บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการตลาดนัดของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี” นี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการบริการ
   1.1 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ
   1.2 ความสับสนปะปนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล
   1.3 ความไม่สมเหตุผลของตัวแปรอิสระ
   1.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการ
2. สภาพบริบทของพื้นที่ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
3. ตลาดนัด
   3.1 ความหมายของตลาดนัด
   3.2 ความหมายของการบริการตลาดนัด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจในการบริการ

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

มีนักวิชาการได้สรุปความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ดังนี้

ทิฟฟิน และแมคคอมิค (Tiffin and Mc Cormick. 1977 : 298 ; อ้างถึงใน วราภรณ์ บุตรพรหม. 2547 : 11) สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นแรงบันดาลใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลเลสไตย์ (Wallerstein. 1971 : 256 ; อ้างถึงใน วราภรณ์ บุตรพรหม. 2547 : 11) สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วูลแมน (Wolman. 1973 : 384 ; อ้างถึงใน วราภรณ์ บุตรพรหม. 2547 : 11) สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชีลลี (Shelly. 1975 : 350 ; อ้างถึงใน วราภรณ์ บุตรพรหม. 2547 : 11) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรูสึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ (สุรเชษฐ ปิตะวาสนา. 2554 : 26-27)

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากร หรือสิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบการพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ดังกล่าวมาแล้วได้นำไปสู่การมองเห็นปัญหาเชิงมโนทัศน์เกี่ยวกับความพึงพอใจที่ทำวิจัยกันในประเทศไทย กล่าวคือ มีความพึงพอใจที่ใช้กับสองเชิงมโนทัศน์ ได้แก่

1. การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) เป็นการประเมินค่าโดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการทำงาน
2. การศึกษาความพึงพอใจในบริการ (Services Satisfaction) เป็นการประเมินค่า โดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อการจัดการบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือชุดของบริการที่กำหนดขึ้น

ดังนั้น เราจำเป็นจะต้องแยกมโนทัศน์ความพึงพอใจในงาน ออกจากความพึงพอใจในบริการเสียก่อน

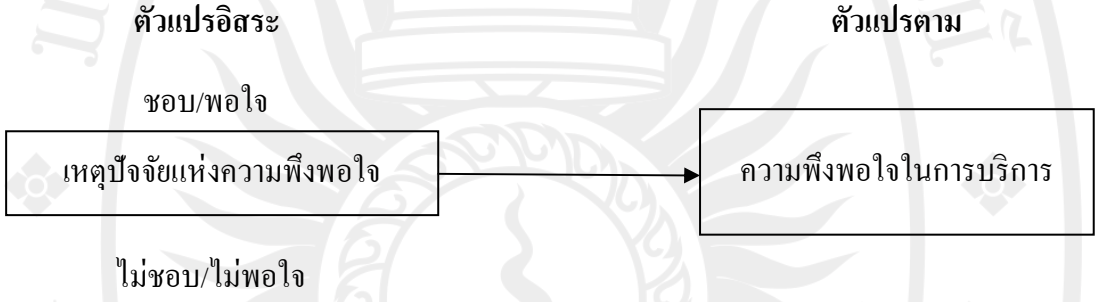
ปัญหาสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจในบริการ ก็คือ การศึกษาส่วนใหญ่อธิบายความพึงพอใจจากตัวชี้วัดที่ตัวระบบบริการ (Services) กระบวนการบริการ (Process) และในพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) สิ่งเหล่านี้น่าจะเป็นสาเหตุหรือปัจจัยของความพึงพอใจมากกว่าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจโดยตรง เพราะความพึงพอใจเป็นผลจากการประเมินค่าของผู้รับบริการจากสิ่งเร้าภายนอกดังได้กล่าวแล้วนั้นเอง มิใช่เป็นตัวสิ่งเร้า และเมื่อการศึกษาดังกล่าวกำหนดให้สิ่งเร้าเป็นตัวชี้วัดของความพึงพอใจแล้ว จึงมักไปกำหนดปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

การศึกษา ฯลฯ ของผู้รับบริการเป็นปัจจัยเหตุหรือตัวแปรอิสระ ตามแบบของการวิจัยที่เน้นการวัดพฤติกรรมโดยทั่วไป ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการบริการ จึงมีปัญหาอย่างน้อย 2 ประการที่สำคัญ คือ (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2536 : 46)

ความสับสนปะปนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล

เนื่องจากความพึงพอใจ เป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้น สิ่งเร้าจึงหมายถึง “งาน” หรือ “บริการ” ดังนั้น การศึกษาระดับความพึงพอใจจึงต้องการทราบว่าบุคคลมีความรู้สึกเช่นไรต่องานหรือบริการนั้น ในทิศทางที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ไม่มีความรู้สึกใด หรือเฉยๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ความสับสนปะปนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล

จากภาพประกอบ 2 จะพบว่า ความพึงพอใจในบริการนั้นมีสาเหตุหรือเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจ ได้แก่ ความเสมอภาคของบริการที่ได้รับ ความเพียงพอทั่วถึงของบริการ ความสะดวกรวดเร็วของบริการ ฯลฯ ส่วนในเรื่องความพึงพอใจในงาน สาเหตุที่ทำให้พอใจหรือไม่พอใจอาจเป็นเรื่องค่าจ้าง สวัสดิการ นโยบายของสถานที่ทำงาน ฯลฯ แต่งานวิจัยโดยส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังมีปัญหาในเรื่องความสับสนปะปนนี้อยู่ โดยนำเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจเป็นตัวแปรตามแล้ววัดความพึงพอใจตามเหตุปัจจัยแต่ละประเด็นนั้น แล้วนำมาคิดคะแนนรวมเป็นความพึงพอใจต่อเรื่องหรือประเด็นที่ต้องการศึกษา

ปัญหาเรื่องความสับสนปะปนระหว่างตัวแปร สามารถสรุปได้ดังแผนภาพผิดๆ ดังภาพประกอบ 3

ภาพประกอบ 3 ปัญหาเรื่องความสับสนปะปนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผล

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ความไม่สมเหตุผลของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรที่เป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวแปรอิสระจึงเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ แต่งานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสังคมไทยเท่าที่ผ่านมาพบว่า มักมีการนำเอาตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มาเป็นตัวแปรสาเหตุของความพึงพอใจเป็นหลัก

ถ้าพิจารณาในเชิงตรรกะแล้ว ตัวแปรเหล่านี้หาได้เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับความพึงพอใจไม่ แต่เป็นตัวแปรที่จำแนกความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น เช่น กรณีเพศกับความพึงพอใจเราก็จะรู้เพียงว่า เพศหญิง หรือเพศชาย มีความพึงพอใจระดับใดใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกัน กล่าวอีกในหนึ่ง ตัวแปรเหล่านี้อยู่ในระดับการจำแนก (Classification) คือจะตอบคำถาม....ว่า “เป็นอะไร” (What) เท่านั้น หาได้ตอบคำถามว่า “ทำไม” (Why) แต่อย่างใด ดังนั้นการนำตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรเหตุ จึงเป็นการกระทำโดยไม่มีกฎเกณฑ์อันเป็นการกำหนดกรอบความสัมพันธ์ของตัวแปรการวิจัย หรือไม่ก็กำหนดกรอบคิดการวิจัยที่ขาดความเข้าใจเชิงหลักเหตุผล

