

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา ปัญหา และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 ผลการศึกษา

ผลของการศึกษา พบว่า

1. โครงสร้างทางกายภาพของตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ จากตลาดที่เคยเป็นลานโล่งนำสินค้ามาวางขายไม่มากนักไปเป็นตลาดที่มีที่ตั่งแน่นนอน มีอาคารโรงเรือนให้ผู้ขายและผู้ซื้อเข้าไปตกลงซื้อขายสินค้า

2. พฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขาย

พฤติกรรมของผู้ขาย จากการศึกษพบว่า ผู้ขายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาและส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ สินค้าที่ขายส่วนใหญ่คือ เนื้อสัตว์ ปลา ไข่ และผัก ผลไม้ ดอกไม้โดยขายสินค้ามานานกว่า 10 ปีแล้ว ขายที่ตลาดในปัจจุบันนี้แห่งแรกและมีความต้องการที่จะขายที่ตลาดนี้ต่อไปอีก

พฤติกรรมของผู้ซื้อ จากการศึกษพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพเป็นโสด อายุระหว่าง 23-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 3,000-6,000 บาท และส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยจะไปซื้อสินค้าที่ตลาดสดทุกวัน ๆ ละ 1 ครั้ง ใช้เวลาประมาณครั้งละไม่เกิน 30 นาที จ่ายเงินครั้งละประมาณ 50-100 บาท ส่วนใหญ่ไปตลาดเวลาเย็น

3. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขาย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้ขาย คือ การเลือกตลาดที่จะขายสินค้านั้นจะเลือกเพราะอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย เพื่อสะดวกในการเดินทางมาขายสินค้า รายได้จากการขายสินค้าโดยไม่ได้หักค่าใช้จ่ายใด ๆ ประมาณ 1,001-3,000 บาทต่อวัน ร้านค้าส่วนใหญ่ขายสินค้าคนเดียวโดยไม่มีลูกจ้าง แผงที่วางสินค้าขายมีขนาดประมาณ 2 ตารางเมตร ค่าเช่าแผงประมาณวันละ 11-20 บาท ซึ่งเป็นค่าเช่าที่เหมาะสมแล้ว การเข้ามาขายสินค้าในตลาดส่วนใหญ่ผู้ขายต้องจ่ายค่ากินเปล่าให้กับเจ้าของตลาด สินค้าที่นำมาขายผู้ขายจะไปหาซื้อเองจากพ่อค้าคนกลาง โดยซื้อมาเพียงแค่พอขายในแต่ละวันจะได้ไม่ยุ่งยากในการหาที่เก็บ เพราะสินค้ามีลักษณะนำเสียบง่ายหากเหลือแล้วเก็บไว้อาจมีสภาพไม่ดี ผู้ขายส่วนใหญ่มีความเห็นว่าขนาดของตลาดและจำนวนของผู้ขายสินค้าในตลาดพอดีแล้วและราคาของสินค้าในแต่ละตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านผู้ซื้อ พบว่าเหตุที่เลือกที่จะไปซื้อสินค้าที่ตลาดใดคือ ใกล้บ้านพักเพื่อความสะดวกในการเดินทางหรืออาจเป็นเส้นทางผ่านประจำจึงทำให้เสียเวลาน้อย การเดินทางไปตลาดส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ เพื่อความสะดวกในการหาที่จอดรถเพราะตลาดส่วนใหญ่จัดที่จอดรถไว้ให้แต่มีจำนวนไม่เพียงพอ สำหรับแผงสินค้าที่เสนอขายในตลาดนั้นผู้ซื้อมีความคิดเห็นว่า ควรรวมผู้ขายสินค้าประเภทเดียวกันไว้ด้วยกันเพื่อสะดวกในการเดินเลือกซื้อ ซึ่งตลาดส่วนใหญ่ ยังจัดไว้ไม่ดีจึงควรปรับปรุงแก้ไข

#### 4. ปัญหาที่พบในตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ด้านผู้ขาย ปัญหาที่พบคือ การระบายน้ำในตลาดยังไม่ดีควรปรับปรุง ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ส่วนเรื่องความสะอาดของตลาด การเก็บขยะ การถ่ายเทอากาศ และจุดที่รับ-ส่งสินค้านั้น เพียงแค่พอใช้หากเป็นไปได้ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น การมีซูเปอร์มาร์เก็ตในเชียงใหม่ส่งผลกระทบต่อให้ยอดขายสินค้าของผู้ขายในตลาดลดลง

ด้านผู้ซื้อ ปัญหาที่พบคือ ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ห้องสุขามีจำนวนไม่เพียงพอและไม่สะอาด ทางเดินในตลาดแคบและสกปรก การระบายน้ำ อากาศ และควัน การจัดเก็บขยะควรได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น

#### ผลการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หงวน ศรีสุรภัย ซึ่งศึกษาตลาดอาหารในกรุงเทพมหานครและธนบุรีทั้งตลาดขายส่งและตลาดขายปลีก ในตลาดขายปลีกพบปัญหาเช่นเดียวกับตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ คือ ความไม่สะอาดของตลาด การจัดการตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ตลาดมีที่ตั้งที่ไม่เหมาะสมและมีพื้นที่ให้บริการที่ไม่เพียงพอ

Mcgee and Yeung ศึกษาตลาดแบบเคลื่อนที่ได้คือ ขายโดยใช้รถเข็นและหาบเร่ โดยศึกษาในเมืองใหญ่ ๆ ได้แก่ มนิลา กัวลาลัมเปอร์ และจาร์การ์ต้า พบปัญหาที่เหมือนกับตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ คือ กีดขวางการจราจร ต้องจัดหาที่ขายประจำให้ และปัญหาเรื่องค่าเช่าแผงที่ค่อนข้างแพง

เพชร จงกำโชค ศึกษาตลาดในกรุงเทพมหานคร สิ่งที่พบเหมือนกับในตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ คือ เป็นธุรกิจภายในครอบครัว ใช้แรงงานจากสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก เหตุผลในการเลือกตลาดขายสินค้าคือ ตลาดใหญ่ ลูกค้าน่า รongลงมาคือ ระยะทางจากบ้านมาตลาดต้องไม่ไกลมาก ด้านผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาและรายได้ค่อนข้างต่ำ มาตลาดทุกวัน ๆ ละ 1 ครั้ง โดยการเดิน (ตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ส่วน

ใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์) เหตุผลที่เลือกซื้อจากตลาดใด เพราะผู้ขายซื้อสัตว์ และตลาดอยู่ใกล้บ้าน หรือใกล้ที่ทำงาน

กัตติ วุฒิสรรพ์ และคณะ ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค แนวทางการตลาด และ ปัญหาของซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค สิ่งที่พบเหมือนในตลาดอาหารสดในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ คือ ปัญหาเรื่องที่ยอดรถซึ่งคับแคบไม่พอเพียงแก่การให้บริการ ผู้บริโภค ส่วนใหญ่ไปซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากเห็นว่าสินค้ามีราคาถูก บรรยากาศสบาย ส่วน การไปซื้อนั้น คนโสดไปวันธรรมดา คนมีครอบครัวจะไปวันหยุด ในขณะที่ผู้ซื้อสินค้าในตลาด สดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่จะไปทั้งวันธรรมดาและวันหยุด

บริษัท เอ็ม แอนด์ เอ็ม คาด้า เซ็นเตอร์ จำกัด สำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมกรจับจ่ายของ ผู้บริโภคและทัศนคติที่มีต่อห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ พบว่าผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าในห้างสรรพ สินค้าในวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนเหตุผลที่ไปห้างเหมือนกับเหตุผลที่ผู้ซื้อไปตลาดอาหารสดในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ คือ ไปมาสะดวก ใกล้ที่พัก มีสินค้าหลากหลาย ราคาไม่แพง ส่วนปัญหา ที่พบคือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ

## 5.2 ปัญหาในการศึกษา

1. ในการศึกษาเรื่องตลาดอาหารสดข้อมูลทุติยภูมิมีไม่มาก ส่วนใหญ่ได้จากการสำรวจ เพราะฉะนั้นจึงอาจทำให้ขาดข้อมูลบางอย่างที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

2. การเลือกจำนวนของตลาดเพื่อเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้ศึกษาเลือกตลาด 8 ตลาด เพื่อ เป็นตัวแทนของตลาดทั้งหมด เช่น ตัวแทนของตลาดขนาดใหญ่ ตลาดขนาดเล็ก ตลาดที่เปิดขาย เวลาเช้าหรือเวลาบ่ายหรือตลอดทั้งวัน ตลาดที่ตั้งอยู่ในหรือนอกเขตกำแพงเมืองเก่า ตลาดทาง ทิศเหนือ ทิศใต้ ทิศตะวันออก และทิศตะวันตก เท่านั้น แล้วนำมาใช้เป็นตัวแทนของตลาดทั้ง หมดซึ่งอาจน้อยเกินไป

3. ในการเก็บข้อมูล ทางด้านผู้ขายส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือ อาจเป็นเพราะว่า ข้อมูลที่ให้ไปอาจย้อนกลับมาสร้างปัญหาให้ในภายหลัง เช่น รายได้ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาษี หรือปัญหาที่อาจเกิดจากเจ้าของตลาดหรือคู่แข่งกันทั้งในตลาดเดียวกันและคนละตลาด รวมถึงการ ไม่มีเวลาเพราะกำลังขายสินค้าอยู่ และผู้ขายบางรายก็คิดว่าให้ข้อมูลไปก็เปล่าประโยชน์เพราะที่ ผ่านมาเคยมีผู้มาเก็บข้อมูลหลายรายแต่ก็ไม่เห็นมีอะไรเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น แต่บางราย อยากให้ความร่วมมือแต่ติดขัดเรื่องอ่านและเขียนหนังสือได้ไม่คล่อง

4. ด้านผู้ซื้อปัญหาส่วนใหญ่ที่พบคือผู้ซื้อไม่มีเวลาน้อยจึงไม่อยากจะเสียเวลา บางส่วนอ่าน และเขียนหนังสือไม่คล่อง หรือบางส่วนไม่สนใจโดยไม่ยอมเสียเวลาที่จะตอบแบบสอบถาม

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงควรใช้ขนาดของตัวอย่างที่ใหญ่ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้ตลาดเป็นตัวอย่างเพียง 8 ตลาด จากตลาดทั้งหมด 26 ตลาด จึงอาจทำให้ข้อมูลที่ได้อาจเป็นตัวแทนของตลาดได้ไม่ดี หากต่อไปในอนาคตมีผู้สนใจในเรื่องของตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ น่าจะได้ใช้ขนาดของตลาดที่เป็นตัวอย่างที่มากกว่านี้ ส่วนจำนวนของผู้ซื้อและผู้ขายที่เลือกมาเป็นตัวอย่างอาจใช้เท่าเดิมหรือมากกว่า ต้องแล้วแต่ผู้สนใจ จะเห็นสมควรหรือควรจะศึกษาตลาดที่อยู่นอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ด้วย เพื่อให้ได้ผลของการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบระหว่างตลาดที่อยู่ในเขตและนอกเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร มากน้อยเพียงใด และที่สำคัญที่สุดก็คือ ควรให้เวลาแก่การศึกษาให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้