



บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการค้าในเชิงภูมิศาสตร์นั้น นักภูมิศาสตร์มักนำแนวคิดของคริสตัลเลอร์ (Christaller) ในเรื่องแหล่งกลาง (Central Place's Theory) มาอธิบายโดยเฉพาะเกี่ยวกับการค้าปลีก (retail sales) ทั้งนี้ นักภูมิศาสตร์ที่สนใจเกี่ยวกับการค้าจึงสนใจอยู่แต่เขตธุรกิจการค้าในเมือง จนกระทั่ง ค.ศ. 1962 เมื่อ เจ. เอช. สไตน์ (J. H. Stine) เสนอผลงานเกี่ยวกับตลาดนัดในชนบทของประเทศเกาหลีโดยนำเอาทฤษฎีแหล่งกลางมาใช้ อธิบายปรากฏการณ์ของการเกิดตลาดนัดในชนบท นักภูมิศาสตร์หลายคนจึงเริ่มหันมาสนใจศึกษาเรื่องตลาดนัดโดยพยายามนำเอาวิธีการทางสถิติและปริมาณวิเคราะห์มาอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆในเรื่องการเกิดตลาดนัด พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค ด้วยแบบจำลองต่างๆอันได้แก่ผลงานของริชาร์ด ซิเมนสกี (Richard Symanski) เอ็ม. เจ. เวบเบอร์ (M. J. Webber) จี. วิลเลียม สกินเนอร์ (G. William Skinner) อาร์. เจ. บรอมลีย์ (R. J. Bromly) เป็นต้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ทฤษฎีและแบบจำลองดังนี้

2.1 ทฤษฎีแหล่งกลางของคริสตัลเลอร์

แหล่งกลางในความหมายของคริสตัลเลอร์ คือ บริเวณที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเป็นหลัก โดยมีบริเวณที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการ

ปกครองตามความเชื่อในอดีต ดังนั้นในเขตเมืองจึงมีแหล่งกลางไคหลายแห่งและแต่ละแห่งจะมีอันดับความสำคัญหรือลำดับศักดิ์ (hierarchy) ไม่เท่ากันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชั้นหลายอย่าง ชั้นที่คริสตลเลอร์นำมาพิจารณาประกอบด้วย ชนิดและจำนวนของร้านค้าและการบริการ จำนวนประชากรที่อาศัยในแหล่งกลาง ระยะทางเศรษฐกิจที่ลูกค้าจะเดินทางมายังแหล่งกลาง รายได้ของประชากรที่พักอาศัยในแหล่งกลาง การบริการบางอย่าง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรศัพท์ ซึ่งคริสตลเลอร์ได้กำหนดบัญชีตารางของชั้นเหล่านี้เป็นกลุ่มตามลำดับศักดิ์ อย่างไรก็ตามคริสตลเลอร์ได้นำแนวคิดนี้ไปทดสอบกับพื้นที่ทางตอนใต้ของประเทศสาธารณรัฐเยอรมัน ในพื้นที่ที่ไม่มีอุปสรรคขัดขวางด้านการคมนาคมจากเทือกเขาแอลป์ ชั้นที่คริสตลเลอร์ใช้ทดสอบ คือ จำนวนโทรศัพท์ ผลการวิเคราะห์ชั้นคริสตลเลอร์ได้จัดขนาดแหล่งกลางเป็น 7 ลำดับศักดิ์ คือ

- | | | |
|--------------------------------|--------------------|---------|
| 1) แหล่งกลางระดับภูมิภาคมหานคร | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | L Place |
| 2) แหล่งกลางระดับภูมิภาค | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | P Place |
| 3) แหล่งกลางระดับแคว้นเล็ก | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | G Place |
| 4) แหล่งกลางระดับจังหวัด | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | B Place |
| 5) แหล่งกลางระดับอำเภอ | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | K Place |
| 6) แหล่งกลางระดับตำบล | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | A Place |
| 7) แหล่งกลางระดับหมู่บ้าน | กำหนดสัญลักษณ์เป็น | M place |

นอกจากอันดับความสำคัญของแหล่งกลางทั้ง 7 นั้นแล้วคริสตลเลอร์ยังกล่าวถึงบริเวณที่เป็นย่านแลกเปลี่ยนสินค้าและการบริการในชนบท (market place) ที่มีทำเลที่ตั้งในย่านชุมชนระดับต่ำ เช่น บริเวณโบสถ์และโรงเรียนขนาดเล็ก ร้านขายของเบ็ดเตล็ด เป็นต้น บริเวณดังกล่าวนี้คริสตลเลอร์จัดเป็น "ย่านการค้าในท้องถิ่น" (local commerce) ไม่จัดเป็นแหล่งกลาง เพราะย่านแลกเปลี่ยนสินค้าดังกล่าว

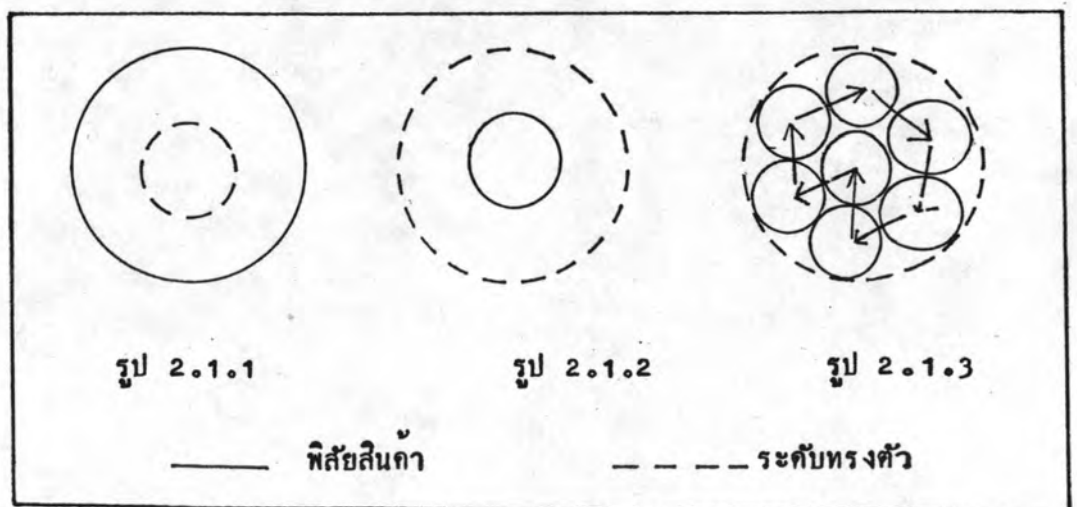
มักจัดตั้งเป็นตลาดนัดไม่เป็นตลาดถาวร แม้ว่าคริสตัลเลอร์จะไม่ยอมรับว่าตลาดนัดใน
 ชนบทเป็นแหล่งกลางก็ตาม แต่จากการนำทฤษฎีของคริสตัลเลอร์ไปใช้ในระยะหลัง
 นักวิชาการที่สนใจเรื่องตลาดนัดไม่ได้นำมาอ้างถึงเรื่องนี้ ยังคงกำหนดให้ตลาดนัดเป็นแหล่ง
 กลางไม่ถาวรในชนบทประเภทหนึ่งที่สามารถจัดอันดับความสำคัญได้

ในเรื่องพฤติกรรมการเดินทางของผู้บริโภคจากที่อยู่อาศัยมายังแหล่งกลาง
 คริสตัลเลอร์กล่าวว่าขึ้นอยู่กับค่าของระยะทาง (distance value) ซึ่งค่าของระยะ
 ทางนี้พิจารณาจากระยะทางเศรษฐกิจ ซึ่ง ประกอบด้วยระยะเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
 และจุดประสงค์ของการเดินทางไปซื้อสินค้า เป็นต้น ในด้านระยะเวลาของการเดินทาง
 มาจับจ่ายสินค้าและรับบริการยังแหล่งกลาง คริสตัลเลอร์กล่าวว่าถ้าต้องใช้เวลาเกิน
 1 ชั่วโมงแล้ว ผู้บริโภคจะมีความดีในการเดินทางมายังแหล่งกลางน้อยมาก นอกจากนี้
 จะเป็นการเดินทางเพื่อจุดประสงค์หลายอย่าง

เมื่อทฤษฎีแหล่งกลางแพร่หลาย ได้มีผู้คิดค้นวิธีการวัดขนาดแหล่งกลางใหม่ๆ
 ขึ้นมาอธิบายความเป็นแหล่งกลางแนวใหม่ เช่น การใช้ระดับทรงตัว (threshold)
 พิสัยสินค้า (range of a goods) หรือขอบเขตตลาด (market area)
 (ฉัตรชัย 2527:41) ระดับทรงตัวเป็นจำนวนประชากรชั้นต่ำที่สุดที่สนับสนุนการซื้อสินค้า
 และรับบริการ ณ แหล่งกลาง ระดับทรงตัวจะขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการ ถ้าเป็นสินค้า
 และบริการพื้นฐานที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน (lower order goods) เช่นร้านอาหาร
 โบสถ์ ร้านขายยา โรงเรียนระดับประถมศึกษา ร้านขายของเบ็ดเตล็ด จะมีระดับทรงตัว
 แดบ แต่ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ไม่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน (higher order goods)
 เช่น ร้านขายเครื่องเพชร ร้านขายเครื่องกีฬา ร้านซักแห้ง โรงพยาบาล จะมี
 ระดับทรงตัวกว้างกว่า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าสินค้าและบริการที่ไม่จำเป็นต่อชีวิต
 ประจำวันจะมีจำนวนประชากรชั้นทรงตัวมาสนับสนุนมากกว่าสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อ

ชีวิตประจำวัน ระดับทรงตัวจึงใช้อธิบายความเป็นแหล่งกลางได้ อย่างไรก็ตามการใช้ระดับทรงตัวเป็นดัชนีวัดขนาดของแหล่งกลางเป็นปัญหาต่อการศึกษา (Hartshorn 1980:106-108) ดังนั้นเบอร์รี่ (Berry) จึงนำเอาพิสัยสินค้า หรือ ขอบเขตตลาดเป็นดัชนีศึกษาขนาดของแหล่งกลางในประเทศสหรัฐอเมริกา เบอร์รี่พบว่าขอบเขตตลาดของร้านค้าในเขตธุรกิจการค้าในเมือง (City Centers) และร้านค้าแถบชานเมือง (Suburban Centers) ในแหล่งกลางระดับภูมิภาคมหานครมีขอบเขตตลาดใกล้เคียงกัน คือ 15.3 ไมล์ แต่ขอบเขตตลาดของร้านค้าระดับชุมชน (Community Shopping) มีเพียง 2-3 ไมล์ เมื่อนำขอบเขตตลาดมาทดสอบหาความสัมพันธ์กับจำนวนประชากรที่มาสนับสนุน ลำดับศักดิ์ของแหล่งกลาง และความหนาแน่นของประชากร เบอร์รี่พบว่าตัวแปรทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับขอบเขตตลาด (Berry 1967: 34-57)

เจ. เอช. สไตน์ (J. H. Stine) นำทฤษฎีแหล่งกลางในเรื่องระดับทรงตัวและพิสัยสินค้ามาอธิบายการเกิดตลาดนัดในชนบทของประเทศเกาหลีด้วยภาพจำลอง (รูปที่ 2.1)



รูปที่ 2.1 ทฤษฎีการเกิดตลาดนัดของสไตน์ ตามแนวคิดจากทฤษฎีแหล่งกลางในเรื่องพิสัยสินค้าและระดับทรงตัว

จากรูปที่ 2.1 สไลด์อธิบายถึงการจัดตั้งร้านค้าหรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง
 ต้องคำนึงถึงพิสัยสินค้า ถ้าพิสัยสินค้านี้มีรัศมีไกลกว่าระดับทรงตัวร้านค้านั้นก็อยู่ได้(รูปที่
 2.1.1) แต่ถ้าระดับทรงตัวมีรัศมีไกลกว่าพิสัยสินค้า(รูปที่ 2.1.2) ร้านค้าก็จะดำเนิน
 กิจกรรมอยู่ไม่ได้ ซึ่งลักษณะเช่นนี้พบในพื้นที่ชนบทที่ประชากรอยู่กระจัดกระจาย การคมนาคม
 ไม่สะดวก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงและเสียเวลาในการเดินทางมาก ลูกค้านจึงไม่
 นิยมเดินทางไปซื้อสินค้ายังร้านค้าในเมือง ด้วยเหตุนี้ร้านค้าในเมืองจึงไม่อาจประกอบ
 การค้าแบบอยู่กับที่ไค้ต้องนำสินค้าเร่ขายตามหมู่บ้านต่างๆ (รูปที่ 2.1.3) และเมื่อพ่อค้า
 เริ่มจำนวนมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมกันขายสินค้า ณ สถานที่แห่งเดียวกัน เวลาเดียวกัน
 ก็จะเกิดตลาดนัด จากการศึกษาตลาดนัดในชนบทของประเทศจีนแถบมณฑลชานตุงและ
 มณฑลเสฉวนของ จี. วิลเลียม สกินเนอร์ (G. William Skinner) ก็ได้ให้ทัศนะ
 การเกิดตลาดนัดเช่นเดียวกับสไลด์

2.2 แบบจำลองและพฤติกรรมการเดินทางของพ่อค้าเร่

ในระยะหลังนักวิชาการที่สนใจเรื่องตลาดนัดหันมาศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทาง
 ของพ่อค้าเร่กันมาก การศึกษามีได้จำกัดขอบเขตเฉพาะในชนบทเท่านั้นในเขตเมือง
 หลวงของประเทศกำลังพัฒนามีการศึกษากันมาก เช่น ยู แมน ยุง (Yu Man Yeung)
 ศึกษาที่สิงคโปร์ (Smith 1975:153-162) ที. จี. แมกกี ศึกษาที่ฮ่องกง (McGee &
 Yeung 1977:2-16) อี. กอเมเซน (E. Gormesen) ศึกษาที่เม็กซิโก (Smith
 1975:241-253) อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นในเขตเมืองหรือชนบทพฤติกรรมการณ์การเร่ขาย
 สินค้าของพ่อค้าเริ่มมีลักษณะเป็นวงจรที่เกี่ยวข้องกันเป็นลูกโซ่จากตลาดนัดแห่งหนึ่งไปอีกแห่ง
 หนึ่งเรื่อยไปจนวนกลับมาซ้ำตลาดนัดเดิมดังคำอธิบายของฮอคเคอร์ที่กล่าวถึงการเดินทาง
 ของพ่อค้าเร่มีทั้งเดินทางไปและกลับบ้านทุกวัน (daily trip) และเดินทางต่อเนื่อง
 เรื่อยไปโดยไม่กลับบ้านทุกวัน (market place to market place)(Smith 1975:21)

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของห่อถ้ำเร่ที่น่าสนใจก็การสร้างแบบจำลอง
วงจรการเดินทางของเว็บเบอร์และไซแมนสกี (Webber & Symanski) และ
ทิงเกลอร์ (Tinkler)

2.2.1 แบบจำลองวงจรการเดินทางของห่อถ้ำเร่ตามแนวคิดของเว็บเบอร์และ
ไซแมนสกี เป็นแบบจำลองที่อธิบายด้วยสัญลักษณ์ S_w และ S_m เมื่อ S_w หมายถึงจำนวน
วันที่ห่อถ้ำเร่เดินทางขายสินค้าใน 1 รอบสัปดาห์ S_m หมายถึงจำนวนตลาดนัดแต่ละแห่งที่
ห่อถ้ำเร่แวะขายสินค้าใน 1 รอบสัปดาห์ แบบจำลองมี 5 แบบ คือ

2.2.1.1 $S_m = 1$ คือรูปแบบวงจรการเดินทางของห่อถ้ำเร่
แวะขายสินค้าตามตลาดนัดขนาดใหญ่ที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัยเพียงแห่งเดียว

2.2.1.2 $S_w = S_m > 1$ คือรูปแบบวงจรการเดินทางที่ห่อถ้ำเร่
เดินทางไปขายสินค้าตามตลาดนัดมากกว่า 1 วัน โดยมีจำนวนตลาดนัดที่แวะขายเท่ากับ
จำนวนวันที่ขาย

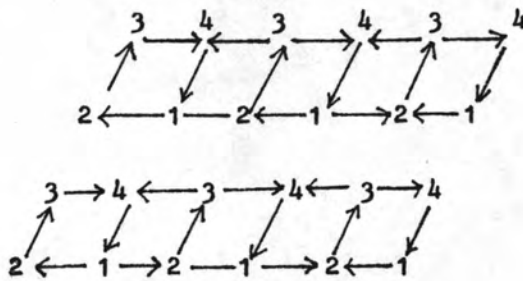
2.2.1.3 $S_w > S_m > 1$ คือรูปแบบวงจรการเดินทางที่ห่อถ้ำเร่
เดินทางไปขายสินค้าโดยมีจำนวนวันที่ขายตามตลาดนัดแต่ละแห่งมากกว่า 1 วัน ทำให้
จำนวนตลาดนัดที่เดินทางไปขายสินค้าใน 1 รอบสัปดาห์ลดจำนวนลงเหลือน้อยกว่าจำนวน
วันที่ขายใน 1 สัปดาห์

2.2.1.4 $S_w = S_m = 7$ คือรูปแบบวงจรการเดินทางที่ห่อถ้ำเร่
ขายสินค้ายังตลาดนัด 7 แห่งใน 7 วันของสัปดาห์โดยไม่มีวันหยุด การเดินทางเช่นนี้จึง
เป็นวงจรแบบสมบูรณ์ (full cycle)

2.2.1.5 $1 < S_w < 7$ คือรูปแบบวงจรที่ห่อถ้ำเร่เดินทางไปขาย
สินค้าตามตลาดนัดต่างๆ ไม่ครบ 7 วันในสัปดาห์โดยมีจำนวนวันที่ขายมากกว่า 1 วัน

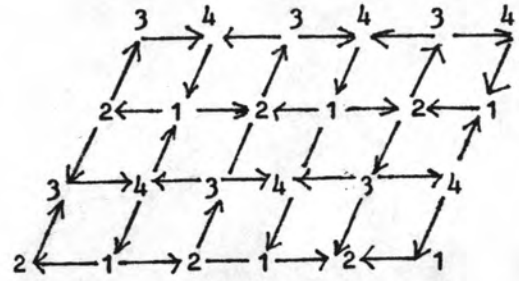
นอกจากแบบจำลองดังกล่าวข้างต้นแล้ว เวบเบอร์และไซแมนส์ก็ยังศึกษาแบบจำลองวงจรการ เดินทางระดับพื้นที่กว้างด้วยการนำทฤษฎีโครงข่ายการคมนาคมอันเป็นทฤษฎีทางเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้วมาอธิบายด้วย "กราฟโทโปโลจิคอล" (Topological Graph) วงจรการ เดินทางของพ่อค้าเร่ทุกคนในพื้นที่ศึกษาจะเชื่อมโยงต่อกันเป็นระบบโครงข่าย (net work) ดังนั้นเพื่อให้ผลที่ได้ออกมาเป็นระบบโครงข่ายสมบูรณ์ การศึกษาดังวิธีนี้จึงเหมาะสมต่อพื้นที่ระดับภูมิภาคซึ่งใช้ศึกษา วงจรการ เดินทางของพ่อค้าเร่ตามงานเทศกาลประจำปีได้

2.2.2 แบบจำลองวงจรการ เดินทางตามแนวคิดของทิงเกลอร์ เป็นแบบจำลองที่ดัดแปลงมาจากทฤษฎีแหล่งกลางของคริสตัลเลอร์ในเรื่องลำดับศักดิ์โดยใช้ระบบ K_4 มาอธิบายการจัดตลาดนัดและการ เดินทางของพ่อค้าเร่ ซึ่งทิงเกลอร์สมมติให้พื้นที่หนึ่งๆ มีการจัดการวางเวลาหมุนเวียนของตลาดนัดได้เพียง 4 วันหรือ K_4 (รูปที่ 2.2 ประกอบ) เพราะเป็นระบบที่ปรับเพิ่มจำนวนวันได้สะดวก แบบจำลองของทิงเกลอร์จึงเริ่มต้นด้วยระบบวงจร ปิด (รูปที่ 2.2.1) ซึ่งพ่อค้าเร่จะเดินทางหมุนเวียนเฉพาะตลาดนัด 4 แห่งใน 4 วันของพื้นที่แห่งนั้น จากนั้นจึงปรับวงจรการ เดินทางไปสู่ตลาดนัดในพื้นที่แห่ง เดิมโดยใช้ระยะเวลา 4 วันเหมือนเดิมเป็นระบบวงจร เปิด (รูปที่ 2.2.2) เมื่อการ เดินทางของพ่อค้าเร่มีได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในพื้นที่เดิมและพื้นที่ติดต่อกันหากแต่เพิ่มระยะ ทางของการ เดินทางออกไปยังตลาดนัดแห่งใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่าและอยู่ไกลออกไปจาก พื้นที่เดิมโดยยังคงเดินทางตามตลาดนัดขนาดเล็กในพื้นที่เดิมควบคู่ไปด้วย ลักษณะเช่นนี้ เป็นลักษณะของการ เดินทางแบบวงจรผสมระหว่างวงจรตามตลาดนัดขนาดเล็กกับวงจรตาม ตลาดนัดขนาดใหญ่ (รูปที่ 2.2.3) ในที่สุดการ เดินทางก็จะแปรเปลี่ยนด้วยการพัฒนาไปสู่ วงจรตามตลาดนัดขนาดใหญ่ หรือ ปรับเพิ่มจำนวนวันในวงจรมากขึ้น (รูปที่ 2.2.4)



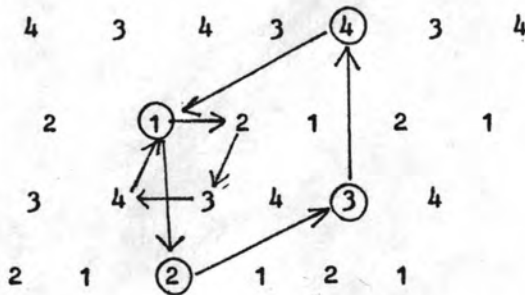
รูปที่ 2.2.1 วงจรปิด

(Closed System)



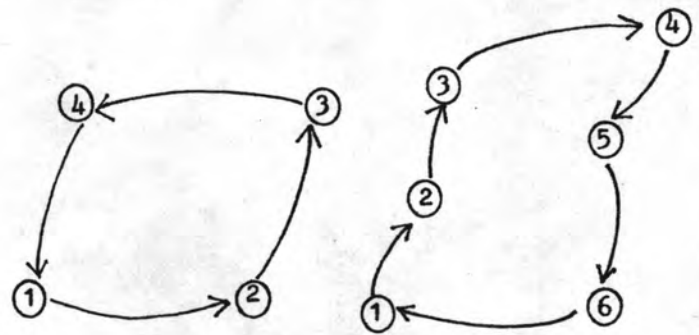
รูปที่ 2.2.2 วงจรเปิด

(Opened System)



รูปที่ 2.2.3 วงจรผสม

(Mixed System)



รูปที่ 2.2.4 วงจรที่แปรเปลี่ยน

(Modified System)

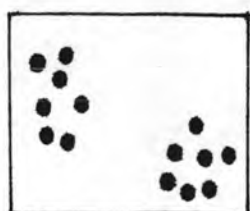
รูปที่ 2.2 แสดงแบบจำลองวงจรตลาดนัดและการเดินทางของพ่อค้าเร่
ตามแนวคิดของทิงเกลอร์

แหล่งข้อมูลจาก Hagget 1977: 155

แบบจำลองวงจรการเดินทางของพ่อค้าเร่ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรม การเดินทางเป็นวงจรเหมือนลูกโซ่เกี่ยวโยงกันจากตลาดนัดแห่งหนึ่งเรื่อยไปจนวนกลับมา ซ้ำตลาดนัดเดิมจึงครบ 1 วงจร แบบจำลองดังกล่าวไม่ได้อธิบายถึงระยะทางที่ใช้ใน การเดินทาง ดังนั้นชาร์ลส์ เอ็ม. กูด (Charles M. Good) จึงพยายามศึกษาหา ระยะทางที่เหมาะสมที่สุดนั่นคือระยะทางที่สั้นที่สุดจากที่พักอาศัยของพ่อค้าเร่แต่ละคนด้วย การเปรียบเทียบระยะทางของวงจรสังเกตกับระยะทางของวงจรที่เหมาะสมที่สุดของพ่อค้าเร่ ในยุคก่อนจำนวน 12 คน กูดพบว่าถ้าพ่อค้าเร่เลือกเดินทางตามวงจรที่เหมาะสมที่สุดจะลด ระยะทางได้ประมาณร้อยละ 7-15 ของระยะทางวงจรสังเกต (Good 1975 :49-75)

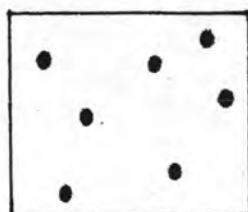
2.3 การวิเคราะห์ที่ตั้งและการจัดการทางพื้นที่ของตลาดนัด

นอกจากนี้ยังได้มีการศึกษาตลาดนัดโดยใช้ดัชนี"การวิเคราะห์เพื่อนบ้านใกล้ เคียงที่สุด" (Nearest Neighbour Analysis) เพื่อวิเคราะห์การกระจายทาง พื้นที่ของตลาดนัดที่เปิดดำเนินการในวันเดียวกัน (same day market) และวันที่ เปิดดำเนินการต่อเนื่องกัน (adjacent day market) ผลการศึกษาได้จัดลักษณะ การกระจายเป็น 3 แบบ คือแบบเกาะกลุ่ม (cluster) แบบกระจัดกระจาย (random) และแบบปกติ (regularity) ลักษณะการกระจายของตลาดนัดทั้ง 3 แบบได้แสดง ในรูปที่ 2.3



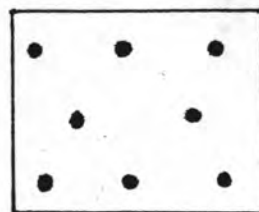
เกาะกลุ่ม

รูปที่ 2.3.1



กระจัดกระจาย

รูปที่ 2.3.2



ปกติ

รูปที่ 2.3.3

รูปที่ 2.3 แสดงลักษณะการกระจายทางพื้นที่ของตลาดนัด

การวิเคราะห์ความเหมาะสมที่สุดของที่ตั้งตลาดนัดใต้พิจารณาจากลักษณะการกระจายของตลาดนัด ตลาดนัดที่มีลักษณะการกระจายแบบเกาะกลุ่ม(รูปที่ 2.3.1)จะมีการแข่งขันทางพื้นที่มาก ดังนั้นเพื่อลดการแข่งขันทางพื้นที่ลงจึงควรจัดตลาดนัดให้มีลักษณะแบบกระจุกกระจาย(รูปที่ 2.3.2)และแบบปกติ(รูปที่ 2.3.3) การศึกษาโดยใช้ดัชนีเช่นนี้จึงเป็นวิธีการที่นักวิชาการสนใจและนิยมศึกษากันมาก เช่น คัมบลิว เพน แฮนเวอร์เกอร์ (W. Penn Handwerker) ศึกษาพื้นที่ตอนกลางของประเทศไลบีเรีย (Liberian) พบว่าตลาดนัดที่มีระบบวางจรเป็นสัปดาห์นั้น วันจันทร์และวันเสาร์มีลักษณะการกระจายแบบเกาะกลุ่ม แต่วันอื่นๆเป็นแบบกระจุกกระจาย เมื่อมีการปรับปรุงระบบการคมนาคมการกระจายของตลาดนัดใต้แปรเปลี่ยนไปเป็นแบบปกติถึง 6 วันโดยมีวันอังคารเป็นแบบกระจุกกระจาย (Smith 1978:199-221) เมื่อ เจ. คีธ ทอร์ป (J. Keith Thorpe) นำวิธีการนี้ไปใช้ศึกษา ณ บริเวณที่ราบค่าแควสเปียนของประเทศ อิหร่าน โดยเปรียบเทียบช่วงปีค.ศ. 1915 กับ ค.ศ.1973 เขาพบว่าลักษณะการกระจายของตลาดนัดเป็นแบบปกติทั้งหมดแม้ว่าจะแตกต่างกันด้านเวลาก็ตาม (Smith 1978:81-97) ในการศึกษาของพอลลี ฮิล และโรเบิร์ต เฮช. ที. สมิธ (Polly Hill & Robert H. T. Smith) ณ บริเวณแคว้นแคทซึนา (Katsina) ทางตอนเหนือของประเทศไนจีเรียนั้นตลาดนัดที่เปิดดำเนินการในวันศุกร์และวันเสาร์มีลักษณะการกระจายแบบกระจุกกระจายแต่วันอื่นๆเป็นแบบปกติ (Hill & Smith 1978:345-355) จากผลการศึกษาของนักวิชาการดังกล่าวจึงพบว่าลักษณะการกระจายทางพื้นที่ของตลาดนัดแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน เมื่อถูกทำการศึกษาที่เมืองแอนโกล ประเทศกานา (Ankole, Ghana) เขาพบปัญหาที่เกิดจากการใช้ดัชนีการวิเคราะห์เพื่อนบ้านใกล้เคียงที่สุดว่ามาตราส่วนที่ใช้ในแผนที่และการวัดระยะทางแบบเส้นตรง (linear measurement) มีผลต่อค่าของตัวเลขที่คำนวณได้ผิดไป กูคจึงเสนอแนะให้ระยะทางตามที่เป็นจริงของเส้นทางคมนาคมในการวิเคราะห์ (Good 1972:210-215)

ในการอธิบายการจัดการทางพื้นที่ของตลาดนัดนอกจากจะใช้ดัชนีการวิเคราะห์เพื่อนบ้านใกล้เคียงแล้วยังใช้ทฤษฎีแหล่งกลางในเรื่องลำดับศักดิ์อธิบายโครงสร้างและการจัดการทางพื้นที่ได้ด้วย ดังเช่นที่สกินเนอร์ใช้ศึกษาบริเวณมณฑลชานตุงของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในการศึกษาครั้งนั้นสกินเนอร์ได้จัดลำดับศักดิ์ของตลาดนัดเป็น 3 ลำดับศักดิ์ ผลการศึกษาปรากฏว่าการกระจายเป็นรูปหกเหลี่ยมตามลำดับศักดิ์ (Skinner 1965:10-31) ซึ่งเกรียงศักดิ์ หลีเจริญ ได้นำเอาวิธีการนี้ไปทดสอบกับพื้นที่จังหวัดสตูล (เกรียงศักดิ์ 2519) แต่พื้นที่ที่เกรียงศักดิ์ใช้ศึกษาเป็นระดับจังหวัด จำนวนตลาดนัดมีเพียง 16 แห่งและลักษณะภูมิประเทศไม่เป็นที่ราบ จึงต้องปรับตำแหน่งตลาดนัดถึง 11 แห่งเพื่อให้ได้โครงสร้างเป็นรูปหกเหลี่ยม อย่างไรก็ตามการศึกษาด้วยวิธีนี้ไม่เป็นที่นิยมในช่วงหลังค.ศ.1970 เพราะงานวิจัยที่ปรากฏในระยะหลังส่วนใหญ่ นิยมใช้ดัชนีการวิเคราะห์เพื่อนบ้านใกล้เคียงที่สุด

2.4 การจัดอันดับ-ขนาดของตลาดนัด

ในการจัดอันดับ-ขนาดของตลาดนัดนักวิชาการส่วนใหญ่ใช้แนวการจัดตามทฤษฎีแหล่งกลาง เช่น เอิล พี. สกอตต์ (Earl P. Scott) จัดอันดับ-ขนาดของตลาดนัดทางตอนเหนือของประเทศไนจีเรียโดยใช้ดัชนีจากค่าเฉลี่ยของรายได้สุทธิของพ่อค้าที่ขายสินค้าตามตลาดนัดที่ศึกษา (Scott 1972:322-325) ริชาร์ด ไชแมนสกี จัดอันดับ-ขนาดของตลาดนัดที่เมืองนาริโน (Narino) ประเทศโคลัมเบียโดยใช้ดัชนีการพิจารณาจากจำนวนการซื้อขายสินค้าในตลาด ระยะเวลาและจำนวนวันที่เปิดดำเนินการ จำนวนพ่อค้าและลูกค้า ชนิดสินค้าและจำนวนสินค้าการบริการ ระยะทางที่พ่อค้าและลูกค้าเดินทางมายังตลาดนัด ผลของการจัดอันดับ-ขนาดเป็น 5 ชั้นซึ่งไชแมนสกีได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอันดับ-ขนาด ขอบเขตการบริการ จำนวนวันที่ตลาดนัดเปิดบริการ จำนวนและชนิดสินค้า จึงเป็นไปตามทฤษฎีแหล่งกลางที่ว่า แหล่งกลางที่

มีขนาดใหญ่ย่อมเสนอสินค้าและบริการมากกว่าแหล่งกลางขนาดเล็ก ชอบเขตตลาดจึงกว้างไกลกว่าแหล่งกลางขนาดเล็ก (Smith 1978:171-185) อย่างไรก็ตามการจัดอันดับ-ขนาดตลาดนัดในชนบทนี้ไม่นิยมใช้จำนวนประชากรเป็นเกณฑ์การพิจารณาเพราะประชากรในชนบทอยู่กระจัดกระจายตามหมู่บ้านต่างๆ และมีการอพยพโยกย้ายตามฤดูกาล เก็บเกี่ยวเสมอ (Scott 1972:322)

2.5 ประเภทของตลาดนัด

การจัดประเภทของตลาดนัดส่วนใหญ่นิยมใช้พิจารณาจากระยะเวลาและระบบปฏิบัติที่ใช้ในการจัดตลาดนัด ประเภทของตลาดนัดจึงแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เช่น สก๊อตแลนด์ ศึกษาตลาดนัดในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้จัดแบ่งประเภทตลาดนัดในระบบปฏิทินจันทรคติตามระยะเวลาหมุนเวียนมาเปิดดำเนินการ 1 รอบวงจรเป็น 2 ประเภท คือประเภทระยะเวลาสั้น (Short-term periodic) หมายถึงตลาดนัดที่มีรอบของการนัดหมายกลับมาเปิดดำเนินการแต่ละครั้งไม่เกิน 10 วัน และตลาดนัดประเภทระยะเวลานาน (Long-term periodic) หมายถึงตลาดนัดที่มีรอบของการนัดหมายแต่ละรอบ 12-15 วัน ชาลส์ เอ็ม กู๊ด ศึกษาตลาดนัดในประเทศชุกกาตาได้จัดแบ่งตลาดนัด 14 วัน ตลาดนัด 8 วัน ตลาดนัด 3 วัน เป็นต้น ปีเตอร์ สกอตต์ ได้ศึกษาตลาดนัดในยุโรป จัดตลาดนัดเป็นลักษณะการค้าแบบโบราณมี 2 ประเภท คือ ตลาดนัดประจำสัปดาห์ (weekly day market) หมายถึงตลาดนัดที่มีกำหนดการเปิดดำเนินการ 1-3 วันต่อสัปดาห์ และตลาดนัดประจำปี หรือ งานปี (market fair) หมายถึงตลาดนัดที่มีรอบของการนัดหมาย 1-4 ครั้งต่อปี เป็นต้น