

การวิเคราะห์โครงสร้างทางภูมิศาสตร์ของตลาดนัดหมุนเวียน
ในจังหวัดสตูล

ปริญญานิพนธ์

ของ

เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ

ขอสมทบทุน

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต

มิถุนายน 2519

การวิเคราะห์โครงสร้างทางภูมิศาสตร์ของตลาดนัดหมุนเวียน
ในจังหวัดสตูล

บทคัดย่อ
ของ
เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
มิถุนายน 2519

การวิเคราะห์โครงสร้างทางภูมิศาสตร์ของตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะการแจกกระจายในพื้นที่ของตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูล ซึ่งมีค่าเกี่ยวกับของตลาดนัดสองขนาดจากจำนวนตลาดนัดทั้งหมด 16 แห่ง ระบบการหมุนเวียนของตลาดนัดเป็นระบบรอบละ 7 วัน, 6 วันและ 5 วัน ในรอบหนึ่ง ๆ ตลาดนัดจะเปิดทำการค้าขายในลักษณะที่เหลื่อมกัน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์บุคคล, พ่อค้าและเจ้าของตลาดนัดที่เกี่ยวข้องรวมกันในวันนัดของตลาดนัดหมุนเวียน

การจำแนกค่าเกี่ยวกับของตลาดนัดได้พิจารณาใช้จำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายเพื่อทำความเข้าใจรูปแบบการแจกกระจายตามทฤษฎีบ้านกลางและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวกับลักษณะส่วนรวมของระบบตลาดนัดหมุนเวียน

ผลการศึกษา

การแจกกระจายของตลาดนัดทั้ง 16 แห่งเป็นลักษณะรูปหกเหลี่ยมก้นเต้า โดยพิจารณาการเป็นของค่าเกี่ยวกับ K เท่ากับ 3 โดยประมาณตามหลักการตลาดของคริสตอเฟอร์

การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่ 6 คนเป็นไปตามการหมุนเวียนของตลาดนัดในระบบที่สมบูรณ์แบบที่สุด พ่อค้าบางคนเลือกค้าขายในระบบรอบละ 6 วันหรือ 5 วันสำหรับพ่อค้าส่วนใหญ่ขายสินค้าเบียงรอบละ 2 หรือ 3 วันโดยนำสินค้าทางการเกษตรจำนวนน้อยมาสดับ

หน้าที่การแลกเปลี่ยนภายในท้องถิ่นนี้เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ว่าเป็นจำนวนน้อยจากข้อมูลชี้ให้เห็นว่าจำนวนสินค้าประเภทที่ความต้องการสูงมีมากกว่าสินค้าประเภทที่มีความต้องการต่ำ

ผลที่ได้จากการว่าแนกลำดับภัยของตลาดนักให้ผลการศึกษที่ต่างกันกล่าวคือ
จำนวนร้านค้ามีความสัมพันธ์เป็นปฏิภาคตรงกับความหนาแน่นของประชากร
และอำนาจการซื้อ, เป็นปฏิภาคกลับกับระยะทางจากตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่
ใกล้ที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับบริเวณบริการ เป็นปฏิภาคตรงซึ่งมีค่า
ต่ำมาก

ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายมีความสัมพันธ์เป็นปฏิภาคตรงกับขนาดของ
บริเวณบริการและอำนาจการซื้อ, เป็นปฏิภาคกลับกับระยะทางจากตลาดนัดหมุนเวียน
กับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับความ
หนาแน่นของประชากรเป็นปฏิภาคตรงซึ่งมีค่าความสัมพันธ์ต่ำมาก

AN ANALYSIS OF THE GEOGRAPHICAL STRUCTURE
OF PERIODIC MARKETS IN SATUN

ABSTRACT

BY

KREANGSAK LEECHARRLE

Presented in partial fulfilment of the requirements
for the Master of Education Degree
Sri Nakhonviroth University
June, 1976

In this study, information on the spatial and temporal arrangement of the periodic markets in Satun, southern part of Thailand, was presented in a two-level hierarchy of sixteen markets. The market rings were considered as the spatial expression of the seven-day, six-day and five-day temporal periodicity and the market rings belonged to several overlapping rings simultaneously.

The method of collecting data was an interview of the consumers, the sellers and the market-keepers who has co-business on the market day of periodic markets.

The hierarchical of periodic markets was tentatively classified according to their number of establishments and their time scale of operation for an analysis based on the Central Place Theory and the relationships between individual variations and the organization of these markets into the system.

The Findings

The spatial distribution of sixteen markets was generalized into hexagonal arrangement approximates a $k = 3$ system according to the marketing principle of Christaller.

The travelled behavior of six itinerant traders whose trades link markets into a complete ring. Some traders choose to go to a five-day or a six-day ring. For most of a two-day or a three-day traders were accomplished through the rotated systems with their small volumes of agricultural products for sale.

The local exchange function was presented a small scale of the basic needful commodities. The data indicated that the amount of low order goods was larger than the high order goods.

The classification of the hierarchical of periodic markets revealed the different results for this investigation as follow:

The number of establishments related positively to the density of population and purchasing power ; and related negatively to the distance from periodic markets to the nearest permanent markets. The relationship between the number of establishments and the service areas was low degree positive relation.

The time scale of operation related positively to the service areas and purchasing power ; and related negatively to the distance from periodic markets to the nearest permanent markets. The relationship between the time scale of operation and the density of population was low degree positive relation.

คณะกรรมการที่ปรึกษาประจำตัวนิติได้พิจารณาอนุญาตเรียบร้อยแล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

.....ประธาน

.....กรรมการ

ประกาศคุณประการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้จากบุคคลหลายฝ่าย
ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ประเสริฐ วิทยาวัตร และศาสตราจารย์สวาท เสนาณรงค์
เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาแนะนำ, ให้ข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ
จนปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณ คุณพี่ระ สนิวรัตน์, คุณรอเสบ แซ่หมุก,
คุณสุเทพ หาญเอี้ยก และคุณอาร์ักษ์ นีวล่อง ที่ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.

เกรียงศักดิ์ หลือเจริญ

ประกาศคุณประการ

ส่วนหนึ่งของทุนในการทำปริญญาโทฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย
จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

เกรียงศักดิ์ หลีเจริญ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการศึกษา	3
ความสำคัญของการศึกษา	3
สมมุติฐานในการศึกษา	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
เกณฑ์ในการเลือกบริเวณที่ทำการศึกษา	4
คำจำกัดความศัพท์เฉพาะ	5
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	7
3. บริเวณที่ศึกษา	26
4. วิธีดำเนินการ	31
แหล่งข้อมูล	31
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	31
วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล	32
วิธีจัดกระทำกับข้อมูล	33
ข้อกำหนดในการศึกษา	35
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	40
วิเคราะห์การแจกกระจายของตลาดนัดหมุนเวียน	40
ขนาดลำดับศัณย์ของยานกลาง	40
ลักษณะการแจกกระจายตามรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของ วาลเตอร์ คริสตอลเลอร์	42

วิเคราะห์การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่	44
วิเคราะห์ประเภทของสินค้าในตลาดนัดหมุนเวียน	51
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับบริเวณบริการ ที่เป็นจริง	54
ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับบริเวณบริการที่เป็นจริง ...	54
ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับบริเวณบริการ ที่เป็นจริง	57
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัด กับความหนาแน่น ของประชากร	60
ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับความหนาแน่นของประชากร ในบริเวณบริการ	60
ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับความหนาแน่น ของประชากรในบริเวณบริการ	62
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับอำนาจการซื้อ ของประชากรในบริเวณบริการ	65
ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับอำนาจการซื้อของประชากร ในบริเวณบริการ	67
ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับอำนาจการซื้อ ของประชากรในบริเวณบริการ	70
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับระยะทางจาก ตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ไกลที่สุด	73
ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับระยะทางจากตลาดนัด หมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ไกลที่สุด	73
ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับระยะทางจาก ตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ไกลที่สุด	76

บทที่	หน้า
6. สรุปและขอเสนอแนะ 80	80
สรุปผลการศึกษา 80	80
ขอבקพรองในการศึกษา 82	82
ขอแนะนำสำหรับการศึกษาต่อไป 83	83

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

บัญชีรูปประกอบ

รูปที่	หน้า
1. แสดงอาณาเขตและลักษณะการแจกกระจายของประชากรในบริเวณที่ศึกษา ...	37
2. แสดงรูปแบบการแจกกระจายของผู้นับถือ	38
3. แสดงที่ตั้งและเขตบริการของตลาดนัดหมุนเวียน... ..	39
4. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย ...	41
5. แสดงการกระจายของตลาดนัดหมุนเวียนด้วยการแปลงแผนที่ ในรูปแบบ $K = 3$ (โดยประมาณ)	43
6. แสดงการหมุนเวียนของตลาดนัด	46
7. แสดงลักษณะการเคลื่อนที่และจำนวนพ่อค้าเร่ในตลาดนัดหมุนเวียน	47
8. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับบริเวณบริการที่เป็นจริง ...	55
9. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับบริเวณบริการ ที่เป็นจริง	58
10. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับความหนาแน่นของประชากร	61
11. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับความหนาแน่น ของประชากร... ..	63
12. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับอำนาจการซื้อของประชากร ในบริเวณบริการ	68
13. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับอำนาจการซื้อ ของประชากรในบริเวณบริการ	71
14. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับระยะทางจากตลาดนัด หมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด	74
15. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับระยะทางจาก ตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด... ..	77

บัญชีตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนตำบล, หมู่บ้าน, ครัวเรือน และจำนวนประชากร	26
2. แสดงจำนวนตลาดนัดหมูนเวียนและที่ตั้ง	27
3. แสดงวันที่เปิดทำการค้าขายของตลาดนัดหมูนเวียนในรอบสัปดาห์... ..	29
4. แสดงจำนวนวันที่ขายสินค้าในรอบสัปดาห์, จำนวนพ่อค้าเร่และรอยละ ...	45
5. แสดงจำนวนและรอยละของพ่อค้าเร่ที่ขายสินคาระหว่างคู่ตลาดนัด ...	48
6. แสดงประเภทของสินค้าและจำนวนหน้าที่ทางเศรษฐกิจ	52
7. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้า, ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย กับบริเวณบริการ, ความหนาแน่นของประชากร, อำนาจการซื้อ และระยะทางจากตลาดนัดหมูนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด ...	54
8. แสดงค่าเฉลี่ย, ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความคลาดเคลื่อนของ ค่าเฉลี่ยของรายได้แต่ละครัวเรือนในบริเวณบริการ... ..	66

บทนำ

บทนำ

การตั้งถิ่นฐานและการแจกกระจายของประชากรในพื้นที่เป็นเรื่องที่นักภูมิศาสตร์สนใจมานาน สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ การตั้งถิ่นฐานคือย่านกลาง (Central place) ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการและสินค้าแก่ชุมชนที่อยู่รอบย่านกลางนั้นในบริเวณย่านกลางแต่ละแห่งจะมีหน้าที่ทางเศรษฐกิจหลายอย่างประกอบกัน เรย์มอนด์ อี. เมอร์ฟี (Raymond E. Murphy) พิจารณาเห็นว่า ย่านกลางที่มีลำดับศักย์ (Hierarchy) สูง จะมีหน้าที่ทางเศรษฐกิจที่ซับซ้อนและมีชนิดของสินค้ามากกว่า ย่านกลางในลำดับศักย์ต่ำ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้พิจารณาจำนวนบริการและสินค้าที่จะอำนวยความสะดวกได้มากกว่า นอกจากนี้ย่านกลางลำดับศักย์สูงยังสามารถดึงดูดผู้บริโภคจากบริเวณไกลออกไปให้มาสนับสนุนหน้าที่ทางเศรษฐกิจไ้มากกว่า ย่านกลางที่มีขนาดรองลงมาอีกกว่า (Murphy, 1966 : 75) ลำดับศักย์ของย่านกลางจะมีขนาดใหญ่นั่นขึ้นอยู่กับความหนาแน่นของประชากรโดยที่วอลเตอร์ คริสตัลเลอร์ (Walter Christaller) ได้ให้เหตุผลว่า มนุษย์มีโอกาสดำเนินชีวิตกับสังคมใกล้เคียงตัวเองได้มาก ผลอันนี้ก่อให้เกิดความต้องการบริโภคโดยการรับบริการหน้าที่ทางเศรษฐกิจจากสังคมนั้น และยิ่งสัมพันธ์กับสังคมมากขึ้นเพียงใด ความต้องการบริโภคก็จะสะสมกันมากยิ่งขึ้นตามภาวะธรรมชาติของมนุษย์ ลักษณะการแจกกระจายของประชากรที่มีความหนาแน่นต่อหน่วยพื้นที่สูงเปิดโอกาสให้มนุษย์ได้สัมพันธ์กับสังคมอย่างเต็มที่ ความต้องการบริโภคในอัตราสูงนี้จะทำให้สามารถจัดตั้งร้านค้าขนาดใหญ่ที่ส่งเสริมขนาดลำดับศักย์ของย่านกลางให้สูงขึ้น (Christaller, 1966 : 33)

การแจกกระจายของประชากรในแต่ละสภาพชุมชนนั้นย่อมแตกต่างกัน

เบอร์ทรานด์ (Bertrand) ได้ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะหนึ่งที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดระหว่างชุมชนแบบชนบทกับชุมชนแบบเมือง คือลักษณะการแจกกระจายของประชากร ในชนบทมีความหนาแน่นของประชากรต่อหน่วยพื้นที่ต่ำกว่าชุมชนแบบเมือง (Bertrand, 1958 : 27 - 28) ลักษณะการแจกกระจายของประชากรในชนบทดังกล่าวมีผลต่อย่านกลาง เพราะฉะนั้นจึงปรากฏว่าชนบทบางแห่งไม่สามารถจัดตั้งย่านกลางที่ถาวรได้ ดังตัวอย่างการศึกษาเรื่องที่ตั้งของตลาดในแอฟริกาของ เจ. บาร์รี ริดเดล (J. Barry Riddell) พบว่าตลาดในชนบทไม่อาจจะจัดตั้งเป็นหลักแหล่งที่มั่นคงตลอดไปได้ เพราะอำนาจการซื้อ (Purchasing) กระจายกว้างตามลักษณะการแจกกระจายของประชากร ฉะนั้นพ่อค้าจึงต้องอาศัยการเคลื่อนย้ายไปตามที่ต่างๆ เพื่อรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าและบริการ สภาพการคมนาคมที่ไม่สะดวกยิ่งซ้ำเติมทำให้ไม่สามารถจัดตั้งร้านค้าขายประจำได้ ตลาดส่วนใหญ่ในแอฟริกาจึงเป็นหน่วยย่อยชั่วคราวทางเศรษฐกิจที่ต้องเปิดทำการค้าขายได้เพียงบางวันในรอบสัปดาห์ (Riddell, 1974 : 542 - 543) ลักษณะของตลาดในชนบทแบบนี้ พอลลี ฮิลล์ และโรเบิร์ต เอช.ที. สมิธ (Polly Hill & Robert H.T. Smith) เรียกว่าตลาดนัดหมุนเวียน (Periodic Market) โดยให้คำจำกัดความว่า "เป็นแหล่งรวมของประชากรที่มาทำการซื้อขายบางช่วงเวลาและในสถานที่แน่นอน" (Hill & Smith, 1972 : 345)

โทมัส เอช. อิชมี (Thomas H. Eighmy) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดนัดหมุนเวียนว่าเป็นลักษณะตลาดในประเทศด้อยพัฒนาที่มีอาชีพการเกษตรเป็นหลัก ตลาดนัดหมุนเวียนจะเป็นแหล่งรวบรวมอาหารที่เหลือจากการบริโภคของชาวชนบทเพื่อส่งออกไปยังตลาดในเมืองที่ต้องการสินค้าประเภทนี้, เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างท้องถิ่น, เกิดระบบการค้าภายในท้องถิ่นซึ่งอาจจะพัฒนาเป็นย่านกลางที่ให้บริการสินค้าทางการเกษตร, เป็นสื่อกลางประสานช่องว่างของความต้องการสินค้าต่างประเภทของคนในเมืองกับชนบท และยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชากรในชนบทอีกด้วย (Eighmy, 1972 : 299 - 300)

"ประเภทสินค้า" หมายถึงกลุ่มของสินค้าที่แบ่งตามลักษณะของสินค้าตามตารางในภาคผนวก

"อำนาจการซื้อ" หมายถึงจำนวนเงินทั้งหมดที่แต่ละครัวเรือนในบริเวณบริการมีอยู่และพร้อมที่จะใช้เพื่อซื้อสินค้าและบริการที่มีอยู่ในศูนย์กลาง

"ระยะทางจริง" (Actual Distance) หมายถึงระยะทางที่วัดตามเส้นทางคมนาคมมีหน่วยเป็นกิโลเมตร

"สินค้าและบริการประเภทที่มีความต้องการต่ำ" หมายถึงสินค้าและบริการที่คนทั่วไปไม่มีความจำเป็นหรือมีความจำเป็นต่งใช้ แต่จะซื้อหามาใช้บ้าง เช่น เสื้อผ้า เครื่องใช้ในครัว, ยารักษาโรค, เครื่องสำอาง, เครื่องประดับ, ของเด็กเล่น, การเสริมสวย เป็นต้น

"สินค้าและบริการประเภทที่มีความต้องการสูง" หมายถึงสินค้าและบริการที่คนทั่วไปต้องบริโภคเป็นประจำและบ่อยครั้ง เป็นสิ่งจำเป็นมากต่อชีวิตประจำวัน ส่วนมากมีราคาไม่แพง คนทุกระดับเศรษฐกิจสามารถซื้อหามาบริโภคได้ เช่น ข้าวสาร, อาหาร, เครื่องปรุงอาหาร, น้ำมันปรุงอาหาร, น้ำ, ผลไม้ เป็นต้น

"ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของกริดทอลเลอร์" ก็น่าจะหมายถึงการแจกกระจายของย่านกลางซึ่งจะแจกกระจายเป็นรูปหกเหลี่ยมคางหมู

ในประเทศไทย ลักษณะตลาดนัดหมุนเวียนจะปรากฏเห็นเด่นชัดในบางบริเวณ โดยเฉพาะทางภาคใต้ของประเทศ เนื่องจากไม่เคยมีผู้ใดทำการศึกษารื่องนี้มาก่อน ผู้วิจัยจึงเลือกทำการศึกษาโดยมี

ความมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างทางกายภาพ และเศรษฐกิจของระบบตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อระบบตลาดนัดหมุนเวียน องค์ประกอบที่นำมาศึกษาได้แก่
 - ก. จำนวนประชากรในบริเวณที่รับบริการซึ่งอยู่โดยรอบศูนย์กลาง (ตลาดนัด)
 - ข. อำนาจการซื้อของผู้รับบริการจากศูนย์กลาง (ตลาดนัด)
 - ค. ค่าดัชนีของสินค้า
 - ง. ระยะทางระหว่างพื้นที่รับบริการกับตลาดถาวรที่อยู่ใกล้ที่สุด
3. เพื่อนำทฤษฎีย่านกลาง ของ วอลเตอร์ คริสตอลเลอร์ มาทดสอบกับบริเวณที่ทำการศึกษา

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. เป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในด้านการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นอันเป็นหน่วยย่อยของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
2. เป็นแบบอย่างสำหรับการตัดสินใจเลือกที่ตั้งที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ
3. อาจนำผลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในท้องถิ่นอื่นต่อไป
4. เป็นการตรวจสอบว่าโครงสร้างของบริเวณที่ทำการศึกษาคือสอดคล้องกับทฤษฎีย่านกลางของ วอลเตอร์ คริสตอลเลอร์ มากน้อยเพียงใด

สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานไว้ดังนี้.-

1. การแจกกระจายของตลาดนัดหมุนเวียนน่าจะเป็นไปตามรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของวอลเตอร์ คริสทอลเลอร์
2. การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่ เพื่อทำการค้าขายในตลาดนัดหมุนเวียน น่าจะกลอยตามการหมุนเวียนของตลาดนัด
3. ลักษณะของสินค้าในตลาดนัดหมุนเวียน น่าจะเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงมากกว่าสินค้าประเภทที่มีความต้องการต่ำ
4. ขนาดของตลาดน่าจะเป็นดังนี้.-
 - ก. ปฏิภาคโดยตรงกับบริเวณบริการที่เป็นจริง
 - ข. ปฏิภาคโดยตรงกับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ
 - ค. ปฏิภาคโดยตรงกับอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ
 - ง. ปฏิภาคกลับกับระยะทางระหว่างบริเวณบริการกับตลาดถาวรที่

ใกล้ที่สุด

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ศึกษาตลาดนัดหมุนเวียนทั้งหมดในจังหวัดสตูล มีพื้นที่ส่วนที่ต่อเนื่องจากคาบสมุทระจำนวน 2209.20 ตารางกิโลเมตร โดยไม่นับรวมหมู่เกาะต่าง ๆ บริเวณนี้ครอบคลุม 3 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง, อำเภอละงู, อำเภอทุ่งหว้า และ กิ่งอำเภอควนกาหลง มีจำนวนตลาดนัดหมุนเวียนทั้งสิ้น 16 แห่ง

เกณฑ์ในการเลือกบริเวณทำการศึกษาค้นคว้า

1. เป็นบริเวณกว้างขวางพอที่จะเห็นลักษณะการตั้งถิ่นฐานของกริสทอลเลอร์ได้
2. มีจำนวนตลาดนัดหมุนเวียนมากพอที่จะสังเกตเห็นระบบของการ

หมุนเวียนได้อย่างชัดเจน

3. เป็นบริเวณที่ผู้วิจัยมีประสบการณ์, ทราบลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นอย่างดี

คำจำกัดความที่เฉพาะ

"ตลาดนัดหมุนเวียน" (Periodic Market) หมายถึงตลาดที่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการโดยมีผู้ซื้อ, พ่อค้าเร่, สีน้ค้าหรือบริการ เปิดทำการค้าขายในบางวัน บางเวลา โดยกำหนดวันและสถานที่ที่แน่นอน

"พ่อค้าเร่" (Itinerant Trader) หมายถึงพ่อค้าที่นำสินค้าเดินทางไปขายตามตลาดนัดหมุนเวียนในบริเวณที่ศึกษา

"รอบ" (Cycle) หมายถึงรอบวันที่พ่อค้าเร่ นำสินค้าไปขายตามตลาดนัดหมุนเวียนต่าง ๆ จนครบรอบมาขายในตลาดแห่งเดิมอีก

"ตลาดถาวร" (Permanent Market) หมายถึงตลาดที่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ โดยผู้ซื้อ, ผู้ขาย, สินค้าหรือบริการ เปิดทำการค้าขายเป็นประจำทุกวัน, ตลาดถาวรหมายความว่ารวมถึงตลาดสดที่เปิดทำการค้าขายทุกวันด้วย

"บริเวณบริการที่เป็นจริง" (Actual Service Area) หมายถึงพื้นที่ที่ประชากรในบริเวณนี้รับบริการจากย่านกลางของแต่ละแห่ง บริเวณบริการที่เป็นจริงหาได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์

"จำนวนประชากรที่มาสับสนุน" (Threshold Population) หมายถึงจำนวนประชากรต่ำสุดที่จะสนับสนุนให้ย่านกลางของแต่ละแห่งล้ากับศักยภาพอยู่ได้

"ลำดับศักยภาพของตลาดนัดหมุนเวียน" หมายถึงขนาดของตลาดนัดหมุนเวียน โดยพิจารณาจากจำนวนของร้านค้าของพ่อค้าเร่ และช่วงเวลาที่เปิดทำการค้าขาย

"ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย" หมายถึงช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายในตลาดนัดหมุนเวียนแต่ละแห่ง โดยยึดถือเอาตั้งแต่เวลาที่เริ่มขายจนกระทั่งถึงการเริ่มเก็บสินค้าของพ่อค้าเร่ มีหน่วยเป็น นาที

บทที่ 2

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ตลาดนัดหมุนเวียนเป็นปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในบริเวณต่าง ๆ ของโลก จะปรากฏเด่นชัดในช่วงเวลาที่ระบบเศรษฐกิจกำลังพัฒนา ผู้ศึกษาในเรื่องนี้หลายท่านได้นำแนวคิดจากทฤษฎีย่านกลางซึ่งเป็นทฤษฎีหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตั้งในพื้นที่มาใช้

ทฤษฎีย่านกลาง

แนวคิดของทฤษฎีย่านกลางในปัจจุบันสืบเนื่องมาจากการศึกษาของวอลเตอร์ คริสตอลเลอร์ (Walter Christaller) ชาวเยอรมันซึ่งได้เสนอรูปแบบการแจกกระจายของการตั้งถิ่นฐานของเมืองโดยเน้นในเรื่อง ขนาด, จำนวนและลักษณะการแจกกระจายของย่านกลาง ทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนข้อตกลงเบื้องต้นว่า ในที่ราบอุดมคติ (Isotopic Plain) ซึ่งมีลักษณะพื้นที่ที่ราบเรียบ, มีความอุดมสมบูรณ์เท่ากัน, การคมนาคมตลอดทั่วทุกทิศทาง, การแจกกระจายของประชากรเป็นไปอย่างสม่ำเสมอทุกพื้นที่ และถ้าเป็นไปตามที่ราบอุดมคตินี้ลักษณะการแจกกระจายจะเป็นไปตามทฤษฎีย่านกลางซึ่งมีใจความสำคัญดังนี้—

1. หน้าที่ทางเศรษฐกิจ (Function) ของเมืองคือเป็นย่านกลางที่จัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้แก่บริเวณบริการได้มากที่สุด และใช้เวลาในการเดินทางจากบริเวณบริการมายังย่านกลางน้อยที่สุด

2. ความเป็นย่านกลางของเมืองขึ้นอยู่กับจำนวนและขนาดของบริการที่ศูนย์กลางเมืองที่มีความเป็นย่านกลางมากจะอยู่ในลำดับที่ต่ำกว่าเมืองที่มีค่าความเป็นย่านกลางน้อย ค่าความเป็นย่านกลางจะเกี่ยวข้องกับขนาดของบริเวณโดยรอบที่มาสนับสนุน — ย่านกลาง หรือที่เรียกว่า "ขอบเขตของสินค้า" (Range of goods) ซึ่งมี 2 ลักษณะคือ—

2.1 ขอบเขตของสินค้าขนาดเล็กที่สุด (Lower Limit) เป็นบริเวณโดย

รอบขนาดเล็กที่สุดที่จะสนับสนุนให้ย่านกลางตั้งอยู่ได้ ถ้าย่านกลางใดไม่มีขอบเขตของสินค้าขนาดเล็กที่สุดนี้แล้วย่านกลางนั้นก็ไม่สามารถจะตั้งอยู่ได้ อาจจะกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าขอบเขตของสินค้าขนาดเล็กที่สุดก็คือจำนวนประชากรต่ำสุดที่มาสนับสนุนให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านกลางตั้งอยู่ได้นั่นเอง

2.2 ขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุด (Upper Limit)

คือบริเวณไกลสุดที่ประชากรในเขตนั้นสามารถเดินทางมาสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านกลางหรือเป็นบริเวณไกลสุดที่ย่านกลางเสนอสินค้าและบริการไปถึง

3. ย่านกลางในลำดับขั้นสูงจะมีชนิดของสินค้า, ห้างร้าน, บริษัท, ธุรกิจ, เซกเตอร์ และจำนวนประชากร มากกว่าย่านกลางที่มีลำดับขั้นต่ำกว่า

4. ย่านกลางที่มีลำดับขั้นสูงจะมีสินค้าและบริการที่มีความต้องการสูง แต่ในย่านกลางที่มีลำดับขั้นสูงจะมีทั้งสินค้าและบริการที่มีความต้องการสูงและความต้องการต่ำรวมอยู่ด้วย ลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความต้องการต่ำจะต้องอาศัยจำนวนประชากรขั้นต่ำที่มาสนับสนุนตลอดจนบริการที่มากกว่าสินค้าและบริการที่มีความต้องการสูง

5. บริเวณบริการจะเป็นรูปหกเหลี่ยมกันเท่าซึ่งสามารถครอบคลุมพื้นที่ได้หมดทุกตำแหน่ง

6. ลำดับขั้นจะเป็นไปตามหลัก 3 ประการ คือ -

6.1 หลักการตลาด (Marketing Principle) ลำดับขั้นจะเพิ่มเป็น 3 เท่า คือ 1-3-9-27

6.2 หลักการขนส่ง (Transportation Principle) ลำดับขั้นจะเพิ่มเป็น 4 เท่า คือ 1-4-16-64

6.3 หลักการบริหาร (Administrative Principle) ลำดับขั้นจะเพิ่มเป็น 7 เท่า คือ 1-7-49-343

7.- สินค้าและบริการแต่ละชนิดจะมีบริเวณบริการแตกต่างกัน ขนาดของ
บริเวณบริการขึ้นอยู่กับ

- 7.1 ขนาดและความเป็นย่านกลาง
- 7.2 ลักษณะการแจกกระจายของประชากร
- 7.3 อำนาจการซื้อของประชากร
- 7.4 ระยะทางตามความรู้สึกทางเศรษฐกิจ (Subjective

Economic Distance)

7.5 ปริมาณและราคาของสินค้าที่ย่านกลาง

การนำทฤษฎีย่านกลางไปใช้ในบางภูมิภาคอาจนึกเห็นได้ วอลเตอร์ คริสตอลเลอร์ (Walter Christaller) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ลักษณะการแจกกระจายของย่านกลางไม่เป็นรูปหกเหลี่ยมก้านเท่าคือ ลักษณะของภูมิประเทศที่ไม่ราบเรียบ, ความกีดขวางในการคมนาคม, ความอุดมสมบูรณ์ของดินและทรัพยากรที่กระจายไม่สม่ำเสมอทั่วพื้นที่ (Christaller, 1966 : 230) และในสายตาของนักวิจารณ์อย่าง เรย์มอนด์ อี. เมอร์ฟี (Raymond E. Murphy) ให้ทัศนะว่า ลักษณะการคมนาคม, ระดับของพื้นที่, ผลผลิตที่ได้จากพื้นที่, ชนิดและจำนวนที่ได้จากกิจกรรมการเกษตร, รูปแบบการปกครองและการกระจายของหน่วยงานย่อยที่มีผลต่อลักษณะการค้าขายและการให้บริการ, ประวัติความเป็นมาของการตั้งถิ่นฐานในอดีตเป็นปัจจัยที่ผู้ที่จะอพยพเข้าไปใหม่, การแผ่ขยายของระบบอุตสาหกรรมบางอย่างที่กองกระจายไปตามแหล่งวัตถุดิบ เช่น อุตสาหกรรมเหมืองแร่, ป่าไม้ เป็นต้น ตัวแปรเหล่านี้ทำให้ทฤษฎีย่านกลางนึกเห็นได้เมื่อนำมาใช้ในภูมิประเทศจริง ๆ เราได้ยกตัวอย่างการศึกษาของอุลแมน (Ullman) ในรัฐอิลลินอยส์ (Illinois) ว่าลักษณะของเส้นทางคมนาคมในรัฐนั้นทำให้บริเวณบริการแผ่ขยายไปตามแนวดน ลักษณะการกระจายของย่านกลางจึงไม่เป็นรูปหกเหลี่ยมก้านเท่า (Murphy, 1966 : 79 - 81)

ลักษณะความผิดเพี้ยนระหว่างภูมิประเทศจริง ๆ กับทฤษฎีดังกล่าวแล้วทำให้เกิดความยุ่งยากในการนำทฤษฎีมาศึกษา ฉะนั้น อาเธอร์ เกทิส (Arthur Getis) เห็นว่ามีความจำเป็นที่คงแปลง (Transformation) ลักษณะการแจกกระจายบนพื้นที่โดยอาศัยลักษณะธรรมชาติของกิจกรรมนั้น ๆ มาพิจารณาในแง่ ลักษณะการแจกกระจาย, อานาจการซื้อ, ความมีเหตุผลสำหรับการตัดสินใจของมนุษย์และลักษณะความพึงพอใจของแต่ละบุคคล จากการศึกษาเรื่องที่ถึงของร้านกาแฟอีกใน เซาท์ ทาโคมา (South Tacoma) รัฐวอชิงตัน เขาได้ใช้วิธีการแปลงแผนที่ซึ่งมีลำดับขั้นดังนี้-

1. แสดงลักษณะการแจกกระจายของประชากรลงบนแผนที่ซึ่งได้แบ่งเป็นตาราง กริด (Grid Cells) ที่เท่า ๆ กัน
 2. สร้างรูปทงเหลี่ยมในอุดมคติแล้ววางตามลงบนแผนที่ที่ต้องการแปลง
 3. โยกย้ายย่านกลางโดยมีข้อจำกัดการย้ายซึ่งทำได้ภายในขอบเขตของตารางกริดเท่านั้น
 4. แสดงตำแหน่งของย่านกลางตามทฤษฎีและที่ได้จากการแปลง
- (Getis, 1963 : 14 - 22)

ดัมบิว. แอด. แกร์สันและ บี. เจ. แอด. เบอร์รี่ (W.L. Garrison & B.J.L. Burry) ทำการศึกษาเรื่องของทฤษฎีย่านกลางในโอกาสต่อมาพบว่า จำนวนประชากรที่มาสับสมุนและขอบเขตของสินค้าที่ถึงศูนย์กลางให้เดินทางเข้ามาใช้บริการจากย่านกลางเป็นตัวสำคัญในการควบคุมการแจกกระจายของย่านกลาง

(Johnson, 1972 : 203)

ตลาดนัดหมุนเวียน

1. ลักษณะของตลาดนัดหมุนเวียน

/เจ.เฮช.สไตน์ (J.H. Stine) ได้อธิบายถึงสาเหตุการเกิดตลาดนัดหมุนเวียนว่า โดยปกติในการจัดตั้งร้านค้าหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งอย่างใดจะต้องคำนึงถึงจำนวนประชากรชั้นต่ำที่มาสับสมุนโดยพิจารณาจากขอบเขตของสินค้า

ถ้าขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดครอบคลุมบริเวณบริการได้กว้างกว่าหรือเท่ากับขอบเขตของสินค้าขนาดเล็กที่สุดแล้วก็สามารถจัดตั้งร้านค้าประจำได้อย่างถาวร แต่ในกรณีที่มีขอบเขตของสินค้าขนาดเล็กที่สุดครอบคลุมบริเวณบริการได้กว้างกว่าขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่สุดซึ่งลักษณะนี้อาจพบในท้องถิ่นที่มีการคมนาคมไม่สะดวก, ผู้บริโภคไม่สามารถเดินทางไปซื้อสินค้าจากที่ไกล ๆ ได้ เพราะต้องใช้เวลาในการเดินทางมาก, การแจกจ่ายของประชากรต่อหน่วยพื้นที่ต่ำและความต้องการสินค้าไม่สูงพอ การจัดตั้งร้านค้าประจำไม่สามารถกระทำได้ ดังนั้นพ่อค้าจึงตัดสินใจเร่ขายสินค้าไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้บริการและสินค้าแก่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงโดยคำนึงถึงระยะทางและจำนวนครั้งของการเคลื่อนย้าย (Chorley, 1967 : 320 - 322) จากการศึกษารอง บี. เจ. แอดเบอร์รี่ (B.J.L. Burry) สนับสนุนผลการศึกษานี้ของ สไตน์ (Stine) โดยสรุปไว้ว่า 'ขอบเขตของสินค้าจะผันแปรตามลักษณะของรายได้, ความยืดหยุ่นของความต้องการ (Elasticity of Demand) และค่าขนส่ง ตลอดจนความห่างแห่งเปิดได้เพียงอย่างเดียวหรือไม่ก็วัน เพราะรายได้ของประชากรที่มาสนับสนุนอยู่ในวันต่ำและอัตราค่าขนส่งสูง'

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของไซแมนสกี (Symanski) ให้ทัศนะแตกต่างไปจากที่กล่าวแล้ว ข้อมูลจากการศึกษาของเขาชี้ให้เห็นว่าลักษณะของตลาดนักช้อปปิ้งนั้นเกิดจากการรวมกลุ่มของพ่อค้ามากกว่าเพราะแม่แก่เมืองใหญ่ ๆ บางเมืองที่มีอำนาจการซื้อสูง, ค่าขนส่งถูก, ลักษณะการคมนาคมคล่องตัวก็ยังคงมีลักษณะของตลาดนักช้อปปิ้งและลักษณะการรวมกลุ่มของพ่อค้าจะเกิดจากหลักการเดินทางเพื่อจุดประสงค์หลายอย่าง (Multi - Purpose Trips) ของพ่อค้าและผู้บริโภค ขณะเดียวกันพ่อค้าอาจจะไปรับซื้อสินค้า, ขายสินค้าและมีกระบวนการผลิตนอกเหนือจากนำสินค้าไปขายแต่เพียงอย่างเดียว

อีกทัศนะหนึ่งที่กล่าวถึงสาเหตุการเกิดตลาดนักหมุนเวียนคือ ไฮย์ (Hay) กล่าวว่าตลาดนักหมุนเวียนเป็นแหล่งช่วยในการปรับตัวของพ่อค้าเพื่อให้ถึงสภาพอยู่ต่อไปได้เพราะพ่อค้าจะได้กำไรเพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าหลายแห่ง

พ่อค้าสามารถขยายหน้าที่ทางเศรษฐกิจออกไปยังด้านอื่น ๆ อีกเช่นเป็นผู้ขาย, ผู้ซื้อ และผู้ผลิต นอกจากนี้พ่อค้ารายน่าปลื้มสามารถแข่งขันในการค้าได้อย่างเต็มที่

* โด้ม.เจ.เว็บเบอร์และริชาร์ด ไชแมนสกี (M.J. Webber & Richard Symanski) ได้สรุปลักษณะของตลาดนักหมุนเวียนไว้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1.1 ตลาดนักเปิดทำการค้าขายเพียงบางวันซึ่งแตกต่างไปจากร้านค้าประจำที่เปิดทำการค้าขายต่อเนื่องกันสัปดาห์ละ 6 - 7 วันและใช้เวลาสำหรับการค้าวันละ 8-12 ชั่วโมง

1.2 มีลักษณะการเคลื่อนย้ายเพื่อนำสินค้าไปขายตามตลาดนัดต่าง ๆ โดยเฉพาะในสังคมชนบทเอื้อที่จะเคลื่อนที่บ่อยครั้งกว่าพ่อค้าในเขตที่เศรษฐกิจพัฒนาแล้ว

1.3 ตลาดนักหมุนเวียนเป็นแหล่งสำหรับรวมกลุ่มของพ่อค้าที่ขายสินค้าต่างประเภทกัน และพ่อค้ามักทำหน้าที่ทางเศรษฐกิจหลายด้าน

1.4 ลักษณะของตลาดนักหมุนเวียนเป็นเพียงส่วนประกอบของระบบการค้า อำภอสำคัญของตลาดนักหมุนเวียนเกิดจากขอบเขตของสินค้าแต่ละชนิดที่มีความแตกต่างกัน และในหมู่บ้านอาจจะมีตลาดขนาดเล็กที่สุดหนึ่งแห่งหรือมากกว่านั้น x

(Webber, 1973 : 213 - 216)

2. ลักษณะการแลกเปลี่ยน

ระบบการแลกเปลี่ยนของตลาดนักหมุนเวียนจากการศึกษาของ เอิร์ล พี.-สก็อต (Earl P. Scott) พบในตลาดนักหมุนเวียนบริเวณตอนเหนือของประเทศไนจีเรีย มี 2 ลักษณะคือ -

1. การแลกเปลี่ยนภายในหมู่บ้าน (Horizontal Exchange)
พ่อค้าส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าในท้องถิ่น, พ่อค้าเร่และพ่อค้าที่มีอาชีพการเกษตรเป็นหลัก สินค้าที่วางขายเป็นสินค้านำการค้าวางบนแผงขนาดเล็ก พ่อค้าไปซื้อสินค้ามาจากร้านค้าปลีกครั้งละไม่มากเพราะต้องการขายสินค้าให้หมดอย่างรวดเร็ว ถ้าไรที่ได้อะจากการขายค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ยังมีการซื้อสินค้ากลับไปขายในหมู่บ้านด้วย

2. การแลกเปลี่ยนกับตลาดภายนอก (Vertical Exchange)

โดยมากเป็นพ่อค้าที่ตั้งร้านค้าประจำอยู่ในท้องถิ่นและพ่อค้าที่เดินทางมาจากแหล่งไกล ๆ จะนำสินค้าจากเขตเมืองมาขายในชนบทและรับซื้อสินค้าในท้องถิ่นเพื่อไปขายในเขตเมืองต่อไป พ่อค้าประเภทนี้จะลงทุนในการซื้อขายสูง, มีร้านค้าขนาดใหญ่, มีความคล่องตัว ในการเคลื่อนที่สูงและประกอบอาชีพค้าขายเพียงอย่างเดียว

(Scott, 1972 : 319 - 322)

เจ. บาร์รี ริดเดล (J. Barry Riddell) พบว่าในชนบทของประเทศเซียร์รา ลีโอน (Sierra Leone) ซึ่งมีพ่อค้าชาวยุโรปและชาวเลบานอนเข้าไปทำการค้าขาย อยู่กัน เกิดระบบการแลกเปลี่ยน 3 ระดับ คือ -

1. ในบริเวณที่มีระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพ (Subsistence Economy) มีการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างหมู่บ้าน อาจมีพ่อค้าเร่ที่เป็นคนในท้องถิ่นใกล้เคียงไปซื้อสินค้าจากตลาดขนาดใหญ่กว่ามาขาย ปริมาณสินค้าที่แลกเปลี่ยนในตลาดมีจำนวนน้อย
2. การค้าในท้องถิ่นหรือระหว่างท้องถิ่น มีสินค้าจำพวกอาหาร, สินค้าหัตถกรรม อาจมีการนำสินค้าออกไปจำหน่ายยังตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่าโดยมีพ่อค้าเร่หรือเจ้าของร้านค้าในท้องถิ่นเป็นคนกลาง
3. การค้าเพื่อการส่งออกต่างประเทศ มีพ่อค้าต่างชาติเข้ามาขออนุญาตจากทางการเพื่อเป็นตัวแทนรับซื้อสินค้าจากภายในประเทศในราคาที่ทางการกำหนดให้และจะมีตัวแทนย่อยที่เป็นชาวพื้นเมืองทำหน้าที่รวบรวมสินค้าจากตลาดนัดหมู่บ้านอีกทอดหนึ่ง

ในบริเวณอื่น ๆ ของ แอฟริกา (West Africa) จะมีการแลกเปลี่ยนกับตลาดต่างประเทศโดยเริ่มต้นจากระบบการแลกเปลี่ยนในตลาดนัดหมู่บ้าน (Riddell, 1974 : 546 - 547)

เป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดนัดหมูนเวียนบางแห่งไม่สามารถเปิดทำการค้าขายได้ตลอดปีเพราะความแปรปรวนของสินค้า ตัวการสำคัญที่ทำให้ลายระบบการแลกเปลี่ยนในตลาดนัดหมูนเวียน เจ.บารรี ริดเดล (J. Barry Riddell) ศึกษาตลาดนัดหมูนเวียนในแอฟริกา (West Africa) พบว่า ลักษณะผลผลิตทางการเกษตรที่ผันแปรไปตามฤดูกาลเก็บเกี่ยว โดยเฉพาะผลผลิตที่เป็นอาหารบางครั้งก็ขาดแคลนจนทำให้การแลกเปลี่ยนระหว่างพ่อค้ากับเกษตรกรต้องหยุดชะงักและมีผลทำให้ระบบตลาดนัดหมูนเวียนไม่สามารถเปิดทำการค้าขายอย่างสม่ำเสมอตลอดปีได้ (Riddell, 1974 : 547 - 548)

3. ลักษณะการแจกกระจายของตลาดนัดหมูนเวียน

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการแจกกระจายของตลาดนัดหมูนเวียนมี 2 ประการ คือ-

3.1 ✓ ลักษณะการแจกกระจายของประชากรที่มาสนับสนุนให้ตลาดนัดหมูนเวียนคงอยู่ได้ พอลลี ฮิล และโรเบิร์ต เอช.ที. สมิธ (Polly Hill & Robert H.T. Smith) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการแจกกระจายของตลาดนัดกับการแจกกระจายของประชากรเป็นเครื่องมือชี้ให้เห็นถึงความคล่องตัวในการรับบริการได้อย่างทั่วถึงของผู้บริโภค (Hill, 1972 : 349) และฮอดเดอร์ (Hodder) ทำการศึกษาการแจกกระจายของประชากรที่มีอิทธิพลต่อการจัดตั้งตลาดนัดหมูนเวียนในโยรูบาลันด์ (Yorubaland) พบว่าตลาดนัดหมูนเวียนในชนบทจะสัมพันธ์กับการแจกกระจายของประชากรที่มาสนับสนุนอย่างต่ำ 50 คนต่อหนึ่งตารางไมล์

3.2 ✓ เส้นทางคมนาคม เป็นลักษณะที่ตั้งสัมพันธ์กับตลาดนัดหมูนเวียน ฉะนั้นตลาดนัดหมูนเวียนจะกระจายตามเส้นทางคมนาคม เช่นการศึกษาวិเวณทางตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศกานาในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2511 ของเวย์น แมกคิม (Wayn McKim) พบว่าตลาดนัดทั้งหมดจำนวน 88 แห่งในบริเวณนี้จะตั้งอยู่ตามเส้นทางคมนาคม ขนาดของตลาดนัดจะสัมพันธ์กับขนาดของถนน ตลาดนัดที่เล็กที่สุดจะกระจายตามเส้นทางคมนาคมสายเล็กที่สุดในหมู่บ้านหรือระหว่างหมู่บ้าน ส่วนตลาด

นักขนาดใหญ่จะตั้งอยู่ตามแนวถนนสายหลัก (McKim, 1972 : 337) สถานการณ์มากมายจะมีผลต่อตลาดนัดหมุนเวียน ในชนบทที่มีการคมนาคมไม่สะดวกและผู้นักเดินทางไม่ไกลจากบ้าน พ่อค้าจะเดินทางเข้าไปเพื่อค้าขาย และเมื่อการคมนาคมมีความคล่องตัวมากขึ้นตลาดขนาดเล็กบางแห่งจะเล็กลงไป ตลาดที่คงอยู่จะมีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิมทั้งนี้เนื่องจากการแข่งขันและการปรับตัวของตลาดนัดหมุนเวียน ดังเช่น ผลการศึกษาของ อकिन แอด.มาโบกุนจี (Akin L. Mabogunje) ว่าในเมืองลากอส (Lagos) มีพื้นที่ 4 ตารางไมล์ ในปี พ.ศ. 2441 มีตลาดนัดหมุนเวียนและตลาดถาวรรวม 16 แห่ง แต่ในปี พ.ศ. 2517 จำนวนตลาดดังกล่าวลดลงเหลือเพียง 8 แห่ง และตลาดที่คงอยู่มีขนาดใหญ่กว่าเดิมมาก เขาให้เหตุผลว่า ทั้งนี้เป็นเพราะอิทธิพลของเส้นทางคมนาคมที่สะดวกขึ้น เกิดการแข่งขันภายในตลาดด้วยกัน จึงต้องปรับตัวเพื่อรักษาเขตบริการของตัวเองให้คงอยู่โดยการขยายขนาดของตลาด (Mabogunje, 1946:301-303) อย่างไรก็ตาม ในเรื่องการแจกกระจายนี้มีผู้นำทฤษฎีย่านกลางไปทดสอบกับตลาดนัดหมุนเวียนในบริเวณต่าง ๆ ปรากฏผลดังนี้-

ปี พ.ศ. 2505 เจ.เอช.สไตน์ (J.H.Stine) ทดสอบกับพื้นที่ 650 ตารางไมล์ของประเทศเกาหลี พบว่าระบบตลาดนัดหมุนเวียนเป็นแบบผสมระหว่างตลาดถาวรกับตลาดนัดหมุนเวียน ลักษณะลำดับศักยภาพจะเพิ่มเป็น 3 เท่า ในศูนย์กลางลำดับศักยภาพที่ได้รับอิทธิพลจากศูนย์กลางลำดับศักยภาพสูง 3 แห่ง และลำดับศักยภาพจะเพิ่มเป็น 4 เท่าเมื่อศูนย์กลางลำดับศักยภาพได้รับอิทธิพลจากศูนย์กลางลำดับศักยภาพสูง 2 แห่ง

ปี พ.ศ. 2507 วิลเลียม บี.สกินเนอร์ (William G.Skinner) ทำการศึกษาตลาดในชนบทของจีน บริเวณแคว้นเกียงซู (Kiangsu) ปรากฏผลออกมาใกล้เคียงกับการศึกษาในประเทศเกาหลี (Lloyd, 1972 : 45 - 48)

การศึกษาของเวย์น แมคกิม (Wayn McKim) ในบริเวณตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศเกาหลี พบว่า การแจกกระจายของตลาดนัดหมุนเวียนในบริเวณนี้ค่อนข้างเป็นรูปทรงแปลกแต่มีความฉีกเยี้ยนเล็กน้อยที่เกิดจากเส้นทางคมนาคมในบริเวณใกล้เคียงกับเมืองยอนกี (Yendi) (McKim, 1972 : 339)

4. ลำดับขั้นของตลาดผักหนุ่นเวียน

เมื่อพิจารณาทัศนียภาพกลางแล้วจะเห็นว่าลำดับขั้นของย่านกลางที่กระจายในพื้นที่มีขนาดไม่เท่ากัน เวย์น แมคคิม (Wayn McKim) ได้เสนอแนะว่าการแบ่งลำดับขั้นของตลาดผักหนุ่นเวียนนั้นนอกจากจะพิจารณาจากขนาดและจำนวนหน้าที่ทางเศรษฐกิจแล้ว อาจพิจารณาได้จากจำนวนร้านค้า, ช่วงเวลาในการดำเนินการค้าขายความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและขนาดของบริเวณบริการได้อีกด้วย (McKim, 1972 : 334 - 335) และริชาร์ด เรย์มอนด์ ซิแมนสกี (Richard Raymond Symanski) ทำการวิจัยเรื่องตลาดผักหนุ่นเวียนในแอนดีน โคโลมเบีย (Andean Colombia) เพื่อเสนอต่อมหาวิทยาลัยซีราคิวส์ (Syracuse)

ในปี พ.ศ. 2515 ได้แบ่งลำดับขั้นของตลาดผักหนุ่นเวียนออกเป็น 5 ลำดับ โดยยึดถือเกณฑ์การพิจารณาหลายอย่างประกอบกัน คือ ปริมาณการซื้อขายในวันเปิดทำการค้าขายจำนวนร้านค้า, อำนาจการดึงดูดผู้บริโภคของโลกของตลาด, ขอบเขตของสินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค (Symanski, 1972) เกี่ยวกับเกณฑ์การจัดลำดับขั้นนี้ วิลเลียม ซี. สกินเนอร์ (William G. Skinner) ได้จัดแบ่งลำดับขั้นของตลาดในระบบของประเทศไทย ออกเป็น 5 อันดับ โดยยึดถือจำนวนหน้าที่ทางเศรษฐกิจ, ขอบเขตของสินค้าและจำนวนประชากรที่มานับสนุนได้ดังนี้ -

1. ตลาดย่อยหรือตลาดที่เพิ่งก่อตัว (Minor or Incipient Standard Markets) หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตลาดขายผักสด (Greer Vegetable Markets) มีสินค้าประเภทผักสดเป็นส่วนใหญ่ มีการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผลิตทางการเกษตรที่ต่างชนิดกันภายในท้องถิ่น

2. ตลาดมาตรฐาน (Standard Markets) มีการแลกเปลี่ยนสินค้าภายในบริเวณใกล้เคียงกับตลาดและเริ่มนำผลิตทางการเกษตร, สินค้าเวชภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดลำดับขั้นสูงกว่า ตลาดมาตรฐานจะเปิดทำการค้าขายเพียงบางวันเท่านั้น

3. ✓ ตลาดระหว่างกลาง (Intermediate Markets) ประกอบด้วยบริการบางอย่างและเริ่มมีร้านค้าปลีกถึงประจำ ขนาดของตลาดเล็กกว่าตลาดกลางแต่โตกว่าตลาดมาตรฐาน

4. ✓ ตลาดกลาง (Central Markets) เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดในชนบทซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณที่มีโครงข่ายการคมนาคมหลายสายเชื่อมต่อกัน มีร้านค้าปลีกถึงประจำมีร้านค้าส่ง, ศูนย์กลางธุรกิจขนาดเล็ก, มีการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรสำหรับส่งต่อไปยังตลาดขนาดใหญ่กว่า ในเวลาเดียวกันก็จะซื้อสินค้าจากตลาดขนาดใหญ่เข้ามาเพื่อกระจายไปสู่ตลาดขนาดเล็กกว่าต่อไป

5. ✓ ตลาดภูมิภาค (Regional Markets) ตลาดของเขตเมืองซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าทางการเกษตรจากบริเวณชนบทโดยรอบ (Skinner, 1965 : 363 - 399)

เวย์น แมคกิม (Wayn McKim) จำแนกลำดับขั้นของตลาดนักหมุนเวียนในทางตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศในจีเรีย โภชโธจำนวนประชากรที่มาตรฐานนับเป็นเกณฑ์การพิจารณาและยึดถือตามแนวการศึกษาของสกินเนอร์ (Skinner) เป็นหลัก ปรากฏผลดังนี้-

1. ตลาดภูมิภาค หมายถึงตลาดที่เมืองทามาเล (Tamales) ซึ่งเป็นเมืองหลวงของภาค ตลาดแห่งนี้มีจำนวนประชากรมาตรฐาน 40,443 คน หน้าที่ทางเศรษฐกิจประกอบด้วย ร้านค้าส่งสินค้าอุตสาหกรรมหลายอย่าง, มีระบบการผลิตรายอุตสาหกรรมเป็นแหล่งสุดท้ายที่รวบรวมสินค้าทางการเกษตรและเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสินค้ากับส่วนอื่น ๆ ของประเทศ

2. ตลาดกลาง จำนวน 6 แห่ง แต่ละแห่งมีประชากรมาตรฐานประมาณ 2500-5000 คน ทำหน้าที่รวบรวมสินค้าอุตสาหกรรมจากแหล่งอื่นที่ห่างไกลจากศูนย์กลาง, รวบรวมผลผลิตทางการเกษตร, มีร้านค้าส่งบ้างและตลาดกลางนี้สามารถถึงศูนย์กลางโลกที่อยู่ห่างไกลถึง 100 ไมล์ให้เดินทางมาตรฐาน

3. ตลาดระหว่างกลาง จำนวน 10 แห่ง มีประชากรมาสนับสนุนประมาณ 1000 - 1500 คน ตลาดระหว่างกลางประกอบด้วยร้านค้าปลีกเป็นส่วนใหญ่และมีพ่อค้าจากตลาดกลางเดินทางเข้ามาทำการค้าขายในวันอีกด้วย

4. ตลาดมาตรฐาน จำนวน 20 แห่ง มีประชากรสนับสนุนประมาณ 300 - 1000 คน มีการซื้อขายผลผลิตในท้องถิ่นและสินค้าอุตสาหกรรม

5. ตลาดย่อย จำนวน 54 แห่ง มีการแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรระหว่างหมู่บ้านใกล้เคียงและมีพ่อค้าเร่เดินทางมาขายสินค้าอุตสาหกรรมไม่เกิน 20 คน

✓ เขายังข้อสังเกตว่าตลาดดังกล่าวมีขนาดไม่คงที่ จะผันแปรไปตามสถานการณ์ของการคมนาคมหรือจำนวนยานพาหนะสำหรับการขนส่ง ✓

(McKim, 1972 : 338 - 339)

เอิร์ล พี. สกอตต์ (Earl P. Scott) จำแนกลำดับขั้นของตลาดนัดในทางตอนเหนือของประเทศไนจีเรียซึ่งเป็นเขตเกษตรกรรมของประเทศนั้นออกเป็น 5 ระดับ โดยคำนึงถึงชนิดของสินค้า และขนาดของตลาดเป็นหลัก ดังนี้-

1. ตลาดริมถนนในหมู่บ้าน (Village and Roadside Markets) เป็นตลาดที่เปิดทำการค้าขายทุกวันหรือสองวันครั้ง ลักษณะโดยทั่วไปประกอบด้วยแผงวางสินค้าขนาดเล็ก บางแห่งอาจมีร้านค้าปลีกด้วย ตำแหน่งของตลาดจะอยู่ตามจุดเชื่อมระหว่างเส้นทางคมนาคมในท้องถิ่นกับถนนสายหลัก จำนวนพ่อค้าและผู้ซื้อจะผันแปรตามปริมาณของสินค้าที่เสนอขายซึ่งมักเป็นประเภทที่ไม่เน่าเปื่อยหรือสามารถขนส่งไปได้ไกล ๆ เช่น บุหรี่, น้ำมันก๊าด, ผงโคคาและอาหาร ไม่มีการรับซื้อสินค้าจากท้องถิ่น

2. ตลาดนัดเย็นทุกสัปดาห์ (Weekly Evening Markets) เปิดทำการค้าขายสัปดาห์ละครั้งตั้งแต่เวลา 18.00 - 23.00 นาฬิกา ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขายในเวลากลางวัน ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายจะเป็นช่วงที่เกษตรกรว่างงานและอาจมีการละเล่นเพื่อความบันเทิงแก่ผู้

บริโลกเดินทางไปซื้อสินค้าไม่สะดวกจึงเกิดการก่อตัวขึ้นใหม่ของตลาด เมื่อเป็นดังนี้ การแข่งขันกับตลาดนักค้าหัตถ์สูงที่ถึงมาก่อนย่อมเกิดขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน ดังกล่าวตลาดนักค้าใหม่จึงเปิดทำการค้าขายก่อนหน้าวันนักประจำของตลาดนักค้าที่มีอำนาจ หัตถ์สูงที่สุดในรอบนั้น (Eighmy, 1972 : 306 - 309) ลักษณะการแข่งขัน ระหว่างตลาดนักค้าที่มีอำนาจหัตถ์เท่ากัน, ทั้งอยู่ใกล้กันและทำการค้าขายวันเดียวกัน พอลลี ฮิลล์ และ โรเบิร์ต เอช.ที. สมิธ (Polly Hill & Robert H.T. Smith) พบว่าจะเกิดการแข่งขันในกานให้บริการแก่ประชากรในบริเวณบริการที่ให้อ้อมกัน หายที่สุดเมื่อตลาดนักค้าหนึ่งมีขนาดโตกว่ามาก ลักษณะการแข่งขันจะหายไป (Hill, 1972 : 349)

5. ✓ ระบบการหมุนเวียน

โดยปกติแล้ว ตลาดนัดแต่ละแห่งทุกรอบจะมีกำหนดเวลาเปิดทำการ ค้าขายที่แน่นอนโดยขึ้นถือการโคจรของดวงดาว, ดวงจันทร์หรือกำหนดนัดหมายอย่างอื่นที่ถั่งขึ้น เช่นรอบสิบวัน, รอบห้าวัน, รอบเจ็ดวันของพวกกรีกโบราณ เป็นต้น (Lloyd, 1972 : 203 - 213) ส่วนการจัดรูปแบบของการหมุนเวียนในแต่ละ รอบจะคำนึงถึงความถ่วงตัวของผู้นับจะพ่อค้าเป็นหลัก บางครั้งอาจเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สอดคล้องกับชนบทรรมนิยมโบราณของแต่ละชนหรือเพื่อความเหมาะสม เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบจากสามวันเป็นเจ็ดวันในอาฟริกาเพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงระบบปฏิทินของอิสลามิกชนในอาฟริกา, ในคุซาอี (Kusai) เปลี่ยนไปเป็นรอบ ละสามวันเพราะพ่อค้าเห็นว่า ถ้าจัดระบบสามวันแล้วธุรกิจทางตลาดนัดจะไปสอดคล้อง กับรอบอื่นได้, ในโยรูบาแลนด์ (Yorubaland) ระบบการหมุนเวียนเป็นแบบ วงแหวน (Ring System) แต่ละวงประกอบด้วยรอบละ 4 วัน เพื่อให้สอดคล้องกับ ระบบทางเวสคอฟริกา

ลักษณะการหมุนเวียนที่น่าสนใจและมีผู้นำไปกล่าวถึงอย่างแพร่หลายคือ การหมุนเวียนของระบบตลาดนัดในชนบทของประเทศจีน วิลเลียม บี. สกินเนอร์ (William G. Skinner) สรุปผลการศึกษาของเขาว่ามีระบบการหมุนเวียน

2 ลักษณะ คือ-

1. ✓ ระบบรอบจะ 10 วัน ระบบนี้เป็นพื้นแพร่หลายในแถบอุณหภูมิต่ำ
การกำหนดระบบนี้ถือตามการโคจรของดวงจันทร์ที่ชาวจีนเรียกชื่อหน่วยว่า
ซุน (Hsün) จะเริ่มรอบทุก ๆ วันที่ 1, 11, 21 ของทุกเดือน
ตัวอย่างการเคลื่อนย้ายของพอดกาเรในระบบนี้ พอดกาเรเคลื่อนย้าย
ระหว่างกลางหนึ่งแห่งกับกลางมาตรฐานที่มีลำดับที่ต่ำกว่าสองแห่ง ลักษณะ
การหมุนเวียนจะเป็นดังนี้ วันที่ 1 ชายที่กลางกลาง, วันที่ 2 ชายที่กลางมาตรฐาน ก.
วันที่ 3 ชายที่กลางมาตรฐาน ข., วันที่ 4 กลับมาชายที่กลางกลาง, วันที่ 5
ชายที่กลางมาตรฐาน ก., วันที่ 6 ชายที่กลางมาตรฐาน ข., วันที่ 7 กลับมาชายที่
กลางกลาง, วันที่ 8 ชายที่กลางมาตรฐาน ก., วันที่ 9 ชายที่กลางมาตรฐาน ข.,
วันที่ 10 กลับมาชายที่กลางกลางแห่งเดิมอีก จะเห็นได้ว่าในรอบพอดกาเรจะเดิน
ห่างไปชายในกลางกลาง 4 ครั้ง สกินเนอร์ จึงตั้งชื่อเรียกระบบนี้ว่า ระบบชายสี่
ครั้งในรอบสิบวัน (Four per Hsün) ส่วนในกลางมาตรฐานเป็นระบบชายสามครั้ง
ในรอบสิบวัน (Three per Hsün)

2. ✓ ระบบรอบจะ 12 วัน จะพบได้กว้างขวางทางตะวันตกเฉียงใต้
ของประเศจีนในรอบหนึ่ง ๆ กลางนัดแต่ละแห่งจะเปิดทำการค้าขายเพียงสองวันจัด
เป็นคู่วันดังนี้ 1-7, 2-8, 3-9, 4-10, 5-11, 6-12, โดยที่พอกลางจะเคลื่อน
ย้ายระหว่างกลางนัดหกแห่งสำหรับเราที่มีประชากรหนาแน่นอาจเพิ่มวันเปิดทำการค้า-
ขายอีกสองวันต่อกลางนัดหนึ่งแห่งดังนี้ 1-4-7-10, 2-5-8-11, 3-6-9-12
เพราะฉะนั้นพอกลางหนึ่ง ๆ จะซื้อขายสินค้าระหว่างกลางนัดสามแห่ง

บริเวณทางเหนือของประเศจีนซึ่งมีประชากรเบาบาง การหมุนเวียน
จะเป็นระบบหนึ่งครั้งในสิบวัน กลางมาตรฐานโดยทั่วไปจะเปิดทำการค้าขายสองครั้ง
ในรอบสิบวัน แต่ในเขตที่มีประชากรหนาแน่นกว่าเช่น กลางกลางของแคว้นเฉวียน
กลางมาตรฐานจะเปิดถึงสามครั้งในหนึ่งรอบ

สำหรับภูมิภาคอื่นของโลก เช่น ประเทศเกาหลี ลักษณะการหมุนเวียนเป็นแบบสองครั้งในรอบสิบวัน, ประเทศญี่ปุ่นมีการค้าขายหนึ่งครั้งในรอบสิบวัน

ทางภาคพื้นยุโรป ในกรุงโรมจะมีตลาดนัดทุก ๆ เก้าวัน หลังจากปรับปรุงศาสนาคริสต์ใหม่ลักษณะดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปคือ เปิดตลาดนัดสัปดาห์ละครั้ง โดยเลือกเอาวันอาทิตย์เป็นวันเปิดทำการซื้อขายเพื่อให้สอดคล้องกับการประกอบศาสนกิจในโบสถ์ภายหลังต่อมา ปี พ.ศ. 1349 ในประเทศอังกฤษได้ประกาศละเว้นการเปิดทำการค้าขายในวันอาทิตย์ซึ่งพวกเพียวริตันได้ยึดเป็นแนวปฏิบัติสืบต่อมาเท่าทุกวันนี้ (Berry, 1967 : 93 - 97)

ในประเทศไนจีเรีย โทมัส เอช.อีจมี (Thomas H. Eighmy) พบว่าทางตะวันตกของประเทศนั้นมีระบบการหมุนเวียนหลายระบบ เช่น ระบบ 16 วันต่อครั้ง, ระบบ 8 วันต่อครั้ง, ระบบ 4 วันต่อครั้ง, ระบบ 2 วันต่อครั้ง, และระบบเปิดทำการค้าขายทุกวัน (Eighmy, 1972 : 300 - 301)

ริชาร์ด ซิแมนสกี และ เจม.เว.เว็บเบอร์ (Richard Symanski & M.J. Webber) อธิบายระบบการหมุนเวียนของพ่อค้าโดยนำลำดับศักดิ์ของตลาดนัดเข้ามาเกี่ยวข้องจัดเป็น 3 ระบบ ดังนี้-

1. ระบบเกี่ยวในตลาดขนาดเล็ก (Low Order Cycles) คือระบบที่มีการหมุนเวียนต่อเนื่องกันจนครบรอบและเริ่มต้นหมุนเวียนต่อไป รอบดังกล่าวจะพบในตลาดที่มีลำดับศักดิ์ต่ำเป็นส่วนใหญ่

2. ระบบผสม (Mix Cycles) มักประกอบด้วยตลาดลำดับศักดิ์สูงซึ่งเปิดทำการค้าขายรอบละมากกว่าหนึ่งวันผสมกับตลาดลำดับศักดิ์ต่ำที่เปิดทำการค้าขายเพียงรอบละวัน บางรอบอาจมีตลาดลำดับศักดิ์ต่ำที่เปิดทำการค้าขายวันเดียวกันกับตลาดลำดับศักดิ์สูง

3. ระบบเหลื่อม (Overlapping Cycles) ในระบบนี้จะมีตลาดนัดลำดับศักดิ์สูงบางแห่งเป็นจุดรวมระหว่างสองรอบขึ้นไป (Symanski, 1974 : 203 - 213)

6. พฤติกรรมของพ่อค้าเร่ในตลาดนัดชุมชนเวียน

การเร่ขายสินค้าของพ่อค้าในระบบตลาดนัดชุมชนเวียน พลลดี สิดและ

โรเบิร์ต เจ. ฮิลล์ (Polly Hill & Robert H.T. Smith)

พบว่าพ่อค้าเร่ในทางเหนือของประเทศไนจีเรียมีการเคลื่อนย้าย 2 ลักษณะคือ-

6.1 ✓ พ่อค้าเร่ที่พักอาศัยอยู่ที่บ้าน จะเดินทางไปค้าขายในตลาดนัดต่าง ๆ และกลับในวันเดียวกัน พ่อค้าประเภทนี้จะเลือกเดินทางไปยังตลาดนัดที่ไม่ไกลจากบ้านมากนักและเขาไม่คำนึงถึงกำหนด

6.2 ✓ พ่อค้าเร่ที่เคลื่อนย้ายไปตามระบบ ส่วนมากจะเดินทางไกลและนอนค้างในบริเวณตลาดนัดที่พวกเขาจะขายในวันรุ่งขึ้น (Hill, 1972 : 350).

ส่วนพ่อค้าเร่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศกานา เวียน แมคคิม (Wayn McKim) พบว่าพ่อค้าที่ขายของจำนวนน้อยจะเดินทางและบรรทุกสินค้าด้วยรถบรรทุก (Mammy Lorry) ไปยังตลาดที่เปิดทำการค้าขาย วันหนึ่ง ๆ เขาจะเดินทางประมาณ 25 - 50 ไมล์ หากวันไหนกลับสู่ที่พักในวันรุ่งขึ้นก็ไม่ไปขายสินค้าแต่จะพักผ่อน, ทำงานในไร่นาหรือเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์กลางใหญ่เพื่อจกเตรียมไว้สำหรับเร่ขายต่อไป (McKim, 1972 : 341) การตัดสินใจเดินทางเพื่อขายสินค้าในตลาดนัดต่าง ๆ ของพ่อค้าเร่ ริชาร์ด ไบแมนสกีและ เอ็ม.เจ.เว็บเบอร์

(Richard Symanski & M.J. Webber) เห็นว่าระยะทางการเคลื่อนที่มีผลต่อการตัดสินใจของพ่อค้าเร่ เขาไม่เคลื่อนที่ไปขายในตลาดนัดที่ห่างไกลไปมาก ๆ เพราะอัตราค่าขนส่งแพง ถ้าไรที่ไกลจากการขายค่าเมื่อหักค่าขนส่งแล้ว ดังนั้นเขาจึงเลือกเดินทางไปขายในตลาดนัดใกล้ ๆ (Symanski, 1974 : 209)

สำหรับตลาดนักหมุนเวียนในไต้หวัน โรนัลด์ บี.แนพฟ์ (Ronald G. Knapp) ศึกษาลักษณะของพ่อค้าเร่ในเขตเมืองตงไถ่ทวินพบว่า พ่อค้าจะขนส่งสินค้าโดยบรรทุกด้วยรถจักรยาน, รถเข็นหรือหาม สินค้าที่นำไปขายส่วนมากเป็นพวก ผักสด, ปลา, เก้าหู้ (bean curd) ไข่สด, ไข่ต้ม, ไข่เค็มและสินค้าวิปาคะฉิ่น ๆ นอกจากนี้ยังมีรถเข็นขายอาหารพวกกวยเตี๋ยวและกาแฟ ลักษณะของสินค้าที่วางขายจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวของเกษตรกร (Knapp, 1970 : 345 - 347)

7. / พฤติกรรมของผู้บริโภค

สิ่งที่เกี่ยวข้องกับระบบตลาดนักหมุนเวียนอีกประการหนึ่งคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคในบริเวณบริการซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวชนบท ทัทนีบี กิริปโชติ ระบุว่าลักษณะการบริโภคของประชากรในเขตเกษตรกรรมบ้านหมว จังหวัดสระบุรี นิยมบริโภคอาหารแห้งที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ๆ มีราคาถูกเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของสังคมเกษตรกรรมที่มีรายได้น้อย เกษตรกรจึงซื้อสินค้าราคาถูกมาขาย ๆ พอที่จะเก็บไว้บริโภคได้หลายวันเพราะการคมนาคมไม่สะดวก ส่วนอำนาจการซื้อของเกษตรกรจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลเก็บเกี่ยว (ทัทนีบี กิริปโชติ, 2516 : 67)

เจมส์ เอ็ม. วิลเลียมส์ (James M. Williams) ระบุว่าชนบทเกษตรกรรมที่มีการคมนาคมไม่สะดวก เกษตรกรตัดสินใจเดินทางเพื่อซื้อสินค้าที่จำเป็น เช่น อาหาร, เสื้อผ้าจึงหาสถานที่ใกล้และสะดวกที่สุดซึ่งเจ้าของร้านอาจจะเป็นญาติหรือเพื่อน ๆ ถ้าร้านเหล่านั้นไม่มีสินค้าที่ต้องการ เขาจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านไกล ๆ ที่เห็นว่าช่วยในราคาถูกที่สุด (Williams, 1966 : 1-3) สำหรับผู้บริโภคที่อยู่ระหว่างตลาดค้าปลีกกับสูงกับตลาดค้าปลีกกับต่ำ เวย์น แมคคิม (Wayn McKim) สรุปจากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างตลาดนัดค้าปลีกกับต่าง ๆ ว่า ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดค้าปลีกสูงกว่าเพราะมีโอกาสเลือกสินค้าได้มากกว่า แม้จะต้องเดินทางไปไกลกว่าเล็กน้อย (McKim, 1972 : 339)

บางกรั๊งผู้บริโภคระเหินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดนัดรวม ๆ กับวัตถุประสงค์อย่างอื่น อีกด้วย เช่น การศึกษาของอาร์. มิลเลอร์ (R. Miller) ทำการศึกษาที่เมืองกาสินา (Katsina) ในปี พ.ศ. 2480 พบว่า เนื่องจากประชากรในเมืองนี้ส่วนใหญ่นับถือ ศาสนาอิสลามที่เคร่งศาสนาทำศานกิจในวันศุกร์ ฉะนั้นประชากรในบริเวณบริการ จะเดินทางมาทำกิจที่มัสยิดและถือโอกาสซื้อสินค้าจากตลาดนัด จึงเป็นเหตุให้ตลาดนัด ในวันศุกร์มีขนาดโตกว่าตลาดนัดในวันอื่น ๆ (Miller, 1972 : 350)

ในไต้หวัน โรนัลด์ บี.แนพป์ (Ronald G. Knapp)

สังเกตเห็นว่าปกติแล้วการค้าในวันธรรมดาเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ แต่เมื่อถึงวันนัก ความต้องการของผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้น การซื้อขายก็กักตุนปกติโดยเริ่มตั้งแต่ ตอนเช้าตรู่ ผู้บริโภคจะทยอยเข้ามาสู่ตลาดนัดและมีจำนวนมากที่สุดในตอน 10.00 นาฬิกา จากนั้นค่อย ๆ ลดยวกลงจนถึงเที่ยงวัน ทั้งพ่อค้าและผู้บริโภคต่างก็ เฝ้าใจในเรื่องช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายนี้ (Knapp, 1970 : 344 - 345)

จากเอกสารและการวิจัยที่กล่าวมานี้ทำให้ผู้วิจัยทราบแนวทางและวิธี การในการศึกษาโครงสร้างทางกายภาพและเศรษฐกิจของระบบตลาดนัดชุมชนเวียนใน จังหวัดสตูลดังจะกล่าวต่อไป

บทที่ 3

บริเวณที่ศึกษา

บริเวณที่ศึกษาค้นคว้าคือพื้นที่ของจังหวัดสตูลในส่วนที่ต่อเนื่องจากคาบสมุทรทั้งหมด โดยไม่นับรวมหมู่เกาะต่างๆ ซึ่งวัดจากแผนที่ชุด L .7017 ของกรมแผนที่ทหาร ขนาดมาตราส่วน 1: 50,000 ได้ 2,289.200 กิโลเมตร บริเวณนี้ประกอบด้วย อำเภอเมือง, อำเภอละงู, อำเภอย่านตาขาวและกิ่งอำเภอควนกาหลง ซึ่งมีจำนวนหมู่บ้าน จำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากร ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนตำบล, หมู่บ้าน, ครัวเรือนและจำนวนประชากร

ลำดับที่	ชื่อตำบล	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน	จำนวนประชากร
1.	เทศบาลเมืองสตูล	—	2,151	15,209
2.	บ้านควน	11	1,481	7,755
3.	ฉลุง	16	1,526	7,519
4.	ควนโดน	14	1,180	7,490
5.	ควนสะคอก	11	1,108	5,437
6.	คลองขุด	5	796	3,915
7.	เจ๊ะมลิ้ง	5	579	3,435
8.	สาคร	6	499	2,026
9.	ควนขัน	6	540	1,921
10.	ปูยู	4	366	1,826
11.	ละงู	10	1,670	9,697
12.	กำแพง	11	1,514	7,652
13.	เขาขาว	9	1,242	6,288

ตาราง 1 แสดงจำนวนตำบล,หมู่บ้าน,ครัวเรือนและจำนวนประชากร (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อตำบล	จำนวนหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน	จำนวนประชากร
14.	ปากน้ำ	5	476	2,804
15.	แหลมสน	5	483	2,123
16.	ทุ่งหวา	9	919	4,135
17.	นาทอน	6	484	2,447
18.	ขอนคุดาน	7	442	2,422
19.	นิคมพัฒนา	12	1,552	6,848
20.	ทุ่งนุ้ย	5	1,070	4,861
21.	ควนกาหลง	6	1,125	4,731
22.	แปะ	10	888	4,174
23.	คูโคเจริญ	7	890	3,897
24.	ทาแพ	7	775	3,617
รวม		187	23,757	121,365

ที่มาของสถิติ : หน่วยป้องกันและปราบปรามไข่ม้าเลเรียประจำจังหวัดสตูล

ในบริเวณดังกล่าวประกอบด้วยตลาดถาวร 4 แห่ง อยู่ในเขตเทศบาลเมืองสตูล, สุขาภิบาลนง, สุขาภิบาลกำแพงและสุขาภิบาลทุ่งหวา นอกจากนั้นยังประกอบด้วยตลาดนัด หมุนเวียนอีก 16 แห่ง ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนตลาดนัดหมุนเวียนและที่ตั้ง

ลำดับที่	ชื่อตลาดนัด	ที่ตั้ง
1.	สตูล	เขตเทศบาลเมืองสตูล
2.	นง	เขตสุขาภิบาลนง

ตาราง 2 แสดงจำนวนตลาดนัดหมุนเวียนและที่ตั้ง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อตลาดนัด	ที่ตั้ง
3.	กาเณะ	หมู่ 2 ตำบลบ้านควน
4.	ควนโคโน	หมู่ 3 ตำบลควนโคโน
5.	ละงู	เขตสุขาภิบาลกำแพง
6.	คลองซุก	หมู่ 9 ตำบลละงู
7.	ทุ่งหวา	เขตสุขาภิบาลทุ่งหวา
8.	สามแยกนิคม	หมู่ 1 ตำบลทุ่งนุ้ย
9.	ทุ่งนุ้ย	หมู่ 2 ตำบลทุ่งนุ้ย
10.	ชอย 10	หมู่ 1 ตำบลควนกาหลง
11.	มังที่ 2	หมู่ 1 ตำบลคูไคเจริญ
12.	มังที่ 7	หมู่ 3 ตำบลนิคมพัฒนา
13.	มังที่ 13	หมู่ 7 ตำบลนิคมพัฒนา
14.	ปาล์ม 1	หมู่ 9 ตำบลนิคมพัฒนา
15.	ปาล์ม 3	หมู่ 10 ตำบลนิคมพัฒนา
16.	ทาแพ	หมู่ 5 ตำบลทาแพ

ลักษณะของตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูล

ตลาดนัดหมุนเวียนทั้ง 16 แห่งเป็นตลาดนัดของเอกชน 12 แห่ง, ของสุขาภิบาล 2 แห่ง, ของเทศบาล 1 แห่งและเป็นของโรงเรียน 1 แห่ง ตลาดนัดหมุนเวียนทุกแห่งที่จัดตั้งขึ้นมีวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกันกล่าวคือ -

1. เป็นบริการที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในบริเวณใกล้เคียง

2. เพื่อแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างท้องถิ่น
3. เป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลาง
4. ต้องการนำรายได้ไปบำรุงท้องถิ่นหรือโรงเรียน ในกรณีที่ไม่เป็นตลาดนัดของเอกชน

จากการสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัดหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ทราบว่า
มีตลาดนัด 4 แห่ง ที่ได้เริ่มก่อตั้งมาเป็นเวลานานคือ

1. ตลาดนัดควนโดน ตั้งมานาน 47 ปี
2. ตลาดนัดทุ่งหว้า ตั้งมานาน 45 ปี
3. ตลาดนัดลุง ตั้งมานาน 40 ปี
4. ตลาดนัดกาเนะ ตั้งมานาน 40 ปี

นอกจากนั้นเป็นตลาดที่เพิ่งก่อตั้งมาไม่เกิน 18 ปี ในการจัดตั้ง มี
ตลาดนัด 7 แห่ง ที่ต้องย้ายที่ตั้งใหม่เพื่อความสะดวกและเหมาะสมในการให้บริการ
แก่ผู้บริโภค, ตลาดนัด 2 แห่ง ที่ต้องเลิกสัมปทานการกลางคันและกลับก่อตั้งขึ้นมาใหม่

สำหรับวันที่เปิดทำการค้าขาย ทุกตลาดจะเปิดการค้าขายเป็นประจำ
ทุก ๆ สัปดาห์ ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงวันที่เปิดทำการค้าขายของตลาดนัดหมุนเวียนในรอบสัปดาห์

วัน	ตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขาย
เสาร์	ตลาดนัดอะงู, (สตูล), ทุ่งนุ้ย, ฝั่งที่ 13
อาทิตย์	ตลาดนัดลุง, (ฝั่งที่ 2)
จันทร์	ตลาดนัดสัสมแยกนิคม, (ป่าดง 3)
อังคาร	ตลาดนัดท่าแพ, (สตูล), ฝั่งที่ 7

ตาราง 3 แสดงวันที่เปิดทำการค้าขายของตลาดนัดหมุนเวียนในรอบสัปดาห์ (ต่อ)

วัน	ตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขาย
พุธ	ตลาดนัดควนโดน, คลองซุก, ปาล์ม 3
พฤหัสบดี	ตลาดนัดกาเณะ, หุ่นหว้า, (ฝั่งที่ 2), (ปาล์ม 1)
ศุกร์	ตลาดนัดชอย 10

หมายเหตุ (....) เป็นตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขายสองครั้งในรอบสัปดาห์

สินค้าที่วางขายส่วนใหญ่ได้แก่ สินค้าประเภทอาหาร, เครื่องปรุงอาหาร, ผักผลไม้, เนื้อ, ปลา, ปลาเค็ม, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, เครื่องใช้เบ็ดเตล็ดในครัว, ยาเส้น ใบจาก นอกจากนี้ยังมีร้านขายอาหาร, กาแฟรวมอยู่ด้วย สินค้าส่วนใหญ่พ่อค้าซื้อมาจาก ร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองสตูล, หาดใหญ่หรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่อยู่ใกล้บ้านที่สุด

การขนส่งสินค้า พ่อค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ห่างไกลจากตลาดใช้วิธีร่วมกันเหมา รถบรรทุกขนาดเล็กเพื่อนำสินค้ามายังตลาดนัดได้ตั้งแต่ตอนเช้าตรู่ พ่อค้าบางคนมีรถบรรทุกขนาดเล็กเป็นของตัวเอง พ่อค้าที่อยู่ใกล้ตลาดอาจใช้รถเข็น สำหรับพ่อค้าที่มีสินค้าจำนวนมากไม่มากนักก็อาจนำสินค้าขึ้นรถประจำทาง

ทางคานูบุรีโกล เนื่องจากร้านค้าส่วนใหญ่เปิดทำการค้าขายตั้งแต่ตอนเช้า ประมาณเวลา 7.00 นาฬิกา หลังจากปฏิบัติภารกิจประจำวันแล้วคานูบุรีโกลก็เริ่มทยอยมาสู่ตลาดนัด ในกรณีที่คานูบุรีโกลเป็นเกษตรกรซึ่งมักมีผักผลไม้และไข่ เขาอาจจะนำผลผลิต

เหล่านี้ใส่ตะกร้ามาขาย ฉะนั้นจึงต้องเดินทางมาถึงตลาดนัดก่อนเวลา 7.00 นาฬิกา ในบริเวณที่อยู่ห่างไกลจากตลาดถาวรมากเช่น เขตกิ่งอำเภอกวนกาหลง คานูบุรีโกลจะเดินทางไปจ่ายตลาดหลายแห่งในรอบสัปดาห์ เขาจะรีบเดินทางกลับบ้านเพื่อปรุงอาหารและออกไปทำงานในไร่นาคต่อไป

บทที่ 4

วิธีดำเนินการ

1. แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาผู้วิจัยได้ศึกษากันคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก-

- 1.1 ตลาดนัดหมุนเวียนในจังหวัดสตูลจำนวน 16 แห่ง
- 1.2 ท่าบ่อที่ทำการศึกษา จำนวน 24 ท่าบ่อ
- 1.3 กรมแผนที่ทหาร กระทรวงกลาโหม
- 1.4 หน่วยป้องกันและปราบปรามโจรมาเดเรียประจำจังหวัดสตูล
- 1.5 สำนักงานเทศบาลเมืองสตูล
- 1.6 หนังสือ, วารสาร, เอกสารงานวิจัยและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบสัมภาษณ์

- 2.1.1 แบบสัมภาษณ์ทอกาเว
- 2.1.2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภคร
- 2.1.3 แบบสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัดหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

2.2 แผนที่แสดงเขตท่าบ่อและหมู่บ้านของหน่วยป้องกันและปราบปรามโจรมาเดเรียประจำจังหวัดสตูล

2.3 แผนที่ชุด L. 7017 ขนาดมาตราส่วน 1:50,000

จำนวน 9 ระวัง หมายเลขระวัง 2021 IV , 4922 I , 4922 II , 4922 IV , 4923 II , 4923 III , 5022 III , 5022 IV และ 5023 III

2.4 ภาพถ่ายสินค้าและลักษณะการแลกเปลี่ยนในตลาดนักหมุนเวียน

3. วิธีการในการรวบรวมข้อมูล

3.1 สังเกตสภาพตลาดนักหมุนเวียน 3 แห่งในบ้าน ท่าเดืตุ้ง, ลักษณะของสินค้า, สภาพการซื้อขาย, ลักษณะการคมนาคม, การหมุนเวียนของพ่อค้าเร่ และลักษณะของผู้บริโภค

3.2 นำข้อมูลที่ไ้จากการสังเกตมาวางแผนจัดประเภทของสินค้าและสร้างแบบสัมภาษณ์ 3 ชุด

3.3 สัมภาษณ์พ่อค้าเร่, ผู้บริโภคและเจ้าของตลาดนัดหรือเจ้าหน้าทีที่เกี่ยวข้องในตลาดนักหมุนเวียนทั้ง 16 แห่ง ตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2518 ถึงวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2518 และถ่ายภาพสินค้า, ลักษณะการแลกเปลี่ยนในตลาดนักหมุนเวียนพร้อมกับทำแผนที่ผังเพื่อบ่งชี้ที่ตั้งของตลาดนักหมุนเวียนด้วย

3.4 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนกรัวเรื่อน, จำนวนประชากรประจำเคื่อน มีนากม พ.ศ. 2518จากหน่วยป้องกันและปราบปรามไ้มาเดเรียนประจำจังหวัดสตูล

3.5 เพื่อสำรวจรายไ้ของประชากรแต่ละกรัวเรื่อนจึงขอความร่วมมือจากกำนัน, ผู้ใหญ่บ้านในการจำแนกลักษณะของกรัวเรื่อนซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้-

3.5.1 กรัวเรื่อนที่มีรายไ้น้อย

3.5.2 กรัวเรื่อนที่มีรายไ้ปานกลาง

3.5.3 กรัวเรื่อนที่มีรายไ้สูง

ขอถามรายไ้ของแต่ละกรัวเรื่อนจากกลุ่มตัวอย่างในอัตราร้อยละ 5 ของจำนวนกรัวเรื่อนแต่ละระดับ ในวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2518 ถึงวันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2518

ในเขตเทศบาลเมืองสตูล ไ้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเทศบาลในการจำแนกลักษณะกรัวเรื่อนและสอบถามรายไ้จากกลุ่มตัวอย่าง

3.6 ~~✓~~ การทำแผนที่ ใ้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้-

3.6.1 ทำแผนที่แสดงเขตตำบล, หมู่บ้านของบริเวณที่ศึกษา โดยอาศัยแผนที่โครงร่างของหน่วยป้องกันและปราบปรามไ้มาเลียบประจำจังหวัดสตูล เพื่อนำมาพิจารณารายละเอียดพร้อมกับแผนที่ชุด L.7017 ของกรมแผนที่ทหาร เพื่อทำแผนที่ดังนี้-

3.6.1.1 แผนที่แสดงอาณาเขตและลักษณะการแจก
กระจายของประชากรในบริเวณที่ทำการศึกษา

3.6.1.2 แผนที่แสดงการกระจายของตลาดนัด
หมุนเวียนด้วยการแปลงแผนที่

3.6.1.3 แสดงที่ตั้งและเขตบริการของตลาดนัด
หมุนเวียน

3.6.2 วัดพื้นที่ของบริเวณบริการและระยะทางบนแผนที่โดยใช้
เครื่องมือ

3.6.2.1 ใช้เครื่องมือวัดพื้นที่บนแผนที่ (Planimeter)
ยี่ห้อ Haff แบบ 315

3.6.2.2 ใช้เครื่องมือวัดระยะทางบนแผนที่
(Map Measure)

3.6.3 นำแผนที่ขนาดมาตราส่วน 1:50,000 ถ่ายย่อเอกสาร
เป็นขนาดมาตราส่วน 1:200,000

4. วิธีวัดระยะทำกับข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ลักษณะการแจกกระจายของตลาดนัดหมุนเวียนโดยใช้
หลักการแปลงแผนที่

4.2 วิเคราะห์การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่โดยใช้ร้อยละ

4.3 วิเคราะห์ลักษณะของสินค้าในตลาดนัดหมุนเวียนโดยใช้ร้อยละ

4.4 นำรายได้ของครัวเรือนในแต่ละเขตบริการมาวิเคราะห์

หาค่าเฉลี่ย (Mean) ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ย (Standard Error of Mean) ดังนี้-

4.4.1 วิเคราะห์รายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ $\bar{x}$ เป็นค่าเฉลี่ยของรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x$ เป็นผลรวมของรายได้

N เป็นจำนวนครัวเรือนจากกลุ่มตัวอย่าง

4.4.2 วิเคราะห์ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$s = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N - 1}}$$

เมื่อ s เป็นค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum (x - \bar{x})^2$ เป็นผลรวมของความต่างระหว่างรายได้ออกกับค่าเฉลี่ยของรายได้ออกกำลัง

$N - 1$ เป็นจำนวนครัวเรือนที่แปรค่าได้อย่างอิสระ

4.4.3 วิเคราะห์ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$$s_{\bar{x}} = \frac{s}{\sqrt{N}}$$

เมื่อ $s_{\bar{x}}$ เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

s เป็นค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

N เป็นจำนวนครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่าง

4.5 วิเคราะห์ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเวียงแก้วแต่ละแห่งโดยใช้จำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายเป็นตัวกำหนด

4.6 หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้าและช่วงเวลาที่เปิดทำการ
การขายของตลาดนัดหมุนเวียน กับ

4.6.1 บริเวณบริการที่เป็นจริง

4.6.2 ความหนาแน่นของประชากรต่อหน่วยพื้นที่ในบริเวณบริการ

4.6.3 ค่าเฉลี่ยของรายได้ (อำนาจการซื้อ)

4.6.4 ระยะทางระหว่างบริเวณบริการกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด
โดยใช่

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

นำค่าสหสัมพันธ์ที่ได้จากจำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการการขาย
กับตัวแปรต่าง ๆ มาทดสอบความแตกต่างโดย

$$Z = \frac{Zr_1 - Zr_2}{\sqrt{\frac{1}{N-3} + \frac{1}{N-3}}}$$

เมื่อ Z เป็นคะแนนมาตรฐานของโกล์ปกกี

Zr_1 เป็นคะแนนมาตรฐานแบบฟิชเชอร์ (Fisher's SZ)
แปลงจาก r_1

Zr_2 เป็นคะแนนมาตรฐานแบบฟิชเชอร์ แปลงจาก r_2

N เป็นจำนวนของตลาดนัดหมุนเวียน

5. ข้อกำหนดในการศึกษา

5.1 จำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากรในบริเวณที่ทำการศึกษาคือ
ยึดถือตามสถิติประจำเดือนมีนาคม พ.ศ. 2518 ของหน่วยป้องกันและปราบปราม
โจรกรรมประจำจังหวัดสตูลเท่านั้น เพราะพิจารณาเห็นว่าทันสมัยและถูกต้องกับความ
เป็นจริงมากที่สุด

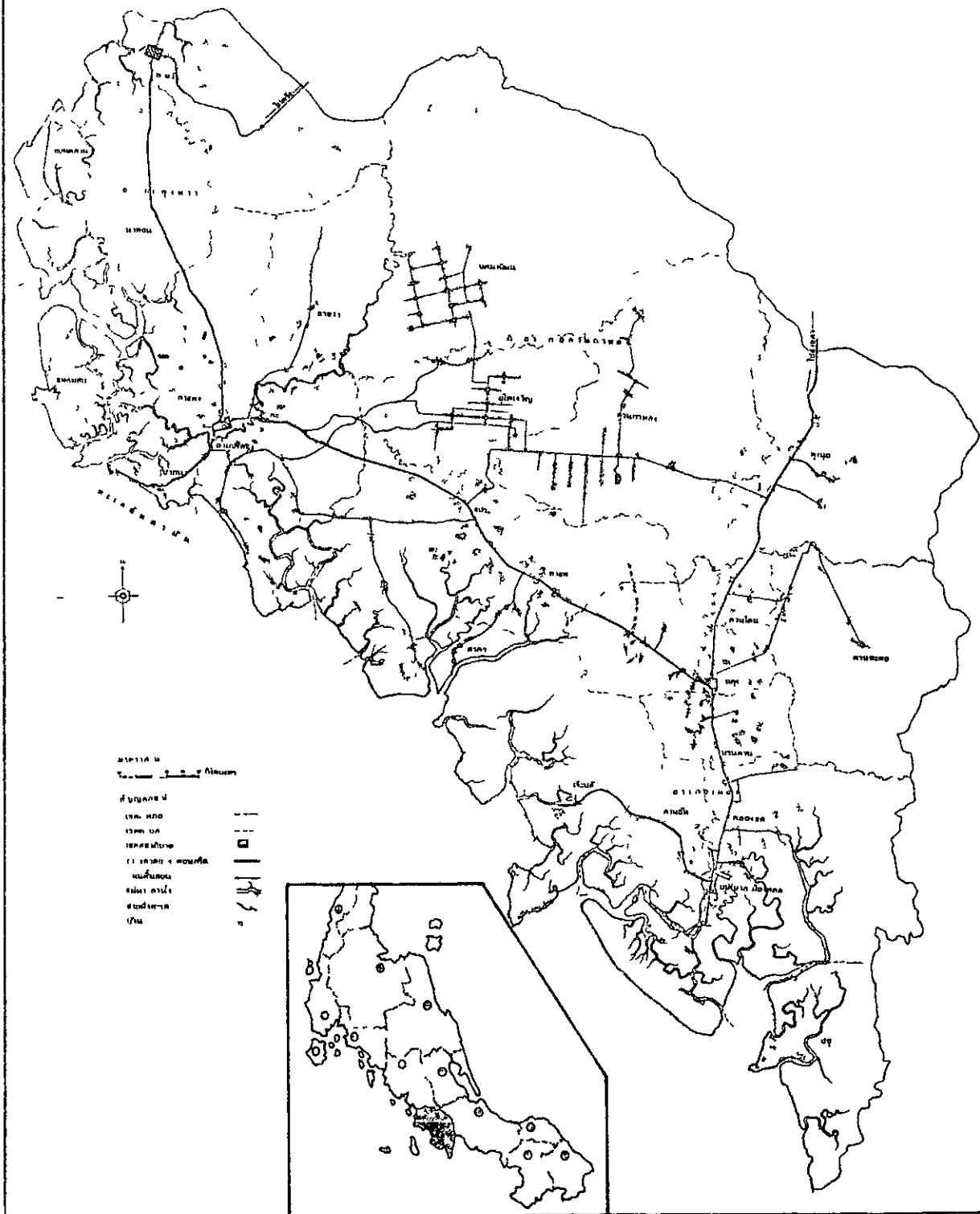
5.2 การศึกษานี้เป็นการศึกษาตลาดนัดหมุนเวียนในเดือนเมษายน
พ.ศ. 2518 เท่านั้น

5.3 พิจารณาเฉพาะนอกกำแพง ส่วนเกษตรกรรมที่นำอินทนิลมาขายเป็น
กรังกราวไม้ได้นำมาพิจารณา

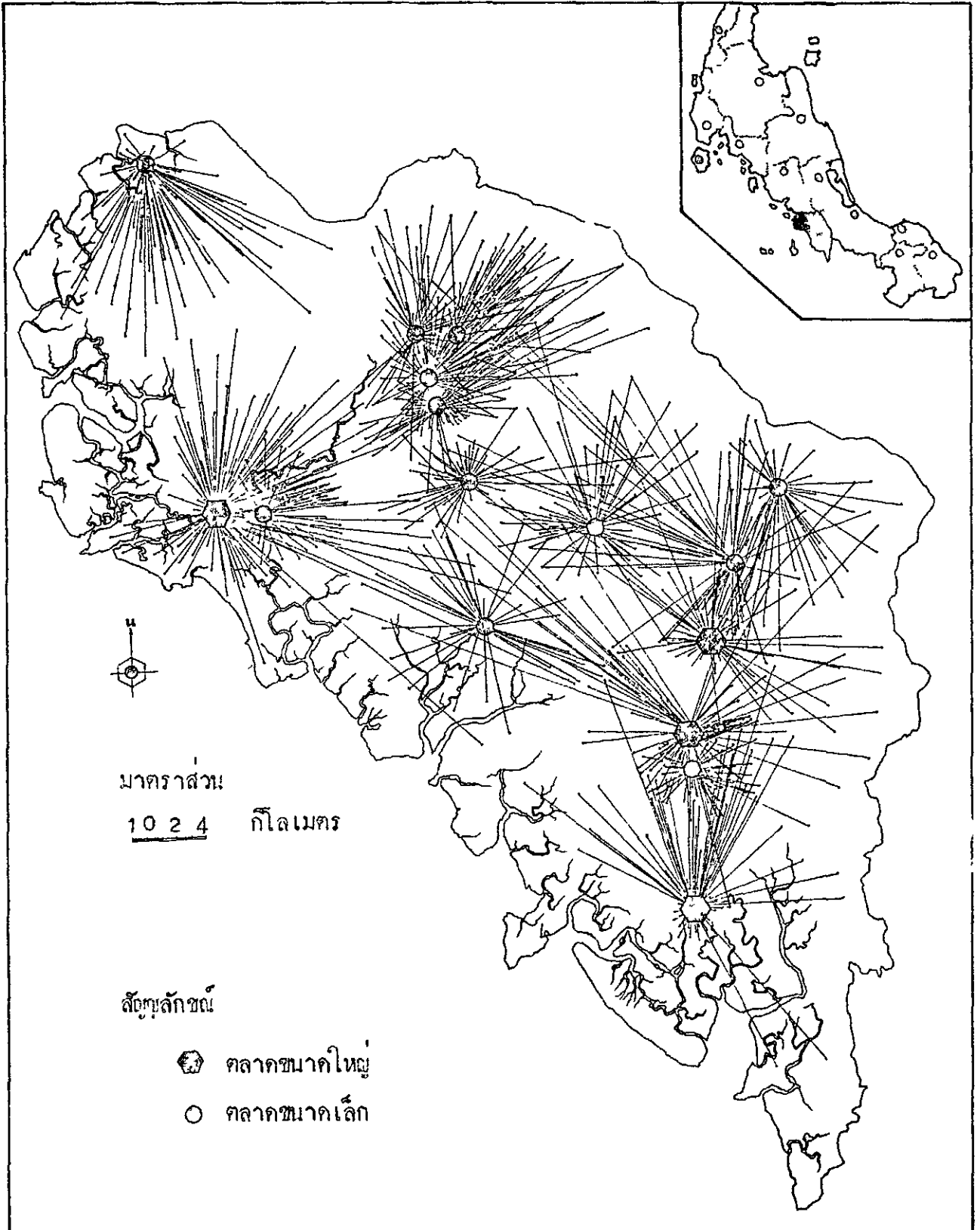
~~5.4~~ การแบ่งประเภทของดินก็จะยึดถือตามเกณฑ์ที่วางไว้ในภาคผนวก
เท่านั้น

5.5 การสัมภาษณ์จะได้ความเป็นจริงและให้ผู้สัมภาษณ์มีความเข้าใจใน
การตอบข้อซักถาม

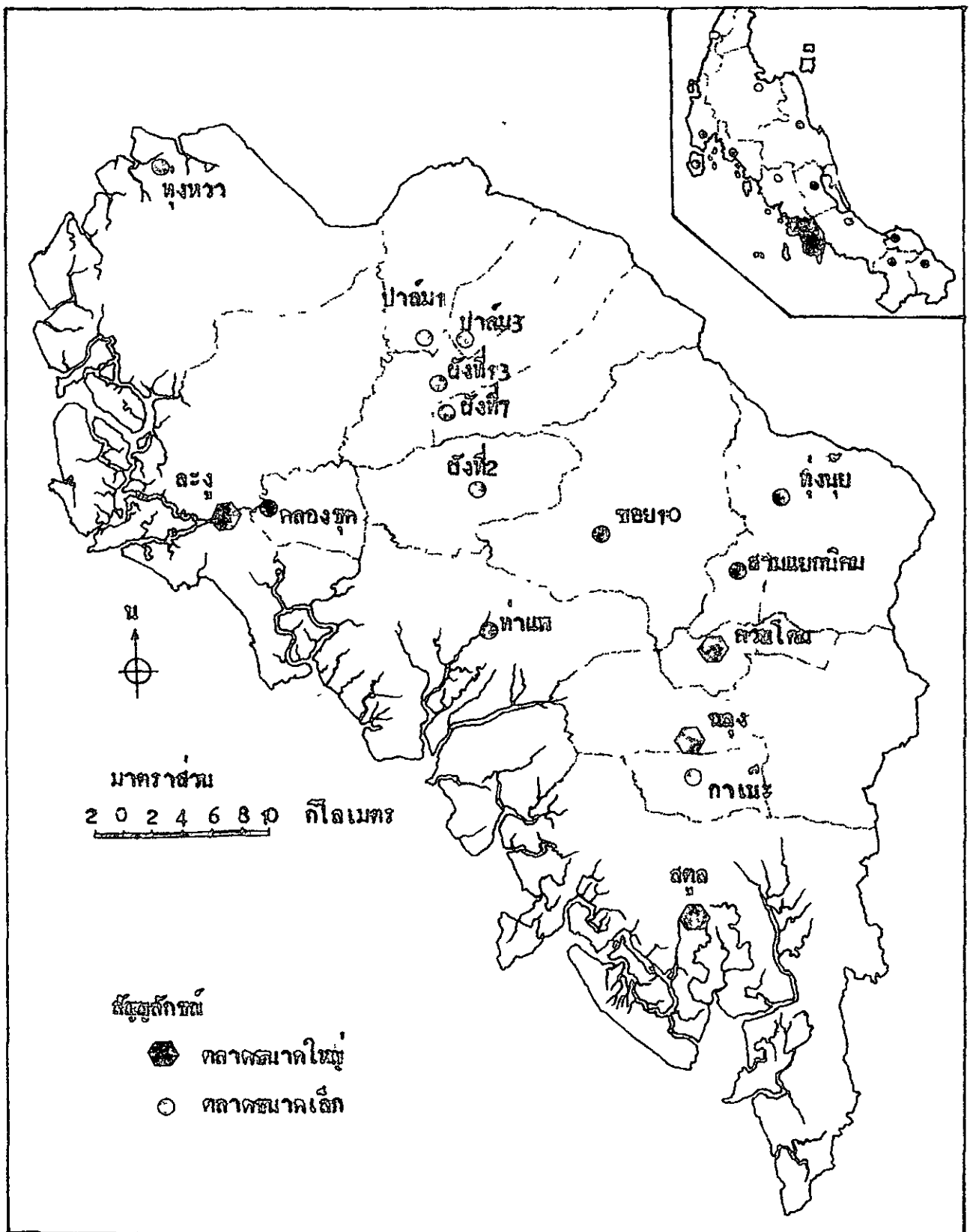
รูปที่ 1 แสดงอาณาเขตและลักษณะการแจกกระจายของประชากรในบริเวณที่ศึกษา



รูปที่ 2 แสดงรูปแบบการกระจายของศูนย์รีโกล



รูปที่ 3 แสดงให้เห็นว่าเขตบริการของภาคใต้มีแนวโน้ม



บทที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่วางไว้ ทำเป็นลำดับขั้นดังนี้-

1. วิเคราะห์การแจกกระจายของตลาดนัดหมูนเวียน
2. วิเคราะห์การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่
3. วิเคราะห์ประเภทของสินค้าในตลาดนัดหมูนเวียน
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนร้านค้า, ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับ-

4.1 บริเวณบริการที่เป็นจริง

4.2 ความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ

4.3 จำนวนการซื้อขายของประชากรในบริเวณบริการ

4.4 ระยะทางจากตลาดนัดหมูนเวียนกับตลาดดาวที่ใกล้ที่สุด

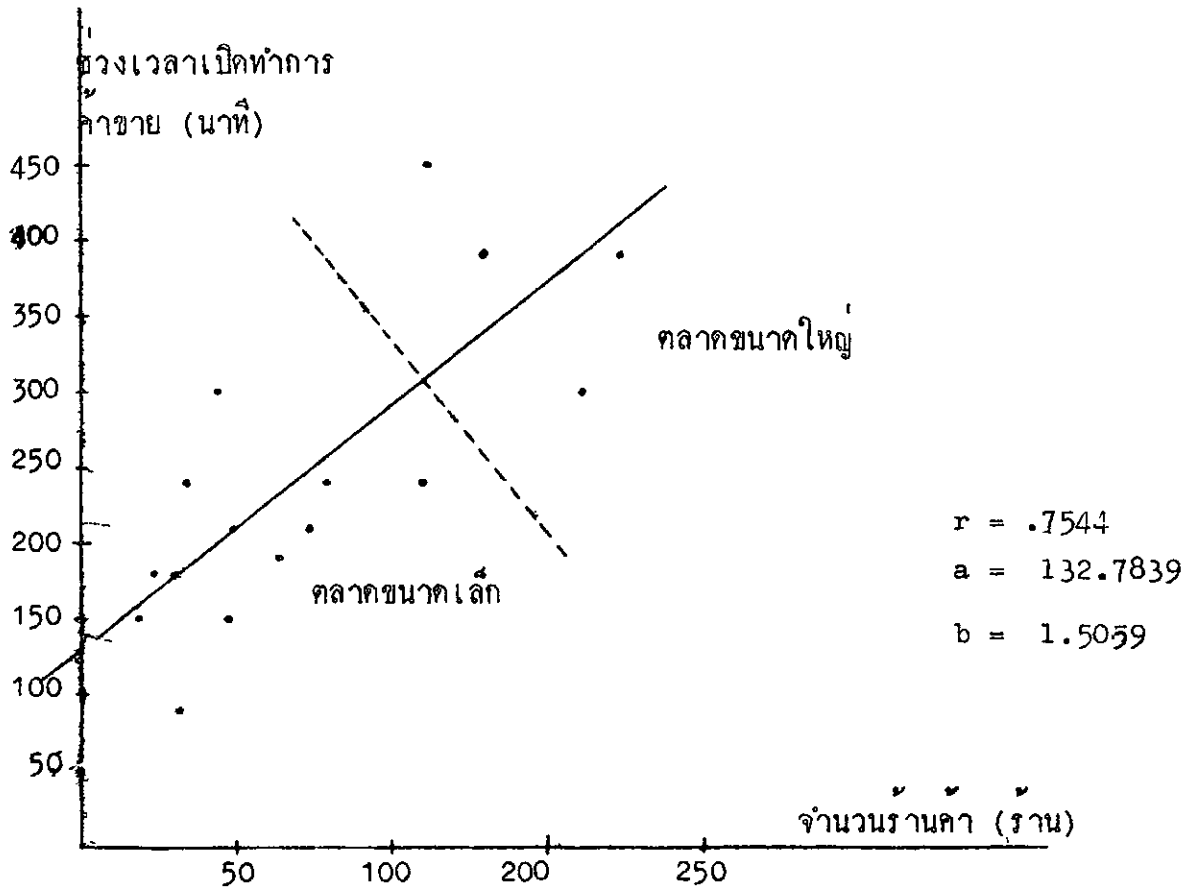
1. วิเคราะห์การแจกกระจายของตลาดนัดหมูนเวียน

1.1 ขนาดลำคัมกับกัยของย่านกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายของตลาดนัดหมูนเวียนทั้ง 16 แห่งถึงรูปที่ 4 ปรากฏว่าค่า r เท่ากับ .7544 หรือมีความสัมพันธ์กันในอัตราร้อยละ 56.92 แสดงว่า จำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายสัมพันธ์แปรตามกันพอจะยึดถือเป็นเกณฑ์พิจารณาวิชันขนาดลำคัมกับกัยของตลาดได้จากจำนวนตลาดนัดหมูนเวียนทั้งหมด 16 แห่งจะเห็นว่าตลาดนัด 4 แห่งคือตลาดนัดสูง, กวนโดน, ละงู และสตูล มีจำนวนร้านค้ามากและมีช่วงเปิดทำการค้าขายนานกว่าตลาดอื่น ๆ ซึ่งสามารถวัดเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่

สำหรับตลาดนัดอีก 12 แห่ง มีจำนวนร้านค้าและมีช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายไม่แตกต่างกันมากนักจึงจัดเป็นตลาดขนาดเล็ก

รูปที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย



1.2 ลักษณะการแจกกระจายตามรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของวอลเตอร์ กริสทอลเลอร์

เนื่องจากการแจกกระจายตามรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของ วอลเตอร์ กริสทอลเลอร์เป็นลักษณะการแจกกระจายบนพื้นที่ราบอุดมคติ เมื่อนำรูปแบบดังกล่าวมาทดสอบกับภูมิประเทศจริงว่าเป็นท้องอาศัยการแปลงแผนที่โดยพิจารณาจากลักษณะภูมิประเทศ, การคมนาคมและขนาดของตลาดนัดที่ได้จากการสังเกตเป็นหลัก การแปลงแผนที่ทำตามลำดับขั้นดังนี้ -

1.2.1 สร้างตารางกริดขนาด 1.8×1.8 เซนติเมตร

1.2.2 สร้างรูปหกเหลี่ยมด้านเท่าขนาดความยาวด้านละ 1 เซนติเมตร

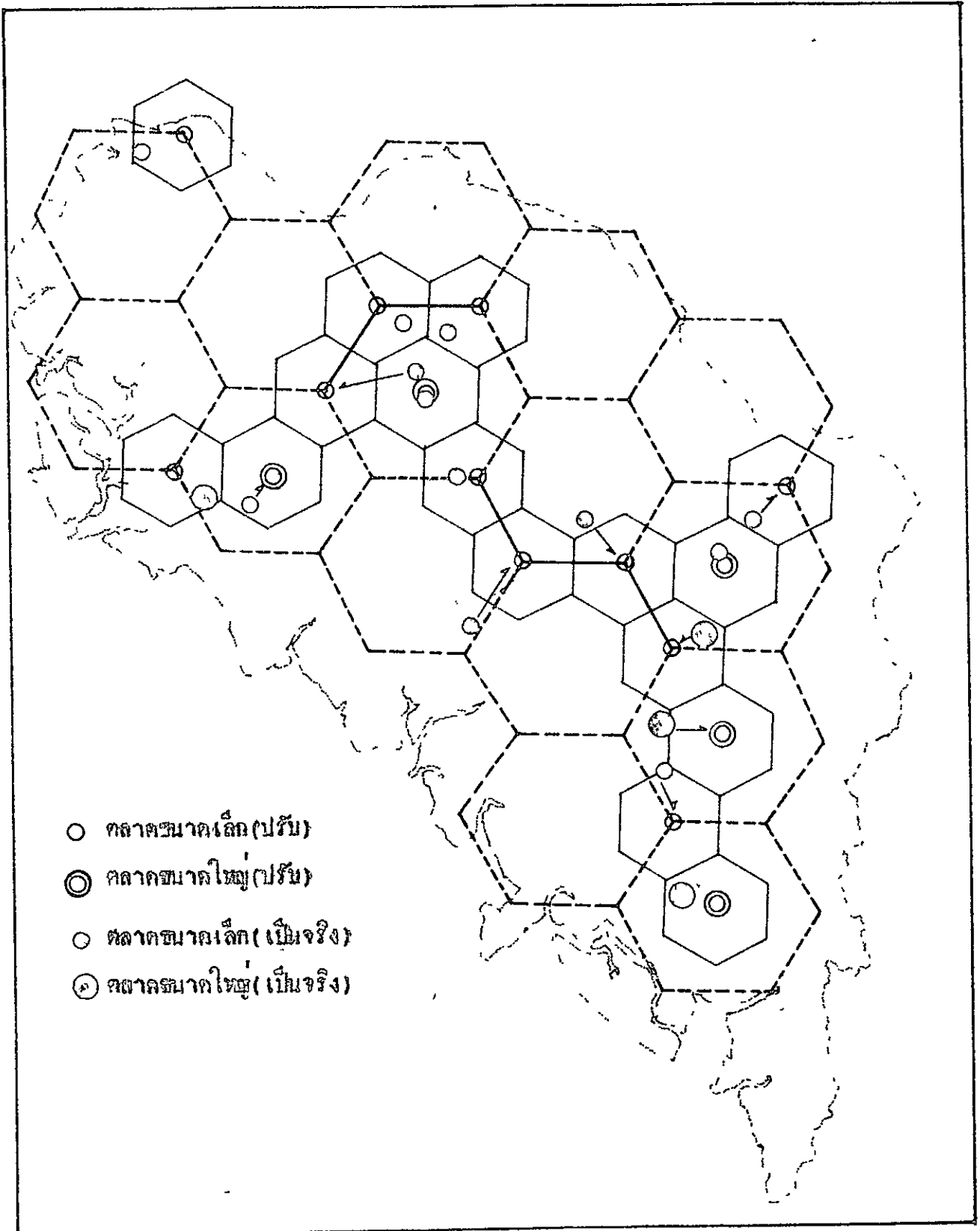
1.2.3 วางแผนที่ที่กองการแปลงองบนตารางกริดและรูปหกเหลี่ยมด้านเท่าและโยกย้ายตำแหน่งที่ตั้งของตลาดนัดภายในตารางกริดเดียวกัน

จากรูปที่ 5 แสดงลักษณะการแจกกระจายของตลาดนัดหมุนเวียนด้วยการแปลงแผนที่ ปรากฏว่าได้ค่าลำดับถ้อยเพิ่มเป็น 3 เท่า ก็คือจำนวนตลาดขนาดใหญ่มากกว่าจำนวนตลาดขนาดเล็กเป็นอัตราส่วน 4 ต่อ 12 ซึ่งเป็นลักษณะลำดับถ้อยตามหลักการตลาดตามรูปแบบการแจกกระจายของวอลเตอร์ กริสทอลเลอร์

อย่างไรก็ตาม ที่ตั้งของตลาดนัดตามความเป็นจริงจะตลาดเคลื่อนไปจากที่ตั้งตามรูปแบบของทฤษฎีข้างกลาง จุดที่ตั้งของตลาดนัดต่าง ๆ ที่ตลาดเคลื่อนไปนั้นน่าจะเป็นเพราะ-

1. ตลาดนัดควนโพน เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ที่ก่อตัวในปีพ.ศ.2472 ซึ่งเป็นช่วงที่การคมนาคมไม่สะดวก ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณตอนเหนือของจังหวัดสุทฺถจะเกินทางมาแลกเปลี่ยนสินค้าจากตลาดนัดแห่งนี้ซึ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคมากที่สุดในสมัยนั้น และการที่ตลาดนัดแห่งนี้เปิดทำการค้าขายมาจนถึงปัจจุบันได้มีการปรับตัวโดยขยายขนาดของตลาดให้โตขึ้นเรื่อย ๆ

รูปที่ 5 แสดงการกระจายของสถานีวิทยุเป็นความถี่ในการแปลงแบบ ๓ - ๖ (โดยประมาณ)



2. ทอดนักร้อง เป็นทอดนักร้องขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในเขตสุภาภิบาลกำแพง ซึ่งจัดตั้งขึ้นจากแรงผลักดันของประชากรในเขตอำเภอตะลุงที่ก่อการให้ทอดนักร้องเป็นแหล่งรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรจากบริเวณโดยรอบ ดังนั้นจึงตั้งขึ้นตามตำแหน่งที่ตั้งถิ่นฐานดั้งเดิมของประชากรในเขตนั้น

3. ทอดนักร้องลูก เป็นทอดนักร้องขนาดเล็กตั้งอยู่ห่างจากทอดนักร้องเพียง 3 กิโลเมตรตามเส้นทางถนนพหลโยธิน ในเขตบริการของทอดนักร้องแห่งนี้ จะเดินทางมาสนับสนุนทอดนักร้องด้วย เนื่องจากทอดนักร้องทั้งสองแห่งนี้อยู่ห่างไกลจากทอดนักร้องอื่น ๆ ฉะนั้นตามความเป็นจริงแล้วผู้บริโภคทั้งหมดในบริเวณบริการของทอดนักร้องมิได้มาสนับสนุนทอดนักร้องลูกเหมือนรูปแบบการกระจายที่ได้จากการแปลงแผนที่

สำหรับทอดนักร้องขนาดเล็กอีกสองแห่งคือ ทอดนักร้องที่ 13 กับทอดนักร้องตามแยกนิคมมีที่ตั้งจริงใกล้เคียงกับที่ตั้งของทอดนักร้องใหญ่ตามทฤษฎีเพราะการแปลงแผนที่ได้พิจารณาถึงขนาดของทอดนักร้องที่ได้จากการสังเกต โดยเฉพาะทอดนักร้องตามแยกนิคมเป็นทอดนักร้องใหญ่ที่สุดในจำนวนทอดนักร้องขนาดเล็ก 12 แห่ง ส่วนทอดนักร้องที่ 13 มีจำนวนร้านค้ามากและเปิดทำการค้าขายนานที่สุดในกลุ่มทอดนักร้องที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลนิคมพัฒนาและตำบลอุไรเวียง

อนึ่ง ที่ตั้งสัมพันธ์ของทอดนักร้องชุมชนเวียนทุกแห่งในจังหวัดสุโขทัยจะตั้งอยู่ริมถนนดังนั้นลักษณะการแจกกระจายของเส้นทางถนนพหลโยธินจะมีผลโดยตรงต่อการแจกกระจายของทอดนักร้องเวียน

2. วิเคราะห์การเคลื่อนย้ายของพ่อค้า

พ่อค้าที่เร่ขายสินค้าในทอดนักร้องเวียนมีจำนวนทั้งหมด 360 คน ในรายสัปดาห์หนึ่ง ๆ จะนำสินค้าไปขายในทอดนักร้องต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน และจำนวนวันที่ทำการค้าขายต่อรายสัปดาห์ไม่เท่ากัน ดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงว่าจำนวนวันที่ขายสินค้าในรอบสัปดาห์, จำนวนเนื้อไก่
เรและร้อยละ

จำนวนวันที่ขายในรอบสัปดาห์	จำนวนเนื้อไก่	ร้อยละ
2	145	40.28
3	102	28.33
4	46	12.77
5	30	8.33
6	31	8.62
7	6	1.67
รวม	360	100.00

พ่อค้าเร่ขายสินค้าทุกวันนี้มีเพียง 6 คน คิดเป็นอัตราการร้อยละ 1.67 ของจำนวนพ่อค้าเร่ทั้งหมด ส่วนพ่อค้าที่เร่ขายสินค้าเพียงสองวันในรอบสัปดาห์มีจำนวนมากที่สุดคือ 145 คน คิดเป็นอัตราการร้อยละ 40.28 ของจำนวนพ่อค้าเร่ทั้งหมด

จากการสำรวจสามารถจัดระบบการหมุนเวียนของตลาดนัดออกเป็น 2 ระบบใหญ่ ๆ ซึ่งมีตลาดนัดย่อย 10 เป็นจุดรวมถึงรูปที่ 7 และในสองระบบใหญ่นี้จะประกอบด้วยระบบย่อย 6 ระบบ ถึงรูปที่ 6 นิยามไว้ในแต่ละระบบได้ดังนี้-

ระบบ 6.1 กับระบบ 6.2

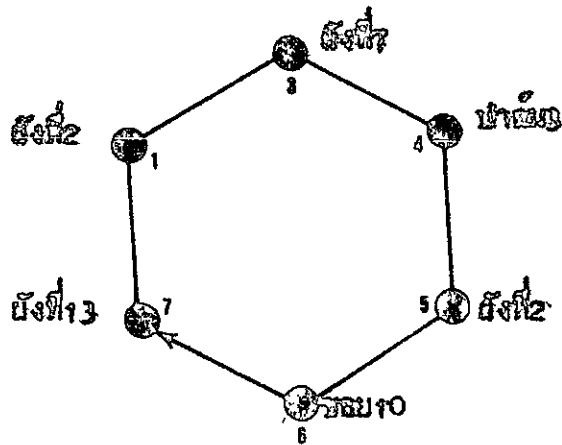
มีตลาดนัด 3 แห่งที่รวมอยู่ทั้งสองระบบคือ ตลาดนัดฝั่งที่ 7, ปลาย 3 และฝั่งที่ 13 ตลาดนัดที่เปิดทำการการขายสองวันในรอบสัปดาห์มี 2 แห่ง คือ ตลาดนัดฝั่งที่ 2 กับตลาดนัดปลาย 1

ระบบ 6.3 กับระบบ 6.5

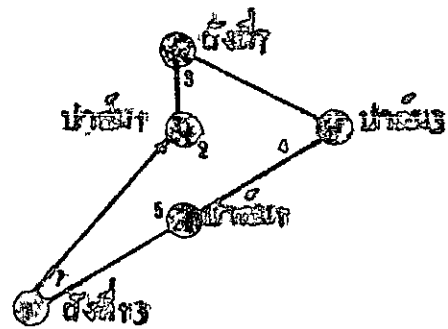
มีตลาดนัดขนาดใหญ่ 3 แห่ง คือ ตลาดนัดสูง, ตลาดและสวนโกล

รูปที่ 6 แสดงการหมุนเวียนของตลาดนัด

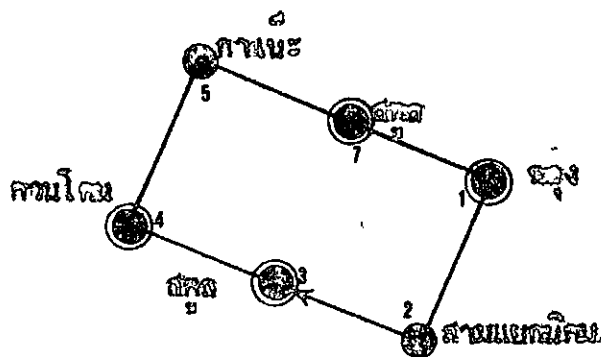
6.1



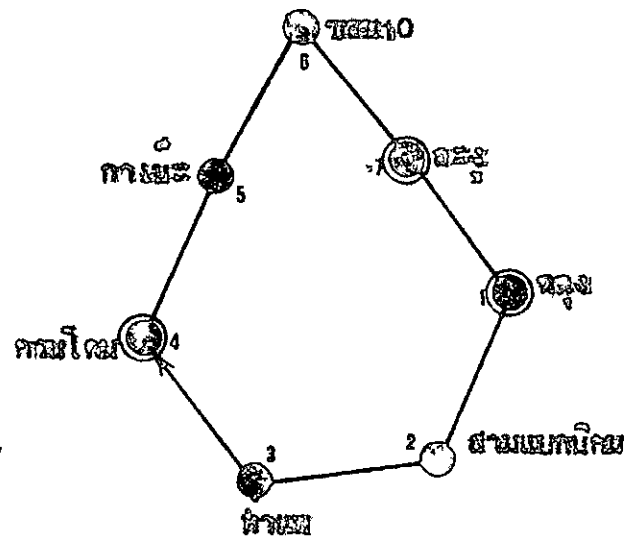
6.2



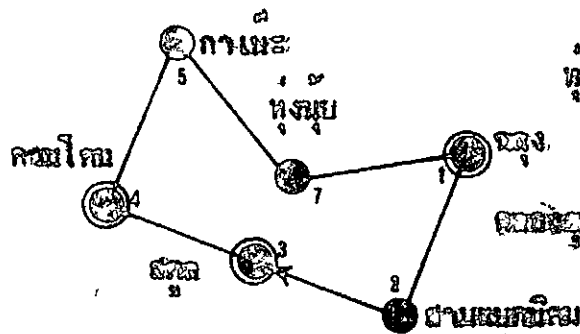
6.3



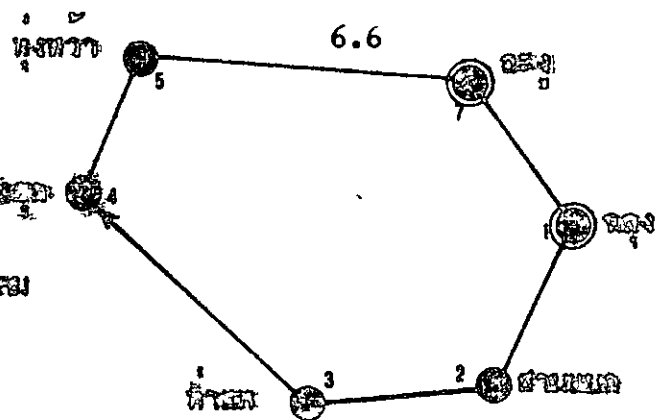
6.4



6.5

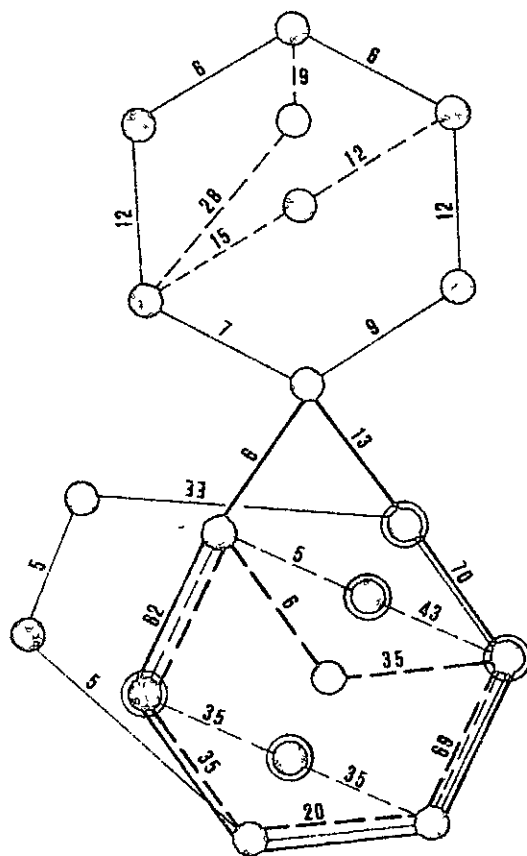


6.6



1 บ้าน
● ตลาดนัดใหญ่
● ตลาดนัดเล็ก

รูปที่ 7 แสดงลักษณะการเคลื่อนที่และจำนวนข้อต่อในคลาสนิตินนูน



- ⊙ ขนาดมากใหญ่
- ขนาดเล็ก

เฉพาะตลาดนัดสตูดเปิดทำการค้าขายสองวันต่อรอบสัปดาห์คือวันอังคารและวันเสาร์ ระบบย่อยทั้งสองนี้มีลักษณะเหมือนกันมากที่สุด กล่าวคือมีตลาดนัดร่วมกันถึง 5 แห่ง ในวันเสาร์ทั้งสองระบบมีตลาดนัด 2 แห่งที่เปิดทำการค้าขายร่วมกันคือตลาดนัดทุ่งนุ้ย กับตลาดนัดสตูด จึงทำให้พ่อค้าท้องถิ่นในเขื่อนจำสินค้าไปขายในตลาดนัดเพียงแห่งเดียว

ระบบ 6.4

เป็นระบบย่อยที่สมบูรณ์แบบที่สุดคือ ในรอบสัปดาห์จะมีตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขายทุกวัน ระบบนี้มีตลาดนัดย่อย 10 เชื่อมต่อกับระหว่างสองระบบใหญ่ทั้งสอง

ระบบ 6.6

มีตลาดขนาดใหญ่ 2 แห่งคือตลาดนัดจตุลกับตลาดนัดละงู มีตลาดนัดที่เป็นจุดร่วมกับระบบ 6.4 ถึง 4 จุดคือ ตลาดนัดจตุล, สามแยกนิคม, ท่าแพและละงู

การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าระหว่างตลาดนัดต่าง ๆ ถือเป็นเรื่องที่ปรากฏชัดเจนการวาง 5

ตาราง 5 แสดงว่าขนาดและร้อยละของพ่อค้าที่ขายสินค้าระหว่าง
ตลาดนัด

	ตลาดนัด	จำนวนพ่อค้า	ร้อยละ
1.	ละงู - จตุล	70	11.89
2.	จตุล - สามแยกนิคม	69	11.62
3.	ทวนโพน - กาเณะ	62	10.45
4.	สตูด - จตุล	43	7.23
5.	สตูด - ทวนโพน	35	5.88
6.	สามแยกนิคม - สตูด	35	5.88

	ภูตถาณิก	จำนวนพอลิวรี	ร้อยละ
7.	ทุ่งนุ้ - จดุง	35	5.88
8.	ตาแพ - กวนโกลน	35	5.88
9.	ทุ่งหวา - ละงู	33	5.56
10.	ผิงที่ 3 - ป่าอม 1	27	4.71
11.	ตามแยกนิคม - ตาแพ	20	3.71
12.	ป่าอม 1 - ผิงที่ 7	15	2.52
13.	ซอย 10 - ละงู	13	2.18
14.	ป่าอม 3 - ป่าอม 1	12	2.01
15.	ป่าอม 3 - ผิงที่ 2	12	2.01
16.	ผิงที่ 13 - ผิงที่ 2	12	2.01
17.	ผิงที่ 2 - ซอย 10	9	1.51
18.	ป่าอม 1 - ผิงที่ 7	9	1.51
19.	ซอย 10 - ผิงที่ 13	7	1.17
20.	กาเณะ - ซอย 10	6	1.00
21.	กาเณะ - ทุ่งนุ้	6	1.00
22.	ผิงที่ 2 - ผิงที่ 7	6	1.00
23.	ผิงที่ 7 - ป่าอม 3	6	1.00
24.	ตาแพ - กอองซูก	5	.83
25.	กอองซูก - ทุ่งหวา	5	.83
26.	กาเณะ - ผิงที่	5	.83
รวม		593	100.00

เมื่อพิจารณาลักษณะการเคลื่อนที่และจำนวนพ่อค้าไว้ในตลาดนัดหมุนเวียนจากรูปที่ 7 และตาราง 5 แล้ว จะเห็นว่าส่วนใหญ่พ่อค้าจะเคลื่อนย้ายจาก ตลาดนัดละงู (เสาร) — ฉลุง (อาหิตย) — สามแยกนิคม (จันทร) — ท่าแพ (อังคาร) — ควนโคน (พุท) — กาเนะ (พฤหัส) และมีพ่อค้าเร่เพียง 6 คนเท่านั้นที่เคลื่อนที่ต่อไปเพื่อขายสินค้าในตลาดนัดซอย 10 (ศุกร) ซึ่งทำให้ระบบย่อยนี้สมบูรณ์แบบที่สุด และพ่อค้าเร่ทั้ง 6 คนก็นำสินค้าไปขายทุกวันในรอบสัปดาห์ของระบบการหมุนเวียนนี้

เป็นที่น่าสังเกตว่า พ่อค้าส่วนใหญ่จะหยุดพักในวันศุกร จากการสอบถามพบว่าในวันศุกรผู้บริโภควิถีซึ่งโดยมากนับถือศาสนาอิสลามจะไม่นิยมออกมาซื้อสินค้าในตลาดนัดทั้งนี้เป็นเพราะว่าเขาต้องใช้เวลาเพื่อเดินทางมายังตลาดนัดและกลับไปประกอบศาสนกิจในตอนเที่ยงไม่ทัน หรือเขาต้องเสียเวลาในการเดินทางออกมาสู่ศูนย์กลางของชุมชนชนนั้นถึงสองครั้งในวันเดียวกัน และด้วยเหตุดังกล่าวนี้การเร่ขายสินค้าของพ่อค้าส่วนใหญ่จึงขายเพียง 6 วันหรือน้อยกว่านั้นในรอบสัปดาห์ จึงเกิดลักษณะการเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่เป็น 3 ระบบที่ไม่มีการค้าขายในวันศุกร ดังนี้ —

1. พ่อค้าเร่จะขายสินค้าในตลาดนัดสตูล (เสาร) — ฉลุง (อาหิตย) — สามแยกนิคม (จันทร) — สตูล (อังคาร) — ควนโคน (พุท) — กาเนะ (พฤหัส) ดังรูปที่ 6.3

2. พ่อค้าเร่จะขายสินค้าในตลาดนัดทุ่งนุ้ย (เสาร) — ฉลุง (อาหิตย) — สามแยกนิคม (จันทร) — สตูล (อังคาร) — ควนโคน (พุท) — กาเนะ (พฤหัส) ดังรูปที่ 6.5

3. พ่อค้าเร่จะขายสินค้าในตลาดนัดละงู (เสาร) — ฉลุง (อาหิตย) — สามแยกนิคม (จันทร) — ท่าแพ (อังคาร) — คลองซุก (พุท) — ทุ่งหวา (พฤหัส) ดังรูปที่ 6.6

สำหรับระบบใหญ่อีกระบบหนึ่ง ลักษณะการหมุนเวียนของพ่อค้าเรา
จะเป็นดังนี้ -

1. พ่อค้าเราจะขายสินค้าในตลาดนัด 6 แห่งหรือน้อยกว่าในรอบสัปดาห์ โดยพ่อค้าจะเคลื่อนย้ายระหว่าง ตลาดนัดดังนี้ 13 (เสาร์) - ฝั่งที่ 2 (อาทิตย์) - ฝั่งที่ 7 (อังคาร) - ปาล์ม 3 (พุธ) - ฝั่งที่ 2 (พฤหัสบดี) - ซอย 10 (ศุกร์) ดังรูปที่ 6.1 โดยจะหยุดขายในวันจันทร์ซึ่งพ่อค้าส่วนมากเดินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดสูง สดุดหรือหาคีใหญ่เพื่อเตรียมสำหรับนำไปขายในวันรุ่งขึ้น

2. พ่อค้าเราจะขายสินค้าในตลาดนัด 5 แห่งหรือน้อยกว่าในรอบสัปดาห์ พ่อค้าจะนำสินค้าไปขายในตลาดนัดดังนี้ 13 (เสาร์) - ปาล์ม 1 (จันทร์) - ฝั่งที่ 7 (อังคาร) - ปาล์ม 3 (พุธ) - ปาล์ม 1 (พฤหัสบดี) - ดังรูปที่ 6.2

อย่างไรก็ตามการให้บริการของตลาดนัดภายในสองระบบย่อยนี้เป็นไป อย่างทั่วถึงกันทั้งตำบลอุโดเจริญและตำบลนิคมพัฒนาเพราะมีตลาดนัด เปิดจำหน่ายสินค้า หมุนเวียนกันครบทั้ง 7 วัน และตลาดนัดดังกล่าวก็อยู่ไม่ห่างไกลกันมากนัก

โดยลักษณะการหมุนเวียนที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่าการเคลื่อนย้าย ของพ่อค้าเราเพื่อทำการค้าขายในตลาดนัดหมุนเวียนจะคล้ายตามการหมุนเวียนของตลาดนัด ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ได้อ้างไว้

3. วิเคราะห์ประเภทของสินค้าในตลาดนัดหมุนเวียน

การวิเคราะห์ประเภทของสินค้าได้ยึดถือเกณฑ์การพิจารณาจาก ความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันและลักษณะการซื้อหาของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแยกสินค้า ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ -

3.1 สินค้าที่มีความต้องการสูง

3.2 สินค้าที่มีความต้องการต่ำ

ดังรายละเอียดในตาราง 6

ตาราง 6 แสดงประเภทของสินค้าและจำนวนหน้าที่ทางเศรษฐกิจ

สินค้าที่มีความต้องการสูง	จำนวน	ร้อยละ	สินค้าที่มีความต้องการต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องปรุงแห้ง	217	8.25	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	153	5.82
อาหารกึ่งและปลาเก็บ	185	7.03	เครื่องสำอาง	118	4.49
สิ่งเซฟติก	182	6.92	ผ้าตัดเสื้อ-กางเกง	99	3.76
อาหารสด(ว่าซวกได้โปรตีน)	166	6.31	ยารักษาโรค	80	3.04
ผักสด	166	6.31	เครื่องใช้ทั่วไป	66	2.51
อุปกรณ์สารเคมีที่ช่วย-			เครื่องใช้ใบกรว(โลหะ)	56	2.13
ทำความสะอาด	155	5.88	เครื่องประดับ	44	1.67
ผลไม้สด	151	5.74	เครื่องเขียน	43	1.64
ขนมสด	126	4.76	อุปกรณ์การเสริมสวย	42	1.60
เชื้อเพลิง,พลังงาน	109	4.14	รองเท้า	36	1.37
เครื่องปรุงสด	84	3.18	อุปกรณ์การเกษตร	35	1.33
ของแห้งและเครื่องกระป๋อง	64	2.43	เสื้อผ้าใช้แล้ว	20	.76
ขนมแห้ง	40	1.52	เครื่องใช้ใบกรว(พลาสติก)	20	.76
ร้านอาหาร	39	1.48	เมล็ดพันธุ์และต้นกล้า	28	1.07
น้ำมันปรุงอาหาร	36	1.36	ภาชนะบรรจุ, ปรายกักรู้อ	20	.76
ร้านกาแฟ, เครื่องดื่ม	9	.34	ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา	10	.38
ผักกอก	8	.30	ของเล่น	8	.30
ผลไม้กวน, ตากแห้ง	4	.15	เครื่องจักสาน	5	.19
			เครื่องแก้ว	5	.19
			เครื่องใช้ที่ทำด้วยสิ่งทอ	3	.11
รวม	1,739	66.12	รวม	891	33.88

จากตาราง 6 จะเห็นว่าสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดหมุนเวียนเป็นสินค้าประเภทที่มีความต้องการสูงจำนวน 1,739 กิกเป็นร้อยละ 66.12 ซึ่งมากกว่าสินค้าประเภทที่มีความต้องการต่ำซึ่งมีจำนวนหน้าพียง 891 กิกเป็นร้อยละ 33.88 ของหน้าพียงเศรษฐกิจทั้งหมดจำนวน 2,630 สินค้าที่พ่อค้านำมาจำหน่ายมากได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องปรุงแห้ง, อาหารคอง-ปลาเค็ม, สิ่งเฝ้าเกิด, อาหารจำพวกไก่ไข่โปรตีน, ผักสด, อุปกรณ์และสารเคมีที่ช่วยทำความสะอาดและขจัดไม่สด ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องซื้อหาไปใช้บริโภคเป็นประจำทุกวันและเป็นสินค้าที่มีราคาถูกพอสมควร

เป็นที่น่าสังเกตว่า สินค้าประเภทที่มีความต้องการต่ำบางอย่างมีจำนวนหน้าพียงเศรษฐกิจสูงเช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องสำอางซึ่งมีจำนวนมากถึง 153 และ 118 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าสินค้าดังกล่าวเช่น เสื้อ, กางเกงโหล, เสื้อกางเกงเด็ก, ผ้าขนหนู มีคุณภาพต่ำถึงปานกลางเช่นเดียวกับที่วางขายตามตลาดถาวรทั่วไป ส่วนเครื่องสำอางโดยมากมีคุณภาพต่ำหรือมีขนาดเล็กที่ดูซึ่งสินค้าดังกล่าวนี้ผู้บริโภคไม่สนใจใช้เวลาเดินทางไปซื้อจากตลาดอื่น ๆ ที่อยู่ห่างไกลออกไป หรืออีกประการหนึ่งอาจจะเกิดจากความบกพร่องในการจำแนกประเภทของสินค้าเพื่อใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับ

4.1 ขอบเขตบริการที่เป็นจริง

4.2 ความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ

4.3 อำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ

4.4 ระยะทางจากตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด

เนื่องจากเกณฑ์การวัดขนาดของตลาดนัดได้พิจารณาจากจำนวนร้านค้า

ทั้งหมดยังและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายถือเป็นหน่วยนาที่ เมื่อให้นำตัวแปรทั้งสองมาหาค่าความสัมพันธ์กับบริเวณบริการ, ความหนาแน่นของประชากรต่อหน่วยพื้นที่, จำนวนการซื้อของประชากรในบริเวณบริการและระยะทางจากตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุดแล้ว ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้า, ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับบริเวณบริการ, ความหนาแน่นของประชากร, จำนวนการซื้อและระยะทางจากตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด

	จำนวนร้านค้า	ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย
บริเวณบริการที่เป็นจริง	.2394	.7930 **
ความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ	.5845 *	.3332
จำนวนการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ	.6804 ** *	.6859 **
ระยะทางจากตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุด	-.3093	-.7249 ** *

หมายเหตุ * * * มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

ทั้งนี้จะกล่าวรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรแต่ละตัวต่อไปนี้

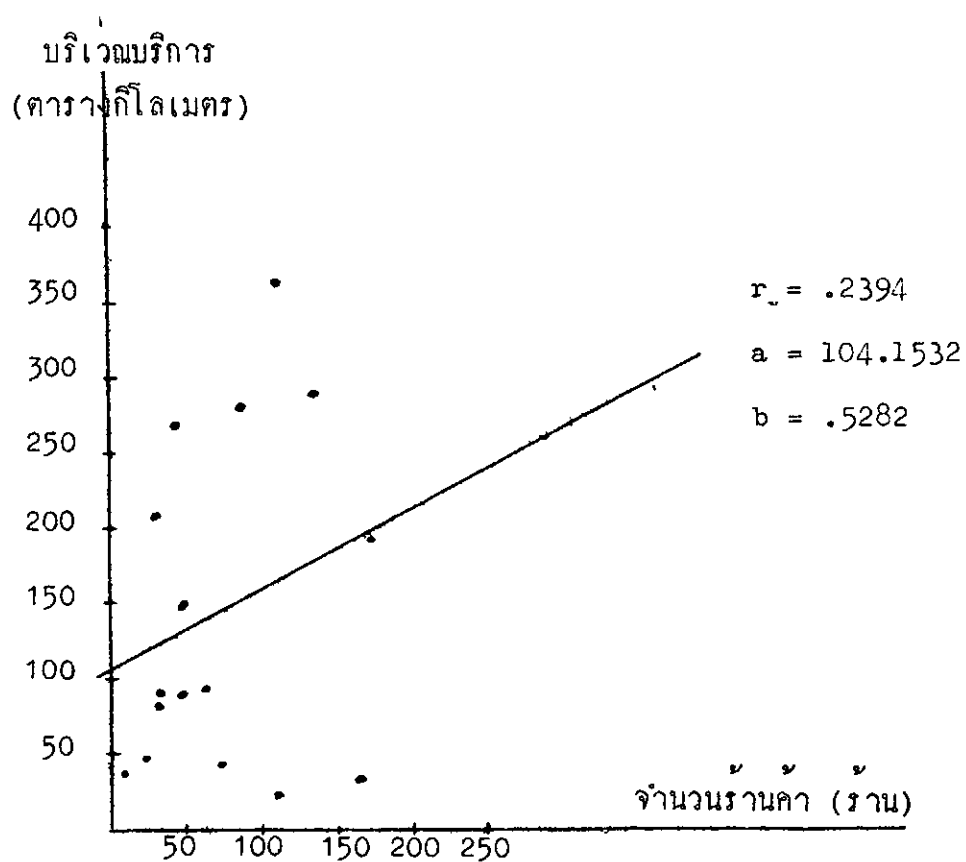
4.1 วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับบริเวณบริการที่เป็นจริง

เป็นจริง

4.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับบริเวณบริการที่เป็นจริง
จากการทดสอบค่าความสัมพันธ์ .2394 หรือในอีกกรวยยะ 5.73

ถึงกราฟในรูปที่ 8

รูปที่ 8 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับบริเวณ
บริการที่เป็นจริง



ลักษณะการแจกกระจายของข้อมูลเมื่อพิจารณาจากกราฟสามารถแบ่งได้
เป็น 2 กลุ่ม กล่าวคือ

1. กลุ่มดาวฤกษ์ที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางมากกว่า 125 ตารางกิโลเมตร
ได้แก่ ดาวฤกษ์ดวง, ดาวแคระ, พุ่งหว่า, ดาว 10, ดาวและดาวอื่นๆ เป็นที่น่าสังเกตว่า
ดาวฤกษ์เหล่านี้จะตั้งอยู่ทางไกลจากดาวฤกษ์อื่น ๆ เช่น ดาวฤกษ์พุ่งหว่า, ดาว,
ดาวแคระ, ดาวและดาวฤกษ์ดวง 10 ดังนั้นดาวฤกษ์ที่อยู่โดยรอบจำเป็นจะต้องเดินทาง
เพื่อจะเดินทางจากดาวฤกษ์ที่อยู่ใกล้ๆ จึงเป็นเหตุให้บริเวณการกระจายของดาวฤกษ์ดังกล่าวมี
พื้นที่กว้าง อีกประการหนึ่งสถานที่ทางถนนมากมามีอิทธิพลต่อการเดินทางของดาวฤกษ์
มาก จากรูปที่ 1 และรูปที่ 3 จะเห็นว่าบริเวณการกระจายไปตามเส้นทาง
ถนนมาก เช่น บริเวณการกระจายของดาวฤกษ์พุ่งหว่า, ดาว, ดาวแคระ, ดาว 10
และดาวอื่นๆ

สำหรับดาวฤกษ์ดวง ตามความเป็นจริงแล้วขอบเขตของพื้นที่ขนาดใหญ่
ใหญ่จะแผ่ขยายไปตามถนนทุกสายที่เชื่อมต่อกับเขตตำบลนี้ แต่เนื่องจากบริเวณการ
กำหนดถึงขอบเขตของพื้นที่ขนาดเล็กและที่ตั้งของดาวฤกษ์เหล่านี้ตั้งอยู่ใกล้กับดาวฤกษ์
ดวงโตและดาวแคระมากจึงทำให้บริเวณการกระจายมีขนาดเล็กกว่าที่เป็นจริง

2. กลุ่มดาวฤกษ์ที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางน้อยกว่า 125 ตารางกิโลเมตร
ได้แก่ ดาวฤกษ์ดวงดวง, ดาวแคระ, ดาวแคระ, ดาวแคระ, ดาวแคระ 3, ดาวแคระ 1,
ดวงที่ 2, ดวงที่ 7, และดวงที่ 13, จากรูปที่ 3 จะเห็นว่าดาวฤกษ์เหล่านี้ตั้งอยู่
ใกล้กับดาวฤกษ์ดวงอื่น ๆ โดยเฉพาะดาวฤกษ์ที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางเล็กมาก
เช่น ดาวฤกษ์ดวงดวง, ดาวแคระ, ดาวแคระและดาวแคระจะตั้งอยู่ใกล้กับดาวฤกษ์
ขนาดใหญ่ซึ่งประชากรในบริเวณการกระจายของดาวฤกษ์เหล่านี้จะเดินทางไปสนับสนุน
ดาวฤกษ์ขนาดใหญ่

เฉพาะในเขตท่าบ่อนิคมพัฒนาและอุไรวรรณซึ่งมีความเกี่ยวข้องในการคมนาคมอยู่ในระดับต่ำ การพิจารณาไปมาต้องอาศัยการเดินเท้าหรือจักรยานยนต์รับจ้างเป็นส่วนใหญ่มีรถอาคันตุกะอยู่ใกล้กันถึง 5 เมตร โดยคำนวณความสะดวกในการเดินต่างเพื่อซื้อสินค้าของผู้บริโภค และด้วยเหตุที่ที่ตั้งของรถอาคันตุกะอยู่ใกล้กันมากนี้เองทำให้บริเวณบริการของตลาดนัดกลุ่มนี้มีขนาดเล็ก

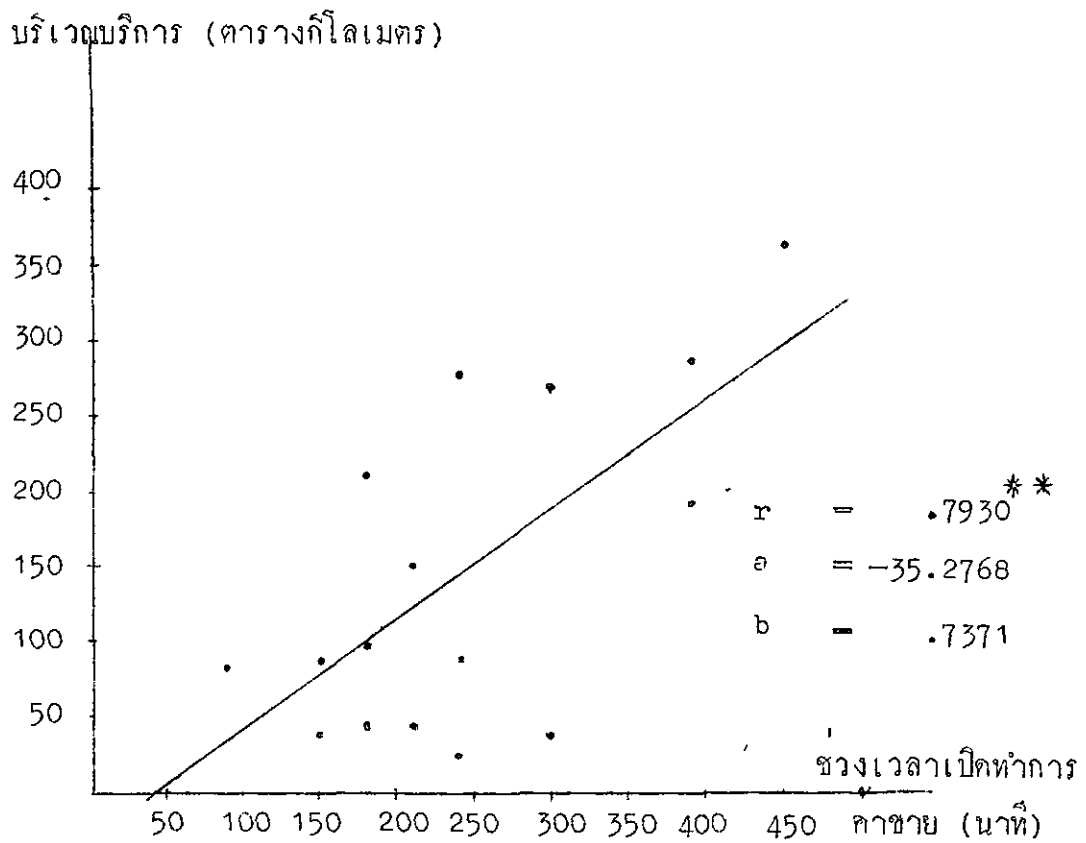
การเก็บจำนวนร้านค้าไปเป็นไปตามการขยายตัวของบริเวณบริการที่เป็นจริงทั้งนี้เป็นเพราะว่าร้านส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลหรือเขตสุขาภิบาล การเคลื่อนย้ายของเขากำหนดถึงความเกี่ยวข้องในการคมนาคมและความปลอดภัยมากกว่า ดังนั้นเมื่อร้านวิ่งไม่เดินทางไปขายสินค้าในกลุ่มตลาดนัดที่ตั้งอยู่ในเขตท่าบ่อนิคมพัฒนาและอุไรวรรณหรืออำเภอทุ่งหว้า จึงทำให้ตลาดนัดดังกล่าวมีจำนวนร้านค้าน้อย

อนึ่ง ลักษณะความเข้มข้นที่ไม่ขึ้นลงกันนี้จะเป็นผลมาจากตลาดนัดหมุนเวียน แต่ละแห่งเปิดทำการค้าขายไม่พร้อมกันด้วย ผู้บริโภคสามารถเดินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดนัดหลายแห่งในรอบสัปดาห์ จึงเป็นเหตุให้บริเวณบริการที่เป็นจริงซึ่งยึดถือตามขอบเขตของสินค้าขนาดเล็กที่ทุกไม่เกี่ยวข้องกับจำนวนร้านค้า และจำนวนร้านค้านั้นจะขึ้นอยู่กับขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่มากกว่า

4.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับบริเวณบริการที่เป็นจริง

พื้นที่ของบริเวณบริการจะผันแปรตามช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย จากการทดสอบค่าความสัมพันธ์ ได้เท่ากับ .7950 หรือค่าแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในอัตราร้อยละ 63.20 ดังกราฟในรูปที่ 9

รูปที่ 9 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย
กับบริเวณบริการที่เป็นจริง



ลักษณะการแจกกระจายของข้อมูลเมื่อพิจารณาจากกราฟสามารถแยก
ออกได้เป็น 2 กลุ่ม กล่าวคือ

1. กลุ่มตลาคัทที่มีขนาดบริเวณบริการมากกว่า 125 ตารางกิโลเมตร
ได้แก่ ตลาคัทสตูล, อะฮู, ท่าแพ, พงษ์ท้าว, ฆวย 10, ฉลุงและทุ่งนุ้ย เนื่องจาก
ตลาคัทเหล่านี้มีบริเวณบริการขนาดใหญ่จึงจำเป็นต้องเปิดทำการค้าขายในช่วงเวลา
ยาวนานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคในบริเวณบริการได้เดินทางมาซื้อสินค้าจากตลาคัท
ได้อย่างทั่วถึงยกเว้นตลาคัทฆวย 10 และทุ่งนุ้ยที่เปิดทำการค้าขายในช่วงเวลาที่สั้น
กว่า 300 นาที เพราะประชากรในบริเวณบริการของตลาคัททั้งสองแห่งส่วนใหญ่
ประกอบอาชีพเกษตรกรรมจำเป็นต้องรีบเดินทางมาซื้อสินค้าจากตลาคัทและต้องรีบ
กลับไปทำงานในสวนหรือไร่นากลับไป

2. กลุ่มตลาคัทที่มีขนาดบริเวณบริการเล็กกว่า 125 ตารางกิโลเมตร
ได้แก่ ตลาคัทคลองซุก, กาปะ, กวนโตน, สามแยกนิคม, ป่าดม 3, ป่าดม 1,
ฝั่งที่ 7, และ ฝั่งที่ 13 มีเวลาเปิดทำการค้าขายสั้นกว่า 300 นาที ยกเว้นตลาคัท
กวนโตนซึ่งเป็นตลาคัทขนาดใหญ่ที่ตั้งมานาน สามารถดึงดูดผู้บริโภคจากที่ไกล ๆ ให้
มาช้อปปิ้งได้ และตามความเป็นจริงแล้วขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ของตลาคัทแห่ง
นี้จะขยายไปตามแนวเส้นทางคมนาคมสายสตูล - หาดใหญ่ แต่เนื่องจากที่ตั้งของ
ตลาคัทอยู่ใกล้กับตลาคัทฉลุงและสามแยกนิคมมาก จึงทำให้ขอบเขตของสินค้าขนาด
เล็กถูกจำกัด

ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับขนาดของ
บริเวณบริการที่เป็นจริงมีค่าสูง น่าจะเป็นเพราะว่าตลาคัทที่มีช่วงเวลาเปิดทำการ
ค้าขายนานจะเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกลออกไปสามารถเดินทางมาซื้อสินค้า
ได้ทันเวลา ก่อนที่ตลาคัทจะวายเพราะฉะนั้นตลาคัทที่มีบริเวณบริการกว้างจึงเปิดทำ
การค้าขายนานกว่า

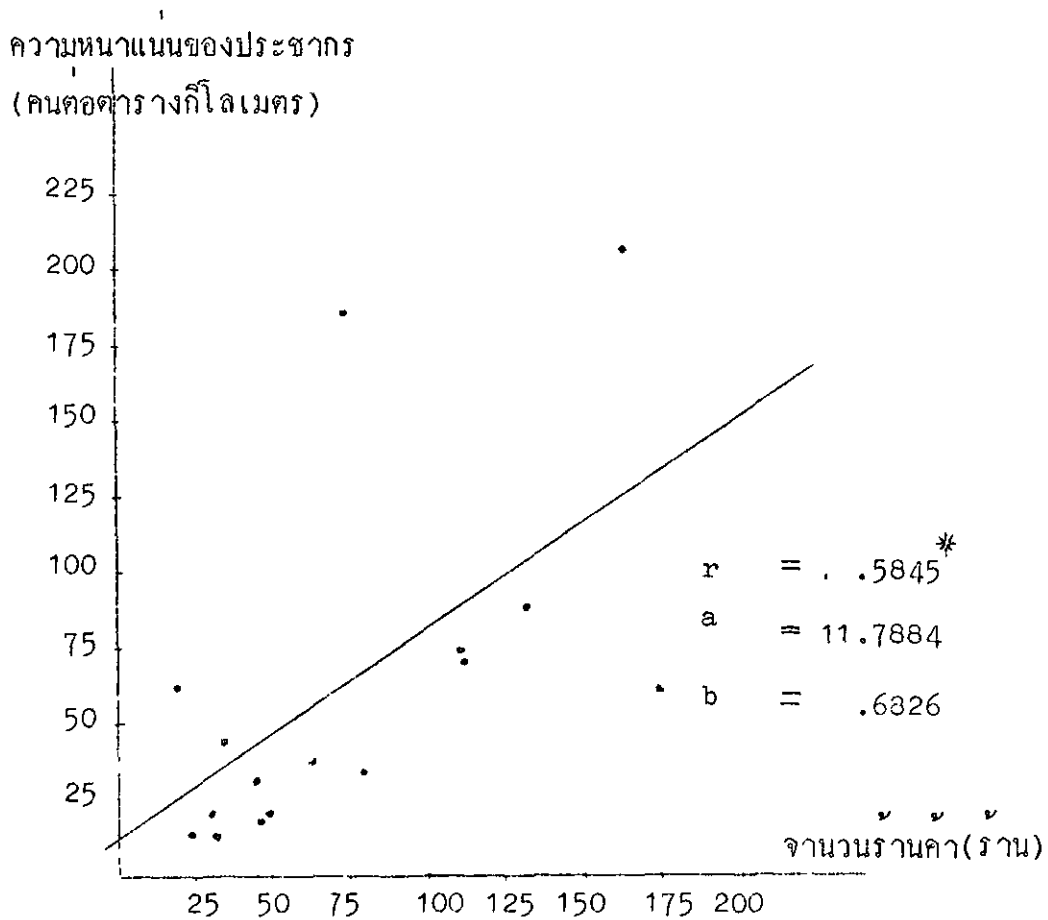
เมื่อนำค่าความสัมพันธ์จากข้อ 4.1.1 กับข้อ 4.1.2 มาทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าสหสัมพันธ์ตามแบบของพิชเชอร์แล้วพบว่า ค่าความสัมพันธ์โดยใช้จำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายเป็นตัวแทนมีความแตกต่างกันถึง -5.4600 และมีความเชื่อมั่นในทางสถิติที่ระดับ $.001$ แสดงว่าการนำจำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายมาหาความสัมพันธ์กับบริเวณบริการของตลาดนัด-หมู่บ้านให้ผลที่แตกต่างกัน ในการศึกษานี้จะนำตัวแปรที่ให้สอดคล้องตามความเป็นจริงที่สุดมาใช้ และผู้วิจัยมีความเห็นว่าช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายน่าจะเป็นตัวที่มีนัยมากที่สุดจนกว่าบริเวณบริการของตลาดนัดหมู่บ้านได้ดีกว่าการวัดจำนวนร้านค้าเพราะเหตุผลที่ได้อธิบายมาแล้วในเบื้องต้น

4.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับความหนาแน่นของประชากร

4.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ

จากการทดสอบไคสกาความสัมพันธ์เท่ากับ $.5845$ หรือว่าจำนวนร้านค้ามีความสัมพันธ์กับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการในอัตราร้อยละ 34.16 ดังกราฟในรูปที่ 10

รูปที่ 10 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับความหนาแน่นของประชากร



ลักษณะการแจกกระจายของข้อมูลพิจารณาจากกราฟสามารถแยกกล่าว

ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตลาดนัดที่มีความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการมากกว่า 100 คน ต่อตารางกิโลเมตร ได้แก่ ตลาดนัดกาเ็นและควนโคโน ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะการแจกกระจายของประชากรซึ่งมีความหนาแน่นมากในบริเวณที่ใกล้กับถนนสายหลักจึงจะเห็นได้จากรูปที่ 1 และเนื่องจากบริเวณบริการของตลาดนัดทั้งสองแห่งนี้มีขนาดเล็กจึงได้อภิปรายแล้วในข้อ 4.1.1 จึงเป็นเหตุให้ลักษณะการแจกกระจายของประชากรในบริเวณบริการของตลาดนัดดังกล่าวมีความหนาแน่นมากเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดนัดสตูลหรือฉลุงซึ่งมีพื้นที่บริเวณบริการมากกว่า

2. กลุ่มตลาดนัดที่มีความหนาแน่นของประชากรต่ำกว่า 100 คน
 คอตรารางกิโดเมตร ตลาดนัดเหล่านี้จะแยกกล่าวได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ตลาดนัดที่มีบริเวณบริการกว้างกลุ่มนี้ที่หลายหมู่บ้านหรือตำบล
 จะมีความหนาแน่นของประชากรค่อนข้างต่ำ เช่นตลาดนัดสตูล, ละงู, ท่าแพ,
 หนอง, พงษ์, และชอย 10

2. ตลาดนัดที่มีบริเวณบริการขนาดเล็กและประชากรในบริเวณ
 บริการมีลักษณะการกระจายมากจะมีความหนาแน่นของประชากรค่อนข้างต่ำ
 เช่น ตลาดนัดคลองจุก, สามแยกนิคม, ยั้งที่ 2, ยั้งที่ 7, ยั้งที่ 13, ป่าดม 1,
 ป่าดม 3

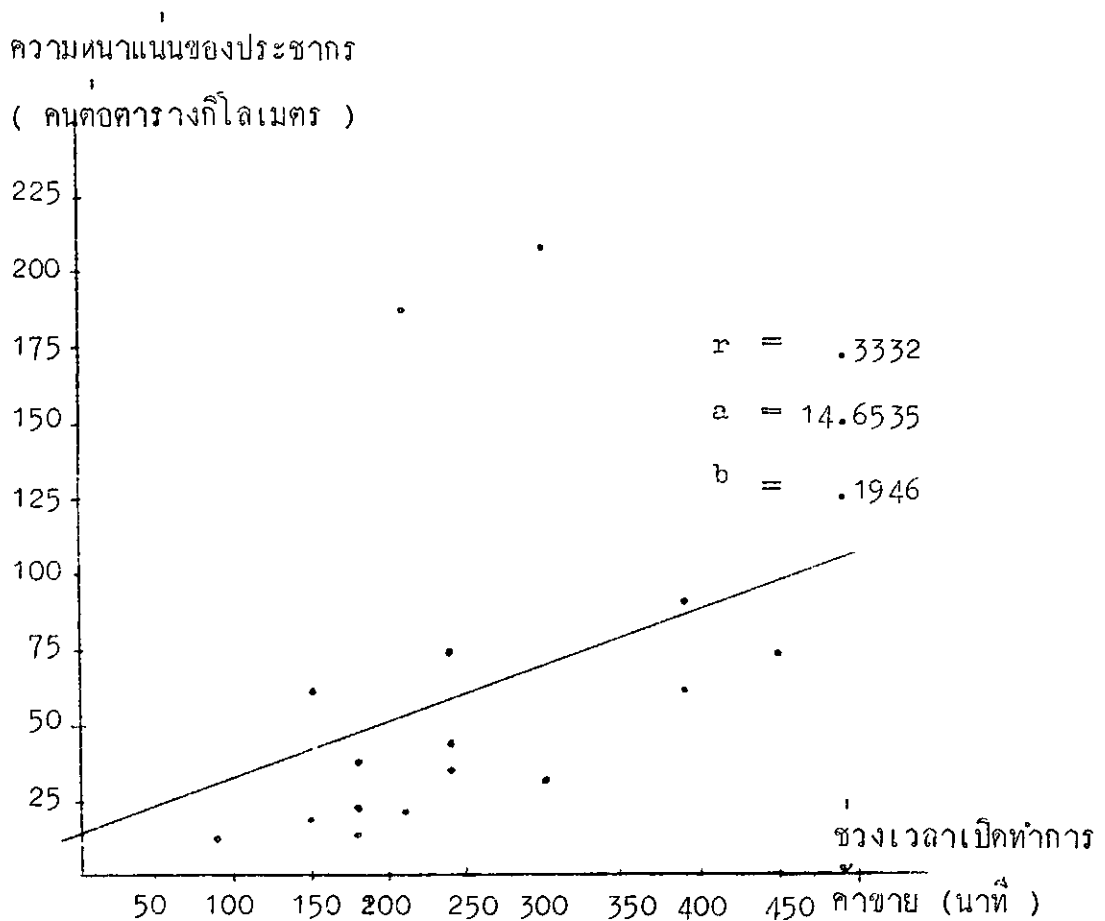
ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับความหนาแน่นของประชากร
 ในบริเวณบริการจะผันแปรตามกันยกเว้นตลาดนัดชนโค่นและกาเเนะที่มีความหนาแน่น
 ของประชากรในบริเวณบริการค่อนข้างต่ำบริเวณบริการสูงกว่าตลาดนัดอื่น ๆ มาก

✓ ลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นเพราะว่าขนาดของตลาดนัดมีความสัมพันธ์กับความหนาแน่นของประชากรโดยตรงกล่าวคือ เมื่อความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการเพิ่มขึ้น ความต้องการในการบริโภคก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ฉะนั้นปริมาณสินค้าที่พ่อค้านำมาบริการให้แก่ผู้บริโภคจะเพิ่มมากขึ้นหรือจะมีจำนวนพ่อค้าเพิ่มขึ้นเพื่อสามารถให้บริการแก่ประชากรในบริเวณบริการได้อย่างทั่วถึงซึ่งคล้ายกับผลการศึกษาของสกินเนอร์ (Skinner) ว่า เมื่อจำนวนประชากรในบริเวณบริการมีความหนาแน่นเพิ่มขึ้น ตลาดนัดจะมีขนาดโตขึ้นและเมื่อถึงจุดหนึ่งตลาดนัดอาจจะปรับตัวโดยการเปิดร้านเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งวัน (Berry, 1976 : 111) และคล้ายกับผลการศึกษาของฮอดเดอร์ (Hodder) ในโยรูบาลแลนด์ (Yorubaland)

4.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ

จากผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย
กับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการปรากฏผลเท่ากับ .3332 หรือใน
อัตราร้อยละ 11.10 ดังกราฟในรูปที่ 11

รูปที่ 11 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย
กับความหนาแน่นของประชากร



ลักษณะการแจกกระจายของข้อมูลจากกราฟ สามารถแยกได้เป็น

2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตลาดนัดที่มีความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการมากกว่า 100 คนต่อตารางกิโลเมตร ได้แก่ตลาดนัดควนโดน, กาเมาะ, โดยเฉพาะตลาดนัดควนโดนเปิดทำการค้าขายนานถึง 300 นาที เพราะตลาดนัดแห่งนี้มีจำนวนร้านค้ามากเป็นอันดับสองของตลาดนัดหมุนเวียนทั้ง 16 แห่ง, เป็นตลาดที่ก่อตั้งมานาน, มีขอบเขตของสินค้าขนาดใหญ่ที่กว้าง ทำให้ตลาดนัดแห่งนี้สามารถดึงดูดผู้บริโภคจากที่ไกล ๆ เช่น ฉลุง, เขตกิ่งอำเภอ ควนกาหลงให้มาสนับสนุนได้จึงเปิดทำการค้าขายนานถึง 300 นาที

ส่วนตลาดนัดกาเมาะ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้แก่ประชากรในเขตตำบลบ้านควนซึ่งสามารถเดินทางเพื่อเลือกซื้อสินค้าได้โดยใช้เวลาเดินทางไม่มากนัก ตลาดนัดแห่งนี้จึงเปิดทำการค้าขายไม่ถึง 300 นาที

2. กลุ่มตลาดนัดที่มีความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการต่ำกว่า 100 คน ต่อตารางกิโลเมตร ตลาดนัดในกลุ่มนี้สามารถแยกกล่าวเป็น 2 พวก คือ

2.1 ตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขายนานตั้งแต่ 300 นาทีขึ้นไป ได้แก่ ตลาดนัด สตุล, ฉลุง, ละงูและทุ่งหว้า จะเห็นว่าตลาดนัดเหล่านี้ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลหรือเขตสุขาภิบาลซึ่งมีตลาดถาวรตั้งอยู่ด้วย ตลาดถาวรจะดึงดูดให้ผู้บริโภคเดินทางเข้ามาใช้บริการหน้าที่ทางเศรษฐกิจบางอย่างที่ไม่มีในหมู่บ้าน และเป็นผลให้ประชากรเหล่านี้ถือโอกาสเข้ามาซื้อสินค้าจากตลาดนัดหมุนเวียนด้วย กลุ่มตลาดนัดดังกล่าวจึงสามารถเปิดทำการค้าขายได้นานกว่า 300 นาที เพราะการเปิดทำการค้าขายในช่วงเวลานานเป็นการเปิดโอกาสให้ประชากรเดินทางเข้ามาเลือกซื้อสินค้าได้อย่างทั่วถึง และเป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดนัดเหล่านี้มีพื้นที่บริเวณบริการกว้างถึงร้อยละ 100 แล้วในข้อ 4.1.1 ดังนั้นช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายน่าจะมีความสัมพันธ์กับแรงดึงดูด

จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างอื่นในท้องถิ่นและขนาดของบริเวณบริการมากกว่าความหนาแน่นของประชากรต่อหน่วยพื้นที่ของบริเวณบริการ

2.2 ตลาดนัดที่เปิดทำการค้าขายในช่วงเวลาน้อยกว่า 300 นาที ได้แก่ ตลาดนัดคลองซุด, ปาล์ม 3, ซอย 10, ผังที่ 7, ปาล์ม 1, ผังที่ 2, หุ่นุญ, ผังที่ 13, ท่าแพ, สามแยกนิคม ตลาดนัดเหล่านี้ ตั้งอยู่ในเขตหมู่บ้านหรือตำบลที่ไม่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในท้องถิ่นที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เดินทางเข้ามาใช้บริการได้ เมื่อถึงวันเปิดทำการค้าขายผู้บริโภคในเขตหมู่บ้านหรือตำบลซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรจะรีบเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าและกลับไปทำงานต่อไป แม้ว่าในบางท้องที่มีความคล่องตัวของการคมนาคมในระดับตำบลผู้บริโภคเริ่มต้นตั้งแต่ตอนเช้าตรู่เพื่อเดินทางเข้ามาซื้อสินค้า จึงเป็นเหตุให้ตลาดนัดในกลุ่มนี้เปิดทำการค้าขายในช่วงเวลาสั้นกว่า 300 นาทีทั้ง ๆ ที่มีความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการในอัตราต่ำ

ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับความหนาแน่นของประชากรต่อหน่วยพื้นที่ของบริเวณบริการมีค่าต่ำมากแสดงว่าลักษณะความหนาแน่นของประชากรไม่เกี่ยวเนื่องกับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายของตลาดนัด

เมื่อนำค่าความสัมพันธ์ที่ได้จากข้อ 4.2.1 กับข้อ 4.2.2 มาทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าสหสัมพันธ์พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ทั้งสองมีความแตกต่างกันถึง 2 1255 และมีความเชื่อมั่นทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการนำจำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายมาหาความสัมพันธ์กับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการให้ผลที่แตกต่างกับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการ น่าจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนร้านค้ามากกว่าช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายของตลาดนัดหมุนเวียน

4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของตลาดนัดกับอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ

ลักษณะอำนาจการซื้อของประชากรที่ได้จากการสัมภาษณ์รายได้ของครัวเรือนในบริเวณบริการเพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย, ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยแล้ว ปรากฏผลดังตาราง 8

ตาราง 8 แยกค่าเฉลี่ย, ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความ
คลาดเคลื่อนของค่าเฉลี่ยของรายได้แต่ละครัวเรือนในบริเวณ
บริการ

ชื่อตลาดนัด	ค่าเฉลี่ยรายได้	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความคลาดเคลื่อน ของค่าเฉลี่ย
คลองซุก	12134.09	1747.635	372.5971
ป่าลม 3	9678.57	1157.262	437.4040
ซอย 10	11541.96	1066.058	142.4580
ฝั่งที่ 7	9948.08	1628.632	415.7013
ฝั่งที่ 2	11455.68	1060.725	159.9103
ทุ่งหวา	12456.79	1865.262	194.4670
ป่าลม 1	12423.68	1794.169	411.6107
ทุ่งนุ้ย	11537.21	1419.374	216.4524
ฝั่งที่ 13	11837.18	1406.514	225.2225
กาณะ	13029.39	1998.048	232.2683
ท่าแพ	11988.73	1459.599	140.4500
สามแยกนิคม	11679.55	1111.834	335.2306
สตูล	13270.68	4779.245	314.4513
ละงู	13293.48	2470.899	161.5278
กวนโตน	13275.81	1651.700	209.7661
จตุรง	13515.23	2287.094	202.1526

หมายเหตุ หน่วยเป็นบาท

สังเกตเห็นได้จากตาราง 8 ว่างความเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้เฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างมีค่าตั้งแต่ 1060.725 ถึง 4779.245 แสดงว่าข้อมูลที่ได้อยู่ในลักษณะกระจายออกจากค่าเฉลี่ยมาก ทั้งนี้จะเกิดจากความบกพร่องทางด้านการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพียงอัตราร้อยละ 5 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด เมื่อพิจารณาจากความคลาดเคลื่อนของค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ในช่วง 140.4500 ถึง 437.4040 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจะแตกต่างไปจากรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนทั้งหมดตั้งแต่

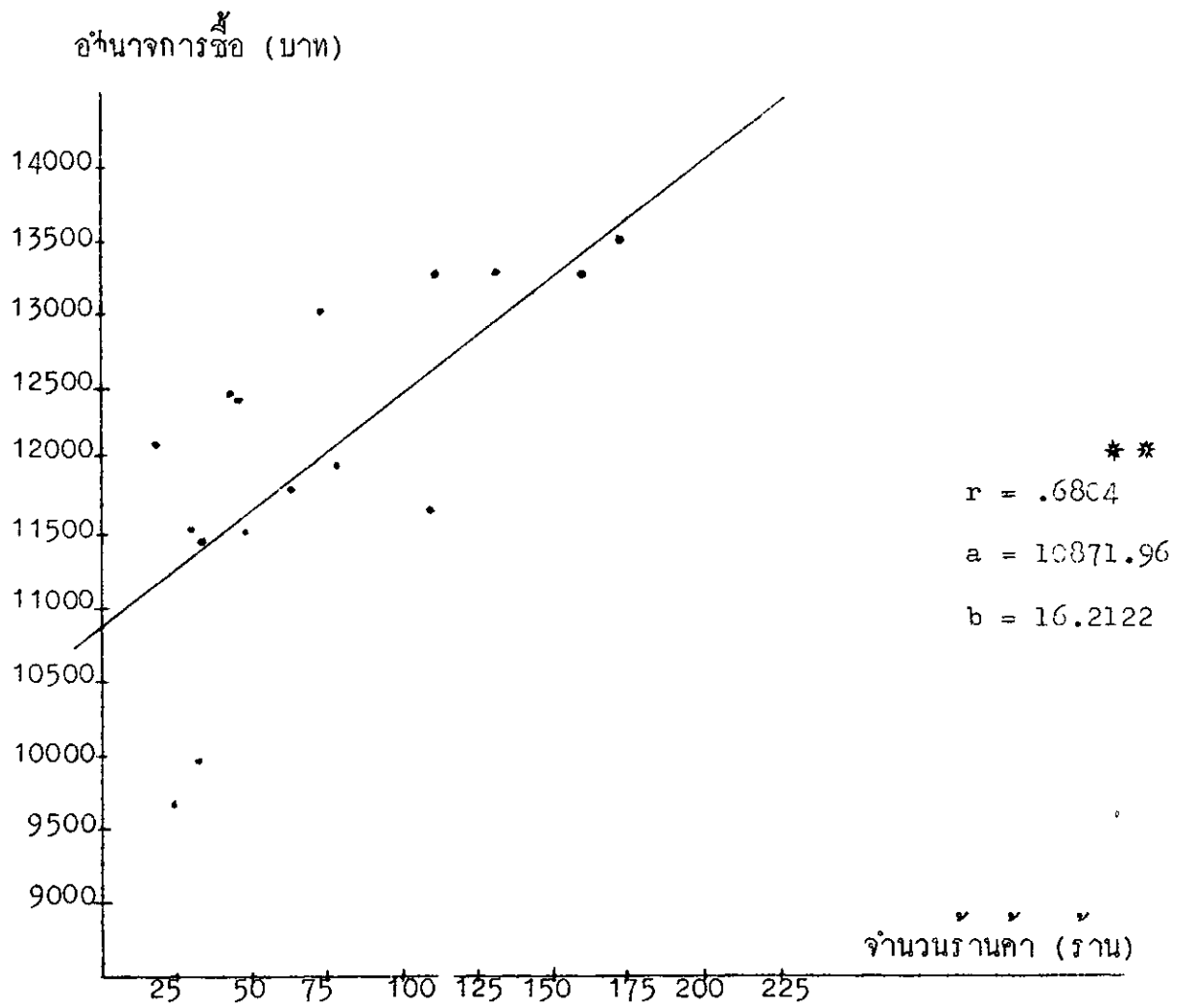
± 140.4500 บาท ถึง ± 437.4040 บาท

4.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับอำนาจการซื้อของประชากร

ในบริเวณบริการ

จำนวนร้านค้าจะเพิ่มมากขึ้นตามอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .6804 หรือในอัตราร้อยละ 46.29 ดังกราฟในรูปที่ 12

รูปที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับอำนจการชอชอง
ประชากรในบริเวณบริการ



ลักษณะการแจกกระจายของข้อมูลจากกราฟ สามารถแยกออกได้
เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตลาดนัดที่ประชากรในบริเวณบริการมีอำนาจการซื้อต่ำกว่า
10,000 บาท ต่อครัวเรือนต่อปี ได้แก่ ตลาดนัดปาล์ม 3 กับ ตลาดนัดฝั่งที่ 7 ซึ่งตาม
ความเป็นจริงแล้วรายได้ของประชากรในเขตนี้จะไม่แตกต่างไปจากรายได้ของ
ประชากรส่วนอื่น ๆ ในเขตตำบลลิ้นฟ้าพัฒนาเพราะประชากรในตำบลนี้อาชีพทำการเกษตร
และอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเวลาใกล้เคียงกัน เมื่อพิจารณาจากตาราง 8 แล้วจะเห็น
ว่า ข้อมูลที่ได้จากบริเวณบริการของตลาดนัดทั้งสองแห่งมีค่าความคลาดเคลื่อนของค่าเฉลี่ย
สูงที่สุดคือเท่ากับ ± 437.4040 บาท และ ± 415.7013 บาท ทั้งนี้จะเกิดจากความ
บกพร่องในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. กลุ่มตลาดนัดที่ประชากรในบริเวณบริการมีอำนาจการซื้อสูงกว่า
10,000 บาท ต่อครัวเรือนต่อปี ตลาดนัดในกลุ่มนี้มีจำนวนร้านค้าที่ผันแปรกับอำนาจ
การซื้อของประชากรในบริเวณบริการยกเว้นตลาดนัด กาเณะ, ปาล์ม 1, หงษ์ว่า,
คลองซุกและ งามแยกนิคม ซึ่งจะแยกกลุ่มอภิปรายไว้ดังนี้

2.1 กลุ่มตลาดนัดที่ใกล้เคียงตลาดถาวร ได้แก่ตลาดนัดหงษ์ว่า, กาเณะ,
และคลองซุก มีอำนาจการซื้อของประชากรสูงกว่า 10,000 บาท ต่อครัวเรือนต่อปี
เพราะลักษณะการแจกกระจายของรายได้ในชนบท ประชากรที่อยู่ในศูนย์กลางจะมีรายได้
ต่อครัวเรือนต่อปีสูงที่สุดและจะลดลงเมื่ออยู่ห่างไกลออกไป ทั้งนี้เป็นเพราะในศูนย์กลาง
ประกอบด้วยหน้าที่ทางเศรษฐกิจหลายอย่างและจำนวนหน้าที่ทางเศรษฐกิจเหล่านี้ค่อย ๆ
ลดลงเหลือเฉพาะการประกอบอาชีพทางการเกษตรแต่เพียงอย่างเดียวสำหรับเขตที่อยู่
ห่างไกลจากศูนย์กลาง

2.2 กลุ่มตลาดนัดที่อยู่ห่างไกลจากตลาดถาวร คือตลาดนัดปาล์ม 1
และ งามแยกนิคม ประชากรในบริเวณบริการของตลาดนัดปาล์ม 1 มีอำนาจการซื้อ
12,423.68 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ซึ่งใกล้เคียงกับอำนาจการซื้อของประชากรใน
บริเวณบริการของตลาดนัดที่อยู่ใกล้กับตลาดถาวร เช่นตลาดนัดหงษ์ว่าและคลองซุก

ทั้งนี้ น่าจะเกิดจากความบกพร่องในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพราะตลาดนัดแห่งนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนของค่าเฉลี่ยสูงถึง ± 411.6107 บาท

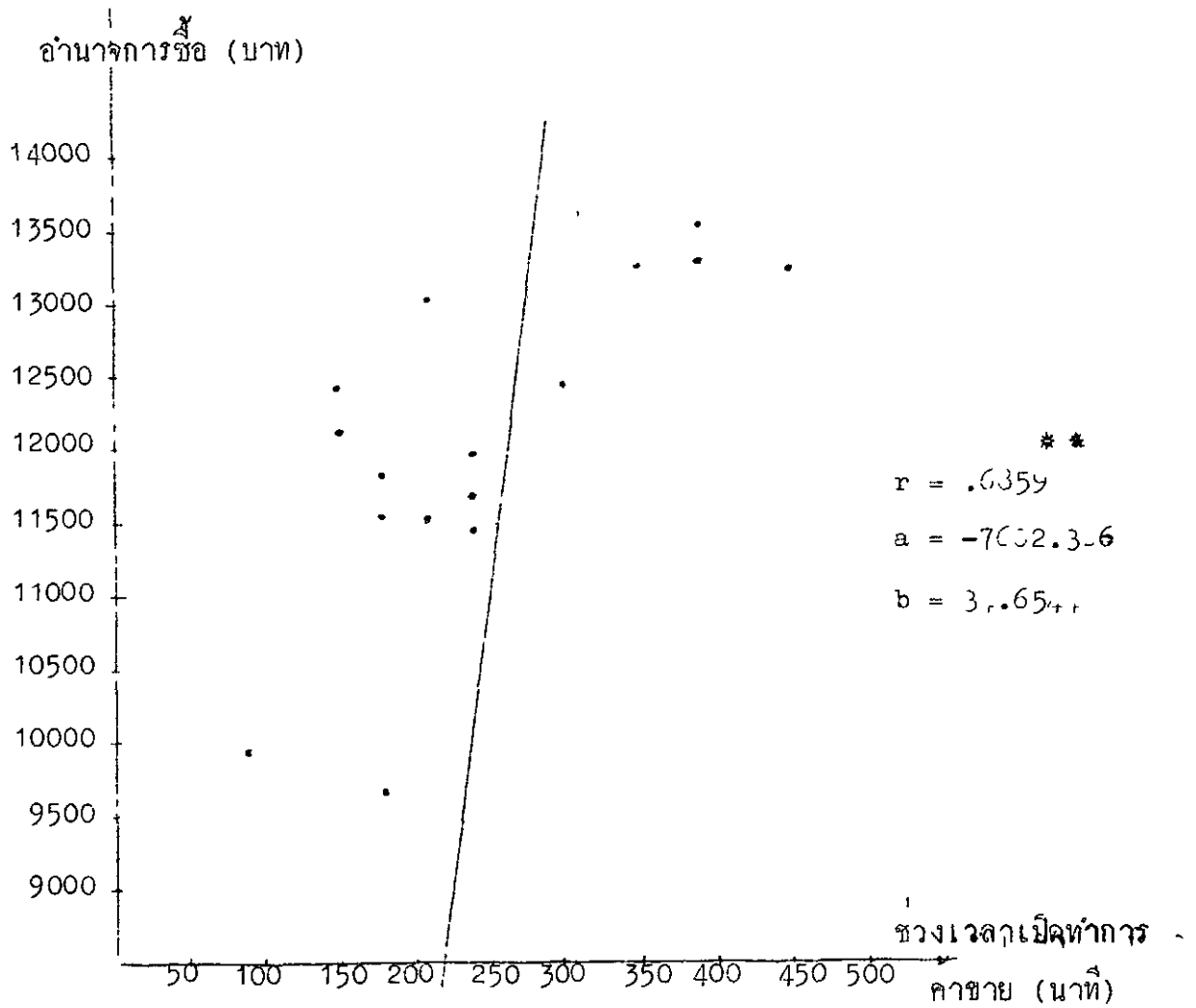
สำหรับตลาดนัดสามแยกนิคมนี้ ประชากรในบริเวณบริการมีอำนาจการซื้อเพียง 11,679.55 บาทต่อครัวเรือนต่อปี แต่มีจำนวนร้านค้าถึง 110 ร้านซึ่งใกล้เคียงกับจำนวนร้านค้าในตลาดนัดขนาดใหญ่ ทั้งนี้เป็นเพราะตลาดนัดแห่งนี้ตั้งอยู่ตรงทางแยกไปสู่ตำบลควนกาหลง, อุไคเจริญและตำบลนิคมพัฒนา ประชากรในตำบลดังกล่าวที่เดินทางกลับมาจากท่าซุรูกังในเขตอำเภอเมืองหรืออำเภอหาคีใหญ่จะแวะลงซื้อสินค้าจากตลาดนัดแห่งนี้ อีกประการหนึ่งตลาดนัดแห่งนี้เป็นแหล่งระบายสินค้าทางการเกษตรที่สะดวกและใกล้ที่สุดของประชากรในเขตตำบลดังกล่าวด้วย จึงเป็นเหตุให้มีจำนวนร้านค้ามากทั้งที่ประชากรในบริเวณบริการมีอำนาจการซื้ออยู่ในระดับต่ำ

การที่จำนวนร้านค้าขึ้นแปรตามอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการนั้นน่าจะเป็นเพราะอำนาจการซื้อมีส่วนในการกำหนดจำนวนและปริมาณของสินค้าในตลาดนัดหมุนเวียนซึ่งโดยปกติแล้วการกำเนิดลักษณะตลาดนัดหมุนเวียนนั้นเนื่องมาจากไม่สามารถจัดตั้งร้านค้าประจำได้เพราะอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการต่ำกว่าอำนาจการซื้อของจำนวนประชากรค่าสุดที่นำเสนอ

4.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ

จากการทดสอบพบว่า ช่วงเวลาที่เปิดทำการค้าขายกับอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการมีความสัมพันธ์เท่ากับ .6859 หรือในอัตราร้อยละ 47.04 ดังรูปที่ 13

รูปที่ 13 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย
กับอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ



ลักษณะการแจกกระจายของข้อมูลจากกราฟ สามารถแยกออกได้
เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตลาดนัดที่ประชากรในบริเวณบริการมีอำนาจการซื้อต่ำกว่า
10,000 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ได้แก่ตลาดนัดปาล์ม 3 และตลาดนัดฝั่งที่ 7 ดังได้อภิปราย
แล้วในข้อ 4.3.1 ตลาดนัดทั้งสองแห่งนี้เปิดทำการค้าขายเพียง 90 นาทีและ 180 นาที
ตามลำดับ

2. กลุ่มตลาดนัดที่ประชากรในบริเวณบริการมีอำนาจการซื้อสูงกว่า
10,000 บาทต่อครัวเรือนต่อปี จะเห็นว่า โดยเฉพาะตลาดนัดที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล
หรือสุขาภิบาลจะเปิดทำการค้าขายนานกว่า 300 นาที เพราะหน้าที่ทางเศรษฐกิจอื่น ๆ
ในท้องถิ่นสามารถดึงดูดผู้บริโภคจากที่ไกล ๆ ดังได้กล่าวแล้วในข้อ 4.2.2 ในตลาด
นัดควนโกนซึ่งเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาลและสุขาภิบาลจะเปิดทำ
การค้าขายนานถึง 300 นาที เพราะความเป็นจริงแล้วตลาดนัดแห่งนี้มีเขตบริการที่กว้าง
มากดังได้กล่าวแล้วในข้อ 4.1.2

เป็นที่น่าสังเกตว่า ตลาดนัดกาเณะซึ่งเป็นเขตที่ประชากรมีอำนาจการ
ซื้อสูงกว่าในบริเวณบริการของตลาดนัดทุ่งหว้าแต่เปิดทำการค้าขายเพียง 210 นาที
ทั้งนี้น่าจะเกิดจากตลาดนัดแห่งนี้มีบริเวณบริการภายในเขตตำบลบานควนเท่านั้น ประชากร
ในบริเวณบริการสามารถซื้อสินค้าจากตลาดนัดโดยใช้เวลาในการเดินทางเพียงเล็กน้อย
ดังนั้นตลาดนัดแห่งนี้จึงเปิดทำการค้าขายไม่นานเท่ากับตลาดนัดทุ่งหว้าซึ่งมีบริเวณบริการ
กว้างกว่า

ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายที่ผันแปรไปตามอำนาจการซื้อของประชากร
ในบริเวณบริการน่าจะเป็นผลมาจาก ในการจัดตั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจจะต้องคำนึงถึง
จำนวนประชากรขั้นต่ำที่มาสนับสนุนให้กิจกรรมนั้นตั้งอยู่ได้ ระบบตลาดนัดหมุนเวียนเป็นผล
มาจากการปรับตัวในลักษณะหนึ่งของพ่อค้าที่ไม่สามารถจัดตั้งร้านค้าประจำในบริเวณที่ประ-
ชากรมีอำนาจการซื้อต่ำได้จึงต้องเร่ขายสินค้าเพื่อรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าของผู้

บริโกลเป็นครั้งแรกด้วยค่าหาค่าของการซื้อของประชากรในบริเวณบริการเพิ่มขึ้น ช่วง
เวลาเปิดทำการค้าขายก็ขยายกว้างขึ้น เมื่อให้บริการวันเสาร์กับบริโกลได้อย่างทั่วถึง
บางอย่างก็ต้องเปิดวันนักขัตฤกษ์ และเวลาพักผ่อนเวียนอาวาระก็นำได้กลายเป็นอาว
การที่เปิดทำการค้าขายทุกวันก็ได้เพื่ออาวการซื้อเพิ่มขึ้นในระดับเท่าเทียมกันกับ
อาวการซื้อที่ได้จากประชากรชั้นล่างขนาดนั้น

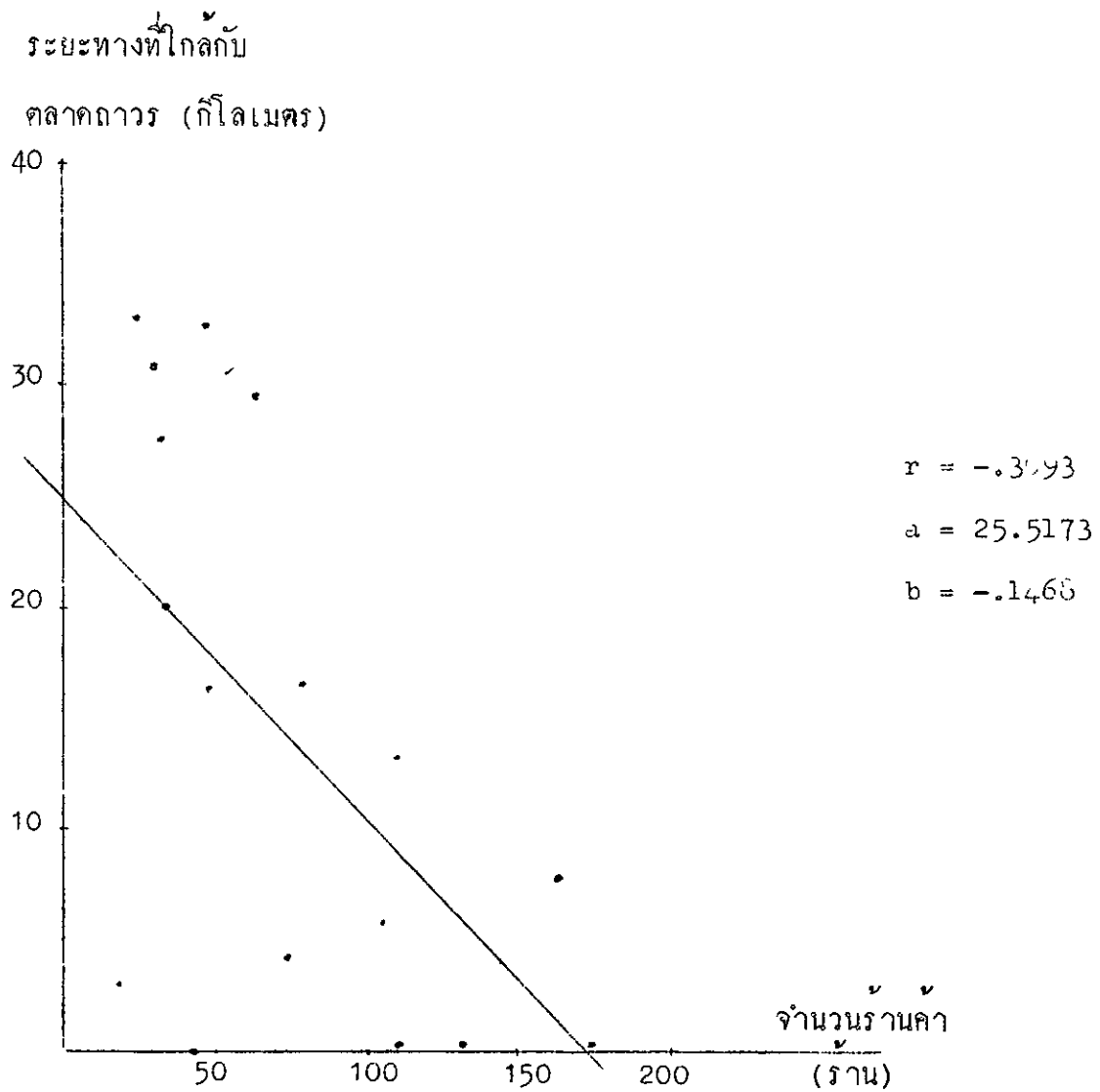
เมื่อนำค่าดัชนีดัชนีที่ได้จากข้อ 4.3.1 กับข้อ 4.3.2 มาทดสอบ
นัยสำคัญของความแตกต่างของค่าดัชนีดัชนีได้เท่ากับ -0.65 ซึ่งแสดงว่าค่าความ
สัมพันธ์ที่ได้จากจำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายไม่มีความแตกต่างกัน
ซึ่งสามารถยกตัวแปรดังกล่าวมาหาการถดถอยได้เป็นดังนี้ยังบอกถึงอาวการซื้อของ
ประชากรในบริเวณบริการได้เป็นอย่างดี

4.4 วิเคราะห์ค่าความไม่แน่นอนของขนาดของตลาดเกิดชุมชนเวียน
กับระยะทางจากตลาดเกิดชุมชนเวียนกับตลาดการค้าที่ใกล้ที่สุด

4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดร้านค้ากับระยะทางจาก
ตลาดเกิดชุมชนเวียนกับตลาดการค้าที่ใกล้ที่สุด

จากการทดสอบพบว่าระยะทางจากตลาดเกิดชุมชนเวียนกับตลาดการค้า
ที่ใกล้ที่สุดมีความสัมพันธ์กับจำนวนร้านค้าในอภิมาร์เก็ต 0.54 หรืออีกกล่าวความสัมพันธ์
เท่ากับ -0.3093 ดังรูปที่ 14

รูปที่ 14. แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนร้านค้ากับระยะทางจากสถานีขนส่งวิทยุกับอาคารที่ใกล้ที่สุด



ลักษณะการกระจายของข้อมูลที่ได้แสดงในกราฟ 3 กลุ่มกล่าวคือ

1. กลุ่มตลาดนัดที่อยู่ห่างไกลจากตลาดจวกรเกิน 25 กิโลเมตร มีจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดโคกป่าดง 3, ป่าดง 1, ดอย 10, พังที่ 7 และพังที่ 13 ตลาดนัดเหล่านี้ตั้งอยู่ในเขตกิ่งอำเภอควนกาหลง จำนวนลูกค้าที่เข้าสินค้าขายมีจำนวนน้อยเพราะลูกค้าที่มีอยู่เป็นกม.ในท้องถิ่นทั้งสิ้น นอกจากบริเวณอื่น ๆ ไม่เดินทางเข้าไปขายสินค้า เพราะการคมนาคมไม่สะดวกและลูกค้ามีความรู้ลึกใจไปออกขายโดยการนำสินค้าไปขายในบริเวณที่อื่นใดก็ได้ ภายในตลาดนัดกลุ่มนี้ตลาดนัดพังที่ 13 มีจำนวนลูกค้าขายสินค้าถึง 63 คนจึงจัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มนี้

เนื่องจากตลาดนัดกลุ่มนี้ตั้งอยู่ห่างไกลจากตลาดจวกรมากเกินไปจึงทำให้เกิดระบบการหมุนเวียนที่ค่อนข้างสมบูรณ์แบบมีระบบหนึ่งถึงได้กล่าวมาแล้วในเรื่องวิเคราะห์การเคลื่อนย้ายของลูกค้า ระบบนี้กล่าวเชื่อมต่อกับอีกระบบหนึ่งโดยอาศัยตลาดนัดมอย 10 ที่เปิดทำการค้าขายในวันศุกร์เป็นจุดร่วม

2. กลุ่มตลาดนัดที่อยู่ใกล้กับตลาดจวกร มีจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ ตลาดนัดสุภูต, ละงู, ฉลุง, พังเก่า, ถองซุด, กาเนะ ตลาดนัดในกลุ่มนี้ตั้งอยู่ห่างจากตลาดจวกรไม่เกิน 5 กิโลเมตร โดยเฉพาะตลาดนัดที่อยู่ในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาลจะมีจำนวนร้านค้ามากเพราะลูกค้าสามารถขนส่งสินค้าไปสะดวกและเดินเข้าไปง่ายพอสมควร นอกจากนี้ตลาดจวกรในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาลยังสามารถดึงดูดผู้บริโภคจากบริเวณใกล้เคียงออกไปได้มากขึ้นเพราะมีพื้นที่ทางเศรษฐกิจบางอย่างที่ไม่มีในหมู่บ้าน นี้เองจำนวนหนึ่งจึงโดยปกติแล้วถึงร้านค้าประจำอยู่ในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาล แล้วนำสินค้าเข้ามาขายในตลาดนัดหมุนเวียนในวันใดโดยแยกสาขาออกไป ทั้งนี้เป็นเพราะจากการแข่งขันระหว่างตลาดนัดหมุนเวียนกับตลาดจวกรมีมากถึงขั้นลูกค้าประจำบางคนที่ต้องปรับตัวออกจากกิจกรรมของงานไว้ จากเหตุนี้ เป็นผลให้จำนวนร้านค้าในตลาดนัดที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลหรือเขตสุขาภิบาลมีจำนวนมาก

ถ้าเริ่มตลาดนัดทุ่งหวาเมื่อพิจารณาจากรูปที่ 3 จะเห็นว่าตลาดนัดแห่งนี้ อยู่ห่างไกลจากตลาดนัดต่างวนมาก ฉะนั้นลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาลจึงไม่ค่อยเดินทางมาขายในตลาดนัดแห่งนี้ ยกเว้นลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตสุขาภิบาล

กำหนดซึ่งอยู่ใกล้กับอาคารนี้เองนี้มากกว่า

มีตลาคณัถอีกตลาคณะหนึ่งซึ่งตั้งอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ตลาคณัถที่อยู่ใกล้กับตลาคถาวรบังไ้ใกล้กับเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาล มีอยู่ 2 แห่งคือ ตลาคณัถคลองซุดและตลาคณัถคานะ ซึ่งมีจำนวนร้านค้า 18 ร้านและ 74 ร้านตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากผู้นับถือในบริเวณบริการของตลาคณัถเหล่านี้สามารถเดินทางไปยังร้านค้าจากตลาคถาวรได้สะดวกจึงมีจำนวนร้านค้าในตลาคณัถแห่งนี้น้อย ตลาคณัถเหล่านี้ให้บริการแก่ประชากรในเขตบริการของตนเท่านั้น อาคารจะมีอยู่กลางจากตลาคถาวรบ้านรับซื้อสินค้าเพื่อขายทองบาง

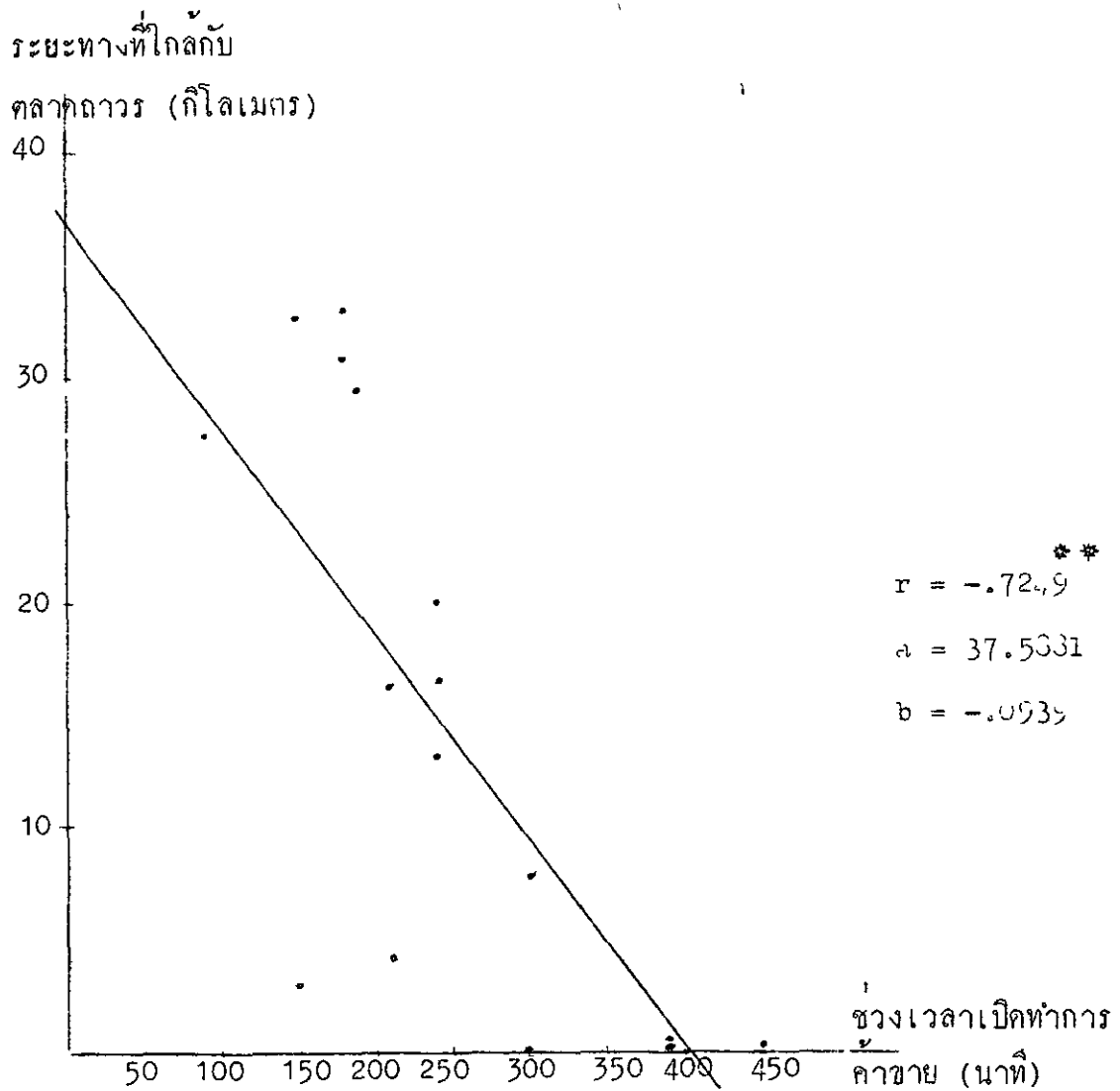
3. กลุ่มตลาคณัถที่มีจำนวนร้านค้าตั้งแต่แปดถึงระยะทางที่อยู่ใกล้กับตลาคถาวร มี 5 แห่งคือ ตลาคณัถสวนโคก, ความแยกนิคม, ท่าแร่, พงษ์สุข, และยังมี 2 ตลาคณัถในกลุ่มนี้มีจำนวนร้านค้ามากขึ้นเมื่ออยู่ใกล้กับตลาคถาวร ทั้งนี้เป็นเพราะส่วนที่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาลจึงไม่ชอบเดินทางไปยังร้านค้าในตลาคณัถที่ห่างไกลออกไปเพราะเขาจะคำนึงถึงผลกำไรที่ได้เมื่อได้กำไรจากการขนส่งแล้ว, กำลังถึงวางทองในตัวในการคมนาคมและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

4.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับระยะทางจากตลาคณัถหมุนเวียนกับตลาคถาวรที่อยู่ใกล้ที่สุด

ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับระยะทางจากตลาคณัถหมุนเวียนกับตลาคถาวรที่อยู่ใกล้ที่สุดมีความสัมพันธ์เท่ากับ -0.7294 หรืออีกเป็นอัตราร้อยละ 52.54

ดังรูปที่ 15

รูปที่ 15 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาเปิดทำการ
 การขายกับระยะทางจากตลาดนัดหมู่บ้านกล้วยไม้กับตลาดถาวร
 ที่ไกลที่สุด



ลักษณะการกระจายของขั้วอากาศกรว สามารถสังเกตเห็นการ
จับกลุ่มของอากาศนัก 3 กลุ่ม กล่าวคือ

1. กลุ่มอากาศนักที่อยู่ห่างไกลจากถาวรมากกว่า 25 กิโลเมตร
มีจำนวน 5 แห่ง คือ อากาศนักปากม 3, ปากม 1, มบ 10, มังที่ 7 และมังที่ 13
อากาศนักเหล่านี้ตั้งอยู่ในเขตที่อากาศหนาวหนาวหนึ่งเป็นบริเวณที่ประชากรประกอบอาชีพ
การเกษตรเป็นหลัก อากาศนักทุกแห่งจะเป็นที่ทำการค้าขายตั้งแต่ตอนเช้าตรู่เพื่อบริการ
ประชากรที่อาศัยอยู่โดยรอบ เนื่องจากภูมิวิโลกจะต้องออกไปทำงานในไร่ในนาในตอน
กลางวันฉะนั้นเขาจึงรีบเดินทางมาซื้อสินค้าในอากาศนักและรีบกลับเพื่อจะได้มีเวลาทำงาน
นานที่สุด การซื้อขายในอากาศนักจะมีช่วงเวลาสั้นมากไม่เกิน 200 นาที โดยเฉพาะ
อากาศนักมังที่ 7 เปิดทำการค้าขายเพียง 90 นาทีเท่านั้น

2. กลุ่มอากาศนักที่อยู่ใกล้กับถาวรกว่ามีจำนวน 6 แห่งซึ่งอยู่ห่าง
จากถาวรไม่เกิน 5 กิโลเมตร อากาศนักกลุ่มนี้มีอากาศนักสตูล, ละงู, ละงู,
ทุ่งหว้า, กองสูงและกาแนะ โดยเฉพาะอากาศนักที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลหรือเขตสุขาภิบาล
ซึ่งได้แก่อากาศนักสตูล, ละงู, ละงูและทุ่งหว้า มีช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายนานกว่า
300 นาทีถึงเหนือกว่าไกลกว่าแล้วในข้อ 2.2

ส่วนอากาศนักที่อยู่ใกล้กับถาวรแต่ไม่ได้อยู่ในเขตเทศบาลหรือ
สุขาภิบาลซึ่งได้แก่ อากาศนักกองสูงและกาแนะจะเปิดทำการค้าขายในช่วงเวลาสั้น
ประชากรในบริเวณบริการสามารถมาซื้อได้โดยใช้เวลาในการเดินทางเพียงเล็กน้อยและ
ประกอบกับบริเวณบริการของอากาศนักทั้งองแห่งนี้มีขนาดเล็ก จึงทำให้ถาวรนักถึงกล่าว
เปิดทำการค้าขายในช่วงระยะเวลาสั้น

3. กลุ่มอากาศนักที่มีช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายที่แปรผันระหว่าง
ที่อยู่ห่างไกลจากถาวร มีจำนวน 5 แห่ง ได้แก่อากาศนักดอนโตน, ตามชนกนิคม,
ท่าบะ, ทุ่งนุ้ยและมังที่ 2 อากาศนักในกลุ่มนี้เปิดทำการค้าขายนานเพื่อตั้งอยู่ใกล้กับถาวร
ถาวรทั้งนี้เนื่องจากอากาศนักเหล่านี้ตั้งอยู่ริมถนนสายใหญ่ซึ่งเป็นทางผ่านของภูมิวิโลกที่ถาวร

ไผ่มาเมื่อผู้บริโภคนึกถึงทางเข้ามายังตลาดถาวร ได้อายุประสงค์ก่อน ๆ หากล้มเหลวอาจจะ
 แวะลงมือสืบหาว่าตลาดนัดกลุ่มนี้ มีลักษณะการหนึ่งซึ่งการเร่ขายในเขตเทศบาลเทศ-
 ชาติหรือสุขาภิบาลซึ่งมีตลาดถาวรตั้งอยู่ด้วย เมื่อเขานำสินค้าไปขายในตลาดนัดใด ๆ
 ก็จะไม่ได้รับอนุญาตให้ขายสินค้าเพื่อขายกลับสู่ที่อีก จึงเป็นผลให้ตลาดนัดชุมชนเวียน
 ที่อยู่ใกล้กับตลาดถาวรมีช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายนาน ยกเว้นตลาดนัดคลองซุกและ
 กาเนะ

เมื่อนำค่าสหสัมพันธ์ที่ได้จากข้อ 4.4.1 กับข้อ 4.4.2 มาทดสอบ
 ด้วยค่าวิกฤตของตารางแจกแจงของค่าสหสัมพันธ์ได้ค่าเท่ากับ 3.6666 ซึ่งแสดงว่าลักษณะ
 ความสัมพันธ์ที่ได้จากจำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายแตกต่างกัน

ถึงแม้ค่าสหสัมพันธ์ที่ได้จากตัวแปรทั้งสองมีความแตกต่างกันในทางสถิติ
 แต่ในความเป็นจริงเมื่อพิจารณาจากส่วนรวมแล้วตัวแปรทั้งสองมีความเกี่ยวข้องกันอยู่
 กล่าวคือตลาดนัดที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาลจะมีจำนวนร้านค้ามากและเปิดทำ
 การค้าขายนาน ส่วนตลาดนัดที่อยู่ห่างไกลออกไปจากตลาดถาวรเกินกว่า 25 กิโลเมตร
 จะมีจำนวนร้านค้าน้อยและเปิดทำการค้าขายในช่วงเวลาสั้น

บทที่ 6

สรุปและขอเสนอแนะ

..... ผลจากการวิเคราะห์และอภิปรายผลในบทที่ 5 สามารถกล่าวสรุปได้ดังนี้ -

1. การแจกกระจายของตลาดนักหมุนเวียนจะเป็นไปตามรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของวอลเตอร์ กริสทอลเลอร์ ซึ่งมีลักษณะวงลำคัมถักเป็นไปตามหลักการตลาด กล่าวคือลำคัมถักจะเพิ่มเป็น 3 เท่า หรือ K เท่ากับ 3 ผลการศึกษากครั้งนี้จะสอดคล้องกับ เจ.เอช.สไตน์ (J.H.Stine) ซึ่งทำการศึกษาในบริเวณพื้นที่ 650 ตารางไมล์ของประเทเกาหลีในปี พ.ศ.2505 และ วิลเลียม ยี. สกินเนอร์ (William G. Skinner) ที่ศึกษาจากบริเวณแคว้นเกียกซู ประเทศจีน ในปี พ.ศ.2507

อย่างไรก็ตาม ตลาดนักหมุนเวียนในบริเวณที่ศึกษายังมีจำนวนไม่มากนักที่จะกระจายอย่างสม่ำเสมอถึงตลอดพื้นที่เพราะลักษณะภูมิประเทศที่ต่างกันและความคงตัวในการคมนาคมที่อยู่ในระดับต่ำ

2. การเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่เพื่อทำการค้าขายในตลาดนักหมุนเวียนจะสอดคล้องตามการหมุนเวียนของตลาดนัก แต่หากพิจารณาโดยรวมแล้วจะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเคลื่อนย้ายของพ่อค้าเร่กับระบบการหมุนเวียนของตลาดนักยังไม่ปรากฏชัดเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจาก

2.1 จำนวนพ่อค้าเร่ที่ขายสินค้าเพียงรอบละสองหรือสามวันมีถึง 247 คน เข้ามาเกี่ยวข้องกับจึงทำให้เกิดทิศทางการเคลื่อนย้ายไปยาก

2.2 ระบบการหมุนเวียนที่เป็นทั้งระบบเคลื่อนและระบบผสมทำให้เกิดความยุ่งยากในการแยกกล่าวถึงจำนวนพ่อค้าเร่ที่เคลื่อนย้ายในแต่ละระบบย่อย

3. ลักษณะของสินค้าในตลาดนัดชุมชนเวียงเป็นสินค้าที่ีความต้องการสูงมากกว่าสินค้าประเภทที่ไม่มีความต้องการเท่าึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ

เอิร์ล พี. สก็อต (Earl P. Scott) ที่ศึกษาจากบริเวณตอนเหนือของทะเลในจิเรีย

สินค้าตั้งรอบประเภทที่จำหน่ายในตลาดนัดชุมชนเวียงเป็นสินค้าที่มีราคาต่อหน่วยต่ำและมีขนาดเล็ก เช่น สมุดหอบ, ผงซัก อกขนาดของตรอกช่องเล็ก และสินค้าไม่มีราคาแพงที่สุดก็อย่ามาเกาะรังมีราคาเฉลี่ยระดับตั้งแต่ 30 บาท ถึง 120 บาทต่อหน่วย ยิ่งหากพิจารณาราคาสินค้าต่อหน่วยหรือขนาดของสินค้าว่าค่าตัวสัมพัทธ์ของสินค้าแล้ว แทบจะกล่าวได้ว่าสินค้าที่วางขายในตลาดนัดชุมชนเวียงเป็นสินค้าค่าตัวสัมพัทธ์ต่ำทั้งสิ้น

4. ขนาดของตลาดนัดชุมชนเวียงหนึ่งพิจารณาจากจำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายนั้นจะให้ออกความสัมพันธ์ต่อกันแปรต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน แสดงว่าการวัดขนาดของตลาดนัดชุมชนเวียงโดยอาศัยตัวแปรใด ๆ เพียงตัวเดียวนั้นอาจจะให้ผลที่ไม่ถูกต้องกับความเป็นจริง ในการวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาขนาดของตลาดนัดชุมชนเวียงจากจำนวนร้านค้าและช่วงเวลาเปิดทำการค้าขายกับตัวแปรอื่น ๆ ึ่งได้ผลดังนี้-

4.1 จำนวนร้านค้าจะผันแปรเป็นปฏิภาคตรงกับความหนาแน่นของประชากรและอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ, จะไม่มีความสัมพันธ์กับบริเวณบริการที่เป็นจริงและผันแปรเป็นปฏิภาคกลับกับระยะทางจากตลาดนัดชุมชนเวียงกับตลาดค้าขายที่ใกล้ที่สุด

4.2 ช่วงเวลาเปิดทำการซื้อขายจะผันแปรเป็นปฏิภาคตรงกับบริเวณบริการที่เป็นจริงและอำนาจการซื้อของประชากรในบริเวณบริการ เป็นปฏิภาคกลับกับระยะทางจากตลาดนัดชุมชนเวียงกับตลาดค้าขายที่ใกล้ที่สุดและไม่มีความสัมพันธ์กับความหนาแน่นของประชากรในบริเวณบริการของตลาดนัดแต่ละแห่ง

ขอบทพร้องในการศึกษา

ขอบทพร้องที่พบจากการศึกษาครั้งนี้กล่าวเป็นข้อ ๆ ดังนี้ -

1. ลักษณะของพื้นที่หน้ามาศึกษาไม่เป็นที่ราบในอุดมคติเพราะการแจกกระจายของประชากรไม่สม่ำเสมอ, ลักษณะพื้นที่ไม่ราบเรียบ, การคมนาคมไม่สะดวกทุกทิศทางและความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่อยู่ในอัตราที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้เป็นผลต่อลักษณะการแจกกระจายของย่านกลางซึ่งอาจจะทำให้ผลการศึกษาค้นคว้าผิดเพี้ยนไปได้แม้ว่าได้ใช้หลักการแปลงแผนที่แล้วก็ตาม

2. การจัดลำดับศักยภาพของตลาดนัด การวิจัยครั้งนี้ได้นำตัวแปรเพียง 2 ตัวมาพิจารณา คือ จำนวนร้านค้ากับช่วงเวลาที่เปิดทำการค้าขาย ซึ่งอาจจะให้ผลการศึกษามีผิดพลาดไปจากการนำตัวแปรอื่นมาร่วมพิจารณาคือ เช่น จำนวนประชากรที่มาสนับสนุน, ขนาดของบริเวณบริการ, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า, อำนาจการดึงดูดผู้บริโภคของตลาดนัด เป็นต้น

3. ลำดับศักยภาพของตลาดนัด ที่นำมาศึกษามีขนาดแตกต่างกันมากซึ่งน่าจะมีผลทำให้รูปแบบการแจกกระจายของการตั้งถิ่นฐานของตลาดนัดตามทฤษฎีย่านกลางผิดเพี้ยนไปได้

4. เกณฑ์การจำแนกประเภทสินค้าจะพิจารณาถึงคุณภาพ, ขนาด และราคาสินค้าต่อหน่วยค่านอกเหนือจากจะพิจารณาโดยอาศัยความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันและลักษณะการซื้อของผู้บริโภค

5. การสัมภาษณ์รายได้โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 5 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดนั้นยังไม่เพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของครัวเรือนทั้งหมด เพื่อให้ผลการวิจัยที่เชื่อมั่นได้มากควรใช้กลุ่มตัวอย่างในอัตราที่สูงกว่านี้

6. การสัมภาษณ์ผู้บริโภคในตลาดนัดต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ออกไปสัมภาษณ์เฉพาะวันที่ออกไปเก็บข้อมูลเท่านั้นซึ่งไม่สามารถครอบคลุมผู้บริโภคในบริเวณบริการของตลาดนัดได้ หมกความจริงแล้วน่าจะสัมภาษณ์ตามครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในบริเวณบริการมากกว่า

7. ในการแสดงตำแหน่งที่ตั้งบ้านเรือนของผู้บริโภคในแผนที่ไม่สามารถ
 ลงตำแหน่งให้ถูกต้องตามบ้านเลขที่ใด ฉะนั้นรายละเอียดในแผนที่จึงมีความถูกต้อง
 เฉพาะเขตหมู่บ้านซึ่งจะมีผลทำให้บริเวณบริการต้องยึดถือตามอาณาเขตของหมู่บ้าน
ขอแนะนำสำหรับการศึกษาต่อไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเบื้องต้นในเรื่องการนำโครงสร้างทาง
 ภูมิศาสตร์ทั้งทางกายภาพและเศรษฐกิจมาวิเคราะห์ลักษณะของตลาดนัดหมุนเวียน
 ซึ่งพบสิ่งที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาและวิเคราะห์ในโอกาสต่อไปดังนี้ -

1. น่าจะได้ศึกษาลักษณะของสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดหมุนเวียน
 ว่าสามารถใช้เป็นดัชนีบอกถึงความเป็นอยู่, มาตรฐานการดำรงชีพและลักษณะการ
 บริโภคของประชากรในบริเวณบริการได้มากน้อยเพียงใด
2. น่าจะได้ศึกษาในท้องถิ่นนี้กับภูมิภาคส่วนอื่น ๆ ของประเทศไทย
3. การนำทฤษฎีย่านกลางมาวิเคราะห์ลักษณะการแจกกระจายน่าจะใช่
 การวิเคราะห์เฉพาะตลาดนัดลำดับที่ขนาดต่าง ๆ โดยแยกจากกันหรือพิจารณาเฉพาะ
 ตลาดนัดที่มีขนาดใกล้เคียงกัน
4. น่าจะนำจำนวนประชากรที่มาสนับสนุน, อานาจการขอและความ
 ต้องการบริโภคของประชากรในบริเวณบริการมาทำนายว่าตลาดนัดหมุนเวียนจะต้องอาศัย
 องค์ประกอบเหล่านี้น้อยเพียงใดเพื่อจะพัฒนาให้กลายเป็นตลาดถาวร
5. น่าจะทดลองใช้ตัวแปรอื่น ๆ เพื่อวัดขนาดลำดับที่ของตลาดนัด
 หมุนเวียน เช่น จำนวนประชากรที่มาสนับสนุน, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและ
 ปริมาณสินค้าที่ซื้อขายในวันเปิดทำการค้าขาย
6. น่าจะศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อตลาดถาวรและตลาดนัด
 หมุนเวียนที่มีขนาดลำดับที่ต่างกัน

7. นาวะศึกษาถึงลักษณะการแข่งขันของพ่อค้าเร่ในตลาดนัดหมุนเวียนที่เปิดทำการค้าขายพร้อมกันและการแข่งขันระหว่างพ่อค้าเร่กับพ่อค้าในตลาดถาวร
8. ช่วงเวลาที่เปิดทำการค้าขายนาจะใช้เป็นดัชนีบ่งบอกถึงลักษณะการแจกกระจายของประชากรและลักษณะการดำรงชีพของประชากรในบริเวณบริการ

มรดกอนุกรม

บรรณานุกรม

ทัศนีย์ กิริปโชติ การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะโครงสร้างของชุมชนเกษตรกรรม
บ้านหนอง กับชุมชนอุตสาหกรรมหาดฉาง จังหวัดสระบุรี ปริมาณพื้นที่การ
ศึกษานานาชาติ วิทยาลัยวิชาการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 2516, 80 หน้า จัดทำเนา.

Berry, Brian J.L., 'Geography of Market Centers and Retail
Distribution Prentice - Hall, 1967, 146 pp.

Bertrand, Alvin L., Rural Sociology, McGraw - Hill Book Co.,
New York, 45+ pp.

Christaller, Walter., Central Places in Southern Germany, Translate
by Gaslisle W. Baskin, Prentice - Hall, 1966, 230 pp.

Chorley, Richard J. and Peter Hagget., Models in Geography,
Methuen & Co Ltd., London, 1967, 116 pp.

Eighmy, Thomas H., "Rural Periodic Markets in Extension of an
Urban System : A Western Nigeria Example," Economic
Geography, 38 : 299 - 315, 1972.

Getis, Arthur., "The Determination of the Location of Retail Activities with the Use of a Lap Transformation",
Economic Geography, 39 : 14 - 22, 1963.

Hill, Polly. and Robert T.H. Smith., "The Spatial and Temporal Synchronization of Periodic Markets : Evidence from Four Emirates in Northern Nigeria", in Economic Geography,
48 : 345 - 355, 1972.

Johnson, James H., Urban Geography, Pergamon Press Ltd., 1972,
203 pp.

Lloyd, Peter E. and Peter Dicken, A Location in Space : A Theoretical Approach to Economic Geography, Times
Printers, Singapore, 1972, 292 pp.

Mabogunje, Akin L., "The Evolution and Analysis of the Retail Structure of Lagos, Nigeria", in Economic Geography,
40 : 304 - 323, 1964.

McKim, Wayne., "The Periodic Markets System in Northern Ghana",
in Economic Geography, 48 : 333 - 344, 1972.

Murphy, Raymond E., An American City : An Urban Geography,
McGraw - Hill Book Co., 1966, 464 pp.

Riddell, Barry J., "Periodic Markets in Sierra Leone", in Annals
of The Association of American Geographers, 64 : 541 - 543,
1974.

Ronald, Knapp G., "Itinerant Merchants in Taiwan", in
The Journal of Geography, 159 : 344 - 347, 1970.

Skinner, G.W., "Marketing and Social Structure in Rural China",
in Journal of Asian Studies, 24 : 3 - 43, 1965.

Symanski, Richard R., Dissertation Abstracts International "B",
32 : 1972.

Symanski, Richard. and H.J. Webber, "Complex Periodic Market
Cycle", in Annals of The Association of American Geographers,
64 : 205 - 213, 1974.

Webber, H.J. and Richard Symanski, "Periodic Markets : An Economic
Location Analysis", in Economic Geography, 49 : 213 - 227,
1973.

การตรวจ

1. เกณฑ์การแบ่งประเภทของสินค้า

สินค้าประเภทที่มีความต้องการสูง

1. เครื่องปรุงแห้ง ได้แก่ เครื่องเทศ, พริกไทย, พริกแห้ง, เกลือ, น้ำตาลทราย, น้ำตาลปีบ, น้ำตาลปึก, ผงชูรส, ซอส, ซีอิ๊ว, น้ำปลา, น้ำส้ม, เต้าเจี้ยว, ส้มแขก, มะขามเปียก, หอม, กระเทียม, กระปิ, เครื่องแกง, ผงเครื่องแกง, ผงพะโล้, สีส้มขนม
2. อาหารคองและปลาเค็ม ได้แก่ ปลาเค็ม, กุ้งแห้ง, หอยคอง, กุ้งเจา, ปลาไส้ตัน, ไชคอง, ไคปลา
3. สิ่งเสพติด ได้แก่ ยาเส้น, ใบจาก, ยาสูบ, ยานัตถ์, หมาก, พลุ, สีเสียด, ปูนก้นหมาก, ซาผง, กาแฟผง, เมื่อกาแฟ
4. อาหารสด (จำพวกให้โปรตีน) ได้แก่ หมู, เนื้อ, ไก่, เป็ด, กุ้ง, ปลา, ปู, หอย, ปลาหมึก, ไข่, เครื่องในสัตว์
5. ผักสด ได้แก่ ผักกาด, แตงกวา, ถั่วงอกขาว, มะเขือ, บวบ, เผือก, มัน, สาหร่าย, ผักพืชมะเขือ
6. อุปกรณ์, สารเคมีที่ช่วยทำความสะอาด ได้แก่ แชมพู, ผงซักฟอก, ยาสีฟัน, สบู่หอม, สบู่ซักผ้า, ครามขาว, ครามทอง, ผงคลอรีน, แปรงถูผ้า, แปรงสีฟัน, ฟองน้ำถูตัว, ผอยเหล็ก, ผอยขัดภาชนะ, ไมกวาด
7. ผลไม้สด ได้แก่ กล้วย, สับปะรด, ส้ม, ละครฝรั่ง, มะม่วง, ขาวโพล, ขนุน
8. ขนบสด ได้แก่ ขนบจาก, กล้วยแขก, ขนบสอไล่, ขนบทอด, ขนบพิมพ์, ขนบจีน, แป้งขาวหมาก, ขนบถว, ขนบฟู, ขนบชั้น, ขนบบ้าน, ขนบหมอแกง, กาละแม, ขาวคัมมัต, ขนบเจาะรู, ขาวหลาม, ลอดทอง, กล้วยบวชชี, ขนบปลากริม
9. เชื้อเพลิง, พลังงาน ได้แก่ น้ำมันก๊าด, น้ำมันไฟแช็ก, ไฟแช็ก, ไม้ขีดไฟ, ถ่านไฟแช็ก, ไม้ขีด, ถ่านไฟฉาย, เทียนไข, ตะเกียงกระป๋อง

10. เครื่องปรุงรส ได้แก่ พริกสด, ใบมะกรูด, มะนาว, ผักชี, ขมิ้น, ข่า, ซึ่ง,
ตะไคร้, กระชาย, ต้นหอม, มะพร้าว, มะขามสด
11. ของแห้งและเครื่องกระป๋อง ได้แก่ ข้าวสาร, รุนเส้น, เส้นหมี่แห้ง, เส้นกวยเตี๋ยวแห้ง,
รุ้น, เม็ดสาหร่าย, ถั่วเขียว, ถั่วดำ, ถั่วลิสงแห้ง, แป้งข้าวเจ้า, แป้งข้าวเหนียว,
เครื่องกระป๋อง
12. ขนมแห้ง ได้แก่ หอมทิมปี้, ข้าวเกรียบ, ข้าวตอกถุ้ง, ขนมโก๋, ขนมข้าวพอง,
ขนมปัง, ขนมขี้หนูแดง, ขนมขี้หนูขาว, ขนมไข่นก, ขนมคัสชีน, ขนมปลา,
ขนมถั่วตัด, ขนมถั่วค้อย, ขนมคอกไม้, ขนมผิง, ไข่พะเนียง, ขนมเซาเกาะ,
ขนมเซาควาย, ขนมถูก, ขนมจันอับ, ขนมโรยงา, ขนมปังกรอบ, ขนมเปียะ
13. ร้านอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารชั่วคราวที่ขายข้าวต้ม, ข้าวแกง, กวยเตี๋ยว,
ขนมจีน
14. น้ำมันปรุงอาหาร ได้แก่ น้ำมันมะพร้าว, น้ำมันหมู, น้ำมันรำ, น้ำมันปาล์ม, น้ำมันพืช,
น้ำมันหอย
15. ร้านกาแฟ, เครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านชั่วคราวที่ขาย น้ำชา, กาแฟ, กาแฟดำ, โอวัลติน
นมชง
16. ผักกอก ได้แก่ ผักกาดกวาง, ผักเสี้ยนกวาง, มะนาวกวาง, กะเทียมกวาง, ยอดกุ่มกวาง
17. ผลไม้กวาง, ตากแห้ง ได้แก่ มะม่วงกวาง, กว๊ายตาก, ฝรั่งกวาง, มะยมกวาง

สินค้าประเภทที่มีความต้องการต่ำ

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป ไค้เก้, เสื้อกางเกงเด็ก, เสื้อกางเกงผู้ใหญ่, ผ้าขาวม้า, โสร่ง, เสื้อกล้าม, เสื้อคอกลม, กางเกงใน, ยกทรง, เสื้อยืด, ผ้าปูที่นอน, ผ้าห่ม, ผ้าเช็ดหน้า, ปลอกหมอน, ถุงเท้า, สำหรับ
2. เครื่องสำอาง ไค้เก้ แป้งฝุ่นหอม(ช่อง), แป้งหอม(กระป๋อง), แป้งน้ำ, ครีมใส่ผม, ครีมทาหน้า, ยาทาเล็บ, ครีมกำจัดสิว, น้ำมันทาผิว, ลิปสติก, น้ำหอม
3. ผาตัดเสื้อกางเกง (ขายเป็นเมตร, หลาหรือซัน)

4. ยารักษาโรค ไค้แก่ ยาหอม, ยาหม่อง, ยานำรุง, ยาถ่ายพยาธิ, ยาแก้ปวด, ยาแก้ไอ, ยาแก้ไอ, ยาแก้ไอ, ยาแก้ไอ
5. เครื่องใช้ทั่วไป ไค้แก่ กับดักหนู, เช็บเย็บผ้า, เช็บดัก, ค้ายหลอด, ค้ายใจ, ลวดหนีบผ้า, ไม้แขวนเสื้อ, ที่ใส่น้ำในกรงนก, เสวียนหม้อ, พิมพ์รองแครง
6. เครื่องใช้ในครัว (โลหะ) ไค้แก่ มีดโก, มีดเล็ก, มีดปอกผลไม้, มีดหั่น, มีดปอกแตงกวา, ขอนสังกะสี, ขอนชา, ขอนส้อม, ส้อมจิ้มผลไม้, กระຈາ, ตะหลิว, ทัพพี, คีมคีบถ่าน, เหล็กตะแครงสำหรับบั้ง, เครื่องเปิดกระป๋อง, เครื่องลับมีด, หินลับมีด, เล็บแมว, ใบกระต่าย, กระดุมมั่งเกลือ, กระดุมมั่งอตุมิเนียม, หม้อหุง, หม้ออตุมิเนียม, หม้อเคลือบ, หม้อเคลือบสำหรับใส่ของหวาน, กระทะเหล็ก, กระทะอตุมิเนียม, ถาดเคลือบ, จานกระเบื้องเคลือบ, จานสังกะสี, ถ้วยสังกะสี, กาน้ำอตุมิเนียม, ถาดห่ออตุมิเนียม, ขันน้ำอตุมิเนียม, ปิ่นโตอตุมิเนียม, ลังถึงอตุมิเนียม, ถ้วยพิมพ์อตุมิเนียม, ถ้วยพิมพ์ขนมเคลือบ
7. เครื่องประดับ ไค้แก่ เข็มขัดนาฬิกา(เทียม), กำไลโลหะ, กำไลพลาสติก, แหวนโลหะ, แหวนพลาสติก, สร้อยคอ(เทียม), สร้อยข้อมือ, กระตุ้มพลาสติก, เข็มกลัด
8. เครื่องเขียน ไค้แก่ สมุด, หนังสือแบบเรียนชั้นประถมศึกษา, ดินสอ, ยางลบ, ไม้บรรทัด, มีดเหลาดินสอ, กบเหลาดินสอ, ปากกาลูกกลิ้ง
9. อุปกรณ์การเสริมสวย ไค้แก่ ไข่มุกชอยผม, หวี, แหนบ, กระຈาเงา, กรรไกร, ดินสอเขียนคิ้ว, กิ๊บหนีบผม, มีดตัดเล็บ
10. รองเท้า ไค้แก่ รองเท้าฟองน้ำ, รองเท้าพลาสติก, รองเท้าผ้าใบ, รองเท้ายาง
11. อุปกรณ์การเกษตร ไค้แก่ ฆานไถนา, จอบ, พร้า, เสียม, รวงเก็บน้ำยาง, ถ้วยรองน้ำยาง, คราดเหล็ก, แฉะ, น้ำยาฆ่ายาง, ปุ๋ย
12. เสื้อผ้าไหมแล้ว เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ไหมแล้ว

13. เครื่องใช้ในครัว(พลาสติก) ได้แก่ ตะกร้า, ฝาชี, ที่วางแก้ว, กรวย, กระจ่างน้ำ, ที่เก็บช้อน, ถ้วย, จาน, ช้อน, จอก, กระดาษมีง, ที่เก็บนมข้นหวาน
14. เมล็ดพันธุ์และต้นกล้า ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ผัก และต้นกล้าพืชสวนต่าง ๆ
15. ยาฆ่าแมลง, ปรอทศัตรูพืช ได้แก่ ยาฆ่าหนู, ยาฆ่าปูนา, ยาฆ่าเห็บ, ยาปรอทศัตรูพืช
16. ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ อ่างเคลือบ, โถงเคลือบ, กระถาง, หม้อดิน
17. ของเด็กเล่น
18. เครื่องจักสาน เช่น ตะกร้า, กระชอน, เสื่อ
19. เครื่องแก้ว ได้แก่ แก้วน้ำ, กนโท
20. เครื่องใช้ที่ทำด้วยสิ่งทอ ได้แก่ กระเป๋าสตางค์พลาสติก, กระสอบพลาสติก, เสื่อ

2. แบบสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัดหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

1. ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์.....
2. ที่ตั้งของตลาดนัด.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....
3. ตลาดนัดแห่งนี้เปิดทำการซื้อขายมาเป็นเวลา.....ปี..... ..เดือน
4. วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งตลาดนัด
 - 4.1.....
 - 4.2.....
 - 4.3.....
5. สภาพการแลกเปลี่ยนสินค้าโดยทั่วไปของตลาดนัด
 - 5.1 ระยะแรกก่อตั้งตลาด
 - 5.2 ระยะแรกหลังการจัดตั้งตลาด
 - 5.3 สภาพการแลกเปลี่ยนสินค้าในปัจจุบัน
6. หมายเหตุ

.....

.....

.....

3. แบบสัมภาษณ์พ่อค้าเร่

1. ที่ตั้งบ้านเรือน บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....
2. อาชีพหลัก.....
3. วันและตลาดนัดที่ไปค้าขาย
 วัน.....ตลาดนัด.....วัน.....ตลาดนัด.....
 วัน.....ตลาดนัด.....วัน.....ตลาดนัด.....
 วัน.....ตลาดนัด.....วัน.....ตลาดนัด.....
 วัน.....ตลาดนัด.....
4. การเดินทางและขนส่งสินค้า
 จาก.....ถึงตลาดนัด.....โดยทาง.....ค่าใช้จ่าย.....บาท
 จาก.....ถึงตลาดนัด.....โดยทาง.....ค่าใช้จ่าย.....บาท
 จาก.....ถึงตลาดนัด.....โดยทาง.....ค่าใช้จ่าย.....บาท
 จาก.....ถึงตลาดนัด.....โดยทาง.....ค่าใช้จ่าย.....บาท
5. สินค้าหรือวัตถุดิบส่วนใหญ่ ซื้อมาจาก.....
6. ประเภทสินค้าที่ขาย
 ประเภทสินค้า.....ชิ้น.....
 ประเภทสินค้า.....ชิ้น.....
 ประเภทสินค้า.....ชิ้น.....
7. หมายเหตุ

4. แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภคร

1. อาชีพ.....
2. บ้านเลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล..... อำเภอ.....
3. โดยปกติในรอบสัปดาห์จะซื้อสินค้าจากตลาดนัด.....แห่ง คือตลาดนัด.....
4. สินค้าที่ซื้อจากตลาดนัดนำไปเพื่อ.....บริโภคเอง.....ขายปลีกที่.....(ถ้าต้องการ)
5. สาเหตุที่ชอบซื้อสินค้าจากตลาดนัดแห่งนี้ เพราะ
 - 5.1.....
 - 5.2.....
 - 5.3.....
6. สินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อจากตลาดนัด คือ.....สินค้าประเภท.....
7. สินค้าคุณภาพดี ราคาสูง ส่วนใหญ่จะซื้อจาก.....
8. หมายเหตุ

.....

.....

.....

5. ตารางแสดงจำนวนร้านค้า, ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย, พื้นที่บริเวณบริการ, ความหนาแน่นของประชากร, อำนาจการซื้อของประชากร และระยะทางจากตลาดถาวรที่ใกล้ที่สุดของตลาดคนักหมุนเวียนแต่ละแห่ง

จำนวนร้านค้า	ช่วงเวลาเปิดทำการค้าขาย	พื้นที่บริเวณบริการ	ความหนาแน่น	อำนาจการซื้อ	ระยะทางที่ใกล้ตลาดถาวร	
	ร้าน	นาที่	ตารางกิโลเมตร	คนต่อตารางกิโลเมตร	บาท	กิโลเมตร
คลองซุก	18	150	37.6	62.26	12134.09	3.0
ป่าลม 3	24	180	44.0	13.48	9678.56	33.0
ชอย 10	30	180	209.5	22.58	11541.96	30.8
ฝั่งที่ 7	32	90	84.4	12.63	9948.04	27.5
ฝั่งที่ 2	33	240	87.7	44.44	11455.68	20.5
ทุ่งหวา	44	300	268.3	33.56	12456.76	0
ป่าลม 1	47	150	87.6	18.93	12423.68	32.7
ทุ่งนุ้ย	48	210	149.2	20.61	11537.21	16.3
ฝั่งที่ 13	63	180	94.4	37.40	11837.18	29.5
กาเนะ	74	210	41.4	178.32	13029.39	4.2
ทาแพ	79	240	278.9	35.20	11988.19	16.4
สามแยกนิคม	110	240	24.0	74.42	11679.55	13.2
สตูล	111	450	364.6	72.28	13270.67	.2
กะงู	132	390	287.8	89.81	13293.48	.2
ควนโคโน	161	300	37.8	207.57	13275.80	7.9
ฉลุง	173	390	192.1	60.91	13515.23	.3
รวม	1179	3900	2289.2	993.40	193065.55	235.2