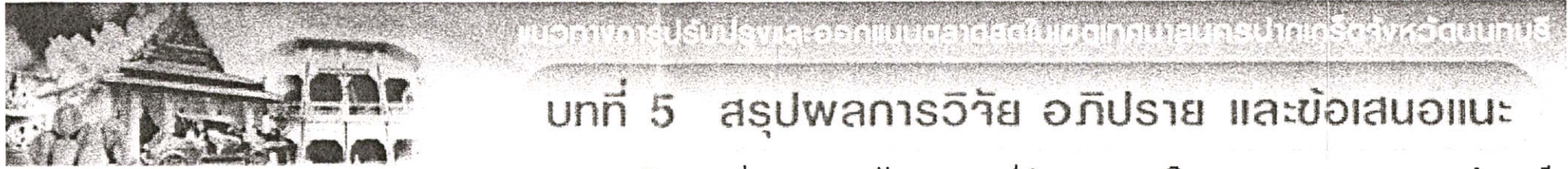
ร้านของใช้ในครัวเรือน



ร้านอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง

รูปที่ 5.4 แสดงจำนวนแผงสินค้าในตลาดและแสดงประเภทของร้านค้าที่ต้องการ

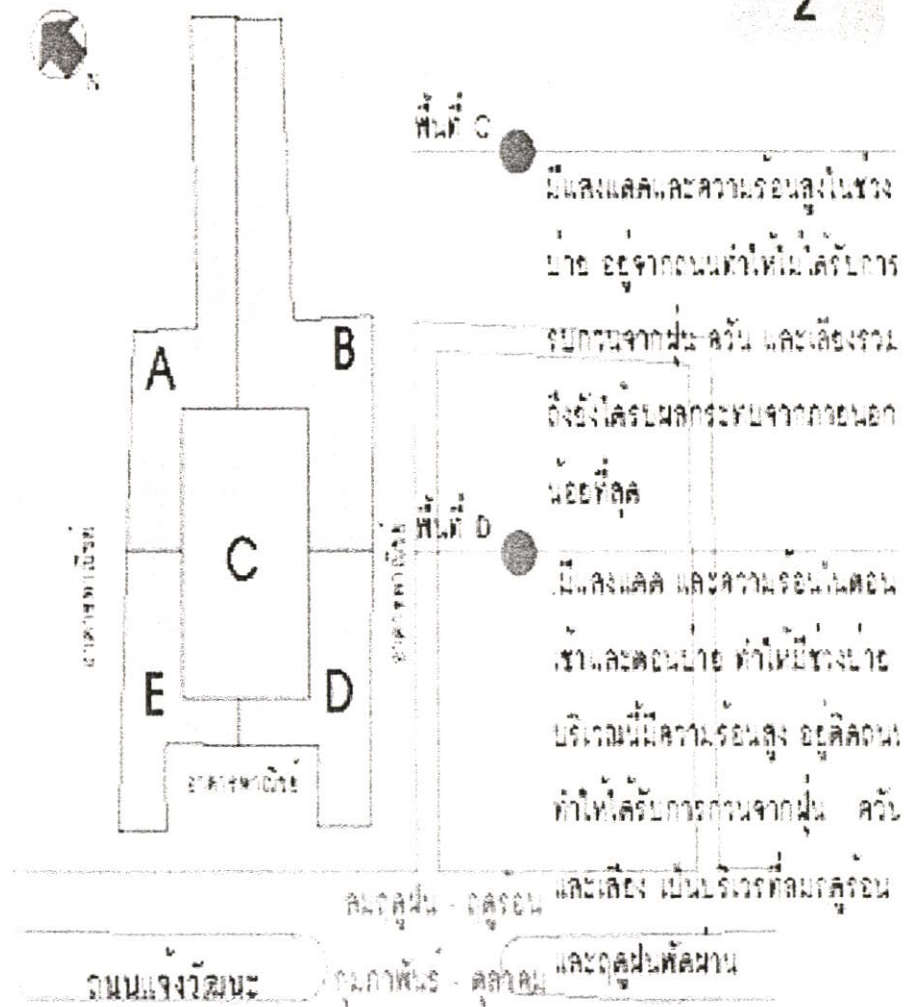




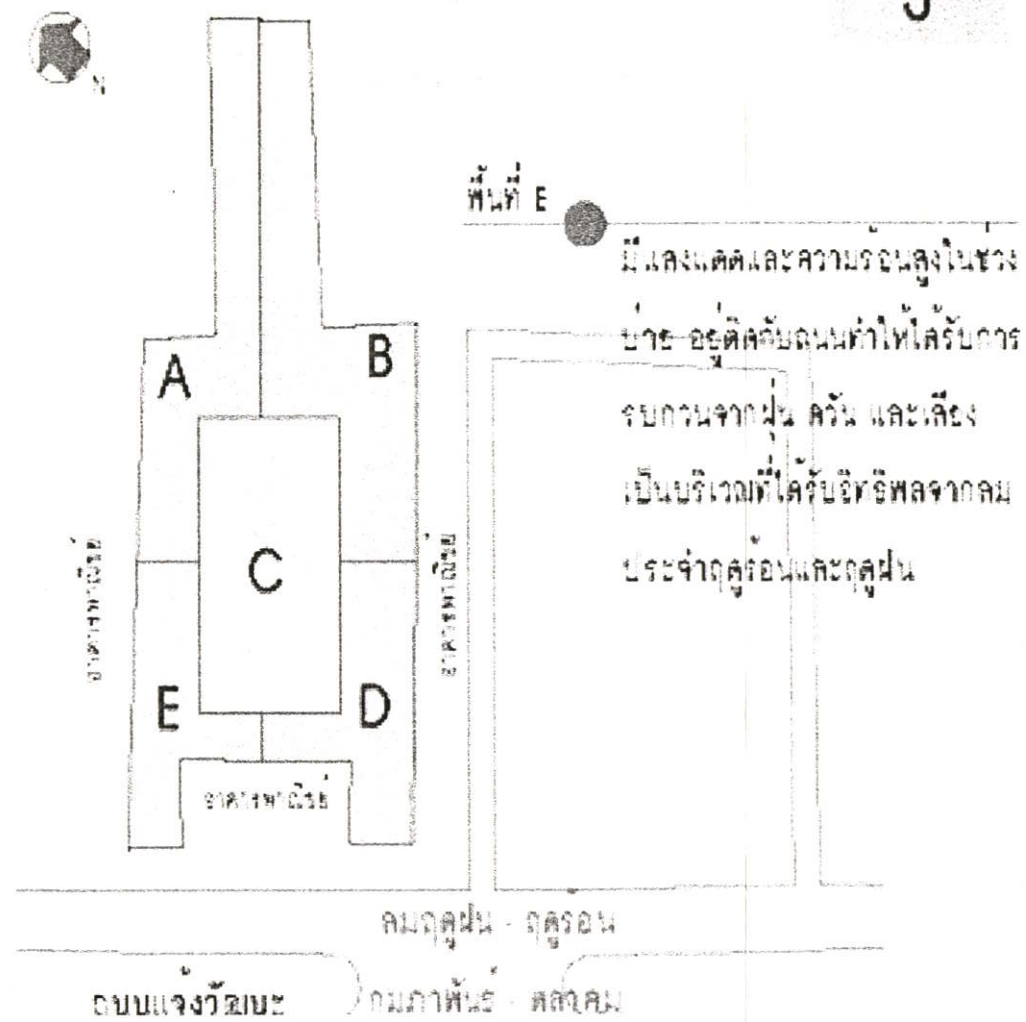
## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรัชญา และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

### วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ 2



### วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ 3



รูปที่ 5.6 แสดงการวิเคราะห์โครงการ

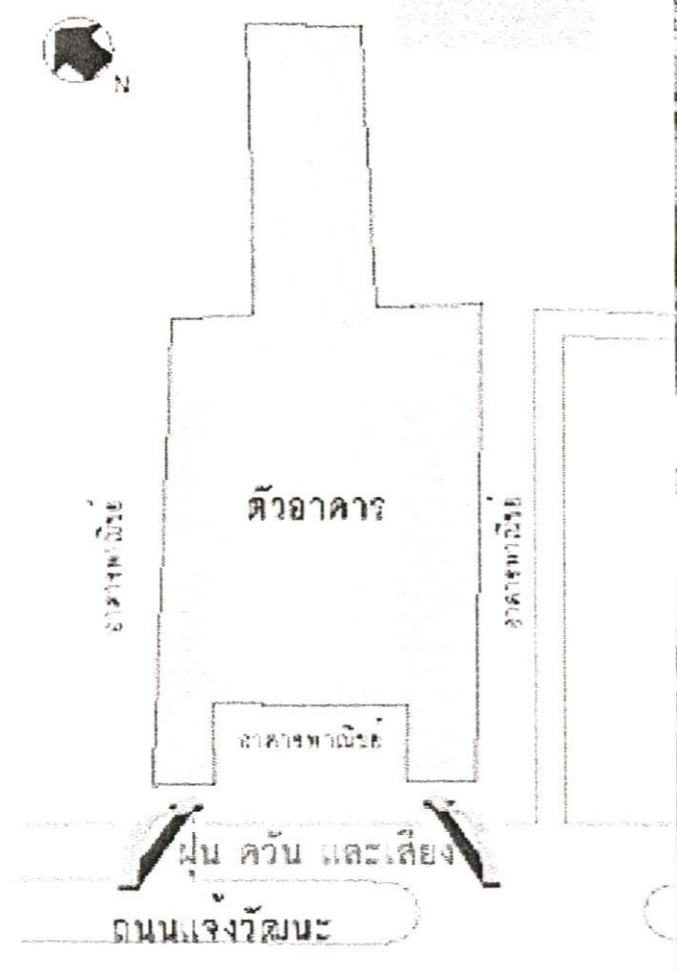


เขตการศึกษาปทุมธานีและอำเภอสามโคกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

### การกำหนดที่ตั้งตัวอาคาร



ด้านหน้า : ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

รูปที่ 5.7 แสดงการกำหนดที่ตั้งตัวอาคารตลาดสด

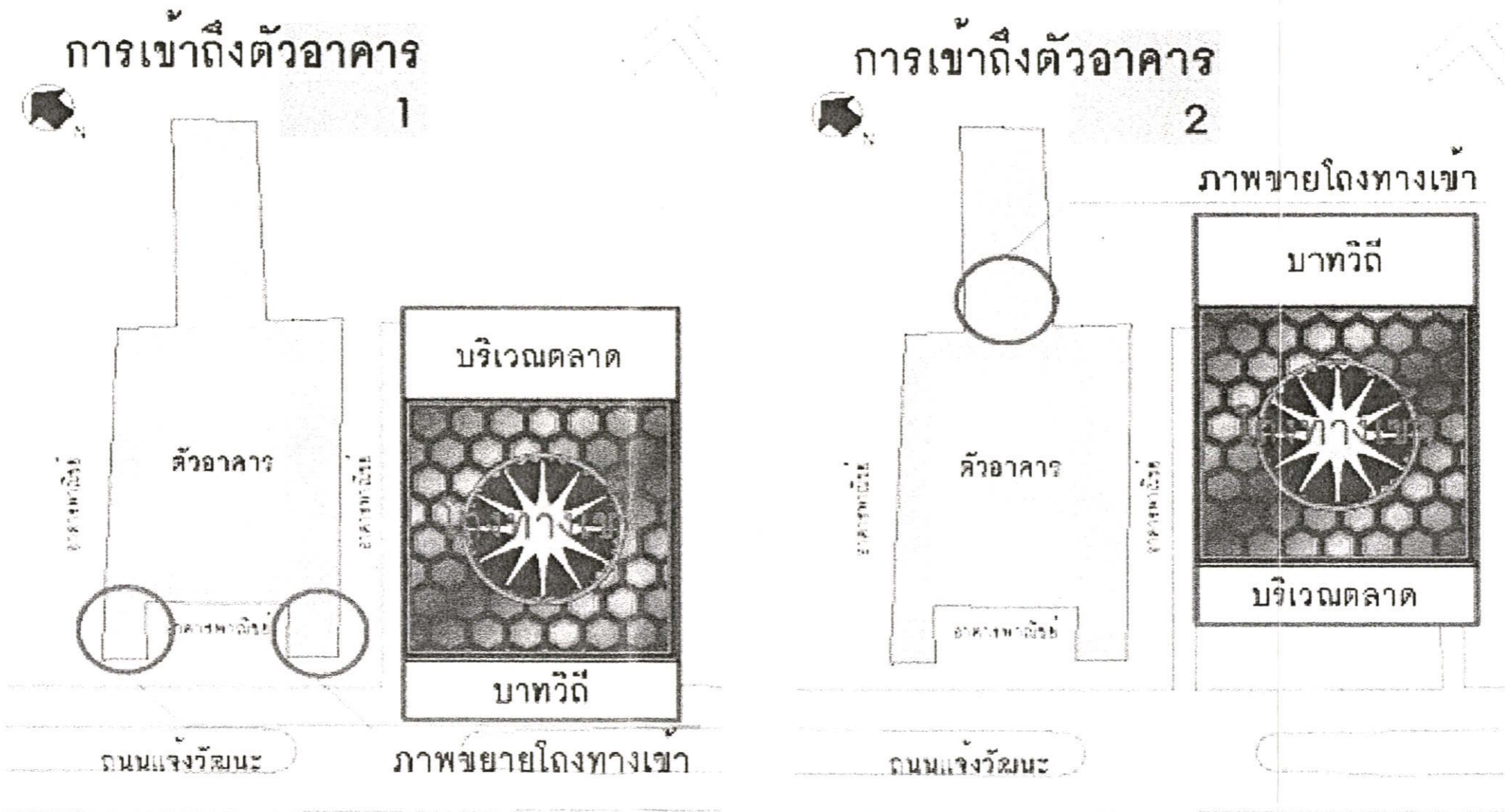
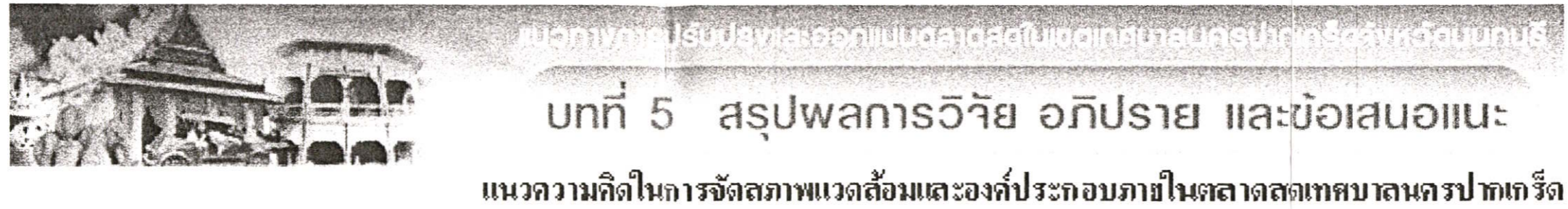
แนวทางการปรับปรุงแหล่งออกแบงตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

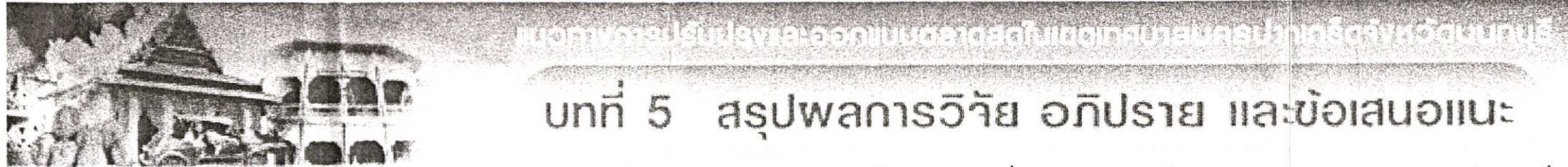
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปที่ 5.8 แสดงปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสด



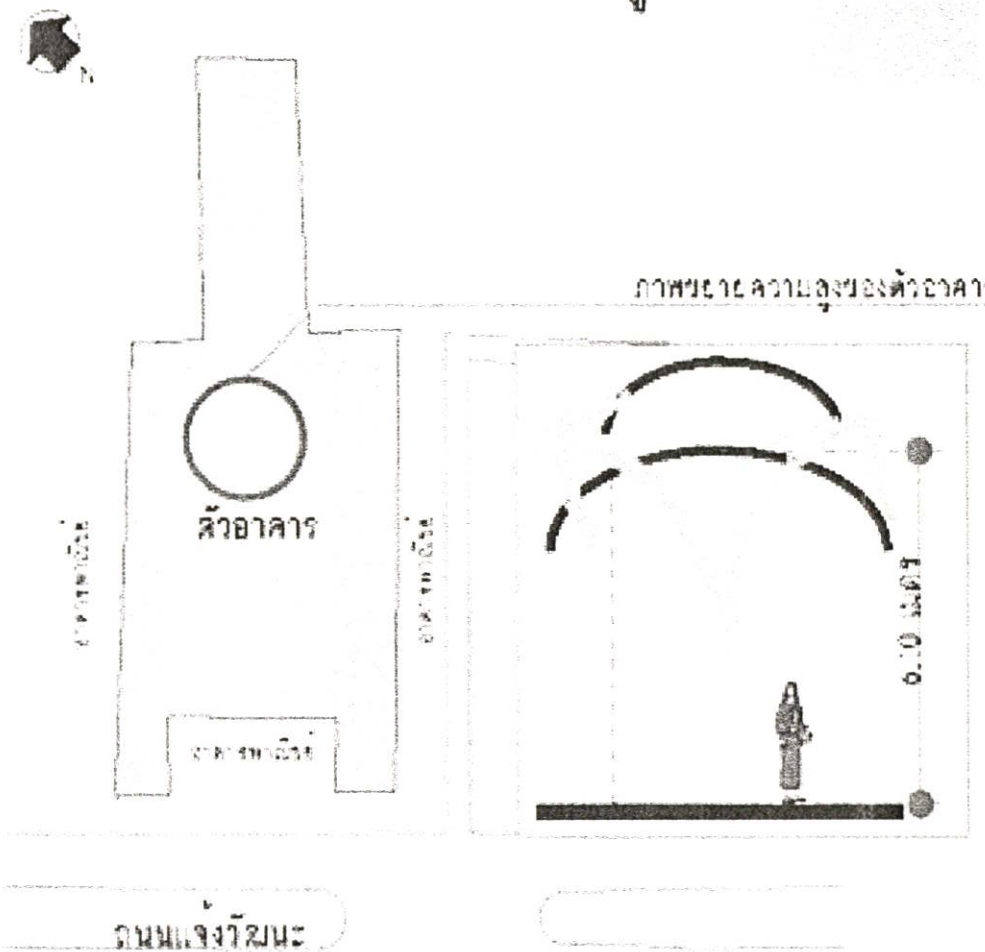
รูปที่ 5.9 แสดงการเข้าถึงตัวอาคารทางเข้าด้านหน้าติดถนนแจ้งวัฒนะและด้านหลังติดกับถนนในซอย



# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

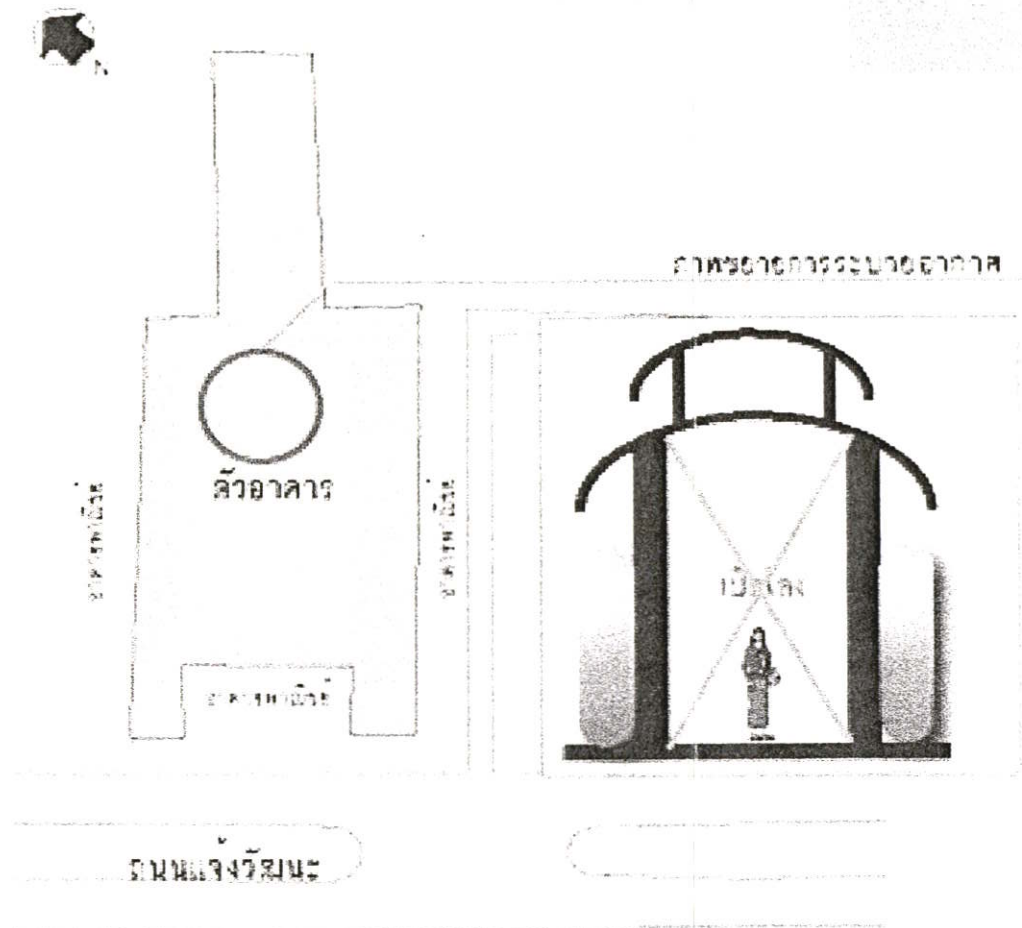
แนวความคิดในการจัดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

## ความสูงของตัวอาคาร



● ส่วนสูงจากพื้นถึงหลังคา 6.10 เมตร เพื่อป้องกันความร้อนที่กระจายลงหลังคา 2 ชั้น เพื่อการระบายความร้อนด้วยวิธีธรรมชาติ

## การระบายอากาศ

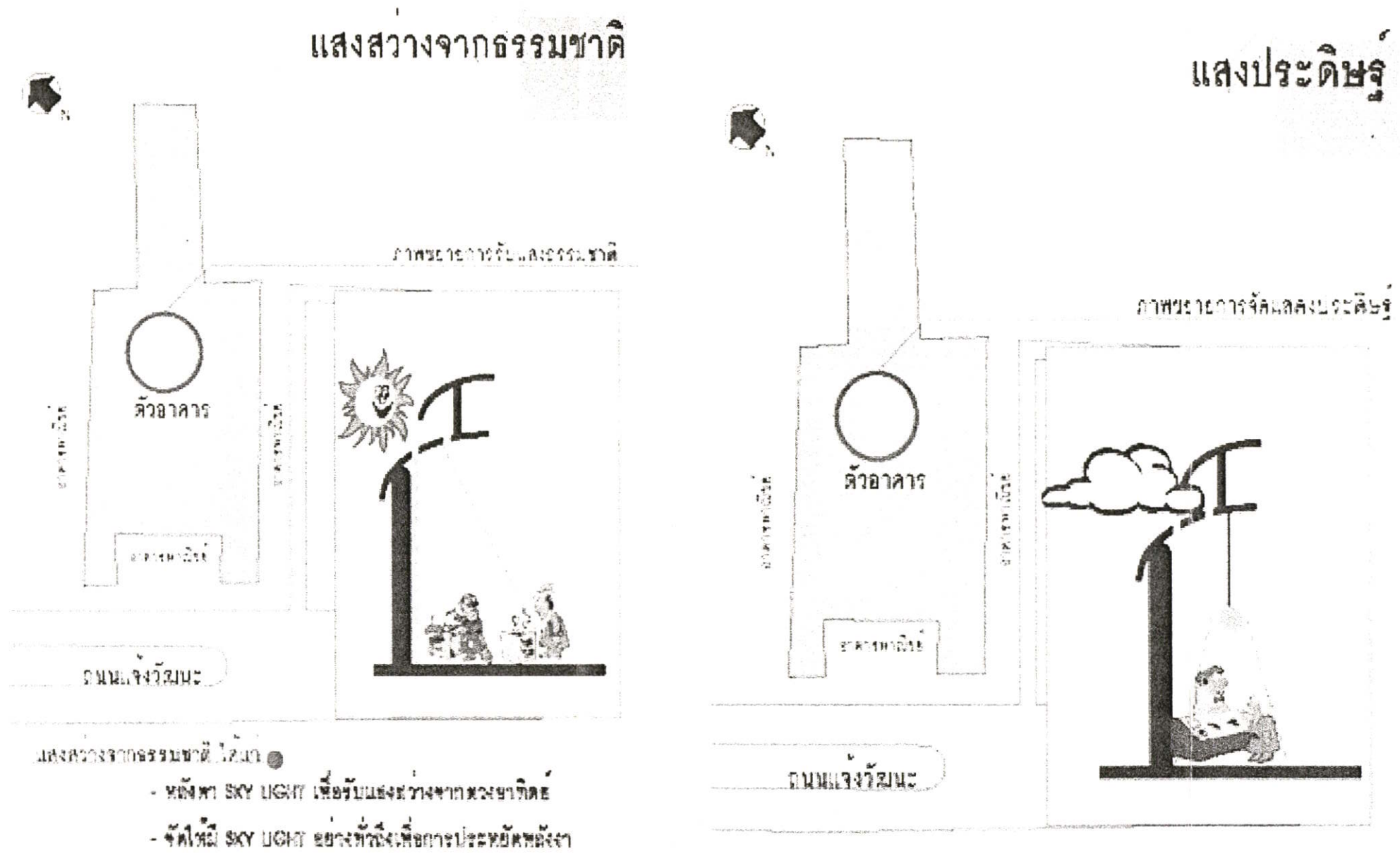


แนวระบระบายอากาศของตัวอาคารได้แก่ ●

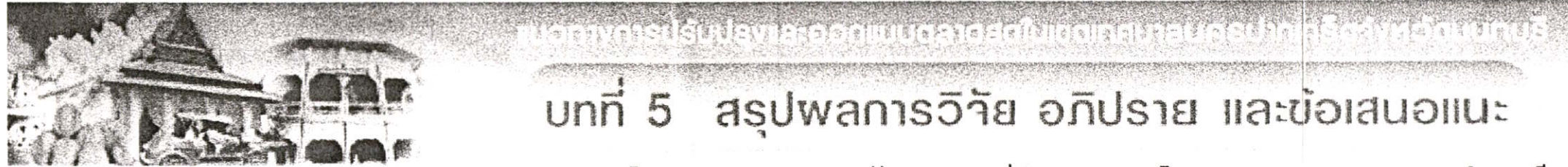
- เปิดช่องโล่งใต้หลังคา เพื่อระบายความร้อนด้วยวิธีธรรมชาติ
- ตั้งหน้าต่างอาคารเปิดโล่ง ไม่ปิดมิดเพื่อช่วยในการระบายอากาศ
- ลมพัดผ่านลดความชื้น

รูปที่ 5.10 แสดงแนวความคิดในการออกแบบความสูงตัวอาคารและแสดงแนวความคิดในการออกแบบการระบายอากาศ

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรัชญา และข้อเสนอแนะ  
 แนวความคิดในการจัดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



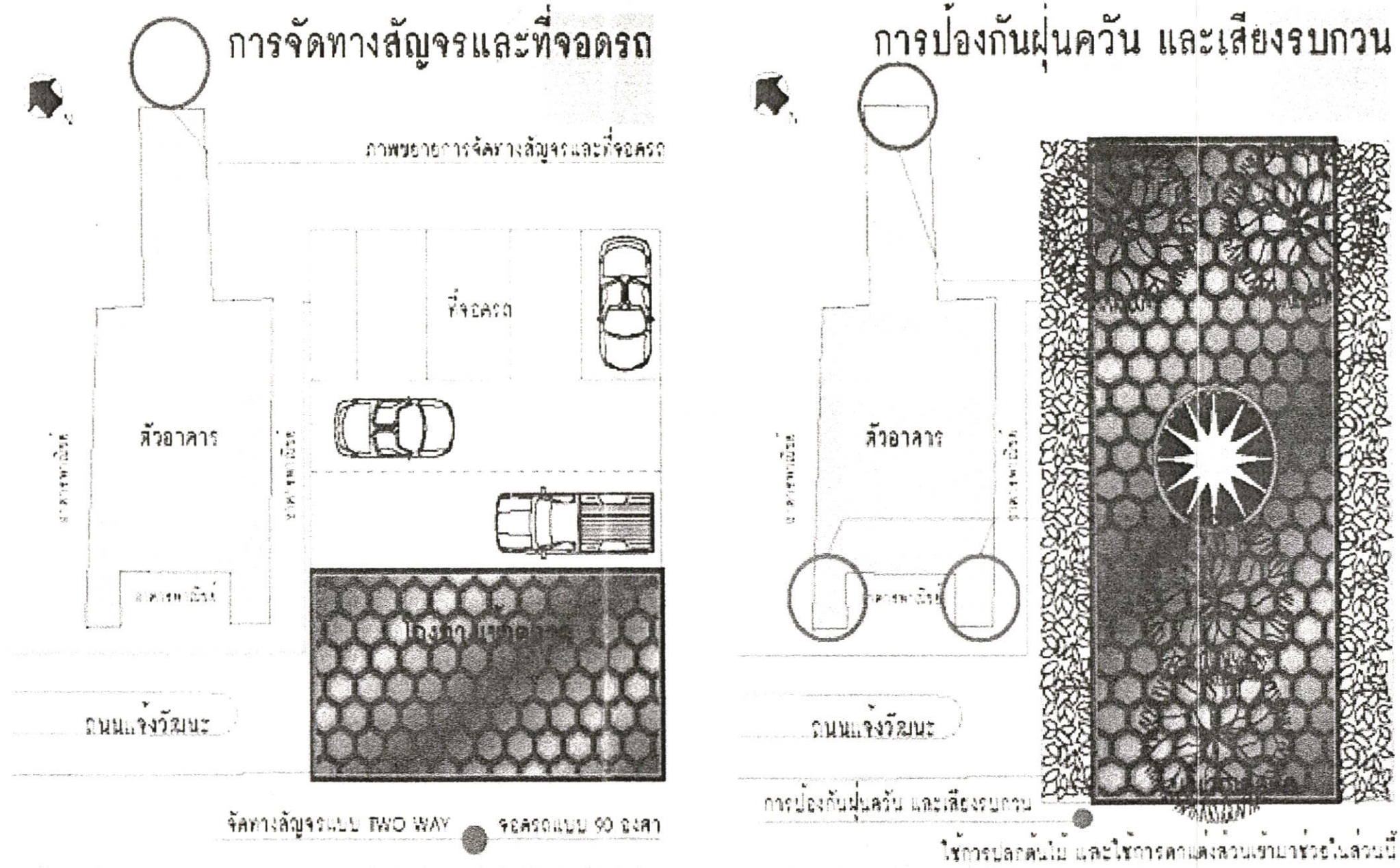
รูปที่ 5.11 แสดงแนวความคิดในการออกแบบแสงสว่างจากธรรมชาติและแสดงแนวความคิดในการออกแบบแสงสว่างจากแสงประดิษฐ์



แนวทางการปรับปรุงอาคารออกแบบตลาดสดเชิงเขตเทศบาลนครปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี

### บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

แนวความคิดในการจัดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

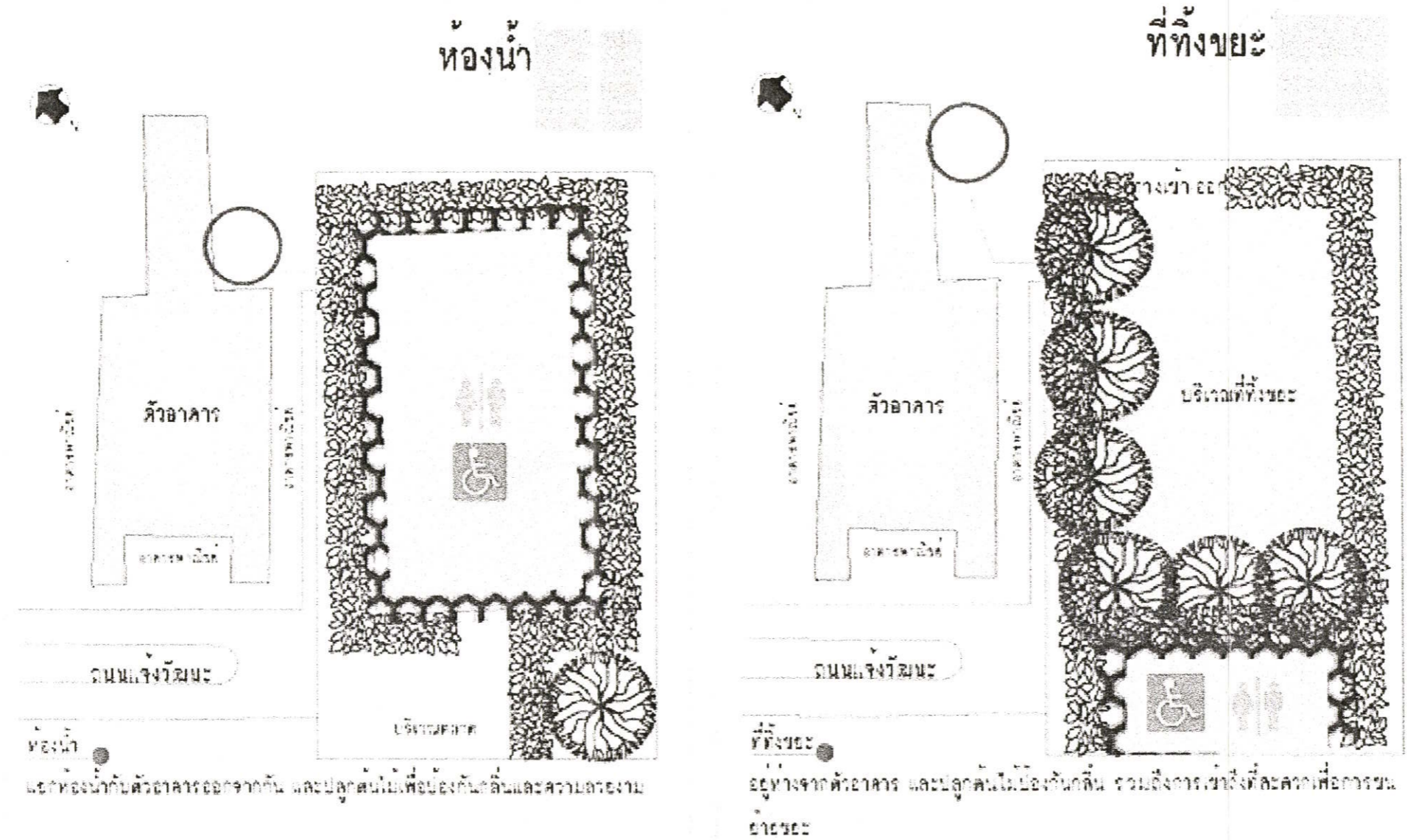


รูปที่ 5.12 แสดงแนวความคิดในการออกแบบทางสัญจรและที่จอดรถและแสดงแนวความคิดในการออกแบบการป้องกันผู้ฉ้อฉลและเสียงรบกวน

แนวทางการปรับปรุงและออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อคนพิการแห่งชาติ จังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

แนวความคิดในการจัดสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



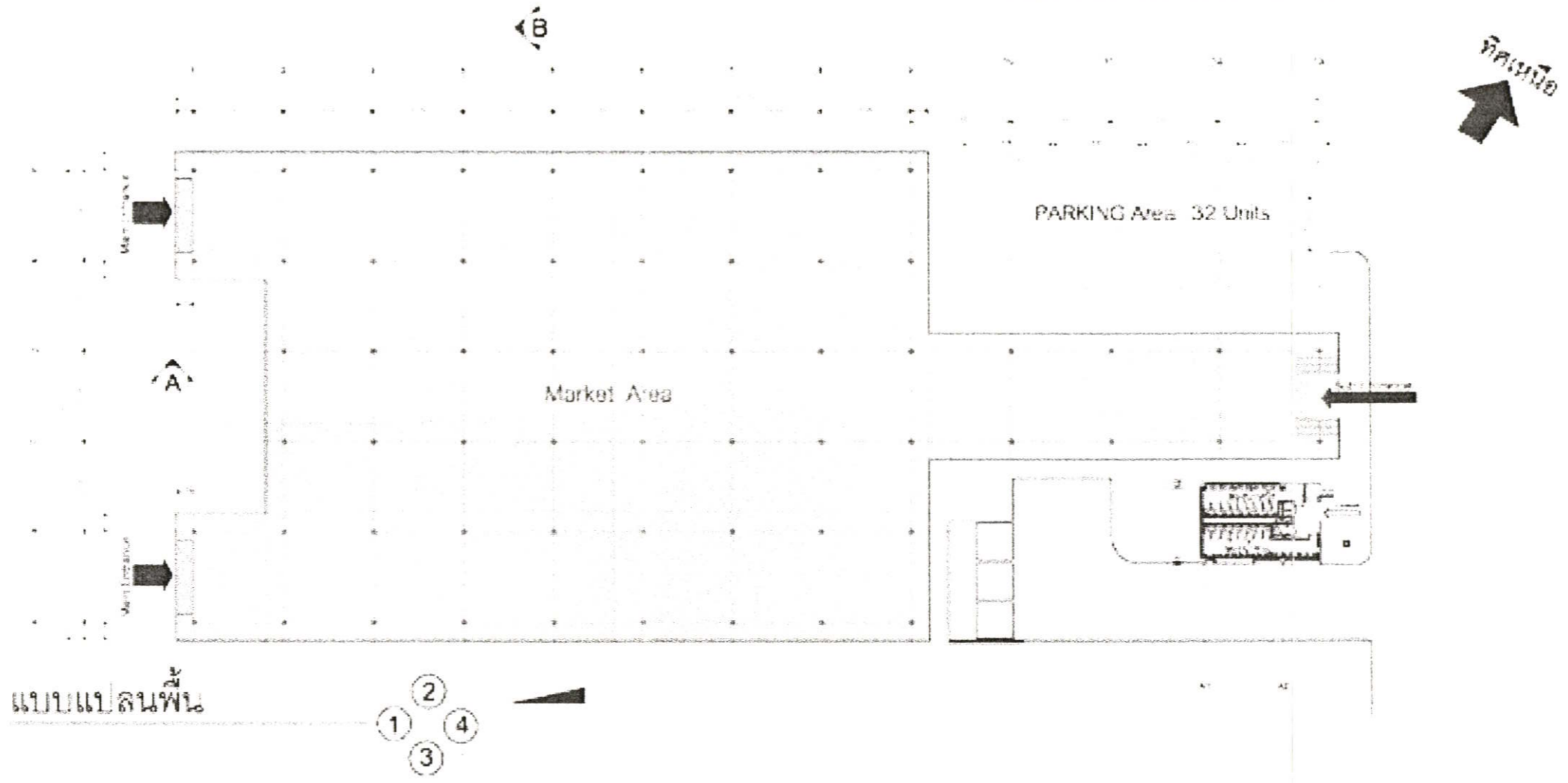
รูปที่ 5.13 แสดงแนวความคิดในการออกแบบห้องน้ำและแสดงแนวความคิดในการออกแบบที่ทิ้งขยะ



แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดที่มีเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

## แบบแปลนของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

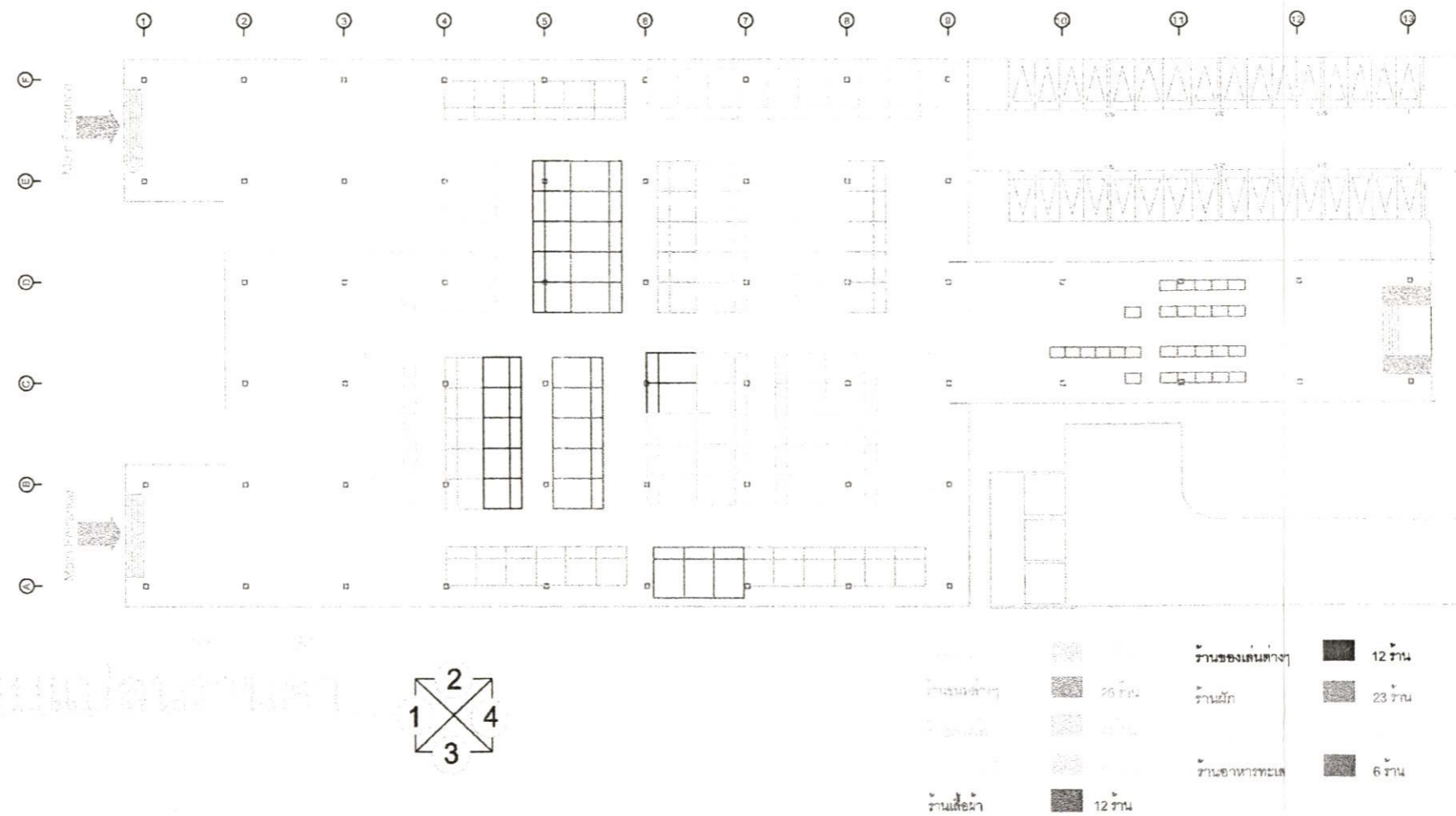


รูปที่ 5.14 แสดงแบบแปลนของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

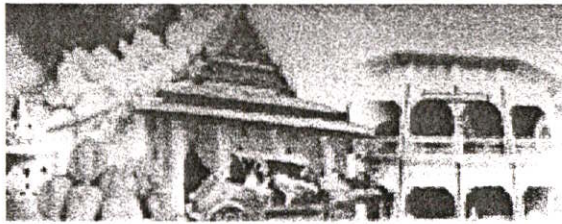


แบบแปลนปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ



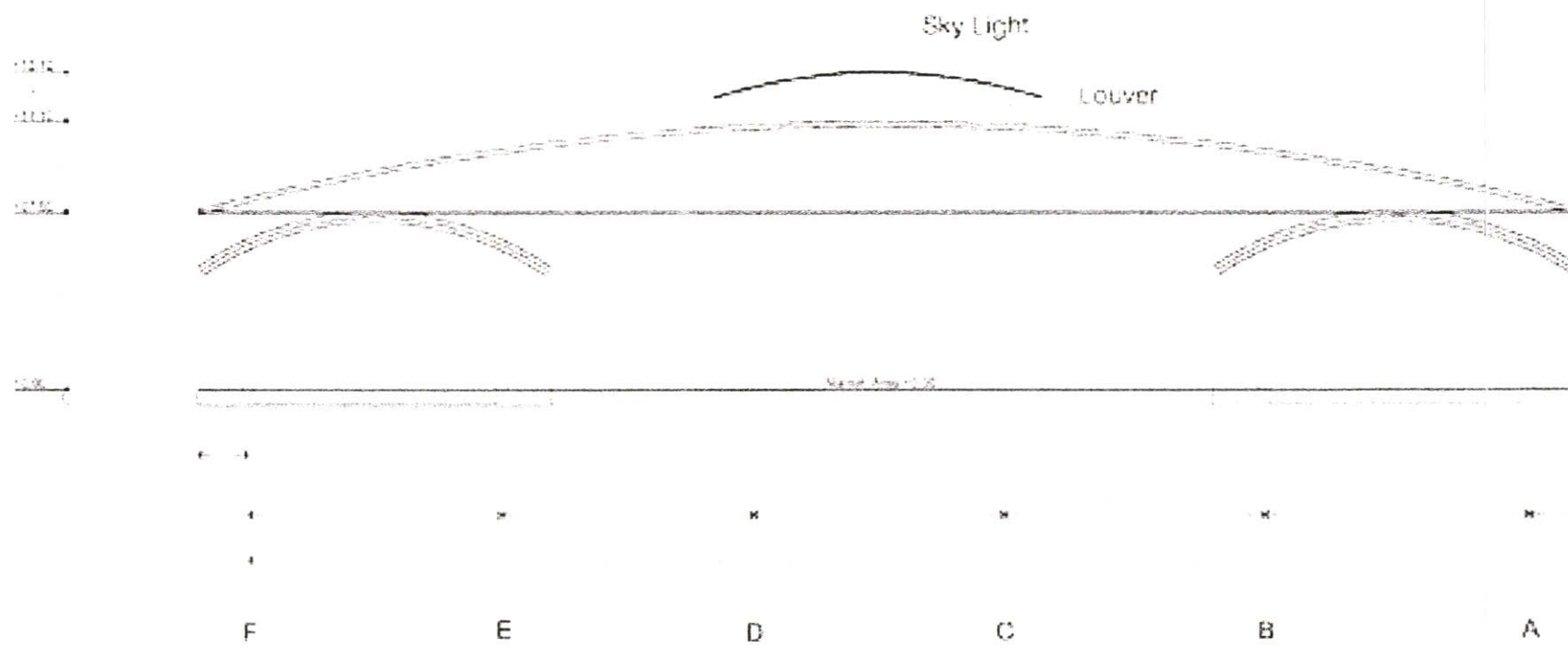
รูปที่ 5.15 แสดงแบบแปลนร้านค้าของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรัชญา และข้อเสนอแนะ

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรัชญา และข้อเสนอแนะ

## รูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปด้าน 1

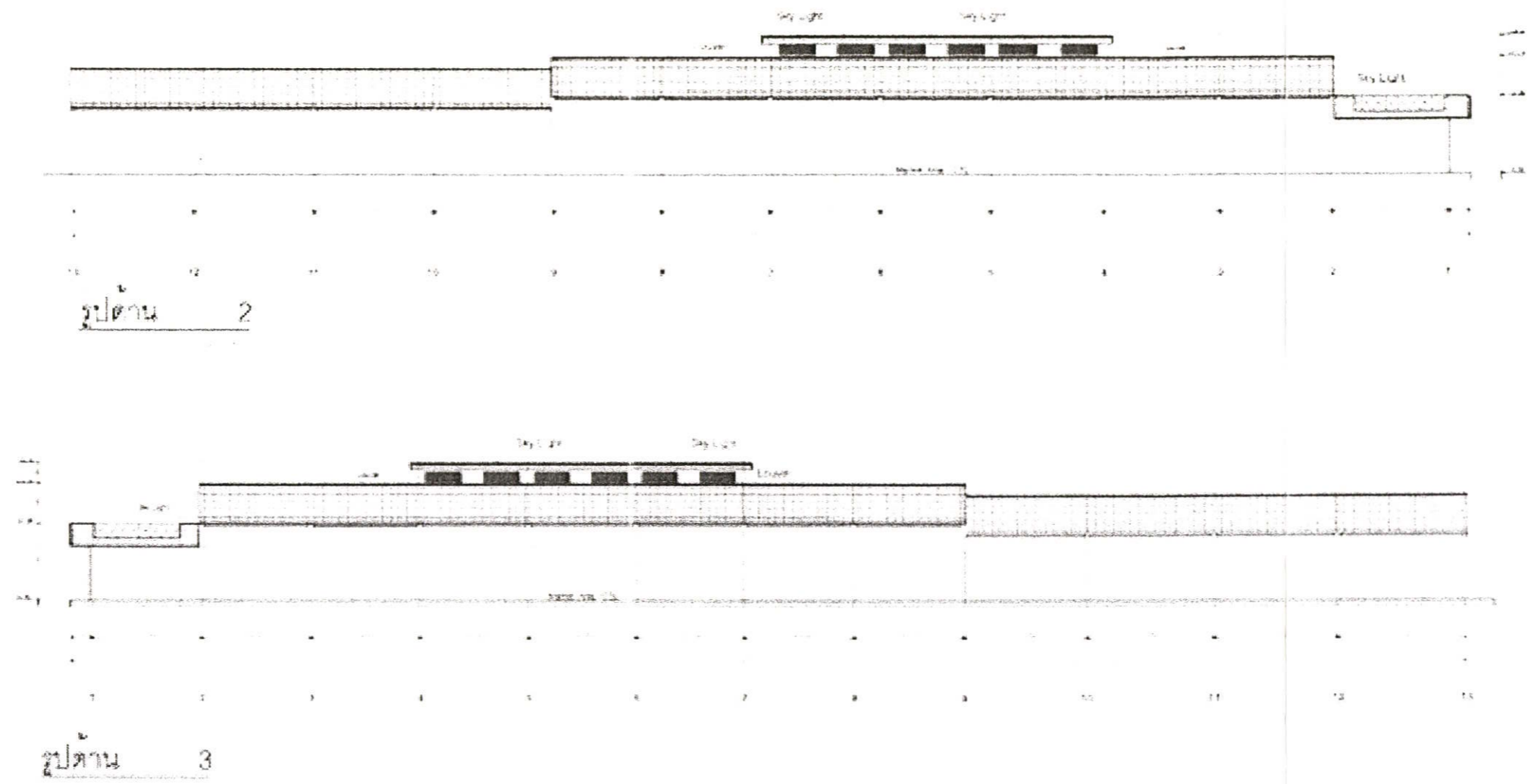
รูปที่ 5.16 แสดงรูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