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการ

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการนั้น สามารถพิจารณาได้จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการให้บริการสาธารณะของ จอนห์ ดี มิลเลท (John D.Millet. 1954 : 397 ; อ้างถึงใน วราภรณ์ บุตรพรหม. 2547 : 17) กล่าวคือ เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักการหรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิลเลทเห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมแก่ผู้รับบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

สภาพบริบทพื้นที่ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี เดิมเรียกว่า “อำเภอท่าหลวง” ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2422 โดยมีพระพลสงครามเป็นนายอำเภอคนแรก ซึ่งก่อนหน้านั้นเป็นด่านสำหรับเก็บส่วยอากร ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำจันทบุรี ที่ตั้งตำบลท่าหลวงปัจจุบัน ต่อมาการค้าขายได้เจริญขึ้น มีการติดต่อค้าขายกับประเทศเขมร โดยใช้เส้นทางผ่านอำเภอมะขามไปยังอำเภอโป่งน้ำร้อนและข้ามไปประเทศเขมรกันมากขึ้น เพื่อความสะดวกต่อการเก็บส่วยอากร จึงได้ย้ายที่ว่าการอำเภอมาตั้งอยู่ ณ บ้านมะขาม ในปี พ.ศ. 2540 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “อำเภอมะขาม” (อำเภอมะขาม. ออนไลน์. 2555)

สาเหตุที่ได้ชื่อว่า “มะขาม” เล่าต่อกันมาว่าในขณะนั้น พื้นที่อำเภอมะขามเป็นป่าดงดิบ มีสัตว์ดุร้ายไข้ป่าชุกชุม ทำให้ผู้ที่ผ่านไปมาประสบภัยอยู่เป็นเนืองๆ การเดินทางไม่มีถนนเหมือนในปัจจุบัน การคมนาคมติดต่อกับในจังหวัดที่สะดวกที่สุด ได้แก่ การใช้เส้นทางแม่น้ำจันทบุรีโดยทางเรือ ใช้เวลาเดินทางหลายชั่วโมง การเดินทางโดยทางบกต้องใช้ม้าหรือเกวียน เป็นพาหนะเดินทางผ่านเขา ลัดเลาะไปตามแนวป่ากินเวลาเดินทางประมาณ 2 วัน จึงจะถึงตัวเมือง ทั้งๆ ที่ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตรเท่านั้น การมีสิ่งแวดล้อมเป็นป่าเขาจึงมีสัตว์ร้ายนานาชนิดชุกชุม รวมทั้งไข้ป่าหรือที่เรียกว่า “ไข้มาลาเรีย” ทำให้มักมีการเสียชีวิตระหว่างเดินทาง ผู้ที่ไม่เคยมาเมื่อมาถึงแล้วหลังจากกลับไปก็ไม่กล้ากลับมาอีก เพราะความขยาดต่อความทุรกันดาร และพากันขนานนามว่า “มาขาม” ต่อมาได้เลือนเป็น **“มะขาม”** (อำเภอมะขาม. ออนไลน์. 2555)

คำว่า “มะขาม” จึงเป็นชื่อของตำบล ตามหลักฐานต่างๆ เชื่อว่าเดิมนั้นชาวบ้านเรียกว่า “มะขาม” ซึ่งหมายถึง ความเกรงกลัว เพราะสภาพพื้นที่เดิมเป็นป่าทึบไม่มีบ้านเรือนราษฎร การเดินทางไปมาระหว่างจังหวัดจันทบุรีกับบ้านไพริน จังหวัดพระตะบอง ประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นพื้นที่มีแร่พลอยไพรินที่มีคุณค่าเป็นอันดับ 1 ของโลกราคาสูง ทำให้ผู้ที่นิยมแสวงโชคจำเป็นต้องเดินทางผ่านเส้นทาง “มาขาม” ที่เต็มไปด้วยไข้ผ่า (ไข้จับสั่น) และสัตว์ร้ายนานาชนิด ในปีหนึ่งๆ ปรากฏมีผู้เสียชีวิตด้วยไข้ป่า และสัตว์ร้ายเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นที่เกรงกลัวแก่ผู้ทราบข่าวและผู้ที่จำเป็น

ต้องเดินทางผ่านไปมาเป็นอย่างมาก จึงได้ขนานนามพื้นที่นี้ว่า “มาขาม” ต่อมาได้เพี้ยนเป็น “มะขาม” จนกลายเป็นชื่อหมู่บ้านและตำบลจนถึงปัจจุบัน (ตำบลมะขาม. ออนไลน์. 2555)

ในลักษณะของพื้นที่ในตำบลมะขามเมืองใหม่ มีลักษณะแตกต่างกันไป อาทิเช่น มีบางพื้นที่ของตำบลมะขามจะพบได้ว่า เป็นดินเหนียว จึงมีหมู่บ้านชื่อ บ้านทุ่งดินเหนียว ซึ่งอยู่ในหมู่ที่ 2 มีที่มาจากลักษณะของดินที่พบในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นดินเหนียว ในสมัยก่อนชาวบ้านแถบนี้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนา เมื่อมีการปรับพื้นที่ดิน ไถพรวนดิน จะพบว่าดินส่วนใหญ่เป็นดินเหนียว ชาวบ้านจึงเรียกชื่อหมู่บ้านตามสภาพพื้นดินที่พบส่วนใหญ่ว่า “บ้านทุ่งดินเหนียว” ซึ่งแยกมาจากหมู่ที่ 1 คือ บ้านมะขาม และมีหมู่บ้านหนองอ้อ ก็เพราะว่ามีที่มาจากบริเวณที่ตั้งหมู่บ้านมีหนองน้ำที่มี “ต้นอ้อ” ขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านจึงถือเอาสัญลักษณ์นี้ตั้งเป็นชื่อหมู่บ้าน แล้วเรียกกันว่า “บ้านหนองอ้อ” สืบต่อกันมา หมู่บ้านหนองอ้อ เดิมเป็นหมู่บ้านเล็กๆ มีชาวบ้านอยู่อาศัยกันประมาณ 10 กว่าหลังคาเรือน คนในหมู่บ้านนี้ประกอบอาชีพทำนาและทำสวนพริกไทย เป็นหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลจากหมู่บ้านอื่นๆ หมู่บ้านหนองอ้อนี้ เดิมเป็นท้องที่ที่ขึ้นอยู่กับอำเภอท่าหลวง ต่อมาที่ว่าการอำเภอย้ายมาตั้งที่บ้านมะขาม ท้องที่หมู่บ้านนี้จึงขึ้นอยู่กับอำเภอมะขาม และต่อมาแยกไปเป็นหมู่บ้านหนองอ้อบน หมู่ที่ 9 เนื่องจากหมู่บ้านตั้งอยู่ทางทิศเหนือและมีถนนสายจันทบุรี - สระแก้ว แบ่งระหว่างหมู่บ้าน หมู่ที่ 3 จึงเปลี่ยนชื่อเป็น หมู่บ้านหนองอ้อล่าง ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ ส่วนที่ตั้งอำเภอท่าหลวงเก่านั้น ปัจจุบันนี้เรียกว่า “บ้านท่าหลวงล่างและบ้านท่าหลวงบน” ส่วนบ้านท่าหลวงล่างแต่เดิมนั้น ท่าน้ำของวัดท่าหลวงเป็นท่าเรือโดยสารและเป็นที่ตั้งของหน่วยงานที่มีหน้าที่จัดเก็บส่วยภาษีของทางราชการ (ราชการชาวบ้านเรียกว่า “หลวง”) ชาวบ้านจึงเรียกท่าน้ำนี้ว่า “ท่าหลวง” ต่อมาเกิดจากการขยายตัวของชุมชนจึงย้ายที่ตั้งที่ว่าการอำเภอออกมาตั้งอำเภอเก่า จึงได้ชื่อว่า “บ้านท่าหลวงล่าง” แต่ต่อมาแยกบ้านท่าหลวงล่าง เป็นหมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 เนื่องจากมีประชากรอาศัยจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ส่วนบ้านท่าหลวงบนจะตั้งอยู่ในตำบลท่าหลวง ซึ่งเป็นเขตความรับผิดชอบของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ในปัจจุบัน (ลักษณะของพื้นที่ในตำบลมะขาม. ออนไลน์. 2555)

เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 225/17 หมู่ที่ 1 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ได้รับยกฐานะโดยจัดตั้งและเปลี่ยนแปลงชื่อจากองค์การบริหารส่วนตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ตั้งแต่วันที่ 25 กรกฎาคม 2551 มีพื้นที่ในความรับผิดชอบ 50.75 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย 10 หมู่บ้าน/ชุมชน จำนวนประชากร 5,841 คน ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (ทำสวนผลไม้) ซึ่งที่ผ่านมาสภาพปัญหาหลักของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ประการหนึ่ง ได้แก่ เกษตรกรประสบปัญหา

ด้านราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ประชาชนยังมีรายได้น้อยไม่เพียงพอต่อการยังชีพ เนื่องจากขาดโอกาสและการสนับสนุนในการสร้างอาชีพเพื่อหารายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ จึงมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาและความต้องการของประชาชน โดยจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ แนวทางในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกรได้มีอาชีพอย่างต่อเนื่อง และการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจในท้องถิ่นควบคู่กันไป โครงการที่สำคัญ ได้แก่ โครงการจัดสร้างตลาดกลางสินค้าเพื่อการเกษตร โครงการจัดตั้งตลาดนัดและลานค้าชุมชน โครงการจัดตั้งศูนย์ประสานการตลาดและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ตำบล (OTOP) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดจันทบุรี ด้านการพัฒนาสินค้าเกษตรคุณภาพ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการค้าขายและระบายผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาดนอกแหล่งผลิต นอกจากนี้เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ ได้จัดหาภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตลาดนัดชุมชนในตลาดกลางของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่เป็นประจำสัปดาห์ละ 3 วันตลอดทั้งปี จากการดำเนินโครงการดังกล่าวสามารถทำให้ประชาชนได้มีโอกาสในการสร้างอาชีพค้าขายเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม สร้างรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว นอกจากนี้เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่สามารถบริหารจัดการ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ โดยการจัดเก็บรายได้จากการให้เช่าทรัพย์สินและค่าธรรมเนียมได้เพิ่มเติมจากรายได้ที่จัดเก็บตามกฎหมาย เพื่อนำรายได้มาพัฒนาท้องถิ่นต่อไป (สราวุธ อินทะพันธุ์. 2554 : 2)

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานสำคัญของท้องถิ่นในปัจจุบันสามารถสรุปด้วยข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ ดังนี้ (เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่. 2555 : 1-5)

ที่ตั้ง สำนักงานเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ ตั้งอยู่ เลขที่ 225/17 ชุมชนที่ 1 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 (ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 317 จันทบุรี - สระแก้ว) ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดจันทบุรี ห่างจากตัวจังหวัดจันทบุรี ประมาณ 14 กิโลเมตร และห่างจากที่ว่าการอำเภอมะขาม ประมาณ 0.3 กิโลเมตร

อาณาเขต เขตการปกครอง มีเขตพื้นที่ติดต่อ คือ

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลฉมัน และตำบลวังแซ้ม
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลพลับพลา อำเภอเมืองจันทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลปัถวี และตำบลอ่างคีรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบลท่าหลวง

รวมพื้นที่ 50.75 ตารางกิโลเมตร

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เขตการปกครอง เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ แบ่งเขตการปกครองเป็น 2 เขตการปกครอง คือ เขตที่ 1 และเขตที่ 2 มีหมู่บ้านจำนวนทั้งสิ้น 10 หมู่บ้าน คือ

ชุมชนที่ 1 บ้านมะขาม ชุมชนที่ 2 บ้านทุ่งดินเหนียว
ชุมชนที่ 3 บ้านหนองอ้อบน ชุมชนที่ 4 บ้านท่าหลวงล่าง
ชุมชนที่ 5 บ้านท่าหลวงล่าง ชุมชนที่ 6 บ้านเกาะสาน
ชุมชนที่ 7 บ้านบางจะอ้าย ชุมชนที่ 8 บ้านพญาล่าง
ชุมชนที่ 9 บ้านหนองอ้อล่าง ชุมชนที่ 10 บ้านท่าระม้าบน

จำนวนหมู่บ้านในเขตเทศบาลตำบลเต็มทั้งหมู่บ้าน จำนวน 9 หมู่บ้าน (ชุมชนที่ 2-10)

จำนวนหมู่บ้านในเขตเทศบาลตำบลเต็มบางส่วน จำนวน 1 หมู่บ้าน ได้แก่ ชุมชนที่ 1

ท้องถิ่นอื่นในตำบล ได้แก่ เทศบาลตำบล จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลมะขาม ครอบคลุมพื้นที่ชุมชนที่ 1 บางส่วน บ้านมะขาม ตำบลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

ข้อมูลประชากร

ตาราง 1 ข้อมูลประชากร ณ 31 พฤษภาคม 2555

หมู่ที่	ชื่อชุมชน	ครัวเรือน ทั้งหมด	ประชากร (คน)		
			ชาย	หญิง	รวม
1	บ้านมะขาม	1,031	843	761	1,604
2	บ้านทุ่งดินเหนียว	136	164	184	348
3	บ้านหนองอ้อ	316	353	366	719
4	บ้านท่าหลวงล่าง	104	155	185	340
5	บ้านท่าหลวงล่าง	102	146	165	311
6	บ้านเกาะสาน	123	138	173	311
7	บ้านบางจะอ้าย	167	249	273	522
8	บ้านพญาล่าง	97	177	145	322
9	บ้านหนองอ้อ	346	371	387	758
10	บ้านท่าระม้า	169	256	290	546
	รวม	2,591	2,852	2,929	5,781

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สภาพทางเศรษฐกิจอาชีพ ประชากรส่วนใหญ่ในเขตเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ประกอบอาชีพเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. อาชีพเกษตรกรรม

2. อาชีพค้าขาย
3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
4. อุตสาหกรรม

หน่วยธุรกิจในเขตเทศบาลตำบล

1. ธนาคาร จำนวน 1 แห่ง
2. ปั๊มน้ำมัน จำนวน 4 แห่ง
3. ปั๊มแก๊ส แอลพีจี จำนวน 2 แห่ง
4. แพลนคอนกรีต จำนวน 1 แห่ง

รายได้ของเทศบาลตำบล

ตาราง 2 รายได้ของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่

ปีงบประมาณ	รายได้จัดเก็บเอง	ส่วนราชการจัดเก็บให้	เงินอุดหนุนทั่วไป	รวมรายได้
2550	1,588,177.92	9,983,689.97	5,676,749.11	17,248,617.00
2551	1,836,768.63	9,487,067.15	5,795,537.00	17,119,372.78
2552	1,659,134.75	9,903,005.77	8,698,765.00	20,260,905.52
2553	2,662,048.47	11,342,995.12	7,645,545.00	21,650,588.59
2554	2,492,678.17	11,758,510.94	10,302,283.00	24,553,472.11

สภาพทางสังคม

1. การศึกษา
   - 1.1 โรงเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 1 แห่ง
   - 1.2 โรงเรียนระดับมัธยมศึกษา จำนวน 1 แห่ง
   - 1.3 ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน จำนวน 10 แห่ง
   - 1.4 ศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียน จำนวน 1 แห่ง
   - 1.5 ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน จำนวน 1 แห่ง
   - 1.6 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 1 แห่ง
2. สาธารณสุข
   - 2.1 โรงพยาบาลของรัฐขนาด 10 เตียง จำนวน 1 แห่ง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2.2 โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) จำนวน 1 แห่ง

2.3 อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำนวน 110 คน

2.4 อัตราการมีส้วมซึมและใช้ส้วมราดน้ำ ทุกหลังคาเรือน

3. สถาบันและองค์กรทางศาสนา

3.1 วัด จำนวน 4 แห่ง (หมู่ 5,7,8,9)

3.2 ที่พักสงฆ์ จำนวน 2 แห่ง (หมู่ 1)

3.3 สำนักสงฆ์ จำนวน 1 แห่ง (หมู่ 3)

4. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

4.1 ป้อมตำรวจ จำนวน 2 แห่ง

4.2 สถานีตำรวจภูธรอำเภอมะขาม จำนวน 1 แห่ง

4.3 อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน จำนวน 70 คน

ลักษณะภูมิประเทศ และทรัพยากรธรรมชาติ

ลักษณะภูมิประเทศทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม มีพื้นที่เนินชายเขาเป็นบางส่วน มีคลองธรรมชาติหลายสาย เช่น คลองตาหนู คลองมะขาม คลองลี่ คลองพญาล่าง คลองนางงาม คลองทราย คลองเสริม คลองตาโบและแม่น้ำจันทบุรีไหลผ่าน เหมาะสำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ ยางพารา นอกจากนั้นยังมีหนองตะพองเป็นแหล่งน้ำจืดขนาดใหญ่ เขามะขาม เหมาะสำหรับการพัฒนาฟื้นฟู เพื่อเป็นสถานที่พักผ่อน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จุดเด่นของพื้นที่ที่เอื้อต่อการพัฒนาตำบล

เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ มีอ่างเก็บน้ำธรรมชาติมีชื่อว่า “หนองตะพอง” ซึ่งเหมาะสำหรับปรับปรุงพัฒนาสภาพภูมิทัศน์เพื่อประโยชน์เอนกประสงค์ เช่น เป็นแหล่งเก็บกักน้ำธรรมชาติเพื่อแก้ปัญหาภัยแล้งและป้องกันอุทกภัยตามโครงการแก้มลิง และเป็นที่ทัศนศึกษาดูงานเกี่ยวกับศูนย์ธรรมชาติ สวนสมุนไพร สวนสาธารณะ สวนป่าอนุรักษ์ สวนสุขภาพ ศูนย์เพาะพันธุ์ปลาและสัตว์น้ำตามธรรมชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนออกกำลังกาย

สภาพพื้นที่เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ เกษตรกรขาดสถานที่จำหน่ายสินค้าเพื่อการเกษตร ประสบกับปัญหาผลไม้ล้นตลาด มีพื้นที่สาธารณประโยชน์เหมาะสำหรับการพัฒนาตลาดกลางสินค้าเพื่อการเกษตร เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือเกษตรกร พื้นที่เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ มีที่พักสงฆ์พระบาทเขามะขาม ประกอบด้วยพระพุทธบาทเก่าแก่ เหมาะสำหรับที่จะพัฒนาเป็นที่ศึกษาประวัติศาสตร์ทางพระพุทธศาสนา และศึกษาป่าไม้ธรรมชาติ ศึกษาชมทัศนียภาพของจังหวัดจันทบุรี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การบริการพื้นฐาน

1. การคมนาคมและขนส่ง

การคมนาคมขนส่งระหว่างตำบล ใช้เส้นทางถนนในการเดินทางและการขนส่ง โดยมีเส้นทางที่เชื่อมต่อกันระหว่างหมู่บ้านใช้สัญจรไปมา จำนวน 3 สาย ได้แก่

1.1 ถนนลาดยาง จำนวน 1 เส้น

1.2 ถนนลูกรัง จำนวน 22 เส้น

1.3 ถนนคอนกรีต จำนวน 3 เส้น

1.4 ถนนหินคลุก จำนวน 29 เส้น

2. การโทรคมนาคม

2.1 ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข จำนวน 1 แห่ง

2.2 สถานีโทรคมนาคมอื่น จำนวน 1 แห่ง

2.3 ชุมสายโทรศัพท์จันทบุรี จำนวน 1 แห่ง

3. ไฟฟ้า

3.1 สำนักงานการไฟฟ้าอำเภอมะขาม จำนวน 1 แห่ง

3.2 ประชากรมีไฟฟ้าใช้ ร้อยละ 95%

4. แหล่งน้ำธรรมชาติ

คลอง/ลำห้วย จำนวน 11 สาย

5. แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

5.1 ฝาย จำนวน 7 แห่ง

5.2 บ่อน้ำตื้น จำนวน 396 แห่ง

5.3 บ่อโยก จำนวน 5 แห่ง

5.4 เขื่อน จำนวน 1 แห่ง

5.5 สระน้ำขนาดกลาง จำนวน 1 แห่ง

ข้อมูลอื่นๆ

1. มวลชนจัดตั้ง

1.1 ลูกเสือชาวบ้าน 10 รุ่น จำนวน 420 คน

1.2 ไทยอาสาป้องกันชาติ 5 รุ่น จำนวน 56 คน

1.3 กองหนุนเพื่อความมั่นคง 5 รุ่น จำนวน 126 คน

1.4 อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน จำนวน 70 คน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2. ศักยภาพของชุมชนและพื้นที่ การรวมกลุ่มของประชาชนทุกประเภทรวม 52 กลุ่ม แยกเป็น

กลุ่มอาชีพ จำนวน 16 กลุ่ม
กลุ่มออมทรัพย์ จำนวน 10 กลุ่ม
กลุ่ม อสม. จำนวน 10 กลุ่ม
กลุ่มสตรี จำนวน 10 กลุ่ม
กลุ่มแม่บ้าน จำนวน 3 กลุ่ม
กลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน จำนวน 1 กลุ่ม
กลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 1 กลุ่ม
กลุ่มผู้พิการ จำนวน 1 กลุ่ม
กลุ่มกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีตำบลมะขาม จำนวน 1 กลุ่ม

ตลาดนัด

กรมการค้าภายในได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารราชการที่เปิดเผยโปร่งใส เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการรับรู้ เข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะเสนอปัญหาร่วมคิด ร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจและพัฒนาระบบราชการ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและให้ประชาชนมีความสุขในปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 จึงได้ดำเนินการตามนโยบายและแนวคิดดังกล่าว โดยได้มีการวิเคราะห์ภารกิจหลักและยุทธศาสตร์ที่สำคัญ และเสนอภารกิจ 3 ภารกิจ ที่เห็นควรพัฒนาเข้าหารือในคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนที่ประกอบด้วย ผู้แทนส่วนราชการและผู้แทนภาคประชาชน ซึ่งคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้มีฉันทามติเลือกประเด็น “ตลาดชุมชนกับวิถีไทย” เป็นประเด็นในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ตลาดนัด ซึ่งเป็นแหล่งระบายสินค้าที่คนไทยคุ้นเคย มีสินค้าราคาถูก และสามารถต่อรองราคาได้ ให้สามารถดำรงอยู่ได้ โดยมุ่งเน้นการจัดระบบตลาด สร้างจิตสำนึกให้ผู้ประกอบการไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภค ดูแลปิดป้ายแสดงราคาสินค้า การตรวจสอบเครื่องชั่ง การให้มีเครื่องชั่งกลางไว้ทดสอบน้ำหนักและการจัดทำทะเบียนข้อมูลการประกอบธุรกิจ (กรมการค้าภายใน. 2552 : 67)

