

ผลกระทบที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายได้รับจากการพัฒนาลานตลาด
โครงการบ้านเอื้ออาทร: กรณีศึกษาโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
Effects that Entrepreneur Resident Received from Market Courtyard
Development in Baan Euarthorn Housing Project
: Case Study of Baan Euarthorn Rom Klao Housing Project

รับบทความ	14/05/2021
แก้ไขบทความ	20/06/2021
ยอมรับบทความ	23/06/2021

วิศวรรุต เกกนิษะ กุณฑลทิพย์ พานิชภักดิ์

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Witsawarut Kekina, Kundoldibya Panitchpakdi

Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

witsawarut.k@gmail.com, kpanitchpakdi@gmail.com

บทคัดย่อ

โครงการบ้านเอื้ออาทรเป็นโครงการที่อยู่อาศัยที่ดำเนินการโดยการเคหะแห่งชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย เสริมสร้างกระบวนการประสานสายสัมพันธ์อันดีภายในชุมชน โดยสร้างชุมชนให้มีองค์ประกอบของชุมชนที่ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น ศูนย์ชุมชน ลานกีฬา และลานตลาด

บทความนี้ได้ทำการศึกษายุทธศาสตร์และหน้าที่ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้งในด้านการบริหารจัดการและการให้สิทธิแก่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการในลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยเลือกลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าเป็นกรณีศึกษา ใช้วิธีการการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยจำนวนร้อยละ 50 จากผู้ประกอบการทั้งหมด ผลการศึกษาสรุปได้ว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการบ้านเอื้ออาทร ผลทางด้านเศรษฐกิจทำให้ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายสามารถประกอบกิจการได้ดีและสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วเนื่องจากเป็นกิจการที่ลงทุนน้อย จึงเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการได้ดี และผลทางด้านสังคมลานตลาดสามารถช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าขายรวมไปถึงผู้อยู่อาศัยคนอื่น ๆ ในชุมชน มีสายสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้ แต่ผลการศึกษาทางด้านทัศนคติของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาดพบว่าความพึงพอใจ (1) ด้านการบริหารลานตลาด ในเรื่องการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้า การรักษาความสะอาด ความปลอดภัย และ (2) ด้านกายภาพของลานตลาด ในเรื่องการจัดแบ่งโซนร้านค้า ที่จอดรถ มีผลคะแนนน้อยกว่าในด้านอื่น ๆ

คำสำคัญ: การพัฒนา ลานตลาด ผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทร ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ

Abstract

Baan Euartharn housing project is the project that is being operated by National Housing Authority. And aims to strengthen the security of living, the good relationships within the community by building a community with community components that support the occurrence of economic activities such as community center, sports complex and market courtyard.

This article has studied the role and the importance of market courtyard in Baan Euartharn housing project in the ways of development concept, Baan Euartharn housing project's goals for the market courtyard's role and the impacts that the market development had on the entrepreneur residents of Baan Euartharn Rom Klao housing project by choosing Baan Euartharn Rom Klao housing project as the case study and interviewing 50% of all the entrepreneurs in the area. The results showed that market courtyard had archived the Baan Euartharn housing project's goals. In terms of economics that entrepreneur residents were able to do their business well and get their payback rapidly because of the low investment, so, they were able to make good profits out of it. And in terms of the social, market courtyard was able to provide the good relationship between traders and residents. However, problems with entrepreneur residents' perspectives have been identified as these following two received the lower scored than the others, including (1) a lack of effective management on screening trader profiles, cleanliness and safety. (2) for physical reasons such as spaces for the stalls categorization and the parking lot organization.

Keywords: *Development, Market courtyard, Entrepreneur resident, Baan Euartharn housing project, Effect that resident received*

ความเป็นมาและความสำคัญ

การเคหะแห่งชาติดำเนินงานด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัยมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2516 โดยมีหน้าที่ดำเนินการตามนโยบาย แก้ไขปัญหาความยากจน เพื่อการพัฒนาเมือง และ ส่งเสริมให้ผู้มีรายได้น้อยได้มีที่อยู่อาศัย (การเคหะแห่งชาติ, [ม.ป.ป.]) ในปี พ.ศ. 2546 การเคหะแห่งชาติได้ดำเนินการโครงการบ้านเอื้ออาทรตามนโยบายรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมสร้างสายสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัว ชุมชน และสังคม ให้มีความเข้มแข็ง และมีคุณภาพ และเพื่อสร้างชุมชนให้มั่งคั่งประกอบของชุมชนซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (การเคหะแห่งชาติ, 2546) การพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร นอกจากที่พำนักแล้วยังประกอบด้วยองค์ประกอบส่วนอื่น เช่น ศูนย์ชุมชน ลานกีฬา และลานตลาด

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญถือเป็นศูนย์กลางของชุมชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจเป็นแหล่งสินค้าที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันแก่ผู้อยู่อาศัย และยังเป็นแหล่งงานให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาดได้ เป็นการสร้างอาชีพและรายได้ ทางด้านสังคมเป็นที่พบปะระหว่างผู้อยู่อาศัย เปิดโอกาสให้มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน อันจะนำไปสู่วัฒนธรรมเอื้ออาทร ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญส่วนหนึ่งของโครงการบ้านเอื้ออาทร จากความสำคัญดังกล่าวการเคหะแห่งชาติ จึงได้กำหนดให้มีลานตลาดในทุกโครงการที่มีขนาดกลาง และขนาดใหญ่

ในปัจจุบันมีโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นอาคารชุด ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 19 โครงการ ได้มีการเตรียมพื้นที่ลานตลาดไว้ทุกโครงการ แต่มีการดำเนินการประกอบกิจการค้าขายจำนวน 15 โครงการ โดยมีพื้นที่เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 2.4 ของขนาดที่ดินโครงการทั้งหมดของแต่ละโครงการ ดังนั้น การศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นในการใช้งานลานตลาดจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำไปประกอบการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยในอนาคต

จากโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นอาคารชุดในกรุงเทพมหานครจำนวน 19 โครงการ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นหนึ่งในโครงการบ้านเอื้ออาทรที่มีขนาดใหญ่ที่สุด มีจำนวนหน่วยพักอาศัยทั้งหมด 6,022 หน่วย และมีลานตลาดที่ได้รับการพัฒนาและมีการค้าขายตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2556 ผลจากการสัมภาษณ์เบื้องต้นพบว่า ผู้ประกอบการในลานตลาดของโครงการดังกล่าวทุกคนเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จึงได้เลือกโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าเป็นกรณีศึกษา

ในการศึกษาผลกระทบและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากลานตลาด ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงมากที่สุดคือ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย โดยพิจารณาจากผลประกอบการจากการค้าขายในลานตลาด และผลด้านความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาผลกระทบ ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายได้รับจากการเข้าร่วมดำเนินงานลานตลาด ในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดและชุมชน (เกียรติ จิวะกุลและคณะ, 2525)

ตลาด หมายถึง สถานที่สำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยจะตั้งอยู่บนทำเลที่มีชุมชนเป็นองค์ประกอบ ซึ่งเกียรติ จิวะกุล และคณะ ได้ให้ความหมายของตลาดว่า ตลาดเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และความคิดต่าง ๆ เป็นสถานที่ที่ประชาชนแทบทุกคนชั้นมีส่วนร่วมในการใช้สอย

แนวคิดการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร (การเคหะแห่งชาติ, 2546)

โครงการบ้านเอื้ออาทรเป็นโครงการที่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มผู้มีรายได้น้อยโดยมีแนวคิดและวัตถุประสงค์หลักดังนี้

1. เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมายโดยการจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่ได้มาตรฐานในชุมชนและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมพร้อมระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ
2. เพื่อเสริมสร้างกระบวนการประสานสายสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัว ชุมชน และสังคม ให้ความเข้มแข็งและมีคุณภาพ
3. เพื่อสร้างชุมชนให้มั่งคั่งประกอบของชุมชนซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้อยู่อาศัยและครอบครัวได้มีรายได้เสริมนอกเหนือจากรายได้ประจำ

มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติด้านพื้นที่พาณิชย์กรรม (การเคหะแห่งชาติ, 2529)

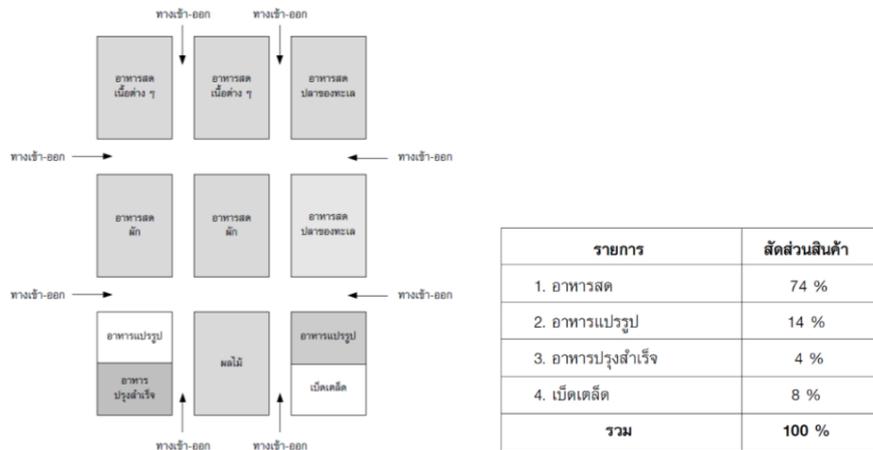
การเคหะแห่งชาติได้กำหนดมาตรฐานที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม กำหนดขนาดของชุมชน และองค์ประกอบของพื้นที่พาณิชย์กรรม โดยกำหนดให้ชุมชนทุกขนาดมีพื้นที่สำหรับพาณิชย์กรรม และโครงการที่มีขนาดชุมชนระดับต่ำขึ้นไปมีตลาดสดเป็นองค์ประกอบในโครงการ ซึ่งโครงการชุมชนระดับอำเภอ กำหนดให้มี ร้านค้าย่อย ตลาดสด และ ศูนย์การค้าเป็นองค์ประกอบในโครงการและมีพื้นที่รวม 12 ไร่

ตาราง 1 : องค์ประกอบชุมชน มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติด้านพื้นที่พาณิชย์กรรม

องค์ประกอบชุมชน	โครงการเคหะชุมชน			
	ชุมชนขนาดหมู่บ้าน	ชุมชนขนาดตำบล	ชุมชนขนาดอำเภอ	ชุมชนขนาดเมือง
ขนาดชุมชน				
จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัย	400 (300-500)	1,600 (1,200-2,000)	4,800 (3,600-6,000)	14,000 (10,800-18,000)
บริเวณพาณิชย์กรรม	✓	✓	✓	✓
รวมเนื้อที่	1 ไร่	4 ไร่	12 ไร่	36 ไร่
ร้านค้าย่อย	✓	✓	✓	✓
ตลาดสด		✓	✓	✓
ศูนย์การค้า			✓	✓
สาขาธนาคาร				✓

แนวคิดการจัดวางแผงค้าและกลุ่มสินค้า (ธนาคารออมสิน, 2547)

คู่มือออกแบบตลาดสด ธนาคารออมสิน ได้รวบรวมสัดส่วนและการวางผังตลาดในภาคกลางเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเบื้องต้น การจัดวางร้านค้าในตลาดให้นำซื้อควมคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (1) คำนึงถึงการแบ่งโซน โดยการแบ่งโซนตามประเภทอาหาร เช่น อาหารสด อาหารแห้ง เครื่องใช้ อาหารแปรรูป และอาหารปรุงสำเร็จ เพื่อสามารถแยกส่วนเปียกและส่วนแห้งของตลาดได้ (2) การคำนึงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การจัดแผงผลไม้ไว้ด้านหน้า เพื่อความสวยงามน่ารับประทาน (3) การคำนึงถึงงานด้านวิศวกรรม เช่น ระบบท่อประปาและการระบายน้ำเสีย (4) การคำนึงถึงความสะดวก การบำรุงรักษา การซ่อมแซม (5) คำนึงถึงการระบายอากาศในตลาดไม่ให้เกิดจุดอับ และการบังทิศทางลม (6) การทำประขาพิจารณาของร้านค้าด้วยกัน ในการตกลงกันเองให้ได้ข้อยุติที่ดีที่สุดได้ประโยชน์ร่วมกัน



ภาพ 1 สัดส่วนและการวางผังตลาดในภาคกลางเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเบื้องต้น
ที่มา: ธนาครอมสิน, 2547

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนของการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
2. สำรวจลักษณะทางกายภาพของลานตลาด ทั้งที่ตั้ง และพฤติกรรมของผู้ใช้งานลานตลาด และทำการคัดเลือกผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายเพื่อทำการสัมภาษณ์
3. สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้
 - 3.1 สัมภาษณ์บุคลากรของการเคหะแห่งชาติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร (2 คน) บุคลากรของโครงการบ้านเอื้ออาทรร่วมเกล้า ทั้ง ตัวแทนนิติบุคคล (1 คน) และผู้ดำเนินการบริหารลานตลาด (1 คน)
 - 3.2 สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรร่วมเกล้า เกี่ยวกับการลงทุนและการประกอบการค้าขายและรวมไปถึงทัศนคติและความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่วมเกล้า โดยทำการสุ่มตัวอย่างร้านค้า ในจำนวน ร้อยละ 50 ของร้านค้าจากทั้งหมด 42 ร้านค้า (เป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่วมเกล้าทั้งหมด) สามารถเก็บข้อมูลจริงได้ 20 ร้านค้า ซึ่งจะสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่าง (1) ร้านอาหารปรุงสำเร็จ สัมภาษณ์จำนวน 9 ร้านจากทั้งหมด 24 ร้าน (2) ร้านวัตถุดิบและร้านขายของชำ สัมภาษณ์จำนวน 8 ร้าน จากทั้งหมด 15 ร้าน (3) ร้านบริการสัมภาษณ์จำนวน 3 ร้าน จากทั้งหมด 3 ร้าน

ผลการศึกษา

เป้าหมาย ในการพัฒนาลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ (ภาวิณี ธีรสวัสดิ์, 2563)

1. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน)
2. เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน
3. เพื่อสร้างวัฒนธรรมเอื้ออาทร ความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

วิธีการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

การเคหะแห่งชาติได้กำหนดมาตรฐานที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม ซึ่งบริเวณพาณิชย์กรรมเป็นส่วนหนึ่งจากองค์ประกอบทั้งหมด กำหนดขนาดของบริเวณพาณิชย์กรรมสำหรับโครงการระดับอำเภอไว้ที่ 12 ไร่ ในการออกแบบวางผังโครงการบ้านเอื้ออาทรจึงต้องเตรียมพื้นที่สำหรับลานตลาดไว้ โดยมีลักษณะเป็นลานโล่งเพื่อให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการ

บริหารเพื่อนำไปพัฒนา จากการสัมภาษณ์นิติบุคคลและผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าพบว่า พื้นที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เริ่มเปิดโครงการในปี พ.ศ. 2552 มีการจัดเตรียมพื้นที่เป็นลานโล่งคอนกรีตไว้และกรรมสิทธิ์ที่ดินบริเวณลานตลาดเป็นของการเคหะแห่งชาติ ต่อมาในปี พ.ศ. 2556 การเคหะแห่งชาติได้มีการพัฒนาโครงสร้างอาคารตลาด (ภาพ 1 และ 2) และเปิดประมูลให้เอกชนเข้ามาดำเนินการบริหารโครงการลานตลาด โดยการเคหะแห่งชาติยังคงเป็นเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและเป็นผู้ให้เช่าพื้นที่ลานตลาด

การบริหารจัดการลานตลาด

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 การเคหะแห่งชาติเปิดประมูลให้เอกชนเช่าพื้นที่ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าในการดำเนินการบริหารจัดการโครงการลานตลาด เป็นบริษัทเอกชนที่มีประสบการณ์ในการบริหารตลาดมาก่อน มาเป็นผู้ดำเนินการจัดเก็บค่าเช่าจากผู้ประกอบการ โดยผู้เช่าในแต่ละแผงจะเป็นผู้ปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเองหรือมีโครงสร้างเดิมจากผู้เช่ารายก่อนหน้า ในพื้นที่ 4 ตารางเมตรต่อ 1 แผง จำนวน 144 แผง ในปัจจุบัน ณ วันที่สำรวจ มีผู้เช่าแผงทั้งสิ้น 108 แผง จำนวน 42 ร้านค้าโดยแต่ละร้านจะเช่าจำนวนแผงไม่เท่ากัน มีลักษณะการเก็บค่าเช่าแผงทั้งรายวัน วันละ 50 บาทต่อหนึ่งแผง และรายเดือน เดือนละ 1,500 บาทต่อหนึ่งแผง ตามข้อตกลงของแต่ละร้านค้า โดยผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดจะเป็นผู้ไปเก็บค่าเช่าที่แผงร้านค้าด้วยตนเอง การบริหารลานตลาดประกอบด้วยผู้ดำเนินการลานตลาดและผู้ช่วยอีกจำนวน 1 คน ในด้านการรักษาความสะอาดมีการจ้างแม่บ้านซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการจำนวน 1 คน และด้านความปลอดภัยมีการจ้างผู้รักษาความปลอดภัยเฉพาะช่วงเวลากลางคืนซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการจำนวน 1 คน

จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าผู้ดำเนินการลานตลาดมีทัศนคติต่อการบริหารลานตลาดที่สอดคล้องกับนโยบายของโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยมีมุมมองว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นลานตลาดที่มีไว้เพื่อบริการให้ผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้น้อยในโครงการฯ ผู้ค้าขายในตลาดจึงทำกำไรกับการค้าได้ไม่มากนัก การบริหารลานตลาดจึงจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นที่เหมาะสม เพื่อความคล่องตัวในการค้าขายของผู้ค้าในตลาด เช่น อัตราค่าเช่าที่ต่ำ การเก็บค่าเช่าเป็นรายวันเพื่อให้ผู้ค้ามีกำลังพอที่จะจ่ายค่าเช่าแผงได้สะดวก และการเปิดรับผู้ค้ารายใหม่โดยที่ไม่ต้องมีจดจำหรือสัญญาใด ๆ และผู้ค้ารายใหม่สามารถเลือกตำแหน่งร้านค้าได้เองโดยไม่มีกำหนดตำแหน่งและหมวดหมู่

ลักษณะทางกายภาพของลานตลาดและการใช้สอยในลานตลาดปัจจุบัน



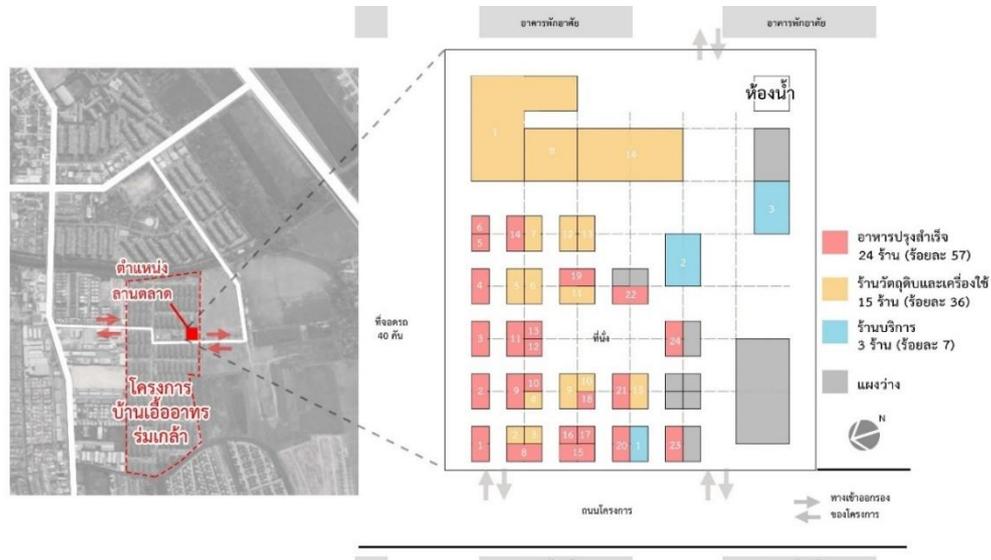
ภาพ 2 ลานตลาดภายนอกอาคาร บ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ที่มา: ผู้วิจัย)



ภาพ 3 ลานตลาดภายในอาคาร บ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ที่มา: ผู้วิจัย)

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีพื้นที่ประมาณ 1,620 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าออกทางด้านทิศใต้ของโครงการซึ่งเดิมที่โครงการกำหนดให้เป็นทางเข้าออกหลัก แต่เมื่อเกิดการเปิดทางเข้าออกทางด้านทิศเหนือทางเข้าออกด้านทิศใต้จึงลดความหนาแน่นในการสัญจรลง จึงกลายเป็นทางเข้าออกรอง และทำให้ลานตลาดไม่ได้ตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นทางสัญจรหลัก

บริเวณโดยรอบลานตลาดประกอบด้วย ทางทิศเหนือที่เป็นที่จอดรถจำนวน 40 คัน และถนนมีการใช้พื้นที่จอดรถเป็นตลาดนัดในวันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันเสาร์ ทางด้านทิศตะวันออกติดกับอาคารพักอาศัย ทางด้านทิศใต้ ติดกับรั้วโครงการและที่ดินภายนอก และทางด้านทิศตะวันตกติดกับถนนโครงการและฝั่งตรงข้ามถนนคืออาคารพักอาศัย



ภาพ 4 ฝั่งแสดงตำแหน่งและการจัดวางลานตลาดโครงการบ้านเอ้ออธรรมเกล้า (ที่มา: ผู้วิจัย)

ร้านค้าภายในลานตลาดเป็นแผงร้านค้าที่มีพื้นที่หน่วยละ 2 คูณ 2 เมตร โดยแต่ละร้านมีขนาดพื้นที่แตกต่างกันไป โดยที่แต่ละร้านค้าจะวางอุปกรณ์สำหรับวางสินค้า เช่น โต๊ะ และชั้นวางของ แตกต่างกันไปไม่มีรูปแบบตายตัว และมีการเดินระบบไฟฟ้าลงมาในแต่ละเสา ตัวอาคารเป็นโครงสร้างเหล็กมีความสูงจากพื้นถึงใต้หลังคาอยู่ที่ 3 - 7 เมตร ทางเดินในลานตลาดมีความกว้าง 2 เมตร

ลานตลาดโครงการบ้านเอ้ออธรรมเกล้าเปิดทำการทุกวันตั้งแต่เวลา 4.00 น. - 21.00 น. และในวันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันเสาร์ มีการปรับใช้ที่จอดรถเป็นตลาดนัด ในเวลา 16.00 น. - 21.00 น. เพื่อส่งเสริมการใช้งานลานตลาด โดยผู้ดำเนินการลานตลาดจะจ่ายค่าเช่าพื้นที่ที่จอดรถให้นิติบุคคล เป็นรายเดือน

ลักษณะของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย

จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายทั้งหมด 20 คน พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่ในลานตลาด ร้อยละ 57 ของผู้ค้าทั้งหมด ประกอบกิจการประเภทร้านอาหาร ผู้ประกอบการค้า ร้อยละ 36 ประกอบกิจการประเภทร้านวัตถุดิบและของชำ และร้อยละ 7 ประกอบกิจการร้านบริการ ผู้ค้าส่วนใหญ่ในลานตลาด ร้อยละ 75 เป็นเพศหญิง โดยผู้ค้าที่ประกอบกิจการร้านบริการเป็นเพศหญิงทั้งหมด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 45 ปี และมีช่วงอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี และ 51 - 60 ปี เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 60 ของผู้ค้าทั้งหมด และผู้ค้าส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 40 ของผู้ค้าทั้งหมด แต่มีเพียงผู้ค้าที่เป็นร้านค้าอาหารที่มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในชั้นประถมศึกษาอยู่ที่ร้อยละ 56 ของผู้ค้าที่เป็นร้านค้าอาหารทั้งหมด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายส่วนใหญ่ในลานตลาดมีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 2.7 คน โดยส่วนใหญ่มีช่องทางหารายได้จากการค้าขายในลานตลาดและทางอื่นอีก 1 ช่องทาง คิดเป็นร้อยละ 50 (ตาราง 2)

การลงทุนของผู้ค้า

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายมีการลงทุน เฉลี่ย 11,825 บาทต่อการลงทุนแต่ละครั้ง ผู้ค้าที่เป็นร้านประเภทบริการ ใช้เงินลงทุนเฉลี่ยสูงสุด 45,000 บาทต่อการลงทุนแต่ละครั้ง เนื่องจากขนาดร้านที่ใหญ่มีพื้นที่เฉลี่ย 12 ตารางเมตร และมีการลงทุนในการตกแต่งร้านและซื้ออุปกรณ์ ผู้ค้าร้านวัตถุดิบและของชำมีการลงทุนที่น้อยลงมา เฉลี่ยอยู่ที่ 7,563 บาทต่อการลงทุนแต่ละครั้ง และผู้ค้าร้านอาหาร มีการลงทุนที่ต่ำที่สุด เฉลี่ยอยู่ที่ 4,556 บาทต่อการลงทุนแต่ละครั้ง ซึ่งเมื่อเทียบกับความสำเร็จในการคืนทุนตามคาดการณ์แล้วจะพบว่า ผู้ค้าร้านอาหารสามารถคืนทุนได้ตามเวลาที่คาดการณ์มากที่สุด เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 78 และเมื่อมองในภาพรวมของทุกร้าน จะพบว่าร้านค้าที่สามารถคืนทุนได้ตามเวลาที่คาดการณ์เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 55 และใช้เวลาคืนทุนเฉลี่ย 14 เดือน (ตาราง 2)

ผลตอบแทนทางการเงินที่ผู้ค้าได้รับ

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายมีรายได้สุทธิ จากการค้าขายในตลาด เฉลี่ย 13,125 บาทต่อเดือน (คิดเป็นร้อยละ 42 ของรายได้ครัวเรือน) ซึ่งผู้ค้าที่เป็นร้านประเภทบริการสามารถสร้างรายได้ต่อเดือนได้มากที่สุดอยู่ที่ 15,833 บาทต่อเดือน (คิดเป็นร้อยละ 45 ของรายได้ครัวเรือน) รองลงมาคือผู้ค้าร้านวัตถุดิบและของชำ สามารถสร้างรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 14,063 บาทต่อเดือน (คิดเป็นร้อยละ 47 ของรายได้ครัวเรือน) และผู้ค้าร้านอาหาร สามารถสร้างรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 11,389 บาทต่อเดือน (คิดเป็นร้อยละ 36 ของรายได้ครัวเรือน) (ตาราง 2)

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย

จากการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายโดยการให้คะแนน เต็ม 5 คะแนน ในด้าน ภายภาพ การใช้สอย การบริหาร ภาพรวมของตลาด และ ความสัมพันธ์ในสังคม รายงานผลตามลำดับจากคะแนนมากไปน้อยได้ดังนี้ (ตาราง 3)

1. ทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม อยู่ในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 คะแนน โดย ให้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดในด้าน ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ช่วยทำให้ผู้ค้ามีลูกค้าประจำ และ พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน ที่ 4.70 คะแนน และให้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในด้าน การจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน ที่ 3.70 คะแนน
2. ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด อยู่ในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 คะแนน โดยให้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดในด้าน ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์ ที่ 4.70 คะแนน และให้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ ที่ 3.75 คะแนน
3. ทัศนคติต่อภาพรวมของการจัดให้มีพื้นที่ลานตลาดในโครงการ อยู่ในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 คะแนน โดยให้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดในด้าน โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีพื้นที่ตลาด ที่ 4.63 คะแนน และให้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในด้านความพึงพอใจ ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่าน ที่ 3.68 คะแนน
4. ทัศนคติต่อลักษณะทางกายภาพ ตำแหน่งที่ตั้งของลานตลาด อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 คะแนน โดยให้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดในด้าน ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด และ ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม ที่ 4.60 คะแนน และให้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในด้าน การจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่ ที่ 2.90 คะแนน
5. ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 คะแนน โดยให้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดใน

ด้าน การบริหารจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ ที่ 4.20 คะแนน และให้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในด้าน การจัดการ
รักษาความสะอาดที่ดี ที่ 3.50 คะแนน

ตาราง 2 ลักษณะของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย

ลักษณะของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย	ร้านขายอาหาร (57%)	ร้านวัตถุดิบ,ของใช้ (36%)	ร้านประเภทบริการ (7%)	เฉลี่ย
เพศ	ชาย (22%) หญิง (78%)	ชาย (37%) หญิง (63%)	ชาย (0%) หญิง (100%)	ชาย (25%) หญิง (75%)
อายุเฉลี่ย(ปี)	46	46	38	45
ช่วงอายุ	21-30 ปี (11%)	21-30 ปี (12%)	21-30 ปี (0%)	21-30 ปี (10%)
	31-40 ปี (22%)	31-40 ปี (25%)	31-40 ปี (67 %)	31-40 ปี (30%)
	41-50 ปี (22%)	41-50 ปี (12%)	41-50 ปี (0%)	41-50 ปี (20%)
	51-60 ปี (34%)	51-60 ปี (38%)	51-60 ปี (33%)	51-60 ปี (30%)
	60 ปีขึ้นไป (11%)	61 ปีขึ้นไป (13%)	62 ปีขึ้นไป (0%)	63 ปีขึ้นไป (10%)
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (56%)	ประถมศึกษา (25%)	ประถมศึกษา (0%)	ประถมศึกษา (35%)
	ม.ต้น (11%)	ม.ต้น (37%)	ม.ต้น (0%)	ม.ต้น (20%)
	ม.ปลาย / ปวช (22%)	ม.ปลาย / ปวช (38%)	ม.ปลาย / ปวช (100%)	ม.ปลาย / ปวช (40%)
	อนุปริญญา / ปวส. (11%)	อนุปริญญา / ปวส. (0%)	อนุปริญญา / ปวส. (%)	อนุปริญญา / ปวส. (5%)
อยู่อาศัยในโครงการมาเป็นเวลา(ปี)	9.1	7.3	7.3	8.1
ขายของลานตลาดมาเป็นเวลา(ปี)	5.2	5.4	4.3	5.2
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย(คน)	3.1	2.6	2.3	2.7
พื้นที่ในการค้าขาย(ตร.ม.)	7.11	7.00	12.00	7.80
ลูกค้าที่อาศัยในโครงการ	86%	90%	87%	88%
เงินลงทุนเฉลี่ย(บาท/การลงทุน1ครั้ง)	4,556	7,563	45,000	11,825
ระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ย(เดือน)	18	8	20	14
คืนทุนในเวลาที่เกิดการสำเร็จ	สำเร็จตามคาดการณ์ (78%)	สำเร็จตามคาดการณ์ (37%)	สำเร็จตามคาดการณ์ (33%)	สำเร็จตามคาดการณ์ (55%)
	ไม่สำเร็จตามคาดการณ์ (22%)	ไม่สำเร็จตามคาดการณ์ (63%)	ไม่สำเร็จตามคาดการณ์ (67%)	ไม่สำเร็จตามคาดการณ์ (48%)
ช่องทางหารายได้ของครัวเรือน	ตลาดเท่านั้น (22%)	ตลาดเท่านั้น (37%)	ตลาดเท่านั้น (0%)	ตลาดเท่านั้น (25%)
	ตลาด + อีก 1ทาง (67%)	ตลาด + อีก 1ทาง (25%)	ตลาด + อีก 1ทาง (67%)	ตลาด + อีก 1ทาง (50%)
	ตลาด + มากกว่า1ทาง (11%)	ตลาด + มากกว่า1ทาง (38%)	ตลาด + มากกว่า1ทาง (33%)	ตลาด + มากกว่า1ทาง (25%)
รายได้สุทธิจากการค้าขายในตลาด (บาท/เดือน)	11,389	14,063	15,833	13,125
รายได้สุทธิของครัวเรือน(บาท/เดือน)	31,389	29,688	35,000	31,250
รายได้ในการค้าขายในตลาด	36%	47%	45%	42%
จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน(คน)	28.33	40.00	5.00	29.50

เมื่อนำข้อมูลและทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายมาพิจารณาแยกตามประเภทของร้านค้า
สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตาราง 3)

1. ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78 อายุเฉลี่ยที่ 46 ปี การศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษา
ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 56 จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3.1 คน ใช้พื้นที่ในการขายเฉลี่ย 7.11 ตารางเมตร ใช้
เงินลงทุนเฉลี่ย 4,556 บาท และสามารถคืนทุนได้เฉลี่ย 18 เดือน โดยมีอัตราร้านที่สามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ อยู่
ที่ ร้อยละ 78 มีรายได้สุทธิจากการค้าขายในลานตลาดอยู่ที่ 11,389 ต่อเดือน และมีลูกค้าเป็นคนภายในโครงการ ร้อย

ละ 86 โดยมีการให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจในด้านกายภาพของลานตลาดในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 คะแนน ด้านการใช้สอยลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 คะแนน ด้านการบริหารลานตลาดในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 คะแนน ด้านภาพรวมของลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 คะแนน และด้านความสัมพันธ์ในสังคมในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 คะแนน

2. ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการร้านวัตถุดิบ ของใช้ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63 อายุเฉลี่ยที่ 46 ปี การศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 38 จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 2.6 คน ใช้พื้นที่ในการขายเฉลี่ย 7 ตารางเมตร ใช้เงินลงทุนเฉลี่ย 7,563 บาท และสามารถคืนทุนได้เฉลี่ย 8 เดือน โดยมีอัตราร้านที่สามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ อยู่ที่ ร้อยละ 37 มีรายได้สุทธิจากการค้าขายในลานตลาดอยู่ที่ 14,063 ต่อเดือน และมีลูกค้าเป็นคนภายในโครงการ ร้อยละ 90 โดยมีการให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจในด้านกายภาพของลานตลาดในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 คะแนนด้านการใช้สอยลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 คะแนน ด้านการบริหารลานตลาดในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 คะแนน ด้านภาพรวมของลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 คะแนน และด้านความสัมพันธ์ในสังคมในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 คะแนน
3. ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการร้านประเภทบริการ เป็นเพศหญิงทั้งหมดอายุเฉลี่ยที่ 38 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 2.3 คน ใช้พื้นที่ในการขายเฉลี่ย 12 ตารางเมตร ใช้เงินลงทุนเฉลี่ย 45,000 บาท และสามารถคืนทุนได้เฉลี่ย 20 เดือน โดยมีอัตราร้านที่สามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ อยู่ที่ ร้อยละ 33 มีรายได้สุทธิจากการค้าขายในลานตลาดอยู่ที่ 15,833 ต่อเดือน และมีลูกค้าเป็นคนภายในโครงการ ร้อยละ 87 โดยมีการให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจในด้านกายภาพของลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 คะแนนด้านการใช้สอยลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 คะแนน ด้านการบริหารลานตลาดในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 คะแนน ด้านภาพรวมของลานตลาดในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.61 คะแนน และด้านความสัมพันธ์ในสังคมในระดับดีมาก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.89 คะแนน

เมื่อนำข้อมูลและทัศนคติของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายทุกประเภทของร้านค้ามาพิจารณาาร่วมกันพบว่า (ตาราง 3)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการประเภทบริการ เป็นเพศหญิงสูงสุดและเป็นเพศหญิงทั้งหมด อายุเฉลี่ยของร้านขายอาหารและร้านวัตถุดิบ ของใช้ ใกล้เคียงกันที่ 46 ปี แต่ร้านค้าประเภทบริการมีอายุเฉลี่ยที่ 38 ปีซึ่งน้อยกว่าถึง 8 ปี ร้านวัตถุดิบ ของใช้ และร้านประเภทบริการ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แตกต่างจากร้านขายอาหารที่การศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้านขายอาหารมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากที่สุดเมื่อเทียบกับทั้งหมดเฉลี่ย 3.1 คน

ด้านการประกอบการค้าร้านค้าประเภทบริการ มีการใช้พื้นที่ในการประกอบกิจการสูงสุด ใช้พื้นที่ในการขายเฉลี่ย 12 ตารางเมตร และใช้เงินลงทุนเฉลี่ยสูงสุดที่ 45,000 บาท ซึ่งแตกต่างจากร้านค้าอีกสองประเภทเป็นอย่างมาก แต่เมื่อมองในด้านรายรับจะพบว่า ร้านค้าประเภทบริการ จะมีรายรับที่สูงที่สุด ร้านค้าประเภทร้านวัตถุดิบ ของใช้ มีระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ยเร็วที่สุดที่ 8 เดือน และทุกประเภทร้านค้า มีลูกค้าเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการสูงถึงร้อยละ 86 - 90

การให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเกี่ยวกับลานตลาดของร้านค้าแต่ละประเภท (1) ด้านกายภาพของลานตลาด พบว่าร้านค้าประเภทบริการให้คะแนนสูงที่สุดเฉลี่ย 4.17 คะแนน และร้านอาหารให้คะแนนต่ำที่สุดเฉลี่ย 3.91 คะแนน (2) ด้านการใช้สอยลานตลาด พบว่าร้านค้าประเภทบริการให้คะแนนสูงที่สุดเฉลี่ย 4.59 คะแนน และร้านอาหารให้คะแนนต่ำที่สุดเฉลี่ย 3.79 คะแนน (3) ด้านการบริหารลานตลาด พบว่าร้านค้าประเภทบริการให้คะแนนสูงที่สุดเฉลี่ย 4.17 คะแนน และร้านวัตถุดิบ ของใช้ ให้คะแนนต่ำที่สุดเฉลี่ย 3.65 คะแนน (4) ด้านภาพรวมของลานตลาด พบว่าร้านค้าประเภทบริการให้

คะแนนสูงที่สุดเฉลี่ย 4.61 คะแนน และร้านอาหารให้คะแนนต่ำที่สุดเฉลี่ย 4.11 คะแนน (5) ความสัมพันธ์ในสังคม พบว่า ร้านค้าประเภทบริการให้คะแนนสูงที่สุดเฉลี่ย 4.89 คะแนน และร้านวัตถุดิบ ของใช้ ให้คะแนนต่ำที่สุดเฉลี่ย 4.28 คะแนน

ตาราง 3 ทศนคติและความพึงพอใจเกี่ยวกับลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย

ทศนคติและความพึงพอใจเกี่ยวกับลานตลาด	ร้านขายอาหาร	ร้านวัตถุดิบ ของใช้	ร้านประเภท บริการ	เฉลี่ย
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.91	3.99	4.17	3.98
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	3.89	4.57	4.67	4.30
1.2 ท่านมีความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	4.67	5.00	5.00	4.60
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	4.56	4.71	4.33	4.60
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	3.33	3.00	2.33	3.10
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	3.44	2.86	4.00	3.30
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	2.67	3.00	2.67	2.90
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	4.33	4.43	5.00	4.50
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม	3.89	3.57	4.67	3.95
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	3.89	4.00	4.67	4.10
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	4.44	3.71	4.33	4.20
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	4.36	4.26	4.59	4.36
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	4.33	4.00	4.33	4.25
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	4.22	4.29	5.00	4.40
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3.78	3.71	4.00	3.75
2.4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดทีเดียว	3.78	3.57	4.33	3.85
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	4.33	4.14	4.67	4.35
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	4.78	4.57	4.67	4.70
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	4.67	4.57	4.67	4.65
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	4.56	4.43	5.00	4.60
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	4.78	4.43	4.67	4.65
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.79	3.65	4.17	3.79
3.1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	4.33	3.86	4.33	4.20
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.89	3.86	3.67	3.80
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	3.33	3.29	4.33	3.50
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	4.00	3.43	4.67	3.89
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	3.22	3.57	3.67	3.45
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	4.00	3.71	4.33	3.90
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	4.11	4.28	4.61	4.25
4.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้	3.44	3.67	4.00	3.68
4.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด	4.67	4.33	5.00	4.63
4.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	4.44	4.67	5.00	4.58
4.4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	4.56	4.33	5.00	4.53
4.5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	4.00	4.50	4.00	4.21
4.6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	3.56	4.14	4.67	3.90
5.ทศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.47	4.25	4.89	4.45
5.1 ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ช่วยทำให้ท่านมีลูกค้าประจำ	4.78	4.71	5.00	4.70
5.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	4.67	4.57	5.00	4.70
5.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้	4.89	4.14	5.00	4.65
5.4 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด	4.89	4.14	5.00	4.65
5.5 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน	4.56	4.14	5.00	4.53
5.6 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน	4.44	4.33	5.00	4.53

5.7 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน	3.78	3.43	4.00	3.70
5.8 ตลาดมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	4.11	4.14	5.00	4.30
5.9 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น	4.89	4.29	5.00	4.70

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลกระทบที่ผู้อยู่อาศัยในโครงการได้รับจากการเป็นผู้ประกอบการค้าขาย ในพื้นที่ตลาดในโครงการ

1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการ ได้มีพื้นที่สำหรับสร้างอาชีพที่สามารถเป็นได้ทั้งแหล่งรายได้หลักของครัวเรือน และรายได้เสริมของครัวเรือน เนื่องจากพื้นที่ตั้งของตลาดอยู่ในโครงการ มีความสะดวก ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปค้าขาย อีกทั้งการลงทุนค้าขายในลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรยังสามารถลงทุนได้ในจำนวนเงินการลงทุนที่ไม่สูงนัก (เฉลี่ยที่ 11,825 ในการลงทุนครั้งแรก) สามารถคืนทุนได้เฉลี่ย 14 เดือน และมีรายได้ของร้านค้าเฉลี่ยที่ 13,125 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 42 ของรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยของผู้ประกอบการค้าขายในลานตลาด จึงทำให้ระดับราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมต่อผู้อยู่อาศัย เป็นไปตามเป้าหมายที่การเคหะแห่งชาติตั้งไว้

1.2 ผลกระทบทางด้านความสัมพันธ์กับผู้อยู่อาศัยในชุมชน จากการสัมภาษณ์และผลสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าประเด็นที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมภายในโครงการ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 คะแนน ซึ่งเป็นคะแนนที่สูงที่สุดจากทุกหมวด และจากการสังเกตภายในตลาด ผู้ค้าในลานตลาดมีความสัมพันธ์สนทนกันระหว่างผู้ค้า รวมไปถึงความสนิทสนมกับผู้อยู่อาศัยที่เป็นลูกค้าด้วยเช่นกัน เป็นไปตามเป้าหมายที่การเคหะแห่งชาติตั้งไว้

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการบ้านเอื้ออาทรในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) การเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ลานตลาดสามารถส่งเสริมให้ผู้อยู่อาศัยมีความสะดวกในการหาซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค ในพื้นที่ภายในชุมชน (2) การเสริมสร้างกระบวนการประสานสายสัมพันธ์อันดีภายในชุมชน ลานตลาดสามารถต่อบรรลุประสงค์ข้อนี้ได้ ทั้งในด้านการเป็นพื้นที่เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนได้มาพบปะกันจนเกิดเป็นสายสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ไปจนถึงการสร้างความสำเร็จของผู้ซื้อและผู้ขายจนมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดความสนิทสนมกันระหว่างคนในชุมชน (3) การสร้างชุมชนให้มั่งคั่งประกอบของชุมชนซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ลานตลาดมีความจำเป็นสำหรับโครงการผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้น้อย เนื่องจากสามารถเป็นพื้นที่เพื่อให้คนในชุมชนมาลงทุนค้าขายในต้นทุนที่ต่ำและมีอัตราการคืนทุนเร็ว เป็นแหล่งรายได้เสริมสำหรับสมาชิกในครอบครัวที่ไม่ได้เป็นผู้หารายได้หลักของครอบครัว รวมไปถึงเป็นอาชีพที่เป็นแผนสำรองหากขาดรายได้ในบางช่วงได้

อีกทั้งผลการสัมภาษณ์และการให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจ พบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นแหล่งพบปะกัน แลกเปลี่ยนข่าวสารภายในชุมชน และเป็นสถานที่ที่สามารถเป็นพื้นที่ส่วนกลางให้คนในชุมชนมาใช้สอย ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ เกียรติ จิระกุล เขียนไว้ ในแนวคิดตลาดกับชุมชน

ข้อเสนอแนะ

นอกเหนือจากโครงการบ้านเอื้ออาทรแล้ว โครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ ควรพิจารณา หากไม่มีตลาดอยู่ใกล้โครงการในรัศมีการเดินทาง 45 นาที (การเคหะแห่งชาติ, 2529) ควรส่งเสริมให้มีลานตลาดภายในโครงการ เพราะจะทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจชุมชน ความสะดวกในการอยู่อาศัย และประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่ดีทางสังคมด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

การเคหะแห่งชาติ. [ม.ป.ป.]. *วิสัยทัศน์*. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.nha.co.th/view/1/วิสัยทัศน์>
การเคหะแห่งชาติ. (2529). *มาตรฐานที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมการเคหะแห่งชาติ*. กรุงเทพมหานคร: การเคหะแห่งชาติ.
การเคหะแห่งชาติ. (2546). *รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน โครงการบ้านเอื้ออาทร*. กรุงเทพมหานคร: การเคหะ
แห่งชาติ.

เกียรติ จิวะกุล, จาตุรนต์ วัฒนผาสุก, สุวัฒนา ธาดานิติ, ขวัญสรวง อติโพธิ, ชมพูนุท นาศิริรักษ์ และ
เนตรนภิศ นาควัชระ. (2525). *ตลาดในกรุงเทพมหานคร การขยายตัวและพัฒนาการ*.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนาคารออมสิน. (2547). *คู่มือการออกแบบตลาดสด*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท คอนซัลแทนท์ ออฟ เทคโนโลยี จำกัด.
ภาวิณี ธีรสวัสดิ์. (2563, 29 กันยายน). *สัมภาษณ์*.

สาธิต ดิลกคุณานันท์. (2558). *แนวทางการออกแบบตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน*. ปทุมธานี:
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.