

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ โครงสร้างตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางชนทิวา ไทยพยัคฆ์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผศ.วสันต์ ศิริพุด ประธานกรรมการ
 ผศ.อัญชลี เจ็งเจริญ กรรมการ
 ผศ.อัยภูวงศ์ โปราณานนท์ กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ (1) เพื่อศึกษาวิวัฒนาการของตลาดสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ (3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขาย และ (4) เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดอาหารสดในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

1. รูปแบบของตลาดสดมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม คือ ในอดีตมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้เองในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ แต่เนื่องจากในอดีตสินค้าที่ซื้อขายในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่จะผลิตได้เองในครัวเรือน ดังนั้นจึงทำให้สินค้าที่ซื้อขายกันมีน้อยชนิด และไม่ได้ซื้อขายกันตลอดทั้งวัน สถานที่ซื้อขายกันจะเป็นที่โล่งที่อยู่ข้างวัด และจะมีระบบการซื้อขายแบบตั้งของแลกเปลี่ยนของ ต่อมารูปแบบของตลาดสดเปลี่ยนไปคือ มีสิ่งของที่นำมาขายมากขึ้น มีการซื้อขายกันตลอดทั้งวัน และย้ายสถานที่มาเป็นริมถนนหรือบริเวณท่าหน้า นอกจากนี้เริ่มมีสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้เป็นที่สำหรับซื้อขาย โดยเริ่มจากอาคารชั้นเดียวต่อมาพัฒนาเป็นอาคาร 2-3 ชั้นอย่างในปัจจุบัน การซื้อขายแลกเปลี่ยนใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน

2. จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขายพบว่า ผู้ขายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นแรงงานที่ไม่มีทักษะ ระดับการศึกษาไม่เกินระดับประถมศึกษา และมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ขายส่วนใหญ่จะขายสินค้าเองโดยไม่มีลูกจ้าง สินค้าที่นำมาขายจะไปหาซื้อมาจากตลาด แหล่งผลิต หรือผลิตเอง สินค้าที่ซื้อมาจะซื้อมาแล้วพวยขายในแต่ละวัน เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเสี่ยง่าย ด้านผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเช่นเดียว

กัน โดยอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยผู้ซื้อจะมาตลาดทุกวันเพราะต้องการความสดของอาหาร โดยส่วนใหญ่แล้วจะมาซื้อของตอนเย็นหลังเลิกงาน

3. จากการศึกษาลึถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้ขายและผู้ซื้อ พบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้ขาย คือ (1) ใกล้เคียงที่พักอาศัย และรองลงมาคือ (2) ตลาดตั้งอยู่ในชุมชนใหญ่ และ (3) ค่าเช่าแผง ซึ่งผู้ขายส่วนใหญ่คิดว่าที่เดิมที่ค้าขายอยู่เสียค่าเช่าเหมาะสมแล้ว จึงไม่คิดที่จะย้ายไปตลาดอื่น ทางด้านผู้ซื้อปัจจัยแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ คือ (1) สถานที่ตลาดที่ไปเลือกซื้อสินค้าอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และตลาดที่เป็นเส้นทางผ่านประจำ ปัจจัยรองลงมา คือ (2) ที่จอดรถ แต่ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะใช้รถจักรยานยนต์มาซื้อสินค้าเนื่องจากหาที่จอดรถง่าย แต่อย่างไรก็ตามทั้งผู้ซื้อและผู้ขายเห็นว่าราคาสินค้าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้ซื้อและผู้ขาย เนื่องจากราคาสินค้าแต่ละตลาดไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นผู้ซื้อจึงนิยมซื้อสินค้าในตลาดที่คุ้นเคยมากกว่าเพื่อที่สามารถต่อรองราคาได้

4. จากการศึกษาลึถึงปัญหาที่เกิดขึ้น พบว่ามีปัญหาคือ ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ และความสะอาดและวางระเบียบน้ำยังไม่ดีควรปรับปรุง ส่วนเรื่องอื่น ๆ เช่น ขนาดของตลาด จำนวนผู้ขาย ความหลากหลายของสินค้า ทำเลที่ตั้งดีอยู่แล้ว

Thesis Title Fresh Food Market Structure in Chiang Mai Municipality

Author Mrs. Chontira Thaipayak

M.Econ. Economics

Examining Committee	Assistant Prof. Vasant	Siripool	Chairman
	Assistant Prof. Anchalee	Jengjalern	Member
	Assistant Prof. Usdanka	Porananond	Member

ABSTRACT

The objectives of this study were : (1) to study the evolution of fresh food market in Municipality of Chiang Mai Province, (2) to study the behaviors of sellers and buyers in these markets, (3) to find the factors that affect the behaviors of sellers and buyers, and (4) to find the problems of fresh food markets in the study area.

The results of this study were :

1. The structure of the market changed. In the old days, most of the goods was considered as luxury goods or goods which could not produce by households themselves. In the past, the goods that used in daily life was mostly produced by households members, so there were only a few varieties of goods selling in the market. The place that used for exchanging of goods was the empty space near the temple. The exchange system was barter trade. Consequently, the structure of the market changes, for example, variety of goods increase, trading is an all day activity, and the market place trend to move to locate near the river or main street, Moreover, one or two to three storeyed buildings spring up near the market place, and changing from barter trade to modern trade using money as medium of exchange.

2. Most of the sellers were female age between 31-40 years. They were unskilled labor. The level of education was not over primary school. They lived in municipality area. The goods for sale were from the main markets, production sources, or

product produced by their own selves. The amount of goods they bought to sell was just enough for daily sale because it was perishable goods. About the buyers, almost all of the buyers was female too. They live in municipality area. Buyers would likely to go to the market everyday because they want fresh product. The preferable shopping time for them was evening after work.

3. The factors that affected the behaviors of sellers were (1) location of the markets were near to their residences, (2) the market situated right at the centre of community, and (3) the rent of stall was reasonable. On the other hand, the factors that affect to the behavior of consumer were (1) the market situated near their residences or on the way from their offices, (2) enough car parking space. Most of the shoppers used motorcycles because it was easy to find parking space. The price of goods was not the important factor for both the sellers and the buyers because the price in each market was almost similar. The buyers prefer to buy their goods from acquainted markets because they could make good bargain on price.

4. The problems of fresh food market were (1) insufficient parking space, (2) the place was not clean, and (3) poor water drainage system. On the other hand, the factors such as size of market, the member of sellers, the variety of goods, and location of the markets were quite satisfied to both sellers and buyers.