การตลาด เป็นกระบวนการทำงานที่ว่าด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การจัดจำหน่ายสินค้า/บริการ และการนำส่งมอบให้กับลูกค้าตามเวลาที่ต้องการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและสนองความพึงพอใจของลูกค้า และไปถึงมือผู้บริโภคในเวลาที่ต้องการ วิธีการที่จะทำให้วงการตลาดสามารถหมุนเวียนไปตามวัตถุประสงค์ได้อย่างราบรื่นต้องอาศัยการจัดการด้านการตลาดที่เรียกว่า การจัดการ ส่วนประกอบการตลาดนำมาผสมผสานให้เหมาะสมนั่นเอง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1. สินค้าและบริการ
2. ราคา
3. การจัดจำหน่าย
4. การส่งเสริมการตลาด

วิธีการหนึ่งที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับสินค้า/บริการที่เสนอขาย โดยพยายามเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้า และเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญ 4 ชนิด ได้แก่

1. การขายโดยบุคคล เป็นการสื่อสารสองทาง มีการพบหน้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ขายสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อได้วิธีนี้ เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง
2. การโฆษณา เป็นการสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการ
3. การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น เป็นรูปแบบการเสนอผลประโยชน์พิเศษให้แก่กลุ่มลูกค้าเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าในช่วงเวลานั้น
4. การประชาสัมพันธ์ ในการทำธุรกิจมักจะสนใจภาพยนตร์ของกิจการผู้ประกอบการธุรกิจในยุคปัจจุบัน มิได้เพียงแสวงหากำไรแต่อย่างเดียว แต่ต้องการความยั่งยืนในการทำธุรกิจ ดังนั้น หากแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงผู้บริโภคจะทำให้ธุรกิจอยู่ไม่ได้ จึงต้องพยายามสร้างภาพที่ดีให้แก่สังคม และเผยแพร่ให้ประชาชนทราบเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

การจัดให้มีตลาดนัดชุมชนหรือลานค้าชุมชน ปัญหาพื้นฐานของภาคเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน คือ “ตลาด” เมื่อชาวบ้านทำการผลิตทางการเกษตร หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ แล้ว ไม่สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่เป็นธรรมโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และประชาชนก็จะสามารถซื้อผลผลิตได้ในราคาถูก ในขณะเดียวกันเกษตรกรหรือกลุ่มอาชีพ ก็สามารถใช้ลานค้าชุมชนเป็นเวทีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการผลิต ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของผลผลิตให้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นสถานที่ที่จะให้ภาคธุรกิจได้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปจำหน่ายในเมืองหรือต่างประเทศต่อไปได้ ซึ่งหลักการดังกล่าวสอดคล้องกับ “กฎการตลาดเพื่อชุมชน” ในระบบชุมชนาธิปไตย (พิทยา ว่องกุล. 2542 : 136) ที่มีสมาชิกผลิตสินค้าหลากหลายชนิด สนองความต้องของชุมชนเป็นหลัก เหลือเฟือจึงขายสู่ตลาดภายนอก ทำให้เส้นดุลภาพของราคาที่เกิดจากความต้องการซื้อและความต้องการขายเคลื่อนไหวน้อยที่สุดหรือคงที่ ความได้เปรียบ

เสียเปรียบจะไม่เกิดขึ้นในชุมชน สินค้าที่เหลือเมื่อขายให้ภายนอกจะกลายเป็นมูลค่าสะสมทุนให้แก่สมาชิกและชุมชน (พิษณุ อ่อนมณี. ออนไลน์. 2555)

ความหมายของตลาดนัด

สารานุกรมวิกิพีเดีย (ออนไลน์. 2555) ให้ความหมายของตลาดนัดโดยทั่วไป คือ ตลาดที่มีการกำหนดวันเปิดซื้อขายเป็นบางวันหรือบางเวลา ปกติแล้วจะมีลักษณะเป็นตลาดสดซึ่งขายอาหารสดเป็นหลัก ในวันที่มีตลาดนัดจะมีผู้คนคึกคักทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย สินค้าอาจวางขายกับพื้นหรือวางบนโต๊ะหรือแผงที่สร้างขึ้นอย่างหยาบๆ นอกจากนี้ยังอาจมีรถกระบะวางขายสินค้าเบ็ดเตล็ด จำพวกของใช้ในครัวมาวางขายด้วย มักมีการขายอาหารปรุงเสร็จและมีขนมสำหรับผู้จับจ่ายซื้อขายในตลาดนัดอีกด้วย ซึ่งตลาดนัดอาจจัดในสถานที่ที่แน่นอน หรือเปลี่ยนสถานที่ก็ได้ ความแตกต่างของตลาดนัดและตลาดสด ก็คือ ตลาดสดนั้นเป็นตลาดที่มีสินค้าวางขายทุกวัน (อาจเว้นบางวันตามกำหนด) แต่ตลาดนัดมีกำหนดซื้อขายเพียงไม่กี่วันต่อสัปดาห์ หากเปิดขายเป็นประจำทุกวันก็จะไม่เรียกว่าตลาดนัด นอกจากนี้ตลาดนัดยังอาจขายสินค้าที่หลากหลาย ไม่จำเป็นต้องขายอาหารสดเพียงอย่างเดียว เช่น เสื้อผ้า แผงหนังสือ เป็นต้น ปัจจุบันมีการเปิดตลาดนัดกว้างขวางขึ้น และมีการใช้คำว่าตลาดนัดสำหรับสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากอาหารสด เช่น ตลาดนัดรถยนต์ ตลาดนัดบ้านมือสอง ฯลฯ การขายของในตลาดนัดเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้เพิ่มรายได้กับใครก็ตามที่มีความสนใจไม่ว่าจะอยู่ในสถานะอาชีพใดๆ

1. เริ่มจากสินค้าว่ามีราคาเช่นใด หมายความว่า พอที่จะสู้กับตลาดในระดับใดได้บ้าง ราคาถูกหรือแพง

2. สถานที่ที่มีการจัดตลาดนัด สถานที่ดังกล่าวมีตัวแปรต้องคำนึงถึงว่ามีความใกล้กับสถานที่ใด อาทิ หมู่บ้านที่มีฐานะซึ่งคนทั่วไปมักคิดว่าคนเหล่านี้จะมีกำลังซื้อที่สูง แต่จากประสบการณ์คนที่อยู่ในชุมชน หรือจะเป็นสลัม มีผลต่อการค้าในตลาดนัดมากกว่า เพราะต้องกินต้องซื้อทั้งวัน แต่กับคนพอมีฐานะ คนเหล่านี้มีหลายสิ่งที่จะต้องควบคุมการใช้จ่ายเงินประกอบกับกินน้อยใช้น้อยด้วย

ผู้ขายในตลาดนัด หรือพ่อค้าแม่ค้าในตลาดนัดมีหลายประเภท สำหรับในประเทศไทยอาจแบ่งได้เป็น ดังนี้

1. ผู้ขายตลาดนัดโดยเฉพาะ คือ มีอาชีพขายตามตลาดนัดเป็นหลัก โดยจะเร่ขายตามตลาดนัดแหล่งต่างๆ ทุกวัน เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ทุกวัน สินค้าที่ขายจะเหมือนเดิมหรือแตกต่างกันในแต่ละตลาดก็ได้ แล้วแต่ความชอบของลูกค้าตนเอง

2. ผู้ขายเจ้าถิ่น ไม่ได้หมายความว่า เป็นนักเลงหรือผู้มีอิทธิพล แต่เป็นพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของประจำในบริเวณรัศมีประมาณห้ากิโลเมตรของตลาด เหตุที่ต้องมาขายในตลาดนัดเพิ่มเติมเนื่องจากวันไหนมีตลาดนัด สินค้าตัวเองจะขายได้น้อยลงอย่างเห็นได้ชัด

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3. ผู้ขายมือสมัครเล่น เนื่องจากตลาดนัดโดยส่วนใหญ่ จะไม่มีการให้จับจองล่วงหน้า หรือกำหนดที่ตายตัว ใครมาตามนัดก่อนจะได้เลือกที่ขายก่อน ดังนั้นจึงเปิดกว้างให้ผู้ขายรายใหม่เข้ามาขายได้ และเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของตลาดนัด ที่มีคนขายไม่ซ้ำหน้า และที่ประจำไม่มี ต้องเดินให้ทั่วตลาด

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ตลาดนัด คือ สถานที่ที่มีการกำหนดวันเปิดซื้อขายเป็นบางวัน หรือบางเวลา มีกำหนดซื้อขายเพียงไม่กี่วันต่อสัปดาห์ อาจจัดในสถานที่ที่แน่นอน หรือเปลี่ยนสถานที่ก็ได้มีผู้คนคึกคักทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย สินค้าอาจวางขายกับพื้นหรือวางบนโต๊ะหรือแผงที่สร้างขึ้นอย่างหยาบๆ เป็นสถานที่ที่ขายสินค้าหลากหลาย เช่น อาหารสด อาหารปรุงเสร็จ ขนม ของใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า แผงหนังสือ เป็นต้น บ้างก็มีรถยนต์วางขายสินค้าเบ็ดเตล็ดต่างๆ

ความหมายของการบริการตลาดนัด

จากการศึกษาความหมายของการบริการพบว่ามีผู้ให้ความหมายของการบริการ ไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน. 2546 : 48) ได้ให้ความหมายว่า “การบริการ” หมายถึง งานหรือเรื่องที่ทำ “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้หรือให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น “การบริการ” จึงหมายถึง งานที่ปฏิบัติรับใช้หรืองานที่ให้ความสะดวกต่างๆ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2540 : 6) กล่าว่า “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์

วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2542 : 7) กล่าวว่า “การบริการ” เป็นสิ่งที่จับสัมผัสแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดยจากบริกร) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2540 : 7) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะนี้ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟล้อก และลอเรน ไรท์ (2546 : 4) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ 2 อย่าง ดังนี้

1. บริการเป็นปฏิกิริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้

2. บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

วัชราภรณ์ สุริยาภิวัฒน์ (2546 : 15) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามความสามารถและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับบริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในระยะต่อไป พร้อมทั้งให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548 : 14) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง การกระทำพฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น

เอนก สุวรรณบัณฑิต (2548 : 18) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 18) ได้ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546 : 12) ในปัจจุบันการบริการเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันและบุคคลได้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อการบริการ ประมาณได้ว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทุกวันนี้ จะเป็นค่าบริการประมาณร้อยละ 45

จินตนา บุญบงการ (2539 : 15) ได้ให้ความหมายของการบริการว่าเป็นสิ่งจับต้องสัมผัสแตะต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่ รูปแบบ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดีๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษรทั้ง 7 นี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการ และให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547 : 14) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า กิจกรรมที่เป็นประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้น เพื่อเสนอขายหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า จากความหมายดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า การบริการแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การตรวจและรักษาโรค การจัดที่พักในรูปแบบต่างๆ การให้ความรู้และพัฒนาทักษะในสถานศึกษาต่างๆ การให้คำปรึกษาในการบริหารธุรกิจ หรือการให้ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ

2. การบริการส่วนครบ เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเสริมกับสินค้า เพื่อให้การขายและให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น บริการติดตั้งเครื่องซักผ้าหลังการขาย การตรวจเช็คเครื่องปรับอากาศตามระยะเวลา หรือการให้คำแนะนำในการใช้งานเครื่องพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพ หรือการฝึกอบรมใช้เครื่องจักรในการผลิตให้กับลูกค้า

วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์ (2542 : 6-7) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า เป็นกระบวนการหรือกระบวนกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส หรือแตะต้องได้ยาก แต่เป็นสิ่งที่สูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกร และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการหรือเกิดการบริการขึ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 142) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า

คอทเลอร์ (Kotler. 1997 : 611) ได้จำกัดความของการบริการไว้ดังต่อไปนี้ การบริการเป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณ์ อย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด โดยที่การผลิตอาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพ

ดังนั้น ในการรักษาคุณภาพการบริการจึงจำเป็นต้องควบคุมในทุกๆ หน่วยบริการให้เป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการเสมอ คือ จะต้องมีการบริการดีทั้งองค์กร ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีต่อผู้มารับบริการนั้น ยังขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้รับบริการ และในการสร้างธุรกิจองค์กรทุกชนิดต้องรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการให้อยู่ตลอด

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัสแตะต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้ (เอนก สุวรรณบัณฑิต. 2548 : 21-22)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาด ซึ่งได้มีผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดกลาง ตลาดสด ลานค้าชุมชน ด้านรูปแบบการจัดการตลาด ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนา การออกแบบ การปรับปรุงตลาด และสภาพแวดล้อมของตลาด ได้มีผู้ศึกษาดังนี้

ระพีศักดิ์ มาลัยรุ่งสกุล (2543 : 34) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการตลาดสดตามหลักสุขาภิบาลอาหารในเขตเทศบาลนครลำปาง เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาสำรวจลักษณะแบบตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการตลาดสดในเขตเทศบาลนครลำปาง และศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามหลักสุขาภิบาลอาหาร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดสดพบว่าทุกกลุ่มมีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงตลาดสด โดยได้รูปแบบแนวทางการจัดการตลาดสดในเขตเทศบาลนครลำปาง โดยวิธีการดำเนินงานแบบผสมผสานที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันจากกลุ่มที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ เจ้าของตลาด ผู้ประกอบการค้าและประชาชน ในการนำมาตรการทางกฎหมายมาใช้อย่างจริงจัง การมีส่วนร่วมของกลุ่มที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

การรวมกลุ่มของผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเครือข่ายในรูปแบบสมาคม ชมรมตลาดสดและการใช้สิทธิเรียกร้องให้มีการปรับปรุงตลาดสด โดยใช้กระบวนการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก ทัศนคติและจิตสำนึกในรูปแบบการอบรมให้ความรู้ มีการจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน เวทีชุมชนและการรณรงค์ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดสด เพื่อให้การจัดการตลาดสดสามารถดำเนินการแก้ปัญหาได้อย่างครอบคลุม และสามารถลดช่องว่างในการแก้ปัญหา อันจะนำไปสู่การจัดการตลาดสดที่ถูกหลักสุขาภิบาลอาหารได้อย่างยั่งยืน

ปาริชาติ ภูสนาม (2545 : 55) ได้ศึกษาการบริหารและการจัดการตลาดลานค้าของชุมชนบ้านม่วง ต.บ้านทุ่ม อ. เมือง จ.ขอนแก่น ซึ่งได้ศึกษาการเกิดขึ้นของตลาดลานค้าชุมชนและศึกษารูปแบบการบริหารและการจัดการตลาดลานค้าชุมชน รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนผลกระทบทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจที่เกิดจากตลาดลานค้าชุมชน จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้บริหารตลาดลานค้าชุมชนบ้านม่วงพบว่า กลุ่มผู้บริหารตลาดลานค้าชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดลานค้าชุมชนในระดับมาก กลุ่มผู้บริหารตลาดลานค้าชุมชนมีความสามัคคี และมีความตั้งใจจริงในการบริหารตลาดให้ดีและมีประสิทธิภาพ กลุ่มผู้ขายสินค้าในตลาดพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้จากการขายสินค้าในลานค้าชุมชนในวันปกติน้อยกว่ารายได้ในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ประเภทสินค้าที่มาขายส่วนใหญ่จะเป็นผักสดและผลไม้ เหตุผลสำคัญที่มาขายสินค้าที่ตลาดลานค้าชุมชน คือ อยู่ใกล้บ้าน และมีความเห็นว่ารูปแบบของตลาดลานค้าชุมชนมีความเหมาะสมแล้ว กลุ่มผู้ซื้อสินค้าในตลาดลานค้าชุมชนบ้านม่วงส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เป็นผู้อาศัยอยู่ที่บ้านม่วงใกล้ตลาด สาเหตุที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดลานค้าชุมชนบ้านม่วง คือ อยู่ใกล้บ้าน ประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ อาหารสด เช่น ไก่ เนื้อ หมู ปลาและอาหารทะเลสด ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้บริหารตลาดลานค้าชุมชนบ้านม่วง มี 2 ด้าน คือ ปัญหาในการพัฒนาปรับปรุงตลาด ซึ่งจะพบปัญหาในเรื่องสถานที่ตลาดลานค้าชุมชนมีจำกัดไม่สามารถที่จะขยายตลาดได้ ส่งผลให้ตลาดคับแคบ แออัด ขาดงบประมาณในการก่อสร้างอาคารใหม่เพิ่มและเทพื้นคอนกรีต ทำให้เป็นอุปสรรคในการที่ผู้ขายไม่มีหลังคา เมื่อฝนตกพื้นดินจะเฉอะแฉะทำให้ไม่น่าซื้อสินค้า ปัญหาอีกด้านหนึ่งคือ ปัญหาในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารและการจัดการตลาดลานค้าชุมชนที่สำคัญคือ ปัญหาในการจัดการแผงสินค้าให้กับผู้ขายสินค้า เนื่องจากผู้ขายไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ทางกลุ่มผู้บริหารได้วางไว้ จึงส่งผลให้ตลาดไม่น่าเดินซื้อสินค้า ปัญหาอุปสรรคของผู้ขายสินค้าในตลาดลานค้าชุมชนบ้านม่วงที่พบคือ ผู้ขายไม่มีอาคารที่ขายสินค้าจะต้องวางขายที่นอกอาคารทำให้เป็นอุปสรรคในการขายสินค้าเมื่อเวลาฝนตก และปัญหาที่ผู้ซื้อพบคือ สินค้าที่ผู้ขายนำมาวางขายที่ตลาดชุมชนยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการเข้าไปซื้อที่ตลาดในเมืองขอนแก่น

สมลักษณ์ หมูสวัสดิ์ (2545 : 67) ได้ศึกษาวิจัยแนวโน้มการออกแบบตลาดสดระดับชุมชนในเขตบางกะปิ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตลาดสดและลักษณะของตลาดสดที่ผู้ใช้ต้องการ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันตลาดสดในเขตบางกะปิ โดยทั่วไปจะติดตลาดในตอนเช้าและเย็น ซึ่งกิจกรรมการซื้อขายจะเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่จะหนาแน่นในตอนเช้ามาเป็นตอนเย็น เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเวลา และการเดินทางของผู้บริโภค นับตั้งแต่การติดขัดของการจราจร การจอดรถที่อยู่ไกลออกไปจากที่ทำงาน เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่กินเวลาให้หมดไป ดังนั้นคนส่วนใหญ่จึงได้เลื่อนช่วงเวลาของการจ่ายตลาดจากการไปจ่ายตลาดตอนเช้าหรือสายจากบ้านมาเป็นแวะซื้อตอนขากลับจากทำงานในตอนเย็นไปแล้ว ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่าตลาดควรตั้งอยู่ในสถานที่ที่การคมนาคมขนส่งสะดวกง่ายต่อการเข้าถึง เป็นเส้นทางคมนาคมสายหลัก มีชุมชนมากพอที่ทำให้เกิดกำลังซื้อได้ มีสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะ มีต้นไม้ให้ความร่มเย็น และช่วยป้องกันมลพิษที่เกิดจากที่จอดรถและการจราจรติดขัดรอบๆ ตลาด ทางเดินเท้าเข้าตลาดและรอบๆ จัดให้เป็นระเบียบและสะอาด มีการรักษาความปลอดภัยจากการโจรกรรม สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดสดพบว่า ปัจจุบันยังคงมีปัญหาด้านแสงสว่าง กลิ่น ความชื้น ฝนสาด การระบายน้ำ การกำจัดขยะ การจัดระเบียบการใช้พื้นที่ ที่จอดรถ การจราจรติดขัดรอบๆ ตลาด ตัวอาคารตลาดทรุดโทรมไม่ได้รับการปรับปรุง พื้นเปียกแฉะไม่น่าเดิน การไม่รักษาความสะอาดของผู้ขาย ห้องน้ำและโทรศัพท์สาธารณะไม่เพียงพอต่อความต้องการและหาบเร่แผงลอยกีดขวางทางเดิน ปัญหาเหล่านี้ถ้าได้รับการเอาใจใส่และคำนึงถึงก่อนการจัดสร้างตลาดสดขึ้นใหม่และเตรียมการป้องกันไว้ล่วงหน้า ก็จะช่วยให้ตลาดสดที่เกิดขึ้นลักษณะที่ดีได้ ลักษณะของตลาดสดที่ผู้ใช้ต้องการ พบว่าต้องการตลาดสดที่สะอาดถูกสุขลักษณะ เดินทางและเข้าถึงสะดวก มีบริการอย่างเพียงพอในเรื่องของที่จอดรถ ร้านค้าที่หลากหลาย การรักษาความปลอดภัย ข่าวสาร โทรศัพท์ ห้องน้ำ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น รถเข็นสำหรับใส่สินค้า เครื่องคิดเลข ล็อกเกอร์ใส่ของ ตาชั่งกลาง ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปกำหนดแนวคิดในการออกแบบ และองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมเพื่อการออกแบบอาคารตลาดสดระดับชุมชนที่สามารถตอบสนองผู้ใช้และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสม

สวนันต์ ธรรมแก้ว (2547 : 62) ได้ศึกษาการปรับปรุงพื้นที่บริเวณตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาวิวัฒนาการของชุมชนและสภาพปัญหาสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ในปัจจุบัน เพื่อกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่ เพื่อเพิ่มศักยภาพการใช้ที่ดินและเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมืองให้ดีขึ้น จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าพื้นที่ศึกษามีปัญหาทางกายภาพ อาคารร้านค้าในพื้นที่ขาดการดูแลรักษา มีกิจกรรมการค้าเกิดขึ้นตลอดวัน โดยไม่มีช่วงเวลาสำหรับการซ่อมแซมปรับปรุงอย่างเป็นระบบ จึงทำให้พื้นที่เสื่อมโทรม

ทั้งอาคารสิ่งก่อสร้างและภูมิทัศน์ การพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่โครงการจึงนำเสนอแนวคิดให้มีการรื้อปรับปรุงเฉพาะอาคารที่หมดอายุ การใช้งานหรืออาคารที่หมดคุณค่าในการลงทุน เพื่อพัฒนาให้เป็นย่านการค้าที่เหมาะสม รองรับการขยายตัวของเมืองในอนาคต แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ชุมชนบริเวณตลาดวโรรส ที่เสนอแนะประกอบด้วย 1) การควบคุมการใช้ที่ดิน โดยจำแนกพื้นที่ออกเป็น พื้นที่อนุรักษ์อาคาร พื้นที่ควบคุมการก่อสร้างพื้นที่พาณิชยกรรม พื้นที่ว่าง และพื้นที่จอดรถที่เหมาะสม 2) การเชื่อมโยงระบบเครือข่ายการสัญจร โดยปรับปรุงทางเดินเท้าและจุดเชื่อมต่อระหว่างชุมชนเข้าสู่ตลาดและเชื่อมต่อตลาดให้เป็นย่านการค้าที่สมบูรณ์ 3) การอนุรักษ์และปรับปรุงทางกายภาพของอาคารและภูมิทัศน์ริมน้ำ ด้วยองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรม 4) การฟื้นฟูทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีเอกลักษณ์เป็นย่านการค้าที่สำคัญของเมืองเชียงใหม่

พรชัย นาคสีทอง และอภิเชษฐ กาญจนดิฐ (2550 : 51) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ตลาดนัด” วัฒนธรรมและเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมด้านการบริโภค : กรณีศึกษาตลาดนัดวันอาทิตย์บริเวณสถานีรถไฟสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทความเปลี่ยนแปลงของตลาดนัดวันอาทิตย์บริเวณสถานีรถไฟสงขลา รวมทั้งวิถี วัฒนธรรมและเครือข่ายความสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมการบริโภคของผู้คนในชุมชนลุ่มทะเลสาบสงขลา ด้วยการมองผ่านตลาดนัดวันอาทิตย์บริเวณสถานีรถไฟสงขลา โดยใช้ “การวิจัยเชิงคุณภาพ” (Qualities Research) ตามระเบียบวิธีวิจัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Approach) ที่เน้นข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) และใช้ข้อมูลภาคสนาม (Field Research) เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจากคำบอกเล่า (Oral History) ด้วยการสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่และกลุ่มบุคคลอื่นๆ อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ที่มีความรู้ในประเด็นที่ศึกษามาประกอบส่วนการนำเสนอผลรายงานการวิจัย (Report of Research) นำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ใช้บัญชีภาพและบัญชีตารางตามความจำเป็นและความเหมาะสม ผลการศึกษาพบว่าตลาดนัดบริเวณสถานีรถไฟสงขลา ซึ่งเปิดให้บริการทุกวันอาทิตย์ตั้งแต่ช่วงเวลาเช้าจนถึงเที่ยง กำเนิดขึ้นพร้อมๆ การเปิดให้บริการเดินรถไฟสงขลาเมื่อ พ.ศ. 2460 โดยเริ่มจากพ่อค้าแม่ค้าเพียง 2 - 3 คน ให้บริการหรือค้าขายให้กับผู้คนที่มารอรถไฟหรือโดยสารรถไฟ ประมาณ พ.ศ. 2515 ได้ขยายพื้นที่ออกมาอยู่บริเวณ (ใต้ต้นยาง) หน้าศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนและครอบคลุมบริเวณพื้นที่ของถนนปละท่าและบริเวณถนนรามวิถี แม้การรถไฟจะยุติการให้บริการเดินรถ นับตั้งแต่ พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา แต่ตลาดนัดวันอาทิตย์ฯ ยังคงได้รับความนิยม โดยมีพ่อค้า แม่ค้าและผู้คนจากชุมชนต่างๆ ในลุ่มทะเลสาบสงขลา มาจับจ่ายซื้อขายสินค้าเป็นปกติ ปัจจุบันตลาดนัดวันอาทิตย์บริเวณสถานีรถไฟสงขลาอยู่ภายใต้การบริหารจัดการพื้นที่ซึ่งเป็นไปตามเทศบัญญัติเทศบาลนครสงขลา เรื่องการจัดระเบียบการจำหน่ายสินค้าในที่สาธารณะ พ.ศ. 2519 โดยแบ่งพื้นที่รับผิดชอบ

ออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่ในส่วนความรับผิดชอบของเทศบาลนครสงขลา กับพื้นที่ในส่วนความรับผิดชอบของบริษัทมิตรทอง จำกัด

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดนัดบริเวณสถานีรถไฟสงขลากลายเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่และมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เนื่องมาจาก

1. ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์รวมของการติดต่อและคมนาคมของชุมชนต่างๆ ในลุ่มทะเลสาบสงขลา

2. ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ มีรายการสินค้าที่หลากหลายทั้งสินค้าอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม ประมง สินค้าฟุ่มเฟือย บันเทิง และโบราณวัตถุ ของเก่าหายากจึงสร้างความพึงพอใจให้กับทุกกลุ่มชน

3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม ความเปลี่ยนแปลงของสังคมชนบทซึ่งมีลักษณะเศรษฐกิจแบบเกษตรกรรมสู่การเป็นสังคมเมือง

ตลาดนัดวันอาทิตย์บริเวณสถานีรถไฟสงขลานับเป็นแหล่งซื้อขาย ส่งผ่าน แลกเปลี่ยนอาหาร ผลผลิต และวัฒนธรรมการบริโภคพื้นถิ่น ระหว่างผู้คนและชุมชนในแถบลุ่มทะเลสาบสงขลา (ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ระหว่างเมืองกับชนบท หรือระหว่างชุมชนชาวประมงริมทะเลกับชุมชนชาวนาในเขตทุ่งราบกับชุมชนชาวไร่ชาวสวนในเขตเชิงเขา) อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการสร้างงานและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เป็นต้นว่า การบริการจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม การบริการรับจ้างขนถ่ายสินค้า การบริการรับฝากรถ การบริการจัดเก็บขยะ นอกจากนี้องค์ประกอบของตลาดนัดฯ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มคนในสถานะที่แตกต่างกัน ทั้งผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้บริโภค และผู้ให้บริการ ทำให้ตลาดนัดวันอาทิตย์บริเวณสถานีรถไฟสงขลากลายเป็นศูนย์กลางของการพบปะสังสรรค์ และเชื่อมต่อกลุ่มคนเหล่านี้เป็นเครือข่ายทางสังคม โดยอาศัยกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและการแลกเปลี่ยนทางสังคม โดยเฉพาะสินค้าและวัฒนธรรมด้านการบริโภคเป็นตัวเชื่อมประสานให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ด้วยเหตุนี้ตลาดนัดวันอาทิตย์จึงเป็นภาพสะท้อนของเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมด้านการบริโภคของผู้คนในชุมชนลุ่มทะเลสาบสงขลา

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี