

สรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปการวิจัย

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในกรุงเทพฯ ในช่วงเวลาที่ผ่านมานำไปสู่การปรับตัวของเมืองในหลายด้าน จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น หมายถึง ปริมาณการบริโภคที่เพิ่มขึ้น โดยตลาดในฐานะแหล่งรวบรวมและกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามความต้องการของชุมชน เริ่มกระจายตัวออกจากย่านใจกลางเมืองพร้อมกับการขยายตัวของเมืองที่เพิ่มขึ้น แต่ในแง่ของตลาดขายส่ง โดยเฉพาะตลาดขายส่งผลไม้ในกรุงเทพฯ ต้องประสบกับความแออัดของตลาดเนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ย่านใจกลางเมือง ที่ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ อีกทั้งความคับคั่งของขบวนการเป็นสาเหตุที่ทำให้มีการจัดตั้งตลาดขายส่งผลไม้บริเวณชานเมืองของกรุงเทพฯ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ตามโครงการของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

จุดประสงค์ของการจัดตั้งตลาดสี่มุมเมือง ต้องการให้ตลาดดังกล่าวแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตลาดขายส่งผลไม้ที่อยู่ในย่านใจกลางเมืองของกรุงเทพฯ ให้ช่วยลดความคับคั่งของการจราจรในบริเวณตลาด อีกทั้งยังเล็งเห็นว่า หากยังมีการจัดตั้งตลาดขายส่งผลไม้แห่งใหม่ภายในเมือง ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตลาดกลางขายส่งผลไม้ในปัจจุบัน คงจะเกิดขึ้นอีกไม่ช้า เนื่องจากประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงในช่วงเวลาดังกล่าว การตั้งถิ่นฐานของประชากรเริ่มกระจายตัวออกจากย่านใจกลางเมือง ดังนั้น เพื่อให้ตลาดขายส่งผลไม้แห่งใหม่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และรองรับการกระจายตัวของประชากรที่เริ่มกระจายตัวออกจากย่านใจกลางเมือง ดังนั้น ทำเลที่ตั้งของการจัดตั้งตลาดขายส่งผลไม้แห่งใหม่ ควรอยู่บริเวณชานเมือง

โครงการจัดตั้งตลาดขายส่งผลไม้จึงเกิดขึ้นตามแผนฯ 5 โดยต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดขายส่งผลไม้รอบกรุงเทพฯ ทั้ง 4 ทิศ รองรับผลไม้ออกจากทิศต่าง ๆ ที่กระจายเข้าสู่กรุงเทพฯ และต้องการให้ประชากรในกรุงเทพฯ โดยเรียกว่า ตลาดสี่มุมเมือง ให้บริการประชากรทั้งสี่ทิศของกรุงเทพฯ ด้วยการเข้าถึงที่สะดวกและลดการเข้าถึงตลาดขายส่งผลไม้ในย่านใจกลางเมือง

แต่ตลาดสี่มุมเมือง (รังสิต) ได้รับการจัดตั้งเพียงแห่งเดียว โดยมีที่ตั้งอยู่ที่ทิศเหนือของกรุงเทพฯ ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการศึกษา ที่ต้องการศึกษารูปแบบทางพื้นที่ของแหล่งที่มาของผลไม้เข้าสู่ตลาด โดยตั้งสมมติฐานว่า ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) เป็นแหล่งรองรับผลไม้จากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และตลาดรับซื้อผลไม้ของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) เป็นตลาดค้าปลีกในกรุงเทพฯ ดังนั้น ต้องมีการพิสูจน์ตามสมมติฐาน เพื่อนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้

5.2 วิธีดำเนินการและที่มาของข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัย ได้ศึกษาแหล่งที่มาของผลไม้โดยการสัมภาษณ์ผู้ค้าผลไม้ในตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ด้วยการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเป็นผู้ถามและจดบันทึกเอง โดยใช้รายการถาม (Schedule) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สำหรับเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนผู้ค้าผลไม้แต่ละชนิด ผู้วิจัยพยายามสุ่มตัวอย่างผู้ค้าผลไม้แต่ละชนิดให้ได้มากที่สุด เนื่องจากช่วงเวลากการสัมภาษณ์ผู้ค้าของวันไม่เหมาะสม เนื่องจากเป็นช่วงการพักผ่อนและจำนวนผู้ค้ามีน้อย หลังจากกำหนดข้อคำถามเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว ได้เริ่มเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ค้าผลไม้จำนวน 20 ชนิด จากผู้ค้าจำนวน 390 ราย ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ประมาณ 2 เดือน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาศึกษาถึงแหล่งที่มาและตลาดรับซื้อ แยกรายชนิดผลไม้ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งขึ้นและยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือไม่ การศึกษาขั้นตอนต่อไป เป็นการสอบถามผู้ค้าผลไม้ในตลาดในกรุงเทพฯ ถึงแหล่งที่มาของผลไม้ที่นำมาจำหน่าย พร้อมประเมินศักยภาพของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ต่อการเป็นตลาดผลไม้กลาง โดยการศึกษาสัดส่วนของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่างๆ ในกรุงเทพฯ แยกตามแหล่งที่มา คือ ตลาดสี่มุมเมือง (รังสิต) และตลาดอื่น ๆ รวม 2 แหล่งที่มา ด้วยการไ้ใช้รายการถาม (Schedule) อีกเช่นกัน นอกจากนี้ มีการศึกษาอีกแนวทางหนึ่ง คือ การเปรียบเทียบตลาดที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในกรุงเทพฯ โดยการวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดด้วยวิธี Goal Programming

5.3 สรุปผลการวิจัย

5.3.1 รูปแบบทางพื้นที่ของแหล่งที่มาและตลาดรับซื้อผลไม้

การศึกษารูปแบบของแหล่งที่มาและตลาดรับซื้อผลไม้ของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยสัมภาษณ์ผู้ค้าผลไม้จำนวน 390 ราย ผลไม้จำนวน 20 ชนิด โดยผลการศึกษาเป็นดังนี้

5.3.1.1 แหล่งที่มาของผลไม้

จากการศึกษาแหล่งที่มาและตลาดรับซื้อผลไม้จำนวน 20 ชนิด พบว่าแหล่งที่มาของผลไม้มาจาก 6 ภาคของประเทศ รวม 40 จังหวัด ภาคเหนือมีจังหวัดที่เป็นแหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) น้อยที่สุดคือ 3 จังหวัด รองลงไปได้แก่ ภาคตะวันตก มีจำนวนจังหวัดที่เป็นแหล่งที่มาของผลไม้ คือ 5 จังหวัด เท่ากับภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนจังหวัดที่เป็นแหล่งที่มาของผลไม้เท่ากับ 7 จังหวัดเท่ากับภาคตะวันออก และภาคกลางมีจำนวนจังหวัดที่เป็นแหล่งที่มาของผลไม้มากที่สุด คือ 13 จังหวัด

ผลจากการศึกษาถึงแหล่งที่มาของผลไม้ พบว่ามาจากทุกภาคของประเทศ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อ 1 ที่ตั้งไว้ว่าตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ตั้งขึ้นเพื่อเป็นตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งทำหน้าที่รองรับผลไม้จากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นภูมิภาคส่วนหนึ่งของประเทศ เพื่อขายให้กับตลาดค้าปลีกในกรุงเทพฯ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 1

5.3.1.2 ตลาดรับซื้อผลไม้

การศึกษารุ่นนี้ได้แบ่งตลาดรับซื้อผลไม้เป็น 2 ประเภทคือ ตลาดในกรุงเทพฯ และตลาดต่างจังหวัด จากการศึกษารุ่นนี้ทั้ง 20 ชนิด พบว่า ผลไม้จำนวน 2 ชนิด มีตลาดรับซื้อเฉพาะกรุงเทพฯ เท่านั้น และผลไม้จำนวน 18 ชนิด กระจายเข้าสู่ตลาดกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และผลไม้จำนวน 17 ชนิด มีสัดส่วนการกระจายเข้าสู่ตลาดในกรุงเทพฯ มากกว่าตลาดในต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 94.44 และมีผลไม้ 1 ชนิด ที่มีสัดส่วนกระจายสู่ตลาดต่างจังหวัดมากกว่าตลาดในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผลจากการศึกษาตลาดรับซื้อผลไม้ พบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าผลไม้ในตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) พบว่า ตลาดรับซื้อผลไม้จากตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต)เป็นตลาดในกรุงเทพฯ มากกว่าต่างจังหวัด ดังนั้น ผลจากการสุ่มตัวอย่างผู้ค้าผลไม้ในตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) พบว่า ตลาดในกรุงเทพฯ เป็นตลาดที่มีการจำหน่ายผลไม้ที่ซื้อจากตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต)มากกว่าตลาดต่างจังหวัด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตลาดในกรุงเทพฯ เพื่อพิสูจน์แหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) เป็น 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 ตลาดที่ศึกษา เป็นตลาดที่ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากผู้ค้าผลไม้ในพื้นที่ศึกษา และ กรณีที่ 2 เป็นตลาดที่เลือกศึกษาที่อยู่นอกเหนือกรณีแรก โดยการสัมภาษณ์เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

กรณีที่ 1 จากการศึกษาดูจำนวน 32 ตลาด จาก 17 เขต พบว่า แหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ มีจำนวน 6 ตลาด ได้แก่ ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ตลาดไท ตลาดมหานาค ตลาดองค์การตลาด ตลาดคลองเตย 2 และตลาดต่างจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่างๆในกรุงเทพฯมาจากตลาดสี่มุมเมือง (รังสิต) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.14 รองลงไป ได้แก่ ตลาดมหานาค ร้อยละ 21.62 ตลาดต่างจังหวัด ร้อยละ 8.65 ตลาดไท ร้อยละ 9.19 ตลาดองค์การตลาด ร้อยละ 3.78 และตลาดคลองเตย 2 ร้อยละ 1.62

กรณีที่ 2 จากการศึกษาดูจำนวน 11 แห่ง จาก 7 เขต พบว่า แหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ มีจำนวน 6 ตลาด ได้แก่ ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ตลาดไท ตลาดมหานาค ตลาดองค์การตลาด ตลาดคลองเตย 2 และตลาดต่างจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ มาจาก ตลาดมหานาค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.04 รองลงไป ได้แก่ ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) คิดเป็นร้อยละ 25.53 เท่ากับตลาดต่างจังหวัด ตลาดไท ร้อยละ 10.64 ตลาดองค์การตลาด ร้อยละ 2.13 เท่ากับ ตลาดคลองเตย 2

ผลการศึกษาทั้งสองกรณี สรุปได้ว่าแหล่งที่มาของผลไม้ของตลาดรับซื้อในกรุงเทพฯมาจากตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.14 รองลงไป ได้แก่ ตลาดมหานาค คิดเป็นร้อยละ 24.14 ตลาดต่างจังหวัด ร้อยละ 12.07 ตลาดไท ร้อยละ 9.48 ตลาดองค์การตลาด ร้อยละ 3.45 และตลาดคลองเตย 2 ร้อยละ 1.72

ผลจากการศึกษาตลาดรับซื้อผลไม้ของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) มีทั้งตลาดในกรุงเทพฯ และตลาดต่างจังหวัด โดยที่ตลาดรับซื้อผลไม้ในกรุงเทพฯ ไม่ได้เป็นตลาดค้าปลีกทั้งหมด จากผลการวิจัย ถึงแหล่งที่มาและตลาดรับซื้อผลไม้ ครอบคลุมสมมติฐานการวิจัย ข้อ 1 ที่ตั้งไว้ว่า ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ตั้งขึ้นเพื่อเป็นตลาดสี่มุมเมือง ซึ่งทำหน้าที่รองรับผลไม้จากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อขายให้กับตลาดค้าปลีกในกรุงเทพฯ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 1

5.3.2 การศึกษาถึงบทบาทของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ในฐานะตลาดผลไม้กลาง

การศึกษาเพื่อนำไปสู่การสรุปบทบาทของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ว่ามีความสำคัญมากชั้นในปัจจุบันตามการตั้งสมมติฐานไว้หรือไม่ แบ่งแนวทางการศึกษาเป็น 2 แนวทาง แนวทางที่ 1 พิจารณาสัดส่วนของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ที่เลือกสุ่ม และแนวทางที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพของตลาด ด้วยวิธี Goal Programming

แนวทางการศึกษาที่ 1 เป็นการศึกษาแหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ จำนวน 43 ตลาดในกรุงเทพฯ ว่า มีแหล่งที่มาจากแหล่งใด ได้แบ่งแหล่งที่มา เป็นตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) และตลาดอื่น ๆ จำนวน 2 แหล่งที่มา ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ ที่เลือกศึกษา มาจากตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) ในสัดส่วนที่มากกว่ามาจากตลาดอื่น ๆ จำนวน 15 ชนิด ผลไม้จำนวน 4 ชนิดมีสัดส่วนที่มาจากตลาดอื่น ๆ มากกว่าตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) และผลไม้จำนวน 1 ชนิดมีแหล่งที่มาของผลไม้ในสัดส่วนเท่ากัน

แนวทางการศึกษาที่ 2 คือ การวิเคราะห์ศักยภาพของตลาด ด้วยวิธี Goal Programming หลังจากที่ได้จัดลำดับความสำคัญของตลาดที่เป็นแหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในกรุงเทพฯ แล้ว ได้เลือกตลาดขนาดและตลาดองค์การตลาดมาศึกษา ต่อไปผู้วิจัยได้เลือกเกณฑ์และกำหนดปัจจัย เพื่อนำมาเปรียบเทียบศักยภาพของตลาดที่ศึกษา โดยผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องการเปรียบเทียบจำนวน 8 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยต่างมีระดับความสำคัญเท่ากัน กล่าวคือ ให้ระดับน้ำหนัก (Weight) แต่ละปัจจัยเท่ากัน คือ 0.125 ดังนั้น น้ำหนักรวม 8 ปัจจัย เท่ากับ 1.0 ปัจจัยที่กำหนดขึ้น มีดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1	จำนวนพื้นที่จำหน่ายผลไม้ (ตารางเมตร)
ปัจจัยที่ 2	รายได้ที่ได้จากการจำหน่ายผลไม้(บาทต่อปี)
ปัจจัยที่ 3	จำนวนแผงจำหน่ายผลไม้(แผง)
ปัจจัยที่ 4	ขนาดของบริเวณการค้า(ตารางเมตร)
ปัจจัยที่ 5	ความสะดวกในการเข้าถึง
ปัจจัยที่ 6	ขอบเขตการให้บริการ
ปัจจัยที่ 7	ศักยภาพของตลาดต่อการขยายตัวในอนาคต
ปัจจัยที่ 8	ทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นจะนำมาให้น้ำหนักกำหนดระดับคะแนน โดยมีการเปรียบเทียบระดับคะแนนในแต่ละปัจจัยของตลาดที่เลือกมาศึกษา โดยเปรียบเทียบทีละคู่ จำนวน 3 คู่ เพื่อนำไปสู่การสรุปถึงบทบาทของตลาดที่ศึกษาว่า ตลาดจำนวน 3 ตลาดที่ศึกษา ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) เป็นตลาดที่มีบทบาทของการเป็นแหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในกรุงเทพฯ มากที่สุด รองลงไปคือ ตลาดองค์การตลาดและตลาดมหานคร

ดังนั้น ผลจากการวิจัยในส่วนนี้ และผลจากการศึกษาสัดส่วนของแหล่งที่มาของผลไม้ที่จำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ที่เลือกสุ่มจำนวน 43 ตลาด นำไปสู่การยอมรับสมมติฐาน ข้อ 2 ที่ตั้งไว้ว่า ปัจจุบัน ตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) มีความสำคัญมากขึ้น จนดูเหมือนว่าเป็นศูนย์กลางรับซื้อผลไม้จากทุกภาคของประเทศ เนื่องจากยังไม่มีตลาดกลางในทิศอื่น ๆ ที่มีบทบาทชัดเจน

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.4.1 วิธีการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การสรุปบทบาทของตลาดสี่มุมเมือง(รังสิต) อาจใช้วิธีการวิจัยอื่น เช่น การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงพื้นที่ (Potential Surface Analysis : PSA) เป็นต้น

5.4.2 การเปรียบเทียบปัจจัย ผู้วิจัยสามารถเลือกปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการศึกษาในครั้งนี้ และสามารถกำหนดระดับน้ำหนักได้เอง แต่น้ำหนักรวมของทุกปัจจัย ต้องเท่ากับ 1.0