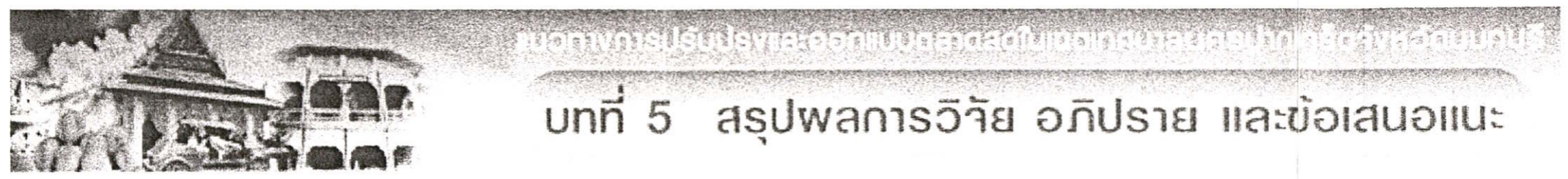
ผลการวิจัย ออกแบบตลาดสดแบบผสมผสานกับอาคารพาณิชย์

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

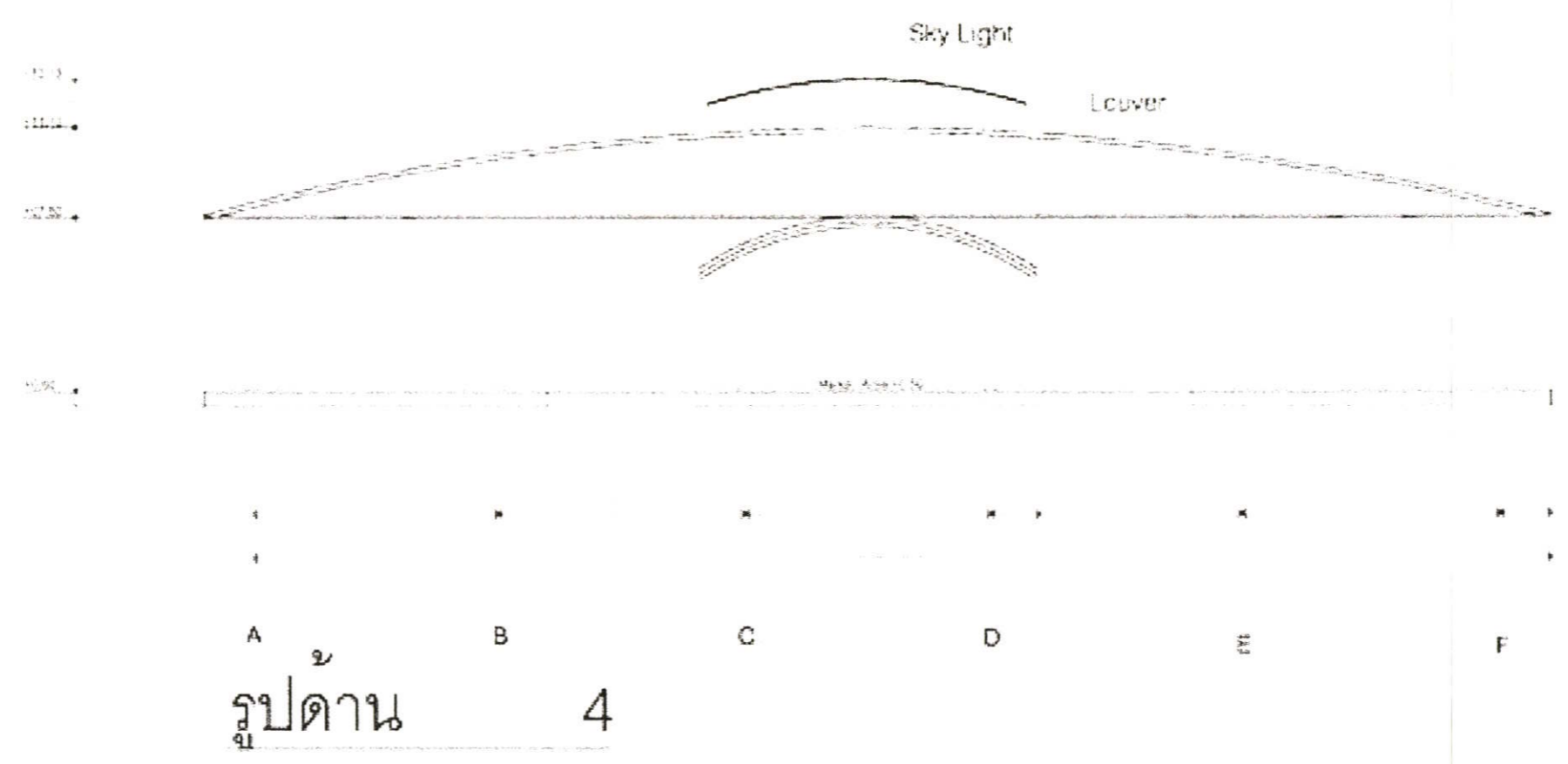
## รูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปที่ 5.17 แสดงรูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



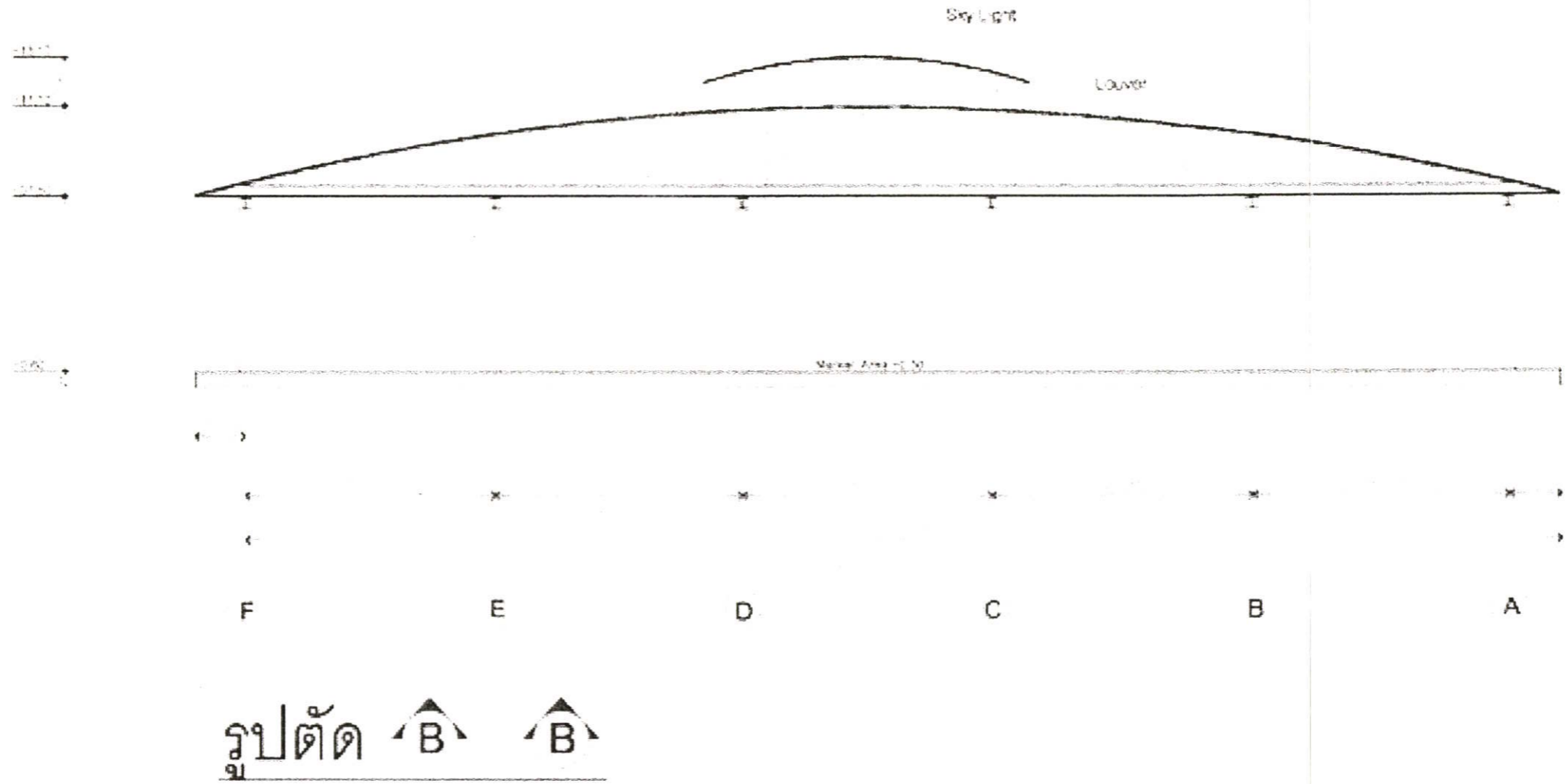
รูปที่ 5.18 แสดงรูปด้านของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



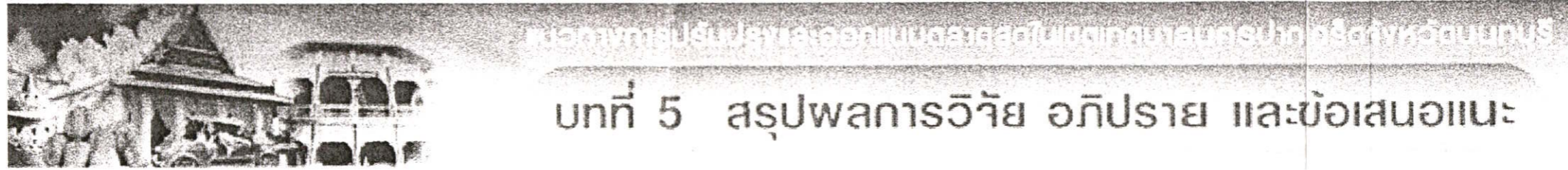
แนวทางการปรับปรุงอาคารอนุรักษ์แบบสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

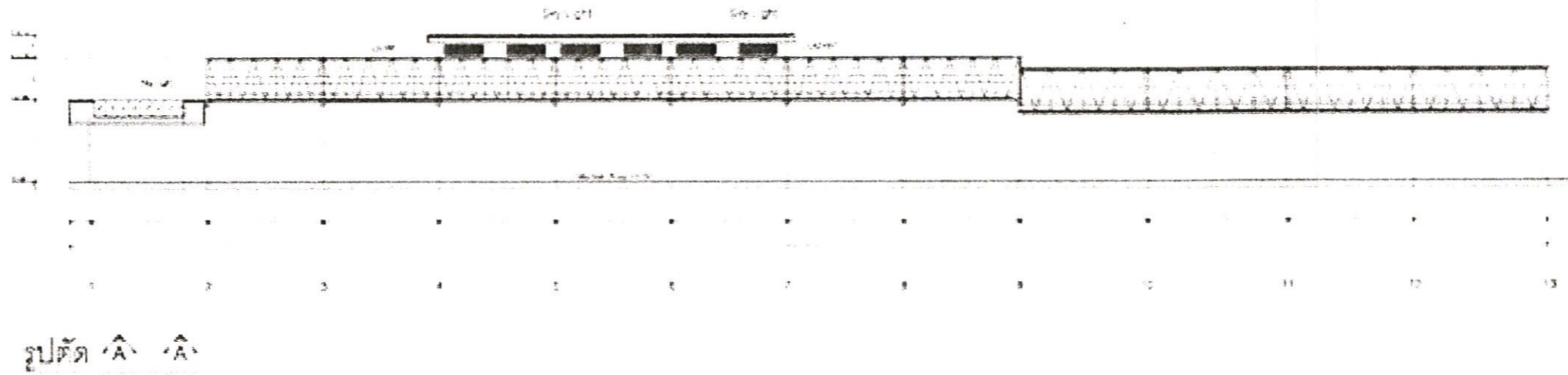
## รูปตัดของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปที่ 5.19 แสดงรูปตัดของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปตัดของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



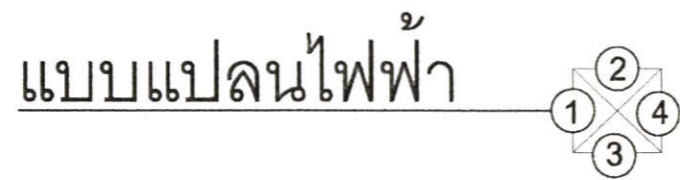
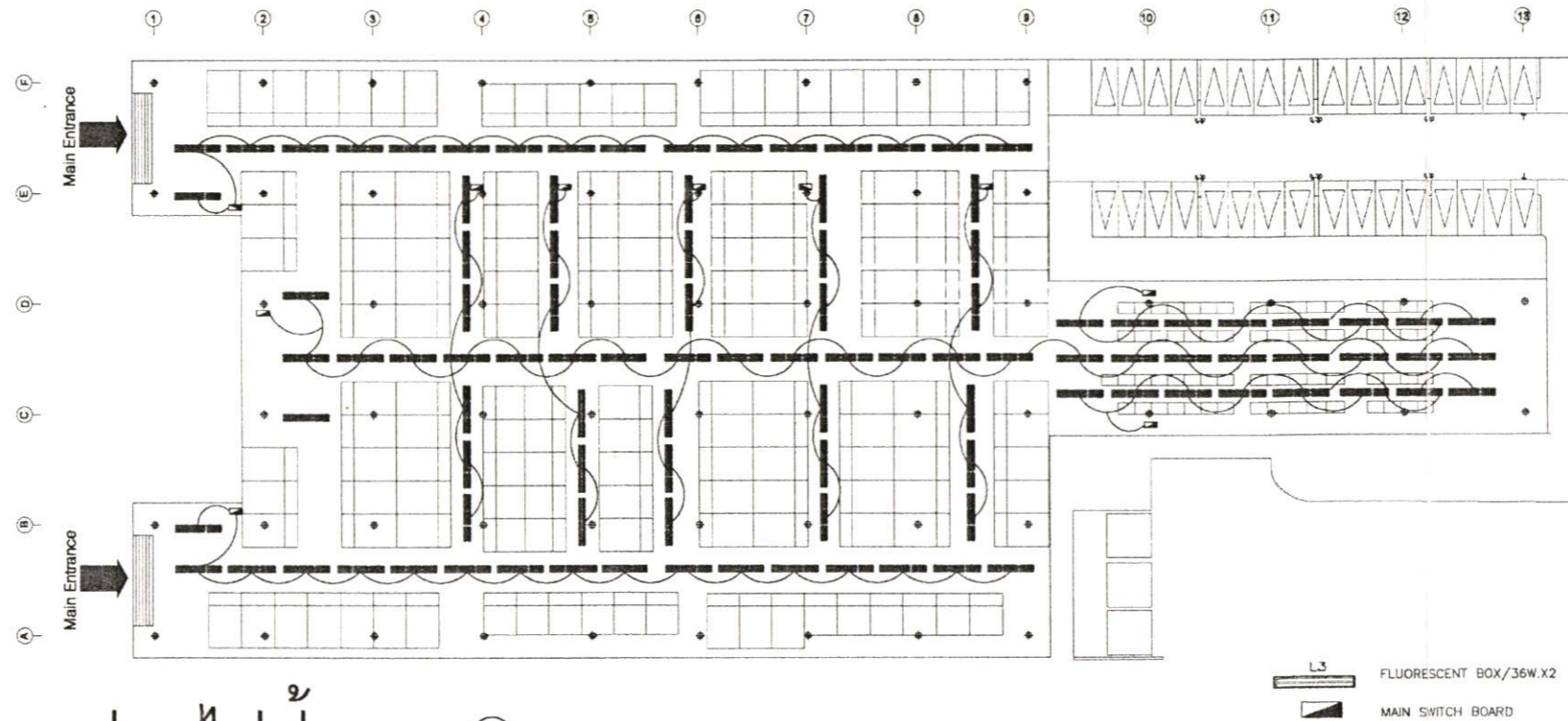
รูปที่ 5.20 แสดงรูปตัดของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



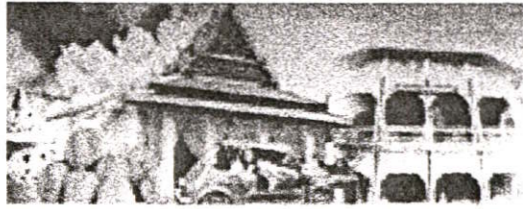
โครงการปรับปรุงและออกแบบอาคารสถานศึกษาเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

## แบบแปลนของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปที่ 5.21 แสดงแบบแปลนไฟฟ้าของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



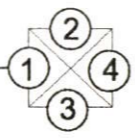
แนวทางการวิจัยประวัติศาสตร์และโบราณคดีของประเทศไทย

# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

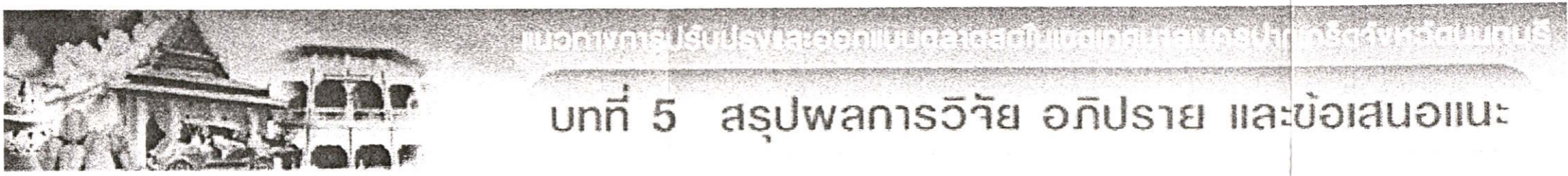
## แบบแปลนของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



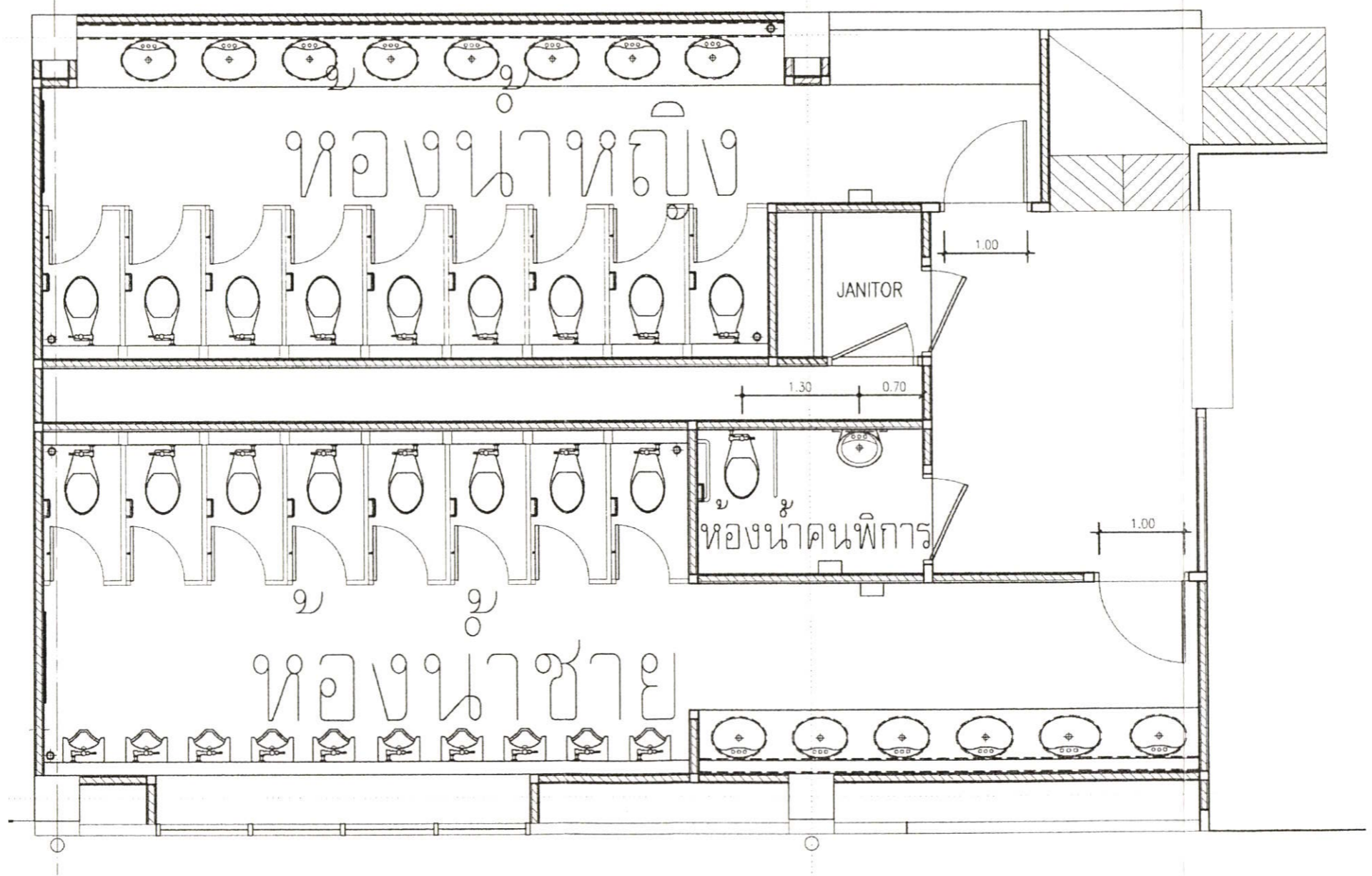
แบบแปลนสุขาภิบาล



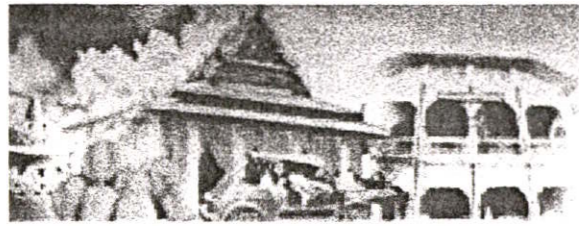
รูปที่ 5.22 แสดงแบบแปลนสุขาภิบาลของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



**แบบแปลนห้องน้ำในตาสดเทศบาลนครปากเกร็ด**



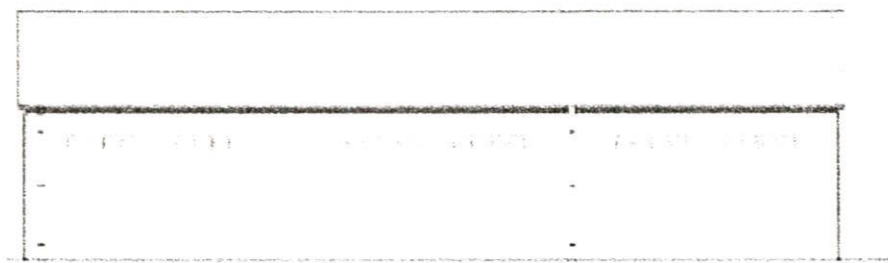
รูปที่ 5.23 แสดงแบบแปลนห้องน้ำภายในตาสดเทศบาลนครปากเกร็ด



ศิลปกรรม ประเพณี และ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและศิลปกรรมของจังหวัดบึงกาฬ

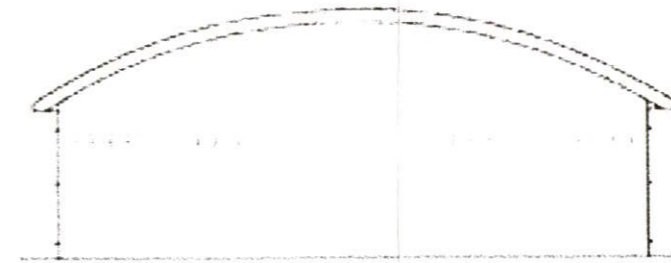
# บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรัชญา และข้อเสนอแนะ

## รูปด้านของห้องน้ำภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



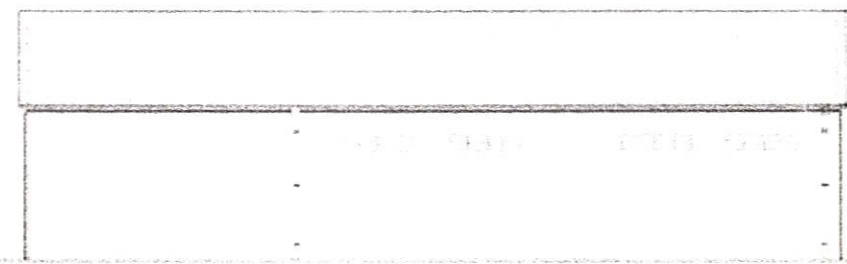
A1

A2



B1

B2



A2

A1



B2

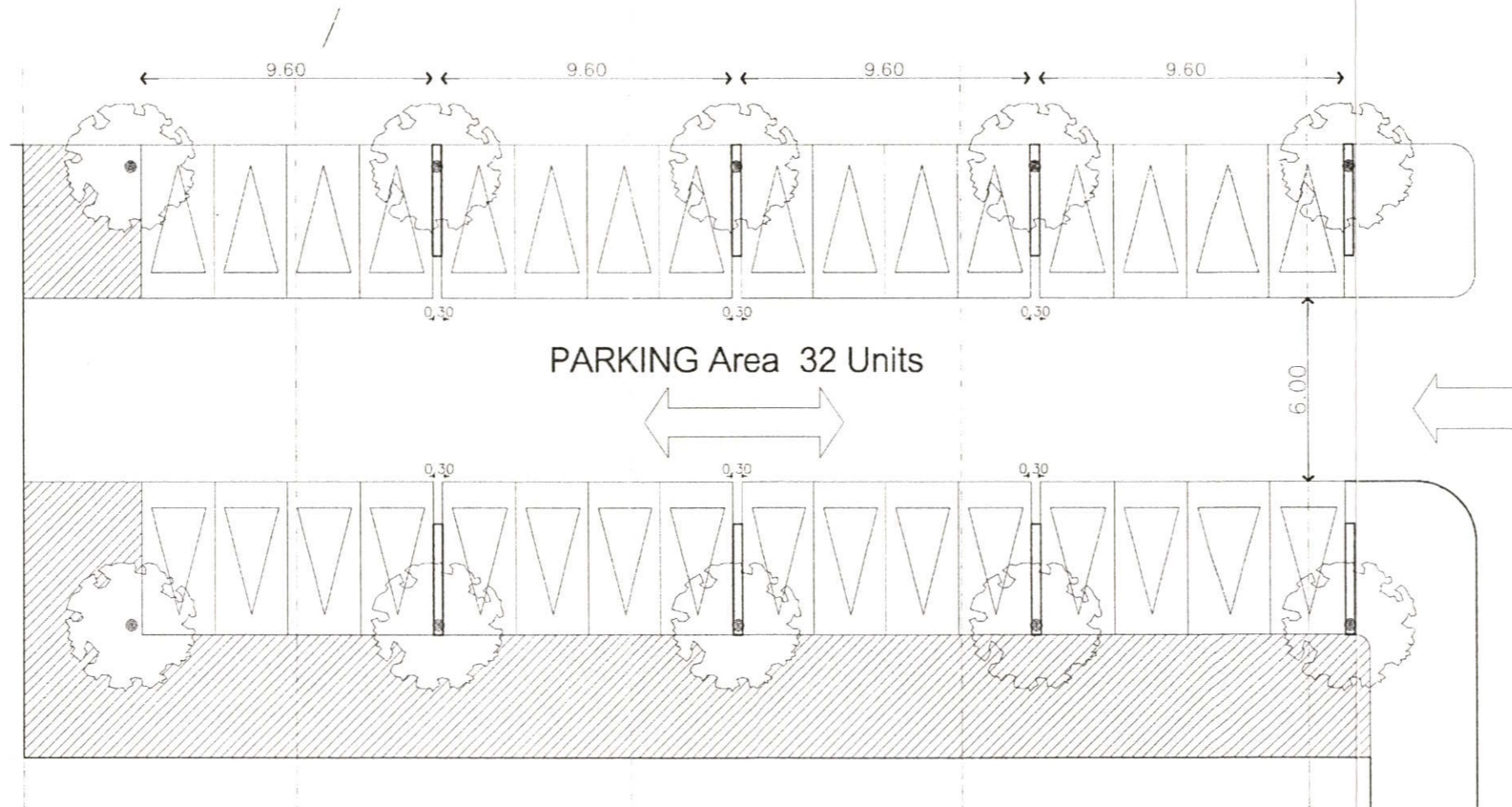
B1

รูปที่ 5.24 แสดงรูปด้านของห้องน้ำภายในตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

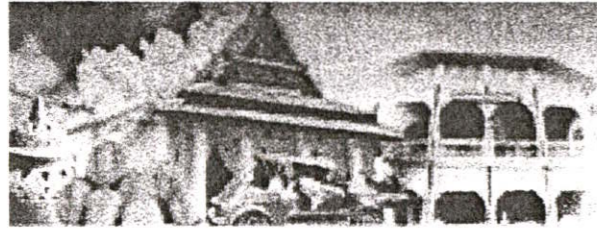


แผนผังการปรับปรุงพื้นที่จอดรถและอาคารจอดรถใหม่โดยกำหนดขนาดพื้นที่จอดรถไว้ดังนี้

### บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรัชญา และข้อเสนอแนะ

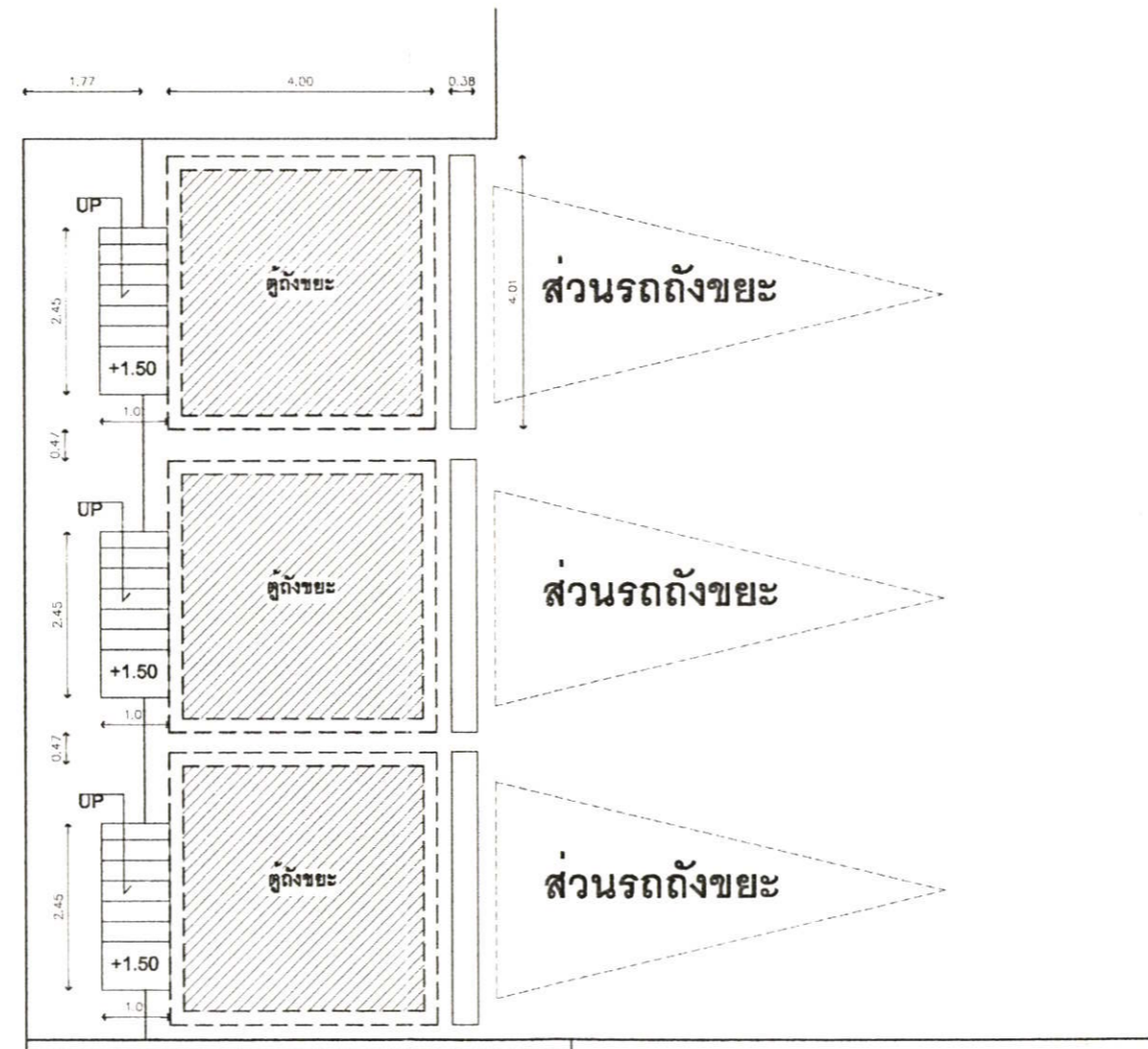


รูปที่ 5.25 แสดงแบบแปลนที่จอดรถ ณ ตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



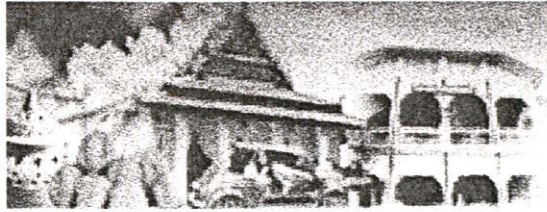
แนวทางการปรับปรุงอาคารหอสมุดเมืองสุโขทัยเพื่อจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ



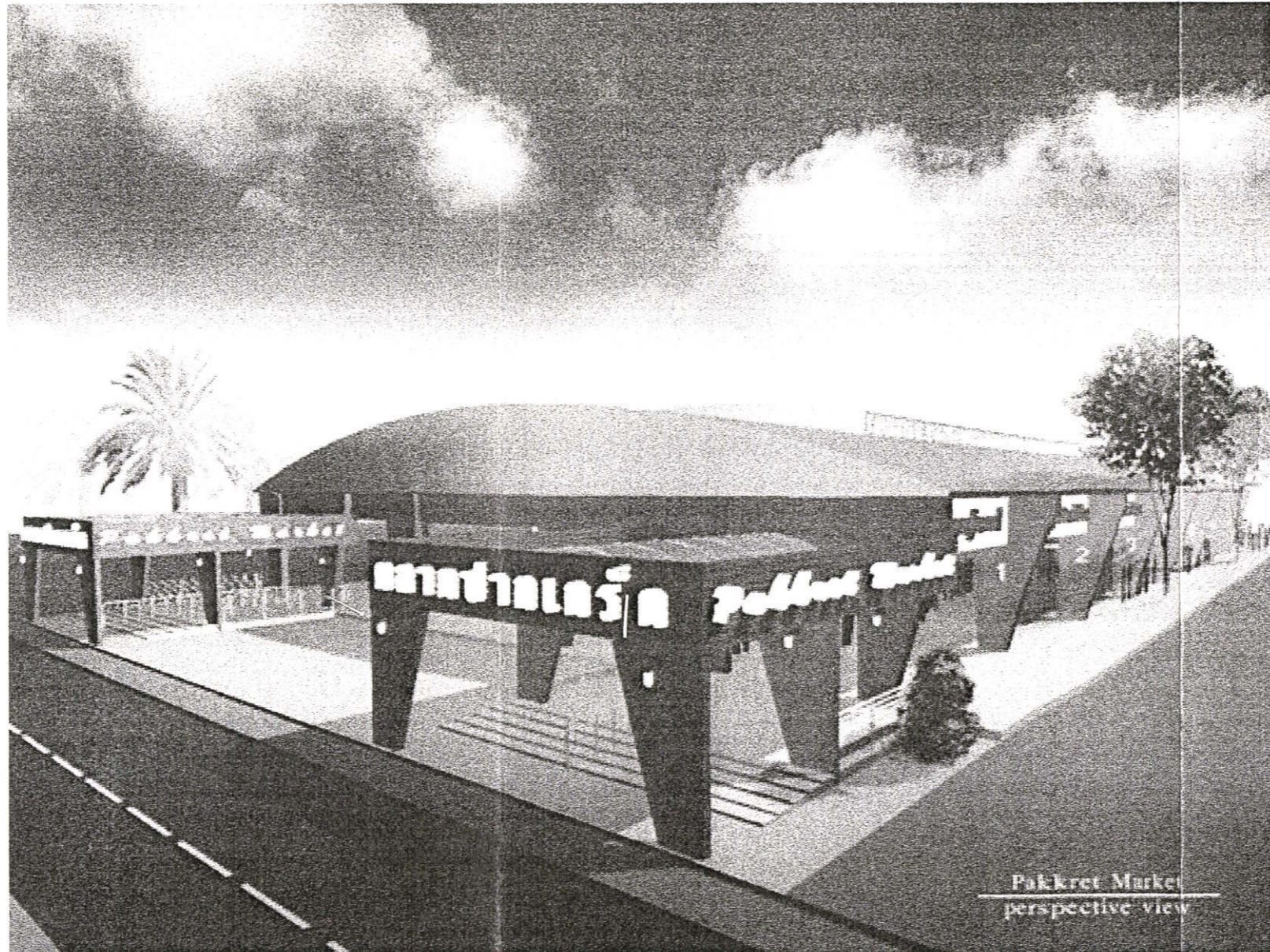
### แบบแปลนขยายส่วนทิ้งขยะ

รูปที่ 5.26 แสดงแบบแปลนขยายส่วนทิ้งขยะในศาลาสถกเทศบาลนครปากเกร็ด



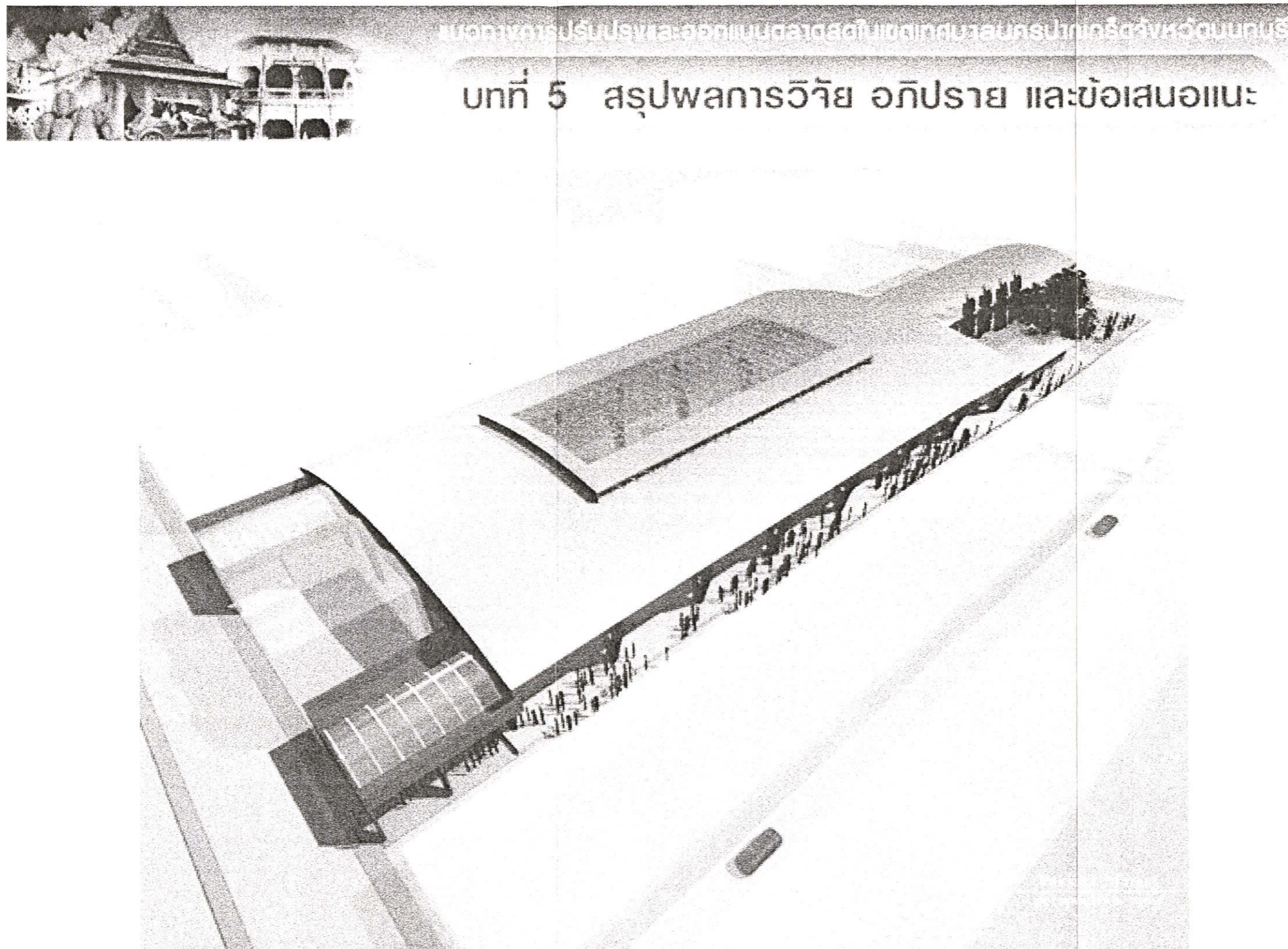
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

### บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ



Pakkret Market  
perspective view

รูปที่ 5.27 แสดงแบบทัศนียภาพของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด



รูปที่ 5.28 แสดงแบบทัศนียภาพของตลาดสดเทศบาลนครปากเกร็ด

## บรรณานุกรม

- กมล พรหมพยัคฆ์. 2520. “โครงการปรับปรุงฝ่ายการค้าบางลำพู” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
สถาปัตยกรรมศาสตร์.  
บัณฑิตภาควิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง.
- กรมการผังเมือง. 2525. พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2525) .  
กรุงเทพมหานคร.
- กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. คู่มือการดำเนินงานเทศบาล.
- กองวิชาการและแผนงาน. 2544. แผนพัฒนาเทศบาลนครปากเกร็ดระยะ 5 ปี พ.ศ. 2545-2549 นนทบุรี :  
สำนักพิมพ์ธุรกิจก้าวหน้า.
- กองวิชาการและแผนงานเทศบาลนครปากเกร็ด. 2528 . วารสารเทศบาลปากเกร็ด. 8.
- นุศจี ทวีวงศ์. 2545. นายรอบรู้ นักเดินทาง : นนทบุรี . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- บริษัท เอพซิลอน. 2546. รายงานความก้าวหน้าประจำเดือนธันวาคม 2546 ฉบับที่ 1 โครงการก่อสร้าง  
สะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณห้าแยกปากเกร็ดและถนนเชื่อมสัญญาที่ 1 : แนวตะวันออก-  
ตะวันตก.
- มุสดี ทิพทัส. 2528 . เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- มุสดี ทิพทัส. 2528. หลักเบื้องต้นในการจัดองค์ประกอบในงานสถาปัตยกรรม . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
ไทยวัฒนาพานิชย์.
- มาฆะ โทณะวนิก. 2520. “โครงการปรับปรุงตลาดสดเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. 2536 . การจัดทำรายละเอียดของโครงการเพื่อการออกแบบสถาปัตยกรรม .  
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เวชยันต์ เล็กวุฒิกันต์. 2520. “โครงการปรับปรุงตลาดสดเทศบาล 3 จังหวัดพิษณุโลก” วิทยานิพนธ์  
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สรายุ อมรวิทวัส. 2522. “โครงการขยายตลาดเทศบาล 1 จังหวัดนครราชสีมา” วิทยานิพนธ์ปริญญา  
สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สมพล คำรังเสถียร. 2535 . **ประมวลความรู้ (ภาคทฤษฎี) ผังเมือง** : เอกสารประกอบการสอน  
รายวิชา การออกแบบชุมชนเมือง. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง.

สิงห์เดช สิงห์เทศ. 2547. “การพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี”  
วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต คณะบัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอม  
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2545 . การสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมตลาด.

อรศิริ ปาณินนท์. 2525. **กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม** , กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร.

อรศิริ ปาณินนท์. 2538. **ที่ว่างงานสถาปัตยกรรม**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.

ภาคผนวก

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
(สาขาสถาปัตยกรรม)

ขอความร่วมมือในการทำแบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท  
การศึกษาเรื่อง

แนวทางการปรับปรุงและออกแบบตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

แบบสอบถาม สำหรับผู้ซื้อที่มาใช้บริการตลาดสดในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน ( )

- |                               |                          |                         |
|-------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 1) เพศ                        | ( ) ชาย                  | ( ) หญิง                |
| 2) อายุ                       | ( ) น้อยกว่า 15 ปี       | ( ) 15 – 20 ปี          |
|                               | ( ) 20 – 30 ปี           | ( ) 30 – 40 ปี          |
|                               | ( ) 40 – 50 ปี           | ( ) 50 – 60 ปี          |
|                               | ( ) 60 ปีขึ้นไป          |                         |
| 3) ระดับการศึกษา              | ( ) ไม่ได้รับการศึกษา    | ( ) ประถมศึกษา          |
|                               | ( ) มัธยมศึกษา           | ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี    |
|                               | ( ) ปริญญาตรี            | ( ) ปริญญาโทหรือสูงกว่า |
| 4) อาชีพ                      | ( ) ข้าราชการ            | ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ  |
|                               | ( ) พนักงานบริษัท        | ( ) รับจ้างทั่วไป       |
|                               | ( ) เจ้าของกิจการส่วนตัว | ( ) ค้าขาย              |
|                               | ( ) แม่บ้าน              | ( ) นักเรียน - นักศึกษา |
|                               | ( ) อื่น ๆ .....         |                         |
| 5) รายได้ (ต่อเดือน)          | ( ) น้อยกว่า 3,000 บาท   | ( ) 3,001 – 5,000 บาท   |
|                               | ( ) 5,001 – 10,000 บาท   | ( ) 10,001 – 20,000 บาท |
|                               | ( ) 20,001 – 30,000 บาท  | ( ) มากกว่า 30,000 บาท  |
| 6) สถานที่อยู่อาศัยปัจจุบันใน | ( ) อำเภอเมืองนนทบุรี    | ( ) อำเภอบางบัวทอง      |
|                               | ( ) อำเภอปากเกร็ด        | ( ) อำเภอบางกรวย        |
|                               | ( ) อำเภอบางใหญ่         | ( ) อำเภอไทรน้อย        |
|                               | ( ) อื่น ๆ .....         |                         |

เฉพาะผู้วิจัย

ตลาดสด

( ) เทศบาลนครปากเกร็ด

( ) พิษณุ

( ) ศรีปากเกร็ด

วัน.....

เวลา.....

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา

กรุณาขีดเครื่องหมาย / ลงใน ช่องว่าง และ ( )

1) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ

รายการ	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
1. สถานที่จอดรถ		
2. ที่ตั้งโทรศัพท์สาธารณะ		
3. จำนวนโทรศัพท์สาธารณะ		
4. ที่ตั้งและจำนวนห้องน้ำสาธารณะ		
5. การให้แสงสว่างภายในตลาด		
6. การระบายอากาศ		
7. ความสูงของตัวอาคาร		
8. การจัดระเบียบแผงสินค้าในตลาด		
9. จำนวนแผงสินค้าในตลาด		
10. ขนาดของทางเดินเท้าภายในตลาด		

2) เมื่อท่านมาในตลาดท่านมักซื้อสินค้าประเภทใดเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ซื้ออาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็นต้น
- ( ) ซื้ออาหารแห้ง เช่น ข้าวสาร น้ำตาล แป้ง เป็นต้น
- ( ) ซื้อของใช้ประจำวัน และเครื่องใช้ภายในบ้าน
- ( ) ซื้ออาหารสำเร็จรูป
- ( ) ดอกไม้
- ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3) ท่านคิดว่าคุณภาพสินค้าในตลาดนี้เป็นอย่างไร

- ( ) ดี ( ) ปานกลาง ( ) ต้องปรับปรุง

4) ท่านคิดว่าราคาของสินค้าในตลาดนี้เป็นอย่างไร

- ( ) ราคาถูก ( ) ราคาเหมาะสม ( ) ราคาแพง



12) เมื่อท่านมาในตลาดนี้แล้วท่านต้องพบกับปัญหาใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ไม่มีที่จอดรถ
- ( ) การจราจรติดขัด
- ( ) ปัญหาหาบเร่ – แผงลอยกีดขวางทางเดิน
- ( ) ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง
- ( ) ความแออัดของผู้คนที่รอรถประจำทาง
- ( ) ปัญหาความสกปรก เปียกชื้นภายในตลาด
- ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13) ท่านคิดว่าตลาดนี้ควรได้รับการปรับปรุงหรือไม่ ( ) ไม่ควร ( ) ควร

โปรดเสนอแนะ.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

14) ตลาดที่ท่านต้องการควรมีลักษณะอย่างไร

- ( ) ตลาดต้องตั้งอยู่ห่างจากแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ของเสีย โรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก และที่กำจัดมูลฝอยในระยะไม่น้อยกว่า 400 เมตร
- ( ) ตลาดต้องมีอาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ที่ขนถ่ายสินค้า และที่จอดรถ
- ( ) มีทางเข้าออกและถนนรอบตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร
- ( ) ทางเดินภายในตลาดสำหรับผู้ซื้อ มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร
- ( ) มีความสะอาดถูกต้องตามสุขอนามัย
- ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ















ข้อ 3 ที่เกิดขึ้นภายในตลาดสดคือ

- ( ) ปัญหาความสกปรกเปื้อกชื้นภายในตลาด
- ( ) ปัญหาฝุ่นควัน กลิ่น เสียงดัง
- ( ) ไม่มีที่จอดรถรับส่งสินค้า
- ( ) ปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณตลาด
- ( ) ปัญหาเรื่องการค้าจัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด
- ( ) ปัญหาสัตว์รบกวน
- ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

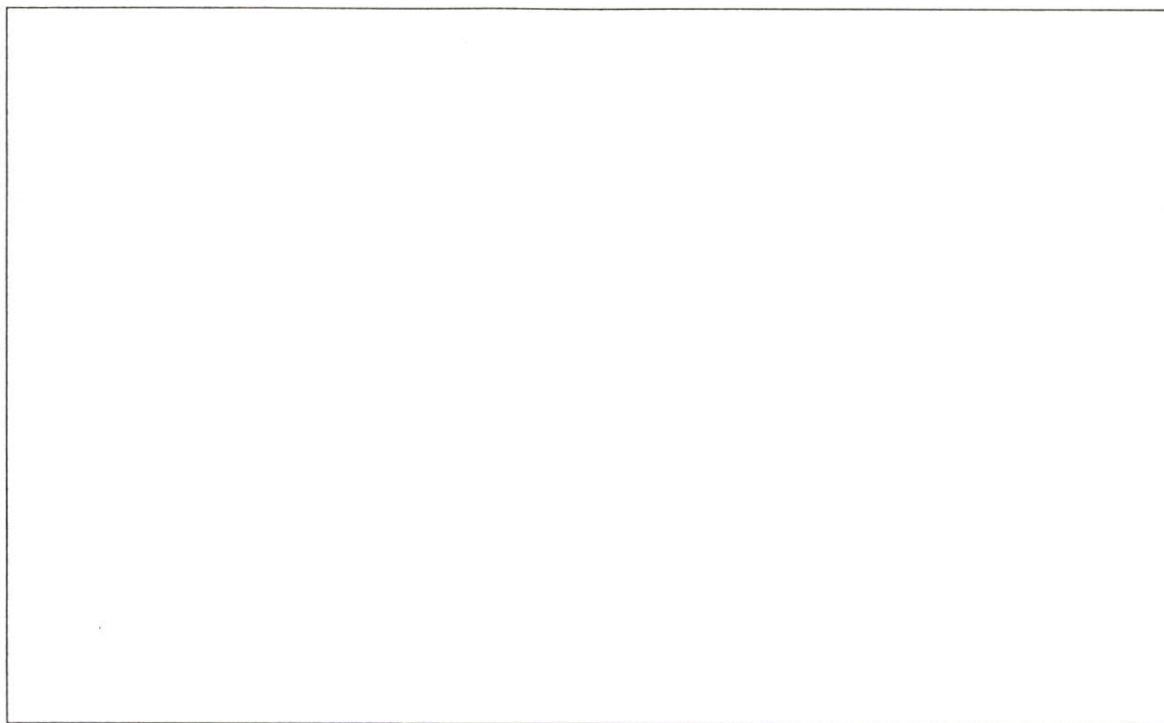








บันทึกภาพถ่าย



## กฎกระทรวง

ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2535)

### ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขได้ลงนามประกาศเป็นกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2542 และได้ประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 116 ตอนที่ 3 ก วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542 ซึ่งกฎกระทรวงฉบับนี้จะบังคับใช้ในเขตเทศบาล เมืองพัทยา และกรุงเทพมหานครเท่านั้น

กฎกระทรวงฉบับนี้ประกอบด้วย

- หมวด 1 บททั่วไป
- หมวด 2 ลักษณะของตลาด โดยแบ่งเป็นลักษณะตลาดประเภทที่ 1 ประเภทที่ 2 และประเภทที่ 3
- หมวด 3 การดำเนินกิจการตลาด
- หมวด 4 การบำรุงรักษาตลาด
- หมวด 5 ผู้ขายและผู้ช่วยขายของในตลาด
- หมวด 6 บทเฉพาะกาล

สำหรับหมวด 6 บทเฉพาะกาลนี้ กล่าวถึงเรื่องของระยะเวลาในการปรับปรุงตลาดให้ได้ตามข้อกำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งได้ให้เวลากับผู้ที่ได้รับอนุญาตจัดตั้งตลาดในการปรับปรุงตลาดให้ได้ตามข้อกำหนดในกฎกระทรวงอย่างค่อยเป็นค่อยไปเพราะข้อกำหนดบางข้อต้องใช้งบประมาณและเวลาในการปรับปรุงมาก ดังนั้นในกฎกระทรวงจึงได้กำหนดไว้ว่า ให้ผู้ที่ได้รับอนุญาตจัดตั้งตลาดก่อนหรือในวันที่ข้อกำหนดที่ใช้บังคับ ดำเนินการปรับปรุงหรือแก้ไข ตลาดให้ถูกต้องตามกฎหมายนี้ ภายในกำหนดเวลาที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด ทั้งนี้ต้องไม่เกิน 3 ปี สำหรับตลาดประเภทที่ 1 และไม่เกิน 2 ปี สำหรับประเภทที่ 2 และกรณีที่ได้รับใบอนุญาตร้องขอและมีเหตุผลอันควร ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีอำนาจที่จะพิจารณาผ่อนผันได้อีกครั้งหนึ่ง แต่ต้องไม่เกิน 2 ปี ทั้งนี้การผ่อนผันต้องคำนึงถึงผลที่จะกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนเป็นหลักด้วย

ส่วนรายละเอียดของหมวดอื่นๆ ในกฎกระทรวงมีดังต่อไปนี้

## กฎกระทรวง

ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542)

ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข โดยคำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุข ออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

### หมวด 1

#### บททั่วไป

##### ข้อ 1 ในกฎกระทรวงนี้

“อาหารสด” หมายความว่า อาหารประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และของอื่น ๆ ที่มีสภาพเป็นของสด

“อาหารแปรรูป” หมายความว่า อาหารสดที่แปรรูป ทำให้แห้ง หรือหมักดอง หรือในรูปอื่น ๆ รวมทั้งสารที่ใช้ปรุงแต่งอาหาร

“อาหารปรุงสำเร็จ” หมายความว่า อาหารที่ได้ผ่านการทำ ประกอบ ปรุง จนสำเร็จพร้อมที่จะทำการรับประทานได้ รวมทั้งของหวานและเครื่องคั้นชนิดต่าง ๆ ที่มีได้บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท

“การล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาล” หมายความว่า การทำความสะอาดตัวอาคาร แผงขายของในตลาด พื้น ผนัง เพดาน รางระบายน้ำ ห้องน้ำ ห้องส้วม และบริเวณต่าง ๆ รอบอาคารตลาดให้สะอาดปราศจากสิ่งปฏิกูล มูลฝอย หยากใย ฝุ่นละออง คราบสกปรกและอื่น ๆ รวมทั้งให้มีการฆ่าเชื้อโรคและกำจัดสัตว์พาหะนำโรค ทั้งนี้ สารเคมีที่ใช้ต้องไม่มีผลกระทบต่อระบบบำบัดน้ำเสียของตลาด

##### ข้อ 2 กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับในเทศบาล เมืองพัทยา และกรุงเทพมหานคร

สำหรับในเขตสุขาภิบาล เขตองค์การบริหารในส่วนจังหวัด และเขตองค์การบริหารในส่วนตำบลให้ราชการส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ ออกข้อบังคับตามความเหมาะสม โดยใช้หลักเกณฑ์ วิธีการ และมาตรการที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงนี้เป็นแนวทางในการกำหนด

## หมวดที่ 2

### ลักษณะของตลาด

**ข้อ 3** ตลาดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) ตลาดประเภทที่ 1 ได้แก่ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการเป็นประจำหรืออย่างน้อย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง และมีลักษณะที่กำหนดไว้ในส่วนที่ 1

(2) ตลาดประเภทที่ 2 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการเป็นประจำหรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และมีลักษณะที่กำหนดไว้ในส่วนที่ 2

(3) ตลาดประเภทที่ 3 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการชั่วคราวหรือเป็น ครั้งคราวหรือตามที่กำหนด และมีลักษณะที่กำหนดไว้ในส่วนที่ 3

**ข้อ 4** ที่ตั้งของตลาดต้องอยู่ห่างไม่น้อยกว่า 100 เมตร จากแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ของเสีย โรงสั้วเลี้ยง แหล่งโสโครก ที่กำจัดมูลฝอย อันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย เว้นแต่จะมีวิธี ป้องกันซึ่งเจ้าพนักงานสาธารณสุขได้ให้ความเห็นชอบแล้ว

### ส่วนที่ 1

#### ตลาดประเภทที่ 1

**ข้อ 5** ตลาดประเภทที่ 1 ต้องมีเนื้อที่ตามความเหมาะสม โดยมีส่วนประกอบของสถานที่และ สิ่งปลูกสร้าง คือ อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ที่ขนถ่ายสินค้า ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ ที่รวบรวม มูลฝอย และที่จอดรถตามที่กำหนดในส่วนนี้

**ข้อ 6** อาคารที่ปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และถูกสุขลักษณะ ดังต่อไปนี้

- (1) มีถนนรอบอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีทางเดินเข้าออกบริเวณตลาดกว้าง ไม่น้อยกว่า 4 เมตร อย่างน้อย 1 ทาง
- (2) ทั่วอาคารตลาดทำด้วยวัสดุถาวร มั่นคง แข็งแรง
- (3) หลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟ และแข็งแรงทนทาน ความสูงของหลังคาต้องมีความ เหมาะสมกับการระบายอากาศของตลาดนั้น
- (4) พื้นที่ทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ ทำความสะอาดง่ายและไม่มีน้ำขัง
- (5) ฝาผนังทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ ทำความสะอาดง่าย
- (6) ประตูมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร และสามารถป้องกันสัตว์ต่างๆ เข้าไป หลุกพ่วนในตลาด

- (7) ทางเดินภายในอาคารสำหรับผู้ซื้อที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร
- (8) มีการระบายอากาศภายในตลาดเพียงพอ ไม่ให้เกิดกลิ่นเหม็นอับ
- (9) ความเข้มของแสงสว่างภายในอาคารตลาดไม่น้อยกว่า 100 ลักซ์ เว้นแต่ที่แผงขายสินค้าหรือเชิงจำหน่ายเนื้อสัตว์ต้องมีความเข้มของแสงสว่างไม่น้อยกว่า 200 ลักซ์ ทั้งนี้ต้องไม่ใช่แสงหรือวัสดุอื่นที่ทำให้สีของสินค้าเปลี่ยนแปลงไปจากธรรมชาติ

(10) แผงขายสินค้าเป็นแบบปิดทึบ ทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ มีความลาดเอียง และทำความสะอาดง่าย มีพื้นที่แผงไม่น้อยกว่า 2 ตารางเมตร สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร และมีทางเข้าแผงของผู้ขายของกว้างไม่น้อยกว่า 70 เซนติเมตร มีที่นั่งสำหรับผู้ขายของไว้โดยเฉพาะอย่างเหมาะสมแยกต่างหากจากแผงและสะดวกต่อการเข้าออก

(11) จัดให้มีน้ำประปาอย่างเพียงพอสำหรับล้างสินค้าหรือล้างมือโดยระบบท่อ สำหรับแผงขายอาหารสดต้องมีก๊อกน้ำไม่น้อยกว่า 1 ก๊อกน้ำ ต่อ 2 แผง และมีการวางท่อในลักษณะที่ปลอดภัย ไม่เกิดการปนเปื้อนจากน้ำโสโครก ไม่ติดหรือทับกับท่ออุจจาระ และต้องจัดให้มีที่เก็บสำรองน้ำให้มีปริมาณเพียงพอและสะดวกต่อการใช้

(12) มีทางระบายน้ำทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ ทางระบายน้ำในตลาดต้องเป็นแบบเปิด ส่วนทางระบายน้ำรอบตลาดต้องเป็นแบบรูปตัวยู และมีตะแกรงปิดที่สามารถเปิดทำความสะอาดได้ง่าย มีความลาดเอียง ระบายน้ำสะดวก มีบ่อดักมูลฝอย บ่อดักไขมัน และระบบบำบัดน้ำเสีย โดยน้ำทิ้งต้องได้มาตรฐานน้ำทิ้งตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร เว้นแต่จะได้จัดส่งน้ำเสียไปบำบัด ในระบบบำบัดน้ำเสียรวมของราชการส่วนท้องถิ่น โดยได้เสียค่า บริการตามอัตราของราชการส่วนท้องถิ่นนั้น

(13) ต้องจัดให้มีเครื่องดับเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ติดตั้งไว้ในบริเวณที่เห็นได้ง่าย

ความใน (1) มิให้ใช้บังคับกับตลาดที่จัดตั้งขึ้นก่อนวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ แต่ให้ปรับปรุงตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด

ข้อ 7 ที่ขนถ่ายสินค้าต้องจัดให้มีและอยู่ในบริเวณหนึ่ง บริเวณใดโดยเฉพาะ มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการขนถ่ายสินค้าในแต่ละวัน และสะดวกต่อการขนถ่ายสินค้าและการรักษาความสะอาด

ข้อ 8 ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และสุขลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ต้องอยู่ในที่เหมาะสมนอกตัวอาคารตลาด

(2) มีระบบขับเคลื่อนอุจจาระและปัสสาวะลงในที่เก็บกัก ซึ่งจะต้องป้องกันสัตว์และแมลง นำโรคได้ และไม่ปนเปื้อนแหล่งน้ำธรรมชาติและน้ำใต้ดินทุกชั้นตอน

(3) ห้องส้วมต้องสร้างด้วยวัสดุทนทานและทำความสะอาดง่าย มีขนาดเนื้อที่ภายในไม่น้อยกว่า 0.90 ตารางเมตร ต่อหนึ่งที่นั่ง และมีความกว้างภายในไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร ประตูเป็นชนิดเปิดออกและมีผนังกันเพื่อมิให้ประตูเปิดสู่ตลาดโดยตรง

(4) ระยะค้ำระหว่างพื้นถึงส่วนต่ำสุดของคาน หรือเพดาน หรือสิ่งอื่นที่ติดกับคานหรือเพดานห้องต้องไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร และมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของพื้นที่ห้องหรือมีพัดลมระบายอากาศ

(5) พื้นห้องส้วมต้องมีความลาดเอียงไม่น้อยกว่า 1:100 และมีจุดระบายน้ำทิ้งอยู่ในตำแหน่งต่ำสุดของพื้นห้อง

(6) กรณีเป็น โถส้วมชนิดคอก่านต้องสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 0.20 เมตร

(7) มีท่อระบายอุจจาระลงสู่ถังเก็บกัก ซึ่งต้องมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 10 เซนติเมตร มีความลาดเอียงไม่น้อยกว่า 1:10

(8) มีท่อระบายก๊าซขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 2.50 เซนติเมตร สูงเหนือหลังคาส้วมหรือสูงจนกลิ่นเหม็นของก๊าซไม่รบกวนผู้อื่น

(9) ความเข้มของแสงสว่างในห้องส้วมไม่น้อยกว่า 100 ลักซ์

(10) จัดให้มีกระดาษชำระหรือน้ำสำหรับชำระให้เพียงพอสำหรับห้องส้วมทุกห้อง รวมทั้งจัดให้มีการทำความสะอาดเป็นประจำทุกวัน

**ข้อ 9** จำนวนส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ ต้องจัดให้มีดังนี้

(1) ส้วมต้องมีไม่น้อยกว่า 6 ที่ ต่อจำนวนแฟงไม่เกิน 40 แฟง โดยแยกเป็นส้วมชาย ที่ส้วมหญิง 4 ที่ และให้เพิ่มส้วมชายและส้วมหญิงอีก 1 ที่ และ 2 ที่ ตามลำดับต่อจำนวนแฟงที่เพิ่มขึ้นทุก 25 แฟง

(2) ที่ถ่ายปัสสาวะชายต้องจัดให้มีไม่น้อยกว่าจำนวนส้วมชายและอยู่ในบริเวณ

เดียวกัน

(3) อ่างล้างหน้าต้องจัดให้มีไม่น้อยกว่า 1 ที่ต่อส้วม 2 ที่ และที่ถ่ายปัสสาวะ 2 ที่

**ข้อ 10** ที่รวบรวมมูลฝอยต้องมีลักษณะเป็นสิ่งปลูกสร้างถาวร หรือเป็นที่พักมูลฝอยที่เจ้าพนักงานสาธารณสุขเห็นว่าเหมาะสมกับตลาดนั้นๆ มีขนาดเพียงพอที่จะรองรับปริมาณมูลฝอยในแต่ละวัน มีการปกปิดสามารถป้องกันสัตว์เข้าไปคุ้ยเขี่ยได้ ตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาดและอยู่ในพื้นที่ ที่รถเข้า ออกได้สะดวก

**ข้อ 11** ที่จอดรถต้องจัดให้มีที่เหมาะสมตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด

## ส่วนที่ 2

### ตลาดประเภทที่ 2

**ข้อ 12** ตลาดประเภทที่ 2 ต้องมีเนื้อที่ตามความเหมาะสม และมีบริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้ขายของส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ และที่รวบรวมมูลฝอยตามที่กำหนดในส่วนนี้

**ข้อ 13** บริเวณที่จัดแล้วสำหรับขายของต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

(1) พื้นทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ ทำความสะอาดง่าย และไม่มีน้ำขัง

(2) จัดให้มีรั้วที่สามารถป้องกันสัตว์ต่างๆเข้าไปพุกพ่วนในตลาดได้

(3) แผงขายสินค้า ต้องทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ มีความลาดเอียง และทำความสะอาดง่าย สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร ด้านล่างของแผงไม่ใช่เป็นที่เก็บหรือสะสมสินค้า และของอื่นๆ และมีทางเข้าของแผงสำหรับผู้ขายของกว้างไม่น้อยกว่า 70 เซนติเมตร

(4) ทางเดินสำหรับผู้ซื้อที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

(5) จัดให้มีน้ำประปาหรือน้ำสะอาดไว้ใช้ในตลาดอย่างเพียงพอ

(6) มีทางระบายน้ำรอบตลาดแบบเปิด ทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ มีความลาดเอียง ระบายน้ำสะดวก มีบ่อคักมูลฝอย บ่อคักไขมัน และระบบบำบัดน้ำเสีย ดังนี้

(ก) ในท้องที่ที่ยังบังคับกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารต้องจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียและน้ำทิ้ง ต้องได้มาตรฐานน้ำทิ้งตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

(ข) ในท้องที่ที่ยังไม่ใช่บังคับกฎหมายว่าการควบคุมอาคารให้มีบ่อพักน้ำเสียก่อนระบายน้ำออกจากตลาดสู่ท่อสาธารณะ ทั้งนี้ต้องไม่ระบายน้ำสู่แหล่งสาธารณะและไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชนข้างเคียง

**ข้อ 14** ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และสัญลักษณ์ตามที่ กำหนดในข้อ 8 (2) – (10) และมีจำนวนที่กำหนดไว้ในข้อ 9 และตั้งอยู่ในที่เหมาะสม นอกบริเวณแผงขายสินค้า

**ข้อ 15** ที่รวบรวมขยะมูลฝอย ต้องมีลักษณะเป็นที่พักมูลฝอยที่เจ้าพนักงานสาธารณสุขเห็นว่าเหมาะสมกับตลาดนั้นๆ มีขนาดเพียงพอที่จะรองรับปริมาณขยะมูลฝอยในแต่ละวัน มีการปกปิดสามารถป้องกันสัตว์เข้าไปคุ้ยเขี่ยได้ ตั้งอยู่นอกบริเวณแผงขายสินค้า และอยู่ในพื้นที่ ที่รถเข้าออกได้สะดวก

### ส่วนที่ 3

#### ตลาดประเภทที่ 3

**ข้อ 16** ตลาดประเภทที่ 3 ต้องมีเนื้อที่ตามความเหมาะสม และมีบริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้ขายของส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ และที่รวบรวมขยะมูลฝอยตามที่กำหนดในส่วนนี้

**ข้อ 17** บริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้ขายของต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

(1) แผงสินค้าอยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

(2) ทางเดินระหว่างแผงสินค้าสำหรับผู้ซื้อต้องกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

(3) จัดให้มีน้ำประปาหรือน้ำสะอาดไว้ใช้ตลอดอย่างเพียงพอ

(4) จัดให้มีตะแกรงคัดมูลฝอยบริเวณท่อระบายน้ำก่อนปล่อยน้ำทิ้งลงสู่ท่อระบายน้ำ

สาธารณะ

**ข้อ 18** ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และสัญลักษณ์ตามที่กำหนดใน ข้อ 14 และมีจำนวนที่กำหนดไว้ใน ข้อ 9 เว้นแต่จัดให้มีส้วมเคลื่อนที่หรือมีส้วมสาธารณะหรือส้วมของหน่วยงานราชการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้อยู่ใกล้เคียงห่างไม่เกิน 100 เมตร

**ข้อ 19** ที่รวบรวมมูลฝอย มีลักษณะตามที่กำหนดในข้อ 15

### หมวด 3

#### การดำเนินกิจการตลาด

**ข้อ 20** การจัดวางสินค้าในตลาดต้องจัดวางผังการจัดจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทให้เป็นหมวดหมู่ไม่ปะปนกัน แยกเป็นประเภทอาหารสดชนิดต่างๆ อาหารแปรรูป อาหารสำเร็จรูป และประเภทสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร เพื่อสะดวกในการดูแลความสะอาดและป้องกันการปนเปื้อนในอาหาร

ในกรณีที่เป็นอาหารสดซึ่งอาจมีน้ำหรือของเหลวหยดเลอะเทอะ ต้องมีการกั้นไม่ให้ น้ำหรือของเหลว นั้น ไหลจากแผงลงสู่พื้นตลาด และต้องจัดให้มีท่อหรือทางสำหรับระบายน้ำหรือของเหลว นั้น ลงสู่ท่อระบายน้ำโดยไม่ให้เปื้อนพื้นตลาด

**ข้อ 21** ห้ามวางของสิ่งกีดขวางทางเดินในตลาด หรือวางตามทางเข้าสู่ตลาด และทางเดินถนนรอบตลาด

**ข้อ 22** การเปิดและการปิดตลาดต้องเป็นไปตามเวลาที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด

**ข้อ 23** ห้องส้วม ที่ถ่ายปัสสาวะ ก๊อกน้ำใช้และสาธารณูปโภคอื่นๆ ที่จัดไว้ ต้องเปิดให้มีการใช้ได้ตลอดเวลาในขณะประกอบกิจการ

### หมวด 4

#### การบำรุงรักษาตลาด

**ข้อ 24** ผู้ได้รับอนุญาตจัดตั้งตลาดประเภทที่ 1 ต้องเกี่ยวกับการประกอบการดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยภายในตลาดให้ถูกต้องตามสัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

(1) บำรุงรักษาโครงสร้างต่างๆ ภายในตลาด ได้แก่ ตัวอาคาร อุปกรณ์ต่างๆ เช่น สายไฟ หลอดไฟ พัดลม ท่อประปา เป็นต้น ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดีตลอดเวลา

(2) จัดให้มีที่รองรับมูลฝอยที่ไม่รั่วซึมและมีฝาปิดประจำทุกแผง จัดให้มีการเก็บกวาดมูลฝอยบริเวณตลาดเป็นประจำ และดูแลที่รวบรวมมูลฝอยรวมให้ถูกสัญลักษณ์เสมอ

(3) จัดให้มีการทำความสะอาดเป็นประจำทุกวัน และล้างตลาดตามหลักการ สุขาภิบาลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

(4) จัดให้มีการดูแลความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ที่ถ่ายปัสสาวะ บ่อดักมูลฝอย บ่อดักไขมัน และระบบบำบัดน้ำเสียให้ใช้การได้ดีตลอดเวลา

ข้อ 25 ผู้ได้รับอนุญาตจัดตั้งตลาดประเภทที่ 2 ต้องจัดให้มีการเก็บกวาดมูลฝอย ดูแลความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ที่ถ่ายปัสสาวะ บ่อดักมูลฝอย บ่อดักไขมัน และบ่อพักน้ำเสียหรือระบบบำบัดน้ำเสียให้ใช้การได้ดี ดูแลที่รวบรวมมูลฝอยให้ถูกสุขลักษณะอยู่เสมอและจัดให้มีการล้างตลาดด้วยน้ำสะอาดทุกวันที่เปิดทำการ

ข้อ 26 ผู้ได้รับอนุญาตจัดตั้งตลาดประเภทที่ 3 ต้องจัดให้มีการเก็บกวาดมูลฝอย ทำความสะอาดบริเวณตลาด ดูแลความสะอาดห้องน้ำ ห้องส้วม ตะแกรงดักมูลฝอยให้ใช้การได้ดี และดูแลที่รวบรวมมูลฝอยรวมให้ถูกสุขลักษณะอยู่เสมอในขณะที่เปิดทำการ

ข้อ 27 ผู้ได้รับอนุญาตจัดตั้งตลาดต้องไม่ทำการและต้องดูแลมิให้ผู้ใดกระทำการอันอาจทำให้เกิดเหตุรำคาญหรือการระบาดของโรคติดต่อ ดังต่อไปนี้

- (1) นำสัตว์ทุกชนิดเข้าไปในตลาด เว้นแต่สัตว์ที่นำไปขังไว้ในที่ขังสัตว์เพื่อจำหน่าย
- (2) สะสม หมักหมม สิ่งหนึ่งสิ่งใดในตลาด ทำให้สถานที่สกปรก รกรุงรังหรือเป็นที่เพาะพันธุ์สัตว์นำโรค
- (3) ถ่ายเท ทิ้ง มูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูลในที่อื่นใด นอกจากที่ซึ่งจัดไว้สำหรับรองรับมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูล
- (4) ทำให้น้ำใช้ในตลาดเกิดความสกปรกขึ้นจนเป็นเหตุให้เสื่อมหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ
- (5) ก่อหรือจุดไฟไว้ในลักษณะซึ่งน่าจะเป็นที่เดือดร้อนหรือเกิดอันตรายแก่ผู้อื่น
- (6) ใช้อันตรายเป็นที่พักอาศัยหลับนอน
- (7) กระทำการอื่นใดที่จะก่อให้เกิดเหตุรำคาญแก่ผู้อื่น

## หมวด 5

### ผู้ขายและผู้ช่วยขายในตลาด

ข้อ 28 ผู้ขายและผู้ช่วยขายในตลาดต้องให้ความร่วมมือกับผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจัดตั้งตลาดเจ้าพนักงานสาธารณสุข และเจ้าพนักงานท้องถิ่น ในการดำเนินการที่เกี่ยวกับสุขลักษณะของตลาด อันได้แก่การจัดระเบียบและกฎเกณฑ์การรักษาความสะอาดของตลาดในเรื่อง การจัดหมวดหมู่สินค้า การดูแลความสะอาดแผงขายสินค้า การรวบรวมมูลฝอย การล้างตลาด และการอื่นๆ เช่น การฝึกอบรมผู้ขายและผู้ช่วยขายของ

**ข้อ 29** ผู้ขายและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องวางสินค้าบนแผงสินค้าหรือในขอบเขตที่วางขายของที่จัดไว้ให้ ห้ามวางล้ำแผงขายสินค้าหรือขอบเขต หรือต่อเติมแผงขายสินค้าอันจะเป็นการกีดขวางทางเดินในตลาด และห้ามวางสินค้าสูงจากพื้นตลาดเกินกว่า 150 เซนติเมตร

การวางและเก็บสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งเครื่องใช้ที่เกี่ยวกับอาหารต้องสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร และห้ามวางวัตถุอันตรายปะปนกับสินค้าประเภทอาหาร

**ข้อ 30** ผู้ขายและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องมีส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

(1) มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อหรือโรคที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพหรือไม่เป็นพาหะนำโรคติดต่อ อันได้แก่ วัณโรค อหิวาตกโรค ไข้ไทฟอยด์ โรคบิด ไข้สวกไส ไข้หัด โรคคางทูม โรคเรื้อน โรคผิวหนังที่น่ารังเกียจ และโรคไวรัสตับอักเสบบีชนิดเอ

(2) ในระหว่างการขายต้องแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีสุขอนามัยส่วนบุคคลที่ดี และต้องมีความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารและอื่นๆ ตามที่ราชการส่วนท้องถิ่นกำหนด

(3) ต้องได้รับการตรวจสอบสุขภาพตามที่เจ้าพนักงานสาธารณสุขกำหนด

**ข้อ 31** ผู้ขายและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะในการใช้กรรมวิธีการจำหน่าย ทำ ประกอบ ปรง เก็บ หรือสะสมอาหารหรือสินค้าอื่น และการเก็บรักษาความสะอาดของภาชนะ น้ำใช้และของต่างๆ ดังต่อไปนี้

(1) ลักษณะและประเภทของสินค้าที่ขาย ต้องสะอาด ปลอดภัย และต้องไม่เป็นสินค้าที่ผิดกฎหมายหรือต้องห้ามตามกฎหมาย

(2) อาหารที่เกิดการเน่าเสียได้ง่าย ต้องจัดเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมตามที่เจ้าพนักงานสาธารณสุขกำหนด

(3) การจำหน่ายอาหารปรงสำเร็จ ต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ปกปิดอาหาร เพื่อป้องกันการปนเปื้อน และรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ปกปิดให้สะอาดและใช้การได้ดีอยู่เสมอ

(4) ในกรณีที่มีการทำ ประกอบและปรงอาหาร ต้องจัดสถานที่ไว้เป็นสัดส่วนและต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลอาหาร

(5) เครื่องมือ เครื่องใช้ และภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้ ต้องสะอาดและปลอดภัย มีการล้างและการเก็บที่ถูกต้องทั้งก่อนและหลังการใช้งาน

## หมวด 6

### บทเฉพาะกาล

**ข้อ 32** ให้ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจัดตั้งตลาดก่อนหรือในวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับดำเนินการปรับปรุงหรือแก้ไขตลาดให้ถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงนี้ ภายในกำหนดเวลาที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด ทั้งนี้ ต้องไม่เกิน 3 ปี สำหรับตลาดประเภทที่ 1 และไม่เกิน 2 ปี สำหรับตลาดประเภทที่ 2

กรณีที่ได้รับอนุญาตตามวรรคหนึ่งร้องขอและมีเหตุผลอันสมควรให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นมีการขยายเวลาตามวรรคหนึ่งออกไปได้อีกครั้งหนึ่งแต่ต้องไม่เกิน 2 ปี ทั้งนี้ การขยายเวลาดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนด้วย

ให้ไว้ ณ วันที่ 13 มกราคม 2542

ลงชื่อ                      กร ทัพพะรังสี  
(นาย กร ทัพพะรังสี)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายวรรณศาสตร์ เป็ยสารดี
เกิด	เมื่อวันที่ 23 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2522
ภูมิลำเนา	บ้านเลขที่ 99/268 ซอย 15 หมู่บ้านสุภาลัยธานี ถนนลำลูกกา ตำบลลาดยาว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12150
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 99/268 ซอย 15 หมู่บ้านสุภาลัยธานี ถนนลำลูกกา ตำบลลาดยาว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12150
โทรศัพท์	02-997-3482 (บ้าน) 089-681-6149 (มือถือ)
E-MAIL	<a href="mailto:PIYAWONG_MANU@YAHOO.COM">PIYAWONG_MANU@YAHOO.COM</a>

### ประวัติการศึกษา

ระดับอนุบาลศึกษา	โรงเรียนพณิชยวิทยาลย์ แผนกสามัญ
ระดับประถมศึกษา	โรงเรียนพณิชยวิทยาลย์ แผนกสามัญ
ระดับมัธยมศึกษา	โรงเรียนระเบียบศึกษา
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	วิทยาลัยเทคนิคดอนเมือง กรมอาชีวะ สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรม
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	วิทยาลัยเทคนิคดอนเมือง กรมอาชีวะ สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรม
ระดับปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันเกษม สาขาสถาปัตยกรรม คณะวิทยาศาสตร์บัณฑิต ระดับปริญญาโท (พ.ศ.2550) หลักสูตรปริญญาครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง