

แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

DESIGN CONCEPT FOR IMPROVEMENT OF PHYSICAL
ENVIRONMENT OF JATUJAK WEEKEND MARKET
AT PHAHONYOTHIN ROAD

ดวงพร สะภุม
DUANGPORN SAPUMER

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2545

ISBN 974-9546-95-4

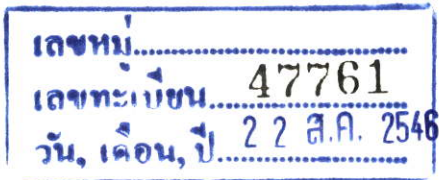
สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

DESIGN CONCEPT FOR IMPROVEMENT OF PHYSICAL
ENVIRONMENT OF JATUJAK WEEKEND MARKET
AT PHAHONYOTHIN ROAD

ดวงพร สะภูมี

DUANGPORN SAPUMEE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2545

ISBN 974-9546-95-4

DESIGN CONCEPT FOR IMPROVEMENT OF PHYSICAL
ENVIRONMENT OF JATUJAK WEEKEND MARKET
AT PHAHONYOTHIN ROAD

DUANGPORN SAPUMEE

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN ARCHITECTURE
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2002
ISBN 974-9546-95-4

COPYRIGHT 2002

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน
นักศึกษา	นางสาวดวงพร สะภูมี
รหัสประจำตัว	40064016
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรม
พ.ศ.	2545
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	ผศ.สมพล ดำรงเสถียร
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร.มาลัย จีรวัดมนเกษตร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษา แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน โดยศึกษาถึงการจัดองค์ประกอบภายในตลาดนัดจตุจักร ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้โครงการ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การสำรวจและการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในกองอำนวยการตลาดนัดฯ ผู้ค้า และผู้ซื้อ จำนวน 713 คน กระจายตามโครงการต่าง ๆ 27 โครงการภายในตลาดนัดจตุจักร ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ เพื่อสรุปเป็นแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยคำนึงถึงรูปแบบที่เหมาะสมทางสถาปัตยกรรม

จากการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันว่า มีความแออัด ขาดความเป็นระเบียบ การจัดวางโครงการต่าง ๆ ไม่เหมาะสมไม่สะดวกต่อการให้บริการ สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ การจัดสวนขยายอาหารควรจัดเป็นสัดส่วนให้เหมาะสมไม่ควรอยู่ใกล้กับสวนขยายสัตว์เลี้ยง การจัดพื้นที่ในส่วนของแต่ละบ้าน ของเก่า ต้นไม้ หรือสินค้าที่มีน้ำหนักมากควรอยู่ติดถนนเพื่อความสะดวกแก่การขนส่ง การจัดพื้นที่จอดรถควรจัดพื้นที่ให้เพียงพอต่อความต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรจัดให้มีสวนพื้นที่พักผ่อนเพื่อการพักผ่อนคลายความเมื่อยล้าหลังจากการเดินคือควรเป็นจุดรวมบริเวณลานโดยรอบหอนาฬิกา และพื้นที่ด้านหน้าอาคารจอดรถ ส่วนบริการสาธารณะต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องส้วม ควรจัดสภาพแวดล้อมตลอดจนการจัดการระบายอากาศในบริเวณพื้นที่ขาย ควรมีการติดตั้งเครื่องระบายอากาศบนหลังคาของโครงการ ควรจัดให้มีพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้า ภายในโครงการในจุดที่ผู้ค้าจะทำการขนส่ง

หรือโยกย้ายสินค้าเพื่อนำมาขายตามเวลาที่กำหนด เพื่อป้องกันปัญหาการจราจรที่ติดขัดภายใน
ผลการวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทาง
กายภาพ ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธินเดิม หรือเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำราย
ละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบ ให้มีความเหมาะสมกับประโยชน์การใช้สอยและความต้องการ
ของผู้ใช้อย่างแท้จริงต่อไปในอนาคต

Thesis Title	Design Concept For Improvement Of Physical Environment Of Jattujak Weekend Market At Phahonyothin Road
Student	Miss Duangporn Sapumee
Student ID	40064016
Degree	Master Of Industrial Education
Programme	Architecture
Year	2002
Thesis Advisor	Assistant Professor. Sompol Dumrongsatian
Thesis Co-Advisor	Dr.Malai Gerawatanakaset

ABSTRACT

This research attempted to study designing now how to improve physical environment of Jattujak weekend market , Phahonyothin road .The researcher had examined the lay – out of the market and also addressed the shortcomings as well as requirements of users. Sample of this study had been selected from both sellers and buyers. Where as information and data collection based on literature , observations and interview of 713 each , representing each area of the market , data of which were then analysed , concluded for leading to formulate guidelines for designing concepts to improve physiscal environment in term of architecture . The study based of information of surrounding environment and components of the market which were collected from interviewing and observation in order to address the market shortcoming and for the topic of this research.

The Study found out that both seller and buyer of all 27 areas of Jattujak weekend market indicated crowded situation of the market , lack of lay – out management for instance merchandise zoning of each market area is not well clarified , food zone should have been for away from pet zone , home decoration products , antiques , plants or merchandises that need vehicle transportation should be well access to roads . Parking lot should be allocated

with sufficient space such as permanent building for convenient of users . The opening of the near by subway would enhance the jattujak weekend market to be come one of the city center this more area for relaxing should be arranged to accommodate such requirements clean toilets should also be provided . More attention should be given to ventilation concepts in shopping area as these area are always over crowded during weekend market . Traffic jam remains one of the main problem that needs looking into as parking space are limited where efficient traffic management is yet to set up in term of appropriate slot time of transporting goods and product according to time schedule of sellers .

The research result could be used as guidelines in designing the physical environment improvement of Jattujak weekend market , phahonyothin road or to be used as basic information in outlining project detail for designing to accommodate using needs and users future requirement .

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัด จตุจักร ถนนพหลโยธิน สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือ ตลอดจนการปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ ดร.มาลัย จีรวัดมนเกษตร ที่สละเวลาให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยให้ได้เข้าใจในปัญหาต่าง ๆ รวมถึงขั้นตอนต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผศ.สมพล ดำรงเสถียร ที่ให้คำปรึกษาตั้งแต่ในขั้นตอนการหาหัวข้อวิทยานิพนธ์หลาย ๆ ครั้ง และขอขอบคุณอาจารย์สุรศักดิ์ กังขาว และอาจารย์สุทัศน์ จุฬามานี ที่ให้คำแนะนำผู้วิจัยในด้านต่าง ๆ

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตจตุจักรทุกท่านที่ให้คำปรึกษาความอนุเคราะห์เรื่องข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

คุณอรिया รัตตะรังสี สถาปนิก ฝ่ายโยธา สำนักงานเขตจตุจักร ที่ให้คำแนะนำและเอื้อเฟื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ

คุณธีระพงษ์ เนตรมณี ที่ช่วยกำลังใจและให้ข้อมูลต่าง ๆ เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีพระคุณอย่างสูง คือนายไชยรัตน์ - นางกานดา สะภูมี ซึ่งเป็นบิดา มารดาของผู้วิจัยที่ได้ให้ทั้งกำลังใจและกำลังทรัพย์ในการดำเนินการวิจัยด้วยดีเสมอมา รวมถึงขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นสถานศึกษาที่ให้ผู้วิจัยได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ ดั่งนั้นคุณค่า และประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่านขอขอบพระคุณอย่างสูง

ดวงพร สะภูมี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	8
2.2 รายละเอียดโครงการตลาดนัดจตุจักร.....	11
2.3 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร.....	54
2.5 ข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้อง.....	62
2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	66
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	68
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	68
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	69
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดฯปัจจุบัน.....	82
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	85
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	85
5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	87
5.2 การนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบ.....	88
บรรณานุกรม.....	92
ภาคผนวก.....	109
ประวัติผู้เขียน.....	117

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางแสดงอัตราค่าเช่าแผงค้าในตลาดนัดสนามหลวง.....	23
2.2 ตารางแสดงสถิติอาชญากรรมในตลาดนัดสนามหลวง พ.ศ.2519-2524	28
2.3 ตารางแสดงรายชื่อคณะกรรมการควบคุมตลาดนัดกรุงเทพฯ พ.ศ.2529-2535.....	38
2.4 ตารางแสดงรายชื่อคณะกรรมการควบคุมตลาดนัดกรุงเทพฯ พ.ศ.2539.....	39
2.5 ตารางแสดงรายชื่อคณะกรรมการควบคุมตลาดนัดกรุงเทพฯ ปัจจุบัน.....	40
2.6 ตารางแสดงรวมรายรับ-รายจ่ายของตลาดนัดฯ.....	44
2.7 ตารางรายรับ-รายจ่ายของตลาดนัดฯ ปีงบประมาณ 2529-2544.....	45
2.8 ตารางค่าเช่าที่ดินการรถไฟแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2528-2541)	47
2.9 ตารางแสดงชนิดของเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสมตามประเภทของอาคาร.....	63
4.1 ตารางแสดงจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ.....	73
4.2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดจตุจักร.....	75
4.3 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในโครงการ.....	76
4.4 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ.....	77
4.5 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ.....	78
4.6 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ.....	79
4.7 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนร้านอาหาร.....	80
4.8 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนพื้นที่พักผ่อน.....	81

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพการวิเคราะห์ความหมายแนวความคิดในการออกแบบ.....	4
2.1 ภาพบริเวณถ.พหลโยธินหน้าตลาดนัดจตุจักร.....	55
2.2 ภาพพื้นที่ชายภายในตลาดนัดฯปัจจุบัน.....	56
2.3 ภาพพื้นที่ชายภายในตลาดนัดฯปัจจุบัน.....	56
2.4 ภาพการสัญจรภายในตลาดนัดฯ.....	56
2.5 ภาพบริเวณประตู 1 ด้าน ถ.กำแพงเพชร 2.....	57
2.6 ภาพถนนภายในตลาดนัดฯ.....	57
2.7 ภาพที่จอดรถจักรยานยนต์.....	58
2.8 ภาพที่จอดรถจักรยานยนต์.....	58
2.9 ภาพที่จอดรถจักรยานยนต์.....	58
2.10 ภาพแสดงลักษณะการจอดรถภายในตลาดนัด.....	59
2.11 ภาพบริเวณน้ำห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดฯ.....	59
2.12 ภาพบริเวณพื้นที่โดยรอบหอนาฬิกา.....	60
2.13 ภาพบริเวณลานร่น้ำหอนาฬิกาในปัจจุบัน.....	61
2.14 ภาพบริเวณทางเดินภายในโครงการ 3.....	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพพื้นที่ 74 ไร่ จากจำนวนทั้งหมด 2,323 ไร่ ที่กรุงเทพมหานครของเช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่จะจัดสร้างเป็นตลาดนัดในอดีตมีสภาพเป็นที่รกร้างว่างเปล่าและเป็นที่ราบลุ่มล้อมรอบด้วยแนวคันสน มีแนวเขตด้านหน้าติดกับถนนพหลโยธินด้านข้างติดกับถนนกำแพงเพชร ชุมชนที่อาศัยรอบ ๆ อาณาบริเวณทิศตะวันตก (ถนนกำแพงเพชร 1) เป็นชุมชนเดิมที่ตั้งรกรากแถบนี้มาช้านานซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย และรับราชการ ขณะที่ด้านทิศใต้ (ถนนกำแพงเพชร 2) นั้นเป็นย่านที่พักอาศัยของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย ทั้งนี้พื้นที่บริเวณดังกล่าวอยู่ในความรับผิดชอบของเขตจตุจักร

ภายใต้การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของรัฐบาล ในที่สุดตลาดนัดแห่งใหม่จึงได้เปิดให้ประชาชนได้เข้าไปใช้บริการอย่างเต็มรูปแบบเมื่อวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2525 โดยใช้ชื่อว่า "ตลาดนัดพหลโยธิน" ทั้งนี้ตามวัตถุประสงค์ประการแรกเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนมีสถานที่ประกอบอาชีพค้าขายในทำเลที่เหมาะสมเป็นครั้งคราว โดยเฉพาะสินค้าพืชไร่ที่เกษตรกรผลิตขึ้นเองแล้วหาตลาดจำหน่ายไม่ได้ ประการที่สอง อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนกล่าวคือ เป็นที่รวมสินค้าหลายประเภทไว้ที่เดียวกันโดยที่ผู้ซื้อไม่ต้องเดินทางไปซื้อหลาย ๆ แห่งซึ่งช่วยประหยัดเวลาและค่าพาหนะ ประการที่สาม เป็นสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยชาวต่างประเทศ ประการสุดท้าย เป็นที่รองรับบรรดาผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงเดิมที่ต้องการนำสินค้าไปจำหน่าย

สำหรับหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบตลาดนัดพหลโยธิน เปลี่ยนฐานะจากเดิมคือ จากที่อำนาจการบริหารตลาดนัดสนามหลวง อยู่ภายใต้การดูแลของนายกเทศบาลนครกรุงเทพก็เปลี่ยนไปอยู่ภายใต้การดูแลของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเมืองไทย นั่นคือการรวมเทศบาลนครกรุงเทพกับธนบุรีเป็น "กรุงเทพมหานคร" ในปี 2516

การปรับปรุง "ตลาดนัดจตุจักร" ขนานใหญ่ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของ พล.ต.จำลอง ศรีเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (ขณะนั้น) และจากที่ไม่มีความลงตัวในทุกด้านก็ได้มีการจัดระเบียบการค้า มีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้ พร้อมออกทะเบียนบัตรให้กับผู้ประกอบการค้า ติดตั้งโทรศัพท์ ติดตั้งน้ำประปาเข้าไปในทุกพื้นที่ ทำท่อระบายน้ำ มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ทุกอย่างเป็นระบบอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลา 1 ปี ด้วยงบประมาณการลงทุนในจุดต่างๆ เหล่านี้รวม 50 ล้านบาท

ตลาดนัดจตุจักรจึงได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขายโดยเฉพาะผู้คนใน กรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้น ได้ให้ความสำคัญกับตลาดนัดจตุจักรในฐานะเป็นตลาดการค้าที่ยิ่งใหญ่ ขายสินค้าราคาถูก มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับแหล่งค้าแหล่งอื่น ตลาดนัดจตุจักรในช่วงเวลานี้ได้พัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากแผงค้าช่วงปีแรกที่เปิดให้บริการแก่ประชาชนมีผู้ค้าให้ความสนใจน้อยเพียง 200-300 แผงและเพิ่มขึ้นเป็น 1,650 แผงในปี 2529 เป็น 2,875 แผงในปี 2530 เป็น 4,680 แผงในปี 2531 เพิ่มขึ้นเป็น 6,900 แผงในปี 2532 ตามลำดับ จนปัจจุบันตลาดนัดจตุจักรมีจำนวนแผงค้าทั้งสิ้น 8,817 แผงมีจำนวนผู้ค้าทั้งหมด 6,500 คนซึ่งจำนวนแผงที่เพิ่มขึ้นนั้นมากกว่าแผงค้าในตลาดนัดสนามหลวงที่มีแผงค้าทั้งหมด 5,579 แผง

จะเห็นว่าตลาดการค้าในรูปตลาดนัด มีความสำคัญเกี่ยวพันกับการดำเนินชีวิตของประชาชนอยู่อย่างเหนียวแน่น สังเกตได้จากจำนวนผู้คนที่ใช้บริการตลาดนัดจตุจักรมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยวันเสาร์จะมีผู้ใช้บริการประมาณ 150,000 คน วันอาทิตย์ประมาณ 200,000 คน ซึ่งมีปริมาณมากกว่าผู้คนในตลาดนัดสนามหลวงเกือบ 1 เท่าตัว ทั้งนี้ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดสนามหลวง วันเสาร์-วันอาทิตย์ รวมแล้วกว่า 150,000 คน และในปัจจุบันทั้งผู้ค้าและผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

ตลาดนัดจตุจักรนั้นมีความสำคัญทั้งทางด้านการค้าและการบริการให้กับผู้ใช้บริการ จากการสำรวจพบว่าตลาดนัดจตุจักรนั้นมีความแออัดอย่างมาก ซึ่งปัจจุบันทางตลาดนัดจตุจักรได้จัดที่จอดรถจักรยานยนต์ไว้บริเวณด้านหน้าตึกอำนวยการและที่จอดรถยนต์บริเวณรอบ ๆ ภายในบริเวณซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการ ความแออัดดังกล่าวเกิดจากแผงค้าภายในตลาดนัดมีมาก จึงทำให้เกิดปัญหาการระบายอากาศเนื่องจากทางเดินภายในมีความคับแคบทำให้ประชาชนที่เข้าไปจับจ่ายซื้อของเกิดความแออัดยัดเยียดโดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์เป็นวันที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด อีกทั้งผู้ใช้บริการสามารถเดินทางมาได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รถประจำทาง , รถไฟฟ้า , รถยนต์ส่วนบุคคล , รถจักรยานยนต์ เป็นต้น เพราะตลาดนัดจตุจักรตั้งอยู่ในที่ ๆ ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางของการคมนาคม อีกทั้งปัญหาการสัญจรภายในตลาดนัดเองเกิดการแออัด , ติดขัดและเมื่อผู้ใช้บริการเข้ามามากจึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาดังนี้ การสัญจรภายในติดขัด เนื่องจากความไม่เป็นระเบียบในการสัญจร พื้นที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ การระบายอากาศที่ถ่ายเทไม่สะดวก ส่วนร้านอาหารที่กระจุกกระจายไม่เป็นระเบียบหรือถูกสุขลักษณะ ไม่มีพื้นที่พักผ่อนห้องน้ำสาธารณะที่ไม่ถูกสุขลักษณะ จากปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตลาดนัดจตุจักร มีปัญหาเกิดขึ้นมากมายอันทำให้เกิดปัญหาที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของตลาดนัดจตุจักรโดยรวมในปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจในการทำวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการออกแบบปรับปรุงตลาดนัด

จตุจักรให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น โดยให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของผู้ใช้เพื่อแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นดังกล่าวข้างต้น อีกทั้งผลการวิจัยยังใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสภาพ แวดล้อมของตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน และเป็นแนวความคิดในการออกแบบตลาดนัดใน ลักษณะรูปแบบเดียวกันต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาการจัดองค์ประกอบของตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

1.2.2 ศึกษาปัญหาและความต้องการผู้ใช้ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

1.2.3 เพื่อออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร

ถนนพหลโยธิน

1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวความคิดในการวิจัยเพื่อศึกษา สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัญหาและ ความต้องการของผู้ใช้ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการ ออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (วิมลสิทธิ์ หรยาง กูร.2541:22) ที่มีผลต่อมนุษย์เพื่อศึกษาการจัดองค์ประกอบ ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ ตลาดนัดจตุจักร ใน 6 แนวทางคือ

1.3.1 ทางสภาวะแวดล้อม หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติกายภาพ ทางสภาวะแวดล้อมคือ ระดับเสียง ความสว่าง ระดับอุณหภูมิ ความบริสุทธิ์ของอากาศ ฯลฯ คุณสมบัติเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม และย่อมมีผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของ มนุษย์

1.3.2. ทางการรู้สึก หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติต่อความสัมพันธ์ กับอวัยวะและระบบประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของมนุษย์ มนุษย์รับรู้คุณสมบัติต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมผ่านทาง ตา หู จมูก และผิวหนัง เช่น ห้องน้ำสกปรกมีกลิ่นเหม็น สภาพแวดล้อมที่มีความ แออัดส่งผลให้มีอากาศถ่ายเทไม่สะดวก

1.3.3. ทางมิติ หมายถึง สภาพแวดล้อมในด้านขนาดสิ่งของต่าง ๆ และระยะห่างจากสิ่ง ต่าง ๆ รวมทั้งระยะห่างจากบุคคลอื่น เช่น ระยะห่างของร้านอาหาร ระยะห่างระหว่างจุดบริการ ห้องน้ำสาธารณะ

1.3.4. **ทางสัญลักษณ์** หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพจะต้องสื่อความหมายต่าง ๆ ผ่านทางสัญลักษณ์อาจใช้เป็นสัญลักษณ์โดยตรงที่เป็นภาษา เช่น ป้ายบอกว่าเป็นร้านอาหาร ห้องน้ำ โครงการต่าง ๆ ว่าแต่ละโครงการจำหน่ายสินค้าประเภทใด แผ่นผังบอกสถานที่ภายในตลาดนัด สัญลักษณ์บอกทาง

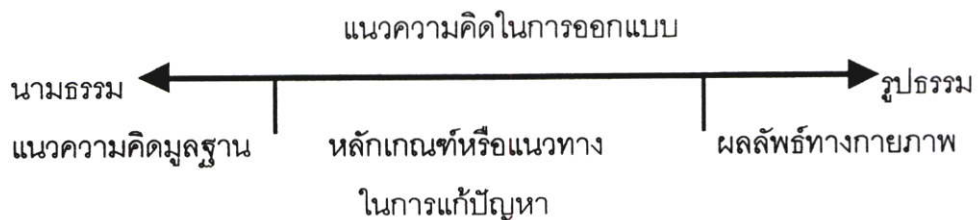
1.3.5. **ทางการกระทำระหว่างสังคม** หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพซึ่งยังมีคุณสมบัติในการส่งเสริมให้มนุษย์มีความสัมพันธ์กัน การกระทำระหว่างกันมากหรือน้อย สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องระหว่างกัน เกิดจากความจำเป็นที่มนุษย์จะต้องมีความสัมพันธ์กันทางสังคม

1.3.6. **ทางทิศทาง** หมายถึง นอกจากขนาดและระยะห่างแล้ว มนุษย์ยังมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในด้านทิศทาง ทิศทางของสิ่งต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติอีกอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมที่กำหนดตำแหน่งของบุคคลที่สัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งตำแหน่งของที่ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน ทำให้ทราบว่าการสัญจรเป็นไปในทิศทางใด

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ตลาดนัดจตุจักร เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักรต่อไป

สรุปแนวความคิดในการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของตลาดนัดจตุจักร โดยอาศัยหลักการของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2537:292) ซึ่งได้แบ่งความหมายแนวความคิดออกเป็น 3 ช่วงด้วยกันคือ

1. แนวความคิดมูลฐาน
2. หลักการหรือแนวทางในการแก้ปัญหา
3. ผลลัพธ์ทางกายภาพ



ภาพที่ 1.1 การวิเคราะห์ความหมายแนวความคิดในการออกแบบเป็น 3 ช่วง ซึ่งอยู่ในพิสัยของความเป็นนามธรรมและรูปธรรม

ที่มา : วิมลสิทธิ์ หรยางกูร . การจัดทำรายละเอียดโครงการ 2537 :292

จากแผนภาพที่ 1 สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับปรุงสภาพแวดล้อมตลาดนัดจตุจักรได้ดังนี้

นามธรรม ข้อมูลพื้นฐาน	หลักเกณฑ์หรือแนวทาง ในการแก้ปัญหา	รูปแบบผลลัพธ์ ทางกายภาพ
1. สภาพแวดล้อมปัจจุบัน 2. รายละเอียดสภาพที่ตั้ง 3. รายละเอียดโครงการ 4. กิจกรรมและพฤติกรรมผู้ใช้ 5. การใช้ประโยชน์พื้นที่ใช้ สอย	นำข้อมูลพื้นฐานและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อโครงการมา ประมวลผลรวมกันเพื่อหาแนว ทางในการออกแบบปรับปรุง สภาพแวดล้อมตลาดนัดจตุจักร พหลโยธินต่อไป	ออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมของตลาดนัดจตุจักรพหล- โยธิน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวทางในการออกแบบปรับปรุงตลาดนัดจตุจักรพหล-โยธิน ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ใช้

1.4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ผู้ใช้โครงการตลาดนัดจตุจักรพหล-โยธิน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาจากประชากร 3 กลุ่มคือ

1.4.1.1 เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร

1. เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในวันเวลาราชการ (วันจันทร์-วันศุกร์)
2. เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในวันหยุดราชการ (วันเสาร์-วันอาทิตย์)

1.4.1.2 ผู้ค้าภายในโครงการ

1. ผู้ค้าในวันเวลาราชการ (วันพุธ-วันศุกร์)
2. ผู้ค้าในวันหยุดราชการ (วันเสาร์-วันอาทิตย์)

1.4.1.3 ผู้ซื้อ, ผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักร

1. ผู้ซื้อในวันเวลาราชการ (วันพุธ-วันศุกร์)
2. ผู้ซื้อในวันหยุดราชการ (วันเสาร์-วันอาทิตย์)

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาจากเอกสารการสำรวจและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ตลาดนัดจตุจักร โดยอาศัยกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ทางสภาวะแวดล้อม
2. ทางการรู้สึก
3. ทางมิติ
4. ทางสัญลักษณ์

5. ทางการกระทำทางสังคม
6. ทางทิศทาง

1.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวทางในการออกแบบปรับปรุงตลาดนัดจตุจักรพหลโยธิน ในส่วนที่เป็นตลาดภายใต้การบริหารของกรุงเทพมหานคร จำนวนพื้นที่ 74 ไร่ ผังซ้ายของถนนกำแพงเพชร คือ อาณาบริเวณด้านทิศเหนือจรดถนนกำแพงเพชร ทิศตะวันตกจรดถนนกำแพงเพชร 2 ทิศตะวันออกจรดถนนพหลโยธิน และทิศใต้จรดถนนกำแพงเพชร 1 เท่านั้น

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)** หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ทั้งปวงทางกายภาพที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น สิ่งของ อาคาร ฯลฯ เหล่านี้ปรากฏเป็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยคำนึงถึงพฤติกรรมผู้ใช้และการจัดองค์ประกอบ

2. **ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้** หมายถึง ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมมนุษย์ที่แตกต่างกันไปตามโอกาสของสภาพแวดล้อม และขึ้นอยู่กับตำแหน่งของสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สัมพันธ์ว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้มากน้อยเพียงใด

3. **แนวความคิดในการออกแบบ (Concept Design)** หมายถึง ความคิดแรกเริ่มที่มีความครอบคลุมเป็นความคิดรวบยอด ทำหน้าที่ประสานหรือรวมองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลงานออกแบบที่เป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด เพื่อสนองนโยบายและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยศึกษาจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ในด้าน

3.1 **ทางสภาวะแวดล้อม** หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติกายภาพทางสภาวะแวดล้อมคือ ระดับเสียง ความสว่าง ระดับอุณหภูมิ ความบริสุทธิ์ของอากาศ ฯลฯ คุณสมบัติเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม และย่อมมีผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของมนุษย์

3.2 **ทางการรู้สึก** หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติต่อความสัมพันธ์กับอวัยวะและระบบประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของมนุษย์ มนุษย์รับรู้คุณสมบัติต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมผ่านทาง ตา หู จมูก และผิวหนัง เช่น ห้องน้ำสกปรกมีกลิ่นเหม็น สภาพแวดล้อมที่มีความแออัดส่งผลให้มีอากาศถ่ายเทไม่สะดวก

3.3 ทางมิติ หมายถึง สภาพแวดล้อมในด้านขนาดสิ่งของต่าง ๆ และระยะห่างจากสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งระยะห่างจากบุคคลอื่น เช่น ระยะห่างของร้านอาหาร ระยะห่างระหว่างจุดบริการห้องน้ำ สาธารณะ

3.4 ทางสัญลักษณ์ หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพจะต้องสื่อความหมายต่าง ๆ ผ่านทางสัญลักษณ์อาจใช้เป็นสัญลักษณ์โดยตรงที่เป็นภาษา เช่น ป้ายบอกว่าเป็นร้านอาหาร ห้องน้ำ โครงการต่าง ๆ ว่าแต่ละโครงการจำหน่ายสินค้าประเภทใด แผ่นผังบอกสถานที่ภายใน ตลาดนัด , สัญลักษณ์บอกทาง

3.5 ทางการกระทำระหว่างสังคม หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพซึ่งยังมีคุณสมบัติในการส่งเสริมให้มนุษย์มีความสัมพันธ์กัน การกระทำระหว่างกันมากหรือน้อย สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องระหว่างกัน เกิดจากความจำเป็นที่มนุษย์จะต้องมีความสัมพันธ์กันทางสังคม

3.6 ทางทิศทาง หมายถึง นอกจากขนาดและระยะห่างแล้ว มนุษย์ยังมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในด้านทิศทาง ทิศทางของสิ่งต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติอีกอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมที่กำหนดตำแหน่งของบุคคลที่สัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งตำแหน่งของที่ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน ทำให้ทราบว่าการสัญจรเป็นไปในทิศทางใด

4. ตลาดนัดจตุจักรพหลโยธิน หมายถึง ตลาดนัดจตุจักรที่ตั้งอยู่บริเวณถนนพหลโยธิน ฝั่งอาณาบริเวณด้านทิศเหนือจรดถนนกำแพงเพชร ทิศตะวันตกจรดถนนกำแพงเพชร 2 ทิศตะวันออกจรดถนนพหลโยธิน และทิศใต้จรดถนนกำแพงเพชร 4

5. ผู้ใช้โครงการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในตลาดนัดจตุจักรในวันธรรมดา และวันหยุดราชการ , ผู้ค้าภายในโครงการในวันธรรมดาและวันหยุดราชการ , ผู้ซื้อและผู้ให้บริการในวันธรรมดาและวันหยุดราชการ

6. ประเภทสินค้า หมายถึง สินค้าแต่ละกลุ่มแต่ละประเภทที่มีการค้าขายภายในบริเวณตลาดนัดจตุจักร ถ.พหลโยธิน ซึ่งสามารถแบ่ง 11 ประเภทดังนี้

- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| 6.1 หนังสือ | 6.7 ของแต่งบ้าน ของใช้ในบ้าน |
| 6.2 นวัตกรรม | 6.8 ของเก่า-ของสะสม |
| 6.3 อาหาร+เครื่องดื่ม | 6.9 ต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวน |
| 6.4 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย | 6.10 เซรามิค เบญจรงค์ |
| 6.5 เสื้อผ้ามือสอง | 6.11 ศิลปะ |
| 6.6 สัตว์เลี้ยง | |

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่หรือลักษณะทางกายภาพเป็นสำคัญ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการผู้วิจัยจึงนำเสนอสาระสำคัญของเนื้อหาดังนี้ คือ

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพข้อมูลทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม

2.1.1 ทางสภาวะแวดล้อม

2.1.2 ทางการรู้สึก

2.1.3 ทางมิติ

2.1.4 ทางสัญลักษณ์

2.1.5 ทางการกระทำระหว่างสังคม

2.1.6 ทางทิศทาง

2.2 รายละเอียดโครงการตลาดนัดจตุจักร

2.2.1 ประวัติความเป็นมา

2.2.2 การพัฒนาการของตลาดนัดจตุจักรจากอดีตสู่ปัจจุบัน

2.3 สภาพแวดล้อมของตลาดนัดจตุจักรที่ควรปรับปรุง หมายถึง จากการสำรวจและจากการนำปัญหาและความต้องการของผู้ใช้มาเป็นตัวแปรในการศึกษา เพื่อหาปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

2.4 ข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้อง

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์และประเภทของความสัมพัทธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สำคัญที่มีผลต่อมนุษย์ ได้แก่

2.1.1 ทางสภาวะแวดล้อม

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร(2538;22) ได้กล่าวสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติกายภาพ

ทางสภาวะแวดล้อมเช่น ระดับเสียง ความสว่าง ระดับอุณหภูมิ ความบริสุทธิ์ของอากาศ ฯลฯ คุณสมบัติเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม และย่อมมีผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของมนุษย์

ผุสดี ทิพทัส (2538;3) ได้กล่าวว่างานสถาปัตยกรรมนั้นส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ หรือเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์จึงกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรม และสิ่งที่จะใช้เป็นเกณฑ์หรือเป็นบรรทัดฐานในการพิจารณาประกอบแนวความคิดในการออกแบบนั้น มีอยู่หลายประการ ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมและดินฟ้าอากาศ
 - 1.1 การกำหนดตำแหน่งที่ตั้ง
 - 1.2 การพิจารณาสิ่งแวดล้อมข้างเคียง
 - 1.3 การออกแบบรูปทรงอาคาร
 - 1.4 การกันแดด , การควบคุมอุณหภูมิภายใน

จากรายละเอียดข้างต้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสภาพแวดล้อมในด้านสภาวะแวดล้อมมีความสำคัญมากและเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้พฤติกรรมมนุษย์นั้นเปลี่ยนไป ซึ่งสามารถนำมาใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ได้ในส่วนของการออกแบบให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์

2.1.2 ทางการรู้สึก

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2538;22) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพมีคุณสมบัติต่อความสัมพันธ์กับอวัยวะและระบบประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของมนุษย์ มนุษย์รับรู้คุณสมบัติต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมผ่านทาง ตา หู จมูก และผิวหนัง สิ่งที่มนุษย์รับรู้ที่เป็นส่วนสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกันทางความรู้สึก(Sensation)

จะเห็นได้ว่า มนุษย์มีประสาทสัมผัสในการรับรู้จากสภาพแวดล้อมที่ปรากฏอยู่โดยการมองเห็น เสียงดังจากทางหู กลิ่นเหม็นจากจมูก ดังนั้นในส่วนของงานวิจัยนี้ผู้วิจัยหมายถึงการจัดสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากความแออัดอันส่งผลให้เกิดอากาศถ่ายเทไม่สะดวก ห้องน้ำสาธารณะที่มีกลิ่นเหม็นที่เกิดจากความสกปรก

2.1.3 ทางมิติ

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2538;22) ได้กล่าวว่าสภาพแวดล้อมในด้านขนาดสิ่งของต่าง ๆ และระยะห่างจากสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งระยะห่างจากบุคคลอื่น ซึ่งความหมายในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงระยะห่างของร้านอาหาร ระยะห่างของจุดบริการห้องน้ำ

2.1.4 ทางสัญลักษณ์

วิลลิสท์รี ทรียงกูร (2538;22) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพจะต้องสื่อความหมายต่าง ๆ ผ่านทางสัญลักษณ์อาจใช้เป็นสัญลักษณ์โดยตรงที่เป็นภาษา เช่น ป้ายบอกว่าเป็นร้านอาหาร ห้องน้ำ ฯลฯ ซึ่งสัญลักษณ์จะเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นต่อการคาดคะเนพฤติกรรมที่เหมาะสมที่ควรเกิดขึ้นได้ในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า สัญลักษณ์ในทางสภาพแวดล้อมนั้นมีความสำคัญเนื่องจากการบอกถึงตำแหน่งหรือสถานที่ที่ต้องการใช้บริการเพื่อผู้ใช้จะได้ไปตามตำแหน่งที่ต้องการ ดังนั้นในส่วนของงานวิจัยนี้ผู้วิจัยหมายถึง ป้ายบอกร้านอาหาร สัญลักษณ์ห้องน้ำ สัญลักษณ์บอกรายละเอียดโดยย่อของโครงการว่าในแต่ละโครงการมีการจำหน่ายสินค้าประเภทใดและเป็นโครงการที่เท่าไร , แผนผังบอกบริเวณสถานที่โดยรวมของตลาดนัดฯ , สัญลักษณ์บอกเส้นทาง

2.1.5 ทางกรกระทำระหว่างสังคม

วิลลิสท์รี ทรียงกูร (2538;22) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพยังมีคุณสมบัติในการส่งเสริมให้มนุษย์มีความสัมพันธ์ มีการกระทำระหว่างกันมากหรือน้อย สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องระหว่างกัน เกิดจากความจำเป็นที่มนุษย์จะต้องมีความสัมพันธ์กันทางสังคม

Cawrence Halpin (1963:11) ได้แบ่งพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชีวิตออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ชีวิตเพื่อสังคมมีการสัมพันธ์ติดต่อกับคนอื่น ๆ และเปิดเผยตน ซึ่งได้แก่ชีวิตผู้คนตามท้องถนน ที่ว่างกว้าง ๆ อย่างพลาซ่า ศูนย์กลางบริเวณต่าง ๆ แหล่งพาณิชยกรรม ชีวิตเหล่านี้อยู่ในบริเวณพื้นที่ที่มีผู้คนมากมาย มีการติดต่อ มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการการอยู่กันเป็นสังคม

2. ชีวิตเพื่อความเป็นส่วนตัว (Private) ไม่เป็นทางการ (Informal) ปิดตัวเอง ต้องการความสงบเงียบ ต้องการการออกไปจากผู้คนที่มีมากมายเพื่อความสงบและพักผ่อน

จากการศึกษาของ R.Miller และ G Knapp แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเกิดตลาดนัด ดังนั้น R.Miller ได้ทำการศึกษาที่เมืองกาสินา ในปีพ.ศ.2480 พบว่าประชากรในเมืองนี้ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามที่ต้องเข้าศาสนกิจทุกวันศุกร์ ฉะนั้นประชากรในบริเวณบริการจะเดินทางมาทำพิธีที่มีสยิด และถือโอกาสซื้อสินค้าที่ตลาดนัด จึงเป็นเหตุให้ตลาดนัดเกิดขึ้นในวันศุกร์ และ Ronald G.Knapp ได้ทำการศึกษาที่ได้หวัน พบว่าปกติแล้วการค้าในวันธรรมดาเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ แต่เมื่อถึงวันหยุดความต้องการของผู้บริโภคจะเพิ่มมากขึ้นการซื้อขายจะคึกคักผิดปกติ โดยเริ่มตั้งแต่ตอนเช้าตรู่ผู้บริโภคจะทยอยเข้าในตลาดนัด และมีจำนวนมากที่สุดตอน 10.00 น. จากนั้นค่อย ๆ สลายตัวก่อนถึงเที่ยงวัน ทั้งพ่อค้าและผู้บริโภคต่างก็เข้าใจในเรื่องช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายนี้ดี (G.Knapp.1970:340-345)

จะเห็นได้ว่าการกระทำระหว่างสังคมของมนุษย์ในแง่ที่ว่าสภาพแวดล้อมส่งเสริมหรือขัดขวางการกระทำระหว่างกันนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นปัจจัยหลักคือผู้บริโภครที่มีความต้องการในช่วงจังหวะระยะเวลาใดในการซื้อขายดังกล่าว ซึ่งหากตลาดนัดเปิดค้าขายในวันที่ผู้คนทำงานก็ทำให้มีผู้บริโภคน้อยแต่หากเป็นวันหยุดผู้บริโภครจะเยอะตลอดซึ่งเป็นการส่งเสริมทั้งผู้ซื้อและผู้ขายให้สอดคล้องกัน

2.1.6 ทางทิศทาง

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2538;23) ได้กล่าวว่า นอกจากขนาดและระยะห่างแล้ว มนุษย์ยังมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในด้านทิศทาง ทิศทางของสิ่งต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติอีกอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมที่กำหนดตำแหน่งของบุคคลที่สัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งตำแหน่งของที่ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน ทำให้ทราบว่าจะต้องเดินทางหรือเคลื่อนไหวไปในทิศทางใด จะเห็นได้ว่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมในด้านทิศทางที่สามารถเป็นตัวกำหนดการสัญจรภายในโครงการว่าควรเป็นไปในทิศทางใด

จากประเภทของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำข้อมูลมาศึกษาสภาพปัจจุบันของตลาดนัดจตุจักรโดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ลักษณะสภาพทางสังคมและลักษณะทางกายภาพ ดังต่อไปนี้คือ

1. ลักษณะสภาพทางสังคม หมายถึง พฤติกรรมและกิจกรรมทางสังคมของผู้ใช้ ซึ่งมีหลายประเภทและมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน มีความต้องการปัจจัยในพื้นที่ใช้สอยต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1.1 เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร
- 1.2 ผู้ค้าภายในโครงการตลาดนัดจตุจักร
- 1.3 ผู้ซื้อ , ผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักร

2. ลักษณะสภาพทางกายภาพ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ทั้งปวงทางกายภาพที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น สิ่งของ อาคาร ฯลฯ เหล่านี้ปรากฏเป็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยคำนึงถึงปัญหาและความต้องการผู้เข้าร่วมถึงการจัดองค์ประกอบ

2.2 รายละเอียดโครงการตลาดนัดจตุจักร

2.2.1 ประวัติความเป็นมา

2.2.2. การพัฒนาการของตลาดนัดจตุจักรจากอดีตสู่ปัจจุบัน

2.2.1 ประวัติความเป็นมา

ตลาดนัดในกรุงเทพมหานครก่อน พ.ศ. 2525

“ตลาด” อันหมายถึงแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปทั้งทางด้านที่ตั้ง รูปแบบ ตลอดจนประเภทของสินค้าตามสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีซึ่งเปลี่ยนไปแต่ละสมัย

1. ที่มาและความหมายของ “ตลาด” และ “ตลาดนัด”

สมัยสุโขทัย

ตลาดซึ่งเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ในสมัยสุโขทัยมีกระจายอยู่ทั่วไปทั้งในและนอกเมืองสุโขทัย ลักษณะตลาดมีทั้งขนาดใหญ่อันเป็นตลาดสำคัญของตัวเมืองและตลาดขนาดย่อยซึ่งกระจายอยู่ทั่วไป ตลาดขนาดใหญ่แหล่งชุมนุมของผู้คนเป็นศูนย์กลางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า และเป็นสถานที่ตั้งขายของประจำเมืองนั้นเรียกว่า “ตลาดปสาน” ซึ่งตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของกรุงสุโขทัย ส่วนตลาดขนาดย่อยที่กระจายอยู่ทั่วไปและทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าด้วยนั้น ลักษณะการค้ามีทั้งตั้งอยู่ในน้ำและบนบกในรูปของตลาดน้ำ ตลาดบก ซึ่งมีทั้งที่เป็นตลาดประจำและตลาดไม่ประจำ ทั้งนี้ในสมัยสุโขทัยการค้าในตลาดบกมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนมากกว่าตลาดน้ำ เนื่องจากภูมิประเทศตั้งอยู่ห่างจากแม่น้ำและเป็นที่ราบติดภูเขา

สมัยอยุธยา

กรุงศรีอยุธยามีสภาพเป็นเกาะล้อมรอบไปด้วยแม่น้ำ และตั้งอยู่ไม่ไกลจากปากแม่น้ำอันเป็นที่ชุมนุมของแม่น้ำสำคัญ 3 สายคือ เจ้าพระยา ป่าสัก และลพบุรีจึงมีส่วนสนับสนุนให้อยุธยามีความเหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางของอาณาจักร ทั้งทางด้านยุทธศาสตร์และเศรษฐกิจ ด้านยุทธศาสตร์นั้นเนื่องจากอยุธยาตั้งอยู่กลางทุ่งโล่งล้อมรอบด้วยแม่น้ำซึ่งสามารถใช้ธรรมชาติเป็นปราการป้องกันเมืองได้ ส่วนด้านเศรษฐกิจนั้นด้วยสภาพแวดล้อมดังกล่าวทำให้อยุธยาได้เพาะปลูกพืชได้ผลอย่างดีและต่อเนื่อง เพราะมีน้ำใช้ในการเกษตรกรรมได้ตลอดปี และจากที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากปากแม่น้ำนั้นทำให้อยุธยาเป็นศูนย์กลางการติดต่อค้าขายระหว่างหัวเมืองต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะหัวเมืองทางภาคใต้ชายฝั่งทะเลตะวันออกซึ่งมีพ่อค้าจากชาติเอเชีย เช่น จีน ล่องเรือมาค้าขายเป็นประจำ ต่อเมื่อสมัยพระรามาธิบดีที่ 2 ได้มีพ่อค้าจากชาติยุโรป เช่น โปรตุเกส ฮอลันดา เข้ามาค้าขายด้วย ดังนั้นจึงปรากฏชุมชนชาวต่างชาติอยู่รอบ ๆ กรุงศรีอยุธยาเป็นแหล่ง ๆ โดยทางการได้จัดตั้งกรมท่าและกรมพระคลังสินค้าให้ดูแลรับผิดชอบ ทั้งนี้กรมท่ามีหน้าที่ควบคุมดูแลและเจรจากับชาวต่างชาติ ส่วนกรมพระคลังมีหน้าที่แต่งสำเภาลงไปค้าต่างแดน พร้อมควบคุมการค้าระหว่างประเทศ

การค้าในอยุธยาจึงมีตลาดกลางซึ่งเป็นแหล่งค้าขายสินค้ากับชาวต่างประเทศ และหัวเมืองต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีตลาดภายในกระจายอยู่ทั่วไปทั้งในและนอกเมืองกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งของกรุงศรีอยุธยาล้อมรอบด้วยแม่น้ำดังที่กล่าวข้างต้นนั้นทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนจำต้องผูกกับแม่น้ำลำคลองอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ รวมไปถึงสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้าที่เกิดขึ้นตามริมแม่น้ำด้วย ทั้งนี้ได้ปรากฏตลาดการค้าจำนวนมาก บริเวณริมฝั่งแม่น้ำที่มีประชาชนอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ซึ่งสอดคล้องกับคำให้การของขุนหลวงวัดประดู่ทรงธรรม ที่ประมาณการว่ามีเรือนแพค้าขายกระจายอยู่ตามริมฝั่งแม่น้ำมากกว่า 20,000 ลำ ส่วนการค้าในตลาดบกช่วงนี้จะมีลักษณะเป็นย่านการค้าที่ผลิตสินค้าเฉพาะอย่าง ทั้งสินค้าประเภทอาหาร เครื่องใช้ เครื่องมือ หัตถกรรม ซึ่งเป็นการสืบทอดความรู้ความชำนาญในกลุ่มเครือญาติ เช่น บริเวณถนนย่านป่าขนม ซึ่งเป็นตลาดขายขนม ย่านป่าเตรียมขายตะลุ่มพุก ตะลุ่มกระจก ตะลุ่มเขียนทอง ถนนย่านป่าถ่าน จะเป็นชุมชนที่ขายผลไม้ เช่น ส้ม กัลย ตลาดเหล่านี้เป็นตลาดบกซึ่งแม้จะมีบทบาทต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน แต่เมื่อเทียบกับตลาดน้ำแล้วจะสำคัญน้อยกว่า ทั้งนี้ลักษณะการค้าของตลาดน้ำตลาดบกในช่วงสมัยนี้เป็นไปในลักษณะของตลาดประจำ ซึ่งค้าขายเป็นประจำ ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ขณะที่ไม่ประจำหรือตามฤดูกาลที่มีการค้าขายในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งหรือตามกำหนดอันเป็นที่รู้จักกันในชุมชนนั้น ๆ มีลักษณะดังนี้

ตลาดน้ำไม่ประจำหรือตลาดน้ำตามฤดูกาล คือชุมชนเศรษฐกิจอันเป็นศูนย์รวมของพ่อค้าแม่ค้าที่มาจากต่างเมืองนำสินค้าที่ผลิตได้ตามฤดูกาล ซึ่งเป็นผลิตผลของเมื่อนั้นมาค้าขายตามฤดูกาล เช่น ฤดูน้ำหลาก พ่อค้าแม่ค้าจะนำผลผลิตที่ได้บรรทุกใส่เรือล่องมาตามลำน้ำ ทั้งมาจากทางเหนือ ทางใต้ และมาบรรจบกัน ณ ที่ตั้งของตลาดประเภทนี้

ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามปากแม่น้ำที่สำคัญ และมีเส้นทางเชื่อมต่อกับตลาดบกที่สามารถรับซื้อสินค้าต่าง ๆ นำไปแปรรูปเป็นสินค้าอุตสาหกรรม อาทิ ย่านคนจีนทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเมืองพระนครศรีอยุธยาจะรับเหล็กที่มาจากทางเหนือ เช่น เมืองตาก เมืองเพชรบูรณ์ เพื่อนำมาถลุงและผลิตเป็นเครื่องใช้หรือสินค้าสำเร็จรูปต่อไป จากงานของปรีดา ชลาศัย ในคำให้การของขุนหลวงวัดประดู่ทรงธรรม ได้ให้ภาพของพ่อค้าต่างเมืองที่ล่องเรือมาค้าขายสินค้าในตลาดไม่ประจำหรือตลาดน้ำตามฤดูกาลดังนี้ พ่อค้าแม่ค้าชาวเมืองอ่างทอง ลพบุรี อินทร์บุรี พรหมบุรี สิงห์บุรี สรรคบุรี สุพรรณบุรี นำข้าวเปลือกบรรทุกเรือมาจอดขายบริเวณวัดสมอ วัดขุ่น วัดขนาน สะท้อนให้ชาวพื้นเมืองอยุธยาและชาวจีนที่อาศัยอยู่แถบนี้ ตั้งโรงสีข้มข้าวด้วยครกกระเดื่องเพื่อนำไปขายแก่พวกชาวกรุงที่อยู่ในกำแพงเมือง ขณะเดียวกันชาวจีนที่อาศัยบริเวณนี้ได้ตั้งโรงกลั่นสุราเมื่อมีสำเภาต่างถิ่นเข้ามา พ่อค้าแม่ค้าจากเมืองตาก เมืองเพชรบูรณ์ บรรทุกสินค้าพวก ครั่ง เหล็ก หางกุ้ง เหล็กน้ำพิ ได้ หวาย น้ำมันยาง ยาสูบ เขาน้ำ นำมาขายแถวปากคลองสวนพลูถึงหน้าวัด

พณฺฑเชิง อันเป็นที่อยู่อาศัยของชาวจีนจำนวนมากซึ่งยึดอาชีพตั้งโรงกลั่นสุรา และเลี้ยงสุกรเป็นส่วนใหญ่ พ่อค้าจากทางทิศใต้เป็นพ่อค้าชาวจีน แยกจาม นำน้ำตาลทราย น้ำตาลกรวด สาคุเม็ดเล็ก สาคุเม็ดใหญ่ กำมะถัน จันทรแดง หวาย มาจอดขายบริเวณตลาดน้ำบางกะจะ ซึ่งบริเวณนี้มีแพของพวกลูกค้าที่เป็นคนไทยพื้นเมือง จีน แยกเทศ แยกจาม มารอรับสินค้าจากทางใต้ สินค้าต่าง ๆ ที่พ่อค้าแม่ค้าจากหัวเมืองทั้งปวงนำมาค้าขาย มักเป็นสินค้าประเภทของป่า จะมีเพียงพ่อค้าชาวจีนและแยกจามเท่านั้นที่ค้าขายสินค้าสำเร็จรูป เช่น น้ำตาลทราย น้ำตาลกรวด สาคุเม็ดเล็ก และเป็นที่น่าสังเกตว่าพ่อค้าแม่ค้าเหล่านี้ล้วนเป็นผู้คนที่มาจากต่างถิ่นและล่องเรือมาตามลำน้ำทั้งสิ้น

อนึ่งสินค้าของป่าที่พ่อค้า แม่ค้า นำมาค้าขายสังเกตว่าเส้นทางนั้นจะมาตามลำน้ำที่เชื่อมกับเมืองพระนครศรีอยุธยา เช่น แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำลพบุรี ที่น่าสังเกตอีกประการคือพ่อค้าแม่ค้าที่มาค้าขายตามฤดูกาลนี้จะมากันในช่วงฤดูน้ำหลากโดยล่องเรือมาตามแม่น้ำ ดังนั้นจะเห็นจากพ่อค้าแม่ค้าจากเมืองเหนือได้นำของป่าบรรทุกเรือล่องตามแม่น้ำลพบุรี แม่น้ำป่าสัก มาจอดเรียงรายอยู่ตามปากแม่น้ำที่ซึ่งผู้คนรวมตัวกันเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า อาทิ บริเวณปากคลองข้าวสาร คลองบ้านบาตรวัดพิชัย ปากคลองสวนพลู ปากคลองละคอนไชย (คลองตะเคียน) เป็นต้น

ตลาดบกไม่ประจำหรือตลาดบกตามฤดูกาล รูปแบบของตลาดประเภทนี้มีลักษณะคล้ายตลาดน้ำทั้งเรื่องกำหนดวัน สินค้า พ่อค้า แม่ค้า เพียงแต่เปลี่ยนทำเลการค้าจากเดิมขายกันในท้องน้ำก็มาเปิดขายกันบนบก กล่าวคือเมื่อถึงฤดูกาลเดือนสามเดือนสี่ซึ่งเป็นฤดูน้ำหลาก บรรดาพ่อค้าแม่ค้าจากหัวเมืองต่าง ๆ ได้นำสินค้าบรรทุกเกวียนเช่นพ่อค้าจากเมืองนครราชสีมา เมืองพระตะบอง นำสินค้าประเภท ขี้ผึ้ง ปีกนก ผ้าสายบัว ผ้าตาราง หนังสัตว์ เอ็นเนื้อ เนื้อแผ่น ครั่ง ไหม กายาน ดีบุก ลูกกระวาน และของป่าต่าง ๆ มาขายที่ศาลาท่าเกวียน

สมัยรัตนโกสินทร์

สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น (ร.1-ร3) เป็นช่วงการก่อสร้างเมืองใหม่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตรงข้ามราชธานีกรุงธนบุรี โดยเลียนแบบความเจริญรุ่งเรืองของอยุธยา ทั้งด้านโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ การตั้งถิ่นฐานของคนในกรุงเทพฯรวมทั้งรูปแบบการค้าในลักษณะตลาดประจำ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในสมัยนี้ไม่ได้ต่างจากคนในสมัยกรุงศรีอยุธยาและสมัยธนบุรีมากนัก กล่าวคือตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ลำคลอง อันเป็นเส้นทางคมนาคมหลักของเมือง ดังปรากฏในหนังสือเล่าเรื่องกรุงสยามของมงเซญอร์ ปาลเลกัวซ์ ว่า "...ราชอาณาจักรสยามน่าจะเป็นประเทศแห่งการค้าโดยธรรมชาติ ลำคลอง แม่น้ำเป็นเส้นทางสัญจรของเรืออันมากสืบสน ซึ่งนำสินค้ามาถ่ายในร้านค้าหรือคลังสินค้าในพระนคร ภายในประเทศการค้ามักดำเนินไปด้วยการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเป็นส่วนใหญ่..."

ภาพรวมของตลาดยุคนี้จึงมีความหลากหลายใกล้เคียงกับสมัยกรุงศรีอยุธยา คือมีตลาดน้ำที่แยกเป็นตลาดน้ำคองที่และตลาดน้ำตามฤดูกาล โดยส่วนใหญ่ตลาดเหล่านี้จะอยู่บริเวณที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น สินค้าที่นำมาจำหน่ายก็เป็นสินค้าป่า และสินค้าเกษตรกรรม

สมัยนี้ตลาดน้ำยังคงมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนมากกว่าตลาดบกเช่นเดียวกับสมัยกรุงศรีอยุธยา ผลคือเกิดตลาดน้ำขึ้นมากมายตามริมแม่น้ำลำคลอง เช่น ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำบางกอกน้อย ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำท่าเตียน ตลาดน้ำปากคลองตลาด และตลาดน้ำคลองมหานาค ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตลาดน้ำคองที่หรือตลาดน้ำประจำดังงานของสุนทรภู่ในนิราศพระแท่นดงรัง นิราศภูเขาทอง นิราศเกาะจาน นิราศกลาง และนิราศนครปฐมที่มีได้เอ่ยถึงลักษณะดังกล่าวไว้ค่อนข้างชัดเจนว่า

“...อรุณรุ่งเรืองแสงแจ่มกระจ่าง	เข้าคลองบางกอกน้อยละห้อยหา
.....
ดูชาวแพแห่ซ่องชนของชาย	ที่พายขึ้นล่องนั้นเป็นของสวน
ทั้งเรือทูนเรือทอดจอดเป็นพรวน	ตลาดล้นจ้านจัดออกอัดแอ
ทั้งสองแถวแจวไปมิใคร่ตลอด	ต้องเลี้ยวลอดหลักัดฉวัดแฉว
ทั้งไทยจีนฝรั่งแขกแปลกแปลกแล	พวกชาวแพสาระพันจะบรรจง...”

สำหรับตลาดบกแม้จะไม่ได้ได้รับความสนใจจากพ่อค้าแม่ค้า ประชาชนผู้มาใช้บริการเท่าตลาดน้ำ แต่ยังคงปรากฏบทบาทบ้างตามทำน้ำสำคัญ ๆ ในฐานะเป็นแหล่งรับซื้อสินค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้ขายที่ได้รับความนิยมได้แก่ท่าปากคลองตลาด ท่าเตียน ท่าวัดโพธิ์ ท่าขุนนาง ท่าช้างวังหลัง ท่าหน้าโรงไหม ท่าพระอาทิตย์และท่าระจันทร ทั้งนี้เพราะการบรรทุกสินค้าเข้ามาในเขตพระนครไม่ค่อยสะดวกเท่าการขนส่งทางน้ำ ตลาดบกที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้จึงมีขนาดเล็กและมีสินค้าจำหน่ายน้อย

อย่างไรก็ตามต่อมาได้ปรากฏตลาดบกขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นตลาดขายสินค้าต่างเมืองซึ่งส่วนใหญ่อยู่ย่านชุมชนชาวจีนซึ่งตั้งรกรากมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 ลักษณะตลาดการค้าประเภทนี้ชาวต่างชาติเรียกว่า " บาซาร์ " (bazaar) ที่ปรากฏในหลักฐานของครอว์ฟอร์ดนั้นมีอยู่แห่งเดียวคือตลาดสำเพ็งหรือย่านสำเพ็ง ซึ่งย่านนี้ได้รวมตลาดการค้ารูปแบบเดียวกันไว้ เช่น ตลาดสะพานหัน ตลาดเก่า ตลาดน้อย สินค้าที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่มาจากเมืองจีน

นอกจากนี้ย่านดังกล่าว ยังเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าต่างประเทศด้วย เช่น พระพุทธรูป เครื่องสักการะ เครื่องทองเหลือง น้ำมัน น้ำหอม หมากพลู บุหรี่ ฯลฯ ซึ่งต่อมาได้ปรากฏว่าบริเวณนี้มีร้านค้าของชาวอินเดียปนอยู่ในหมู่อำนาจของชาวจีนด้วย โดยเฉพาะบริเวณวัดเกาะ และในเขตกำแพงพระนครจากประตูสะพานหันเข้ามา ขณะเดียวกันย่านนี้ก็ทำหน้าที่เป็นแหล่งส่ง

ออกของประเทศด้วย สินค้าออกที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ไม้ ครั่ง ฝาง รง แก่นไม้ หนังสัตว์ เขาสัตว์ แร่ ดินบุก ฯลฯ ดังนั้นตามริมแม่น้ำลำคลองพ่อค้าแม่ค้าจึงสร้างโกดังไว้สำหรับเก็บสินค้าของตน

ส่วนตลาดน้ำไม่ประจำหรือตลาดน้ำตามฤดูกาลช่วงนี้ ยังคงปรากฏตามปากแม่น้ำสำคัญ ๆ อันเป็นแหล่งรวมของพ่อค้าแม่ค้าที่มาจากต่างเมืองรวมถึงพ่อค้าชาวต่างชาติที่นำสินค้าล่องเรือ มาตามแม่น้ำ ทั้งมาจากทางเหนือ ทางใต้ ชายทะเล เพื่อนำสินค้าซึ่งเป็นผลผลิตของแต่ละเมืองมา จำหน่ายให้กับราษฎร โดยเฉพาะฤดูน้ำหลากนั้นจะพบว่ามีเรือสินค้าทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เข้ามาจอดขายสินค้ากันเป็นจำนวนมาก

รูปแบบของตลาดการค้าเริ่มเปลี่ยนไป ภายหลังจากที่ประเทศได้ลงนามในสนธิสัญญาเบาริง พ.ศ. 2398 ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจในประเทศทั้งนี้จากผลของสนธิสัญญา ดังกล่าว ทำให้ไทยต้องยกเลิกระบบการค้าผูกขาดโดยพระคลังสินค้าซึ่งส่งผลให้พ่อค้าชาวต่างชาติรวมถึงประชาชนมีเสรีภาพในการค้าขายมากขึ้น กล่าวคือจากที่เคยผลิตเพียงเพื่อเลี้ยงชีพเมื่อ อดิทันันบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่เริ่มจะผลิตเพื่อการค้ามากขึ้น

สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์ทรงสนับสนุนการค้าด้วยการพระราชทานพื้นที่ให้ชาวต่างชาติตั้งห้างค้าขาย พร้อมทำการขยายตัวเมืองออกไปโดยเริ่มขยายเส้นทางการคมนาคมด้วยการขุดคลอง ตัดถนน ทำให้ศูนย์กลางการค้าขายเริ่มย้ายจากเรือแพริมแม่น้ำลำ คลองขึ้นมาอยู่บริเวณริมถนน ซึ่งสร้างตึกแถวสองฟากถนนเป็นห้างร้าน มีการสร้างโกดังเก็บสินค้า เนื่องจากมียุโรปเข้ามาดำเนินธุรกิจประกอบการค้าขายทั้งขายปลีก ขายส่ง และเป็นตัวแทน จำหน่ายสินค้าจำนวนมาก ทั้งนี้การขายปลีกของชาวต่างชาติ เช่น จีน เริ่มขยายตัวเป็นธุรกิจการค้าใหญ่ขึ้น มีทั้งการส่งสินค้าเข้าส่งสินค้าออก เป็นตัวแทนจำหน่ายขายส่งและขายปลีกสินค้าทั่วไป อาทิ สุรา ยารักษาโรค รวมทั้งธุรกิจการค้าข้าว โรงสีข้าว และโรงเลื่อย

นอกจากนี้ยังมีธุรกิจการค้าที่ลงทุนโดยชาวไทยได้แก่ ห้างสิทธิพันธ์ ที่ตั้งอยู่บนถนนเฟื่อง นครซึ่งรับตกแต่งบ้านเรือนพร้อมขายของเป็นที่นิยมในหมู่เจ้านายและขุนนาง ขณะที่ห้างสันต โภชน์ดำเนินกิจการด้านแปรรูปผลไม้เป็นอาหารกระป๋องและอาหารแห้ง นอกจากนี้ในสมัยรัชกาล พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามานั้น ทำให้เกิด การพัฒนาประเทศให้ทันสมัยตามแบบตะวันตกขึ้นประการหนึ่งคือมีการตัดถนนเพิ่มขึ้นทั้งในและ นอกเขตพระนครเช่น ถนนราชดำเนิน ถนนสามเสน ถนนเยาวราช ถนนราชวงศ์ ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนครั้งใหญ่ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม กล่าวคือการตัดถนนทำ ให้เกิดการพัฒนาชุมชนใหม่ วิถีชีวิตของผู้คนซึ่งเคยผูกพันกับแม่น้ำ ลำคลอง อันเป็นเส้นทางการ คมนาคมสายหลักได้เปลี่ยนมาเป็นวิถีชีวิตที่ผูกพันกับถนนสายใหม่ที่สร้างขึ้น เกิดแหล่งชุมชนใหม่ ๆ และเกิดตลาดใหม่ขึ้นมาตามชุมชนนั้นด้วย อาทิ ตลาดท่าเตียน ตลาดบางลำพู และตลาดบางรัก

โดยเฉพาะตามแนวถนนที่มีชุมชนอาศัยอยู่หนาแน่นนั้น ที่มีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนขณะนั้นก็คือ ย่านการค้าเยาวราช สีลม บางลำพู บำรุงเมือง เฟื่องนคร เจริญกรุง

นอกจากมีย่านการค้าใหม่ของคนจีนที่เกิดขึ้นใหม่แล้ว เวลาเดียวกันได้มีย่านการค้าใหม่ของชาติตะวันตกเข้ามาด้วย ซึ่งเป็นผลจากการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา ที่สำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยในขณะนั้น คือย่านการค้าที่พระยาที่ตั้งอยู่นอกพระนครในเขตพระนครนั้น ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญ ๆ อาทิ ถนนมหาไชย ถนนตะนาว ถนนเจริญกรุง ถนนบำรุงเมือง ถนนเฟื่องนคร โดยสินค้าที่นำมาจำหน่ายนั้นประกอบไปด้วยเครื่องประดับเพชรพลอย เครื่องประดับบ้าน เครื่องแก้ว เครื่องถ้วยชาม เสื้อผ้า เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ซึ่งเจ้าของกิจการส่วนใหญ่เป็นชาวอังกฤษและชาวอเมริกัน

ตลาดการค้าเริ่มพัฒนาเป็นแบบตะวันตกชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในปลายสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อได้เกิดชนชั้นกลางที่มีแนวคิดสมัยใหม่ขึ้น ซึ่งกลุ่มคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาจากต่างประเทศ และเห็นการเปลี่ยนแปลงของชาติในยุโรปหลายด้าน จึงคิดนำความเจริญนั้นกลับมาพัฒนาเมืองไทย ทั้งนี้ความพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบตลาดการค้าดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยที่เริ่มสู่การพัฒนาความเป็นสากล โดยเฉพาะการพัฒนาการบริโภค ซึ่งประชาชนได้ให้ความนิยมสินค้าจากตะวันตกมากขึ้น

ขณะที่ตลาดหรือย่านการค้าซึ่งเดิมกระจุกตัวอยู่ในเขตพระนคร และพื้นที่ข้างเคียงก็ได้ขยายไปตามแนวถนนตัดใหม่สายต่าง ๆ โดยรอบกำแพงเมือง ส่วนย่านถนนบำรุงเมืองและถนนเฟื่องนครได้มีบทบาทลดลง เนื่องจากศูนย์กลางพาณิชย์กรรมเริ่มเคลื่อนตัวจากศูนย์กลางเมืองเก่าสู่ศูนย์กลางเมืองใหม่ พ่อค้าแม่ค้าที่ค้าขายในย่านการค้าดังกล่าวก็เปลี่ยนพฤติกรรมโดยรวมตัวกันไปค้าขายในห้างร้านที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ที่เรียกว่า ดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (Department store) เช่น ห้างบี.กริม แอน โก ห้างไนติงเกล ซึ่งรูปแบบการค้าในลักษณะนี้มีการขยายตัวต่อเนื่องตลอดมากระทั่งปลายสมัยรัชกาลของสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ก็ได้กลายสภาพเป็นห้างร้านขนาดใหญ่และอยู่ในความสนใจของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑลยามนั้น อาทิ ห้างคา-เธย์ ซึ่งตั้งอยู่ระหว่าง 3 ย่านการค้าใหญ่ คือ ย่านเยาวราช ย่านราชวงศ์ และย่านลำเพ็ญ

ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล รัฐบาลพยายามรณรงค์เรื่องไทยนิยมทางเศรษฐกิจเน้นความรู้สึกชาตินิยมมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงเวลาที่ไทยประกาศเป็นพันธมิตรกับญี่ปุ่นทำให้บทบาทของพ่อค้าชาวจีนถูกจำกัด มีย่านการค้าเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากบริเวณสองข้างทางถนนราชดำเนินกลาง แต่ก็ไม่ได้ได้รับความนิยมเท่ากับห้างร้านของคนจีนในย่านดังกล่าว ภาวะการขาดแคลนสินค้ายามสงครามกลับทำให้พ่อค้าจีนบางกลุ่มร่ำรวยมากขึ้นจากการค้าในตลาดมืดและการร่วมมือการค้าขายกับญี่ปุ่น พร้อมกันนี้รูปแบบของ

ร้านค้า ก็เริ่มมีการปรับโฉมหน้าใหม่ โดยเฉพาะร้านของชาวจีนจะทำการเปลี่ยนชื่อร้านจากภาษาจีนมาเป็นภาษาไทยเพื่อความสะดวกในการดำเนินการค้า

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นทำให้กิจการการค้าปลีกเจริญยิ่งขึ้น ธุรกิจการค้าปลีกขนาดเล็กเริ่มพัฒนาเป็นการค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยเริ่มในพื้นที่อาศัยขนาดเล็กอาศัยการจัดแสดงสินค้าที่เป็นระเบียบเพื่อจูงใจลูกค้า กิจการการค้าปลีกที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของประชาชนในยุคนี้ ได้แก่ ห้างใต้ฟ้า ห้างแมวดำ ในย่านเยาวราช

จากความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ มีผลทำภาพรวมของตลาดการค้าพฤติกรรมการกินอยู่ของผู้คนเปลี่ยนไป รูปแบบตลาดนัดหรือตลาดที่ไม่ประจำที่มีมาแต่อดีตได้พัฒนาไปด้วยทั้งนี้จากรถเร็วตามแม่น้ำลำคลอง หาบเร่แผงลอยริมถนน ก็เกิดการรวมตัวเป็นแผงสินค้านานาชนิดภายใต้หลังคาเดียวกันและคงมีบทบาทของสังคมไม่เสื่อมคลาย

ตลาดนัดวังสราญรมย์และสนามหลวง

รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี มีดำริให้จัดตั้งตลาดนัดขึ้นในกรุงเทพฯ เขตปริมณฑลและทุกจังหวัดทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2491 เพื่อให้ประชาชนได้หาซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคในราคาที่ยุติธรรม หรือในราคาที่รัฐควบคุมและเพื่อเป็นการปลูกฝังให้คนไทยรักและรู้จักการค้าขายมากยิ่งขึ้น

การที่รัฐบาลประกาศจัดตั้งตลาดการค้าในรูปแบบตลาดนัดนั้น สืบเนื่องจากความพ่ายแพ้ของประเทศญี่ปุ่นต่อฝ่ายพันธมิตรในสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลให้ประเทศไทยภายใต้การนำของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่ร่วมกับญี่ปุ่นได้รับผลกระทบตามไปด้วย ส่วนภายนอกประเทศนั้นประเทศไทยต้องชดใช้ค่าปฏิกรรมสงครามให้กับประเทศฝ่ายพันธมิตร ตามข้อตกลงสัญญาสมบูรณแบบที่ได้ทำกับอังกฤษ ซึ่งมีสาระว่าไทยต้องส่งมอบข้าวซึ่งเป็นสินค้าออกสำคัญของประเทศให้กับฝ่ายพันธมิตรจำนวน 1.5 ล้านตัน ซึ่งประเด็นนี้ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก ส่วนภายในประเทศนั้นประชาชนต้องประสบปัญหาข้าวยากมากแพง ปัญหาภาวะเงินเพื่อปัญหาขาดแคลนสินค้า

ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาเรื่องปากท้องของประชาชน อันเป็นปัญหาพื้นฐานสำคัญยามนั้น โดยเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลซึ่งได้รับความกระทบกระเทือนจากเหตุการณ์ดังกล่าว ประกอบกับรัฐบาลต้องการจะลดบทบาทพ่อค้าคนกลางซึ่งพยายามเอาเปรียบประชาชนที่กำลังอยู่ในภาวะเดือดร้อน โดยกักตุนสินค้าไว้เพื่อให้ได้ราคาในการขายมากที่สุด รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงได้ประกาศให้จัดตั้งตลาดนัดขึ้นทั่วทุกจังหวัดของประเทศเพื่อให้พ่อค้าย่อยอิสระได้มีโอกาสพบกับผู้บริโภคโดยตรงด้วย ในกรุงเทพฯ นั้นรัฐบาลได้ประกาศจัดตั้งตลาดนัดขึ้นที่

ท้องสนามหลวง ส่วนในต่างจังหวัดนั้นก็ได้ทยอยกันจัดขึ้น ณ บริเวณ ศาลากลางจังหวัด แห่งแรกก็คือ จังหวัดจันทบุรี

หลังจากรัฐบาลจอมพล ป. ประกาศตั้งตลาดนัดสนามหลวงขึ้นตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่างให้ความสนใจมาใช้บริการกันอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งขายสินค้าราคาถูก มีความหลากหลายของสินค้าจนพื้นที่เพียงครั้งเดียวของท้องสนามหลวงที่จัดตลาดนัดขณะนั้น ไม่พอกับความต้องการของผู้คนที่เพิ่มปริมาณมากขึ้น นอกจากนี้ทางราชการต้องการใช้พื้นที่ดังกล่าวในงานราชพิธีต่างๆ เนื่องจากสนามหลวงมีความสำคัญ เพราะเป็นสถานที่ประกอบราชพิธีมาตั้งแต่สร้างกรุงรัตนโกสินทร์และในเวลาต่อมาก็ได้ใช้ประกอบกิจกรรมหลายๆ อย่าง ด้วยเหตุผลดังกล่าวในปีต่อมา คือ พ.ศ. 2492 ตลาดนัดจากเดิมที่จัดตั้งอยู่บริเวณท้องสนามหลวงก็ได้ย้ายไปอยู่ที่พระราชวังอุทยานสราญรมย์

ตลาดนัดวังสราญรมย์

ในปี พ.ศ. 2492 กรุงเทพมหานคร ซึ่งขณะนั้นคือ เทศบาลกรุงเทพมหานครได้ใช้เวลาประมาณ 1 เดือนสำหรับการโยกย้ายผู้ค้าในตลาดนัดสนามหลวงเดิม ไปยังอุทยานสราญรมย์ เนื่องจากสินค้าที่ผู้ค้านำมาขายเป็นสินค้าที่ขนย้ายง่ายซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตรกรรม สินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่มีขนาดเล็ก เช่น เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา สินค้าเบ็ดเตล็ด ที่สำคัญรูปแบบการจัดตลาดนัดขณะนั้นภาครัฐยังไม่ได้เข้ามาควบคุมเป็นรูปธรรมชัดเจน กล่าวคือยังไม่มีส่วนงานที่รับผิดชอบโดยตรงไม่มีกฎระเบียบควบคุมและไม่มีการสร้างร้านค้าเป็นอาคารถาวร

ตลาดนัดวังสราญรมย์ (พ.ศ. 2492-2501) นั้นมีความผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนกล่าวคือ ผู้ค้ามีสินค้าอะไรที่ต้องการนำมาจำหน่าย ก็สามารถตั้งแผงค้าได้โดยไม่ต้องกระทำตามขั้นตอนใดๆ เพียงแต่แจ้งความประสงค์ไปยังเทศบาลนครกรุงเทพเท่านั้นเหตุผลหนึ่งเนื่องจากจำนวนประชากรที่เข้าร่วมกิจกรรมนั้น มีน้อยกว่าความหลากหลายของสินค้ายังมีไม่มากนัก ทั้งนี้สินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาตั้งแผงนั้นส่วนใหญ่เป็นสินค้าบริโภคมากกว่าจะเป็นสินค้าอุปโภค ที่น่าสังเกตอีกประการก็คือตลาดนัดวังสราญรมย์ภาพรวมแล้วเกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน ที่อาศัยอยู่ในขอบข่ายเกาะรัตนโกสินทร์มากกว่าจะเป็นตลาดนัดของคนกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งหมด

ขณะประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมขณะนั้น ต่างมีทัศนคติว่าตลาดนัดดังกล่าวเป็นที่พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิด มากกว่าจะเป็นตลาดการค้าเพื่อหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจเช่นการค้าในตลาดนัดปัจจุบัน ตลาดนัดวังสราญรมย์ยามนั้นจึงมีความผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพฯบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์เป็นส่วนใหญ่ และในวัฒนธรรมการค้าขายแล้ว "ตลาดนัดวังสราญรมย์" ถือเป็นตลาดที่เปิดกว้าง

ตลาดนัดวังสราญรมย์บนเนื้อที่กว่า 7 ไร่ ได้ทำหน้าที่ความเป็นตลาดการค้ามานาน 8 ปีเต็ม ได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก จนสถานที่ดังกล่าวคับแคบและไม่พอรองรับการมาใช้บริการของประชาชน ขณะที่กระทรวงการต่างประเทศอ้างว่าตลาดนัดทำให้เกิดกลิ่นเหม็นจากของสดแห่งต่างๆ เช่น ปลาเค็ม หอยดอง ปลาร้า ปลาเจ่า กะปิ น้ำปลา น้ำปลา นอกจากนี้ยังทำให้ต้นไม้ตกอยู่ในสภาพที่เสียหาย อันเนื่องมาจากการตั้งแผงของร้านค้าและการประกอบกิจการอย่างไม่ระมัดระวัง เช่น รดน้ำร้อน ล้างกะทะ ดังนั้นรัฐบาลจึงคิดที่จะโยกย้ายผู้ค้าในตลาดนัดวังสราญรมย์กลับไปอยู่ที่เดิม คือ บริเวณท้องสนามหลวง

นอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้ว รัฐบาลยังต้องการสงวนอาชีพค้าขายไว้ให้กับคนไทย เพราะพ่อค้า-แม่ค้าในตลาดนัดวังสราญรมย์ส่วนใหญ่เป็นชาวจีน ประการที่สองการเพิ่มของประชาชนที่ใช้บริการอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้เกิดความสับสนปรกความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระทรวงการต่างประเทศอันมีพื้นที่ติดกับอุทยานฯ และเพื่อไม่ให้ภาพดังกล่าวเกิดแก่สายตาชาวต่างประเทศรัฐบาลจึงดำเนินการโยกย้ายทันที

วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2500 รัฐบาลได้ย้ายตลาดนัดมาอยู่ด้านนอกพระราชอุทยานวังสราญรมย์ และบริเวณถนนราชินีริมคลองหลอดเป็นการชั่วคราว ทว่าสถานที่ดังกล่าวคับแคบไม่เพียงพอรองรับความต้องการของประชาชนที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับประกอบกับไม่เหมาะสมด้วยประการทั้งปวง ภาครัฐจึงทำการย้ายตลาดนัดจากวังสราญรมย์กลับมาจัดที่บริเวณท้องสนามหลวงดังเดิม

ตลาดนัดสนามหลวง

เทศบาลนครกรุงเทพมหานครได้ทำการย้ายตลาดนัดจากตลาดนัดวังสราญรมย์มาอยู่ท้องสนามหลวงดังเดิมเมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2501 ท่ามกลางการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีของทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค เนื่องจากสนามหลวงมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกว่า คือมีพื้นที่กว้างใหญ่ การคมนาคมสะดวก ทั้งยังเป็นศูนย์กลางความเจริญที่สำคัญของประเทศด้วย

ในปีเดียวกันนอกจากเทศบาลนครกรุงเทพ ได้จัดตั้งตลาดนัดสนามหลวงขึ้นเพื่อให้ชาวกรุงเทพฯ และเขตใกล้เคียงได้หาซื้อสินค้าในราคาถูกดีพร้อมเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนค้าขาย สินค้า และเพื่อให้ประชาชนได้มีสถานที่ประกอบอาชีพค้าขายในทำเลที่เหมาะสมเป็นครั้งคราวโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางแล้ว เทศบาลนครกรุงเทพยังได้จัดให้มีตลาดนัดหมุนเวียนขึ้นในแต่ละสัปดาห์อีกด้วย กล่าวคือได้มีการจัดทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์เพื่อให้ประชาชน ในกรุงเทพฯ ได้ใช้บริการอย่างทั่วถึง

โดยวันจันทร์จัดเปิดตลาดนัดที่ทำเรือ "ปีโอ" ริมถนนเจริญกรุง

วันอังคาร เปิดตลาดนัดที่ถนนสังคโลก ข้างวชิรพยาบาล

วันพุธ เปิดตลาดนัดที่ถนนพระรามที่ 5

วันพฤหัสบดี เปิดตลาดนัดที่คลองเตยสะพานดำ

วันศุกร์ เปิดตลาดนัดที่บริเวณคลองถมข้างวัดสุทัศน์

วันเสาร์ - อาทิตย์ จัดที่ห้องสนามหลวง

เวลาต่อมาตลาดนัดแหล่งอื่นๆ ได้ทยอยยุติบทบาทลง จนเหลือเพียงตลาดนัดสนามหลวงแห่งเดียวที่อยู่คู่ประชาชนชาวกรุงเทพฯ ปริมาณผล ทั้งนี้ตลาดนัดเหล่านั้นมีขนาดเล็ก สินค้ามีให้เลือกน้อย ที่สำคัญตลาดนัดดังกล่าวถูกจัดให้เปิดบริการในวันราชการคือ ไม่ตรงกับวันหยุด จึงได้รับความสนใจน้อยกว่าตลาดนัดสนามหลวงที่เปิดให้ประชาชนได้ใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ประกอบกับสถานที่จัดตลาดนัดสนามหลวงนั้นกว้างขวางไม่คับแคบ คือ มีพื้นที่ 68 ไร่ สินค้าที่ผู้ค้านำมาจำหน่ายมีให้เลือกจำนวนมาก การคมนาคมสะดวกเนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวอยู่ในตำแหน่งที่เป็นศูนย์กลาง ซึ่งผู้ให้บริการสามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ประชาชนจึงมีความสนใจให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นตลาดนัดแห่งเดียวที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ซึ่งมีความต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนโดยเฉพาะชาวกรุงเทพฯ และปริมาณผลตลอดระยะเวลาที่ผ่านมารวม 25 ปีเต็ม เพื่อให้ตลาดนัดสนามหลวงดำเนินด้วยความเป็นระเบียบจอมพลสุภะดี ธีระวัชร์ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้เทศบาลนครกรุงเทพ เป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างเต็มรูปแบบใน พ.ศ. 2503 พร้อมจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาบริหาร โดยอำนาจทั้งหมดขึ้นตรงต่อนายกเทศมนตรีของเทศบาลนครกรุงเทพและกำหนดกฎระเบียบในการดูแลตลาดนัดแห่งนี้ ดังนั้นรูปแบบของตลาดนัดสนามหลวงในสมัยนี้ภาครัฐได้เข้าควบคุมอย่างเป็นระบบมากขึ้น

จำนวนผู้ค้าในตลาดนัดสนามหลวงทั้งหมด 5,599 แผง คณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดได้สำรวจและแยกตามประเภทของสินค้า โดยแบ่งได้เป็นแผงค้าผ้าจำนวน 1,600 แผง อาหารร้านใหญ่ 100 แผง อาหารสำเร็จรูป 600 แผง วัตถุโบราณ 24 แผง ของใช้เบ็ดเตล็ด 1,000 แผง สัตว์มีชีวิต 400 แผง ต้นไม้ ๕๐๐ แผง เครื่องสนาม 35 แผง เนื้อสัตว์ 15 แผง โป่งข่ามและธัญมณี 25 แผง ผักและผลไม้รวม 300 แผง โดยแต่ละแผงพ่อค้าแม่ค้าต้องจ่ายค่าเช่าให้กับกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดอัตราที่แตกต่างกันตามความเล็ใหญ่ของแต่ละแผงดังตารางที่ 1

การค้าในรูปแบบตลาดนัดเป็นอีกตัวแปรที่ชี้ให้เห็นถึงภาวะเศรษฐกิจของแต่ละชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ผลจากการค้าขายในตลาดลักษณะดังกล่าว มีส่วนทำให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นทั้งในทางตรงและทางอ้อม ทางตรงนั้นสืบเนื่องจากตลาดนัดวังสราญรมย์ และตลาดนัดสนามหลวงเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ที่ได้รับความสนใจจากบรรดาผู้ค้าประชาชนจำนวนมากโดยเฉพาะตลาดนัดสนามหลวงตลาดนัดแห่งแรกและแห่งเดียวที่ใหญ่ที่สุดและผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนช่วงปี พ.ศ. 2501-2525 นั้นดูได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด ในฐานะแหล่งชุมนุมของประชาชนที่มาจากทั่วสารทิศ กล่าวคือเมื่อถึงวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งเป็นวันเปิดกิจกรรมการค้า

ชาย พ่อค้าแม่ค้าต่างไปชุมนุมกันบริเวณท้องสนามหลวงอย่างคับคั่ง ทั้งนี้ปรากฏว่าแต่ละสัปดาห์มีผู้ค้าเข้าสถานที่ทำการค้าขาย 5,599 แผง ในจำนวนนี้มาจากอำเภอ พระนคร 2,000 แผง อำเภอบางกอกน้อย 2,000 แผง ที่เหลือก็เป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มาจากเขตพญาไท บางเขน และจากที่อื่นๆ

สำหรับประชาชนที่หลังไหลไปใช้บริการในตลาดดังกล่าว ในวันเสาร์-อาทิตย์นั้น สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2520 ปรากฏว่ามีไม่ต่ำกว่า 150,000 คน/สัปดาห์ ผลคือตลาดนัดสนามหลวงกลายเป็นแหล่งค้าขายที่มีระบบการเงินสะพัดหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท/วัน

จากสภาพพื้นที่อันกว้างใหญ่ของท้องสนามหลวง (ตลาดนัดเป็นส่วนหนึ่งของท้องสนามหลวง) อยู่ใจกลางเมือง การเดินทางสะดวก และแวดล้อมด้วยสถานที่สำคัญของประเทศ อาทิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กระทรวงยุติธรรม กรมประชาสัมพันธ์ โรงละครแห่งชาติ กรมศิลปากรฯ ฯลฯ ได้ส่งผลให้บริเวณที่เป็นตลาดนัดสนามหลวงเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือประชาชนที่มาใช้บริการในตลาดนัดมีจำนวนมากจึงจำเป็นที่สนใจของพรรคการเมืองต่างๆ ที่ต้องการหาเสียงและต้องการใช้พลังมวลชน ที่เข้าไปร่วมกิจกรรมเหล่านี้ในการก้าวไปสู่การเป็นผู้นำทางการเมือง ทั้งนี้ตั้งแต่อดีตเป็นต้นมาคือหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 บริเวณท้องสนามหลวงได้กลายเป็นเวทีทางการเมืองของพรรคการเมืองบางพรรคประชาธิปไตยที่ดูเหมือนจะยึดเอาท้องสนามหลวงเป็นเวทีการเมือง และใช้สำหรับปราศรัยหาเสียงตลอดมา และในสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายเคลื่อนไหวทางการเมืองได้มาก ขึ้นคือสามารถไฮปาร์ควิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลได้ที่ท้องสนามหลวง กระทั่งเวทีประวัติศาสตร์ทางการเมืองท้องสนามหลวงได้แปรเปลี่ยนโฉมหน้าใหม่ กลายเป็นสนามต่อสู้ระหว่างอำนาจเผด็จการและอำนาจประชาธิปไตยในปี พ.ศ. 2514 เนื่องจากสนามหลวงที่รวมเอาตลาดนัดไว้ด้วยนั้น เป็นสถานที่อันเหมาะสมด้วยประการทั้งปวงดังที่กล่าวข้างต้น

ตลาดนัดสนามหลวงดำรงอยู่ในสังคมไทย 25 ปีกระทั่ง พ.ศ. 2525 บทบาทของตลาดนัดสนามหลวงที่ยิ่งใหญ่ได้ยุติลงกลายเป็นอดีต พร้อมถูกแปรสภาพเป็นสวนสาธารณะสำหรับให้ประชาชนได้พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของชาวไทย ชาวต่างประเทศและยังคงเป็นสถานที่จัดงานพิธีกรรมต่างๆ ของรัฐจนกระทั่งปัจจุบัน

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงอัตราค่าเช่าแผงค้าในตลาดนัดสนามหลวง

ประเภทสินค้า	อัตราค่าเช่าแผง/วัน
ผัก ผลไม้ อาหารสำเร็จรูป	3 บาท
เบ็ดเตล็ด ร้านเล็ก	5 บาท
สัตว์มีชีวิต	5 บาท
อัญมณี	5 บาท
ผ้า	10 บาท
เนื้อสัตว์	10 บาท
ต้นไม้	8 บาท
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	15 บาท
ร้านอาหารขนาดกลาง	15 บาท
ร้านอาหารขนาดใหญ่	30 บาท
โบราณวัตถุ	30 บาท
แผงขายหนังสือ ตรม.ละ 1.50 บาท ไม่ต่ำกว่า	15 บาท

2.2.2 การพัฒนาการของตลาดนัดจตุจักรจากอดีตสู่ปัจจุบัน

สืบเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520–2524) ซึ่งรัฐมีนโยบายกระจายความเจริญด้านเศรษฐกิจ สังคม สู่ประชาชนแถบชานเมือง เขตปริมณฑล และในสวนภูมิภาคให้มากขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติทั้ง 3 ฉบับก่อนหน้านี้ คือ แผนพัฒนาฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504–2509 แผนพัฒนาฉบับที่ 2 พ.ศ. 2510–2514 แผนพัฒนาฉบับที่ 3 พ.ศ. 2515–2519 ซึ่งมุ่งเน้นเฉพาะด้านการขยายกำลังการผลิตและรายได้ส่วนรวมของประเทศ ทำให้กรุงเทพฯ และเมืองใหญ่กลายเป็นเมืองโตเดี่ยวสร้างความแตกต่าง และช่องว่างของรายได้แก่ประชากรระหว่างภาคต่างๆ ของประเทศ ทั้งนี้เพราะกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางความเจริญ รวมทั้งเป็นที่รวมกิจกรรมด้านต่างๆ ของประชาชน ซึ่งนอกจากต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงแล้วความต้องการเครื่อง อุปโภคบริโภคที่แตกต่างกันของผู้คนจำนวนมาก ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รัฐต้องกระจายความเจริญออกสู่พื้นที่ดังกล่าวซึ่งนโยบายนี้มีผลต่อเนื่องมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520–2524) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525–2529) กล่าวคือมีจุดประสงค์ต้องการขยายความเจริญออกสู่เขตชานเมือง ปริมณฑล และภูมิภาคเช่นเดียวกัน ส่งผลให้บริบทสังคมกรุงเทพฯ ช่วงเวลานั้นเปลี่ยนไป

กล่าวคือได้เกิดการกระจายและเคลื่อนย้ายสถานที่สำคัญๆ เช่น สถานที่ราชการสถาบันการเงิน สถานศึกษา สถานการค้า ที่กระจุกตัวอยู่เฉพาะศูนย์กลางของกรุงเทพมหานคร ออกสู่ชานเมืองตามมาโดยเฉพาะการขยายตลาดการค้าไปยังชุมชนหัวเมือง เช่น ตลาดนัดสี่มุมเมืองรังสิตที่ก่อตั้งขึ้น พ.ศ. 2524 จุดประสงค์เพื่อให้เกษตรกรมีตลาดกลางซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าการเกษตรที่สะดวก โดยไม่ต้องเข้ามาในเมืองหลวงซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาจราจรที่ติดขัดได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการที่รัฐมีแนวคิดย้ายตลาดนัดสนามหลวงตลาดการค้าที่ยิ่งใหญ่ ซึ่งมีบทบาทต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑลมานานถึง 5 ปีเต็ม (พ.ศ. 2500–2525) ไปสู่พื้นที่ใหม่ซึ่งนับเป็นพัฒนาการอีกก้าวของตลาดนัดในประเทศไทย

การเกิดขึ้นของตลาดนัดจตุจักร

วันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2521 รัฐบาลภายใต้การนำของ พล.อ.เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ โดยกรุงเทพมหานครประกาศยุติการค้าที่ตลาดนัดสนามหลวง และสร้างพื้นที่บริเวณสวนจตุจักรย่านพหลโยธินให้เป็นตลาดนัดแทนสนามหลวง เรียกกันว่า "ตลาดนัดพหลโยธิน" บทบาทของตลาดนัดจตุจักรต่อชุมชนกรุงเทพฯ และปริมณฑลจึงได้เริ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการยุติการค้าที่ท้องสนามหลวงของกรุงเทพมหานครต้องใช้เวลาานพอสมควร จึงประสบผลสำเร็จได้ในที่สุดเมื่อปี พ.ศ. 2525

"ตลาดนัดพหลโยธิน" ตลาดนัดแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ และปริมณฑลตั้งอยู่เขตอำเภอบางเขน (ขณะนั้น) บนพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นที่ลุ่มว่างเปล่ามีแนวต้นสนเป็นแนวขอบเขต ขณะที่ด้านหลังติดกับสถานีรถไฟบางซื่อ ส่วนศูนย์กลางของชุมชนบริเวณนี้ก่อนปี 2525 อยู่บริเวณตลาดบางซื่อและย่านสะพานควาย ชุมชนบางซื่อนั้นประกอบไปด้วยบริเวณสถานีรถไฟบางซื่อ แนวคลองบางซื่อ บริเวณวัดสะพานสูง ส่วนชุมชนย่านสะพานควายเป็นย่านที่อยู่อาศัยและย่านการค้าที่มีแนวเขตเชื่อมต่อกับคลองบางซื่อ และตามแนวถนนพหลโยธิน เส้นทางคมนาคมของผู้คนย่านนี้คือทางรถไฟ ถนนพระรามหก และถนนพหลโยธิน กระทั่งปี พ.ศ. 2525 กรุงเทพมหานครได้ตัดถนนสายใหม่พร้อมปรับปรุงเส้นทางในบริเวณพื้นที่ของการรถไฟฯ เพื่อเชื่อมต่อถนนพระรามหกกับถนนพหลโยธินบริเวณห้าแยกลาดพร้าว คือ ถนนกำแพงเพชร 1 ถนนกำแพงเพชร 2 และถนนกำแพงเพชร 3 เส้นทางคมนาคมเส้นนี้ทำให้เกิดการเดินทางจากเขตเมืองชั้นในไปยังเขตชานเมืองชั้นนอก บริเวณย่านพหลโยธิน ย่านบางซื่อ ย่านบางเขน หรือแม้กระทั่งเดินทางออกสู่จังหวัดในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวดเร็วขึ้น ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นผลจากนโยบายของกรุงเทพมหานคร ในการสร้างถนนเพื่อขยายความเจริญออกสู่ชานเมือง และการเตรียมความพร้อมในการย้ายตลาดนัดสนามหลวงมายังสถานที่แห่งใหม่นี้ ซึ่งเป็นปัจจัยนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของชุมชนบริเวณนี้อย่างมาก เมื่อมีการจัดตั้งตลาดนัดพหลโยธินขึ้นมา

สำหรับปัจจัยที่ทำให้รัฐบาลมีนโยบายเร่งด่วน ในการย้ายตลาดนัดสนามหลวงไปอยู่ที่ใหม่นั้นมีเหตุผลหลายประการ ที่สำคัญและถือเป็นเหตุผลหลักนั้นวิเคราะห์ได้เป็น 2 ประการดังนี้

1. นโยบายของรัฐ

1.1 ด้านการเมือง

บริเวณสนามหลวงคือ สถานที่ประกอบพิธีสำคัญของประเทศทั้งรัฐพิธีราชพิธีต่างๆ ในปี พ.ศ. 2525 บริเวณดังกล่าวต้องใช้เป็นที่ประกอบพิธีสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ครบ 200 ปี ซึ่งถือเป็นการเฉลิมฉลองที่ยิ่งใหญ่ของประเทศจึงได้มีการจัดเตรียมการเพื่อพระราชพิธีนี้โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐและเอกชนต่างร่วมใจกันจัดกิจกรรมอย่างพร้อมเพรียง ในส่วนของรัฐบาลนั้นได้เตรียมพื้นที่ท้องสนามหลวงเพื่อการนี้ด้วย ทั้งนี้สนามหลวงซึ่งเป็นโบราณสถานอยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร ตามเป้าหมายทางราชการ คือ เป็นสถานที่จัดงานเฉพาะพระราชพิธี รัฐพิธีหรือเทศกาลพิเศษของรัฐ และเอกชนเพื่อเชิดหน้าชูตาเมืองหลวงของประเทศไทยแก่ชาวต่างชาติ และเป็นสถานที่พักผ่อนแก่ประชาชน

นอกจากนี้การที่สนามหลวงมีการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะกรุงเทพมหานครไม่ได้มีการจัดระบบการบริหารที่ดีพอ ทำให้ผู้บริหารเห็นถึงความจำเป็นในการจัดระบบสนามหลวงให้ดียิ่งขึ้นและการย้ายตลาดนัดออกไปอยู่ ณ สถานที่แห่งใหม่จึงเป็นทางออกวิธีหนึ่งที่รัฐบาลขณะนั้นเห็นชอบ

ตลาดนัดสนามหลวงซึ่งอยู่บริเวณท้องสนามหลวง คือตลาดการค้าแห่งหนึ่งที่ใหญ่ของประเทศ โดยเฉพาะคนกรุงเทพฯ และที่อยู่ในเขตปริมณฑลเป็นสถานที่ชุมนุมของผู้คนจำนวนมากที่ต้องการใช้บริการตลาดนัดภายใต้พื้นที่กว้างใหญ่จำนวน 68 ไร่ มีความผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย พร้อมกันนี้บริเวณท้องสนามหลวงยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคม เป็นศูนย์รวมสถานที่สำคัญของประเทศ อาทิ พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กระทรวงยุติธรรม กรมศิลปากร กรมประชาสัมพันธ์ โรงละครแห่งชาติ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แม้สนามหลวงจะเติบโตอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งมีบทบาทต่อชุมชนกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างมากก็ตาม การเติบโตและบทบาทดังกล่าวกลับส่งผลให้สนามหลวงต้องยุติบทบาทลงในเวลาต่อมา

1.2 ด้านสังคม-เศรษฐกิจ

จากที่มีประชาชนไปใช้บริการตลาดนัดเป็นจำนวนมากในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันเปิดบริการตลาดนัดนั้นได้ทำให้เกิดเป็นปัญหาตามมา ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญทำให้พลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ผู้นำรัฐบาลมีนโยบายเร่งด่วน และเด็ดขาดในการย้ายตลาดนัดสนามหลวง ไปอยู่ ณ. บริเวณสวนจตุจักรย่านพหลโยธินโดยมอบหมายให้นายเชาว์นวิศ สุตลาภา ผู้ว่า

ราชการกรุงเทพมหานคร ในฐานะหน่วยปฏิบัติรับนโยบายไปดำเนินการ ทั้งนี้ปัญหาต่าง ๆ นั้น ประกอบไปด้วยปัญหาความสกปรก ปัญหาแหล่งอาชญากรรมและปัญหาการจราจร

ปัญหาความสกปรก การใช้ท้องสนามหลวงเป็นตลาดก่อให้เกิดความสกปรกและความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย กล่าวคืออาคารที่ใช้สำหรับการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้ามีลักษณะเป็นเต็นท์ชั่วคราว ทั้งนี้ผู้ค้าจะมาปลูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์เมื่อตลาดปิดบริการสภาพร้านค้าหายไปกลายเป็นกองขยะขนาดย่อม สงกกลิ่นเหม็น เมื่อฝนตกปัญหาก็เกิดขึ้นตามมา ท้องสนามหลวงจึงกลายเป็นทะเลโคลนที่สร้างปัญหาให้กับผู้ใช้บริการอยู่เป็นประจำ ปრაกฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เสื่อมเสียแก่ภาพพจน์และชื่อเสียงของสนามหลวงซึ่งเป็นที่ ๆ มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และเป็นสถานที่ประกอบพิธีสำคัญทั้งพระราชพิธีและรัฐพิธี

ความแออัดของประชากรที่เข้าร่วมกิจกรรมในตลาดนัด เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ตลาดนัดสนามหลวงซึ่งบุคคลภายนอกมองว่าเป็นสถานที่เกิดของมิชชันนารี ในหลายลักษณะ อาทิ การล้วงกระบี่ ลักทรัพย์ในร้านค้า วิ่งราวทรัพย์ เรี่ยไรในที่สาธารณะการพนัน ข้อโกง ก่อความเดือดร้อนรำคาญ จำหน่ายสุราและทรามานส์ตีว โดยเฉพาะการก่ออาชญากรรมในรูปการล้วงกระบี่นั้น ถือเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประจำและมีสถิติสูงเป็นอันดับหนึ่งดังข้อมูลจากตารางที่ 2

นอกจากเป็นแหล่งก่ออาชญากรรมแล้วตลาดนัดสนามหลวงยังถูกมองเป็นแหล่งสร้างปัญหาสังคมอีกหลายประการ อาทิ เป็นแหล่งรวมคนว่างงาน แหล่งรวมเด็กเร่ร่อนและบางโอกาสถูกมองเป็นที่ค้าประเวณีแหล่งใหญ่แห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ สาเหตุเพราะสนามหลวงมีพื้นที่กว้างใหญ่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นมีจำนวนมากเกินกว่ากำลังเจ้าหน้าที่จะดูแลได้อย่างทั่วถึง ขณะที่กรุงเทพมหานครยังไม่มีระบบการจัดการสนามหลวงที่ดีพออัตรากำลังคนที่บริหารมีน้อยงบประมาณที่ได้รับไม่เพียงพอกับความต้องการกล่าวคือ ปีหนึ่งๆ กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร ได้รับงบประมาณมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลประกอบการเป็นหลัก

ปัญหาการจราจร การจราจรที่หนาแน่นบริเวณท้องสนามหลวงเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ทัศนียภาพสถานที่สำคัญเช่นวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรมศิลปากร กระทรวงยุติธรรม โรงละครแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ต้องถูกทำลายลงอันเนื่องมาจากผู้คนจำนวนมากที่ไปใช้บริการท้องสนามหลวงในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และเป็นตลาดนัดที่ยิ่งใหญ่ของประเทศ

ทั้งนี้ท้องสนามหลวงขณะมีสภาพเป็นตลาดนัดนั้นวันธรรมดาจะมีจำนวนรถยนต์ซึ่งประกอบไปด้วยรถเมล์ประจำทาง รถแท็กซี่ รถสามล้อ รถบรรทุก รถมอเตอร์ไซด์ เข้ามีส่วนร่วมบริเวณดังกล่าว 30,000-40,000 คันแต่ในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งในวันที่เปิดให้ประชาชนไปใช้บริการตลาดนัดจะมีปริมาณรถมากถึง 100,000 คัน ดังนั้นเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง โดยเฉพาะในสายตาของชาวต่างชาติที่เข้าชมสถานที่สำคัญของประเทศ การย้ายตลาดนัดสนาม

หลวงไปอยู่ที่ใหม่จึงเป็นทางออกทางหนึ่งที่ทำให้บ้านเมืองน่าดูชมขึ้น ขณะที่ปัญหาจราจรอันคับคั่งบริเวณดังกล่าวก็จะเบาบางตามไปด้วย

ปัญหาสถานที่พักผ่อนของคนกรุงเทพฯ การทำให้พื้นที่บริเวณท้องสนามหลวงเป็นเสมือนปอดและสถานที่พักผ่อนของคนกรุงเทพฯ และบริเวณใกล้เคียง เป็นเหตุผลอีกประการที่รัฐบาลใช้ประกอบการตัดสินใจย้ายตลาดนัดสนามหลวงไปอยู่ ณ ที่แห่งใหม่ ทั้งนี้จากจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานครที่ถึง 5,012,645 คนในปี 2523 กับปริมาณพื้นที่รวมทั้งหมด 1,510 ตารางกิโลเมตร แออัดไปด้วยอาคารตึกสูง การจราจรที่ติดขัดเป็นสาเหตุให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ ดังนั้นกรุงเทพมหานครสมควรมีเนื้อที่สำหรับให้ประชาชนได้พักผ่อนไม่น้อยกว่า 20,000 ไร่ แต่จากสถิติที่ได้รับจากฝ่ายวิชาการกองสวนสาธารณะกรุงเทพมหานครปี 2523 พบว่ากรุงเทพมหานครมีเนื้อที่สวนสาธารณะสำหรับกิจการดังกล่าวเพียง 1,769 ไร่ ซึ่งนับว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรที่ไปใช้บริการ อนึ่งไม่นับรวมประชาชนที่เดินทางจากต่างจังหวัดเข้าไปใช้บริการแต่อย่างใด

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงสถิติอาชญากรรมในตลาดนัดสนามหลวงที่ลงบันทึกแจ้งความ (พ.ศ. 2519 - พ.ศ. 2524)

ปี พ.ศ.	ประเภทคดี/ราย									
	ล้วงกระเป๋า อื่นๆ	ลักทรัพย์ ในร้านค้า	วิ่งราวทรัพย์	เรียไรในที่ สาธารณะ	การพนัน	จ้อโกง	ก่อความเดือด ร้อนรำคาญ	จำหน่ายสุรา	ทรมานสัตว์	
2519	34	9	-	-	3	-	2	-	4	
2520	42	4	5	-	2	-	3	-	2	
2521	39	-	2	4	-	-	3	-	13	
2522	22	11	1	-	2	1	-	4	-	
2523	31	-	-	2	-	2	1	-	6	
2524	13	-	2	4	4	-	-	-	5	

ที่มา : ส.น.พระราชวัง (ณ วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2525)

2. การเติบโตของกรุงเทพมหานคร

การที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางความเจริญ กล่าวคือ เป็นที่ตั้งของสถาบันทางการ การ สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน เป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่แหล่งรวมสถานบันเทิง แหล่งค้าขาย มีจำนวนแรงงานย้ายเข้าย้ายออกมากที่สุดนั้นเป็นเหตุผลสำคัญ ที่ทำให้เกิดการหลั่งไหลของประชาชนจากชนบทเข้าสู่เมืองหลวงของประเทศดังจะเห็นจากปี พ.ศ. 2520 กรุงเทพมหานครมีประชาชนจากชนบทเข้าสู่เมืองหลวงของประเทศดังจะเห็นจากปี พ.ศ. 2520 กรุงเทพมหานครมีประชากรรวมทั้งสิ้น 4,742,774 คน และเพิ่มจำนวนเป็น 5,468,200 คนในปี พ.ศ. 2525 ตามลำดับนั้น มีส่วนผลักดันให้บริบททางสังคมของกรุงเทพมหานครช่วงนั้นเปลี่ยนไปทั้งนี้ความเจริญรวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ของประชากรที่อยู่ในกรุงเทพฯ เริ่มเคลื่อนย้ายสู่พื้นที่รอบนอกของกรุงเทพฯ โดยสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520–2524) และฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525–2529) ที่มีนโยบายชะลอการเติบโตของกรุงเทพฯ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมประชากร โดยเน้นกระจายความเจริญออกสู่ชานเมือง ปริมณฑล และชนบทให้มากขึ้น เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าว มีประชาชนหลั่งไหลสู่เมืองหลวงของประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะย่านเศรษฐกิจการค้าสำคัญนั้นจะมีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนมาก เช่น ย่านสีลม ชิดลม เยาวราช บางลำพู ซึ่งการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรนั้นได้สอดคล้องกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของพื้นที่โดยรวมของกรุงเทพฯ กล่าวคือในปี พ.ศ. 2510 กรุงเทพฯมีพื้นที่เมืองทั้งสิ้นเพียง 250 ตารางกิโลเมตรก็ได้เพิ่มเป็น 500 ตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2523 และเพิ่มเป็น 650 ตารางกิโลเมตรในปี พ.ศ. 2525

การขยายตัวหรือการเคลื่อนตัวของเมืองซึ่งมีทั้งการขยายทางด้านพื้นที่ และด้านประชากร ดังที่กล่าว ลักษณะการขยายตัวเป็นการขยายโดยรอบทิศทางตามเส้นทางคมนาคมโดยเฉพาะทางด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานครนั้น มีการขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าด้านอื่นที่เป็นเช่นนั้นเพราะความได้เปรียบในเรื่องเส้นทางคมนาคม กล่าวคือทางด้านนั้นนอกจากจะมีทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ยังมีถนนเครือข่ายสายรองซึ่งเป็นทางหลวงแผ่นดินที่เชื่อมโยงถึงสายหลักได้ 2 ทางคือ ถนนมิตรภาพ (หมายเลข 304) และถนนสายเอเชีย (หมายเลข 306) ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางของประชาชนแล้ว ในด้านนี้ยังประกอบไปด้วยท่าอากาศยานกรุงเทพ (สนามบินดอนเมือง) สนามบินพาณิชย์ซึ่งเป็นสถานที่ขนส่งผู้โดยสารและขนถ่ายสินค้าทางอากาศที่สำคัญของประเทศ ขณะที่การพัฒนาเส้นทางคมนาคมด้านอื่นช่วงเวลาเดียวกันมีน้อย ดังนั้นโครงการย้ายตลาดนัดสนามหลวงไปอยู่ที่แห่งใหม่ในด้านทิศเหนือก็เป็นเหตุผลอีกผลหนึ่งที่สนับสนุนนโยบายของรัฐยุคนั้น

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง วันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2521 รัฐบาล พล.อ. เกียติศักดิ์ ชมะนันท์ โดยความร่วมมือของกรุงเทพฯ ได้ประกาศไม่ให้ใช้สนามหลวงเป็นสถานที่

จัดตลาดนัดอีกต่อไปและให้ผู้ค้าทั้งหมดโยกย้ายร้านค้าออกจากท้องสนามหลวงให้ไปค้าขายยังตลาดนัดแห่งใหม่ภายในวันที่ 19 กันยายน 2522 แม้จะมีประกาศให้ผู้ค้าทำการโยกย้ายให้แล้วเสร็จในวันเวลาดังกล่าวแต่ทุกอย่างก็ยังคงยืดเยื้อต่อไป ทั้งนี้ได้มีการเจรจาต่อรองกันระหว่างพ่อค้าแม่ค้ากับกรุงเทพมหานคร โดยผู้ค้าให้เหตุผลว่าหากรัฐบาลต้องการใช้ สถานที่จัดพิธีใดๆ รัฐบาลสามารถสั่งงดการเปิดตลาดนัดชั่วคราว ซึ่งผู้ค้ายินดีที่จะให้ความร่วมมือรวมทั้งแก้ปัญหาความสกปรก โดยผู้ค้าจ่ายค่ารักษาความสะอาดเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ผอ.น.น.น.เรื่องสถานที่จากสนามหลวงมายังย่านพหลโยธินแต่กรุงเทพมหานครก็ยังดำเนินการต่อไปเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว พร้อมมีแนวคิดย้ายกลุ่มผู้ค้าเหล่านี้ให้กระจายไปอยู่เขตชานเมืองทั้งสี่ทิศของกรุงเทพมหานครคือ ทิศเหนือ ทิศใต้ ทิศตะวันออกและทิศตะวันตก โดยพิจารณาพื้นที่แต่ละทิศตามความเหมาะสมดังนี้

ด้านตะวันออก ใช้พื้นที่ฝั่งธนบุรีบริเวณใกล้วงเวียนใหญ่ซึ่งมีเนื้อที่กว่า 60 ไร่ ติดตลาดในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยจะทำการย้ายผู้ค้าจากตลาดสนามหลวง จำนวน 2,000 จากทั้งหมด 5,599 รายไปขายยังสถานที่ดังกล่าว

ด้านตะวันตก จะใช้พื้นที่ของทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ บริเวณถนนพหลโยธินสาย 2 ฝั่งธนบุรี ซึ่งมีเนื้อที่ประมาณ 200 ไร่ และกำหนดจะปลูกต้นมะขามโดยรอบให้มีลักษณะเช่นเดียวกับท้องสนามหลวง

ด้านทิศใต้ จะใช้พื้นที่ของกรมทางหลวง หัวถนนบางนา-ตราด ที่จะเข้าถนนสุขุมวิท ซึ่งมีจำนวน 30 ไร่ พร้อมเช่าพื้นที่ของเอกชนเพิ่มอีก 40 ไร่ จัดทำเป็นตลาดนัดสถานที่แห่งนี้จะรองรับกลุ่มผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงได้ถึง 1,500 ราย

ด้านทิศเหนือ ใช้พื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งอยู่บริเวณเดียวกับตลาดการเกษตร ย่านพหลโยธิน (รฟท.) จำนวน 74 ไร่ ซึ่งสถานที่แห่งนี้จะรองรับผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงได้ถึง 1,200 คน

วันที่ 15 พฤษภาคม 2522 กรุงเทพมหานคร ได้ตกลงเลือกพื้นที่ทางด้านทิศเหนือเป็นสถานที่จัดตลาดนัดแห่งใหม่ ส่วนอีก 3 แห่ง คือ พื้นที่ด้านตะวันออก ด้านตะวันตกและพื้นที่ด้านทิศใต้ ที่ไม่ได้รับการคัดเลือกเนื่องจากทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสมกับการจัดตั้งตลาดนัดเป็นศูนย์กลางการค้าที่เอื้อต่อคนกรุงเทพฯ ปริมาณพล เมื่อเทียบกับพื้นที่ด้านเหนือประการแรก บริเวณย่านพหลโยธินนี้ด้านตะวันออกติดกับพหลโยธินนี้ตะวันออกติดกับถนนพหลโยธิน ที่มีอาณาบริเวณเชื่อมต่อกับสถานีขนส่งสายเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ตลาดหมอชิต) อันเป็นศูนย์รวมของผู้คนและรถประจำทางจำนวนมาก ทำให้ประชาชนเดินทางไปใช้บริการของตลาดการค้าดังกล่าวได้อย่างสะดวกสบาย

ประการที่สอง พื้นที่ด้านทิศเหนือ จำนวน 8 ไร่ ในบริเวณเดียวกันนั้นมีตลาดการเกษตร ย่านพหลโยธิน เปิดให้ประชาชนใช้บริการอยู่ก่อนแล้ว ความมีชื่อเสียงของตลาดดังกล่าวในฐานะ สถานที่ค้าขายผลิตผลด้านการเกษตรเพียงอย่างเดียว จะมีส่วนสนับสนุนให้ตลาดนัดแห่งใหม่ที่จะเกิดขึ้นบริเวณเดียวกันได้รับความนิยมจากประชาชนตามไปด้วย

ประการที่สาม พื้นที่ด้านทิศเหนือบริเวณเดียวกับที่จะสร้างตลาดนัดแห่งใหม่นั้นพื้นที่ จำนวน 190 ไร่ กรุงเทพมหานครได้จัดสร้างเป็นสวนสาธารณะขึ้นเพื่อให้ผู้คนได้ใช้ประโยชน์ทั้งแก่ การพักผ่อน การออกกำลังกาย ซึ่งการสร้างตลาดนัดขึ้นในบริเวณดังกล่าวจะเป็นการเอื้อให้ประชาชนได้รับประโยชน์ในคราวเดียวกันถึง 2 ต่อ กล่าวคือ การพักผ่อนการหาซื้อสินค้าจะเกิดขึ้นช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้สวนสาธารณะจตุจักรได้เปิดให้ประชาชนไปใช้บริการก่อนตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2523

ประการที่สุดท้าย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการขยายความเจริญออกสู่ชานเมืองให้มากขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (ปี 2525-2529)

ส่วนพื้นที่ด้านทิศตะวันออก ทิศตะวันตกและทิศใต้ที่ไม่ได้รับเลือกจากกรุงเทพฯ อันเนื่องมาจากพื้นที่เหมาะสมน้อยกว่าก็ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นต่อไป โดยพื้นที่ด้านทิศตะวันออกนั้น ถูกจัดสร้างเป็นสวนสาธารณะสมเด็จพระเจ้าตากสิน ด้านทิศตะวันตกนั้นยังคงปล่อยไว้เป็นที่ว่างรกร้าง ส่วนทิศใต้บริเวณหัวถนนบางนาตราดนั้น กรุงเทพมหานครใช้พื้นที่เกือบทั้งหมดในการขยายถนนให้เป็น 8 ช่องทางจากเดิมที่มีอยู่ 4 ช่องทางเพื่อรองรับปริมาณรถยนต์วิ่งไปมาซึ่งมีจำนวนมากถึง 95,000 คัน/วัน

หลังจากกรุงเทพมหานครตกลงใช้พื้นที่ด้านทิศเหนือ เป็นที่จัดสร้างตลาดนัดแห่งใหม่แล้ว เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องปลายเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2522 กรุงเทพมหานคร ได้ขอเช่าที่ดินในตำแหน่งดังกล่าวซึ่งเป็นของการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 74.57 ไร่ จากทั้งหมด 2,323 ไร่ พร้อมกันนั้นในเดือนกรกฎาคมปีเดียวกันก็ได้อนุมัติเงินจำนวน 42 ล้านบาท ปรับพื้นที่และก่อสร้างอาคารสำนักงานชั่วคราว สร้างถนน เพื่อรองรับผู้ค้าเดิมที่จะย้ายจากตลาดนัดสนามหลวงและผู้มีความประสงค์จะเข้าร่วมกิจกรรมในตลาดนัดแห่งใหม่

พัฒนาการของตลาดนัดจตุจักร

พัฒนาการของตลาดนัดจตุจักรจากปี พ.ศ.2525-2545 เริ่มจากการเคลื่อนทำเลการค้าจากสนามหลวง ไปอยู่ในพื้นที่การรถไฟแห่งประเทศไทยด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานครตามมติเห็นชอบของกรุงเทพมหานครนั้น เป็นตัวแปรทำให้วิถีการเข้าร่วมกิจกรรมในตลาดนัดของผู้ค้าประชาชน ตลอดจนระบบการคมนาคมในกรุงเทพฯและปริมณฑลที่เคยดำเนินมา 15 ปีเต็ม (พ.ศ. 2500 - 2525) เปลี่ยนไป กล่าวคือ จากเดิมในแต่ละวันหยุดสุดสัปดาห์ สินค้า และผู้เข้าร่วมกิจ

กรรม ซึ่งเคยมุ่งสู่สนามหลวงจำนวนมากก็เปลี่ยนเป็นมุ่งสู่ตลาดนัดแห่งใหม่แทน ขณะที่เส้นทางการเดินรถได้เปลี่ยนไปในแนวทางเดียวกันเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นพัฒนาการอีกขั้นของตลาดการค้าที่เรียกว่า "ตลาดนัด"

ตลาดนัดจตุจักร พ.ศ. 2525–2528

สภาพพื้นที่ 74 ไร่ จากจำนวนทั้งหมด 2,323 ไร่ ที่กรุงเทพมหานครของเช่าจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่จะจัดสร้างเป็นตลาดนั้นมีสภาพเป็นที่รกร้างว่างเปล่าและเป็นที่ราบลุ่มล้อมรอบด้วยแนวคันสน มีแนวเขตด้านหน้าติดกับถนนพหลโยธินด้านข้างติดกับถนนกำแพงเพชร ชุมชนที่อาศัยรอบ ๆ อาณาบริเวณทิศตะวันตก (ถนนกำแพงเพชร 1) เป็นชุมชนเดิมที่ตั้งรกรากแถบนี้มาช้านานซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย และรับราชการ ขณะที่ด้านทิศใต้ (ถนนกำแพงเพชร 2) นั้นเป็นย่านที่พักอาศัยของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทยซึ่งมีประชากรในปี 2522 จำนวน 25,530 คน ทั้งนี้พื้นที่บริเวณดังกล่าวอยู่ในความรับผิดชอบของเขตจตุจักร

เมื่อรัฐมีนโยบายพัฒนากรุงเทพมหานครด้านทิศเหนือ และกรุงเทพมหานครเริ่มดำเนินการย้ายสถานที่ตั้งตลาดนัดมาอยู่บริเวณย่านพหลโยธินนี้ ได้มีการสร้างสาธารณูปโภคพร้อมปรับพื้นที่เพื่อรองรับการเติบโตของบริเวณดังกล่าว คือ ตัดถนนเสริมใหม่เชื่อมต่อถนนพระราม 6 เลียบคลองประปาสามเสน ผ่านบริเวณชุมชนย่านพหลโยธิน มาบรรจบกับถนนพหลโยธินบริเวณแยกลาดพร้าว เรียกว่า "ถนนกำแพงเพชร" ในปี พ.ศ. 2521 หลังจากนั้นจึงได้ปรับปรุงถนนในพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) เรียกว่า "ถนนกำแพงเพชร 2" และ "กำแพงเพชร 3" ส่วนบริเวณที่ล้อมกรุงเทพมหานครได้ถมที่ให้เต็มเพื่อเป็นสถานที่จัดตั้งตลาดนัด

ภายใต้การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของรัฐบาล ในที่สุดตลาดนัดแห่งใหม่จึงได้เปิดให้ประชาชนได้เข้าไปใช้บริการอย่างเต็มรูปแบบเมื่อวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2525 โดยใช้ชื่อว่า "ตลาดนัดพหลโยธิน" ทั้งนี้ตามวัตถุประสงค์ประการแรกเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนมีสถานที่ประกอบอาชีพค้าขายในทำเลที่เหมาะสมเป็นครั้งคราว โดยเฉพาะสินค้าพืชไร่ที่เกษตรกรผลิตขึ้นเองแล้วหาตลาดจำหน่ายไม่ได้

ประการที่สอง อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนกล่าวคือ เป็นที่รวมสินค้าหลายประเภทไว้ที่เดียวกันโดยที่ผู้ซื้อไม่ต้องเดินทางไปซื้อหลายๆ แห่งซึ่งช่วยประหยัดเวลาและค่าพาหนะ
 ประการที่สาม เป็นสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยชาวต่างประเทศ
 ประการสุดท้าย เป็นที่รองรับบรรดาผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงเดิมที่ต้องการนำสินค้าไปจำหน่าย

ตลาดนัดพหลโยธินเริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2525 ประสบกับปัญหาค่อนข้างมากในระยะแรก พื้นที่ลดน้อยลงหลังจากดำเนินการได้ 1 ปี เนื่องจากการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.)

ได้ขอที่ดิน คื่นจำนวน 4.83 ไร่ เพื่อทำเป็นสถานีขนถ่ายสินค้าบางประเภทและเป็นอู่ซ่อมหัวรถจักร ในบางโอกาส ดังนั้นเนื้อที่ของตลาดนัดพลโยธินจึงเหลือเพียง 69.74 ไร่ และการคัดค้านของผู้ค้า จากตลาดนัดสนามหลวงซึ่งกว่าจะโยกย้ายไปยังตลาดนัดบริเวณสวนจตุจักรได้นั้นต้องใช้ระยะเวลาถึง 3 ปีเต็ม เนื่องจากผู้ค้าเกรงจะสูญเสียผลประโยชน์ที่เคยได้รับและไม่มั่นใจว่าจะค้าขายสินค้าได้ดีดังเดิม อย่างไรก็ตามกรุงเทพมหานคร สามารถย้ายผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงได้สำเร็จในปี 2529 โดยผู้ค้าแฉงหนังสือเป็นกลุ่มสุดท้ายของการย้ายไปยังสถานที่ใหม่

กรุงเทพมหานครพยายามดำเนินการต่างๆ เพื่อย้ายผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงวิธีการหนึ่งที่กรุงเทพมหานคร ใช้เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ค้าจากตลาดนัดสนามหลวงเดิมไปค้าขายในตลาดนัดพลโยธินก็คือ เปิดให้ผู้ค้าค้าขายได้โดยไม่ต้องเสียค่าเช่าแฉงเป็นเวลา 2 เดือนถึงกระนั้นก็ไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้ค้าเท่าที่ควร ประกอบกับสภาพตลาดนัดพลโยธินระยะแรกไม่มีความพร้อม สถานที่สำหรับตั้งแฉงค้ำมีลักษณะเป็นอาคารชั่วคราวที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ ขณะที่ระบบสาธารณูปโภค อาทิ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เหล่านี้ยังต้องปรับปรุงอีกมาก

นอกจากนี้กลุ่มผู้ค้ายังเล็งเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสนามหลวงแล้ว ท่าเลที่ตั้งตลาดนัดแห่งใหม่การคมนาคมยังไม่สะดวก ประชาชนยังไม่มีความคุ้นเคยกับการเดินทางมาตลาดนัดแห่งใหม่ และยังไม่คุ้นเคยกับการไปจับจ่ายที่ตลาดนัดพลโยธิน จำนวนผู้คนที่เข้าร่วมกิจกรรม จึงไม่มากเท่ากับตลาดนัดสนามหลวง กล่าวคือมีจำนวนลดลงถึง 50,000 คน ส่งผลกระทบต่อเนื่องให้การค้าขายที่ตลาดนัดพลโยธินดำเนินไปในลักษณะที่ไม่สมกับการลงทุน

สำหรับหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบตลาดนัดพลโยธิน เปลี่ยนฐานะจากเดิมคือ จากที่อำนาจการบริหารตลาดนัดสนามหลวง อยู่ภายใต้การดูแลของนายกเทศบาลนครกรุงเทพก็เปลี่ยนไปอยู่ภายใต้การดูแลของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการเมืองไทย นั่นคือการรวมเทศบาลนครกรุงเทพกับธนบุรีเป็น "กรุงเทพมหานคร" ในปี 2516 การบริหารงานของรัฐในตลาดนัดพลโยธินนั้นช่วง 3 ปีแรก (พ.ศ. 2525-2528) อยู่ในความรับผิดชอบของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นการบริหารต่อเนื่องจากปี 2516 ช่วงนี้อยู่ในสมัยของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 2 ท่านคือ พลเรือเอกเทียม มกรานนท์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนพฤษภาคม 2524- พฤศจิกายน 2527 และ ดร.อาษา เมฆสวรรค์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2527- พฤศจิกายน พ.ศ. 2528 ซึ่งการบริหารยังคงยึดรูปแบบเดิมกล่าวคือ ตั้งบุคลากรขึ้นเป็นคณะกรรมการบริหารตลาดนัดกรุงเทพฯ จำนวน 10 คน ขึ้นตรงต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่ยังไม่มืองค์กรมารองรับการบริหารงานตลาดนัดโดยตรง ยังไม่มีกฎระเบียบในการควบคุมดูแลตลาดนัดอย่างจริงจัง ส่งผลให้ตลาดนัดไม่ได้ถูกเอาใจใส่เท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริหารมองว่าเป็นกิจกรรมด้านสังคมของประชาชนในกรุงเทพฯ และผู้อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงมากกว่าจะเป็นการบริหารงานที่เคร่งครัดด้วยระเบียบวินัยความรับผิดชอบ ขณะที่งบประมาณเพื่อ

การพัฒนาตลาดนัดดังกล่าวรัฐบาลไม่มีสนับสนุน งบประมาณที่จะนำมาพัฒนานั้นขึ้นอยู่กับผลประกอบการเพียงอย่างเดียวอันเป็นสาเหตุให้ผู้บริหารแต่ละยุคสมัยให้ความสนใจน้อย

นอกจากปัญหาการดำเนินการย้าย และความพร้อมของตลาดนัดพลโยธินแล้ว กรุงเทพมหานครขณะนั้น มีปัญหาเร่งด่วนเป็นนโยบายการบริหารกรุงเทพมหานคร คือเน้นแก้ปัญหาป้องกันกรุงเทพฯ ให้พ้นวิกฤตการณ์น้ำท่วมและปัญหาหาบเร่แผงลอย ที่เรื้อรังมาแต่อดีต ซึ่งประเด็นหลังนี้ผู้บริหารกรุงเทพมหานครทุกสมัยได้ให้ความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นหัวใจในการสร้างกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองศูนย์กลางที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยแล้วนำอยู่ ดังนั้นงบประมาณส่วนใหญ่จึงตกอยู่กับการแก้ปัญหาหาบเร่แผงลอยเป็นหลักกล่าว คือ เป็นจำนวนเงิน 2,500,000 บาท

ในปี 2526 จำนวน 3,500,000 บาทในปี 2527 และ 4,700,000 บาทในปี 2528 ส่วนงบประมาณสำหรับปรับปรุงตลาดนัดจตุจักร จึงต้องอยู่ในวงเงินจำกัดเพียง 200,000 บาทในปี 2526 จำนวน 300,000 บาทในปี 2527 และ 350,000 บาทในปี 2528 อันเป็นเหตุให้ ตลาดนัดจตุจักร ช่วง 3 ปี ปีแรกตกอยู่ในสภาพที่ทรุดโทรม

ตลาดนัดพลโยธินช่วง 2525–2528 กิจการยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากปัญหาการย้ายผู้ค้าจากสนามหลวงมายังสถานที่ใหม่ ทั้งยังมีความไม่พร้อมหลายประการ ในด้านการบริหาร และผู้บริหารในชุมชนกรุงเทพฯและปริมณฑล

ตลาดนัดจตุจักร พ.ศ. 2528–2537

ในปี พ.ศ. 2528 การบริหารส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานครได้เปลี่ยนวิธีการสรรหาผู้บริหารงานกรุงเทพมหานครใหม่จากการแต่งตั้งมาเป็นการเลือกตั้ง พล.ต.จำลอง ศรีเมือง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากพรรคพลังธรรม ได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครด้วยคะแนนเสียง 380,233 คะแนน ซึ่งภายใต้การบริหารงานของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครสมัยนี้ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตลาดนัดจตุจักรอย่างจริงจังโดยได้บรรจุปัญหาของตลาดนัดจตุจักรเข้าเป็นหนึ่งในนโยบายหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครครั้งนั้น และเมื่อเข้ารับตำแหน่งจึงมอบหมายให้พันเอกวินัย สมพงษ์ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเลขานุการกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง นับเป็นก้าวแรกของเลขานุการกรุงเทพมหานครเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง นับเป็นก้าวแรกของตลาดนัดที่ได้รับพัฒนาอย่างเป็นระบบมากขึ้นตลาดนัดพลโยธินได้ขยายตัวอย่างเด่นชัดนับตั้งแต่ พ.ศ. 2528 คณะผู้บริหารได้เปลี่ยนชื่อจาก "ตลาดนัดพลโยธิน" เป็นตลาดนัดจตุจักรในปี 2530 เพื่อให้สอดคล้องกับสวนสาธารณะที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน

ฐานะของตลาดนัดจตุจักรนั้น ได้ยกระดับความสำคัญในฐานะหน่วยงานที่เป็นหน่วยงานอิสระที่ขึ้นตรงต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พร้อมเลือกสรรกลุ่มบุคคลขึ้นมาบริหาร ซึ่งกลุ่มผู้

ปฏิบัติหน้าที่นั้นประกอบไปด้วยข้าราชการประจำ และข้าราชการการเมืองมีการจัดสร้างสถานที่คือ กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพฯ ขึ้นเป็นศูนย์การทำงานของคณะกรรมการบริหารงานตลาดนัด เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้ค้าประชาชนที่มาติดต่อและผู้ให้ความสนใจจะเข้าร่วมกิจกรรมในตลาดนัดแห่งนี้ ทั้งนี้ พ.อ.วินัย สมพงษ์ ผู้อำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร (พ.ศ. 2528–2535) กล่าวถึงแรกเริ่มในฐานะถูกมอบหมายให้ดูแลรับผิดชอบโดยตรงจาก พล.ต.จำลอง ศรีเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (ขณะนั้น) เมื่อปี พ.ศ. 2528 ว่าได้เห็นความไม่เป็นระเบียบของตลาดนัดอย่างมาก โดยเฉพาะแง่ของความสะดวกสภาพพื้นที่ยังเป็นหลุมๆ ดอนๆ ลักษณะการค้าขายยังไม่เป็นระเบียบเหมือนแหล่งเสื่อมโทรมและเหมือนแหล่งมั่วสุมของมิชชันนารี

"ดูแล้วไม่เหมือนตลาดนัด สภาพค่อนข้างน่ากลัว ซึ่งตอนนั้นถ้าผมเป็นผู้บริหารผมคงต้องคิดหนักเหมือนกันในการที่จะมาจับจ่ายสินค้าที่นั่น ขณะที่อาคารที่ทำการก็เล็กมากซ่อมซ่อมจะล้มล้มล้มหล่นดูเลหาคาความเป็นตลาดนัดไม่เจอละเลย เมื่อผมเข้ามาจับงานตรงนี้อ่างเต็มตัวจึงต้องรีบปรับปรุงอย่างเร่งด่วน"

นั่นจึงเป็นที่มาของการปรับปรุง "ตลาดนัดจตุจักร" ขนาดใหญ่ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของ พล.ต.จำลอง ศรีเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (ขณะนั้น) และจากที่ไม่มีความลงตัวในทุกด้านก็ได้มีการจัดระเบียบการค้า มีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้ พร้อมออกทะเบียนบัตรให้กับผู้ประกอบการค้า ติดตั้งโทรศัพท์ ติดตั้งน้ำประปาเข้าไปในทุกพื้นที่ ทำท่อระบายน้ำ มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ทุกอย่างเป็นระบบอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลา 1 ปี ด้วยงบประมาณการลงทุนในจุดต่างๆ เหล่านี้รวม 50 ล้านบาท

ตลาดนัดจตุจักรจึงได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้ซื้อและผู้ขายโดยเฉพาะผู้คนในกรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้น ได้ให้ความสำคัญกับตลาดนัดจตุจักรในฐานะเป็นตลาดการค้าที่ยิ่งใหญ่ ขายสินค้าราคาถูก มีสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับแหล่งค้าแหล่งอื่นตลาดนัดจตุจักรในช่วงเวลานี้ได้พัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากแผงค้าช่วงปีแรกที่เปิดให้บริการแก่ประชาชนมีผู้ค้าให้ความสนใจน้อยเพียง 200–300 แผงก็ได้เพิ่มขึ้นเป็น 1,650 แผงในปี 2529 เป็น 2,875 แผงในปี 2530 เป็น 4,680 แผงในปี 2531 เพิ่มขึ้นเป็น 6,900 แผงในปี 2532 ตามลำดับ จนปัจจุบันตลาดนัดจตุจักรมีจำนวนแผงค้าทั้งสิ้น 8,817 แผงมีจำนวนผู้ค้าทั้งหมด 6,500 คน ซึ่งจำนวนแผงที่เพิ่มขึ้นนั้นมากกว่าแผงค้าในตลาดนัดสนามหลวงที่มีแผงค้าทั้งหมด 5,579 แผง

จากปริมาณแผงค้า จำนวนผู้คนที่เข้าร่วมกิจกรรมที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นลำดับนั้นตลาดนัดจตุจักร ได้มีบทบาทเกี่ยวพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพฯ เขตปริมณฑลจนต่อมาได้ขยายบทบาทออกไปโดยจัดตั้งตลาดนัดมีนบุรีขึ้นในปี 2533 ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นดัชนีชี้ให้เห็นว่าตลาดการค้าในรูปตลาดนัด มีความสำคัญเกี่ยวพันกับการดำเนินชีวิตของประชาชนอยู่อย่างเหนียวแน่น สังเกตได้จากจำนวนผู้คนที่ใช้บริการตลาดนัดจตุจักรมีปริมาณ เพิ่ม

ขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยวันเสาร์จะมีผู้ใช้บริการประมาณ 150,000 คน วันอาทิตย์ประมาณ 200,000 คน ซึ่งมีปริมาณมากกว่าผู้คนในตลาดนัดสนามหลวงเกือบ 1 เท่าตัว ทั้งนี้ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตลาดนัดสนามหลวง วันเสาร์-วันอาทิตย์ รวมแล้วกว่า 150,000 คน

"อดีตภาพลักษณ์ของตลาดนัดตั้งแต่สนามหลวงเป็นต้นมา เป็นตลาดระดับล่างแต่ภาพเหล่านั้นได้เลือนหายไปจากความทรงจำของผู้คน เมื่อ พล.ต.จำลองเข้ามาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนปัจจุบันตลาดนัดจตุจักรมีสินค้าเกือบทุกระดับชั้นทุกกลุ่มอาชีพทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ระดับราคาสินค้าต่อชิ้นก็ไม่แพงมีราคาตั้งแต่ 1 บาทกระทั่งถึง 30 ล้านบาท ซึ่งสินค้าที่มีราคาต่อชิ้นสูงมากก็คือสินค้าประเภทของเก่าหายาก

สำหรับสินค้าที่ผู้ค้านำมาจำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็น 12 ประเภทประกอบด้วยผัก ผลไม้ เสื้อผ้าของเบ็ดเตล็ด สัตว์มีชีวิต อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และต้นไม้ ทั้งนี้แต่ละแผงซึ่งมีขนาด 5 ตารางเมตรเท่ากันหมดนั้น กรุงเทพมหานครคิดค่าเช่าในอัตรา 45 บาท โดยแยกเป็นค่าเช่าเดินที่ 20 บาท และค่ารักษาความสะอาดตลาดนัดอีก 25 บาท

ไม่เฉพาะตลาดนัดสนามหลวงเท่านั้น ที่เป็นสถานที่ชุมนุมของคนจำนวนมากในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งเป็นวันเปิดให้มีการบริการตลาดนัด สถานะภาพของตลาดนัดจตุจักรในช่วงนี้ก็เช่นกันนั้นหลังจากกรุงเทพมหานครได้เร่งปรับปรุง สถานที่ค้าขายให้เป็นระเบียบและมีมาตรฐานมากขึ้นดังคำยืนยันของอดีต ผอ.กองตลาดนัดกรุงเทพมหานคร ปี 2528-2535 พันเอกวินัย สมพงษ์ ที่ว่า

"ผมเริ่มปรับปรุงรายได้ของตลาดนัดมาตลอด จากเสาร์อาทิตย์ละหมื่นสองหมื่นมาเป็นเสาร์-อาทิตย์ละกว่าแสนบาท กล่าวพูดได้ว่ารายได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยไม่รั่วไหล พร้อมจัดระบบทุกอย่างโดยทำเป็นทะเบียนการค้า นำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้ในกรุงเทพมหานครออกทะเบียน บัตรผู้ค้าสามารถรู้เลยว่ามีผู้ค้าเท่าไรแพร่ไหนอยู่ตรงไหน ใครเป็นเจ้าของซึ่งระบบนี้ผมเรียกว่า" LAND REFORM"

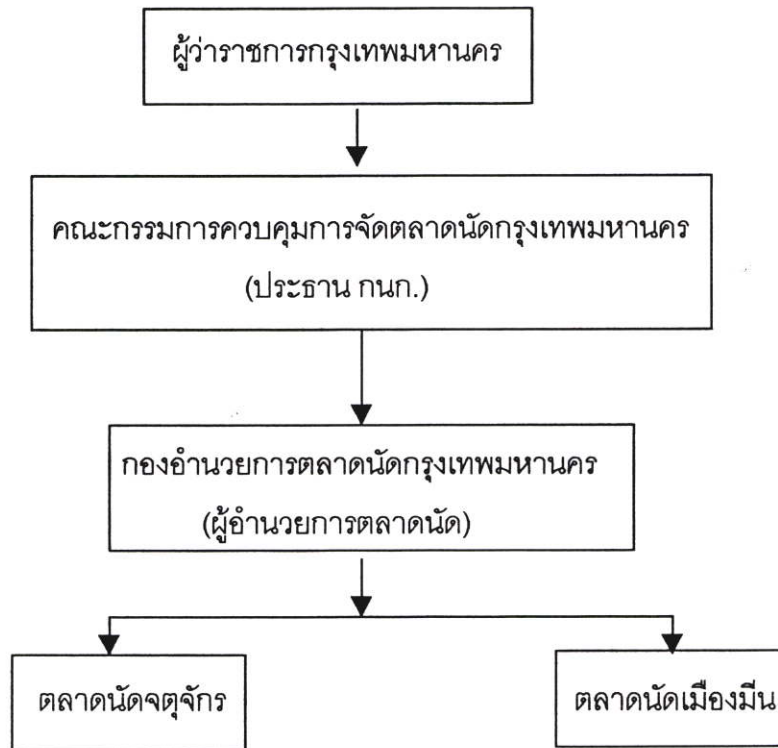
เนื่องจากมีผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงปริมาณสินค้าที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้เงินหมุนเวียนในตลาดนัดแห่งนี้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้จากคำชี้แจงของพรเทพ วิริยะพันธ์ ผอ.กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร (พ.ศ. 2535-2537) ที่กล่าวถึงปริมาณเงินทุนหมุนเวียนในตลาดนัดจตุจักรช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จากผลการสำรวจของททท. ว่าปัจจุบันผู้ค้าจะมีเงินทุนหมุนเวียนจากการจำหน่ายสินค้ารวมกันไม่ต่ำกว่าวันละ 80 ล้านบาท และใน 1 ปีในตลาดนัดจตุจักรเปิดให้ประชาชนเข้าใช้บริการทั้งหมด 100 วัน ดังนั้นเงินทุนหมุนเวียนทั้งปีจะมีมากถึง 8,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

สำหรับการบริหารงานหรือการเข้าไปจัดการของกรุงเทพมหานครช่วงนี้ได้เปลี่ยนไป ผู้รับผิดชอบคือคณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัด ซึ่งขึ้นตรงต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่มาจากการเลือกตั้ง และการเพิ่มของจำนวนคณะกรรมการควบคุมจัดการตลาดนัดคือ จากอดีตมีคณะ

กรรมการฯ เพียง 10 คนก็ให้เพิ่มเป็น 12 คน (รายละเอียดตารางที่ 3,4,5) ซึ่งมีทั้งราชการประจำ โดยตำแหน่งและข้าราชการการเมืองควบคู่กัน ทั้งนี้สามารถเพิ่มขึ้นได้อีกไม่เกิน 6 คน กรณีที่คณะกรรมการมีความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น เช่น มีการปิดตลาดนัดแห่งใหม่

ในจำนวนนี้จะมีผู้รับหน้าที่เป็นประธาน 1 คน เรียกโดยย่อว่าประธาน กก. ขณะนั้นต้องดำรงตำแหน่งรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครฝ่ายบริหารและการคลัง ซึ่งรูปแบบดังกล่าวได้ใช้บริหารงานตลาดนัดจตุจักรมาจนถึงปัจจุบัน

บทบาทคณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดกรุงเทพมหานคร นั้นคือ มีอำนาจในการกำหนดนโยบายควบคุมการบริหารงานตลาดนัดของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งจัดตลาดนัดชั่วคราวพร้อมกำกับดูแลควบคุมการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ กำหนดเจ้าหน้าที่ และแต่งตั้งคณะทำงานได้ตามความจำเป็นตามความเหมาะสม ซึ่งคณะกรรมการฯ แต่ละชุดนั้นมีวาระการบริหารงาน 4 ปี ตามวาระการบริหารงานของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2.1 แผนภูมิแสดงการบริหารงานตลาดนัดกรุงเทพมหานคร(พ.ศ. 2525 - ปัจจุบัน)

ที่มา : กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2543

ตารางที่ 2.3 คณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดกรุงเทพมหานคร(พ.ศ. 2529-2535)

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	
1.	พล.ต.จำลอง ศรีเมือง	ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	กรรมการที่ปรึกษา
2.	พล.อ.อ.อรุณ พร้อมเทพ	ประธานคณะกรรมการ ที่ปรึกษาผู้ว่าฯ กทม. (บริหาร)	กรรมการที่ปรึกษา
3.	นายไชยวัฒน์ สินสุวงศ์	รองผู้ว่าฯ กทม.	ประธาน กกน.
4.	นายทองต่อ กล้วยไม้ ณ อยุธยา	ปลัด กทม.	รองประธาน กกน.
5.	นายประเสริฐ สมะละภา	รองปลัด กทม.	กรรมการ
6.	ร.ต.ต.เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ	รองปลัด กทม.	กรรมการ
7.	นายสุทิน สังข์มงคล	ผอ.สำนักเทศกิจ	กรรมการ
8.	นายสุนัย เศรษฐบุญสร้าง	เลขานุการผู้ว่าฯ กทม.	กรรมการ
9.	นายประเจียด สกุลวงศ์	ผอ.สำนักการคลัง	กรรมการ
10.	นายขจรศักดิ์ ว่องปรีชา	ผอ.สำนักรักษาความสะอาด	กรรมการ
11.	นายประวิทย์ ทองภูเบศร์	ผอ.เขตจตุจักร	กรรมการ
12.	พ.อ.วินัย สมพงษ์	ผอ.ตลาด กทม.	กรรมการเลขานุการ

ที่มา : กองการเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร, เอกสารแต่งตั้งข้าราชการกรุงเทพมหานคร
980/2529 ลงวันที่ 15 กันยายน 2529

ตารางที่ 2.4 คณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดกรุงเทพมหานคร(พ.ศ. 2527-2535)

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	
1.	รอ.กฤษฎา อรุณวงษ์ ณ อยุธยา	ผู้ว่าราชการ กทม.	กรรมการที่ปรึกษา
2.	พลโทบวร งามเกษม	ประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาผู้ว่าฯ กทม. (บริหาร)	กรรมการที่ปรึกษา
3.	นายปัจจุชัย บุนนาค	รองผู้ว่าฯ กทม.	ประธาน กกน.
4.	นายประเสริฐ สมะลาภา	ปลัด กทม.	รองประธาน กกน.
5.	นายสุทิน สังข์มงคล	รองปลัด กทม.	กรรมการ
6.	รต.เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ	รองปลัด กทม.	กรรมการ
7.	นายชาติ สิ้นธุนา	ผอ. สำนักเทศกิจ	กรรมการ
8.	นายสุนัย เศรษฐบุญสร้าง	เลขานุการ ผว.กทม.	กรรมการ
9.	นายสมควร วรวิรัฐ	ผอ.สำนักการคลัง	กรรมการ
10.	นายณรงค์ ไตสมภาค	ผอ.สำนักรักษาความสะอาด	กรรมการ
11.	นายนคร พจนวพงษ์	ที่ปรึกษากฎหมาย กทม.	กรรมการ
12.	พ.อ.สิโรจน์ ชูศักดิ์	ผู้บังคับกองพันสารวัตรที่ ๑	กรรมการ
13.	พล.ต.พงษ์ศักดิ์ กนิษฐกุล	รอง ผชบ.ตำรวจนครบาล	กรรมการ
14.	นายประวิทย์ ทองภูเบศร์	ผอ.เขตจตุจักร	กรรมการ
15.	นายสมบุญ อานิกวงศ์ชัย	ผอ.เขตมีนบุรี	กรรมการ
16.	นายรังสิต ห่มระฤก	-	กรรมการ
17.	นายมานะชัย ห่มระฤก	-	กรรมการ
18.	นายพรเทพ วิริยพันธ์	ผอ.ตลาดนัด กรุงเทพมหานคร	กรรมการและ เลขานุการ

ที่มา : กองการเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานคร, เอกสารแต่งตั้งข้าราชการกรุงเทพมหานครที่

1512/2535 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน 2535

ตารางที่ 2.5 คณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดกรุงเทพมหานครปัจจุบัน

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	
1.	นายสมักร สุนทรเวช	ผู้ว่าราชการ กทม.	กรรมการที่ปรึกษา
2.	นางณฐนนท ทวีสิน	รองปลัดกรุงเทพมหานคร	กรรมการที่ปรึกษา
3.	นายโยธิน ทองคำ	รองผู้ว่าฯ กทม.	ประธาน กกน.
4.	รต.เกรียงศักดิ์ โคนะชาละ	ปลัด กทม.	รองประธาน กกน.
5.	นายสุทิน สังข์มงคล	รองปลัด กทม.	กรรมการ
6.	นายธวัชชัย กำลังงาม	ผอ. สำนักเทคนิค	กรรมการ
7.	นายสุนัย เศรษฐบุญสร้าง	เลขานุการ ผว.กทม.	กรรมการ
8.	นายสมฤกษ์ วุฑฒิปรีชา	ผอ.สำนักการคลัง	กรรมการ
9.	นายพิชัย ไชยพจน์พานิช	ผอ.สำนักรักษาความสะอาด	กรรมการ
10.	นายสมชาย ดาวแสงสว่าง	ผู้อำนวยการกองกฎหมาย และคดี	กรรมการ
11.	พลตำรวจโทอนันต์ ภิรมย์ แก้ว	ผู้บัญชาการตำรวจนครบาล	กรรมการ
12.	พันเอกชูศิลป์ งามประสิทธิ์	ผู้บังคับกองพันสารวัตรที่ 1	กรรมการ
13.	นายประเสริฐ ทองนุ่น	ผอ.เขตจตุจักร	กรรมการ
14.	นายบรรจง สุขดี	ผอ.เขตมีนบุรี	กรรมการ
15.	นายรังสิต ห่มระฤก	-	กรรมการ
16.	นายมานะชัย ห่มระฤก	-	กรรมการ
17.	นายสุพล แก้วสอาด	ผอ.ตลาดนัดกรุงเทพมหานคร	กรรมการและเลขานุการ

การบริหารงานตลาดนัดจตุจักรตั้งแต่ปี 2528 จึงมีลักษณะดังนี้คือผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครจะเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการ ซึ่งมีประธานกรรมการรวมด้วย (รองผู้ว่าฯ ฝ่ายบริหารและการคลัง) และประธานกรรมการ ๙ จะแต่งตั้งผู้อำนวยการตลาดนัดขึ้นบริหารงาน ตลาดนัดตามที่ประธาน กกน.กำหนด มีรองผู้อำนวยการตลาดนัด 1 คนและผู้ช่วยผอ.ตลาดนัด ตามที่เห็นสมควรให้มีหน้าที่รับผิดชอบช่วยเหลือผู้อำนวยการตลาดนัดที่ได้รับมอบหมาย

กองอำนาจการตลาดนัดกรุงเทพมหานครจัดรูปแบบการบริหารงานให้เป็นระบบมากขึ้น โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็น 6 ฝ่าย ประกอบไปด้วย 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป มีหัวหน้าฝ่าย 1 คน รับผิดชอบงานดังนี้

1.1 งานธุรการ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสารบรรณและธุรการ การประสานงาน การเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ การอนามัย และหน้าที่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 15 อัตรา

1.1.1 หัวหน้างานธุรการตลาดนัดจตุจักร 1 อัตรา

1.1.2 เจ้าหน้าที่งานธุรการตลาดนัดจตุจักร 14 อัตรา

(ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ธุรการ 10 คน เจ้าหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์ 2 คน และเจ้าหน้าที่จากสำนักอนามัย 2 คน)

1.2 งานสถานที่ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดูแลสถานที่ ยานพาหนะ การรักษาความสะอาด และหน้าที่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 21 อัตรา

1.2.1 หัวหน้างานสถานที่ตลาดนัดจตุจักร 1 อัตรา

1.2.2 เจ้าหน้าที่งานอาคารตลาดนัดจตุจักร 20 อัตรา

(ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ธุรการ 3 คน เจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด 2 คน และเจ้าหน้าที่เก็บขนมูลฝอยและขนถ่ายสิ่งปฏิกูล สำนักรักษาความสะอาด จำนวน 15 คน)

2 ฝ่ายปฏิบัติการ มีหัวหน้าฝ่าย 1 คน รับผิดชอบงานดังนี้

2.1 งานรายได้ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดเก็บเงินผู้ค้าหรือรายได้อื่นๆ การส่งเงินที่จัดเก็บได้ให้แก่ฝ่ายการเงินบัญชีและพัสดุ และหน้าที่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 58 อัตรา

2.1.1 หัวหน้างานรายได้ตลาดนัดจตุจักร 1 อัตรา

2.1.2 เจ้าหน้าที่งานรายได้ตลาดนัดจตุจักร 57 อัตรา

(ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่เก็บเงินโครงการ 32 คน ค่าจอดรถยนต์, รถจักรยานยนต์, ห้องสุขา, ค่าน้ำประปา, เจ้าหน้าที่ควบคุมการจัดระเบียบรถจักรยานยนต์ 3 คน เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน 10 คน เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการที่ประตูเข้า – ออก ระหว่างเวลา 05.00 – 13.00 น. จำนวน 6 คน และเวลา 13.00 – 21.00 น. จำนวน 6 คน)

2.2 งานเทศกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย การตั้งวางจัดระเบียบแผงค้า จับกุมผู้กระทำผิดกฎหมาย และจัดการจราจรให้ยานพาหนะผ่านได้โดยสะดวก พร้อมจัดหาที่จอดรถยานพาหนะตามที่กำหนด

อนึ่งการจัดกำลังสารวัตรทหาร และเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้อำนวยการตลาดนัดฯ สามารถจัดได้ตามความจำเป็น ตามความเหมาะสม โดยความเห็นชอบของประธานคณะกรรมการจัดตลาดนัดกรุงเทพมหานคร (กนท.) ปัจจุบันมีอัตราทั้งสิ้น 41 อัตรา

2.2.1 หัวหน้างานเทศกิจตลาดนัดจตุจักร 1 อัตรา

2.2.1 เจ้าหน้าที่งานเทศกิจตลาดนัดจตุจักร 40 อัตรา

(ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ธุรการ 1 คน เจ้าหน้าที่เปรียบเทียบปรับ 1 คน ชุดปฏิบัติการ 28 คน เจ้าหน้าที่กรมป่าไม้ 10 คน)

หน้านี้ไม่มีในต้นฉบับ

4.3.1 หัวหน้างานตรวจสอบตลาดนัดจตุจักร 1 อัตรา

4.3.2 เจ้าหน้าที่งานตรวจสอบตลาดนัดจตุจักร 6 อัตรา

(ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ตรวจสอบการจัดเก็บเงินและรายได้ ตรวจสอบราคาสินค้า และตรวจสอบเรื่องร้องเรียน 5 คน และเจ้าหน้าที่ธุรการ 1 คน)

4.4 งานส่งเสริมกิจการของตลาดนัด มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการจัดกิจกรรมพิเศษหารายได้ให้ตลาดนัดและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมงานตลาดนัด โดยขึ้นตรงต่อผู้อำนวยการตลาดนัดมีจำนวน 6 อัตรา

4.4.1 หัวหน้างานส่งเสริมกิจการตลาดนัดจตุจักร 1 อัตรา

4.4.2 เจ้าหน้าที่งานส่งเสริมกิจการตลาดนัดจตุจักร 5 อัตรา

นอกจากคณะผู้บริหารตลาดนัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยผู้อำนวยการตลาดนัด 1 คน รองผู้อำนวยการตลาดนัด 1 คน และผู้ช่วยผู้อำนวยการตลาดนัด 5 คนแล้ว กองอำนาจการตลาดนัดกรุงเทพมหานครยังมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานอีก 2 ประเภท คือ

1. ลูกจ้างกองอำนาจการตลาดนัดฯ ซึ่งแบ่งย่อยเป็น

- ลูกจ้างประจำกองอำนาจการตลาดนัดฯ จำนวน 49 อัตรา ปฏิบัติงานตั้งแต่เวลา 18.30–16.30 น. ในรอบ 1 สัปดาห์กลุ่มนี้จะปฏิบัติหน้าที่ 6 วัน ภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบจะประจำตามงานต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้น

- ลูกจ้างชั่วคราวกองอำนาจการตลาดนัดฯ จำนวน 168 อัตรา ปฏิบัติหน้าที่ผลัดผลัดละ 8 ชั่วโมง ลักษณะงานเป็นดังนี้คือผลัดที่ 1 เริ่มเวลา 07.00–15.00 น. ผลัดที่ 2 เริ่มเวลา 15.00–23.00 น. และผลัดที่ 3 เริ่มเวลา 23.00–07.00 น. กลุ่มนี้จะดูแลรับผิดชอบเรื่องการบริหารผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้ได้รับความสะดวกในทุกเรื่อง

2. เจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัด จำนวน 297 อัตราพิจารณาคัดเลือกจากข้าราชการหรือลูกจ้างกรุงเทพมหานครและตำรวจจากหน่วยงานภายนอกปฏิบัติงานในวันเสาร์-อาทิตย์ (วันเปิดบริการตลาดนัด) โดยแบ่งการทำงานเป็น 2 ผลัดๆ ละ 6 ชั่วโมงดังนี้ ผลัดที่ 1 เริ่มเวลา 06.00 – 12.00 น. และผลัดที่ 2 เริ่ม 13.00–18.00 น.

การที่กรุงเทพมหานครจัดตั้งตลาดนัดจตุจักรขึ้น ให้มีสถานะเป็นหน่วยงานหนึ่งของกรุงเทพมหานครมีรายได้เลี้ยงตนเอง งบประมาณการบริหารได้มาจากงบประมาณแผ่นดินและรายได้ของตลาดนัดนั้นมาจากการดำเนินการนั้น ผลประกอบการส่วนหนึ่ง คือ จำนวน 50% มอบให้กรุงเทพมหานครนำไปพัฒนาบ้านเมืองโดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมาณอีก 50% เก็บไว้ใช้ในกิจการของตลาดนัดทั้งนี้ตลาดนัดจตุจักรมีรายรับ-รายจ่ายแยกตามประเภทได้ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

รายรับ-รายจ่ายจากรายละเอียดในตารางที่ 6 นั้นทำให้ทราบถึงความรับผิดชอบของผู้บริหารตลาดนัดกรุงเทพฯ ที่ต้องให้ความพยายามอย่างหนักในการบริหารตลาดนัดจตุจักรให้มีผล

กำไร เพราะส่วนหนึ่งของผลกำไรนอกเหนือจากมอบให้กับกรุงเทพมหานครโดยหักค่าใช้จ่ายดังรายละเอียดจากตารางที่ 6 แล้ว ที่เหลืออีกจำนวนหนึ่งนั้นจะต้องนำมาใช้เป็นทุนในการพัฒนาตลาดนัดจตุจักรต่อไป เพราะรัฐบาลมีงบประมาณสนับสนุนน้อยเนื่องจากเป็นหน่วยงานอิสระที่เลี้ยงตัวเอง อย่างไรก็ตามจากการบริหารงานของกรุงเทพมหานครและการดำเนินงานของผู้บริหารตลาดนัดทุกสมัย นับว่าประสบผลสำเร็จด้วยดีทั้งนี้ในปีหนึ่งๆ จะมีรายรับมากกว่ารายจ่าย

ตารางที่ 2.6 แสดงภาพรวมรายรับ-รายจ่ายของตลาดนัด

ประเภทรายรับ	ประเภทรายจ่าย
1. ค่าใช้สถานที่แผงค้าในอาคารกึ่งถาวร	1. ค่าเบี้ยเลี้ยง กนก.
2. ค่าใช้สถานที่แผงค้าวันพุธ-วันศุกร์	2. ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่
3. ค่าใช้สถานที่แผงค้าต้นไม้วันพฤหัสบดี-วันศุกร์	3. ค่าเบี้ยเลี้ยงตำรวจจราจร
4. ค่าน้ำประปาจากผู้ค้าในอาคารกึ่งถาวร	4. ค่าเบี้ยเลี้ยงสารวัตรทหาร
5. ค่าตั้งวางสิ่งของในตลาดนัด	5. ค่าจ้างลูกจ้างประจำกองอำนาจการฯ
6. ค่าจอดรถ	6. ค่าจ้างลูกจ้างชั่วคราวกองอำนาจการฯ
7. ค่าธรรมเนียมโอนสิทธิ์แผงค้า	7. ค่าตอบแทนผู้บริหารตลาดนัดฯ
8. ค่าธรรมเนียมทะเบียนแผงค้า	8. ค่าอาหารทำการนอกเวลา
9. ค่าปรับทะเบียนแผงค้า	9. ค่าไฟฟ้า
10. ค่าจัดทำคู่มือทะเบียนแผงค้า	10. เงินสมทบเงินประกันสังคมส่วนของนายจ้าง
11. สิทธิเข้าทำการค้าในลานเร่	11. ค่าใช้สอยต่างๆ
12. ค่าบริจาคเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่	12. ค่าครุภัณฑ์
13. ค่าใช้สถานที่ติดตั้งร่ม	13. ค่าเบี้ยประชุม กนก.
14. ค่าเช่าซุ้มหนังสือ	14. ค่าเช่าที่ดินการรถไฟฯ
15. ค่าถ่ายเอกสาร	15. ค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง
16. ค่าเช่าที่ทำการ ธ.ทหารไทย และ ธ.กรุงเทพ	
17. ค่าไฟฟ้าซุ้มหนังสือ	
18. ค่าบริจาค	
19. ค่าเครื่องขยายเสียง	
20. ค่าให้สิทธิในอาคารสุขาธารณะ	

ที่มา : เอกสารรายรับ-รายจ่ายตลาดนัดกรุงเทพมหานคร ปี 2545

ตารางที่ 2.7 แสดงรายรับ-รายจ่ายของตลาดนัดจตุจักร ปีงบประมาณ 2529-2541

งบประมาณ	รายรับ	รายจ่าย	รายรับสูงกว่ารายจ่าย
2529	7,634,761.74	4,855,058.34	2,779,703.40
2530	11,058,178.46	7,813,659.58	3,244,518.88
2531	11,143,795.89	7,758,969.17	3,384,826.72
2532	12,750,413.70	8,677,786.87	4,072,626.83
2533	14,268,864.57	8,291,682.76	5,977,181.81
2534	24,355,487.31	16,440,106.01	7,915,381.30
2535	28,166,544.44	11,988,054.76	16,178,489.68
2536	29,821,445.94	13,315,527.28	16,505,918.66
2537	31,647,487.51	24,297,889.46	7,349,598.05
2538	39,957,251.90	25,537,360.52	13,758,064.59
2539	41,487,699.58	19,820,084.09	18,137,167.81
2540	41,487,699.58	22,112,814.05	19,374,885.53
2541	47,077,850.53	23,023,191.99	24,054,658.54
2542	63,618,529.55	40,011,689.19	23,606,840.36
2543	80,159,208.57	57,000,186.40	23,159,022.17
2544	77,038,397.82	74,365,664.89	2,672,732.93
รวม	336,665,206.68	193,932,184.88	142,773,021.80

ที่มาข้อมูล : เอกสารรายรับ-รายจ่ายตลาดนัดกรุงเทพมหานคร ระหว่าง พ.ศ. 2529 - 2544
ฝ่ายการเงินบัญชีและพัสดุ, กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร
(พ.ศ.2545)

จากรายละเอียดในตารางที่ 7 อันเนื่องมาจากผลประกอบการนั้นมีรายรับมากกว่ารายจ่ายทุกปีและช่วงตั้งแต่ พ.ศ.2529-2545 นั้นจะสังเกตได้ว่าบางปีมีผลกำไรมากถึงครึ่งหนึ่งของรายจ่าย อันแสดงให้เห็นความสำเร็จในการบริหารของคณะกรรมการตลาดนัดตั้งแต่ปี 2529 ซึ่งความสำคัญของตลาดนัดจตุจักรที่มีอิทธิพล สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะชาวกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ต่างสนใจเข้ามีส่วนร่วมในตลาดนัดจตุจักรอย่างมากมาเป็นประจำ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตด้วย

แม้การบริหารงานตลาดนัดจตุจักร ของคณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดจะ

ประสบผลสำเร็จด้วยดีในด้านรายรับตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมานี้ แต่คณะกรรมการควบคุมการจัดตลาดนัดยังคงมองเป็นปัญหาในการพัฒนาตลาดนัดจตุจักร เนื่องจากพื้นที่ตลาดนัดเริ่มจะคับแคบไม่เพียงพอต่อการขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดนัด การขยายพื้นที่ออกไปทำได้โดยการเช่าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ด้านรายจ่ายโดยเฉพาะรายจ่ายค่าเช่าที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย(ร.ฟ.ท.) เป็นความจำเป็นอีกประการที่กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร โดย ผอ.ตลาดนัดจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

ทั้งนี้ในสมัยพลเรือนเอกเทียม มกรานนท์ ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ ต่อจากนายเชาวน์วัศ สุตลาภา ในช่วงปี 2525-2527 นั้น ได้ตกลงเช่าที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทยจำนวน 78 ไร่เศษ เป็นระยะเวลา 30 ปี คือ ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2525 โดยการรถไฟฯ คิดค่าเช่าตารางเมตรละ 15 บาท/ปี หรือโดยรวมแล้วประมาณปีละ 1.6 ล้านบาท และเมื่อครบสัญญาเช่าทุก 5 ปี นับแต่วันที่การรถไฟฯอนุญาตให้เช่าจะต้องมีการประชุมหารือร่วมกันเพื่อปรับปรุงค่าเช่าที่ดินเพิ่มขึ้น

เดือนมกราคม ปี 2533 การรถไฟฯ และกองอำนวยการตลาดนัด โดยพันเอกวินัย สมพงษ์ ผอ.ตลาดนัดจตุจักรขณะนั้น ได้ตกลงทำสัญญาสร้างอาคารสูง 3 ชั้น ขึ้นในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อใช้เป็นอาคารที่ทำการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร โดยชำระค่าเช่าที่ดินเพิ่มเติมให้การรถไฟแห่งประเทศไทยเฉพาะพื้นที่บริเวณที่ปลูกสร้างอาคารเพิ่มอีกตารางเมตรละ 121 บาท/ปี จากอัตราค่าเช่าเดิมตารางเมตรละ 15 บาท/ปี

อย่างไรก็ตามปลายปี 2535 การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) เจ้าของพื้นที่ได้เสนอขอปรับอัตราค่าเช่าใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อปฏิบัติของกองอำนวยการตลาดนัดจตุจักรดังรายละเอียดต่อไปนี้ ในปี พ.ศ. 2535 คิดในอัตรา 50 บาท/ตารางเมตร/ปี ปี พ.ศ. 2536 คิดในอัตรา 60 บาท/ตารางเมตร/ปี ปี พ.ศ. 2539-2540 คิดในอัตรา 68 บาท/ตารางเมตร/ปี และตั้งแต่ปี 2541 ขึ้นไปจะมีการพิจารณาอัตราค่าเช่าใหม่

จากอัตราค่าเช่าที่การรถไฟฯได้กำหนดขึ้นในแต่ละปีนั้น กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักรมองว่าเป็นอัตราที่แพงเกินไป จึงทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) พิจารณาปรับลดอัตราค่าเช่าดังกล่าว เนื่องจากได้ส่งผลกระทบต่อผู้ค้าประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมโดยรวม กล่าวคือเมื่อค่าเช่าสถานที่แพงก็ทำให้ผู้ค้าต้องเสียค่าเช่าให้กับกองอำนวยการตลาดนัดจตุจักรในอัตราที่แพงตามไปด้วย ราคาสินค้าในตลาดนัดย่อมสูงขึ้นและส่งผลเชื่อมโยงถึงประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมในตลาดนัดด้วย

ทั้งนี้กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักรจำต้องจ่ายค่าเช่าสถานที่ให้กับการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 32% ของรายจ่ายในแต่ละปี ตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการปี 2525-2537 ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 2.8 ค่าเช่าที่ดินการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.)(พ.ศ. 2528 - 2544)

ประจำปี	จำนวนเงิน	หมายเหตุ
2528	1,600,000	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2528 - 1 ม.ค. 2529
2529	1,600,000	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2529 - 1 ม.ค. 2530
2530	1,600,000	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2530 - 1 ม.ค. 2531
2531	1,600,000	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2531 - 1 ม.ค. 2532
2532	1,600,000	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2532 - 1 ม.ค. 2533
2533	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2533 - 1 ม.ค. 2534
2534	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2534 - 1 ม.ค. 2535
2535	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2535 - 1 ม.ค. 2536
2536	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2536 - 1 ม.ค. 2537
2537	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2537 - 1 ม.ค. 2538
2538	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2538 - 1 ม.ค. 2539
2539	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2539 - 1 ม.ค. 2540
2540	1,725,598	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2540 - 1 ม.ค. 2541
2541	1,772,326	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2541 - 1 ม.ค. 2542
2542	1,772,326	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2542 - 1 ม.ค. 2543
2543	1,772,326	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2543 - 1 ม.ค. 2544
2544	1,772,326	งวดระหว่าง 2 ม.ค. 2544 - 1 ม.ค. 2545
รวม	21,930,382	

ที่มาข้อมูล : เอกสารรายรับ-รายจ่ายตลาดนัดกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528-2545,ฝ่ายการเงิน
บัญชีและพัสดุ , กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักรกรุงเทพมหานคร (พ.ศ. 2545)

ค่าเช่าที่ดินของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ถือเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นภาระหนักที่สุดอันดับแรกของกองอำนวยการตลาดนัดฯ ในแต่ละปีงบประมาณ ซึ่งสาเหตุนี้เป็นแรงผลักดันสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้พรเทพ วิริยะพันธ์ ผอ.กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร (ขณะนั้น) มีแนวคิดที่ปรับเปลี่ยนตลาดนัดจตุจักรให้เป็น "สวนสาธารณะลอยฟ้า" นอกเหนือจากการรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดนัดจตุจักร ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในอนาคต โดยความต้องการพัฒนาตลาดนัดจตุจักรให้ก้าวสู่ระดับสากล ให้มีความพร้อมด้านพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ค้าที่แจ้งความประสงค์ขอเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 50,000 ราย แต่กองอำนวยการตลาดนัด

กรุงเทพฯ ไม่มีพื้นที่ให้บริการ ส่วนผู้บริโภคนอกจากมีความสะดวกสบายเพราะภายในโครงการ นอกจากติดเครื่องปรับอากาศแล้ว ยังสร้างความมั่นใจในสถานที่จอดรถว่ามีบริการอย่างเพียงพอ แนวคิดที่จะสร้าง "สวนสาธารณะลอยฟ้า" ยังสามารถลดปัญหาเกี่ยวกับความไม่เพียงพอของพื้นที่ ในการรองรับผู้ค้าประชาชน เนื่องจากปัจจุบันพื้นที่ในตลาดนัดจตุจักรเริ่มคับแคบลง เพราะต้องมี บางส่วนใช้เป็นสถานที่จอดรถซึ่งรับได้น้อย ขณะที่ความต้องการจอดรถ ของผู้ค้าประชาชนมีเป็น จำนวนมาก จึงส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดหนาแน่นในทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ที่เปิดให้ประชาชนเข้าไปใช้บริการ นอกจากนี้การปรับปรุงรูปแบบตลาดนัดแบบใหม่นี้ยังทำให้การดำเนินการ ตลาดนัดของกรุงเทพมหานครได้รับผลประโยชน์มากขึ้นอีกด้วย

โครงการดังกล่าว ผอ.ตลาดนัดกรุงเทพมหานครได้เสนอต่อ ร.อ.กฤษฎา อรุณวงษ์ ณ อยุธยา ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2537 แต่ถูกคัดค้านจากผู้ค้าด้วยเหตุผลว่าโครงการ ใหม่ซึ่งเน้นธุรกิจนั้น จะเป็นตัวทำลายวัฒนธรรมการค้าในตลาดนัดให้หมดไปอันส่งผลกระทบต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยเฉพาะการค้ารูปแบบใหม่จะไม่ใช้ตลาดการค้าสำหรับคนทุกระดับชั้นอีกต่อไปแต่จะเป็นตลาดของคนที่มีฐานะทางด้านการเงินดีเท่านั้น เมื่อเสียงคัดค้านแรงขึ้นโครงการดังกล่าวจึงต้องหยุดชะงักลงและมีแนวโน้ม ว่าต้องยุติโดยปริยาย

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันตลาดนัดจตุจักร ได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลและกลายเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของประเทศไทย ซึ่งชาวต่างประเทศให้ความสนใจโดยการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ทำการโปรโมตตลาดนัดจตุจักรไว้ในคู่มือการท่องเที่ยวของ ชาวต่างประเทศ ในฐานะตลาดนัดจตุจักรเป็นสถานที่ค้าขายสินค้าราคาถูกที่ใหญ่ที่สุด มีสินค้าให้ เลือกร้อยอย่างมากมาย

บทบาทของตลาดนัดจตุจักรต่อชุมชนกรุงเทพฯ และปริมณฑล

การเกิดขึ้นของตลาดนัดจตุจักร เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้วยังแสดงให้เห็นถึง พัฒนาการของตลาดนัดอีกระดับหนึ่งท่ามกลางสภาพแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ตลาดนัดแหล่งขายของราคาถูกให้กับประชาชนเมื่ออดีตซึ่งเกิดตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งแต่แรก เริ่มในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้แปรเปลี่ยนไป

โดยเฉพาะตลาดนัดจตุจักรนอกจากเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนค้าขายแล้ว ยังได้กลายเป็น สถานที่ลงทุนในหลายรูปแบบ ทั้งนี้จำนวนเงินที่สะสมอยู่ในตลาดนัดแห่งนี้วันละหลายสิบล้านบาท ที่ผู้คนนำมาจับจ่ายหาซื้อสินค้าในตลาดนัด กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้รูปแบบของตลาดนัด เปลี่ยนไป กล่าวคือจากการสำรวจของกองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร พบว่าวันเสาร์และ วันอาทิตย์ผู้ค้าจะมีเงินหมุนเวียนจากการจำหน่ายสินค้ารวม กันไม่ต่ำกว่าวันละ 80 ล้านบาท และ

ใน 1 ปี กรุงเทพมหานครเปิดให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมรวม 100 วัน ดังนั้นเงินหมุนเวียนทั้งหมดจึงมีมากถึง 8,000 ล้านบาทและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต

การที่ตลาดนัดจตุจักร กลายเป็นตลาดนัดที่ได้รับความนิยมจากผู้คนเป็นจำนวนมากนั้น ส่งผลให้ชื่อเสียงของสถานที่ดังกล่าวขจรขยายไปทั่วทั้งในและนอกประเทศ โดยเฉพาะสถานที่นี้ได้เป็นที่สนใจของพ่อค้าแม่ค้า และผู้ที่อยากมีส่วนร่วมกิจกรรมในฐานะผู้ค้ารายย่อย ที่ใช้ตลาดนัดจตุจักรทำอาชีพเสริมเพื่อมีรายได้เลี้ยงครอบครัวในภาวะที่สังคมกำลังมีการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจกันสูงเช่นปัจจุบัน

ระยะเวลา 14 ปีเต็มที่ตลาดนัดจตุจักรเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนทั้งในส่วนที่เป็นผู้ค้า ผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยเฉพาะชาวกรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้นจะมีความผูกพันกับตลาดนัดจตุจักรมากกว่าคนกลุ่มอื่นๆ ปัจจุบันบทบาทของตลาดดังกล่าวไม่ได้กระจุกตัวอยู่เฉพาะคนกรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ได้แผ่อิทธิพลสู่ประชาชนยังต่างจังหวัดด้วย อันเป็นเหตุให้ชื่อเสียงของตลาดนัดจตุจักรขจรขยายไปทั่วในฐานะแหล่งค้าขายสินค้าราคาถูก มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท และมีประชาชนเข้าไปใช้บริการกันเป็นจำนวนมาก

เหตุผลสนับสนุนประการหนึ่งที่ทำให้ตลาดนัดจตุจักรประสบผลสำเร็จและมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนก็คือทำเลที่ตั้งอันเหมาะสม ทั้งนี้สภาพตลาดนัดจตุจักรปัจจุบันมีพื้นที่จำนวน 69 ไร่ 74 ตารางวา มีอาณาบริเวณทิศเหนือติดกับสวนสาธารณะจตุจักรและติดกับถนนกำแพงเพชร 3 ทิศใต้ติดกับถนนกำแพงเพชร 2 ทิศตะวันตกติดกับถนนกำแพงเพชร ซึ่งทั้ง 3 ด้านเอื้อในเรื่องของการคมนาคมเป็นอย่างดี เพราะสามารถใช้เป็นเส้นทางลัดออกสู่ถนนสายสำคัญ ๆ ได้

ในส่วนทางทิศตะวันออกนั้นติดกับถนนพหลโยธิน ซึ่งเป็นถนนสายสำคัญและเป็นสายหลักสำหรับการคมนาคมของประชาชนที่ต้องการเดินทางสู่ต่างจังหวัด และโดยเฉพาะในฝั่งตรงข้ามตลาดนัดเป็นสถานีขนส่งมวลชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ตลาดหมอชิต) ซึ่งเป็นที่รวมของผู้คนจำนวนมากที่มีความจำเป็นต้องเดินทางไปจังหวัดต่างๆ ที่อยู่เขตภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ

กิจกรรมในตลาดนัดจตุจักร

ตลาดนัดจตุจักร แหล่งแลกเปลี่ยนค้าขายสินค้าราคาถูกตามเจตนารมณ์ดั้งเดิมในการจัดตั้งแหล่งรวมสินค้านานาชนิด เป็นที่รวมของผู้คนจำนวนมากนับแสนในวันเสาร์และวันอาทิตย์ซึ่งเป็นวันเปิดให้ประชาชนเข้าร่วมการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า ที่มีราคาไม่แพงนักจนมีคำกล่าวหาว่าที่ตลาดนัดจตุจักรมีสินค้าราคาถูกสุด คือ ตั้งแต่ 1 บาท จนถึงราคา 30 ล้านบาท คือ สินค้าประเภทของเก่าหายาก ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหรือตัวแปรที่ทำให้เกิดกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องขึ้นในตลาดนัดแห่งนี้ ที่

สำคัญและเป็นหัวใจของตลาดโดยทั่วไปอันหมายรวมถึงตลาดนัดด้วยแยกวิเคราะห์ได้เป็น 2 ประเด็น คือ

1. การค้า

จากจุดเริ่มแรกที่ทั้งผู้ค้าและประชาชน ไม่ได้ให้ความสนใจต่อตลาดนัดจตุจักรเท่าใดนัก แต่ปัจจุบันสภาพเหล่านี้ได้เปลี่ยนแปลงไปการหลั่งไหลของผู้คนจำนวนมากที่เข้าไปใช้บริการของตลาดนัดจตุจักรในวันเสาร์วันอาทิตย์นั้น มีจุดประสงค์เพื่อการชมและเลือกซื้อสินค้าตามความพอใจของตนเป็นหลัก ความหลากหลายของสินค้า ผู้ค้า และผู้บริโภคทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของตลาดนัดให้เป็นไปอย่างหลากหลายมีชีวิตชีวา ดังพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

1.1 สินค้า จุดประสงค์ของการเปิดตลาดนัดขึ้นในกรุงเทพฯและปริมณฑล และทุกจังหวัดทั่วประเทศสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม เพื่อเป็นการแก้ปัญหาให้กับประชาชนที่ประสบกับปัญหานานัปการ อาทิ ค่าครองชีพที่สูง ข้าวยากมากแพง ภาวะเงินเฟ้อภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามนโยบายส่งเสริมงานอาชีพ และเพื่อให้ประชาชนโดยทั่วไปได้ซื้อสินค้าราคาถูก ทั้งนี้สินค้าที่พ่อค้า-แม่ค้าส่วนใหญ่นำมาจำหน่ายในตลาดนัดช่วงแรกจะปรากฏในรูปของสินค้าเกษตรกรรม สินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่เป็นของป่าหายากสินค้าที่ผลิตโดยตรงจากโรงงานอุตสาหกรรมมีน้อย เนื่องจากวิวัฒนาการค้าด้านเทคโนโลยียังไม่มียุคที่มากพอต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย ที่ยังยึดมั่นอยู่กับอาชีพเกษตรกรรมและมองว่าพัฒนาการดังกล่าวเป็นสิ่งที่แปลกใหม่

ลักษณะสินค้าที่ค้าขายในตลาดนัดเริ่มเปลี่ยนไป และมีรูปแบบความหลากหลายค่อนข้างชัดเจนในช่วงสนามหลวงกลายเป็นตลาดนัดที่ยิ่งใหญ่ใน พ.ศ. 2501 มีพัฒนาการควบคู่ไปกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยมีความสำคัญต่อสังคมและระบบเศรษฐกิจของประเทศในเวลาต่อมา กล่าวคือ สินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาจำหน่ายในตลาดนัดสนามหลวงนั้น นอกจากจะเป็นสินค้าเกษตรกรรมกว่า 70% แล้ว สินค้าที่ค้าขายขณะนั้นยังรวมไปถึงสินค้าสินค้าจากภาคอุตสาหกรรมขนาดเล็กในลักษณะเป็นกิจการของครัวเรือนด้วย ขณะที่สินค้าจากต่างประเทศก็เริ่มมีขายบ้าง โดยเฉพาะสินค้าที่มาจากประเทศใกล้เคียงในแถบอาเซียนกระทั่งในยุคตลาดนัดจตุจักรนอกจากสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งมาจากปริมณฑลของกรุงเทพฯ พัฒนาการของสินค้าที่พ่อค้าแม่ค้านำมาจำหน่ายนั้นได้เน้นในรูปของสินค้าอุตสาหกรรมค่อนข้างชัดเจน กล่าวคือไทยจากที่เคยเป็นประเทศด้อยพัฒนาก็ก้าวสู่ประเทศอุตสาหกรรมมากขึ้น ขณะที่วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีก็เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนทำให้เกิดการแข่งขันด้านเศรษฐกิจสูง สินค้าที่เข้ามาขายในตลาดนัดจตุจักรจึงมีความหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าจากอุตสาหกรรมที่มาจากทุกส่วนของประเทศ สิ่งนี้เป็นสาเหตุที่ทำให้ผลผลิตด้านการเกษตรในตลาดนัดจตุจักรลดน้อยลงในเวลาต่อมา เมื่อเทียบกับผลผลิตด้านการเกษตรในตลาดนัดสนามหลวง ทั้งนี้สินค้าเป็นผลผลิตจากภาคอุตสาหกรรมที่พ่อค้าแม่ค้านำมาขายในตลาดนัดสนามหลวงนั้น ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตของนายทุนที่มีภูมิ

ลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และผู้ซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจอยู่ในจังหวัดใหญ่ๆ ที่มีพื้นฐานจำนวนผู้คนอาศัยอยู่หนาแน่นและเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตด้านอุตสาหกรรมด้าน หัตถกรรม อาทิ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา สงขลา ระยอง ชลบุรี กาญจนบุรี ราชบุรี เป็นต้น

สำหรับตลาดนัดจตุจักรแล้ว ผลผลิตจากภาคอุตสาหกรรมจะเป็นสินค้าหลักที่พ่อค้า-แม่ค้านำมาจำหน่าย เนื่องจากสินค้านี้ดัดแปลงเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนและเป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิตในสังคม ดังนั้นผู้ประกอบการในตลาดนัดส่วนใหญ่จึงมาจากทั่วทุกจังหวัดของประเทศ ทั้งนี้จากบัญชีรายชื่อของผู้จำหน่ายในตลาดดังกล่าวจำนวน 6,500 ราย เป็นผู้ค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,785 ราย และจำนวนค่าจ้างกว่าครึ่งค้าขายสินค้าที่เป็นผลผลิตจากภาคอุตสาหกรรมทั้งสิ้น

ปัจจุบันตลาดนัดจตุจักรมีผู้ค้าทั้งหมด 6,400 ราย มีจำนวนแผงค้า 8,817 แผงแต่ละแผงมีขนาด 2.5 X 2 เมตร หรือประมาณ 5 ตารางเมตร แบ่งพื้นที่การค้าออกเป็น 27 โครงการ (ผังสังเขปตลาดนัดจตุจักร) โดยมีสินค้าที่ค้าขายแยกได้เป็น 12 ประเภท คือ หนังสือ , หัตถกรรม , อาหาร และเครื่องดื่ม , เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย , เสื้อผ้ามือสอง , สัตว์เลี้ยง , ของแต่งบ้านของใช้ในบ้าน , ของเก่า-ของสะสม , ต้นไม้และอุปกรณ์จัดสวน , เซรามิค-เบญจรงค์ , ศิลปะ ทั้งนี้

เสื้อผ้า - สินค้าเสื้อผ้าเป็นสินค้าที่ปริมาณสูงสุดในสินค้าทั้งหมดมีจำนวน 1,879 แผง สินค้าประเภทเสื้อผ้าเป็นเป้าหมายแรกของผู้คนเข้าไปใช้บริการในตลาดนัดจตุจักร โดยเฉพาะไว้รองรับกลุ่มคนต่างๆ ที่มีความต้องการสินค้าที่ต่างกัน

กลุ่มที่ 1 เน้นกลุ่มแม่บ้านหรือสาวโรงงานกลุ่มนี้จะใช้จุดเด่นในเรื่องของราคา ถูกเป็นหลักผนวกกับการประกาศให้ผู้ที่ผ่านมาได้ยินได้เห็น และได้ฟังเกิดความสนใจเข้ามาพิจารณา

ลักษณะการจัดวางและการตกแต่งร้านเพื่อรองรับประชาชนกลุ่มนี้ จะไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย จะมีลักษณะวางกองๆ ให้ดูเหมือนมีสินค้าให้เลือกซื้อได้ตามใจชอบขณะที่สินค้ามาจากโรงงานมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ ซึ่งมีเสื้อผ้าทั้งของเด็กและผู้ใหญ่ส่วนราคานั้นค่อนข้างถูกเพราะผู้ค้าต้องการขายเพื่อเอาปริมาณ ดังนั้นวิธีการขายของผู้ค้ากลุ่มนี้มักตั้งราคาขายแบบเหมา รวม อาทิ 3 ตัว 100 บาท

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่มีสไตล์การตัวเองง่ายๆ ร้านขายเสื้อผ้ากลุ่มนี้จะมีลักษณะเป็นร้านเสื้อผ้าเก่า ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการขายสินค้าจำพวกกางเกงยีนส์ เสื้อยีนส์ที่ใช้แล้วและเป็นสินค้ามียี่ห้อที่รู้จักกันเป็นอย่างดีของผู้บริโภค โดยสินค้าเหล่านี้จะนำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย กัมพูชา ซึ่งซื้อขายกันในลักษณะเป็นกิโลกรัม ดังนั้นราคาสินค้าของกลุ่มร้านค้านี้ จะมีทั้งราคาถูกและราคาแพงคละเคล้ากันไป

กลุ่มที่ 3 มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นที่มีการแต่งตัวตามแฟชั่น ประเภทหนุ่มสาวบูติก จุดเด่นของร้านขายเสื้อผ้ากลุ่มนี้จะเน้นการออกแบบให้เข้ากับสมัยนิยม กล่าวคือมีการดีไซน์ค่อนข้างหวือหวาเพื่อก่อให้เกิดความสนใจและดึงดูดคนที่เดินผ่านไป ให้เข้ามาเลือกดูเลือกชมภายในร้าน ส่วนลักษณะการแต่งร้านของกลุ่มนี้ค่อนข้างพิถีพิถันเพื่อความสวยงามอันแสดงให้เห็นถึงการดีไซน์ขณะที่สินค้าที่นำมาค้าขายนั้นส่วนใหญ่มาจากแหล่งขายสินค้าส่ง อาทิ โบหยก ตลาดโบ๊เบ๊ หรือโรงงานเล็กๆ ที่ทำการตัดเย็บเอง

ต้นไม้ - เป็นธุรกิจเด่นอีกประเภทของตลาดนัดจตุจักรซึ่งตั้งอยู่ริมรั้วด้านในตลาดนัดตั้งแต่ประตูที่ 1 จนถึงประตูที่ 2 เป็นธุรกิจแบบนี้ที่อยู่คู่กับตลาดนัดตั้งแต่เมื่อครั้งสนามหลวง กระทั่งย้ายมาอยู่ที่ตั้งของตลาดนัดจตุจักรปัจจุบัน โดยร้านขายต้นไม้ดังกล่าวได้แบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ไม้ดอก ไม้ประดับ และพันธุ์ไม้ต่างๆ

แหล่งที่มาของต้นไม้ที่ขายกันในตลาดนัดจตุจักรนั้น ส่วนหนึ่งมาจากสวนของผู้ค้าเองซึ่งมาจากแถวรังสิต บางใหญ่ บางบัวทอง และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ตลาดต้นไม้ได้รับความสนใจจากประชาชนมากขึ้น กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร ได้เปิดให้มีตลาดต้นไม้ขายส่งขึ้นในช่วงเช้าของวันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์ ช่วงเวลา 05.00-10.00 น. เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของประชาชน และเป็นการลดความแออัดของผู้สนใจสินค้าประเภทนี้ในตลาดวันเสาร์-อาทิตย์ลงด้วย

ตลาดต้นไม้ในช่วงเช้าของวันเสาร์จะขายดีที่สุด โดยผู้ซื้อจะมารอกันตั้งแต่ 09.00 น. ประชาชนที่ให้ความสนใจมีตั้งแต่พ่อบ้าน แม่บ้าน เด็กนักเรียน ไปจนถึงนักเลงต้นไม้ ด้วยความตั้งใจว่าจะเป็นผู้เลือกต้นไม้ก่อนผู้บริโภคนคนอื่น วันอาทิตย์ผู้คนจะบางตาลงเพราะต้นไม้ไม่มีจำหน่ายหรือมีก็น้อยและไม่มีให้เลือกมากนัก สินค้าที่ลือและไม่มีราคาผู้ค้าจะทิ้งไว้ที่ร้าน ส่วนต้นไม้ที่มีราคาผู้ค้าก็จะขนกลับ อาทิ บอนไซหรือพันธุ์ไม้อื่นๆ

สัตว์เลี้ยง - เป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับผู้ค้าในตลาดนัดจตุจักรมากไม่แพ้สินค้าประเภทอื่น มีสัตว์เลี้ยงแทบทุกประเภทไว้คอยบริการ อาทิ นก กระรอก กระแต ปลาต่างๆ สุนัข ฯลฯ ทั้งนี้ผู้คนที่แวะชมสัตว์หรือผู้ที่มีใจรักสัตว์นั้นมีค่อนข้างมากในวันเสาร์-วันอาทิตย์

หนังสือ - สินค้าประเภทหนังสือเป็นธุรกิจเด่นอีกประเภทในตลาดนัดจตุจักรที่ได้รับความนิยมจากประชาชนจำนวนมาก ทั้งนี้ในตลาดนัดมีการแบ่งโซนการขายหนังสืออย่างเป็นสัดส่วนจะมีผู้คนจากทุกหนแห่งมาเลือกซื้อหนังสือประเภทต่างๆ ที่มีราคา ถูกกว่าปกติประมาณ 50% ส่วนแหล่งที่มาของหนังสือเหล่านั้น มีทั้งมาจากสำนักพิมพ์และมีผู้นำมาเสนอขายให้โดยลักษณะซึ่งกิโลในอัตรา กิโลกรัมละ 10-20 บาท ผู้ค้าจะแยกหนังสือตามสภาพและประเภทหนังสืออีกครั้งก่อนนำออกจำหน่ายให้กับประชาชนผู้สนใจต่อไป

สินค้าของเก่า - แหล่งขายวัตถุโบราณที่ตลาดนัดจตุจักรเป็นแหล่งที่นักนิยมของประเภทนี้ให้ความสนใจและแวะเวียนไปเลือกชมสินค้าอย่างไม่ขาดสายแม้ของโบราณต่างๆ จะมีของเลียน

แบบปะปนมาบ้างด้วยฝีมือและเทคนิคสมัยใหม่บางอย่างของผู้ผลิตนั้น แต่ตลาดสินค้าประเภทนี้ก็ยังได้รับความนิยมจากประชาชนอยู่เช่นเดิม อาทิ เครื่องไม้ เครื่องเบญจรงค์ เครื่องปั้นดินเผา ทั้งนี้แหล่งที่มาของสินค้าประเภทนี้มาจากทางภาคเหนือเป็นส่วนใหญ่ เช่น เชียงใหม่ ลำปาง สุโขทัยแพร่ น่าน เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีแรงงานมีฝีมือและมีวัตถุดิบพร้อม ซึ่งราคาของเหล่านี้จะมีตั้งแต่หลัก 10 จนถึงหลักหมื่น โดยแบ่งตามชนิด ขนาดประเภทของสินค้าเป็นสำคัญ

เซรามิค - ตลาดเซรามิคในตลาดนัดจตุจักรนั้นไม่ได้มีการรวมกลุ่มอย่างหนาแน่น แต่จะแยกกันอยู่เป็นกลุ่มๆ ละ ประมาณ 10-20 ร้าน โดยแบ่งเป็นกลุ่มร้านค้าจากต่างจังหวัดและกลุ่มร้านค้ากรุงเทพฯ ทั้งนี้กลุ่มต่างจังหวัดส่วนใหญ่มาจากจังหวัดลำปาง และจังหวัดแพร่ ส่วนราคาสินค้าที่ขายในร้านหนึ่งๆ จะตั้งไว้ไม่สูงมากนัก โดยเฉลี่ยจะมีราคาตั้งแต่ 2-100 บาท แต่ละสัปดาห์ผู้ค้าจะมียอดขายอาทิตย์ละ 10,000-20,000 บาท เป็นกำไรประมาณ 4,000-5,000 บาท ทั้งนี้แต่ละพื้นที่ของโครงการจำนวน 27 โครงการนั้น กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักรได้แบ่งแยกผู้ค้าออกเป็นหมวดหมู่ ตามความเหมาะสมของสถานที่และประเภทสินค้าที่วางขายในกลุ่มเดียวกันดังนี้

โครงการที่ 1 - พระเครื่อง พระบูชา หนังสือ อาหาร

โครงการที่ 2-4 - ต้นไม้ เครื่องเรือน

โครงการที่ 5-6 - เสื้อผ้า เครื่องประดับ ของพื้นบ้าน

โครงการที่ 7-9 - ของตกแต่งบ้าน เครื่องจักสาน ของเก่า สินค้าเบ็ดเตล็ด

โครงการที่ 10-16 - เสื้อผ้า เครื่องประดับ สัตว์เลี้ยง

โครงการที่ 17-19 - เครื่องเซรามิค อาหารสด อาหารแห้ง

โครงการที่ 22-26 - ของเก่า เครื่องเรือน ของตกแต่งบ้าน เครื่องจักสาน

โครงการที่ 27 - โครงการในฝัน หนังสือ ร้านอาหาร เสื้อผ้า สินค้าเบ็ดเตล็ด

นอกจากนี้ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ที่เปิดให้ประชาชนทั้งในฐานะผู้ค้า ผู้บริโภค เข้ามาร่วมกิจกรรมของการตลาดนัดแล้วในช่วงเวลา 16.00-19.00 น. กองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร ได้จัดให้มีการจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ลานเร่บริเวณที่ว่างรอบหอนาฬิกา ซึ่งมีพื้นที่ 1,258 ตารางเมตร โดยจัดเป็นแผงเพิ่มขึ้นอีก 257 แผง และในแต่ละแผงจะมีความกว้าง 2.25 X 2.25 เมตร ทั้งนี้ทางหน่วยงานจะจัดประมูลแผงค้าขึ้นทุกวันอาทิตย์สุดท้ายของเดือน เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปมีสถานที่จำหน่ายสินค้าอย่างทั่วถึงมากขึ้น

ทั้งนี้พ่อค้า-แม่ค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมของตลาดนัดจตุจักร จะต้องจ่ายค่าเช่าสถานที่ 120 บาท/แผง/เดือน ให้กับกองอำนวยการตลาดนัดกรณีและผู้ค้าเป็นเจ้าของจับจองคนแรกและยังไม่ได้มีการโอนหรือเช่าต่อให้กับผู้ค้ารายอื่น กรณีเดียวกันถ้าผู้ค้าเช่ากิจการต่อจากผู้ค้าเดิมจะต้องจ่ายค่าเช่าสถานที่เพิ่มเป็น 2 เท่า คือ 240 บาท/แผง/เดือน

เนื่องจากความต้องการของประชาชนผู้สนใจ จะเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการมีมากกว่าปริมาณของแผงค้า จึงมีการเก็งกำไรจากการเช่าแผงระยะยาวต่อให้กับผู้ค้ารายใหม่เกิดขึ้นทำให้อัตราการเช่าแผงในลักษณะดังกล่าวสูงขึ้นจากเดิมหลายสิบเท่าตัว ปัจจุบันราคาเช่าแผงค้าระยะยาวอยู่ระหว่าง 80,000–500,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งและประเภทของแผงสินค้าที่กำหนดไว้เป็นหลัก โดยเฉพาะแผงสินค้าเบ็ดเตล็ดนั้นถือเป็นแผงค้าที่มีการเช่าแพงที่สุดประมาณ 1,000,000 บาท หรือมากกว่านั้นทั้งที่ราคาเฉลี่ยตามความเป็นจริงประมาณ 200,000 บาท ขณะที่บางรายไม่เช่าระยะยาวแต่จะเก็บรายได้จากการให้บุคคลอื่นเช่าเป็นรายเดือนซึ่งอัตราค่าเช่าอยู่ระหว่าง 5,000–12,000 บาท และในปัจจุบันมีผู้ค้าที่มีความประสงค์จะขออนุญาตเปิดจำหน่ายสินค้าในวันพุธ – ศุกร์ ภายในบริเวณตลาดนัดจตุจักร โดยให้มีการจัดเก็บค่าใช้สถานที่ทำการค้าในอัตราวันละ 15.-บาท/แผงค้า และในกรณีผู้ค้าผิดระเบียบการขออนุญาตทำการค้าดังนี้

1. ผู้ค้าที่ไม่ขออนุญาต แต่เปิดทำการค้า ถือว่าผิดระเบียบ จะต้องถูกปรับเป็นเงิน 360 บาท/แผงค้า
2. ผู้ค้าที่ขออนุญาตทำการค้า 1 วัน แต่เปิดทำการค้า 3 วัน จะต้องถูกปรับเป็นเงิน 240 บาท/แผงค้า
3. ผู้ค้าที่ขออนุญาตทำการค้า 2 วัน แต่เปิดทำการค้า 3 วัน จะต้องถูกปรับเป็นเงิน 120 บาท/แผงค้า

สาเหตุที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการโก่งราคาแผงประกอบการหรือแผงค้า ก็คือการที่มีประชาชนให้ความสนใจในตลาดนัดแห่งนี้อย่างกว้างขวาง จึงทำให้บรรดาพ่อค้า-แม่ค้าที่มีได้อยู่ในตลาดนัดนั้นมีความต้องการอย่างรุนแรงเกินควบคุมพ่อค้า-แม่ค้าที่มีได้อยู่ในตลาดนัดนั้นมีความต้องการอย่างรุนแรงเกินควบคุมพ่อค้า-แม่ค้าเหล่านั้น ก็ต้องยอมรับเงื่อนไขที่ผู้เก็งกำไรตั้งขึ้น กรณีนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับประชาชนผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือราคาสินค้าที่สูงขึ้นกว่าเดิมซึ่งผิดวัตถุประสงค์ในการจัดตลาดนัดของกรุงเทพมหานคร และเมื่อเรื่องราวของกลุ่มผู้เก็งกำไรมีมากขึ้น กรุงเทพฯ จึงได้กำหนดวิธีการแก้ไขนั่นคือ กทม. จะทำการเพิกถอนสิทธิในการเป็นเจ้าของแผงค้าที่ได้รับการร้องเรียนทันที

2.3 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร

สภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร หมายถึง จากการสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการนำพฤติกรรมผู้ใช้มาเป็นตัวแปรในการศึกษา เพื่อหาปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไปนั้นพบว่า

ตลาดนัดจตุจักร แห่งแรกที่ย้ายมาจากสนามหลวงในปี พ.ศ.2525 นั้น ปัจจุบันมีอายุ 20ปี ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน ด้านข้างติดกับถนนกำแพงเพชร ซึ่งตลาดนัดจตุจักรจนมาถึงปัจจุบันได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและต่อเติมอย่างต่อเนื่อง และมีผู้ที่มีความต้องการเข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตลาดนัดจตุจักรตั้งอยู่บริเวณที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม สามารถเดินทางมาใช้บริการได้หลายเส้นทาง ทั้งทางรถประจำทาง ทางรถยนต์ โดยรถไฟฟ้า และในอนาคตจะมีสถานีรถไฟใต้ดินเกิดขึ้นบริเวณหัวมุม ถ.กำแพงเพชร 2 ดังนั้นการที่มีการคมนาคมเข้าถึงอย่างสะดวกประกอบกับมีสินค้าที่หลากหลายประเภท ทำให้มีการเพิ่มจำนวนร้านค้าเพิ่มเติมที่



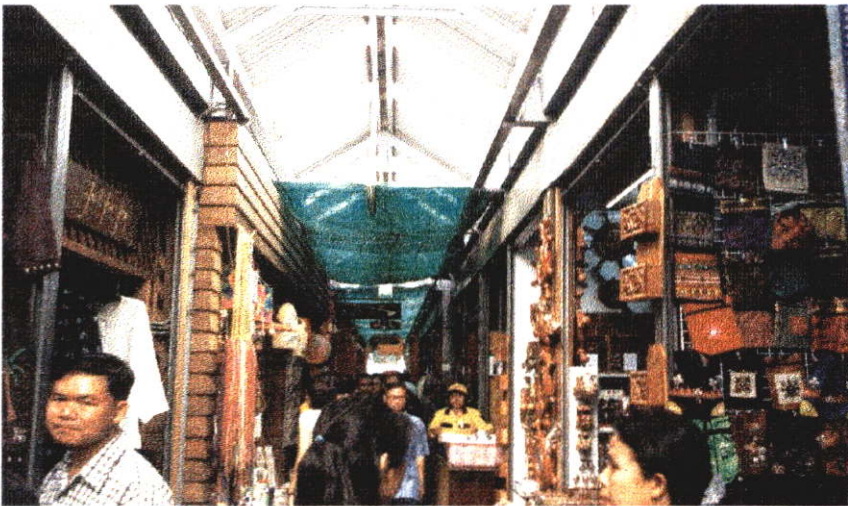
ภาพที่ 2.1 บริเวณถนนพหลโยธินหน้าตลาดนัดจตุจักร

เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาหลายด้าน เช่นทำให้เกิดความแออัด คับแคบ เป็นต้น ซึ่งจากการสำรวจสภาพปัจจุบันของตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธินในเรื่องของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้วิจัยได้สรุปวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นสภาพที่เป็นจริงในปัจจุบัน ได้ดังนี้

1. สภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ขายภายในตลาดนัด ฯ มีการขอยแบ่งห้องเพื่อให้เช่ามีขนาด 1.5X 2 เมตร มีลักษณะเป็นอาคารโครงเหล็กหลังคาสูงเพื่อการระบายอากาศ มีทางเดินกว้าง 1.50 เมตร จัดแบ่งเป็น ทั้งหมด 27 โครงการ แบ่งเป็น 11 ประเภทสินค้า



ภาพที่ 2.2 สภาพพื้นที่ขายภายในตลาดนัดฯปัจจุบัน



ภาพที่ 2.3 สภาพพื้นที่ขายภายในตลาดนัดฯปัจจุบัน

2. พื้นที่สัญจรภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน มีถนนภายในโครงการ 1 เส้น วนรอบ



ภาพที่ 2.4 ภาพการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร



ภาพที่ 2.5 ภาพบริเวณประตู 1 ด้าน ถ.กำแพงเพชร 2

ภายในตลาดนัดจตุจักร มีประตูทางออก 3 ทาง คือ ทางด้านประตูทางออก ถ.กำแพงเพชร 2 , ด้านประตูทางออก ถ.พหลโยธิน , ด้านทางออกบริเวณ ถ.กำแพงเพชร 3

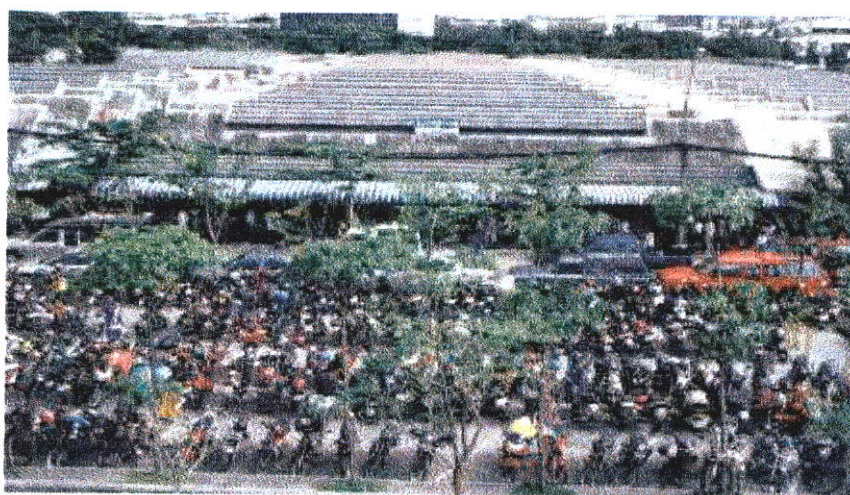


ภาพที่ 2.6 ถนนภายในตลาดนัดจตุจักรที่มีความติดขัดอันเกิดจากความไม่เป็นระเบียบ

3. พื้นที่จอดรถ ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการภายในตลาดนัดส่วนใหญ่ในวันหยุดราชการ (เสาร์ - อาทิตย์) ซึ่งภายในพื้นที่ 69.74 ไร่ในปัจจุบันนั้นมีพื้นที่จอดรถที่สามารถจอดรถได้จำนวน 220 คัน จะจัดบริเวณริมถนนภายในตลาดนัด ฯ ทำให้ไม่มีความปลอดภัยในการจอด ทำให้ปัจจุบันผู้ใช้บริการตลาดนัด ฯ ที่มีรถยนต์ส่วนบุคคลต้องนำรถไปจอดในบริเวณใกล้เคียงที่เสียค่าจอดรถในอัตราที่แพง ซึ่งส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการนั้นเนื่องจากมีความต้องการจากพ่อค้า แม่ค้าที่ต้องการเข้ามาค้าขายในตลาดนัดมากขึ้น จึงทำให้ไม่เห็นความต้องการของผู้ใช้บริการดังกล่าว ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นกับตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.7 ภาพที่จอดรถจักรยานยนต์หน้าอาคารกองอำนาจการตลาดนัดฯ



ภาพที่ 2.8 ภาพที่จอดรถจักรยานยนต์หน้ากองอำนาจการตลาดนัดฯ



ภาพที่ 2.9 ภาพที่จอดรถจักรยานยนต์หน้ากองอำนาจการตลาดนัดฯ



ภาพที่ 2.10 ภาพแสดงลักษณะการจอดรถบริเวณริมถนนภายในตลาดนัดปัจจุบัน

4. ห้องน้ำสาธารณะ ปัจจุบันห้องน้ำสาธารณะของตลาดนัด ฯ ได้มีการปรับปรุงสร้างใหม่และมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพการใช้งานในแบบของสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันตลาดนัดจตุจักรมีจุดให้บริการห้องน้ำทั้งหมด 7 จุดโดยรอบตลาดนัด ฯ แต่ละจุดมีจำนวนห้องน้ำหญิง 8 ห้อง ห้องน้ำชายมี 6 ห้อง + โถปัสสาวะ 3 โถ คิดโดยรวม 7 จุดจะมีห้องน้ำหญิงทั้งหมด 56 ห้อง ห้องน้ำชายมี 42 ห้อง + โถปัสสาวะ 21 โถ รวมทั้งสิ้น 98 ห้อง ซึ่งหากดูจากการสังเกตจะเห็นว่าผู้ใช้บริการแออัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการ แต่หากสังเกตอย่างแท้จริงแล้วจะเห็นว่าห้องน้ำสาธารณะจะแน่นเป็นบางจุด และเป็นเหตุให้ห้องน้ำในจุดนั้นมีกลิ่นเหม็น ซึ่งหากผู้ใช้บริการมีการกระจายออกไปทั้ง 7 จุดบริการ จะทำให้ปัญหานี้หมดไป



ภาพที่ 2.11 ภาพบริเวณหน้าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัด ฯ

5. การระบายอากาศ ในพื้นที่ส่วนขายภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีปัญหาเนื่อง

จากแต่ละโครงการมีร้านค้าจำนวนมาก ประกอบกับทางเดินในแต่ละโครงการมีขนาดที่แคบทำให้เกิดความแออัด ซึ่งในปัจจุบันทางตลาดนัด ๔ ได้ติดตั้งเครื่องดูดอากาศไว้บนหลังคาแต่ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาได้มากนักเพราะมีจำนวนน้อย

6. ส่วนร้านอาหาร ปัจจุบันส่วนร้านอาหารกระจัดกระจายอยู่ตามโครงการต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นผลทำให้ภายในโครงการที่มีผู้คนเข้าไปใช้บริการมากแล้ว และมีร้านอาหารเกิดขึ้นบริเวณนั้น ทำให้ความร้อนที่เกิดจากการประกอบอาหารทำให้เกิดความอบอ้าว อากาศถ่ายเทไม่สะดวก และบางส่วนร้านอาหารอยู่ภายในโครงการสัตว์เลี้ยงซึ่งทำให้ไม่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งปัจจุบันร้านอาหารต่าง ๆ กระจัดกระจายมากเกินไป

7. ส่วนพื้นที่พักผ่อน ตลาดนัดจตุจักรมีพื้นที่ส่วนพักผ่อนที่น้อยมาก หากผู้ใช้บริการเหนื่อยจากการจับจ่ายซื้อของแล้วไม่สามารถหาที่นั่งพักผ่อนได้ นอกจากเข้าตามร้านอาหารต่าง ๆ และในปัจจุบันส่วนพักผ่อนที่เห็นได้ชัดภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันคือ บริเวณทางเดินกลางโครงการ 3 ที่ขายสินค้าเกี่ยวกับของแต่งบ้าน ถึงจะเป็นพื้นที่พักผ่อนที่มีเก้าอี้ให้นั่ง แต่มีสภาพที่แออัดเนื่องจากกลางทางเดินมีผู้ที่นำโต๊ะมาตั้งบริการวาดรูปเหมือน ดูดวงต่าง ๆ ส่วนบริเวณหอนาฬิกาที่จัดว่าเป็นจุดนัดพบและเป็นสถานที่พักผ่อน ก็มีอากาศร้อนเนื่องจากอยู่กลางแจ้ง และบริเวณโดยรอบมีร้านค้า ประกอบกับเป็นจุดกึ่งกลางบริเวณลานเร่ ซึ่งเป็นพื้นที่โล่งกลางตลาดนัด ๔ ทำให้เมื่อมีการตั้งแผงค้าภายในลานเร่แล้ว บริเวณหอนาฬิกาจะเกิดความแออัดมากขึ้น ซึ่งควรมีการจัดหาพื้นที่ที่ร่มรื่นหรือพื้นที่พักผ่อนให้เป็นสัดส่วน ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย



ภาพที่ 2.12 ภาพบริเวณพื้นที่โดยรอบหอนาฬิกาที่จัดไว้เป็นพื้นที่พักผ่อนในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.13 ภาพบริเวณลานเร่ด้านหน้าหอนาฬิกาปัจจุบัน



ภาพที่ 2.14 ภาพบริเวณกลางทางเดินภายในโครงการ 3

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจในการทำวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการออกแบบปรับปรุงตลาดนัด จตุจักรให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น โดยให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของผู้ใช้เพื่อแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นดังกล่าวข้างต้น อีกทั้งผลการวิจัยยังใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสภาพ แวดล้อมของตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน และเป็นแนวความคิดในการออกแบบตลาดนัดใน ลักษณะรูปแบบเดียวกันต่อไปในอนาคต

2.4 ข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544

“อาคารสาธารณะ” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการชุมนุมได้โดยทั่วไป เพื่อกิจกรรมทางราชการ การเมือง การศึกษา การสังคม การศาสนา การนันทนาการ หรือการพาณิชย์กรรม เช่น โรงมหรสพ หอประชุม โรงแรม โรงพยาบาล สถานศึกษา หอสมุด สนามกีฬากลางแจ้ง สนามกีฬาในร่ม ตลาด ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า สถานบริการ ท่าอากาศยาน อุโมงค์ สะพาน อาคารจอดรถ สถานีรถ ท่าจอดเรือ โป๊ะจอดเรือ สุสาน ฼าปนสถาน ศาสนสถาน เป็นต้น

“อาคารจอดรถ” หมายความว่า อาคารหรือส่วนของอาคารที่ใช้สำหรับจอดรถตั้งแต่ 10 คันขึ้นไป หรือมีพื้นที่จอดรถ ทางวิ่ง และที่กั้ลั้บรถในอาคาร ตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป หมวด 6 แบบและจำนวนของห้องน้ำและห้องส้วม

ข้อ 60 อาคารซึ่งบุคคลอาจเข้าอยู่ หรือเข้าใช้สอยได้แต่ละหลังต้องมีห้องอาบน้ำและห้องส้วมไม่น้อยกว่าที่กำหนดไว้ในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงมาตรฐานจำนวนห้องน้ำ-ส้วมสำหรับอาคารประเภทต่าง ๆ

ชนิดหรือประเภทอาคาร	ห้องส้วม		ห้องอาบน้ำ	อ่างล้างมือ
	ส้วม	ที่ปัสสาวะ		
16. อาคารจอดรถสำหรับบุคคลทั่วไปต่อพื้นที่ 1,000 ตารางเมตร (หรือจำนวนรถ 50 คัน)				
ก. สำหรับผู้ชาย	1	1	-	1
ข. สำหรับผู้หญิง	1	-	-	1
สำหรับพื้นที่อาคารส่วนที่เกิน 3,000 ตารางเมตร ให้ลดจำนวนลงครึ่งหนึ่งที่ระบุไว้				

ห้องส้วมและห้องอาบน้ำจะรวมเป็นห้องเดียวกันได้ จำนวนห้องส้วมและห้องอาบน้ำตามที่กำหนดไว้ในตารางข้างต้นเป็นอัตราต่ำสุดที่ต้องจัดให้มีถึงแม้อาคารนั้นจะมีพื้นที่อาคารหรือจำนวนคนน้อยกว่าที่กำหนดไว้ก็ตาม

ถ้าอาคารมีพื้นที่หรือจำนวนมากกว่าที่กำหนดไว้ จะต้องจัดให้มีจำนวนห้องส้วมและห้องอาบน้ำเพิ่มขึ้นมาอัตราที่กำหนด และจำนวนที่มากเกินนั้นถ้าต่ำกว่ากึ่งหนึ่งตามอัตราที่กำหนดไว้ให้ปิดทิ้ง ตั้งแต่กึ่งหนึ่งขึ้นไปให้คิดเต็ม

ข้อ 61 ห้องส้วมและห้องอาบน้ำที่แยกกัน ต้องมีขนาดของพื้นที่ห้องแต่ละห้องไม่น้อยกว่า 0.9 ตารางเมตร และมีความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร ถ้าห้องส้วมและห้องอาบน้ำรวมอยู่ในห้องเดียวกันต้องมีพื้นที่ภายในไม่น้อยกว่า 1.50 ตารางเมตร

ห้องส้วมและห้องน้ำ ต้องมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ห้องหรือมีพัดลมระบายอากาศได้เพียงพอ ระยะตั้งระหว่างพื้นห้องถึงยอดฝาด้านหรือผนังตอนต่ำสุดไม่น้อยกว่า 2 เมตร

หมวด 8 แบบและวิธีการเกี่ยวกับการติดตั้งระบบประปา

ข้อ 78 อาคารต่อไปนี้จะต้องมีวิธีการเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยตามที่กำหนด

(1) ห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว บ้านแฝด

(2) อาคารที่ใช้เป็นที่ชุมนุมของประชาชน เช่น โรงมหรสพ หอประชุม โรงแรม สถานพยาบาล สถานศึกษา หอประชุม หอสมุด สนามกีฬาในร่ม ตลาด ห้องสรรพสินค้า เป็นต้น

ข้อ 79 อาคารตามข้อ 78 ต้องมีเครื่องดับเพลิง ดังต่อไปนี้

(1) ห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว และบ้านแฝด ที่มีความสูงเกิน 2 ชั้นต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถืออย่างน้อยหนึ่งตามชนิดและขนาดที่กำหนดไว้จำนวนคูหาละ 1 เครื่อง

(2) อาคารอื่นนอกเหนือจากอาคารตาม (1) ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถืออย่างน้อยหนึ่งตามชนิดและขนาดที่กำหนดไว้ตามตารางข้อห้านี้ สำหรับดับเพลิงที่เกิดจากประเภทของวัสดุที่มีในแต่ละชั้นไว้ 1 เครื่อง ต่อพื้นที่อาคารไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน 45 เมตร แต่ไม่น้อยกว่าชั้นละ 1 เครื่อง

(3) อาคารที่อาศัยรวมที่มีตั้งแต่ 4 หน่วยขึ้นไป และหอพัก

(4) อาคารอื่นนอกจากอาคารตาม (1) (2) และ (3) ที่มีความสูงตั้งแต่ 3 ชั้นขึ้นไป

ข้อ 79 อาคารตามข้อ 78 ต้องมีเครื่องดับเพลิง ดังต่อไปนี้

(1) ห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว และบ้านแฝด ที่มีความสูงไม่เกิน 2 ชั้น ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถืออย่างน้อยหนึ่งตามชนิดและขนาดที่กำหนดไว้จำนวน 1 เครื่อง

(2) อาคารอื่นนอกจากอาคารตามข้อ (1) ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถืออย่างน้อยหนึ่งตามชนิดและขนาดตามที่กำหนดไว้ในตารางข้อห้านี้ สำหรับดับเพลิงที่เกิดจากประเภทของวัสดุที่มีในแต่ละชั้นไว้ 1 เครื่อง ต่อพื้นที่อาคารไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน 45 เมตร แต่ไม่น้อยกว่าชั้นละ 1 เครื่อง

การติดตั้งเครื่องดับเพลิงตาม (1) และ (2) ต้องติดตั้งให้ส่วนบนสุดของตัวเครื่องสูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.50 เมตร อยู่ในที่มองเห็นสามารถนำไปใช้งานได้โดยสะดวก อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา และมีชนิดและขนาดของเครื่องดับเพลิงตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงชนิดของเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสมตามแต่ละประเภทอาคาร

ชนิดหรือประเภทของอาคาร	ชนิดของเครื่องดับเพลิง	ขนาดบรรจุไม่น้อยกว่า
(1) อาคารอื่นนอกจากอาคารตามข้อ (1)	(1) โฟมเคมี (2) ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (3) ผงเคมีแห้ง (4) ชนิดของเครื่องดับเพลิง อาจใช้ประเภทอื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่า	10 ลิตร 4 กิโลกรัม 4 กิโลกรัม

หมวด 9 อาคารจอดรถ ที่จอดรถ ที่กัลับริดและทางเข้าออกจรด

ส่วนที่ 1 ที่จอดรถ ที่กัลับริด และทางเข้าออกของจรด

ข้อ 83 อาคารตามประเภทดังต่อไปนี้ ต้องมีที่จอดรถ ที่กัลับริด และทางเข้าออกของจรด คือ

(7) ตลาด ที่มีพื้นที่ใช้สอยรวมในแต่ละหลังตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป

ข้อ 84 อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารหลังเดียว หรือหลายหลังที่เป็นอาคารประเภทที่ต้องมีที่จอดรถ ที่กัลับริด และทางเข้าออกของจรดตามข้อ 83 ต้องจัดให้มีที่จอดรถตามจำนวนที่กำหนดของแต่ละประเภทของอาคารที่ใช้เพื่อการนั้น ๆ ดังต่อไปนี้

(7) ตลาด ให้มีที่จอดรถ 1 คัน ต่อพื้นที่อาคาร 120 ตารางเมตร

ข้อ 86 ที่จอดรถ 1 คันต้องเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้าและต้องมีลักษณะดังนี้

(1) ในกรณีที่จอดรถตั้งฉากกับแนวทางเดินจรด ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5 เมตร

(2) ในกรณีที่จอดรถขนานกับแนวทางเดินจรด หรือทำมุมกับทางเดินจรดน้อยกว่า 30 องศา ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร

(3) ในกรณีที่จอดรถทำมุมกับทางเดินจรดตั้งแต่ 30 องศาขึ้นไป ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5.50 เมตร

ที่จอดรถต้องทำเครื่องหมายแสดงลักษณะและขอบเขตที่จอดรถแต่ละคันไว้ให้ปรากฏบนที่จอดรถนั้น และต้องมีทางเดินจรดเชื่อมต่อโดยตรงกับทางเข้าออกของจรดและที่กัลับริด

ข้อ 88 ทางเข้าออกของรถ ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร เว้นแต่เป็นการเดินรถทางเดียวต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร

ทางวิ่งของรถ ในกรณีจอดรถทำมุมต่าง ๆ กับทางวิ่งของรถ จะต้องกว้างไม่น้อยกว่าเกณฑ์ดังนี้

(1) กรณีจอดรถทำมุมกับทางวิ่งน้อยกว่า 30 องศา ทางวิ่งของรถต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร

(2) กรณีจอดรถทำมุมตั้งแต่ 30 องศาขึ้นไปแต่ไม่เกิน 60 องศา ทางวิ่งของรถต้องไม่น้อยกว่า 5.50 เมตร

(3) กรณีจอดรถทำมุมเกิน 60 องศา ทางวิ่งของรถต้องกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร

ข้อ 89 แนวศูนย์กลางปากทางเข้าออกของรถ ต้องไม่อยู่ในที่ที่เป็นทางร่วมทางแยกและจะต้องอยู่ห่างจากจุดเริ่มต้นโค้งหรือหักมุมของขอบทางแยกสาธารณะมีระยะไม่น้อยกว่า 20 เมตร

ข้อ 90 ทางเข้าออกของรถจากที่จอดรถหรืออาคารจอดรถ ซึ่งมีที่จอดรถตั้งแต่ 15 คันขึ้นไป ต้องเชื่อมต่อกับทางสาธารณะที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร และยาวต่อเนื่องไปสู่ทางสาธารณะที่กว้างกว่า
ส่วนที่ 2 อาคารจอดรถ

ข้อ 92 อาคารจอดรถที่อยู่ในบังคับข้อบัญญัตินี้ เป็นอาคารจอดรถที่มีที่จอดรถจำนวนตั้งแต่ 10 คันขึ้นไป หรือมีพื้นที่จอดรถ ทางวิ่ง และที่กักรถในอาคารรวมกันตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไป

ข้อ 93 โครงสร้างหลักของอาคารจอดรถต้องทำด้วยวัสดุทนไฟทั้งหมด

ข้อ 95 อาคารจอดรถเหนือระดับพื้นดิน ที่มีบุคคลเข้าไปใช้สอย ต้องมีการระบายอากาศอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

(1) ถ้าใช้ส่วนเปิดโล่งเป็นที่ระบายอากาศ ส่วนเปิดโล่งดังกล่าวต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่อาคารจอดรถชั้นนั้น และต้องมีที่ว่างห่างที่ดินข้างเคียงหรืออาคารอื่น ไม่ว่าเป็นเจ้าของอาคารเดียวกันหรือไม่ ไม่น้อยกว่า 3 เมตร

(2) ถ้าใช้เครื่องระบายอากาศเพื่อการระบายอากาศ ต้องจัดให้มีเครื่องระบายอากาศซึ่งสามารถเปลี่ยนอากาศในชั้นนั้น ๆ ให้หมดในเวลา 15 นาที

ส่วนเปิดโล่ง ต้องมีราวกันตกที่มีความมั่นคงแข็งแรงเพียงพอที่จะให้คงความปลอดภัยแก่รถยนต์และบุคคลได้

ข้อ 98 อาคารจอดรถที่มีการใช้สอยประเภทอื่นรวมอยู่ด้วย ส่วนกันแยกประเภทการใช้อาคารต้องเป็นผนังกันไฟ ให้มีช่องเปิดเฉพาะประตูทำด้วยวัสดุทนไฟมีอัตราทนไฟที่ไม่น้อยกว่าผนังกันไฟ มีอุปกรณ์ทำให้บานประตูปิดสนิทเอป้องกันควันและเปลวไฟ

ข้อ 99 ทางลาดขึ้นลงสำหรับรถระหว่างชั้น ลาดชันได้ไม่เกินร้อยละ 15
ทางลาดช่วงหนึ่ง ๆ ต้องสูงไม่เกิน 5 เมตร ทางลาดที่สูงเกิน 5 เมตร ให้ทำที่พักมีขนาดยาว
ไม่น้อยกว่า 6 เมตร

ทางลาดขึ้นหรือลงอาคารจอดรถที่ระดับพื้นดิน ต้องอยู่ห่างปากทางเข้าและทางออกของ
อาคาร ปากทางเข้าของรถหรือปากทางออกของรถไม่น้อยกว่า 6 เมตร

ให้มีบันไดระหว่างชั้นจอดรถกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร อย่างน้อย 1 บันไดสำหรับ
พื้นที่ในชั้นจอดรถชั้นนั้น ๆ ทุก 2,000 ตารางเมตร เศษของพื้นที่ถ้าเกินกว่า 1,000 ตารางเมตร ให้
มีบันไดดังกล่าวเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งบันได หากต้องมีเกินหนึ่งบันได แต่ละบันไดต้องห่างกันไม่น้อยกว่า
30 เมตร

ข้อ 101 ให้มีระบบระบายน้ำจากชั้นจอดรถทุกชั้น และให้เชื่อมต่อกับระบบระบายน้ำที่
ระดับพื้นดินหรือต่ำกว่า

ข้อ 102 ให้มีท่อตันน้ำดับเพลิงตามมาตรฐานที่หน่วยงานดับเพลิงกำหนด โดยมีหัวจ่าย
น้ำจำนวน 1 หัว ต่อพื้นที่จอดรถทุก ๆ 100 คัน และหัวจ่ายน้ำห่างกันไม่เกิน 64 เมตร และให้มีไว้
ทุกชั้นที่จอดรถยนต์อย่างน้อยชั้นละ 1 หัว เพื่อดับเพลิงได้ทุกส่วนของอาคาร

2.5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธานี กุลแพทย์ . "บทบาทของตลาดนัดจตุจักร." สารนิพนธ์ สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะ
ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

“ สารนิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการพัฒนาการของตลาดนัดจตุจักร ตลอดจน
บทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อชุมชนกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ
สังคม การเมือง โดยทำการศึกษา “ตลาดนัดจตุจักร” ในส่วนที่เป็นตลาดการค้าภายใต้การบริหาร
งานของกรุงเทพมหานครนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 อันเป็นที่เปิดการค้าดำเนินการตลาดนัดพลโยธิน
ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นตลาดนัดจตุจักรจนถึงปี พ.ศ.2537 อันเป็นที่กรุงเทพมหานครมีนโยบาย
ปรับเปลี่ยนตลาดนัดจตุจักรให้เป็นตลาดนัดลอยฟ้า

ผลการศึกษาพบว่าตลาดนัดจตุจักรที่เกิดขึ้นปีพ.ศ.2525 นั้นมีปัจจัยประการแรกจาก
นโยบายของรัฐ สมัยพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เพื่อเตรียมพื้นที่สำหรับการฉลองสมโภชน์สอง
ร้อยปีกรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อให้สถานที่แห่งนี้เป็นที่เชิดหน้าชูตาของประเทศและสอดคล้องกับ
นโยบายการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520-2524)
และฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529) ประการที่สองคือการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของ
กรุงเทพมหานครศูนย์กลางความเจริญของประเทศ ได้นำไปสู่ปัญหาความแออัดภายในเมือง ดัง
นั้นรัฐจึงมีความจำเป็นต้องกระจายชุมชนออกสู่ชานเมืองให้มากขึ้น

“ตลาดนัดจตุจักร” อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกองอำนวยการตลาดนัด กรุงเทพมหานครหน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้นับตั้งแต่สมัยของพล.ต. จำลองเข้ามาดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นต้นมา ส่งผลให้ตลาดนัดจตุจักรเติบโต มีความเปลี่ยนแปลงพร้อมประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการอย่างมาก กล่าวคือ ได้ทำให้ ธรรมชาติของตลาดนัดที่เคยมีมาในสังคมไทยซึ่งเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ประจำ มี กำหนดเวลาติดตลาดช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเป็นที่รับรู้กันในสังคม ไม่มีหน่วยงานของรัฐรับผิดชอบ ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนในการปฏิบัติ ความหลากหลายของสินค้า ผู้ค้า ไม่สามารถกำหนดได้เป็นที่แน่นอน ได้เปลี่ยนเป็นตลาดนัดที่มีหน่วยงานของรัฐเข้ามารับผิดชอบดูแลและจัดระบบการจัดการ สมัยใหม่ขึ้น คือมีนโยบายบริหารงานที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาตลาดนัดจตุจักรให้เป็นไปตามเป้าหมาย และอย่างมีทิศทาง พร้อมควบคุมการออกกฎระเบียบปฏิบัติในการค้า เช่น กำหนด เวลา สินค้า และผู้ค้า มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารและการดำเนินงาน

ตลอดระยะเวลา 12 ปีเต็มของตลาดนัดจตุจักรตลาดนัดแห่งนี้มีการผูกพันกับวิถีการ ดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชนเช่นเดียวกับตลาดนัดที่เคยมีมาแต่อดีตในสังคมไทย การดำรงอยู่ของ ตลาดนัดจตุจักรนั้น จึงมีบทบาทต่อชุมชนกรุงเทพฯและปริมณฑลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และ การเมือง ในด้านเศรษฐกิจนั้นทำให้ชุมชนบริเวณจตุจักรและชุมชนบริเวณใกล้เคียงกลายเป็นย่าน การค้าใหม่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันได้ดึงชุมชนในเขตปริมณฑลเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรมโดยการสร้าง เครือข่ายทางด้านการค้า ซึ่งเป็นผลโดยตรงในการพัฒนาเศรษฐกิจของผู้ร่วมกิจกรรมในตลาดนัด จตุจักร ส่วนทางสังคมและการเมืองนั้นทำให้ชุมชนแห่งนี้เป็นศูนย์รวมของประชาชนจำนวนมาก ซึ่งเข้ามาร่วมกิจกรรมทั้งด้านการค้าพบปะแลกเปลี่ยนข่าวสาร รวมทั้งการพักผ่อน และการดำเนิน กิจกรรมทางการเมือง “

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัด จตุจักร พหลโยธิน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์สุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และแบบ สังกัด ตลอดจนเอกสารเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการ วิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.2.1 การสร้างเครื่องมือ
 - 3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ศึกษา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการ ภายในตลาดนัดจตุจักรพหลโยธิน แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

1. เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในตลาดนัดจตุจักร
2. ผู้ค้าภายในพื้นที่ตลาดนัดจตุจักร
3. ผู้ซื้อ , ผู้ใช้บริการภายในตลาดนัดจตุจักร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเจาะจง แยกตามวันในระหว่างวันธรรมดาและวันหยุดราชการ โดยให้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม เท่ากันกลุ่มละ ผู้วิจัยทำการแบ่งประเภทจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ
 - เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในวันเวลาราชการ (จันทร์-ศุกร์) ทั้งหมด 49 คน
ทำการศึกษาร้อยละ 50 คิดเป็น 25 คน
 - เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ทั้งหมด 168 คน
ทำการศึกษาร้อยละ 50 คิดเป็น 84 คน
- รวมทำการศึกษาเจ้าหน้าที่ทั้งหมด 109 คน

2. ผู้ค้าภายในตลาดนัดจตุจักร

- ผู้ค้าในวันเวลาราชการ (พุธ, พฤหัสบดี, ศุกร์) ซึ่งจะเป็นผู้ค้าสินค้าประเภทต้นไม้, หนังสือ ทำการศึกษาเฉลี่ยประเภทละ 20 คน คิดเป็น 2 ประเภทสินค้า รวมทั้งสิ้นทำการศึกษา 40 คน
 - ผู้ค้าในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งแบ่งได้ 27 โครงการ ทำการศึกษาเฉลี่ยโครงการละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 270 คน
- รวมทำการศึกษาค้าทั้งหมด 310 คน

3. ผู้ซื้อ

- ผู้ซื้อในวันเวลาราชการ (พุธ, พฤหัสบดี, ศุกร์) ซึ่งจะเป็นผู้ค้าสินค้าประเภทต้นไม้, หนังสือ ทำการศึกษาเฉลี่ยประเภทละ 20 คน คิดเป็น 2 ประเภทสินค้า รวมทั้งสิ้นทำการศึกษา 40 คน
 - ผู้ซื้อในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ซึ่งแบ่งได้ 27 โครงการ ทำการศึกษาเฉลี่ยโครงการละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 270 คน
- รวมทำการศึกษาค้าทั้งหมด 310 คน

รวมทำการศึกษาทั้งสิ้น 729 คน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจโดยการสังเกตการณ์ (Observation) ด้วยตนเองภายในกรอบพื้นที่ศึกษา โดยวิธีการสังเกตด้วยสายตา (Visual Survey) เพื่อชี้ให้เห็นถึงลักษณะสภาพปัญหาปัจจุบันและการคาดการณ์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจขึ้นโดยการสร้างข้อความในแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหาสาระของงานวิจัยครั้งนี้คือ ความคิดเห็นด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ลักษณะเฉพาะของสภาพแวดล้อม การคมนาคม การบริการสาธารณะ ปัญหาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่ติดต่อไป

แบบสัมภาษณ์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับทางการศึกษา เป็นต้น ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร
ถ.พหลโยธิน ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 21 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสวนต่าง ๆ ของพื้นที่ใช้สอยภายใน
ตลาดนัดจตุจักร 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ 3 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ 4 ข้อ

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสวนร้านอาหาร 2 ข้อ

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสวนพื้นที่พักผ่อน 3 ข้อ

แบบสำรวจ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในพื้นที่ก่อนการดำเนินการจัดการปรับปรุงสภาพ
แวดล้อม

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.2.2.1 ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุม
วิทยา-นิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมทำการตรวจสอบ แก้ไขความถูกต้องของเนื้อหา
ความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำ สำนวนภาษาและความชัดเจนในข้อคำถาม

3.2.2.2 การดำเนินการแก้ไขแบบสัมภาษณ์อีกครั้งแล้วจึงขอความอนุเคราะห์ผู้
ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และสำนวนภาษาที่
ใช้ โดยมีรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| 1. นางอริยา รัตตะรังสี | สถาปนิก สำนักงานเขตจตุจักร |
| 2. นายสุกิจ วงศ์ธรรม | ฝ่ายโยธา สำนักงานเขตจตุจักร |
| 3. นายสมยศ บุญมีพิพิธ | ฝ่ายโยธา สำนักงานเขตจตุจักร |
| 4. ดร.มาลัย จิรวัดมนเกษตร์ | คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบัน- |

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.2.2.3 หลังจากผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้นำมาดำเนินการ
การแก้ไขแบบสัมภาษณ์ และนำกลับไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบอีกครั้ง ก่อนนำแบบสัมภาษณ์
ที่สมบูรณ์ สำหรับเก็บข้อมูลโดยใช้กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.3.1 ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ดังกล่าวที่ได้แล้วข้างต้นด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ทางผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อประกอบการวิเคราะห์ต่อไป

3.3.2 ดำเนินการสำรวจ โดยใช้วิธีการสังเกตด้วยสายตาภายในพื้นที่ศึกษาด้วยตนเอง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสังเกตการณ์ของผู้ศึกษา

เมื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำมารวบรวมคะแนนในแต่ละตอนและในแต่ละเรื่อง มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าอัตราส่วนร้อยละจำแนกตามความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้ ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสวนต่าง ๆ ของพื้นที่ใช้สอยภายในตลาดนัดจตุจักร

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ

1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ

1.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ

1.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสวนร้านอาหาร

1.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสวนพื้นที่พักผ่อน

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ค่าอัตราส่วนร้อยละทั้งหมดแล้ว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจะใช้เป็นข้อมูลในการกำหนด แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอรูปแบบทางสถาปัตยกรรม

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งผู้ใช้บริการได้แก่ กลุ่มผู้ค้า , ผู้ซื้อ , และเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ โดยได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ค้าทั้งหมด 27 โครงการ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและจากการสัมภาษณ์ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย มาทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อเสนอแนวทางในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ประกอบกับการเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่เกิดจากปัญหาและความต้องการของผู้ใช้โครงการต่อไป

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร โดยแบบสอบถามให้เลือกตอบเป็น 2 ลักษณะคือ เลือกตอบได้ข้อเดียว และเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ นอกเหนือจากคำตอบที่ได้เลือก เกณฑ์ในการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบ ใช้เกณฑ์ดังนี้

1. ข้อที่เลือกเพียงข้อเดียว ใช้เกณฑ์ความคิดเห็นส่วนใหญ่โดยข้อใดมีค่าร้อยละมากที่สุด ถือเอาข้อนั้นเป็นข้อมูล ที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบ

4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้โครงการต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังหัวข้อต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดส่วนต่าง ๆ (Zoning) ของพื้นที่ใช้สอยภายใน

ตลาดนัดจตุจักร

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดฯ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหาร

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่พักผ่อน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในเรื่องดังกล่าวข้างต้นในรูปของตาราง ประกอบกับการสรุปผลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ เป็น จำนวน 713 ชุด

ตอนที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ	จำนวน	ร้อยละ
1.1 เพศ	713	100.00
ชาย	293	41.10
หญิง	420	58.90
1.2 สถานภาพ	713	100.00
สมรส	285	40.00
โสด	428	60.00
1.3 อายุ	713	100.00
ต่ำกว่า 18 ปี	48	6.70
19 – 25 ปี	274	38.40
26 – 35 ปี	263	36.90
36 – 45 ปี	75	10.50
45 – 50 ปี	42	5.90
50 ปีขึ้นไป	11	1.60
1.4 วุฒิทางการศึกษา	713	100.00
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นหรือปว.ช	149	20.90
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือปว.ช	29	4.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปว.ส	226	31.70
ปริญญาตรี	291	40.80
สูงกว่าปริญญาตรี	18	2.60

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โครงการ (ต่อ)	จำนวน	ร้อยละ
1.5 ท่านใช้บริการตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่ในวันใด	713	100.00
วันเวลาราชการ (พุธ, พฤหัสบดี, ศุกร์)	100	14.00
วันหยุด (เสาร์, อาทิตย์)	613	86.00
1.6 ท่านเดินทางมาตลาดนัดจตุจักรโดยวิธีใด	713	100.00
รถประจำทาง	290	40.70
รถยนต์ส่วนตัว	215	31.10
รถจักรยานยนต์	52	7.30
อื่น ๆ (รถไฟฟ้า BTS)	156	21.90
1.7 ท่านใช้บริการสินค้าภายในตลาดนัดจตุจักรประเภทใดมากที่สุด	713	100.00
ร้านอาหาร	97	13.60
เสื้อผ้า	237	33.20
ต้นไม้	140	19.60
ของแต่งบ้าน	57	8.00
ของเก่า	22	30.90
สัตว์เลี้ยง	31	4.30
หนังสือ	122	17.10
อื่น ๆ	7	1.00

จากข้อมูลที่ได้ พบว่าผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.90 มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 60.00 อายุส่วนใหญ่ 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.40 และ 26 – 35 ปี รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 36.90 และ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.50 ปี วุฒิมัธยมศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.80 ใช้บริการในวันหยุด(เสาร์,อาทิตย์) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.00 เดินทางมาโดยรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 40.70 และใช้บริการสินค้าประเภทเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.20 รองลงมาเป็นต้นไม้ คิดเป็นร้อยละ 19.60 และ หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 17.10 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัด
จตุจักร ถนนพหลโยธิน

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัด
จตุจักร ถนนพหลโยธิน

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสวนต่าง ๆ (Zoning)ของพื้นที่ใช้สอยภายในตลาดนัด จตุจักร	จำนวน	ร้อยละ
2.1 ท่านคิดว่าการจัดสวนต่าง ๆ ภายในตลาดนัด ฯ ใน ปัจจุบันเป็นอย่างไร	713	100.00
1. มีการจัดตามประเภทของสินค้าได้อย่างชัดเจน	250	35.10
2. ยังกระจัดกระจายอยู่บ้าง	310	43.50
3. อื่น ๆ	153	21.40
2.2 ท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการจัดสวนต่าง ๆ ของโครงการในตลาดนัดหรือไม่	713	100.00
1. ควร เนื่องจากควรจัดให้สินค้าแต่ละประเภทอยู่ใน บริเวณเดียวกัน	478	67.00
2. ไม่ควร เพราะปัจจุบันมีการจัดที่เหมาะสมแล้ว	235	33.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับการจัดสวนต่าง ๆ (Zoning) ของพื้นที่ใช้สอย ดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นว่าการจัดสวนต่าง ๆ ภายในตลาดนัดในปัจจุบันยังมีการกระจัดกระจายอยู่
บ้าง คิดเป็นร้อยละ 43.50 และเห็นควรให้มีการปรับปรุงเกี่ยวกับการจัดสวนต่าง ๆ เนื่องจากสินค้า
ประเภทเดียวกันควรอยู่ในบริเวณเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 67.00

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ฯ ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจุบัน
การจัดพื้นที่ต่าง ๆ ภายในตลาดนัดยังมีความกระจัดกระจายอยู่บ้าง และเห็นควรให้มีการจัดให้
สินค้าประเภทเดียวกันอยู่ในบริเวณเดียวกันเนื่องจากทางตลาดนัด ฯ ได้จัดแบ่งเป็นโครงการต่าง ๆ
ไว้แล้วเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.3 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน	จำนวน	ร้อยละ
2.3 ท่านคิดว่าการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักรปัจจุบันเป็นอย่างไร	713	100.00
1. สะดวกดีอยู่แล้ว	89	12.50
2. มีความแออัดติดขัด	624	87.50
2.4 ท่านคิดว่าควรมีการจัดการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักรใหม่หรือไม่	713	100.00
1. ควร	676	94.80
2. ไม่ควร	37	5.20
2.5 ท่านคิดว่าหากมีการจัดระบบการสัญจรภายในตลาดนัดใหม่ท่านคิดว่าควรมีลักษณะใด	713	100.00
1. จัดเป็นช่วงเวลาให้กับรถผู้ค้าที่มาส่งของ	251	35.20
2. จัดให้เฉพาะรถที่เข้ามารับของหนักที่ผู้ซื้อไม่สามารถขนไปได้ถึงรถ	462	64.80

จากตารางที่ 4.3 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร ดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นว่ระบบการสัญจรภายในตลาดนัด ฯ ในปัจจุบันมีความแออัด คิดเป็นร้อยละ 87.50 และคิดว่าการสัญจรภายในตลาดนัด ฯ ควรมีการจัดการสัญจรใหม่ คิดเป็นร้อยละ 94.80 และคิดว่าหากมีการจัดระบบการสัญจรภายในตลาดนัดใหม่ควรมีลักษณะ จัดให้เฉพาะรถที่เข้ามารับของหนักที่ผู้ซื้อไม่สามารถขนไปถึงที่รถได้ คิดเป็นร้อยละ 64.80 และรองลงมาคือให้มีการจัดช่วงเวลาให้กับผู้ค้าที่เข้ามาส่งของ คิดเป็นร้อยละ 35.20

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ฯ ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความเห็นว่าในปัจจุบันมีความแออัดและควรมีการจัดการระบบการสัญจรใหม่ คือจัดให้เฉพาะรถที่เข้ามาในตลาดนัด ฯ เพื่อเข้ามารับของหนักที่ผู้ซื้อไม่สามารถขนไปถึงที่รถได้ และควรมีการจัดช่วงเวลาให้กับผู้ค้าในการส่งของ

ตารางที่ 4.4 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอตรก

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอตรก	จำนวน	ร้อยละ
2.6 ท่านคิดว่าพื้นที่จอตรกภายในตลาดนัดจตุจักรปัจจุบัน มีพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการหรือไม่	713	100.00
1. ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	611	85.70
2. ปัจจุบันเหมาะสมดีแล้ว	102	14.30
2.7 ท่านคิดว่าการใช้สอยพื้นที่จอตรกในปัจจุบันประสบปัญหาใด	713	100.00
1. ขาดร่มเงา	45	6.30
2. ไม่เพียงพอ	374	52.50
3. ขาดความเป็นระเบียบ	150	21.00
4. ขาดความปลอดภัย	144	20.20
2.8 ท่านคิดว่าการจัดพื้นที่จอตรกภายในตลาดนัดจตุจักรที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร	713	100.00
1. จอตรกถนนภายในโครงการเช่นปัจจุบัน	150	21.00
2. จัดพื้นที่จอตรกภายนอกโครงการให้ในพื้นที่ใกล้เคียง	93	13.00
3. จัดสร้างอาคารจอตรกภายในโครงการ	470	66.00
2.9 หากมีการจัดสร้างอาคารจอตรกภายในตลาดนัดจตุจักรหรือหาพื้นที่ใกล้เคียง ท่านคิดว่าควรอยู่บริเวณใด	713	100.00
1. ภายในตลาดนัดฯด้านติด ถ.กำแพงเพชร 2 บริเวณขายหนังสือและของเก่าในปัจจุบัน	399	56.00
2. ด้านติด ถ.กำแพงเพชร 4 (โครงการ 7 ในปัจจุบัน)	292	41.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอตรกภายในตลาดนัดจตุจักรดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นว่พื้นที่จอตรกภายในตลาดนัดจตุจักรไม่เพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 85.70 และการใช้สอยพื้นที่จอตรกที่ประสบปัญหาคือความไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 52.50 หากมีการจัดพื้นที่จอตรกที่เหมาะสมให้ตลาดนัดฯควรมีรูปแบบลักษณะใด ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าการจัดพื้นที่จอตรกที่เหมาะสมควรมีการจัดสร้างอาคารจอตรกภายในพื้นที่ตลาดนัด คิดเป็นร้อยละ 66.00 และรองลงมาให้จัดหาพื้นที่จอตรกในบริเวณใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ

21.00 และหากมีการจัดสร้างอาคารจอดรถภายในตลาดนัดฯ ให้จัดสร้างด้านติด ถ.กำแพงเพชร 2 บริเวณพื้นที่ขายหนังสือและขายของเก่าในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 56.00

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีพื้นที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการประสบ ซึ่งมีความเห็นว่าควรมีการจัดสร้างเป็นอาคารจอดรถ อยู่บริเวณด้านติดกับ ถ.กำแพงเพชร 2 เป็นบริเวณพื้นที่ขายหนังสือและขายของเก่าในปัจจุบันหรือในพื้นที่ที่เหมาะสม เนื่องจากควรเป็นที่จอดรถภายในโครงการเพื่อความสะดวก

ตารางที่ 4.5 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ	จำนวน	ร้อยละ
2.10 ท่านคิดว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่	713	100.00
1. เพียงพอ	402	56.40
2. ไม่เพียงพอ	300	42.00
3. อื่น ๆ	11	1.60
2.11 ท่านคิดว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีสภาพแวดล้อมอย่างไร	713	100.00
1. สะอาดเรียบร้อยดี	474	66.50
2. สกปรก , มีกลิ่นเหม็น	239	33.50
2.12 ท่านคิดว่าจำนวนห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรปัจจุบันมีความเหมาะสมแล้วหรือไม่	713	100.00
1. น้อยไป	187	26.20
2. เหมาะสมดีแล้ว	526	73.80

จากตารางที่ 4.5 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อมีความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักร ดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 56.40 คิดว่าสภาพแวดล้อมของห้องน้ำในปัจจุบันมีความสะอาดเรียบร้อยดี คิดเป็นร้อยละ 66.50 และสกปรกมีกลิ่นเหม็น คิดเป็นร้อยละ 33.50 และจำนวนห้องน้ำในปัจจุบันมีจำนวนที่เหมาะสมดีแล้ว คิดเป็นร้อยละ 73.80

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัดฯ ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการและมีสภาพภายในสะอาดเรียบร้อยดีเนื่องจากเป็นห้องน้ำที่มีการก่อสร้างใหม่ ซึ่งจำนวนห้องน้ำนั้นคิดว่ามีจำนวนที่พอเพียงกับผู้ใช้บริการ แต่โดยภาพมักคิดว่าห้องน้ำนั้นไม่เพียงพอเนื่องจากผู้ใช้บริการไปใช้รวมกันอยู่จุดเดียวทำให้ดูว่าไม่เพียงพอ แต่หากผู้ใช้บริการใช้กันอย่างทั่วถึงในทุกจุดบริการจะทำให้เพียงพอหรือเบาบางลง

ตารางที่ 4.6 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ	จำนวน	ร้อยละ
2.13 ท่านคิดว่าการระบายอากาศภายในตลาดนัดในปัจจุบันเพียงพอหรือไม่	713	100.00
1. เพียงพอ	293	41.10
2. ไม่เพียงพอ	420	58.90
2.14 ท่านคิดว่าการระบายอากาศบริเวณพื้นที่ขายในตลาดนัดจตุจักรเป็นอย่างไร	713	100.00
1. แออัด , อบอ้าว	271	38.00
2. อากาศถ่ายเทไม่สะดวก	352	49.40
3. เหมาะสมดีแล้ว	73	10.20
4. อื่น ๆ	17	2.40
2.15 ท่านคิดว่าปัญหาการระบายอากาศส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาอะไร	713	100.00
1. ร้านค้าในปัจจุบันมีมากเกินไป	197	27.60
2. ทางเดินภายในที่มีความคับแคบ	317	44.50
3. การระบายอากาศที่ไม่เพียงพอ	181	25.40
4. อื่น ๆ	18	2.50
2.16 ท่านคิดว่าภายในตลาดนัดจตุจักรควรมีระบบการระบายอากาศแบบใด	713	100.00
1. ระบายอากาศแบบใช้ลมธรรมชาติ	332	46.60
2. ระบายอากาศโดยใช้พัดลมหรือเครื่องดูดอากาศ	381	53.40

จากตารางที่ 4.6 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัดฯ ผู้ค้า ผู้ซื้อ มีความคิดเห็น

เกี่ยวกับการระบายอากาศดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัด ๙ ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นว่าการระบายอากาศในปัจจุบันว่าไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 58.90 และการระบายอากาศบริเวณพื้นที่ขายในตลาดนัดจตุจักรมีอากาศถ่ายเทไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 49.40 และปัญหาเกี่ยวกับการระบายอากาศส่วนหนึ่งเกิดจากความคับแคบของทางเดิน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาเป็นปัญหาจากร้านค้าที่มีมาก คิดเป็นร้อยละ 27.60 และคิดว่าควรมีการจัดระบบการระบายอากาศโดยใช้พัดลมหรือเครื่องดูดอากาศ คิดเป็นร้อยละ 53.40

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัด ๙ ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าระบบการระบายอากาศภายในตลาดนัด ๙ ยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่ขายที่มีการถ่ายเทอากาศไม่สะดวก ซึ่งผู้ให้บริการส่วนหนึ่งให้ความคิดเห็นที่เกิดจากความคับแคบของทางเดินและปัญหาที่เกิดจากร้านค้าที่มีมาก ซึ่งผู้ให้บริการให้ความเห็นว่าควรมีการจัดระบบการระบายอากาศเป็นแบบใช้พัดลมหรือเครื่องดูดอากาศ

ตารางที่ 4.7 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนร้านอาหาร

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
2.17 ท่านคิดว่าร้านอาหารภายในตลาดนัดในปัจจุบันเป็นอย่างไร	713	100.00
1. กระจัดกระจายไม่เป็นระเบียบ	315	44.20
2. ไม่ถูกสุขลักษณะ เนื่องจากบางจุดอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้กับโครงการสัตว์เลี้ยง	127	17.80
3. เหมาะสมดีแล้ว	262	36.70
4. อื่น ๆ	9	1.30
2.18 ท่านคิดว่าหากมีการจัดระเบียบร้านอาหารภายในตลาดนัดจตุจักรท่านคิดว่าควรมีรูปแบบลักษณะใด	713	100.00
1. จัดรวมเป็นจุดเดียว	287	40.30
2. แยกส่วนร้านอาหารของแต่ละโครงการ	186	26.10
3. แบบปัจจุบันเหมาะสมดีแล้ว	202	28.30
4. อื่น ๆ	38	5.30

จากตารางที่ 4.7 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัด ๙ , ผู้ค้า , ผู้ซื้อมีความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหารดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๙ ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นว่าร้านอาหารภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีความกระจัดกระจายไม่เป็นระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 44.20 และมีความเห็นว่าหากมีการจัดระเบียบร้านอาหารภายในตลาดนัดจตุจักรควรมีลักษณะจัดรวมเป็นจุดเดียว คิดเป็นร้อยละ 40.30

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๙ ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าร้านอาหารภายในตลาดนัดจตุจักรมีความกระจายกระจัดไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเนื่องจากไม่มีการจัดพื้นที่ที่เป็นส่วนเฉพาะของร้านอาหารซึ่งทำให้ไม่ถูกสุขลักษณะ และผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าควรมีลักษณะรวมกันเป็นจุดเดียว ซึ่งการรวมกันเป็นจุดเดี่ยวนี้อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.8 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนพื้นที่พักผ่อน

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนพื้นที่พักผ่อน	จำนวน	ร้อยละ
2.19 ท่านคิดว่าในปัจจุบันพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดมีมากน้อยเพียงใด	713	100.00
1. มาก	0	0
2. ปานกลาง	242	34.00
3. น้อย	374	52.40
4. เหมาะสมดีแล้ว	97	13.60
2.20 ท่านคิดว่าตลาดนัดจตุจักร ควรมีพื้นที่พักผ่อนลักษณะใด	713	100.00
1. เป็นพื้นที่พักผ่อนอย่างเดียว	285	40.00
2. เป็นพื้นที่พักผ่อน + ร้านขายอาหาร(ของว่าง)	398	55.80
3. อื่น ๆ	30	4.20
2.21 ท่านคิดว่ารูปแบบพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดควรมีรูปแบบอย่างไร	713	100.00
1. มีจุดเดียวรวมเป็นพื้นที่ใหญ่	305	42.80
2. กระจายตามแต่ละโครงการ	320	44.90
3. อื่น ๆ	88	12.30

จากตารางที่ 4.8 พบว่าเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๙ ผู้ค้า ผู้ซื้อ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดจตุจักร ดังนี้

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ผู้ค้า ผู้ซื้อ

มีความคิดเห็นเห็นว่าพื้นที่สวนพักผ่อนภายในตลาดนัดจตุจักรมีจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 52.40 ซึ่งส่วนใหญ่คิดว่าควรมีการจัดพื้นที่พักผ่อนในลักษณะเป็นพื้นที่พักผ่อน + ร้านขายอาหาร (ของว่าง) คิดเป็นร้อยละ 55.80 และรูปแบบพื้นที่พักผ่อนควรมีรูปแบบคือควรกระจายตามแต่ละโครงการ คิดเป็นร้อยละ 59.20

สรุป เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๔ ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดมีจำนวนน้อยและไม่ค่อยเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งลักษณะพื้นที่พักผ่อนที่ผู้ใช้บริการต้องการคือมีลักษณะเป็นพื้นที่พักผ่อน+ร้านค้า(ของว่างเครื่องดื่ม) ซึ่งควรมีรูปแบบคือควรกระจายตามส่วนต่าง ๆ ที่เหมาะสมของแต่ละโครงการอย่างเป็นสัดส่วนและสามารถเห็นได้ชัดเจน

4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน

ตลาดนัดจตุจักร แห่งแรกที่ย้ายมาจากสนามหลวงในปี พ.ศ.2525 นั้น ปัจจุบันมีอายุ 20 ปี ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน ด้านข้างติดกับถนนกำแพงเพชร ซึ่งตลาดนัดจตุจักรจนมาถึงปัจจุบันได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและต่อเติมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีผู้ที่มีความต้องการเข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก เพราะตลาดนัดจตุจักรตั้งอยู่บริเวณที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม สามารถเดินทางมาใช้บริการได้หลายเส้นทาง ทั้งทางรถประจำทาง , ทางรถยนต์ , โดยรถไฟฟ้า และในอนาคตจะมีสถานีรถไฟใต้ดินเกิดขึ้นบริเวณหัวมุม ถ.กำแพงเพชร 2 ดังนั้นการที่มีการคมนาคมเข้าถึงอย่างสะดวกประกอบกับมีสินค้าที่หลากหลายประเภท ทำให้มีการเพิ่มจำนวนร้านค้าเพิ่มอย่างต่อเนื่องเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาหลายด้าน เช่นทำให้เกิดความแออัด , คับแคบ เป็นต้น ซึ่งจากการสำรวจสภาพปัจจุบันของตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ในเรื่องของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผู้วิจัยได้สรุปวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นสภาพที่เป็นจริงในปัจจุบัน ได้ดังนี้

1. สภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ขายภายในตลาดนัด ๔ มีการขอยแบ่งห้องเพื่อให้เช่ามีขนาด 2.5 X 2 เมตร มีลักษณะเป็นอาคารโครงเหล็กหลังคาสูงเพื่อการระบายอากาศ มีทางเดินกว้าง 1.50 เมตร จัดแบ่งเป็น ทั้งหมด 27 โครงการ แบ่งเป็น 12 ประเภทสินค้า
2. พื้นที่สัญจรภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน มีถนนภายในโครงการ 1 เส้น วนรอบภายในตลาดนัดจตุจักร มีประตูทางออก 3 ทาง คือ ทางด้านประตูทางออก ถ.กำแพงเพชร 2 , ด้านประตูทางออก ถ.พหลโยธิน , ด้านทางออกบริเวณ ถ.กำแพงเพชร 3
3. พื้นที่จอดรถ ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการภายในตลาดนัดส่วนใหญ่ในวันหยุดราชการ (เสาร์

- อากาศ) ซึ่งภายในพื้นที่ 74 ไร่ในปัจจุบันนั้นมีพื้นที่จอดรถที่สามารถจอดรถได้จำนวน 220 คัน จะจอดบริเวณริมถนนภายในตลาดนัด ฯ ทำให้ไม่มีความปลอดภัยในการจอด ทำให้ปัจจุบันผู้ใช้บริการตลาดนัด ฯ ที่มีรถยนต์ส่วนบุคคลต้องนำรถไปจอดในบริเวณใกล้เคียงที่เสียค่าจอดรถในอัตราที่แพง ซึ่งส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการนั้นเนื่องจากมีความต้องการจากพ่อค้า , แม่ค้าที่ต้องการเข้ามาค้าขายในตลาดนัดมากขึ้น จึงทำให้ไม่เห็นความต้องการของผู้ใช้บริการดังกล่าว ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นกับตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบัน

4. ห้องน้ำสาธารณะ ปัจจุบันห้องน้ำสาธารณะของตลาดนัด ฯ ได้มีการปรับปรุงสร้างใหม่และมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพการใช้งานในแบบของสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันตลาดนัดจตุจักรมีจุดให้บริการห้องน้ำทั้งหมด 7 จุดโดยรอบตลาดนัด ฯ แต่ละจุดมีจำนวนห้องน้ำหญิง 8 ห้อง ห้องน้ำชายมี 5 ห้อง + โถปัสสาวะ 3 โถ คิดโดยรวม 7 จุดจะมีห้องน้ำหญิงทั้งหมด 56 ห้อง ห้องน้ำชายมี 35 ห้อง + โถปัสสาวะ 21 โถ ซึ่งหากดูจากการสังเกตจะเห็นว่าผู้ใช้บริการแออัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการ แต่หากสังเกตอย่างแท้จริงแล้วจะเห็นว่าห้องน้ำสาธารณะจะแน่นเป็นบางจุด และเป็นเหตุให้ห้องน้ำในจุดนั้นมีกลิ่นเหม็น ซึ่งหากผู้ใช้บริการมีการกระจายออกไปทั้ง 7 จุดบริการ จะทำให้ปัญหานี้หมดไป

5. การระบายอากาศ ในพื้นที่ส่วนขยายภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีปัญหาเนื่องจากแต่ละโครงการมีร้านค้าจำนวนมาก ประกอบกับทางเดินในแต่ละโครงการมีขนาดที่แคบทำให้เกิดความแออัด ซึ่งในปัจจุบันทางตลาดนัด ฯ ได้ติดตั้งเครื่องดูดอากาศไว้บนหลังคาแต่ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหาได้มากนักเพราะมีจำนวนน้อย

6. ส่วนร้านอาหาร ปัจจุบันส่วนร้านอาหารจัดกระจายอยู่ตามโครงการต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นผลทำให้ภายในโครงการที่มีผู้คนเข้าไปใช้บริการมากแล้ว และมีร้านอาหารเกิดขึ้นบริเวณนั้น ซึ่งความร้อนที่เกิดจากการประกอบอาหารทำให้เกิดความอบอ้าว , อากาศถ่ายเทไม่สะดวก และบางส่วนร้านอาหารอยู่ภายในโครงการสัตว์เลี้ยงซึ่งทำให้ไม่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งปัจจุบันร้านอาหารต่าง ๆ กระจุกกระจายมากเกินไป

7. ส่วนพื้นที่พักผ่อน ตลาดนัดจตุจักรมีพื้นที่ส่วนพักผ่อนที่น้อยมาก หากผู้ใช้บริการเหนื่อยจากการจับจ่ายซื้อของแล้วไม่สามารถหาที่นั่งพักผ่อนได้ นอกจากเข้าตามร้านอาหารต่าง ๆ และในปัจจุบันส่วนพักผ่อนที่เห็นได้ชัดภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันคือ บริเวณทางเดินกลางโครงการ 3 ที่ขายสินค้าเกี่ยวกับของแต่งบ้าน ถึงจะเป็นพื้นที่พักผ่อนที่มีเก้าอี้ให้นั่ง แต่มีสภาพที่แออัดเนื่องจากกลางทางเดินมีผู้ที่นำโต๊ะมาตั้งบริการวาดรูปเหมือน , ดูดวงต่าง ๆ ส่วนบริเวณหอนาฬิกาที่จัดว่าเป็นจุดนัดพบและเป็นสถานที่พักผ่อน ก็มีอากาศร้อนเนื่องจากอยู่กลางแจ้ง และบริเวณโดยรอบมีร้านค้า ประกอบกับเป็นจุดกึ่งกลางบริเวณลานเร่ ซึ่งเป็นพื้นที่โล่งกลางตลาดนัด

๔ ทำให้เมื่อมีการตั้งแผงค้าภายในลานแร่แล้ว บริเวณหอนาฬิกาจะเกิดความแออัดมากขึ้น ซึ่งควรมีการจัดหาพื้นที่ที่ร่มรื่นหรือพื้นที่พักผ่อนให้เป็นสัดส่วน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา เรื่องแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน มีที่ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน โดยปัญหาที่สำรวจพบในเบื้องต้นเพื่อเป็นปัญหาในการวิจัยพบว่า การจัดสวนต่าง ๆ ของโครงการไม่เหมาะสมซึ่งควรมีการปรับสวนต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้ และการสัญจรภายในมีความแออัดและติดขัดเนื่องจากผู้ที่ต้องการหาที่จอดรถภายในจึงทำให้เกิดปัญหาดังกล่าว และปัญหาเรื่องพื้นที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ การระบายอากาศที่มีอากาศถ่ายเทไม่สะดวก ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากทางเดินที่คับแคบ สวนร้านอาหารกระจัดกระจายไปทั่วซึ่งทำให้อากาศภายในโครงการถ่ายเทไม่สะดวก และส่งผลให้บางพื้นที่ร้านอาหารไม่ถูกสุขลักษณะ พื้นที่พักผ่อนมีน้อยเกินไปควรมีการจัดเพิ่มเติม ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้ดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของตลาดนัดจตุจักร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการผู้ใช้โครงการ
3. เพื่อเสนอแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธินในรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม

โดยกรอบแนวความคิดที่ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาประกอบไปด้วยด้านต่าง ๆ 6 ด้านดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งขอบเขตของการวิจัยจะทำการศึกษาเฉพาะตลาดนัดจตุจักรที่ตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน ในเรื่องของสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดนัดจตุจักร โดยผลที่ได้ในการวิจัยจะนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธินปัจจุบัน หรือใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำรายละเอียดโครงการปรับปรุง โดยคำนึงถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก ซึ่งจากการวิจัยในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ , ผู้ค้า , ผู้ซื้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในตลาดนัดจตุจักร

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ , ผู้ค้า , ผู้ซื้อ

จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานที่กองอำนวยการตลาดนัดฯ , ผู้ค้า , ผู้ใช้

บริการภายในตลาดนัดจตุจักรเป็นเพศหญิง มีอายุ 19 – 25 ปี วุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และใช้บริการสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองลงมา เป็นต้นไม้ และหนังสือตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่ใช้สอยภายในตลาดนัดจตุจักร

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๔ , ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจุบันการจัดพื้นที่ต่าง ๆ ภายในตลาดนัดยังมีความกระจัดกระจายอยู่บ้าง และเห็นควรให้มีการจัดให้สินค้าประเภทเดียวกันอยู่ในบริเวณเดียวกันเนื่องจากทางตลาดนัด ๔ ได้จัดแบ่งเป็นโครงการต่าง ๆ ไว้แล้วเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๔ , ผู้ค้า , และผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความเห็นว่าในปัจจุบันมีความแออัดและควรมีการจัดระบบการสัญจรใหม่ คือจัดให้เฉพาะรถที่เข้ามาในตลาดนัด ๔ เพื่อเข้ามารับของหนักที่ผู้ซื้อไม่สามารถขนไปถึงรถได้ และควรมีการจัดช่วงเวลาให้กับผู้ค้าในการส่งของ คือช่วงเวลาตั้งแต่ 05.00-09.00น. เพื่อเป็นการลดจำนวนการจอดรถบนถนนภายในตลาดนัด๔และให้นำรถไปจอดบนอาคารจอดรถให้มากที่สุด เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาความแออัดและจราจรติดขัดภายใน

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัดจตุจักร , ผู้ค้า , และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีพื้นที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการประสบ ซึ่งมีความเห็นว่าควรมีการจัดสร้างเป็นอาคารจอดรถ อยู่บริเวณด้านติดกับ ถ.กำแพงเพชร 2 เป็นบริเวณพื้นที่ขายหนังสือและขายของเก่าในปัจจุบัน ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟใต้ดินที่กำลังก่อสร้างในปัจจุบัน

2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๔ , ผู้ค้า , และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการและมีสภาพภายในสะอาดเรียบร้อยดี เนื่องจากเป็นห้องน้ำที่มีการก่อสร้างใหม่ ซึ่งจำนวนห้องน้ำนั้นคิดว่ามีจำนวนที่พอเพียงกับผู้ใช้บริการ

2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ

เจ้าหน้าที่กองอำนวยการตลาดนัด ๔ , ผู้ค้า , และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าระบบการระบายอากาศภายในตลาดนัด ๔ ยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่ขายที่มีการถ่ายเทอากาศไม่สะดวก ซึ่งผู้ให้บริการส่วนหนึ่งให้ความคิดเห็นว่าเกิดจากความคับแคบของทางเดินและปัญหาที่เกิดจากร้านค้าที่มีมาก อีกทั้งมีร้านอาหารมาทำการประกอบอาหารภายในโครงการต่าง ๆ เช่นโครง

การเสิร์ฟ , โครงการต้นไม้ , โครงการของเก่าต่าง ๆ ทำให้ความร้อนที่เกิดจากเตาประกอบอาหาร ทำให้ภายในพื้นที่นั้น ๆ อากาศถ่ายเทไม่สะดวกซึ่งผู้ใช้บริการให้ความเห็นว่าควรมีการจัดระบบการระบายอากาศเป็นแบบใช้พัดลมหรือเครื่องดูดอากาศ

2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนร้านอาหาร

เจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัด ๔ , ผู้ค้า , และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าร้านอาหารภายในตลาดนัดจตุจักรมีความกระจายกระจายไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเนื่องจากไม่มีการจัดพื้นที่ที่เป็นส่วนเฉพาะของร้านอาหารซึ่งทำให้ไม่ถูกสุขลักษณะ และผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าควรมีลักษณะรวมกันเป็นจุดเดียว ซึ่งการรวมกันเป็นจุดเดียวนี้อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ

2.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนพื้นที่พักผ่อน

เจ้าหน้าที่กองอำนาจการตลาดนัด ๔ , ผู้ค้า และผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดมีจำนวนน้อยและไม่ค่อยเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งลักษณะพื้นที่พักผ่อนที่ผู้ใช้บริการต้องการคือมีลักษณะเป็นพื้นที่พักผ่อน+ร้านขายอาหาร(ของว่าง เครื่องดื่ม) ซึ่งควรมีรูปแบบคือควรกระจายตามโครงการต่าง ๆ อย่างเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน

5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตไว้เพียงการศึกษาวิจัย เพื่อเสนอแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ซึ่งความเป็นจริงแล้วแนวความคิดในการออกแบบจะต้องมีการรวบรวมปัญหาและความต้องการ มาทำการกำหนดรายละเอียดเพื่อเป็นแนวทางในการเสนอแนวความคิดในการออกแบบต่อไป อีกทั้งการวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากสภาพปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลให้ทราบถึงปัญหา และความต้องการดังข้อสรุปผลข้างต้น และผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และขอบเขตที่กำหนดไว้ สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปหากมีผู้สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดขึ้น ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ยังไม่มีการขยายอยู่ เช่น การศึกษารูปแบบอาคารของตลาดนัด การศึกษาการออกแบบตลาดนัดจตุจักรเพื่อความน่าสบาย ตลอดจนเป็นแนวทางในการออกแบบปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับโครงการในอนาคตเมื่อมีการนำผลไปใช้ เป็นต้น เพื่อให้ได้งานวิจัยที่เป็นเรื่องเดียวกัน มีความต่อเนื่องและครบถ้วนยิ่งสำหรับใช้เป็นคู่มือในการออกแบบต่อไป

2. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธินแห่งเดียว

เท่านั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาโครงการอื่น แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน ซึ่งอาจทำให้เกิดผลสรุปที่ดีสำหรับตลาดนัดต่อไป

3. การวิจัยครั้งต่อไป ควรจะใช้ระยะเวลาในการวิจัยให้สั้นลงกว่าการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากยิ่งขึ้น และเพื่อลดเวลาในการแก้ไขข้อมูลบางส่วนให้เป็นปัจจุบันในการเสนองานวิจัย

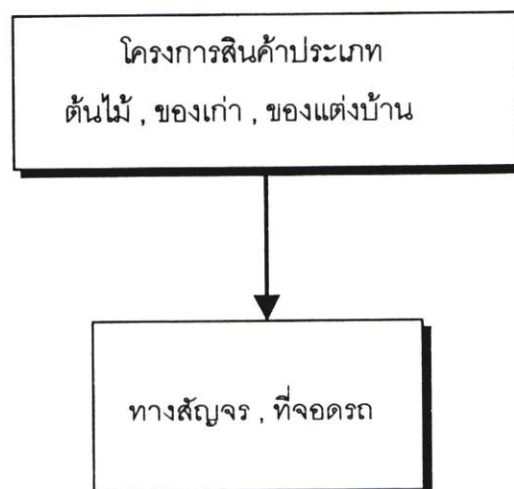
4. ควรมีการศึกษาเรื่องรูปแบบที่เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ในการวิจัยครั้งต่อไป

การนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

จากผลการวิจัย เรื่อง แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและทำการสรุปผลการวิจัย นำมาเสนอเป็นแนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบ (Zoning)

1. การจัดตำแหน่งที่เหมาะสมของส่วนต่าง ๆ เช่นในส่วนของสินค้าประเภทที่มีน้ำหนักมากเช่น ของเก่า ต้นไม้ ควรให้อยู่ในบริเวณที่มีการขนย้ายได้สะดวก

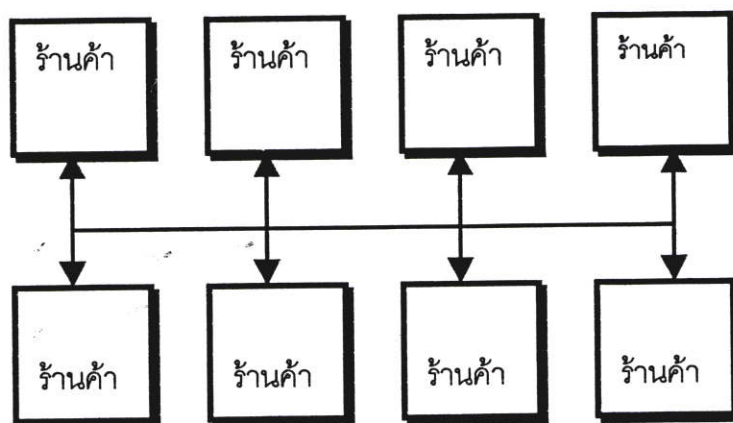


แนวความคิดเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ



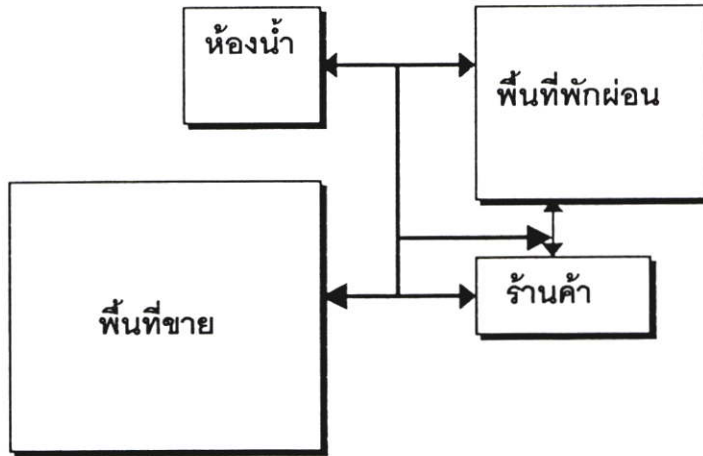
พื้นที่จอดรถควรเพียงพอต่อความต้องการและเหมาะสม ซึ่งควรจัดเป็น 2 จุดเพื่อสะดวกต่อประโยชน์การใช้สอย

แนวความคิดเกี่ยวกับการสัญจร



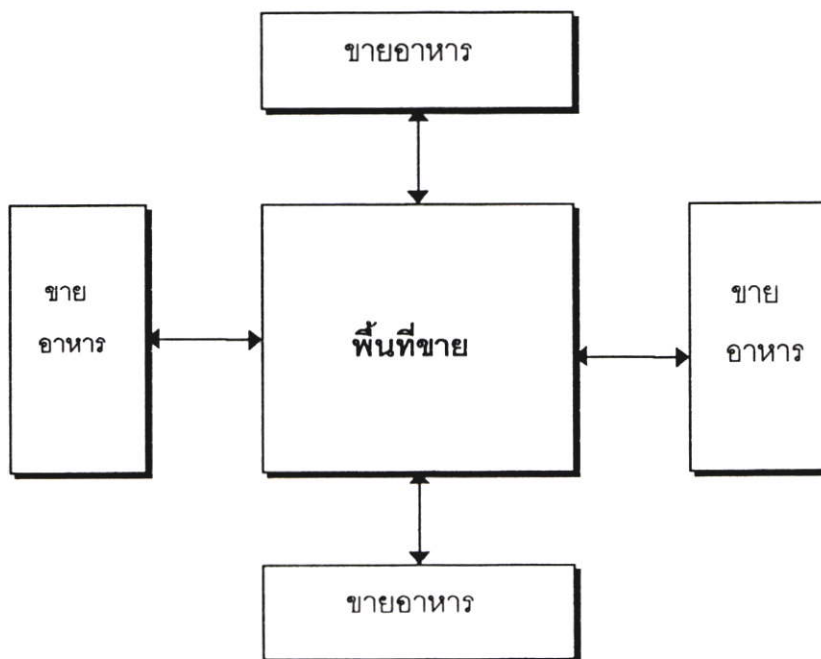
ทางเดินภายในโครงการควรมีความกว้าง 2.00 ม. ซึ่งจากเดิม 1.50ม. เพื่อช่วยในเรื่องของการระบายอากาศเมื่อมีการใช้บริการอย่างหนาแน่นในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

แนวความคิดเกี่ยวกับสวนพักผ่อน



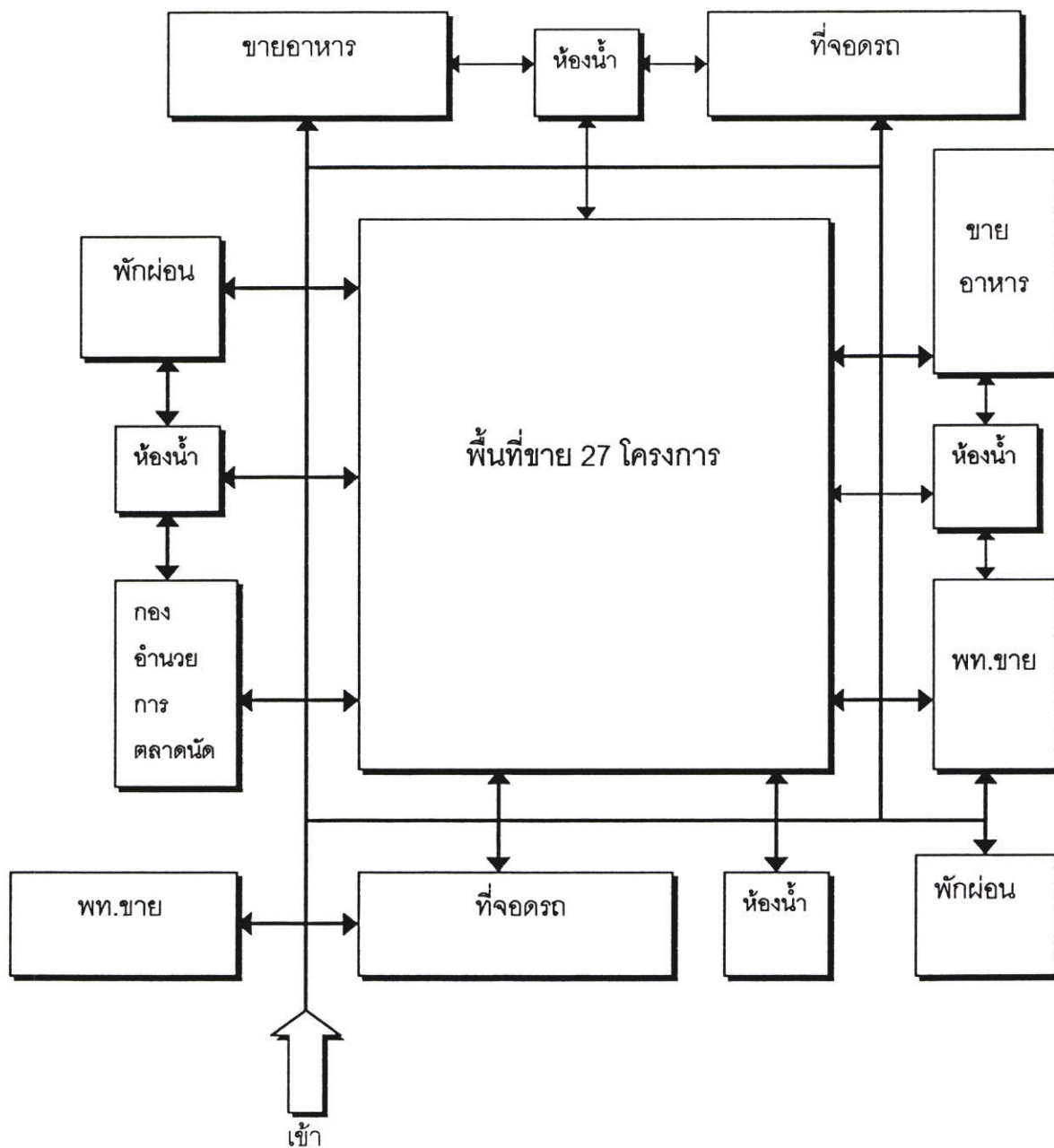
พื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดมีจำนวนน้อย ซึ่งลักษณะพื้นที่พักผ่อนที่ผู้ใช้บริการต้องการคือมีลักษณะเป็นพื้นที่พักผ่อน+ร้านขายอาหาร(ของว่างเครื่องดื่ม) ซึ่งควรมีรูปแบบคือควรกระจายตามโครงการต่าง ๆ อย่างเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน

แนวความคิดเกี่ยวกับสวนขายอาหาร



ส่วนขายอาหารควรอยู่รวมกันเป็นจุดรวมแต่ควรที่จะจุดบริการอาหารโดยรอบโครงการ เพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ เนื่องจากหากมีจุดบริการขายอาหารเพียงจุดเดียวจะทำให้ยากแก่การให้บริการ เพราะตลาดนัดจตุจักรเป็นโครงการที่มีพื้นที่ใหญ่

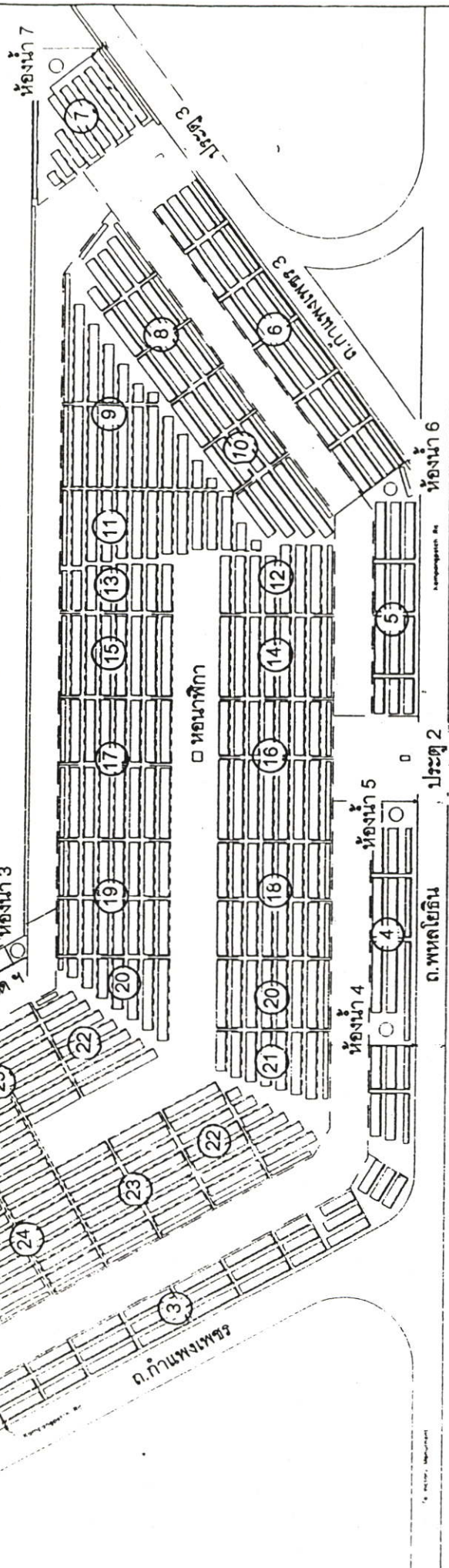
แสดงความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ ในโครงการตลาดนัดจตุจักร



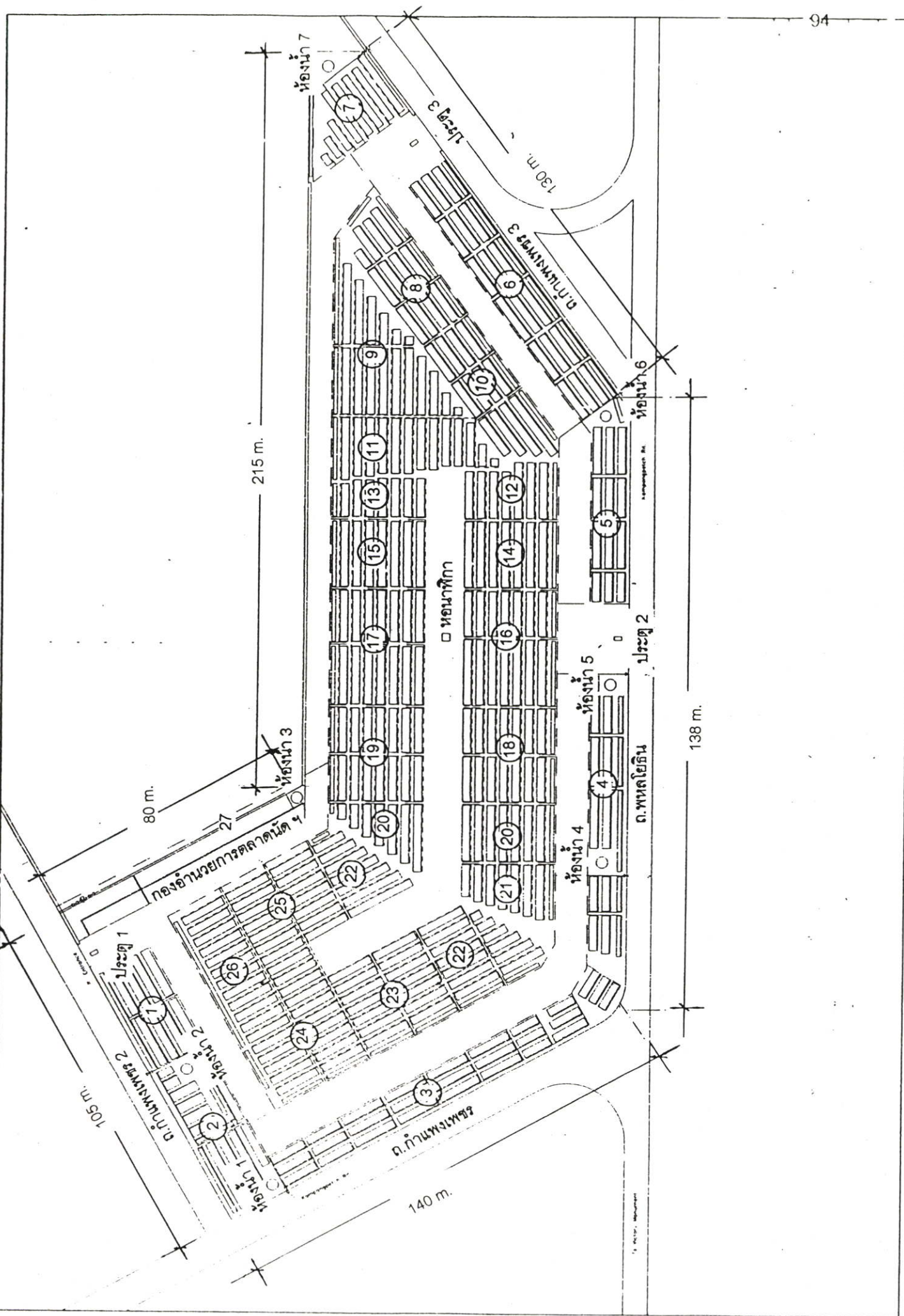
บรรณานุกรม

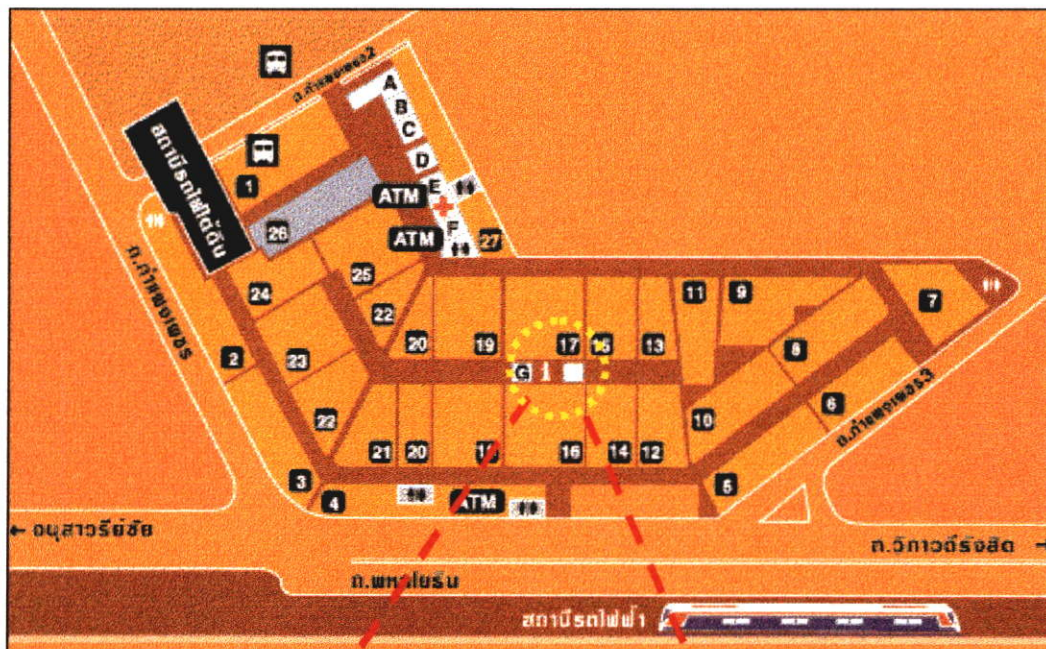
- ธานี กุลแพทย์. บทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่มีต่อชุมชนกรุงเทพฯและปริมณฑล
พ.ศ.2525-2537, สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 ,2539
- ผู้สดี ทิพทัส. เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย , 2538
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. การจัดทำรายละเอียดโครงการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย , 2537
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย , 2538
- วีระเดช พะเยาศิริวงศ์. รวมกฎหมายก่อสร้าง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา , ม.ป.ป
- วีระ อินพันทัง. อิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในสำนักงานที่มีต่อพฤติกรรม
 ของผู้ใช้ : การศึกษากรณีตัวอย่างอาคารสำนักงานใหญ่ของธนาคารกสิกรไทย และ
 ธนาคารศรีนคร. ปรินูญานิพนธ์ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : บัณฑิต
 วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2524
- สุทธาทิพย์ ชวนะเวสสกุล. การศึกษาตลาดนัดชั่วคราวในเมืองและชานเมือง
 กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ลักษณะทางกายภาพของตลาดนัดพฤติกรรมและ
 ทัศนคติของผู้ขายในตลาดนัดลาดพร้าว 101 และตลาดนัดหัวตะเข้. วิทยานิพนธ์
 สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
 เจ้าคุณทหารลาดกระบัง,2540

- โครงการที่ 1 - พระเครื่อง, พระบูชา, หนังสือ, อาหาร
- โครงการที่ 2-4 - ต้นไม้, เครื่องเรือน
- โครงการที่ 5-6 - เสื้อผ้า, เครื่องประดับ, ของพื้นบ้าน
- โครงการที่ 7-9 - ของตกแต่งบ้าน, เครื่องจักสาน, ของเก่า, สินค้าเบ็ดเตล็ด
- โครงการที่ 10-16 - เสื้อผ้า, เครื่องประดับ, สัตว์เลี้ยง
- โครงการที่ 17-19 - เครื่องเซรามิก, อาหารสด, อาหารแห้ง
- โครงการที่ 22-26 - ของเก่า, เครื่องเรือน, ของตกแต่งบ้าน, เครื่องจักสาน
- โครงการที่ 27 - โครงการในฝัน, หนังสือ, ร้านอาหาร, เสื้อผ้า, สินค้าเบ็ดเตล็ด

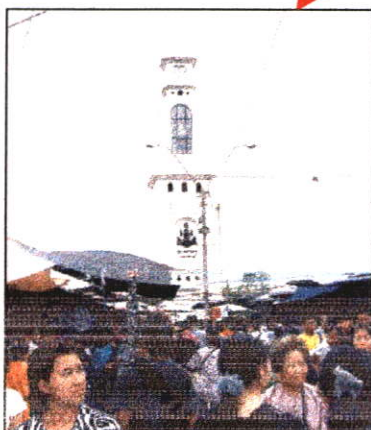


แผนผังตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

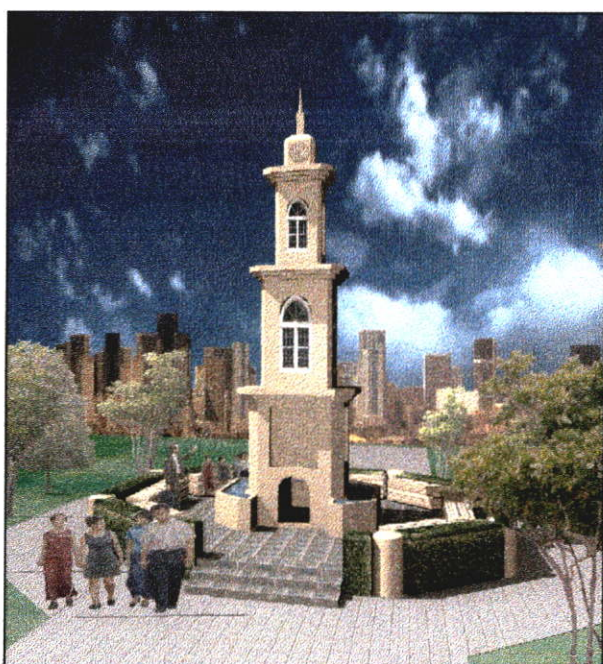
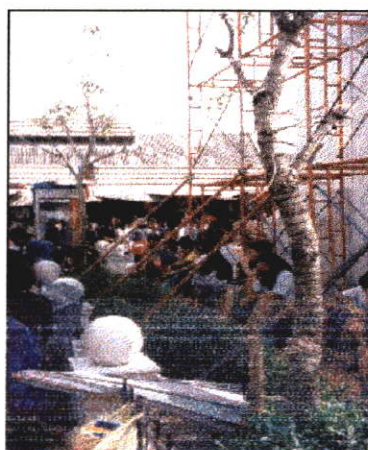




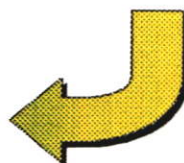
แผนที่ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

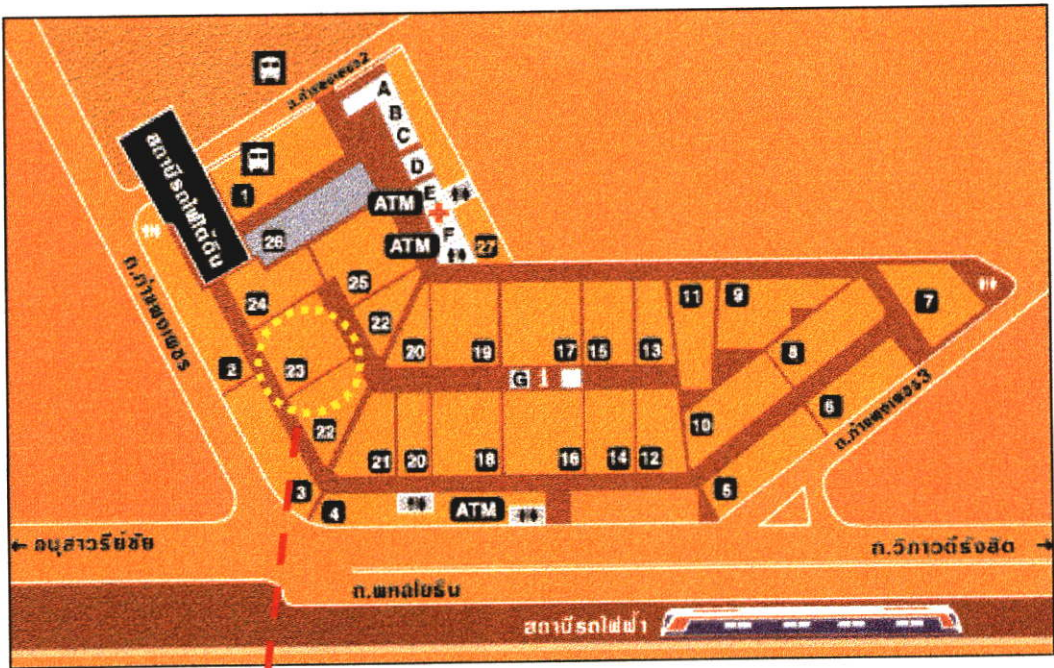


บริเวณโดยรอบ
หอนาฬิกา
ในปัจจุบัน

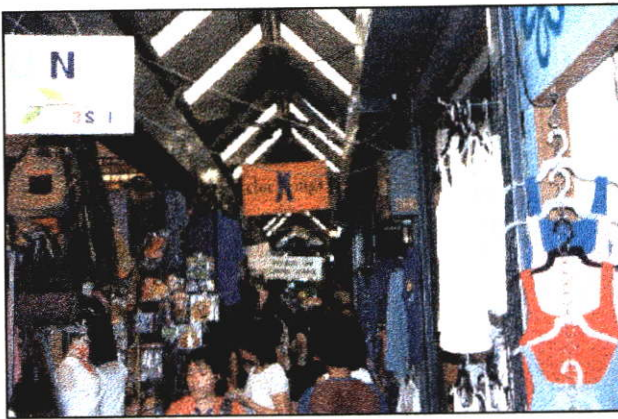


ภาพหลังจากปรับปรุงโดย
การจัดพื้นที่ให้เป็นจุดนัดพบ
พักผ่อน จัดเก้าอี้สำหรับพัก
ผ่อน จัดแต่งต้นไม้เพื่อความ
ร่มรื่น มีน้ำพุโดยรอบเพื่อ
เพิ่มความเย็น





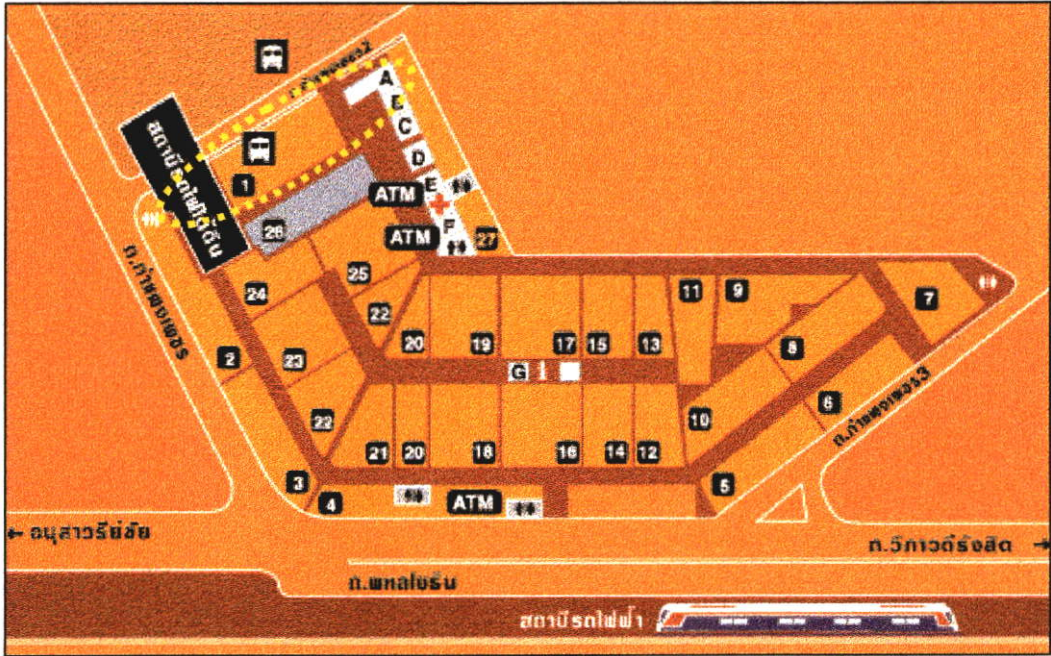
แผนที่ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน



← บริเวณทางเดินภายในพื้นที่ขาย

ปรับปรุงให้ทางเดินภายในพื้นที่ขาย จัดให้มีการติดตั้งเครื่องระบายอากาศบนหลังคา เพื่อระบบการระบายอากาศที่ดี

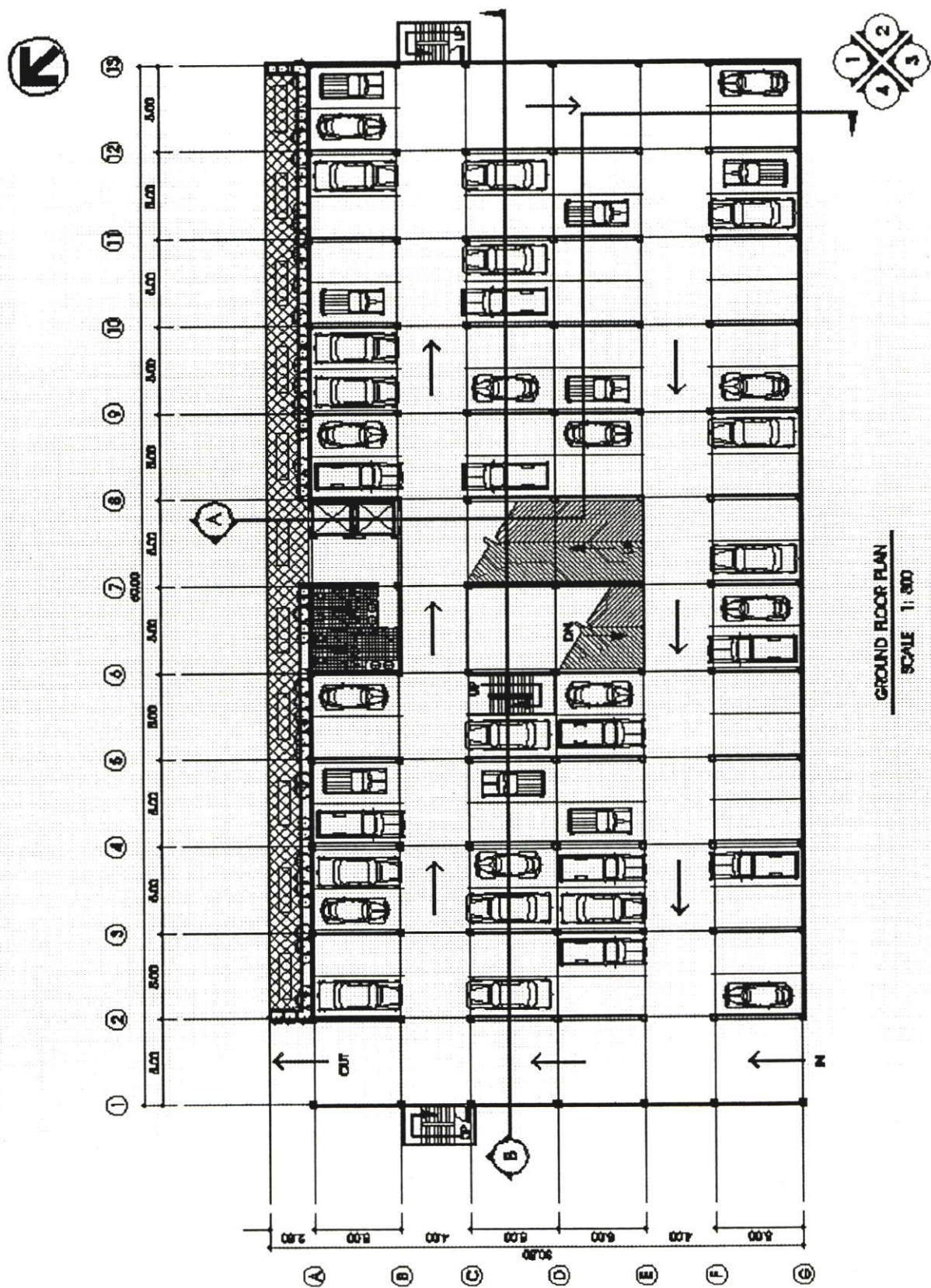


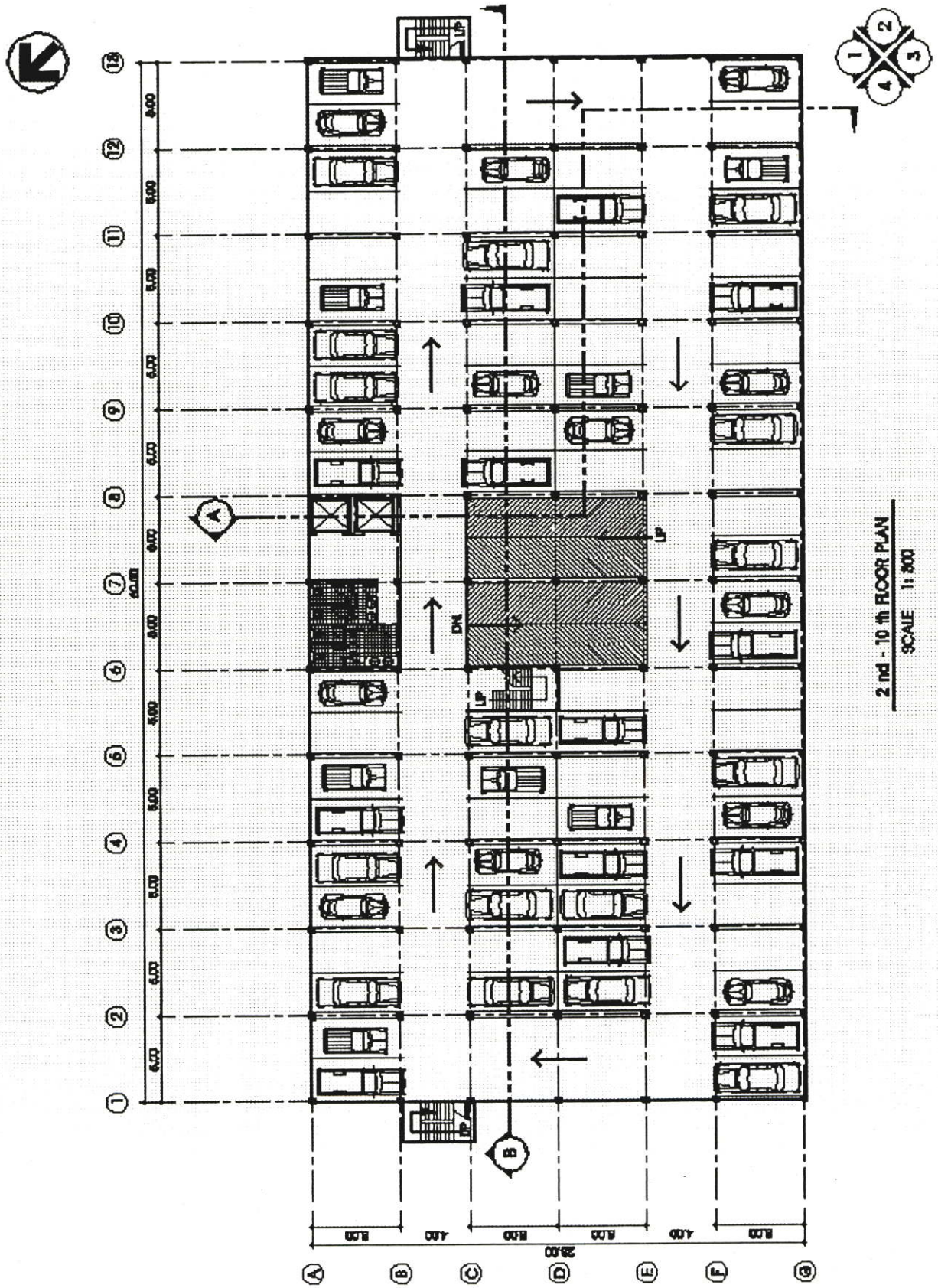


แผนที่ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

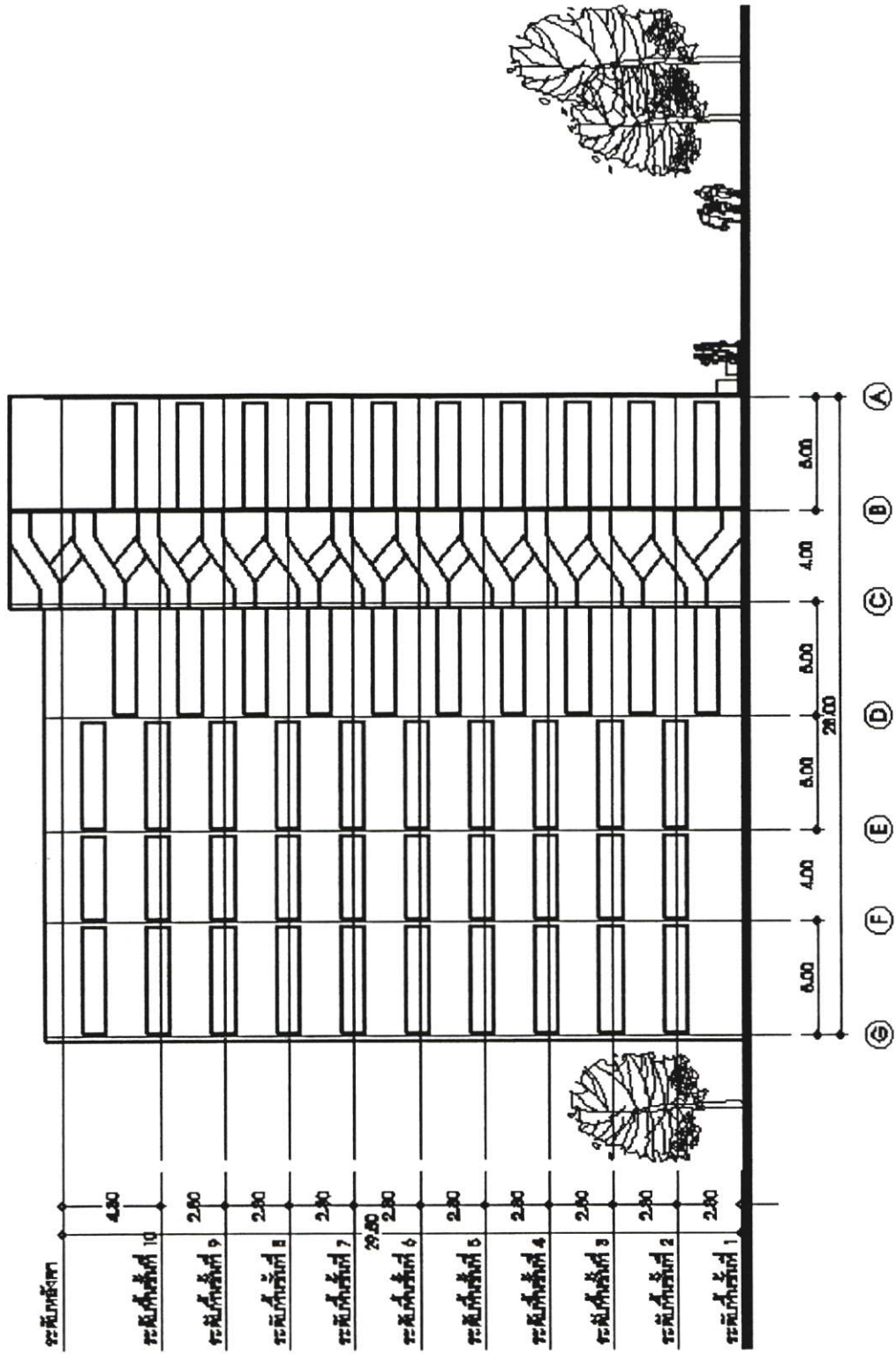
จัดให้มีอาคารจอดรถยนต์บริเวณซุ้มขายหนังสือติดริมถนนกำแพงเพชร 2 ด้านติดถนนภายในตลาดนัดจตุจักร มีการจัดม้านั่งให้ผู้ใช้บริการพักผ่อน



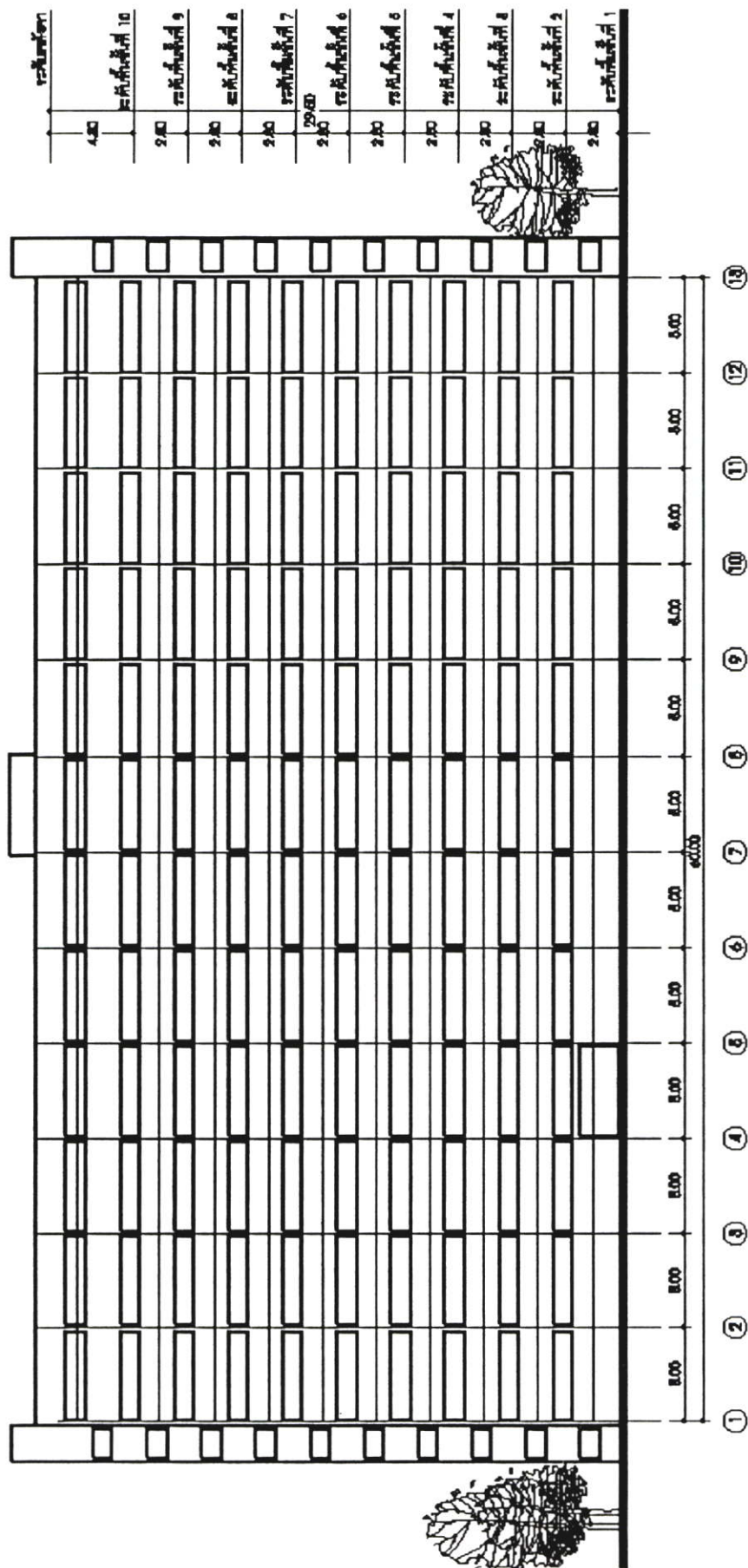




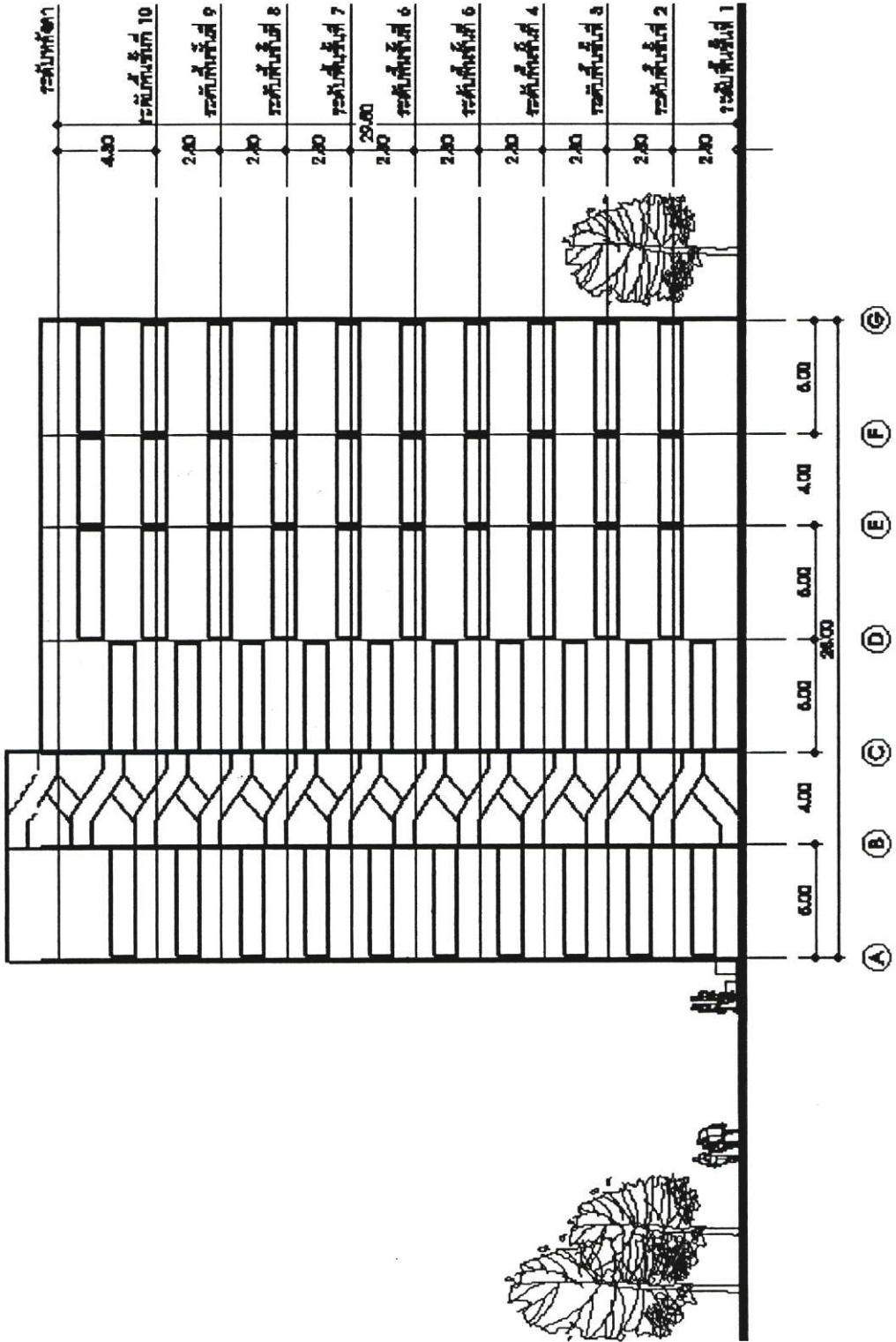
2nd - 10th FLOOR PLAN
SCALE 1/800



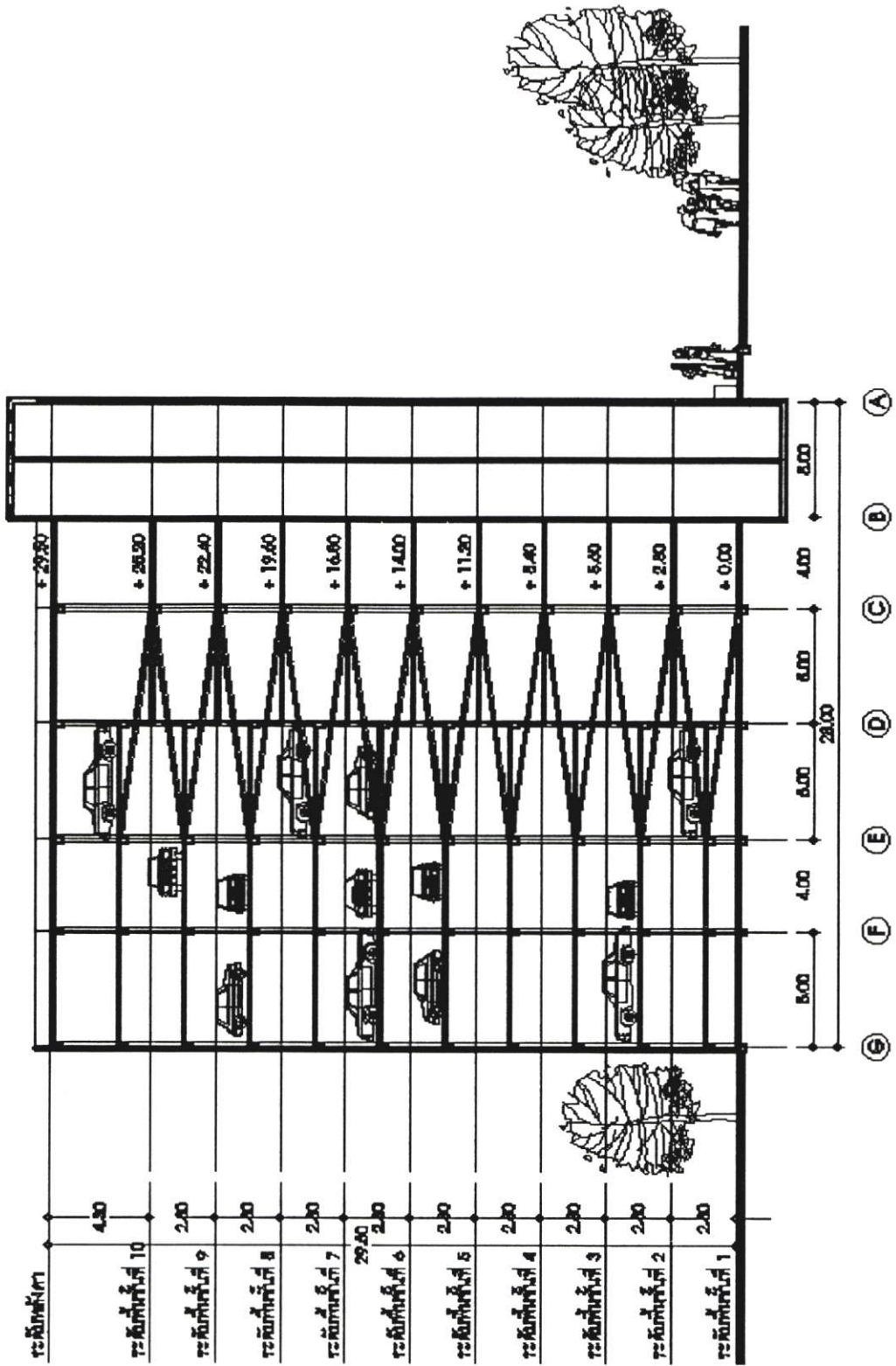
ELEVATION 2
SCALE 1:300



ELEVATION 6
SCALE 1: 500



ELEVATION 4
SCALE 1: 300



SECTION A
SCALE 1: 500

ภาคผนวก
แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย
เรื่อง
แนวความคิดในการออกแบบปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
ตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

คำชี้แจง

โครงการวิทยานิพนธ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการที่จะปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน ในเรื่องของการจัดองค์ประกอบภายในตลาดนัดฯ , การจัดส่วนต่าง ๆ (Zoning) , การสัญจรภายใน , การบริการห้องน้ำสาธารณะ , การจัดพื้นที่พักผ่อน , การจัดการระบายอากาศ ซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดนัดจตุจักรในเรื่องดังกล่าว ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักรที่ท่านใช้บริการอยู่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและออกแบบตลาดนัดจตุจักรอื่นจะเป็นประโยชน์ต่อโครงการที่ท่านใช้บริการ

ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่าน ได้โปรดตอบแบบสัมภาษณ์นี้ให้ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งจะทำให้งานวิจัยในครั้งนี้ได้ผลตรงตามเป้าหมาย คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

แบบสัมภาษณ์นี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้โครงการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร ถนนพหลโยธิน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้โครงการ

7 ข้อ

โปรดใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่าง [] หน้าข้อที่เป็นจริงหรือกรอกข้อความลงในช่องว่างตามสภาพที่เป็นจริง

- 1.1 เพศ ชาย
 หญิง
- 1.2 สถานภาพ สมรส
 โสด
- 1.3 อายุ ต่ำกว่า 18 ปี
 19 – 25 ปี
 26 – 35 ปี
 36 – 45 ปี
 45 – 50 ปี
 50 ปีขึ้นไป
- 1.4 วุฒิทางการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าปว.ช
 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปว.ส
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่น ๆ
- 1.5 ท่านใช้บริการตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่ในวันใด วันเวลาราชการ (พุธ, พฤหัส, ศุกร์)
 วันหยุด (เสาร์, อาทิตย์)
 อื่น ๆ

1.6 ท่านเดินทางมาตลาดนัดจตุจักรโดยวิธีใด

- รถประจำทาง
- รถยนต์ส่วนตัว
- รถจักรยานยนต์
- อื่น ๆ

1.7 ท่านใช้บริการสินค้าภายในตลาดนัดจตุจักรประเภทใดมากที่สุด

- ร้านอาหาร
- เสื้อผ้า
- ต้นไม้
- ของแต่งบ้าน
- ของเก่า
- สัตว์เลี้ยง
- หนังสือ

ตอนที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตลาดนัดจตุจักร
ถนนพหลโยธิน

โปรดใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่าง [] หน้าข้อที่เป็นจริงหรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง
ตามสภาพที่เป็นจริง

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่ใช้สอยภายในตลาดนัดฯ 2 ข้อ

2.1 ท่านคิดว่าการจัดส่วนต่าง ๆ ภายในตลาดนัดฯ ในปัจจุบันเป็นอย่างไร

- มีการจัดประเภทของสินค้าได้อย่างชัดเจน
- ยังกระจัดกระจายอยู่บ้าง
- อื่น ๆ

2.2 ท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการจัดส่วนต่าง ๆ ของโครงการในตลาดนัดฯ หรือไม่

- ควร เนื่องจากควรจัดให้สินค้าแต่ละประเภทอยู่ในบริเวณเดียวกัน
- ไม่ควร เพราะในปัจจุบันมีการจัดที่เหมาะสมแล้ว

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักร 3 ข้อ

2.3 ท่านคิดว่าการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักรเป็นอย่างไร

- สะดวกดีอยู่แล้ว
- มีความแออัดติดขัด
- อื่น ๆ

2.4 ท่านคิดว่าควรมีการจัดการสัญจรภายในตลาดนัดจตุจักรใหม่หรือไม่

- ควร
- ไม่ควร

2.5 ท่านคิดว่าหากมีการจัดระบบการสัญจรภายในตลาดนัดใหม่ท่านคิดว่าควรมีลักษณะใด

- จัดเป็นช่วงเวลาให้กับผู้ค้าที่มาส่งของ
- จัดให้เฉพาะรถที่เข้ามารับของหนักที่ผู้ซื้อไม่สามารถขนไปได้ถึงรถ
- อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถ

4 ข้อ

2.6 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่จอดรถภายในตลาดนัดจตุจักรอย่างไร

- ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- ปัจจุบันเหมาะสมดีแล้ว

2.7 ท่านคิดว่าการใช้สอยพื้นที่จอดรถในปัจจุบันประสบปัญหาใดบ้าง

- ขาดร่มเงา
- ไม่เพียงพอ
- ขาดความเป็นระเบียบ
- ขาดความปลอดภัย

2.8 ท่านคิดว่าการจัดพื้นที่จอดรถภายในตลาดนัดจตุจักรที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

- จัดริมถนนภายในโครงการเช่นปัจจุบัน
- จัดพื้นที่จอดรถภายนอกโครงการให้ในพื้นที่ใกล้เคียง
- จัดสร้างอาคารจอดรถภายในโครงการ

2.9 หากมีการจัดสร้างอาคารจอดรถภายในตลาดนัดจตุจักรหรือหาพื้นที่ใกล้เคียง ท่านคิดว่าอยู่บริเวณใด

- ภายในตลาดนัด ๔ ด้าน ติด ถ.กำแพงเพชร 2 พื้นที่ขายหนังสือและของเก่าในปัจจุบัน
- ด้าน ติดถ.กำแพงเพชร 4 (โครงการ 7 ในปัจจุบัน)
- พื้นที่ใกล้เคียงบริเวณ.....

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะ

3 ข้อ

2.10 ท่านคิดว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

- เพียงพอ
- ไม่เพียงพอ
- อื่น ๆ

2.11 ท่านคิดว่าห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีสภาพแวดล้อมอย่างไร

- สะอาดเรียบร้อยดี
- สกปรก , มีกลิ่นเหม็น
- อื่น ๆ

2.12 ท่านคิดว่าจำนวนห้องน้ำสาธารณะภายในตลาดนัดจตุจักรในปัจจุบันมีความเหมาะสมแล้วหรือไม่

- มีน้อยไป
- เหมาะสม
- อื่น ๆ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบายอากาศ

4 ข้อ

2.13 ท่านคิดว่าการระบายอากาศภายในตลาดนัดฯในปัจจุบันเพียงพอหรือไม่

- เพียงพอ
- ไม่เพียงพอ
- อื่น ๆ

2.14 ท่านคิดว่าภาวะระบายอากาศภายในพื้นที่ขายของตลาดนัดจตุจักรเป็นอย่างไร

- แออัด , อบอ้าว
- อากาศถ่ายเทไม่สะดวก
- เหมาะสมดีแล้ว
- อื่น ๆ

2.15 ท่านคิดว่าปัญหาการระบายอากาศส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาอะไร

- ร้านค้าในปัจจุบันมีมากเกินไป
- ทางเดินภายในที่มีความคับแคบ
- การระบายอากาศที่ไม่เพียงพอ
- อื่น ๆ

2.16 ท่านคิดว่าภายในตลาดนัดจตุจักรควรมีระบบระบายอากาศแบบใด

- ระบายอากาศแบบใช้ลมธรรมชาติ
- ระบายอากาศโดยใช้พัดลมหรือเครื่องดูดอากาศ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนร้านอาหาร

2 ข้อ

2.17 ท่านคิดว่าการจัดพื้นที่ร้านอาหารในปัจจุบันเป็นอย่างไร

- กระจัดกระจายไม่เป็นระเบียบ
- ไม่ถูกสุขลักษณะ เนื่องจากบางจุดอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้กับโครงการสัตว์เลี้ยง
- อื่น ๆ

2.18 ท่านคิดว่าหากมีการจัดระเบียบร้านอาหารภายในตลาดนัดฯ ควรจัดในรูปแบบลักษณะใด

- จัดรวมกันเป็นจุดเดียว
- แยกเป็นส่วนร้านอาหารของแต่ละโครงการ
- แบบปัจจุบันเหมาะสมดีแล้ว
- อื่น ๆ

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสวนพื้นที่พักผ่อน**3 ข้อ**

2.19 ท่านคิดว่าปัจจุบันพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดฯมีมากน้อยเพียงใด

- มาก ปานกลาง น้อย เหมาะสมดีแล้ว

2.20 ท่านคิดว่าตลาดนัด ฯ ควรจะมีพื้นที่พักผ่อนลักษณะใด

- เป็นพื้นที่พักผ่อนอย่างเดียว
 พื้นที่พักผ่อน + ร้านขายอาหาร(ของว่าง)
 อื่น ๆ

2.21 ท่านคิดว่าพื้นที่พักผ่อนภายในตลาดนัดฯ ควรีรูปแบบใด

- มีจุดเดียวรวมเป็นพื้นที่ใหญ่
 กระจายตามแต่ละโครงการ
 อื่น ๆ
-

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวดวงพร สะภูมี
วัน เดือน ปี เกิด	15 มิถุนายน 2519
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 510/1 ซ.ชานเมืองแยก 2 ถ.ประชาสงเคราะห์ เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10300
สถานที่ทำงาน	ฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ สำนักงานเขตจตุจักร เลขที่ 5 ซ.วิภาวดีรังสิต 34 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
ตำแหน่ง	วิทยากร
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2538 จบประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปว.ส) สาขาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขต อุเทนถวาย ปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรม บัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอม- เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2545 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม จากสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง