

ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร : กรณีศึกษา โครงการบ้าน
เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหะพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2566

BENEFITS THAT RESIDENT RECEIVED FROM MARKET COURTYARD DEVELOPMENT IN
BAAN EUARTHORN HOUSING PROJECT : CASE STUDY OF BAAN EUARTHORN
LADKRABANG 2 HOUSING PROJECT AND BAAN EUARTHORN ROM KLAO HOUSING
PROJECT



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Housing Development in Housing and Real Estate

Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2023

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการ บ้านเอื้ออาทร : กรณีศึกษา โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
โดย	นายวิศรุต เกกนิชะ
สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณทิพย์ พานิชภาคี
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรายุทธ ทรัพย์สุข)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉวีวรรณ เต๋นไพบูลย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณทิพย์ พานิชภาคี)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร)

..... กรรมการ
(ภาวิณี ธีรสวัสดิ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุษรา โปหาทอง)

วิศรุต เกกิบะ : ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร : กรณีศึกษา โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า. (BENEFITS THAT RESIDENT RECEIVED FROM MARKET COURTYARD DEVELOPMENT IN BAAN EUARTHORN HOUSING PROJECT : CASE STUDY OF BAAN EUARTHORN LADKRABANG 2 HOUSING PROJECT AND BAAN EUARTHORN ROM KLAO HOUSING PROJECT) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.กมลทพิทย พานิชักดิ์, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ผศ. ดร.บุญยั้ง คงอาชาภัทร

โครงการบ้านเอื้ออาทรโดยการเคหะแห่งชาติ ประกอบด้วยผู้อยู่อาศัย และองค์ประกอบชุมชนที่ครบครัน โดยมี ลานตลาด เพื่อให้บริการและเป็นแหล่งงานให้กับผู้อยู่อาศัยในชุมชน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย เสริมสร้างเศรษฐกิจที่ดีและเสริมสร้างสายสัมพันธ์อันดีภายในชุมชน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดและเป้าหมายในการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร กับผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาลานตลาด โดยคัดเลือกโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นกรณีศึกษา โดยใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาด

การศึกษาพบว่า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ตั้งอยู่ที่ถนนประชาพัฒนา เขตลาดกระบัง ด้านหน้าโครงการมีตลาดนัด 1 ตลาด และมีมีนทร์ 1 ร้าน มีผู้อยู่อาศัย 6,390 หน่วย มีลานตลาดภายในโครงการ 3 ลานตลาด ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าโครงการ 2 ลานตลาด และอยู่ภายในโครงการ อีก 1 ลานตลาด มีร้านค้ารวมกันทั้งสิ้น 44 ร้าน มีผู้อยู่อาศัยในโครงการเป็นผู้ประกอบการค้า 38 ร้าน(ร้อยละ 86 ของจำนวนร้านทั้งหมด) ผู้อยู่อาศัยทั่วไปร้อยละ 64 มาซื้อสินค้าในลานตลาดเป็นประจำ ลานตลาดบริหารงานโดยผู้อยู่อาศัยในโครงการ 1 ลานตลาด และอดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ 2 ลานตลาด ผู้อยู่อาศัยมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อลานตลาดด้านกายภาพ ในระดับปานกลาง (3.23 เต็ม 5 คะแนน) และ ด้านการบริหารลานตลาด ในระดับปานกลาง (3.31 เต็ม 5 คะแนน) โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ตั้งอยู่ที่ถนนเคหะร่มเกล้า เขตลาดกระบัง โดยมีตลาด ศูนย์อาหาร และศูนย์การค้า บริเวณด้านหน้าโครงการ มีที่อยู่อาศัย 6,022 หน่วย มีลานตลาดภายในโครงการ 1 ลานตลาด ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าออกด้านหลังโครงการ มีร้านค้าจำนวน 42 โดยทุกร้านค้ามีผู้ประกอบการเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้งหมด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปร้อยละ 73.7 มาซื้อสินค้าในลานตลาดเป็นประจำ ลานตลาดบริหารงานโดยบุคคลภายนอกที่สามารถประมุขสิทธิ์ในการบริหารลานตลาดได้ ผู้อยู่อาศัยมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อลานตลาดด้านกายภาพในระดับมาก (3.55 เต็ม 5 คะแนน) และ ด้านการบริหารลานตลาดในระดับมาก (3.50 เต็ม 5 คะแนน) การที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีคะแนนทัศนคติและความพึงพอใจสูงกว่าและมีสัดส่วนผู้อยู่อาศัยมาใช้ตลาดมากกว่าโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เนื่องจาก การเป็นลานตลาดขนาดใหญ่รวมศูนย์เดียวในโครงการ และที่ตั้งของลานตลาดอยู่ห่างจากแหล่งการค้าอื่นมากกว่า มีจำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยในระยะ 100 เมตรมากกว่า อาคารลานตลาดมีความกว้างใหญ่และปลอดภัยกว่า การมีผู้ค้าทั้งหมดเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการ และผู้ดำเนินการลานตลาดที่มีความสามารถในการบริหาร

ผลการศึกษาสามารถสรุปข้อดีและข้อจำกัดของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทั้ง 2 โครงการ ได้ว่า ลักษณะทางกายภาพของลานตลาดมีข้อดีในด้านที่ตั้งและความสะดวกของผู้อยู่อาศัยในการเดินทางมาลานตลาด ที่จอดรถไม่เพียงพอ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่และจำนวนที่จอดรถไม่เพียงพอ ด้านการบริหารลานตลาดลานตลาดมีข้อดีในด้าน สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ การจัดเก็บค่าเช่าอย่างเป็นระบบและมีความยืดหยุ่นต่อผู้ค้า แต่ยังมีข้อจำกัดในด้าน การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัย เกี่ยวกับลานตลาด และ ความหลากหลายและเพียงพอของร้านค้าภายในลานตลาด

เมื่อสรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทรพบว่า (1) ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัยพบว่า ลานตลาดเป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่มีความสะดวกในการมาใช้งานเป็นที่นิยมของผู้อยู่อาศัย (2) ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชนพบว่า ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีส่วนช่วยในการสร้างรายได้ที่สูงเมื่อเทียบกับพฤติกรรมการศึกษาของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า (3) ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนพบว่า ผู้อยู่อาศัยมีทัศนคติในเกณฑ์ดีมาก โดยเฉพาะผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า แสดงให้เห็นว่าลานตลาดสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้ผู้อยู่อาศัยที่มาใช้งานได้ จึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะ (1) ด้านลักษณะทางกายภาพของลานตลาดควรกำหนดที่จอดรถยนต์ระยะสั้นและเพิ่มสัดส่วนของพื้นที่จอดรถจักรยานยนต์ (2) ด้านการบริหารลานตลาดเสนอแนะให้ การเคหะแห่งชาติมีหน้าที่และนํ้าการบริหารลานตลาด เพื่อฝึกฝนให้คนภายในชุมชนในระยะแรก (3) ข้อเสนอแนะต่อโครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ ที่มีหน่วยพักอาศัยตั้งแต่ 3,600 หน่วยขึ้นไป ควรพิจารณา หากไม่มีตลาดอยู่ใกล้โครงการในรัศมีการเดินทาง 45 นาที ควรส่งเสริมให้มีลานตลาดภายในโครงการ

สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์	ลายมือชื่อนิสิต
ปีการศึกษา	2566	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

6272019325 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORD: development, market courtyard, Baan Euarthorn Project, BENEFITS THAT RESIDENT RECEIVED, resident

Witsawatut Kekina : BENEFITS THAT RESIDENT RECEIVED FROM MARKET COURTYARD DEVELOPMENT IN BAAN EUARTHORN HOUSING PROJECT : CASE STUDY OF BAAN EUARTHORN LADKRABANG 2 HOUSING PROJECT AND BAAN EUARTHORN ROM KLAO HOUSING PROJECT. Advisor: Assoc. Prof. Dr. KUNDOLDIBYA PANITCHPAKDI, Ph.D. Co-advisor: Asst. Prof. Dr. Boonying Kongarchapatara

The Baan Euarthorn housing project by the National Housing Authority consists of residential and complete community facilities, including market courtyards, to serve and provide job opportunities for the community residents to promote stability. This research aims to explore the concepts and goals of market courtyard development in the Baan Euarthorn housing project and examine the benefits received by residents from this development. The case studies chosen for this research are Baan Euarthorn Ladkrabang 2 Housing Project and Baan Euarthorn Romkiao Housing Project. The study uses observation, interviews, and surveys conducted on both general residents and resident entrepreneurs within the market courtyards.

The study reveals that Baan Euarthorn Ladkrabang 2 is located on Prachaphattana Road, Ladkrabang district, with a front-facing market courtyard consisting of one flea market and one minimart. The project accommodates 6,390 residential units and features three market courtyards – two at the project's front and one within the project, totaling 44 shops. Of these, 38 shops (86% of total) are operated by resident entrepreneurs, and 64% of general residents regularly purchase goods from the market courtyards. The market courtyards are managed by residents of the Project 1 market courtyard and former residents of the Project 2 market courtyards. Both the physical appearance of the market courtyards and the management of the market courtyard are found to be at a moderate level with satisfaction scores of 3.23 and 3.31 out of 5, respectively. In contrast, the Baan Euarthorn Romkiao project, located on Kheha Romkiao Road, Ladkrabang district, possesses a front-facing market courtyard comprising one market, a food court, and a shopping center. The project has 6,022 residential units with one market courtyard located at the back entrance of the project. All 42 shops within this courtyard are operated by resident entrepreneurs, and 73.7% of general residents purchase products in the market courtyard regularly. This market courtyard is managed by non-residents who bid for the right to manage the courtyard. Here, 64% of general residents regularly purchase goods from the market courtyards. The physical appearance and management of the market courtyards received high satisfaction scores of 3.55 and 3.50 out of 5, respectively. The study indicates that Baan Euarthorn Rom Kao's market courtyard, being larger and centrally located within the project, attracts more residents than Baan Euarthorn Ladkrabang 2 as it is further away from other trading areas, there are more residential units within 100 meters, and it is airier and more spacious.

In summary, the study outlines the advantages and limitations of market courtyards in both Baan Euarthorn housing projects. Physical characteristics, such as location and convenience for residents to access, are favorable, while limitations include arranging stalls and inconvenience for residents traveling to the market courtyards. Also, limitations exist arranging the stalls into categories and the number of parking spaces is insufficient. In terms of market courtyard management, the market courtyards have advantages in terms of offering suitably priced products, systematic rental fees, and flexible rental collection for merchants, yet there is room for improvement regarding participation in expressing resident opinions of the market courtyards as well as offering a sufficient variety and number of shops within the courtyards.

Analyzing the results, it was found that: (1) in terms of housing stability, the market courtyards offer a shopping center that is convenient to use and popular with residents; (2) in terms of economic development in the community, the market courtyards in the Baan Euarthorn project help generate high incomes with comparison to the educational background of the resident merchants; (3) in terms of community relations, the residents have a positive attitude towards the courtyards, especially the resident merchants. These results show that residents can create positive relationships with market courtyards. Recommendations for improvement include (1) establishing short-term car parking while increasing the proportion of motorcycle parking spaces; (2) having the National Housing Authority provide guidance on market courtyard management and train community residents during the first phase; and (3) encouraging the development of market courtyards in projects with 3,600 or more residential units, especially if there are no market courtyards within a 45-minute travel radius of the project.

Field of Study: Housing and Real Estate Development

Student's Signature

Academic Year: 2023

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชภัคดี ที่ กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และมีส่วนสำคัญในการให้คำปรึกษา และผลักดันให้ วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ ดร. ฉวีวรรณ เด่นไพบุลย์ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. บุญยิ่ง คงอาชาภัทร รองศาสตราจารย์ ดร. บุชรา โปหาทอง อาจารย์ ภาวิณี อีรสวัสดิ์ และอาจารย์ประจำภาควิชาเคหกรรมทุกท่านที่ให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางที่มีประโยชน์ในการศึกษา ครั้งนี้

ขอขอบคุณบุคคลต่างๆที่ให้ข้อมูลในการศึกษา นางวนิดา สุดช่วย และเจ้าหน้าที่การเคหะ แห่งชาติท่านอื่นที่มีส่วนช่วยในการให้ข้อมูล นิตินุศุลโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการ บ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ป่าต้อย ผู้ดำเนินการลานตลาด คุณปรีชา เขียวโง้ว คุณไก่ คุณเบ็ญ ผู้ที่ให้ข้อมูล ในการดำเนินการและบริหารลานตลาด

ขอขอบคุณผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า ที่ให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถาม

ขอขอบคุณผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์ นายนพคุณ สุวัตรกุล และทีมงาน ผู้ช่วยในการ ทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์ นางสาวรุจิรา ทวีทรัพย์รัมย์

ท้ายนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่สนับสนุนด้านความพร้อมใน การศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิศวรรุต เกกนิษ

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	น
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 คำถามในงานวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์.....	3
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....	3
1.4.1.ขอบเขตทางด้านพื้นที่.....	3
1.4.2 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หรือสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ.....	6
2.2 แนวความคิดโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	8
2.3 แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง.....	9
2.4 เป้าหมาย ในการพัฒนาตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ.....	10

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับตลาด.....	10
2.6 แนวคิดองค์ประกอบของตลาด การเลือกที่ตั้งตลาด และการออกแบบตลาด F5.....	12
2.6.1 องค์ประกอบของตลาด (ธนาคารอมสิน, 2004).....	12
2.6.2 แนวคิดการเลือกที่ตั้งตลาด.....	12
2.6.3 แนวคิดการออกแบบตลาด.....	13
2.7 นโยบายตลาดกับที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ.....	14
2.7.1 ตลาดในการควบคุมของ การเคหะแห่งชาติ สิงคโปร์ (Housing and Development Board).....	14
2.8.2 ตลาดในความดูแลของ หน่วยงานด้านอาหารสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม ฮ่องกง (Food and Environmental Hygiene Department).....	14
2.8.แนวคิด TIMES Model.....	15
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	18
3.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	18
3.2 ระเบียบวิธีวิจัย.....	18
3.3 การเลือกโครงการกรณีศึกษา.....	26
3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27
3.4.1 ประชากรจากแบบสอบถามผู้อยู่ทั่วไป.....	27
3.4.2 ประชากรจากแบบสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า.....	28
3.5 ขั้นตอนในการวิจัย.....	29
3.6 การเก็บข้อมูลในงานวิจัย.....	30
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
3.8 ระยะเวลาในการวิจัย.....	32
3.9 อุปสรรคในงานวิจัย.....	32

บทที่ 4 การพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ลักษณะทางกายภาพและการบริหารลานตลาด.....	33
4.1 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	36
4.1.1 การพัฒนาลานตลาด	36
4.1.2 ลักษณะทางกายภาพ	38
4.1.3 การบริหารลานตลาด.....	39
4.2 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	41
4.2.1 ลักษณะทางกายภาพ.....	41
4.3 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	45
4.3.1 ลักษณะทางกายภาพ	45
4.4 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	47
4.4.1 ลักษณะทางกายภาพ	47
4.5 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	50
4.5.1 การพัฒนาลานตลาด	50
4.5.2 ลักษณะทางกายภาพ.....	52
4.5.3 การบริหารลานตลาด.....	53
ทัศนคติต่อการบริหารลานตลาดบริหารลานตลาด	53
4.6 สรุปรวมลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	55
4.6.1 การพัฒนาลานตลาด	55
4.6.2 ลักษณะทางกายภาพ	56
4.6.3 การบริหารลานตลาด.....	60
บทที่ 5 ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	63
5.1 ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	64

5.1.1	ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	64
5.1.2	ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	72
5.1.3	ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	87
5.2	ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	92
5.2.1	ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	92
5.2.2	ผลที่ผู้อยู่อาศัยผู้ที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	99
5.2.3	ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	109
5.3	ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	114
5.3.1	ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	114
5.3.2	ผลที่ผู้อยู่อาศัยผู้ที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	117
5.3.3	ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	123
บทที่ 6	บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	130
6.1	สรุปข้อดีและข้อจำกัดจากการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	130
6.1.1	สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการกายภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	130
6.1.2	สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	136
6.1.3	สรุปข้อดีและข้อจำกัดความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	142
6.2	สรุปผลและอภิปรายผล.....	147
6.2.1	อภิปรายลักษณะทางกายภาพในโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	147
6.2.2	อภิปรายลักษณะการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	153

6.2.3	สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ.....	162
6.2.4	สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ.....	170
6.2.5	สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	177
6.3	ข้อเสนอแนะ	180
6.3.1	ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ	180
6.3.2	ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัย	183
6.3.3	ข้อเสนอแนะต่อโครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่.....	183
	บรรณานุกรม.....	184
	ประวัติผู้เขียน.....	186
	ภาคผนวก.....	189



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร.....	2
ตารางที่ 2 จำนวนหน่วยพักอาศัยการเคหะแห่งชาติ.....	3
ตารางที่ 3 รายละเอียดโครงการ อาคารชุดบ้านเอื้ออาทรทำในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นโครงการระดับ อำเภอ (3,600 หน่วย).....	4
ตารางที่ 4 องค์ประกอบชุมชน มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ.....	7
ตารางที่ 5 บริเวณพาณิชยกรรมในองค์ประกอบชุมชน มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ	8
ตารางที่ 6 สรุปนโยบายการกำหนดสัดส่วนตลาดและร้านค้าต่อหน่วยพักอาศัยในต่างประเทศ.....	15
ตารางที่ 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 1).....	16
ตารางที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 2).....	17
ตารางที่ 9 ตารางแสดงระเบียบวิธีวิจัย (วัตถุประสงค์ข้อ 1-2).....	19
ตารางที่ 10 ตารางแสดงระเบียบวิธีวิจัย (วัตถุประสงค์ข้อ 3-4).....	23
ตารางที่ 11 จำนวนหน่วยพักอาศัยการเคหะแห่งชาติ.....	26
ตารางที่ 12 รายละเอียดโครงการ อาคารชุดบ้านเอื้ออาทรทำในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นโครงการ ระดับอำเภอ (3,600 หน่วย).....	26
ตารางที่ 13 จำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างจากแบบสอบถามผู้อยู่อาศัย	28
ตารางที่ 14 จำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างจากผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า.....	28
ตารางที่ 15 ตารางแสดงระยะเวลาในการวิจัย.....	32
ตารางที่ 16 สรุปภาพรวมในโครงการบ้านเอื้ออาทร 4 ลานตลาด ตารางที่ 1	33
ตารางที่ 17 สรุปภาพรวมในโครงการบ้านเอื้ออาทร 4 ลานตลาด ตารางที่ 2	34
ตารางที่ 18 การพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ลานตลาด	37
ตารางที่ 19 ทศนคติของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ลานตลาดโครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2.....	41

ตารางที่ 20 ทศนคติของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	54
ตารางที่ 21 สรุปรวมการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	55
ตารางที่ 22 สรุปรวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด (ตารางที่1).....	57
ตารางที่ 23 สรุปรวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด (ตารางที่2).....	57
ตารางที่ 24 สรุปรวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด (ตารางที่3).....	59
ตารางที่ 25 สรุปรวมลักษณะการบริหาร กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด.....	61
ตารางที่ 26 ตารางแสดงลำดับเนื้อหาบทที่ 5	63
ตารางที่ 27 สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 แบ่งตามโซนพื้นที่	64
ตารางที่ 28 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	65
ตารางที่ 29 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของ ผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	65
ตารางที่ 30 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	66
ตารางที่ 31 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด.....	67
ตารางที่ 32 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการใช้สอยลานตลาด	67
ตารางที่ 33 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการบริหารจัดการลานตลาด	68
ตารางที่ 34 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อภาพรวมของลานตลาด	68

ตารางที่ 35 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม.....	69
ตารางที่ 36 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	71
ตารางที่ 37 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 1).....	73
ตารางที่ 38 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 2).....	74
ตารางที่ 39 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 1).....	75
ตารางที่ 40 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 2).....	77
ตารางที่ 41 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	78
ตารางที่ 42 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด.....	80
ตารางที่ 43 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการใช้สอยลานตลาด.....	81
ตารางที่ 44 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการบริหารจัดการลานตลาด.....	82
ตารางที่ 45 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อภาพรวมของลานตลาด.....	83
ตารางที่ 46 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม.....	84
ตารางที่ 47 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	86

ตารางที่ 48 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	88
ตารางที่ 49 ผลการใช้จ่ายงานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	89
ตารางที่ 50 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	90
ตารางที่ 51 ทักษะคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้จ่ายงานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.....	91
ตารางที่ 52 สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า แบ่งตามโซนพื้นที่	92
ตารางที่ 53 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	93
ตารางที่ 54 ลักษณะการใช้จ่ายงานลานตลาด อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	94
ตารางที่ 55 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	95
ตารางที่ 56 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	95
ตารางที่ 57 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการใช้สอยลานตลาด.....	96
ตารางที่ 58 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า การบริหารจัดการลานตลาด.....	96
ตารางที่ 59 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อภาพรวมของลานตลาด	97
ตารางที่ 60 ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม.....	97
ตารางที่ 61 ทักษะคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้จ่ายงานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	99
ตารางที่ 62 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	100

ตารางที่ 63 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	102
ตารางที่ 64 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	103
ตารางที่ 65 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด.....	104
ตารางที่ 66 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการใช้สอยลานตลาด.....	105
ตารางที่ 67 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการบริหารจัดการลานตลาด.....	106
ตารางที่ 68 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อภาพรวมของลานตลาด.....	107
ตารางที่ 69 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม.....	108
ตารางที่ 70 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	109
ตารางที่ 71 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	110
ตารางที่ 72 ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	111
ตารางที่ 73 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	112
ตารางที่ 74 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	113
ตารางที่ 75 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	114

ตารางที่ 76 สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	115
ตารางที่ 77 สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (แบ่งตามโซน).....	115
ตารางที่ 78 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	115
ตารางที่ 79 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	116
ตารางที่ 80 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการ บ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	117
ตารางที่ 81 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	118
ตารางที่ 82 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	120
ตารางที่ 83 ทศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	121
ตารางที่ 84 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็น ผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	122
ตารางที่ 85 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่ทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 1 สรุปรูปเปรียบเทียบ 2 โครงการ)	124
ตารางที่ 86 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่ทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 2 สรุปรวม 2 โครงการ).....	124
ตารางที่ 87 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 1 สรุปรูปเปรียบเทียบ 2 โครงการ)	126

ตารางที่ 88 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 2 สรุปรวม 2 โครงการ).....	126
ตารางที่ 89 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็น ผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	128
ตารางที่ 90 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่ อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทร เกล้า.....	129
ตารางที่ 91 สรุปทศนคติต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	131
ตารางที่ 92 สรุปทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด และ สรุปทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด.....	132
ตารางที่ 93 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	133
ตารางที่ 94 สรุปข้อดีด้านที่ตั้งของลานตลาดมีความเหมาะสมและข้อดีด้านความสะดวกในการ เดินทางไปตลาด	133
ตารางที่ 95 สรุปข้อดีด้านทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม.....	134
ตารางที่ 96 สรุปข้อจำกัดด้านการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่.....	135
ตารางที่ 97 สรุปข้อจำกัดด้านตลาดมีที่จอดรถเพียงพอและตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	136
ตารางที่ 98 สรุปทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด และ สรุปทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	137
ตารางที่ 99 สรุปทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด และ สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการค้าขาย สินค้า และ สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	138
ตารางที่ 100 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการของลานตลาด.....	139
ตารางที่ 101 สรุปปรายจ่ายในการใช้จ่ายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	139
ตารางที่ 102 สรุปการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่.....	140
ตารางที่ 103 สรุปการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ และลักษณะการคัดเลือกผู้ค้า	140
ตารางที่ 104 สรุปสิ่งที่ชุมชนเคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด	141

ตารางที่ 105 สรุปทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน และ สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	143
ตารางที่ 106 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของลานตลาด	144
ตารางที่ 107 สรุปข้อดีด้านพ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	144
ตารางที่ 108 สรุปข้อดีด้านตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน.....	145
ตารางที่ 109 สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	147
ตารางที่ 110 สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาด แยกตามลานตลาด	148
ตารางที่ 111 สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาด ต่อทัศนคติต่อความเหมาะสมของที่ตั้งของตลาด และ ทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาด	149
ตารางที่ 112 สรุปลักษณะกายภาพลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร	150
ตารางที่ 113 สรุปลักษณะทางกายภาพ ต่อทัศนคติต่อทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม และ ทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่.....	150
ตารางที่ 114 สรุปลักษณะการวางผังลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทร.....	152
ตารางที่ 115 สรุปการพัฒนาลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทร.....	154
ตารางที่ 116 ตารางอภิปรายผลการพัฒนาและการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และ ความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	155
ตารางที่ 117 สรุปข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลานตลาด ด้านทัศนคติด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด และ ด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	155
ตารางที่ 118 สรุปรวมสัดส่วนร้านค้าและสัดส่วนการใช้งานในลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทร .	156
ตารางที่ 119 ข้อดีและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลานตลาด	158
ตารางที่ 120 สรุปลักษณะการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร.....	159
ตารางที่ 121 สรุปลักษณะการบริหารลานตลาด ต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน และสิ่งที่ชุมชน เคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด	160
ตารางที่ 122 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารลานตลาด	161

ตารางที่ 136 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	169
ตารางที่ 137 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	169
ตารางที่ 138 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	171
ตารางที่ 139 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	171
ตารางที่ 140 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดด้านลักษณะกายภาพของลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	171
ตารางที่ 141 รวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด.....	172
ตารางที่ 142 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	173
ตารางที่ 143 ลักษณะคร่าวๆ เรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	174
ตารางที่ 144 ลักษณะคร่าวๆ เรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	175
ตารางที่ 145 ทศนคติต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป ในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	176
ตารางที่ 146 ทศนคติต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป และผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า ในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า.....	176
ตารางที่ 147 ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย	178

ตารางที่ 148 ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้อ อาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	179
ตารางที่ 149 ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้อ อาทร ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชน	180



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 literature map ของงานวิจัย (จัดทำโดย : ผู้วิจัย)	6
ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย (จัดทำโดย : ผู้วิจัย)	18
ภาพที่ 3 สูตรการคำนวณจากวิธีคิดของทาโร ยามาเน่	27
ภาพที่ 4 แผนภูมิแสดงขั้นตอนในการวิจัย ที่มา:ผู้วิจัย	29
ภาพที่ 5 แผนภูมิแสดงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ที่มา : ผู้วิจัย.....	31
ภาพที่ 6 ผังแสดงตำแหน่งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	38
ภาพที่ 7 ผังการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และการจ่ายค่าเช่า.....	39
ภาพที่ 8 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1 และ L2	42
ภาพที่ 9 ผังพื้นและตำแหน่ง ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	43
ภาพที่ 10 ด้านหน้า ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	43
ภาพที่ 11 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1.....	44
ภาพที่ 12 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1.....	44
ภาพที่ 13 ผังพื้นและตำแหน่ง ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2.....	45
ภาพที่ 14 ด้านหน้า ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	46
ภาพที่ 15 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2.....	46
ภาพที่ 16 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3.....	47
ภาพที่ 17 ผังพื้นและตำแหน่ง ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3.....	47
ภาพที่ 18 ด้านข้าง(ทิศเหนือ) ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3.....	48
ภาพที่ 19 ด้านข้าง(ทิศตะวันตก) ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3.....	48
ภาพที่ 20 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3.....	49
ภาพที่ 21 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	50

ภาพที่ 22 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 50

ภาพที่ 23 ผังพื้นที่และตำแหน่งร้านค้า ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า..... 51

ภาพที่ 24 ด้านหน้า ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 51

ภาพที่ 25 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 52

ภาพที่ 26 ผังการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า และการจ่ายค่าเช่า..... 53

ภาพที่ 27 ผังสรุปการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร 60

ภาพที่ 28 สัดส่วนผู้เคยใช้งานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 แบ่งตามโซนพื้นที่... 64

ภาพที่ 29 ตำแหน่งลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 72

ภาพที่ 30 ที่ตั้งลานตลาด L1 และ L2 โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2..... 79

ภาพที่ 31 ที่ตั้งลานตลาด L3 โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2..... 79

ภาพที่ 32 สัดส่วนผู้เคยใช้งานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า แบ่งตามโซนพื้นที่ 92

ภาพที่ 33 ผังเสนอแนะ การวางผังลานตลาด ขนาด 720 ตารางเมตร..... 181

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การเคหะแห่งชาติดำเนินงานด้านการพัฒนาที่อยู่อาศัย แต่ในปี 2516 โดยมีหน้าที่ดำเนินการตามนโยบาย แก้ไขปัญหาความยากจน เพื่อการพัฒนาเมือง และ ส่งเสริมให้ผู้มีรายได้น้อยได้มีที่อยู่อาศัย (การเคหะแห่งชาติ., 2020) และได้ริเริ่มโครงการบ้านเอื้ออาทรขึ้นมาในปี พ.ศ. 2546 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเสริมสร้างกระบวนการประสานสายสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัว ชุมชน และสังคม ให้มีความเข้มแข็งและมีคุณภาพ และเพื่อสร้างชุมชนให้มียอดประกอบของชุมชนซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร นอกจากที่พักอาศัยแล้วยังประกอบด้วยองค์ส่วนอื่น ทั้ง ศูนย์ชุมชน ลานกีฬา และลานตลาด ซึ่งลานตลาดเป็นพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้สำหรับการเชิงพาณิชย์กรรม และเป็นพื้นที่ที่สำคัญต่อการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการของผู้อยู่อาศัยในชุมชนของผู้มีรายได้น้อย (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์., 2016) และยังคงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสร้างชุมชนให้มียอดประกอบของชุมชนซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จากจำนวนโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นอาคารชุดในกรุงเทพมหานครจำนวน 19 โครงการ พบว่ามีจำนวนโครงการที่มีการพัฒนาลานตลาดทั้งสิ้น 15 โครงการ และโครงการที่มีการจัดเตรียมพื้นที่ลานตลาดแต่ยังขาดการพัฒนาอีก 4 โครงการ โดยโครงการที่มีลานตลาดเป็นองค์ประกอบนั้นมีพื้นที่โดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 2.4 ของขนาดที่ดินโครงการ

จากการศึกษาค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลานตลาดในโครงการของการเคหะแห่งชาติทั้งสิ้น 2 งานวิจัยโดยเป็นงานวิจัยในเชิงการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพ การออกแบบตลาด แต่ยังคงขาดงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

ดังนั้นการศึกษาทำความเข้าใจถึงการพัฒนาพื้นที่ตลาดในบ้านเอื้ออาทร ทั้งในด้าน ลักษณะแนวคิดในการพัฒนา ระบบระเบียบการเช่าพื้นที่ ผลกระทบต่อสังคมในชุมชน จึงเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะสามารถนำมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์กับการใช้งานของผู้อยู่อาศัยเพื่อเป็นแนวทางในการจัดเตรียมพื้นที่ตลาด การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกศึกษาโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นโครงการขนาดอำเภอขึ้นไป ซึ่งประกอบด้วย บ้านเอื้ออาทร บางเขน (คลองถนน) บ้านเอื้ออาทร บึงกุ่ม บ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า บ้านเอื้ออาทร รามอินทรา (คูบอน) และ บ้านเอื้ออาทร โดยได้คัดเลือกโครงการที่มีจำนวนหน่วยพักอาศัยมากที่สุดและมีความแตกต่างกันในด้านย่านการค้าในบริเวณที่ตั้งโครงการมาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกกรณีศึกษา จึงได้โครงการ บ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2 บ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า มาเป็นกรณีศึกษา เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และเป็นประโยชน์การพัฒนาโครงการของภาครัฐและเอกชนได้ในอนาคต

ตารางที่ 1 การพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร

	โครงการ	หน่วยพักอาศัย	ลักษณะลานตลาด
1	บ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	7,640	3 ตลาด
2	บ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า 2	6,022	1 ตลาด
3	บ้านเอื้ออาทร บึงกุ่ม (T)	5,272	2 ตลาด
4	บ้านเอื้ออาทร บางเขน (คลองถนน)	3,896	1 ตลาด
5	บ้านเอื้ออาทร รามอินทรา (คูบอน)	3,715	1 ตลาด
6	บ้านเอื้ออาทร มีนบุรี	2,980	มีลามตลาดแต่ขาดการพัฒนา
7	บ้านเอื้ออาทร สายไหม(T)	2,324	1 ตลาด
8	บ้านเอื้ออาทร บางขุนเทียน 3 (T)	2,200	ไม่มี
9	บ้านเอื้ออาทร ปัญญารามอินทรา	1,753	1 ตลาด
10	บ้านเอื้ออาทร เพชรเกษม 81	1,708	1 ตลาด
11	บ้านเอื้ออาทร บางขุนเทียน 2 (T)	1,684	1 ตลาด
12	บ้านเอื้ออาทร หทัยราษฎร์ (T)	1,391	1 ตลาด
13	บ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง	1,360	1 ตลาด
14	บ้านเอื้ออาทร บางขุนเทียน 1 (T)	1,292	1 ตลาด
15	บ้านเอื้ออาทร รามอินทรา 117 (T)	896	1 ตลาด
16	บ้านเอื้ออาทร สรงประภา 1 (T)	748	1 ตลาด
17	บ้านเอื้ออาทร หัวหมาก	692	1 ตลาด
18	บ้านเอื้ออาทร สวนพลูพัฒนา	560	มีลามตลาดแต่ขาดการพัฒนา
19	บ้านเอื้ออาทร มิตรไมตรี (หนองจอก) T	288	มีลามตลาดแต่ขาดการพัฒนา

1.2 คำถามในงานวิจัย

ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรได้รับผลอย่างไรในการมีลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวคิดเป้าหมายและวิธีการในการพัฒนาและระบบบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
2. เพื่อศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาลานตลาดบ้านเอื้ออาทร
3. เพื่อวิเคราะห์ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับต่อเป้าหมายของการลานตลาดบ้านเอื้ออาทร
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาลานตลาดในโครงการที่อยู่อาศัย

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1. ขอบเขตทางด้านพื้นที่

การเลือกพื้นที่ในการศึกษา

1. เลือกโครงการบ้านเอื้ออาทรทำในกรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นบริเวณที่มีการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นโครงการอาคารชุดมากที่สุด และโครงการที่เป็นอาคารชุดเนื่องจากมีจำนวนหน่วยพักอาศัยที่มากกว่าโครงการแนวราบเมื่อเทียบในขนาดที่ดิน

ตารางที่ 2 จำนวนหน่วยพักอาศัยการเคหะแห่งชาติ

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนโครงการทั้งหมด	ประเภทที่อยู่อาศัย							
			บ้านเดี่ยว		บ้านแฝด		อาคารชุด		อาคารพาณิชย์	
			จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย	จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย	จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย	จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย
1	กรุงเทพมหานคร	136	9	2,915	16	1,760	93	85,712	18	829
2	นครปฐม	21	1	206	1	1	16	15,325	3	3
3	นนทบุรี	30	7	17	5	17	17	24,085	1	5
4	ปทุมธานี	40	14	5,330	2	230	23	28,617	1	2
5	สมุทรปราการ	54	1	19	3	139	43	56,215	7	39
6	สมุทรสาคร	18	1	4	0	0	14	15,408	3	41
รวม		299	33	8,491	27	2,147	206	225,362	33	919

2. เลือกโครงการระดับอำเภอขึ้นไป (3,600 หน่วย) เนื่องจากมีการกำหนดให้มีพื้นที่ลานตลาดในมาตรฐานที่อยู่อาศัยกาเคหะแห่งชาติ. เลือกโครงการโครงการที่หน่วยพักอาศัยมากที่สุด 2 โครงการเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ

3. เลือกโครงการโครงการที่หน่วยพักอาศัยมากที่สุด 2 โครงการเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ

ตารางที่ 3 รายละเอียดโครงการ อาคารชุดบ้านเอื้ออาทรทำในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นโครงการระดับอำเภอ (3,600 หน่วย)

โครงการ	ปีที่สร้างเสร็จ	จำนวนอาคาร	หน่วยพักอาศัย	จำนวนพื้นที่ลานตลาด
ลาดกระบัง2	2554	168	6,390	3
ร่มเกล้า	2550	126	6,022	1
บึงกุ่ม	2549	134	5,272	2
คลองถนน	2556	87	3,896	1
คูบอน	2556	71	3,715	1

จากเกณฑ์การคัดเลือกข้างต้น จึงได้สรุปเลือก โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นกรณีศึกษา

1.4.2 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.ศึกษาแนวคิดเป้าหมายและวิธีการในการพัฒนาและระบบบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2.ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการดำเนินงานลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

ขอบเขตด้านพื้นที่

- 1.พื้นที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง
- 2.พื้นที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการดำเนินงานลานตลาดบ้านเอื้ออาทร ในเดือน พฤษภาคม 2563 ถึง มิถุนายน ธันวาคม 2566 รวมทั้งสิ้น 3 ปี 7 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ลานตลาด หมายถึง พื้นที่โล่งที่จัดเตรียมไว้ในบ้านเอื้ออาทรโดยการเคหะแห่งชาติสำหรับการค้าขายและพาณิชยกรรมในชุมชน

ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ หมายถึง ผลในเชิง ลักษณะของผู้มาใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน ความสะดวกสบาย รายจ่ายในการใช้บริการ ความสัมพันธ์และความเอื้ออาทรระหว่างผู้มาใช้งานกับผู้อื่นในตลาด จากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จากผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่ไม่ได้ประกอบกิจการค้าขายในลานตลาด

ผลที่ผู้อยู่อาศัยเป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ หมายถึง ผลในเชิง ความพึงพอใจต่อรายได้ ประเภทสินค้า ความสะดวกสบาย ความสัมพันธ์และความเอื้ออาทรของผู้ประกอบการกับผู้อื่นในตลาด จากการสำรวจด้วย แบบสอบถาม จากผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่ไม่ได้ ประกอบกิจการค้าขายในตลาด

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ต่อผู้ดำเนินการลานตลาด เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการได้นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการ พัฒนาลานตลาด

ประโยชน์ต่อการเคหะแห่งชาติ เพื่อนำข้อมูลผลที่ได้จากการพัฒนาลานตลาดไปใช้ในการพัฒนาโครงการในอนาคต

ประโยชน์ต่อผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร เพื่อเข้าใจถึงบทบาทของลานตลาดในโครงการ

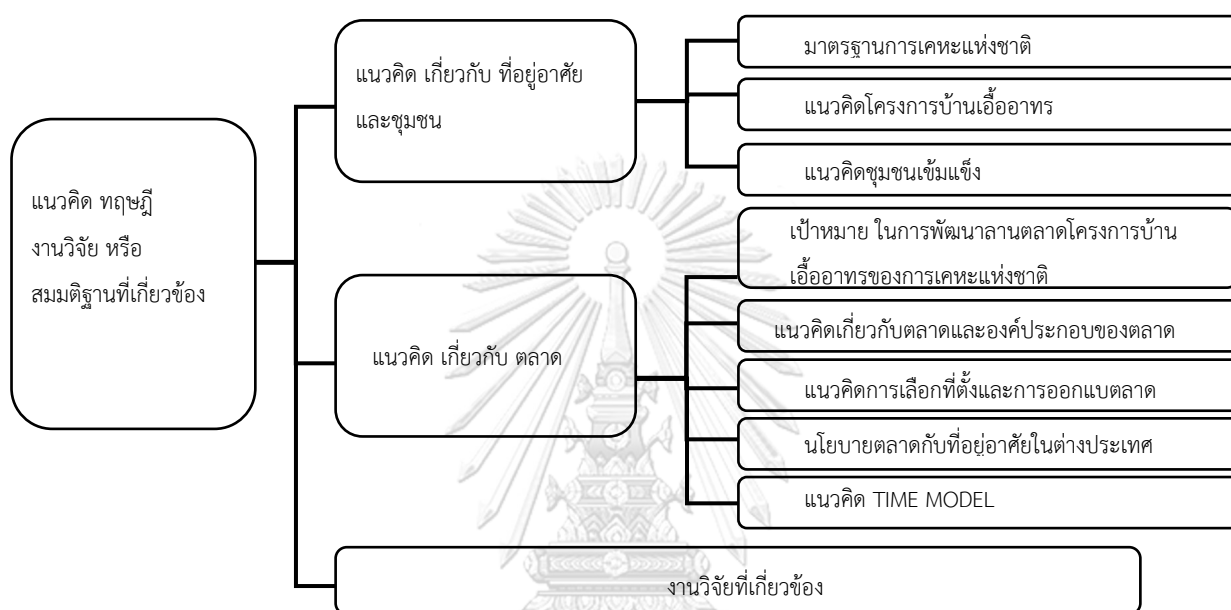
ประโยชน์ทางด้านวิชาการ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับลานตลาดและโครงการที่อยู่อาศัยของ กาเคหะแห่งชาติ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หรือสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดในโครงการที่อยู่อาศัย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 literature map ของงานวิจัย (จัดทำโดย : ผู้วิจัย)

2.1 มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ

การเคหะแห่งชาติได้กำหนดมาตรฐานที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้กำหนดขนาดของชุมชน และ องค์ประกอบของชุมชน และมีพื้นที่พณิชยกรรมเป็นองค์ประกอบ ในแต่ละขนาดของชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้ (การเคหะแห่งชาติ., 1986)

ตารางที่ 4 องค์ประกอบชุมชน มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ

องค์ประกอบชุมชน	โครงการเคหะชุมชน			
	ชุมชนขนาดหมู่บ้าน	ชุมชนขนาดตำบล	ชุมชนขนาดอำเภอ	ชุมชนขนาดเมือง
จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัย	400 (300-500)	1,600 (1,200-2,000)	4,800 (3,600-6,000)	14,000 (10,800-18,000)
จำนวนประชากร	2,000 (1,500-2,500)	8,000 (6,000-10,000)	24,000(18,000-30,000)	72,000(54,000-90,000)
บริเวณพาณิชยกรรม	✓	✓	✓	✓
สถานีบริการรถและ อนุบาล	✓	✓	✓	✓
สำนักงานบริหารชุมชน	✓	✓	✓	✓
ศูนย์ชุมชน	✓	✓	✓	✓
สถานบริการอนามัย	✓	✓	✓	✓
บริการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓
สวนสาธารณะ		✓	✓	✓
สนามกีฬา,สถานพักผ่อน หย่อนใจ		✓	✓	✓
สถานศึกษา		✓	✓	✓
ศูนย์ประกอบอาชีพ			✓	✓
บริการขนส่งมวลชน			✓	✓

ตารางที่ 5 บริเวณพาณิชยกรรมในองค์ประกอบชุมชน มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ

องค์ประกอบชุมชน	ชุมชนขนาดหมู่บ้าน	ชุมชนขนาดตำบล	ชุมชนขนาดอำเภอ	ชุมชนขนาดเมือง
ร้านค้าย่อย	✓	✓	✓	✓
ตลาดสด		✓	✓	✓
ศูนย์การค้า			✓	✓
สาขานาคาร				✓
รวมเนื้อที่	1 ไร่	4 ไร่	12 ไร่	36 ไร่

2.2 แนวความคิดโครงการบ้านเอื้ออาทร

โครงการบ้านเอื้ออาทรเกิดขึ้นจากการที่รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อน รวมทั้งความต้องการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเขตเมืองที่ประสบปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยที่ได้มาตรฐานภายในชุมชนที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสม และยังคงประสบกับปัญหาการไม่มีความสามารถในการผ่อนชำระเพื่อให้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยส่วนใหญ่ต้องเช่าที่อยู่อาศัยที่มีลักษณะต่ำกว่ามาตรฐานทั้งในด้านขนาดและคุณภาพการก่อสร้าง รวมทั้งด้านสภาพแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดสภาพการอยู่อาศัยหรือการกระจุกตัวของที่อยู่อาศัยในลักษณะที่ไม่เหมาะสม อันส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชาชนจำนวนมากอยู่ในระดับที่ต่ำกว่ามาตรฐาน

ดังนั้น เพื่อบรรเทาปัญหาดังกล่าว ในปี พ.ศ.5248 รัฐบาลจึงได้มอบนโยบายในการแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยให้กับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งได้มอบหมายให้การเคหะแห่งชาติเป็นผู้ดำเนินโครงการจัดสร้างที่อยู่อาศัยให้แก่ผู้มีรายได้น้อย ภายใต้ชื่อโครงการ “บ้านเอื้ออาทร”

วัตถุประสงค์ของโครงการบ้านเอื้ออาทร

1. เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมายโดยการจัดสร้างที่อยู่อาศัยที่ได้มาตรฐานในชุมชนและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมพร้อมระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ที่จำเป็นในระดับราคาที่สามารถรับภาระได้ โดยการเช่าซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง หรือเช่าอยู่อาศัยในระยะยาว
2. เพื่อเสริมสร้างกระบวนการประสานสายสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัว ชุมชน และสังคม ให้มีความเข้มแข็งและมีคุณภาพ รวมทั้งสนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการพัฒนาชุมชนของตนเอง เพื่อนำไปสู่ความเป็นชุมชนที่น่าอยู่ยั่งยืน
3. เพื่อสร้างชุมชนให้มีองค์ประกอบของชุมชนซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้อยู่อาศัยและครอบครัวให้มีรายได้เสริมนอกเหนือจากรายได้ประจำ

แนวความคิดในการออกแบบโครงการ

การเคหะแห่งชาติได้กำหนดแนวความคิดในการออกแบบโครงการ โดยคำนึงถึงการออกแบบทางกายภาพที่เอื้อประโยชน์ในการสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัย ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคม รวมทั้งการส่งเสริมกิจกรรมที่เอื้อต่อการช่วยเหลือตนเองทางเศรษฐกิจได้ โดยมีแนวคิดหลัก ดังนี้

1. ส่งเสริมความสัมพันธ์ ความเอื้ออาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในครอบครัว ชุมชน และสังคมร่วมกัน พัฒนาชุมชนตนเองให้เข้มแข็ง และมีคุณภาพตามแนวทางของเมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่อย่างยั่งยืน

2. สร้างชุมชนที่มีคุณภาพ ประกอบด้วยที่อยู่อาศัยที่ได้มาตรฐานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม พร้อมระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่จำเป็นในระดับราคาที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับภาระได้เพื่อเอื้ออาทรต่อผู้มีรายได้น้อย อีกทั้งคนชรา คนพิการ ให้ได้อาศัยอยู่ร่วมกันกับครอบครัวได้อย่างมีความสุข

3. ส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างโอกาสและรายได้ให้แก่ครอบครัวของผู้อยู่อาศัยในชุมชนให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้

2.3 แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง

ชุมชนเข้มแข็ง หมายถึง ชุมชนที่พึ่งตนเองได้ มีลักษณะสำคัญใหญ่ 4 ประการคือ (เสรี พงศ์พิศ, 2009)

เป็นชุมชนเรียนรู้และพร้อมจะเรียนรู้ ไม่รอสูตรในการแก้ไขปัญหา ไม่รอความช่วยเหลือจากรัฐหรือจากภายนอกชุมชน แต่ร่วมกันหาทางออกจากปัญหาและพัฒนาศักยภาพของตนเอง

1. ชุมชนเข้มแข็งที่ตัดสินใจได้อย่างอิสระ เป็นอิสระจากการครอบงำของคนอื่น สถาบันอื่น องค์กรอื่น ไม่ว่าจะป็นนักการเมือง พ่อค้า ข้าราชการ อาจารย์ เอ็นจีโอ เป็นอิสระเพราะตัดสินใจด้วยข้อมูลความรู้ที่ค้นคว้ามา ไม่ใช่เพราะผู้อื่นขอกหรือแนะนำ
2. เป็นชุมชนที่จัดการ “ทุน” ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทุนซึ่งหมายถึงอะไรที่มากกว่าเงิน เป็นทุนทรัพยากร ความรู้ภูมิปัญญา ทุนโคศุภย์ และทุนทางสังคม ทำให้รากบานมั่นคง มีหลักประกันชีวิตไม่ได้ฝากชีวิตไว้กับธุรกิจการค้าที่ชุมชนมักไม่มีความรู้ความชำนาญแต่ฝากไว้กับระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มั่นคงและพอเพียง
3. เป็นชุมชนที่มีธรรมาภิบาล โปร่งใสตรวจสอบได้ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินงานเพื่อประโยชน์สุขแก่ส่วนรวมสามารถแก้ไขความขัดแย้งต่างๆ ด้วยสันติวิธีและวิถีแห่งภูมิปัญญา

2.4 เป้าหมาย ในการพัฒนาตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ (ภาวิณี ธีรสวัสดิ์, 2020)

1. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน)
2. เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน
3. เพื่อสร้างวัฒนธรรมเอื้ออาทร ความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับตลาด

ตลาดหมายถึงสถานที่สำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยจะตั้งอยู่บนทำเลที่มีชุมชนเป็นองค์ประกอบ ซึ่งเกียรติ จิวะกุล และจาตุรนต์ วัฒนผาสุก ได้ให้ความหมายของตลาดว่า (เกียรติ จิวะกุล, 1982) ตลาดเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และความคิดต่างๆ เป็นสถานที่ที่ประชาชนแทบทุกคนชั้นมีส่วนร่วมในการใช้สอย ซึ่งการจัดลำดับของตลาดจะจัดตามลักษณะสินค้า กิจกรรม ทำเลที่ตั้ง องค์ประกอบทางกายภาพ และขนาดของชุมชน ดังนี้

1.1 ตลาดระดับชุมชนขนาดเล็ก (ตลาดปากซอย) เป็นบริเวณการค้าที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน มีบริเวณค้าขายขนาดเล็ก มีสินค้าน้อย

1.2 ตลาดระดับกลุ่มชุมชน (ริมถนนสายสำคัญ) เป็นตลาดที่ประกอบไปด้วยสินค้าและบริการที่หลากหลายในพื้นที่อาคารตลาดสด ตึกแถว หาบเร่แผงลอย มีการทำทางเข้าออก ที่จอดรถ

1.3 ตลาดระดับสี่มุมเมือง เป็นตลาดที่รองรับชุมชนโดยรอบ ซึ่งจะประกอบไปด้วยตลาดหลายๆตลาด ตึกแถว อาคารพาณิชย์ หาบเร่แผงลอยจำนวนมาก มีสินค้าหลากหลายและมีปริมาณมาก

ระเบียบมาตรฐานตลาด กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย ("กฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542)", 1992)

ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ได้จำแนกตลาดออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- ตลาดประเภทที่ 1 ได้แก่ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการ เป็นการประจำ หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

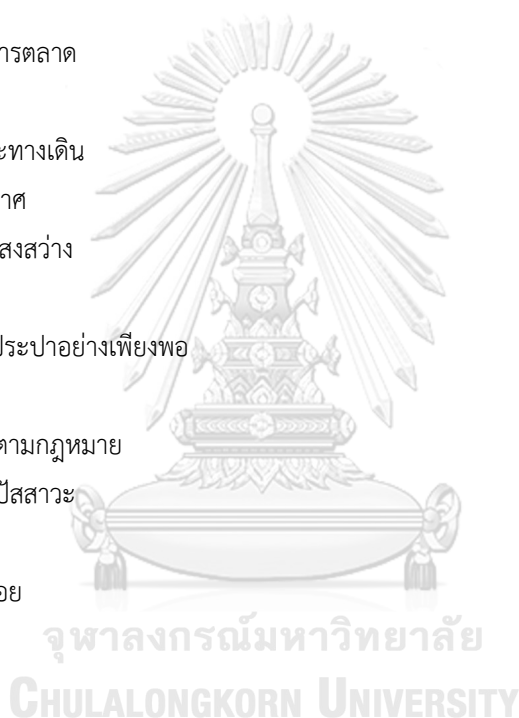
- ตลาดประเภทที่ 2 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคาร และดำเนินการ เป็นการประจำ หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

- ตลาดประเภทที่ 3 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคาร และดำเนินกิจการชั่วคราว หรือเป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด

ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ข้อ 5 - ข้อ 11 ได้กำหนดลักษณะของตลาดประเภทที่ 1 ดังนี้

- พื้นที่ตลาด ต้องมีเนื้อที่ตามความเหมาะสม โดยมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้าง คือ อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ที่ชนถ่ายสินค้า ส้วม และที่ถ่ายปัสสาวะ ที่รวบรวมมูลฝอย และที่จอดรถ โดยตามกฎกระทรวงได้กำหนดหลักเกณฑ์สำหรับอาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายให้หัวข้อต่างๆดังต่อไปนี้

1. มีถนนรอบอาคารตลาด
2. วัสดุอาคาร
3. ขนาดประตูและทางเดิน
4. การระบายอากาศ
5. ความเข้มของแสงสว่าง
6. แผงขายสินค้า
7. การจัดให้มีน้ำประปาอย่างเพียงพอ
8. ทางระบายน้ำ
9. เครื่องดับเพลิงตามกฎหมาย
10. ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ
11. ที่ชนถ่ายสินค้า
12. ที่รวบรวมมูลฝอย
13. ที่จอดรถ



2.6 แนวคิดองค์ประกอบของตลาด การเลือกที่ตั้งตลาด และการออกแบบตลาด

2.6.1 องค์ประกอบของตลาด (ธนาครอสมลิน, 2004)

ตลาดในรูปแบบมาตรฐานจะมีองค์ประกอบอาคารซึ่งประกอบไปด้วย 5 ส่วนหลักประกอบด้วย

1. ส่วนตลาด หมายถึง พื้นที่หลักของตลาด สำหรับแผงขายสินค้าประเภทต่างๆ ได้แก่ อาหารสด อาหารแปรรูป และของใช้เบ็ดเตล็ด
2. ส่วนร้านค้า/ร้านอาหาร หมายถึง ส่วนที่จัดให้เป็นพื้นที่ขายอาหารปรุงสำเร็จ และมีที่นั่งรับประทานอาหาร สามารถบริการชุมชน และผู้เดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ส่วนพื้นที่จอดรถ
4. ส่วนบริหาร หมายถึง ส่วนบริการอาคาร และดูแลทุกส่วนของตลาดสดประกอบด้วยที่นั่งทำงาน ประชาสัมพันธ์ โถงพักคอย เป็นต้น
5. ส่วนบริการ หมายถึง ส่วน ห้องน้ำ และสาธารณูปโภค เช่น ห้องงานระบบ บ่อบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

2.6.2 แนวคิดการเลือกที่ตั้งตลาด

แนวคิดการออกแบบตลาด เริ่มตั้งแต่การเลือกที่ตั้ง เพื่อทราบรายละเอียดโดยรอบตลาดและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในการสร้างตลาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ด้านสังคมและวัฒนธรรม
 - มีความสอดคล้องกับลักษณะประชากรที่อยู่โดยรอบกับผู้ใช้โครงการและการมีส่วนร่วมที่ไม่ขัดกับวิถีชีวิตประจำวัน ศาสนา ค่านิยมของสังคม
 - อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน
 - มีความเหมาะสมกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นตามความจำเป็น โดยพิจารณาความเหมาะสมของที่ตั้งในด้านสังคม และวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ของโครงการ
- 2) ด้านสภาพแวดล้อม
 - ที่ตั้งอยู่ห่างไม่น้อยกว่า 100 เมตร จากแหล่งก่อให้เกิดมลพิษ
 - มีทางเข้าออก ทางสัญจรที่สะดวกปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ
- 3) ด้านเทคนิค
 - มีความสะดวกในการจัดหาและขนส่งสินค้า
 - มีความสะดวกในการจัดหาแรงงานก่อสร้างและพนักงานประจำตลาด
 - อยู่ในเขตชุมชน หรือเขตพาณิชยกรรม ตามกฎหมายผังเมืองรวม
 - มีความสะดวกในการเข้าถึงโดยพิจารณาจาก ทางเข้าออกและขนาดถนน โครงการขยายตัวในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า และปริมาณผู้ใช้ถนน

- ความพร้อมทางสาธารณูปโภค
- มีโครงการอื่นๆเกิดขึ้นโดยรอบ
- 4) ด้านการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในอนาคต
 - ไม่มีแนวโน้มในการจำกัดเขตการใช้พื้นที่
 - ไม่มีแนวโน้มการอยู่ในเขตเวนคืน
 - มีแนวโน้มการขยายตัวของชุมชน
 - มีแนวโน้มการได้รับประโยชน์จากระบบขนส่ง
- 5) ด้านความเหมาะสมของพื้นที่โครงการ
 - ขนาดที่ดินเหมาะสมขึ้นอยู่กับประเภทของตลาดและจำนวนประชากรโดยรอบ
 - รูปร่างที่ดินเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ไม่เว้าแหว่งเกินไป
 - สภาพที่ดินในปัจจุบันมีความเหมาะสมและปรับปรุงได้ไม่ยาก
 - สภาพองค์ประกอบทางกายภาพที่มีอยู่ใช้งานได้ทันที
 - มีศักยภาพในการขยายพื้นที่ได้ในอนาคต
 - มีความพร้อมในการโอนกรรมสิทธิ์เพื่อดำเนินการ

2.6.3 แนวคิดการออกแบบตลาด

แนวคิดการออกแบบตลาด มีข้อพิจารณาเพื่อเปิดรอบในการออกแบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ข้อพิจารณาด้านการวางผังบริเวณ
 - จัดพื้นที่ให้ได้ประโยชน์สูงสุดกับการใช้งานโดยรวม และการใช้พื้นที่ของแต่ละส่วนประกอบ
 - คำนึงถึงการขยายตัวในอนาคต
 - กำหนดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และสอดคล้องกับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตลาด
 - ตรวจสอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - คำนึงถึงการสัญจรภายในและการควบคุมการเข้าออก
 - ประสานงานด้านวิศวกรรมงานระบบต่างๆ กับการวางผังการใช้ที่ดินให้เหมาะสม
- 2) ข้อพิจารณาด้านในการออกแบบอาคาร
 - ยึดถือแนวคิดหลักในเรื่องสุขอนามัย การรักษาความสะอาดของพื้นที่อาคารและบริเวณรอบตลาด
 - ยึดถือความสัมพันธ์ของประโยชน์ใช้สอยภายใน การวางผังผังค้าในแต่ละภูมิภาค และระบบต่างๆ ทางด้านเทคนิค
 - คำนึงถึงรูปลักษณ์อาคารที่เหมาะสมและดูประเภทการใช้สอยอาคาร
 - เน้นการประหยัดพลังงาน การระบายอากาศ และองสงธรรมชาติ
 - คำนึงถึงงบประมาณการก่อสร้าง

- คำนึงถึงความรวดเร็วในการก่อสร้าง
 - คำนึงถึงวัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งาน เช่นในพื้นที่ที่ต้องรับน้ำหนัก หรือพื้นที่ที่เปียกตลอดเวลา
 - เลือกใช้วัสดุที่คงทน มีการบำรุงรักษาต่ำ
 - รูปลักษณะอาคารมีความทันสมัย และสอดคล้องกับบริบทโดยรอบ
- 3) แนวคิดด้านการวางตัวอาคาร
- ทิศทางการวางอาคาร ในประเทศไทยรูปทรงอาคารที่เหมาะสมคือรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีด้านยาวของอาคารหันทางทิศเหนือหรือใต้ เพื่อลดการรับแสงแดดและความร้อน และรับลม
 - รูปทรงอาคาร ควรเป็นทรงสูงเพื่อช่วยในการระบายอากาศ และมีชายคายยื่นเพื่อลดความร้อนเข้าสู่อาคาร
 - ตำแหน่งการใช้งาน ควรนำห้องที่ไม่มีคนไปใช้งานบ่อยๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องเก็บของ ให้อยู่ในทิศตะวันออก และตะวันตก เพื่อเป็นกันชน (Buffer Space) แสงแดดและความร้อน สำหรับพื้นที่ใช้สอยหลักในการค้าขาย

2.7 นโยบายตลาดกับที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ

2.7.1 ตลาดในการควบคุมของ การเคหะแห่งชาติ สิงคโปร์ (Housing and Development Board)

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการพัฒนารูปแบบโครงการที่อยู่อาศัยที่สะท้อนนโยบายของรัฐบาล โดยที่กกำหนดการขยายเมืองและแหล่งที่อยู่อาศัย จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอื่นๆ ตามไปด้วย เช่น สวนสาธารณะ และแหล่งพาณิชย์กรรม

ตลาดสด(wet market)และศูนย์อาหาร(hawker center)เป็นอีกหนึ่งนโยบายที่รัฐบาลมีการกำหนดสัดส่วนไว้ (Lee et al., 2020) เพื่อจัดเตรียมให้ประชากรสามารถเข้าถึงแหล่งอาหารได้อย่างสะดวกและลดปัญหาการขายอาหารและสินค้าในรูปแบบหาบเร่ แผงลอย โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 4,000 – 6,000 หน่วยพักอาศัยต่อ 1 ศูนย์การค้าหรือตลาด หรือประมาณ 43 หน่วยพักอาศัยต่อ 1 ร้านค้า และมีเป้าหมายให้ผู้ที่ใช้งานสามารถใช้บริการศูนย์ได้จบในศูนย์เดียว (one-stop destination) โดยที่การควบคุมและดูแลตลาดนั้นจะขึ้นตรงกับกระทรวงสิ่งแวดล้อม (Ministry of Environment) โดยตรง

2.8.2 ตลาดในควบคุมแลของ หน่วยงานด้านอาหารสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม ฮองกง (Food and Environmental Hygiene Department)

รัฐบาลฮองกง ได้เริ่มก่อตั้ง หน่วยงานด้านอาหารสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม ในปี 2000 โดยมีจุดประสงค์เพื่อร่วมมือกับชุมชนในการสร้างฮองกงให้เป็นมหานครระดับโลกที่มีชื่อเสียงด้านความปลอดภัยของอาหารและสุขอนามัยของประชาชน โดยมีหน้าที่ในการควบคุมและดูแล ด้านอาหารและสุขอนามัย รวมไปถึง ตลาด(Public Market) และ ศูนย์อาหาร(cooked food market) โดยตัวตลาดจะอยู่ให้อาคารที่อยู่อาศัยของรัฐบาลและใกล้บริเวณรถไฟฟ้าเป็นส่วนใหญ่ มีสัดส่วนอยู่ที่ 55 หน่วยพักอาศัยต่อ 1 ร้านค้า (Ho, 2005)

ตารางที่ 6 สรุปนโยบายการกำหนดสัดส่วนตลาดและร้านค้าต่อหน่วยพักอาศัยในต่างประเทศ

สรุปนโยบายการกำหนดสัดส่วนตลาดและร้านค้าต่อหน่วยพักอาศัย		
ประเทศ	หน่วยพักอาศัยต่อ 1 ตลาด(120ร้านค้า)	สัดส่วนร้านค้า 1 ร้านต่อหน่วยพักอาศัย
สิงคโปร์	4,000-6,000	43
ฮ่องกง	6,600	55

2.8.แนวคิด TIMES Model

TIMES (Kaufman, 1996) Model rev หมายถึง การบริการครบวงจรภายในศูนย์เดียว เพื่อประหยัดเวลาสำหรับกลุ่มลูกค้า แต่ถ้าศูนย์การค้านั้นมีสินค้าครบถ้วน ตามที่ลูกค้าต้องการ ศูนย์การค้านี้ก็จะประสบความสำเร็จเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจัย TIMES Model ดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

T-Time : คำนึงถึงการจัดวางผังโครงการและระยะเวลาการเปิดปิดของศูนย์การค้า ว่าเวลาใดจึงเหมาะสมต่อผู้มาใช้บริการมากที่สุด รวมถึงร้านผู้เช่าต่าง ๆ ควรเปิดปิดเช้าหรือเร็วเพียงใดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าหรืออาจพิจารณาถึงวันที่เปิด วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ หรือช่วงเทศกาล ควรเปิดปิดเวลาใดที่จะทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้เต็มศักยภาพ และเหมาะสมครบวงจรมากที่สุด

I-Information : เป็นการสื่อสารไปยังลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลของศูนย์การค้าว่าลูกค้าทราบหรือไม่ว่ามีร้านค้าในศูนย์การค้าบ้างประเภทใดบ้าง อยู่ตำแหน่งใดของศูนย์ และเวลาเปิดปิดร้าน ของร้านค้าเหล่านั้น ซึ่งถ้าสามารถสื่อสารไปยังลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ เช่น Website หรือบอร์ดแผนผังศูนย์ก็จะสามารถทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนในการใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

M-Money : เป็นปัจจัยที่บ่งชี้ว่าร้านค้าต่าง ๆ ที่ทางศูนย์นำมาเปิดให้บริการกับลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์นั้นเหมาะสมสำหรับการจับจ่ายซื้อของหรือไม่ หรือทางร้านมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าของศูนย์การค้าหรือไม่

E-Energy : เกี่ยวข้องกับร่างกายของลูกค้าผู้มาใช้บริการ ซึ่งเรื่องที่ต้องพิจารณาในปัจจุบันนี้ เช่น ผังโครงการมีขนาดศูนย์การค้าที่เหมาะสมที่จะทำให้ลูกค้าทราบถึงร้านค้าต่าง ๆ ทั้งหมดที่ต้องการใช้บริการหรือไม่ หรือทางผู้พัฒนาโครงการควรจัดให้ร้านค้าประเภทเดียวกันอยู่ใกล้กันเพื่อประหยัดเวลาและกำลังร่างกายของลูกค้าให้มีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น

S-Space : เกี่ยวข้องกับการวางแผนผังโครงการว่าสามารถทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์นั้นประหยัดเวลาสะดวกสบาย และสามารถซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคหรือใช้บริการต่าง ๆ ของศูนย์ได้ครบถ้วนครบวงจรภายในศูนย์เดียวได้

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 1)

หน่วยงาน/ มหาวิทยาลัย	คณะสถาปัตยกรรม ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัย มหาสารคราม คณะพัฒนาลังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่ง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (นิตिरตน ปรีชาเวช, 2016)	สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัย ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อังคาร ศักรานุกิจ)	สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัย ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อุรชา อรรถคัมภีร์)	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ดิลกคุณานันท์ & Dilokkunanunt, 2015)
ปีที่ทำ	2553	2559	2553	2555	2558
ผู้วิจัย	วิชาญ มินชัยนัน และคณะ	ผศ. ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช และคณะ	อังคาร ศักรานุกิจ	อุรชา อรรถคัมภีร์	สาธิต ดิลกคุณานันท์
ชื่อเรื่อง	โครงการนำร่องการปรับปรุงชุมชนขนาดใหญ่ตามแนวคิดการมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : โครงการเคหะชุมชนคลองจั่น	โครงการศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบเอกลักษณ์ ส่วนพาณิชย์กรรม และร้านค้าชุมชนในโครงการของการเคหะแห่งชาติ	ผลของการวางผังอาคารพักอาศัยในโครงการอาคารชุดบ้านเอื้ออาทรแบบกลุ่มอาคารและแบบเรียงขนานที่มีต่อผู้อยู่อาศัย: กรณีศึกษาโครงการบ้านเอื้ออาทรรามอินทรา(คูบอน)และโครงการบ้านเอื้ออาทรสมุทรปราการ 1	กระบวนการดำเนินงานบริหารชุมชนของบริษัทรับบริหารชุมชนโครงการบ้านเอื้ออาทร : กรณีศึกษา โครงการบึงกุ่ม นนทบุรี(วัดกู่ 2) ลาดกระบัง 2 และสุวรรณภูมิ(วัดศรีวารีน้อย)	แนวทางการออกแบบตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน
วัตถุประสงค์	1. เพื่อเป็นโครงการนำร่องในการศึกษาปัญหาและนำเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา ซึ่งใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ 2. เพื่อสร้างใช้ชุมชน ร่วมคิดรวมมือจัดการด้านกายภาพพื้นที่ ให้มีสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืน 3. เพื่อจัดผังแม่บท การพัฒนาพื้นที่ค้าขาย 4. เพื่อจัดทำแนวทางการจัดการ การร่วมทุนทางด้าน กายภาพ เศรษฐกิจ ตลาดจนถึงการบำรุงรักษาอย่างยั่งยืน 5. เพื่อทำแผนระยะการลงทุน (Phassing)	1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์รูปแบบเอกลักษณ์การดำเนินการร้านค้า กฎระเบียบ และกฎหมาย เกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าในชุมชนของการเคหะแห่งชาติ และการจัดประโยชน์พื้นที่ค้าขายในชุมชนที่เหมาะสม 2 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนารูปแบบส่วนพาณิชย์กรรมของพื้นที่ และร้านค้าชุมชน ในโครงการให้มีเอกลักษณ์ 3 เพื่อจัดทำแนวทางการจัดระเบียบผู้ประกอบการค้าขายในชุมชน	1.ศึกษาแนวคิดการวางผังอาคารพักอาศัยในโครงการอาคารชุดบ้านเอื้ออาทร 2 ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เกิดขึ้นจากการวางผังอาคารพักอาศัย 3 ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ จากการวางผังอาคารพักอาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร 4 เสนอแนะแนวทางการวางผังอาคารที่พักอาศัยในโครงการอาคารชุดของการเคหะแห่งชาติ	1. ศึกษากระบวนการดำเนินงานบริหารชุมชนของบริษัทรับบริหารชุมชน 2. ศึกษาผลการดำเนินงานของบริษัทรับบริหารชุมชน 3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับการกระบวนการดำเนินงาน ของบริษัทรับบริหารชุมชน	1 ศึกษารูปแบบและการจัดการของตลาดชุมชน 2 ศึกษาสำรวจคุณลักษณะพื้นที่ที่จะใช้เป็นที่ตั้งตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน 3 ศึกษาสำรวจความต้องการในการใช้งานของผู้ซื้อ/ผู้ขายตัวอย่าง 4 เสนอแนะแนวทางการออกแบบตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตารางที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 2)

<p>ความเกี่ยวข้อง และสิ่งที่สามารถนำมาประยุกต์ได้กับงานวิจัยนี้</p>	<p>1.การพัฒนาลานตลาดของการเคหะในอดีตและปัจจุบัน</p> <p>2.เป้าหมายการพัฒนาลานตลาด</p> <p>3.ข้อมูลความต้องการของผู้อยู่อาศัยในชุมชนการเคหะแห่งชาติ</p> <p>4.แนวคิดการใช้งานพื้นที่พานิชยกรรม</p> <p>5.รูปแบบของลานตลาดในพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร</p>	<p>1.การพัฒนาลานตลาดของการเคหะในอดีตและปัจจุบัน</p> <p>2.เป้าหมายการพัฒนาลานตลาด</p> <p>3.แนวคิดความมีส่วนร่วมของคนในชุมชน</p>	<p>1.ศึกษาการวางผังอาคารในโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้งอาคารพักอาศัยและอาคารอื่นๆ</p> <p>2.นำข้อมูลสัดส่วนพื้นที่พานิชยกรรมในโครงการมาประยุกต์ใช้</p> <p>3.ข้อเสนอแนะในการวางผังองค์ประกอบโครงการ</p>	<p>1. นำข้อมูลการดำเนินงานพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทรในกรุงเทพมหานครมาประยุกต์ใช้</p> <p>2.ข้อมูลโครงการบ้านเอื้ออาทรบึงกุ่ม</p>	<p>1.ศึกษาการใช้งานพื้นที่ในตลาดในแต่ละภูมิภาค</p> <p>2.นำข้อมูลการ ออกแบบวางผังอาคาร เพื่อให้รองรับต่อกิจกรรม และการใช้สอยอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดวางกลุ่มพื้นที่อาคาร ในส่วนของตัวตลาด มาประยุกต์ใช้</p>
---	---	--	---	--	--

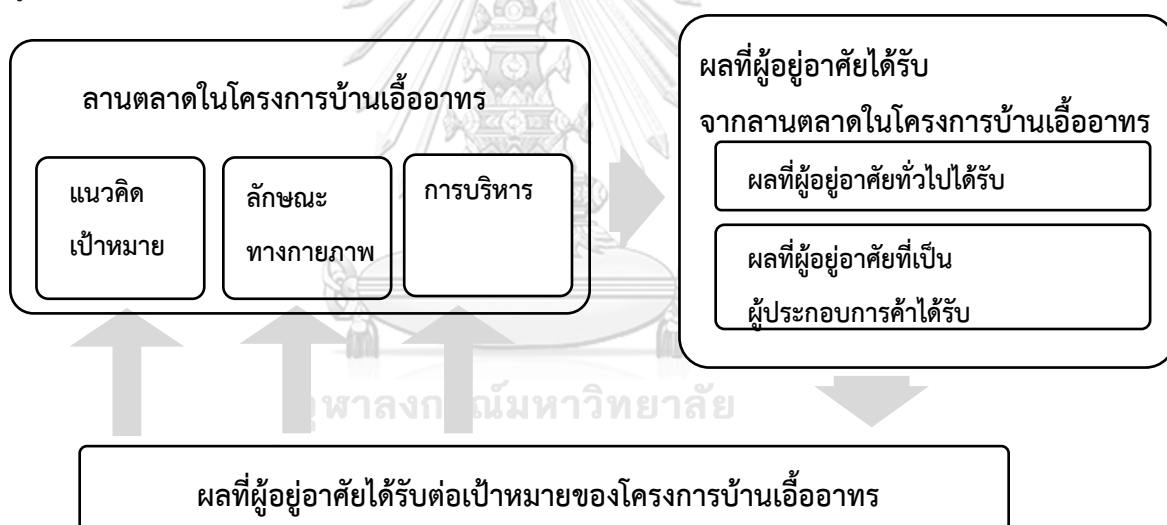
บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการทบทวนทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นความสำคัญของการศึกษางานวิจัย เรื่อง ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา แนวคิด ในการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนา ตลาดในโครงการ บ้านเอื้ออาทร ในบทนี้ผู้วิจัยจึงนำเสนอวิธีการดำเนินงานวิจัยประกอบด้วย

3.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ได้กำหนดปัจจัยที่สำคัญ 3 ส่วนหลัก ประกอบด้วย คือ แนวคิดและเป้าหมายในการ พัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ลักษณะทางกายภาพของตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และการ บริหารตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร นำไปศึกษาร่วมกับ ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไป และผู้อยู่อาศัยที่เป็น ผู้ประกอบการค้าได้รับ



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงกรอบแนวคิดในงานวิจัย (จัดทำโดย : ผู้วิจัย)

3.2 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้สามารถทำการสรุปความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ ขั้นตอนวิธีการวิจัย ประชากรและกลุ่ม ตัวอย่าง และตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 9 ตารางแสดงระเบียบวิธีวิจัย (วัตถุประสงค์ข้อ 1-2)

วัตถุประสงค์	ประเด็นหลัก	ตัวแปร	วิธีการศึกษา	ประชากร แหล่งข้อมูล และกลุ่มตัวอย่าง
1. เพื่อศึกษาแนวคิดเป้าหมายและวิธีการในการพัฒนาและระบบบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	1.1 แนวคิด ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	แนวคิดในการกำหนดขนาดและวางตำแหน่งลานตลาด	การศึกษาเอกสาร	1.มาตรฐานที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย การเคหะแห่งชาติ 2.รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน บ้านเอื้ออาทร
	1.2 เป้าหมาย ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	เป้าหมายและความคาดหวังในการพัฒนาลานตลาด		
	1.3 ระบบการบริหาร ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	วิธีการบริหารลานตลาด	การสัมภาษณ์ (1)	1. บุคลากรของการเคหะแห่งชาติที่มีส่วนในการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร 2. บุคลากรของการเคหะแห่งชาติหรือนิติบุคคลที่ดูแลโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 1 คน และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 1 คน 3. ผู้ดำเนินการลานตลาด ในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 3 คน และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 1 คน
2. เพื่อศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการดำเนินงานลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	2.1 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับการใช้งานลานตลาด	2.1.1 ลักษณะของผู้มาใช้งาน 2.1.2 ความถี่ในการใช้งาน 2.1.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน 2.1.4 รายจ่ายในการใช้บริการ 2.1.5 ความสัมพันธ์และความเอื้ออาทรระหว่างผู้มาใช้งานกับผู้อื่นในตลาด	1.การสำรวจ การใช้งานพื้นที่ลานตลาด 2.แบบสอบถามผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทร	1.ลานตลาดในบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2.ลานตลาดในบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 1. ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง จำนวน 210 คน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนหน่วยพักอาศัย 7640 หน่วย 2. ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า จำนวน 179 คนจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนหน่วยพักอาศัย 6,022 หน่วย
	2.2 ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับการพัฒนาลานตลาด	2.2.1 ประเภทสินค้า 2.2.2 ความสะดวกสบายในการประกอบการ 2.2.3 ความพึงพอใจต่อรายได้ที่ได้รับจากการประกอบการ 2.2.4 ความเป็นสัมพันธ์และความเอื้ออาทรผู้ประกอบการกับผู้อื่นในตลาด	3.การสัมภาษณ์ (2) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในลานตลาด 4.แบบสอบถามผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	1. ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย จำนวน ร้อยละ 30 ของ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในแต่ละประเภท 2. ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่เป็นผู้ประกอบการค้าขาย จำนวน ร้อยละ 30 ของ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในแต่ละประเภท



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ศึกษาแนวคิดเป้าหมายและวิธีการในการพัฒนาและระบบบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

3.2.1.1 แนวคิด ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

- 1) ประเด็นหลัก : ศึกษาแนวคิด ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2) ตัวแปร : แนวคิดในการกำหนดขนาดและวางตำแหน่งลานตลาด
- 3) วิธีการศึกษา : ศึกษาเอกสาร

- มาตรฐานที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย การเคหะแห่งชาติ

- รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน บ้านเอื้ออาทร

- 4) แหล่งข้อมูล : การเคหะแห่งชาติ

3.2.1.2 เป้าหมาย ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

- 1) ประเด็นหลัก : ศึกษาเป้าหมายในการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2) ตัวแปร : เป้าหมายและความคาดหวังในการพัฒนาลานตลาด
- 3) วิธีการศึกษา : ศึกษาเอกสาร

- มาตรฐานที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย การเคหะแห่งชาติ

- รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน บ้านเอื้ออาทร

- 4) แหล่งข้อมูล : การเคหะแห่งชาติ

3.2.1.3 ระบบการบริหาร ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

- 1) ประเด็นหลัก : ศึกษาการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2) ตัวแปร : วิธีการบริหารลานตลาด
- 3) วิธีการศึกษา : การสัมภาษณ์ (1)

- 4) แหล่งข้อมูล : การสัมภาษณ์

- บุคลากรของการเคหะแห่งชาติที่มีส่วนในการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร

- บุคลากรของการเคหะแห่งชาติหรือนิติบุคคลที่ดูแลโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 1 คน และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 1 คน

- ผู้ดำเนินการลานตลาด ในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 3 คน และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 1 คน

3.2.2 ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการดำเนินงานลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

3.2.2.1 ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด

- 1) ประเด็นหลัก : ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับจากการใช้งานลานตลาด
- 2) ตัวแปร :
 - ลักษณะของผู้มาใช้งานลานตลาด
 - ความถี่ในการใช้งานลานตลาด
 - ความสะดวกสบายในการใช้งานลานตลาด
 - รายจ่ายในการใช้บริการลานตลาด
 - ความสัมพันธ์และความเอื้ออาทรระหว่างผู้มาใช้งานกับผู้อื่นในลานตลาด
- 3) วิธีการศึกษา :
 - การสำรวจ การใช้งานพื้นที่ลานตลาด
 - แบบสอบถามผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 4) แหล่งข้อมูล :
 - ลานตลาดในบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง
 - ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง จำนวน 210 คน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน หน่วยพักอาศัย 7640 หน่วย
 - ลานตลาดในบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
 - ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า จำนวน 179 คนจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนหน่วย หน่วยพักอาศัย 6,022 หน่วย

3.2.2.2 ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับจากการพัฒนาลานตลาด

- 1) ประเด็นหลัก : ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าได้รับจากการพัฒนาลานตลาด
- 2) ตัวแปร :
 - ประเภทสินค้า
 - ความสะดวกสบายในการประกอบการ
 - ความพึงพอใจต่อรายได้ที่ได้รับจากการประกอบการ
 - ความเป็นสัมพันธ์และความเอื้ออาทรผู้ประกอบการกับผู้อื่นในตลาด

- 3) วิธีการศึกษา : - การสัมภาษณ์ (2) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในตลาด
- แบบสอบถามผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 4) แหล่งข้อมูล : - ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ที่เป็นผู้ประกอบการค้า จำนวน ร้อยละ 30 ของ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในแต่ละประเภท
- ผู้อยู่อาศัยในบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่เป็นผู้ประกอบการค้า จำนวน ร้อยละ 30 ของ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในแต่ละประเภท

ตารางที่ 10 ตารางแสดงระเบียบวิธีวิจัย (วัตถุประสงค์ข้อ 3-4)

วัตถุประสงค์	ประเด็นหลัก	ตัวแปร	วิธีการศึกษา	ประชากร แหล่งข้อมูล และกลุ่มตัวอย่าง
3. เพื่อวิเคราะห์ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับต่อเป้าหมายของตลาดโมโนโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	3.2 วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นต่อเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร	3.2.1 ผลตามเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร 3.2.2 ความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชนโครงการบ้านเอื้ออาทร	นำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 มาวิเคราะห์ร่วมกัน	1.1 ผลจากการศึกษาเอกสาร 1.2 ผลจากการสัมภาษณ์(1) บุคลากรของการเคหะแห่งชาติที่มีส่วนในการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทรและ บุคลากรของการเคหะแห่งชาติหรือนิติบุคคลที่ดูแลโครงการบ้านเอื้ออาทร 2.1.ผลจากการสำรวจ การใช้งานพื้นที่ในตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 2.2.ผลแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 2.3.ผลจากการสัมภาษณ์ (2) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในตลาด
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาตลาดในโครงการที่อยู่อาศัย	4.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัย 4.2 ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ 4.3 ข้อเสนอแนะต่อโครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่	1. ข้อดีที่ควรนำไปใช้ 2.ข้อจำกัดที่ต้องระวัง 3.ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี	นำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 , 2 , 3 มาวิเคราะห์ร่วมกับเป้าหมายของการเคหะแห่งชาติ การพัฒนาตลาดในต่างประเทศ และ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง	1.สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 , 2 , 3 2.การอภิปรายผลกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 ศึกษาเพื่อวิเคราะห์ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับต่อเป้าหมายของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

- 1) ประเด็นหลัก : วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นต่อเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2) ตัวแปร :
 - ผลตามเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - ความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชนโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 3) วิธีการศึกษา : - นำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 มาวิเคราะห์ร่วมกัน
- 4) แหล่งข้อมูล :
 - ผลจากกการศึกษาเอกสาร
 - ผลจากการสัมภาษณ์ (1) บุคลากรของการเคหะแห่งชาติที่มีส่วนในการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร และ บุคลากรของการเคหะแห่งชาติหรือนิติบุคคลที่ดูแลโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - ผลจากการสำรวจ การใช้งานพื้นที่ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
 - ผลแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
 - ผลจากการสัมภาษณ์ (2) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าขายในลานตลาด
 - ผลแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร

3.2.4 เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาลานตลาดในโครงการที่อยู่อาศัย

3.2.4.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัย

- 1) ประเด็นหลัก : ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2) ตัวแปร :
 - ข้อดีที่ควรนำไปใช้
 - ข้อจำกัดที่ต้องระวัง
 - ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี
- 3) วิธีการศึกษา : นำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 3 มาวิเคราะห์ร่วมกับ เป้าหมายของการเคหะแห่งชาติ การพัฒนาลานตลาดในต่างประเทศ และ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง
- 4) แหล่งข้อมูล : -สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 , 2 , 3

- การอภิปรายผลกับแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

3.2.4.2 ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ

- 1) ประเด็นหลัก : ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ
- 2) ตัวแปร :
 - ข้อดีที่ควรนำไปใช้
 - ข้อจำกัดที่ต้องระวัง
 - ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี
- 3) วิธีการศึกษา : นำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 3 มาวิเคราะห์ร่วมกับ เป้าหมายของการเคหะแห่งชาติ การพัฒนาตลาดในต่างประเทศ และ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง
- 4) แหล่งข้อมูล : -สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 , 2 , 3
 - การอภิปรายผลกับแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

3.2.4.2 ข้อเสนอแนะต่อโครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่

- 1) ประเด็นหลัก : ข้อเสนอแนะต่อโครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่
- 2) ตัวแปร :
 - ข้อดีที่ควรนำไปใช้
 - ข้อจำกัดที่ต้องระวัง
 - ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี
- 3) วิธีการศึกษา : นำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 3 มาวิเคราะห์ร่วมกับ เป้าหมายของการเคหะแห่งชาติ การพัฒนาตลาดในต่างประเทศ และ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง
- 4) แหล่งข้อมูล : -สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 , 2 , 3
 - การอภิปรายผลกับแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง

3.3 การเลือกโครงการกรณีศึกษา

1. เลือกโครงการบ้านเอื้ออาทรทำในกรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นบริเวณที่มีการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทรที่เป็นโครงการอาคารชุดมากที่สุด และโครงการที่เป็นอาคารชุดเนื่องจากมีจำนวนหน่วยพักอาศัยที่มากกว่าโครงการแนวราบเมื่อเทียบในขนาดที่ดิน

ตารางที่ 11 จำนวนหน่วยพักอาศัยการเคหะแห่งชาติ

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนโครงการทั้งหมด	ประเภทที่อยู่อาศัย							
			บ้านเดี่ยว		บ้านแฝด		อาคารชุด		อาคารพาณิชย์	
			จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย	จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย	จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย	จำนวนโครงการ	จำนวนหน่วยอาศัย
1	กรุงเทพมหานคร	136	9	2,915	16	1,760	93	85,712	18	829
2	นครปฐม	21	1	206	1	1	16	15,325	3	3
3	นนทบุรี	30	7	17	5	17	17	24,085	1	5
4	ปทุมธานี	40	14	5,330	2	230	23	28,617	1	2
5	สมุทรปราการ	54	1	19	3	139	43	56,215	7	39
6	สมุทรสาคร	18	1	4	0	0	14	15,408	3	41
รวม		299	33	8,491	27	2,147	206	225,362	33	919

2. เลือกโครงการระดับอำเภอขึ้นไป (3,600 หน่วย) เนื่องจากมีการกำหนดให้มีพื้นที่ลานตลาดในมาตรฐานที่อยู่อาศัยกาเคหะแห่งชาติ. เลือกโครงการโครงการที่หน่วยพักอาศัยมากที่สุด 2 โครงการเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ

3. เลือกโครงการโครงการที่หน่วยพักอาศัยมากที่สุด 2 โครงการเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ

ตารางที่ 12 รายละเอียดโครงการ อาคารชุดบ้านเอื้ออาทรทำในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นโครงการระดับอำเภอ (3,600 หน่วย)

โครงการ	ปีที่สร้างเสร็จ	จำนวนอาคาร	หน่วยพักอาศัย	จำนวนพื้นที่ลานตลาด
ลาดกระบัง 2	2554	168	6,390	3
ร่มเกล้า	2550	126	6,022	1
บึงกุ่ม	2549	134	5,272	2
คลองถนน	2556	87	3,896	1
คูบอน	2556	71	3,715	1

จากเกณฑ์การคัดเลือกข้างต้น จึงได้สรุปเลือก โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นกรณีศึกษา

3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.4.1 ประชากรจากแบบสอบถามผู้อยู่ทั่วไป

1. ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง จำนวนหน่วยพักอาศัย 6,390 หน่วย
2. ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า จำนวนหน่วยพักอาศัย 6,022 หน่วย

จากประชากรที่เป็นหน่วยพักอาศัยรวมทั้งสองโครงการจำนวน 12,412 หน่วย เมื่อพิจารณาหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยอ้างอิงจากวิธีคิดของทาโร ยามาเน่ (อิธยา เมิตไธสง, 2018) ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

ภาพที่ 3 สูตรการคำนวณจากวิธีคิดของทาโร ยามาเน่

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N แทน ขนาดของประชากร (ในงานวิจัยนี้คือ 12,412)

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (ในงานวิจัยนี้กำหนดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ หรือ 0.05)

จากสูตร ได้ค่า n คือ 389 คน โดยแบ่งออกเป็น

โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 6,390 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 51 คิดออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า 6,022 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 49 คิดออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 189 คน

ตารางที่ 13 จำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างจากแบบสอบถามผู้อยู่อาศัย

โครงการ	จำนวนหน่วย พักอาศัย	กลุ่มตัวอย่าง	
		จำนวน	ร้อยละ
เอื้ออาทรลาดกระบัง2	6,390	200	51
เอื้ออาทรร่มเกล้า	6,022	189	49
รวม	12,412	389	100

3.4.2 ประชากรจากแบบสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า

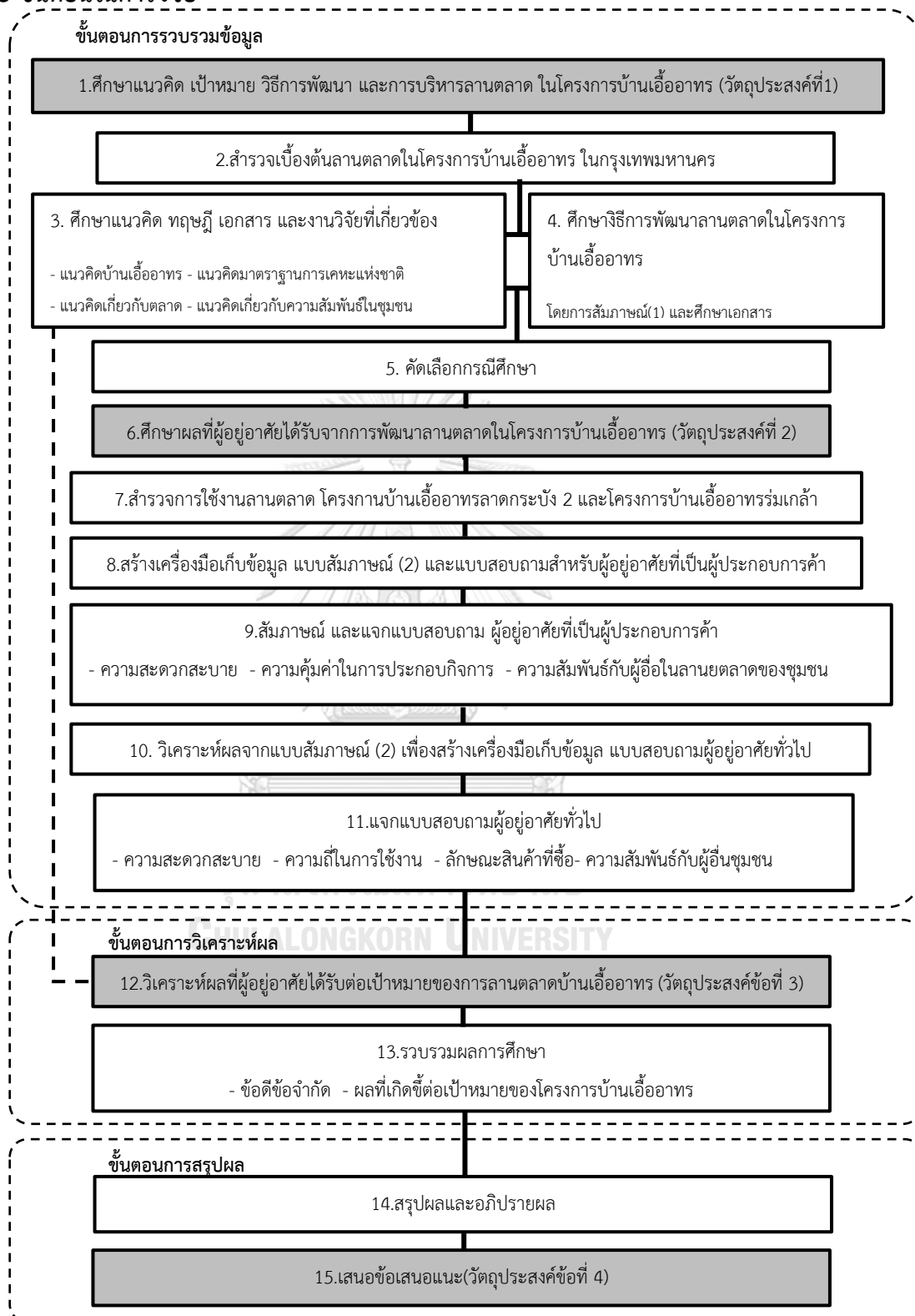
คัดเลือกผู้ประกอบการค้าขายจาก

- 1.ประเภทของลักษณะการค้าแต่ละประเภท
- 2.คัดเลือกผู้ประกอบการค้าขายที่อยู่อาศัยในโครงการ
- 3.คัดเลือกตัวอย่างร้อยละ 40 ขึ้นไปต่อ จำนวนผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าภายในลานตลาด

ตารางที่ 14 จำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างจากผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า

ลานตลาด	จำนวนร้านค้า	จำนวนผู้อยู่อาศัยที่เป็น ผู้ประกอบการค้า	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง2 ลานตลาดที่1	19	13	10
โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง2 ลานตลาดที่2	18	18	10
โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง2 ลานตลาดที่3	17	17	10
โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	42	42	20

3.5 ขั้นตอนในการวิจัย



ภาพที่ 4 แผนภูมิแสดงขั้นตอนในการวิจัย ที่มา:ผู้วิจัย

3.6 การเก็บข้อมูลในงานวิจัย

จากวิธีการดำเนินงานวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ : ได้แก่

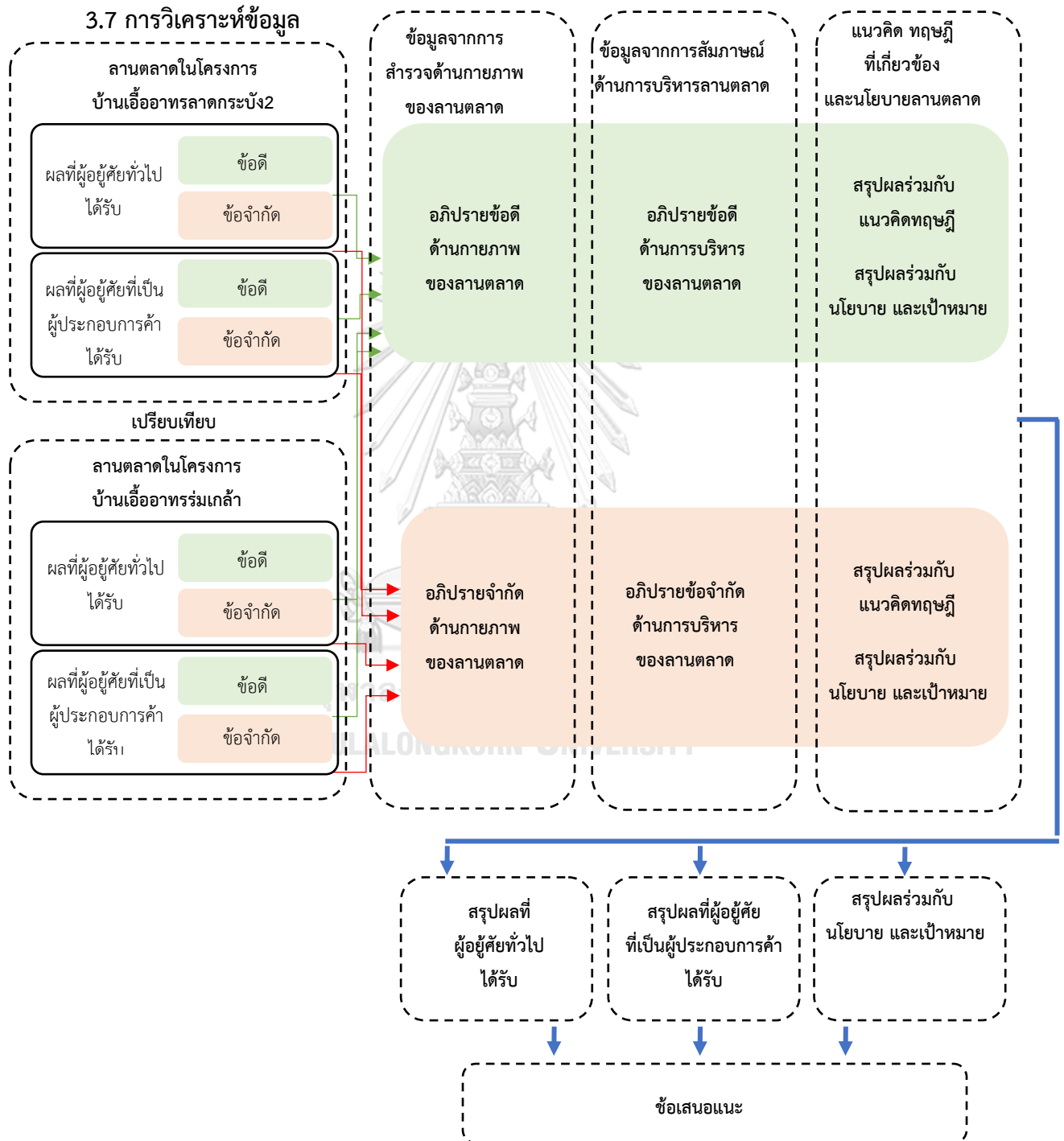
- 1) ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติ
- 2) ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับตลาดในชุมชน

ข้อมูลปฐมภูมิ : ได้แก่

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และการทำแบบสอบถามของผู้อยู่อาศัย แบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์ (1) บุคลากรของการเคหะแห่งชาติที่มีส่วนในการพัฒนาโครงการบ้านเอื้ออาทร บุคลากรของการเคหะแห่งชาติหรือนิติบุคคลที่ดูแลโครงการบ้านเอื้ออาทร และผู้ดำเนินการลานตลาด ในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยมีประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ดังนี้
 - การพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - การคัดเลือกผู้ดำเนินการลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - การคัดเลือกร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - การคัดเลือกผู้ค้าของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- 2) การสำรวจลักษณะทางกายภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยมีประเด็นสำคัญในการสำรวจดังนี้
 - ที่ตั้งลานตลาด และลักษณะอาคารลานตลาด
 - ลักษณะบริเวณโดยรอบลานตลาด
 - จำนวน ประเภท และสัดส่วนร้านค้าภายในลานตลาด
 - ลักษณะทางกายภาพของร้านค้าภายในลานตลาด
- 3) แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โดยมีประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ดังนี้
 - ข้อมูลทั่วไป ที่อยู่อาศัย และรายได้
 - เหตุผลในการเลือกประกอบกิจการในลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - จำนวนลูกค้า และรายได้จากการค้าขายในลานตลาด
 - ทักษะคติต่อลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
 - ทักษะคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด
- 4) แบบสอบถามผู้อยู่อาศัยทั่วไป โดยมีประเด็นสำคัญในแบบสอบถามดังนี้
 - ข้อมูลทั่วไป ที่อยู่อาศัย และรายได้

- ความถี่ในการใช้งานลานตลาด
- ประเภทสินค้าที่ซื้อ และรายจ่ายในการจับจ่ายใช้สอยในลานตลาด
- ทักษะคติต่อลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
- ทักษะคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด





ภาพที่ 5 แผนภูมิแสดงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ที่มา : ผู้วิจัย

3.8 ระยะเวลาในการวิจัย

ตารางที่ 15 ตารางแสดงระยะเวลาในการวิจัย

	2562												2563												2564	2565	
	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1-12	1-12					
1 ศึกษาแนวคิดเป้าหมายลานตลาด กคช.																											
2 ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร																											
3 ศึกษาวิธีการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร																											
4 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง																											
5 สัมภาษณ์ ผู้พัฒนา และ ผู้ดำเนินการลานตลาด																											
6 คัดเลือกกรณีศึกษา																											
7 นำเสนอโครงร่างวิทยานิพนธ์																											
8 ศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากลานตลาด																											
9 สร้างเครื่องมือ ในการสัมภาษณ์																											
10 สำรวจการใช้งานลานตลาด																											
11 สัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า																											
12 สร้างเครื่องมือ ในการเก็บแบบสอบถาม																											
13 แจกแบบสอบถามผู้อยู่อาศัยทั่วไป																											
14 รวบรวมผลการศึกษา																											
15 วิเคราะห์ผลต่อเป้าหมายของลานตลาดฯ																											
16 สรุปผลและอภิปรายผล																											
17 จัดทำบทความวิชาการ																											
18 เขียนรายงานการวิจัยเพื่อสรุปผลวิจัยและข้อเสนอแนะ																											
19 เขียนรายงานฉบับสมบูรณ์																											
20 สอบวิทยานิพนธ์																											
21 แก้ไขเล่มวิทยานิพนธ์																											
22 ส่งเล่มวิทยานิพนธ์																											

 = ระยะเวลาตามคามการณ์
 = ระยะเวลาเกินคามการณ์

3.9 อุปสรรคในงานวิจัย

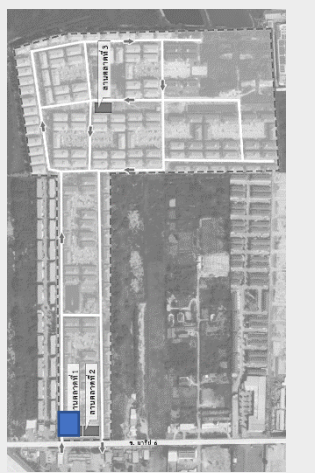
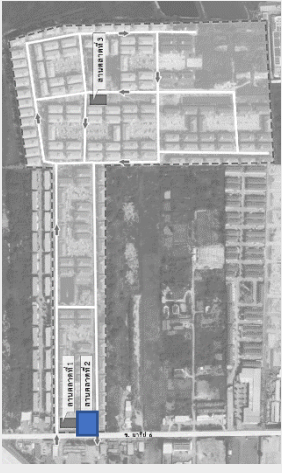
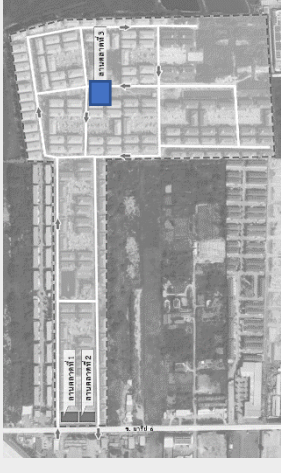
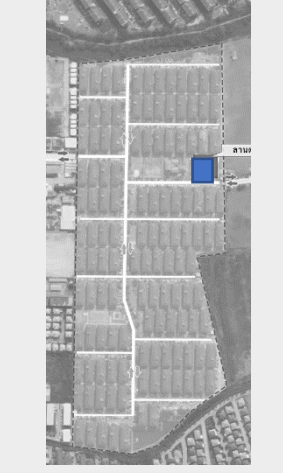
- 1) อุปสรรคจากภาวะระบาดของโรค COVID19 ส่งผลให้เกิดความยากในการสัมภาษณ์ และทำแบบสอบถาม
- 2) อุปสรรคด้านเวลาในการทำงานของผู้วิจัย เนื่องจากผู้วิจัยมีงานประจำในระหว่างทำงานวิจัย
- 3) อุปสรรคด้านการเข้ารับการผ่าตัดของผู้วิจัยในขณะที่แก้ไขเล่มวิทยานิพนธ์ในบางช่วง

บทที่ 4

การพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ลักษณะทางกายภาพและการบริหารลานตลาด

ในบทนี้จะอธิบายถึงลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ทั้งหมด 4 (กำหนดตัวย่อ L1 = ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาดที่ 1 / L2 = ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาดที่ 2 / L3 = ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาดที่ 3 / R = ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า) ลานตลาดลานตลาดในด้านการพัฒนาลานตลาดและลักษณะทางกายภาพของลานตลาดและการบริหารลานตลาดในปัจจุบัน จนไปถึงทัศนคติในการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร จากการสัมภาษณ์บุคคล ผู้ดำเนินการลานตลาด และ การเข้าสำรวจพื้นที่ลานตลาดและบริเวณโดยรอบ โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลในแต่ละโครงการดังนี้









ตารางที่ 16 สรุปภาพรวมในโครงการบ้านเอื้ออาทร 4 ลานตลาด ตารางที่ 1

	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	ลานตลาด R
ปีที่เปิด ลานตลาด	2554	2561	2554	2556
ที่ตั้ง ลานตลาด	ทางเข้าโครงการ	ทางออกโครงการ	พื้นที่ส่วนกลางโครงการใกล้ศูนย์ชุมชน	ทางเข้าออกรองโครงการ
ผังพื้นลาน ตลาด				
ขนาด ลานตลาด	700 ตารางเมตร	600 ตารางเมตร	520 ตารางเมตร	1,620 ตารางเมตร

ตารางที่ 17 สรุปภาพรวมในโครงการบ้านเอื้ออาทร 4 ลานตลาด ตารางที่ 2

	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	ลานตลาด R
จำนวน ร้านค้ารวม	19	18	17	42 ร้าน
ประเภท ร้านค้า	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 4 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 3 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 8 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 6 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 24 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 15 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน



ภาพ ด้านหน้า ลานตลาด				
ภาพภายใน ลานตลาด				
ผู้ค้าที่เป็น ผู้อยู่อาศัย	ร้อยละ 68	ทั้งหมด	ทั้งหมด	ทั้งหมด
ขนาดแผง ทั่วไป	3 x 3 เมตร	3 x 3 เมตร	2.4 x 3 เมตร	2 x 2 เมตร
ค่าเช่าพื้นที่ (1 ตร.ม. ต่อเดือน)	333 บาท	333 บาท	416 บาท	375 ท

4.1 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ในหัวข้อนี้จะอธิบายถึงลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ในด้านการพัฒนาลานตลาดและลักษณะทางกายภาพของลานตลาดและการบริหาร โดยจะอธิบายด้านกายภาพของลานตลาดแยกในแต่ละลานตลาดในหัวข้อถัดไป (4.2,4.3,4.4)

4.1.1 การพัฒนาลานตลาด

โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เริ่มเปิดโครงการในปี พ.ศ. 2554 และจัดให้มีการเปิดประมูลให้ พื้นที่สำหรับลานตลาด ในพื้นที่ของโครงการ เรียงตามลำดับดังนี้

ลานตลาด L1 บริเวณทางเข้าโครงการ การเคหะแห่งชาติเปิดให้เอกชนประมูลเข้ามาดำเนินการบริหารโครงการ ในปี พ.ศ. 2554 โดยการเคหะแห่งชาติยังคงเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและเป็นผู้ให้เช่าพื้นที่ลานตลาด ในระยะแรกลานตลาดเป็นตลาดที่ไม่มีโครงสร้างหลังคา เป็นเพียงโครงสร้างของแต่ละร้านค้า และการเคหะแห่งชาติได้สร้างโครงสร้างหลังคาในภายหลังโดยได้ผู้อยู่อาศัยในโครงการ (ปัจจุบันไม่ได้อยู่อาศัยในโครงการแล้ว) ที่มีประสบการณ์ทำงานในด้านการขายผลิตภัณฑ์ยาและวัสดุก่อสร้าง มาเป็นผู้ดำเนินการ และมีสัญญาเช่าลานตลาด ทุกๆ 3 ปี

การพัฒนาร้านค้าในแต่ละร้าน ผู้เช่าในแต่ละแผงจะเป็นผู้ปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเองหรือมีโครงสร้างเดิมจากผู้เช่ารายก่อนหน้า ในพื้นที่ 6 – 9 ตารางเมตรต่อ 1 แผง จำนวน 24 แผง ในปัจจุบัน ณ วันที่สำรวจ มีผู้เช่าแผงทั้งสิ้น 21 แผง จำนวน 19 ร้านค้าโดยแต่ละร้านจะเช่าจำนวนแผงไม่เท่ากัน โดยมีผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาด L1 ทั้งหมด 13 ราย (ร้อยละ 68)

ลานตลาด L2 บริเวณทางออกโครงการ การเคหะแห่งชาติเปิดให้เอกชนประมูลเข้ามาดำเนินการบริหารโครงการในปี พ.ศ. 2561 โดยการเคหะแห่งชาติยังคงเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและเป็นผู้ให้เช่าพื้นที่ลานตลาด การดำเนินการบริหารจัดการโครงการลานตลาดได้ผู้อยู่อาศัยในโครงการ ที่มีประสบการณ์ทำงานในการค้าขาย มาเป็นผู้ดำเนินการ โดยผู้ดำเนินการลานตลาดเป็นผู้ปรับปรุงพื้นที่โดยการเทพื้นคอนกรีตและเช่าต้นไม้มาเป็นโครงสร้างหลักของลานตลาด และมีสัญญาเช่าลานตลาดทุกๆ 3 ปี

การพัฒนาร้านค้าในแต่ละร้าน ผู้เช่าในแต่ละแผงจะเป็นผู้ปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเองหรือมีโครงสร้างเดิมจากผู้เช่ารายก่อนหน้า ในพื้นที่ 6 – 9 ตารางเมตรต่อ 1 แผง จำนวน 22 แผง ในปัจจุบัน ณ วันที่สำรวจ มีผู้เช่าแผงทั้งสิ้น 22 แผง จำนวน 18 ร้านค้าโดยแต่ละร้านจะเช่าจำนวนแผงไม่เท่ากัน โดยมีผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาด L2 ทั้งหมด

ลานตลาด L3 บริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการการเคหะแห่งชาติเปิดให้เอกชนประมูลเข้ามาดำเนินการบริหารโครงการในปี พ.ศ. 2558 โดยการเคหะแห่งชาติยังคงเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและเป็นผู้ให้เช่าพื้นที่ลานตลาด โดยการเคหะแห่งชาติได้สร้างโครงสร้างหลังคาเตรียมไว้ให้ การดำเนินการบริหารจัดการโครงการ

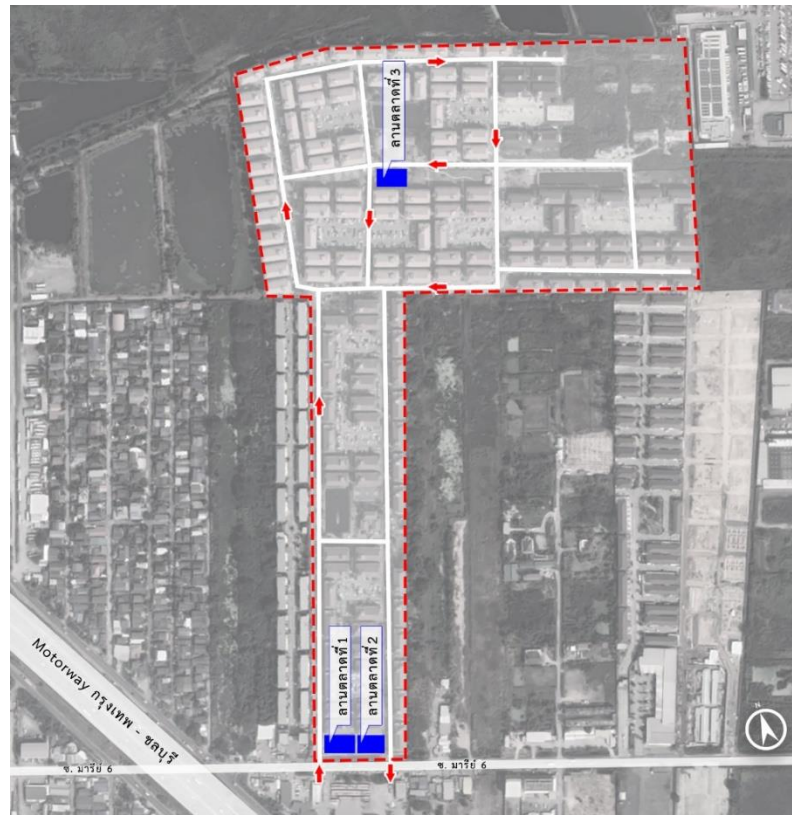
ลานตลาดได้ผู้อยู่อาศัยในโครงการ ที่มีประสบการณ์ทำงานในด้าน การจัดซื้อจัดจ้าง มาเป็นผู้ดำเนินการ และมี สัญญาเช่าลานตลาดทุกๆ 3 ปี

การพัฒนาร้านค้าในแต่ละร้าน ผู้เช่าในแต่ละแผงจะเป็นผู้ปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเองหรือมีโครงสร้างเดิม จากผู้เช่ารายก่อนหน้า ในพื้นที่ 7.5 ตารางเมตรต่อ 1 แผง จำนวน 27 แผง ในปัจจุบัน ณ วันที่สำรวจ มีผู้เช่าแผง ทั้งสิ้น 22 แผง จำนวน 17 ร้านค้าโดยแต่ละร้านจะเช่าจำนวนแผงไม่เท่ากัน โดยมีผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า ในลานตลาด L3 ทั้งหมด

ตารางที่ 18 การพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ลานตลาด

ลานตลาดในโครงการ บ้านเอื้ออาทร	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3
ปีที่เปิดลานตลาด	2554	2561	2554
สถานะผู้ดำเนินการ ลานตลาด	อดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ	ผู้อยู่อาศัยในโครงการ	อดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ
องค์ความรู้ของ ผู้ดำเนินการลาน ตลาด	ด้านการขายวัสดุก่อสร้าง	แม่ค้า	การจัดซื้อด้านอสังหาริมทรัพย์
จำนวนร้านค้ารวม	19	18	17
ประเภทร้านค้า	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 4 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 3 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 8 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 6 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน
เจ้าของกรรมสิทธิ์ ที่ดิน	การเคหะแห่งชาติ	การเคหะแห่งชาติ	การเคหะแห่งชาติ
ผู้พัฒนาสร้างอาคาร ลานตลาด	การเคหะแห่งชาติ	ผู้ดำเนินการลานตลาด	การเคหะแห่งชาติ

4.1.2 ลักษณะทางกายภาพ



ภาพที่ 6 ผังแสดงตำแหน่งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

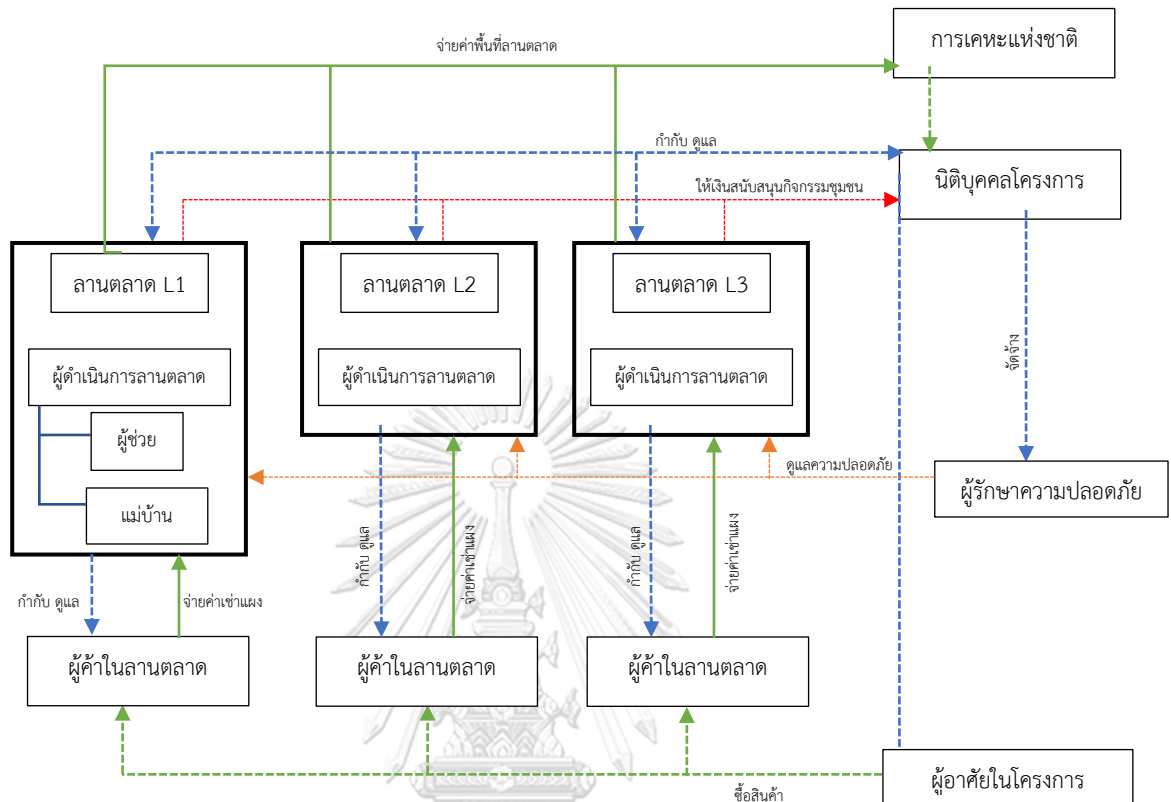
ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ประกอบด้วยลานตลาดทั้งหมด 3 ลานตลาดดังนี้

ลานตลาด L1 มีพื้นที่ประมาณ 700 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณทางเข้า (เดินรถทางเดียว) ด้านทิศใต้ของโครงการ

ลานตลาด L2 มีพื้นที่ประมาณ 600 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณทางออก (เดินรถทางเดียว) ด้านทิศใต้ของโครงการ

ลานตลาด L3 มีพื้นที่ประมาณ 520 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณบริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ

4.1.3 การบริหารลานตลาด



ภาพที่ 7 ผังการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และการจ่ายค่าเช่า

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ประกอบด้วยลานตลาดทั้งหมด 3 ลานตลาด โดยแต่ละลานตลาดมีบุคลากรในการบริหารจัดการเพียง 1-2 คน และมีเพียงลานตลาด L1 ที่มีการจ้างแม่บ้านในการรักษาความสะอาด โดยการเช่าพื้นที่ลานตลาด ผู้ดำเนินการลานตลาดเป็นผู้จ่ายค่าเช่าพื้นที่ในการเคหะแห่งชาติโดยตรง และมีผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้

การเคหะแห่งชาติ เป็นเจ้าของที่ดินลานตลาดและเป็นผู้ปล่อยเช่าพื้นที่ลานตลาด และมีหน้าที่แนะนำและตรวจสอบภาพลักษณ์และลักษณะทางกายภาพของลานตลาด โดยผู้ดำเนินการลานตลาด จะจ่ายค่าเช่าพื้นที่ลานตลาดให้การเคหะแห่งชาติโดยตรง อีกทั้งอาคารลานตลาด L1 และลานตลาด L3 การเคหะแห่งชาติเป็นผู้พัฒนาโครงสร้างอาคารให้

นิติบุคคล มีหน้าที่รับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับลานตลาดและประสานงานกับผู้ดำเนินการลานตลาดให้ช่วยเหลือแก้ไขในข้อบกพร่องต่างๆ ตามที่ลูกบ้านแจ้งเข้ามา

ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้วยที่ตั้งของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าออกและพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ จึงมีผู้รักษาความปลอดภัยของโครงการคอยช่วยดูแล

ลักษณะการเก็บค่าเช่าแบ่งตามแต่ละลานตลาดได้ดังนี้

ลานตลาด L1 ค่าเช่าแผง ราคาต่ำสุดที่ 2,500 บาทต่อเดือน และสูงสุดที่ 5,000 บาทต่อเดือน เฉลี่ยที่ 333 บาท ต่อตารางเมตรต่อเดือน

ลานตลาด L2 ค่าเช่าแผง ราคาต่ำสุดที่ 1,500 บาทต่อเดือน และสูงสุดที่ 4,000 บาทต่อเดือน เฉลี่ยที่ 333 บาท ต่อตารางเมตรต่อเดือน

ลานตลาด L3 ค่าเช่าแผง ราคาต่ำสุดที่ 1,500 บาทต่อเดือน และสูงสุดที่ 5,000 บาทต่อเดือน เฉลี่ยที่ 416 บาท ต่อตารางเมตรต่อเดือน

ทัศนคติต่อการบริหารลานตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินการลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ลานตลาด ผู้ดำเนินการแต่ละท่านมีความคิดเห็นในด้านการบริหารลานตลาด สามารถจำแนกประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

ลานตลาด L1 เป็นลานตลาดที่มีทำเลที่ดีในการลงทุน เนื่องจากอยู่ในแหล่งชุมชน มีลูกค้าจากทั้งภายในและภายนอกของโครงการ

การให้ความสำคัญกับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า ในด้านสัดส่วนของผู้ค้าในลานตลาดที่ต้องเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการและทำให้โอกาสในการค้าขายของผู้อยู่อาศัยที่ขาดประสบการณ์และความสามารถในการขาย

การช่วยเหลือผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าควรช่วยเหลือผู้ดำเนินการลานตลาดด้วยเนื่องจากมีการร้องขอให้ผู้ดำเนินการลานตลาดช่วยเหลือผู้ค้าในลานตลาดบ่อยครั้งแต่ผู้ดำเนินการลานตลาดกลับไม่ได้รับความช่วยเหลือ

ลานตลาด L2 ผู้ดำเนินการลานตลาด มีความตั้งใจเปิดลานตลาดให้เป็นพื้นที่สำหรับช่วยเหลือผู้ค้าที่เป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการอย่างแท้จริง และมองด้านผลกำไรเป็นประเด็นรอง ให้ความสำคัญกับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในชุมชน และขายสินค้าที่มีราคาถูกให้กับคนในชุมชน

การบริหารลานตลาด ผู้ดำเนินการลานตลาดไม่ต้องการให้ผู้ค้ามองว่าเป็นเจ้าของลานตลาดอยากให้ผู้ค้าในลานตลาดรู้สึกเหมือนเป็นสถานที่ที่อยู่กันแบบพี่น้องพึ่งพาอาศัยกัน

ลานตลาด L3 เป็นลานตลาดที่อยู่ภายในชุมชน ไม่ได้อยู่ติดกับบริเวณภายนอกโครงการ ฉะนั้นลานตลาดแห่งนี้จึงเป็นที่สำหรับคนในชุมชนอย่างแท้จริง เป็นสถานที่ให้คนในชุมชนได้พบปะกัน ทั้งจากการตั้งใจมาซื้อสินค้าและบริการรวมถึงการแวะซื้อหลังจากมาทำกิจกรรมจากพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ

การมีลานตลาดภายในโครงการมีหนึ่งในวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้คนภายในชุมชนลดการขายสินค้าและบริการในอาคารพักอาศัย การสนับสนุนลานตลาดภายในชุมชนจะทำให้ชุมชนเป็นระเบียบขึ้น

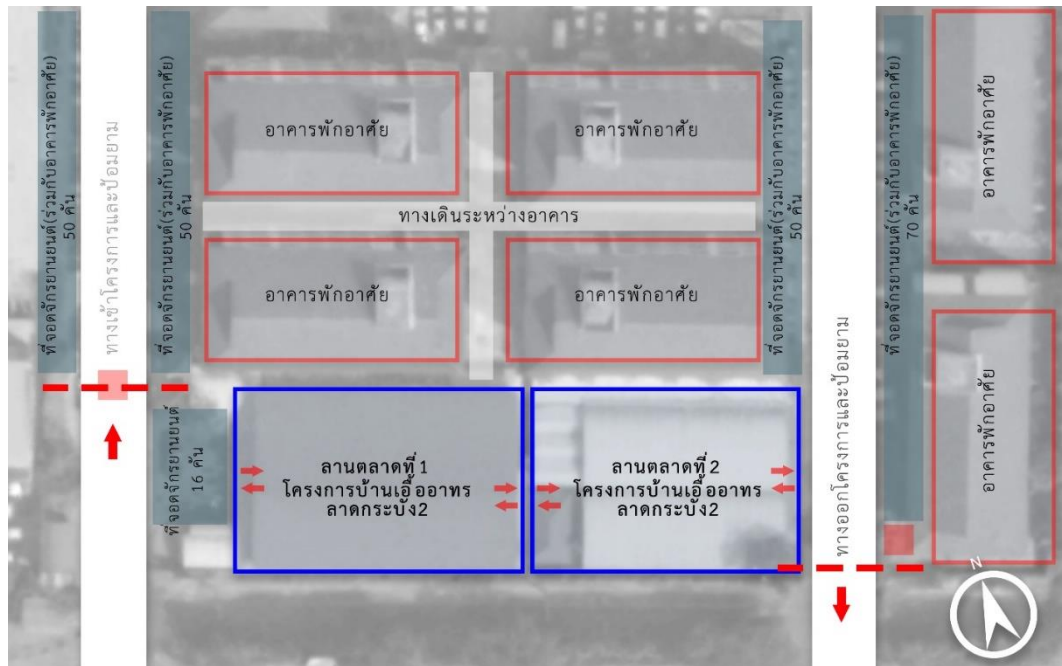
ด้านความคิดเห็นต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ผู้ดำเนินการลานตลาดทั้ง 3 ลานตลาดเห็นด้วยมากที่สุดในด้านความสัมพันธในชุมชน เห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน โดยมีเพียงผู้ดำเนินการลานตลาด L2 ที่มีความคิดเห็นว่าลานตลาดยังขาดความสม่ำเสมอของลูกค้า

ตารางที่ 19 ทศคติของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ความคิดเห็นของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ			
โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	ผู้ดำเนินการลานตลาด L1	ผู้ดำเนินการลานตลาด L2	ผู้ดำเนินการลานตลาด L3
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	5	4.33	5
1.1 ความสะดวกในการซื้อสินค้า	5	5	5
1.2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	5	3	5
1.3 สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ	5	5	5
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	5	5	5
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	5	5	5
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี	5	5	5
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	5	5	5
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4.5	4.5	3.75
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	5	5	3
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3	3	2
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	5	5	5
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	5	5	5

4.2 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1

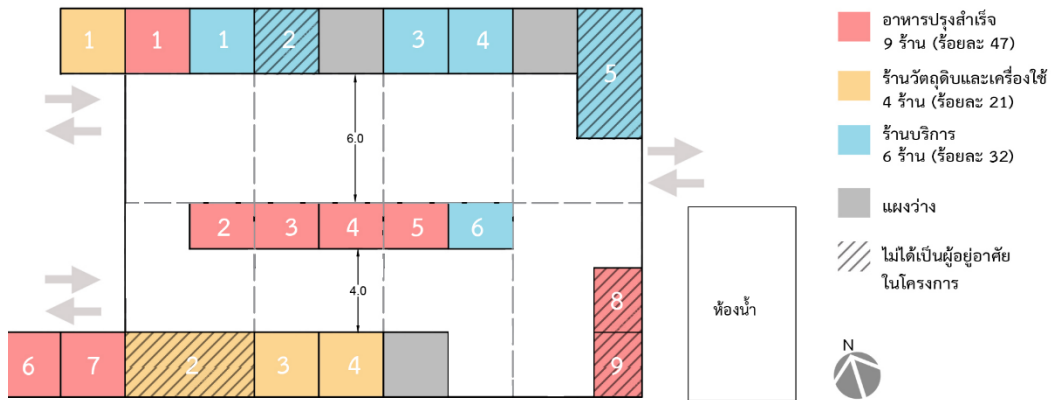
4.2.1 ลักษณะทางกายภาพ



ช. มารีย์ 6

ภาพที่ 8 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1 และ L2

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1 มีพื้นที่ประมาณ 700 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณทางเข้า (เดินรถทางเดียว) ด้านทิศใต้ของโครงการ มีโครงสร้างของลานตลาดเป็นโครงสร้างเหล็กเพดานโปร่ง หลังคาสูง 3 – 6 เมตร



ภาพที่ 9 ผังพื้นที่และตำแหน่ง ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1



ภาพที่ 10 ด้านหน้า ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1

บริเวณโดยรอบลานตลาดประกอบด้วย ทางทิศเหนือเป็นอาคารพักอาศัย ทางด้านทิศตะวันออกติดกับลานตลาด L2 ทางด้านทิศใต้ติดกับที่ดินสาธารณะภายนอกโครงการ และทางด้านทิศตะวันตกติดกับถนนและทางเข้าโครงการ

ร้านค้าภายในลานตลาดเป็นแผงร้านค้าที่มีพื้นที่หน่วยละ 3×3 เมตร โดยแต่ละร้านมีขนาดพื้นที่แตกต่างกันไป โดยที่แต่ละร้านค้าจะวางอุปกรณ์สำหรับวางสินค้า เช่น โต๊ะ และชั้นวางของ แตกต่างกันไปไม่มีรูปแบบตายตัว ทางเดินในลานตลาดมีความกว้าง 4 - 6 เมตร



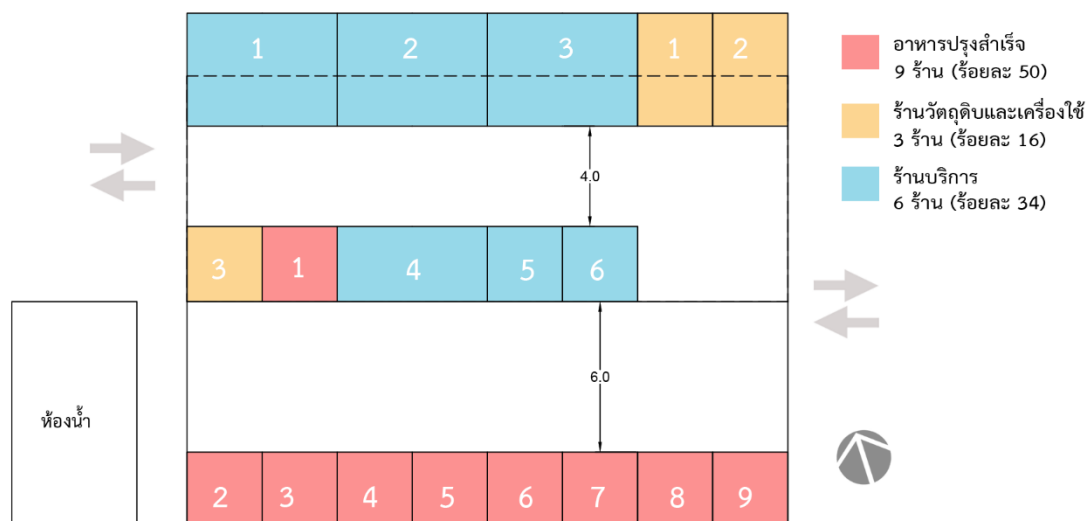
ภาพที่ 11 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1



ภาพที่ 12 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1

4.3 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2

4.3.1 ลักษณะทางกายภาพ



ภาพที่ 13 ผังพื้นที่และตำแหน่ง ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2 มีพื้นที่ประมาณ 600 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณทางออก (เดินรถทางเดียว) ด้านทิศใต้ของโครงการ มีหลังคาลานตลาดเป็นโครงสร้างต้นฟ้าใบ วางบนพื้นคอนกรีต

บริเวณโดยรอบลานตลาดประกอบด้วย ทางทิศเหนือเป็นอาคารพักอาศัย ทางด้านทิศตะวันออกติดกับถนนและทางออกโครง ทางด้านทิศใต้ ติดกับที่ดินสาธารณะภายนอกโครงการ และทางด้านทิศตะวันตกติดกับลานตลาด L1

ร้านค้าภายในลานตลาดเป็นแผงร้านค้าที่มีพื้นที่หน่วยละ 3×3 เมตร โดยแต่ละร้านมีขนาดพื้นที่แตกต่างกันไป โดยที่แต่ละร้านค้าจะวางอุปกรณ์สำหรับวางสินค้า เช่น โต๊ะ และชั้นวางของ แตกต่างกันไปไม่มีรูปแบบตายตัว ทั้งร้านที่เป็นแผงค้าและเป็นห้องมีการปรับอากาศภายใน ทางเดินมีความกว้าง 4.5 และ 6 เมตร ในบริเวณที่มีโต๊ะนั่งทานอาหาร



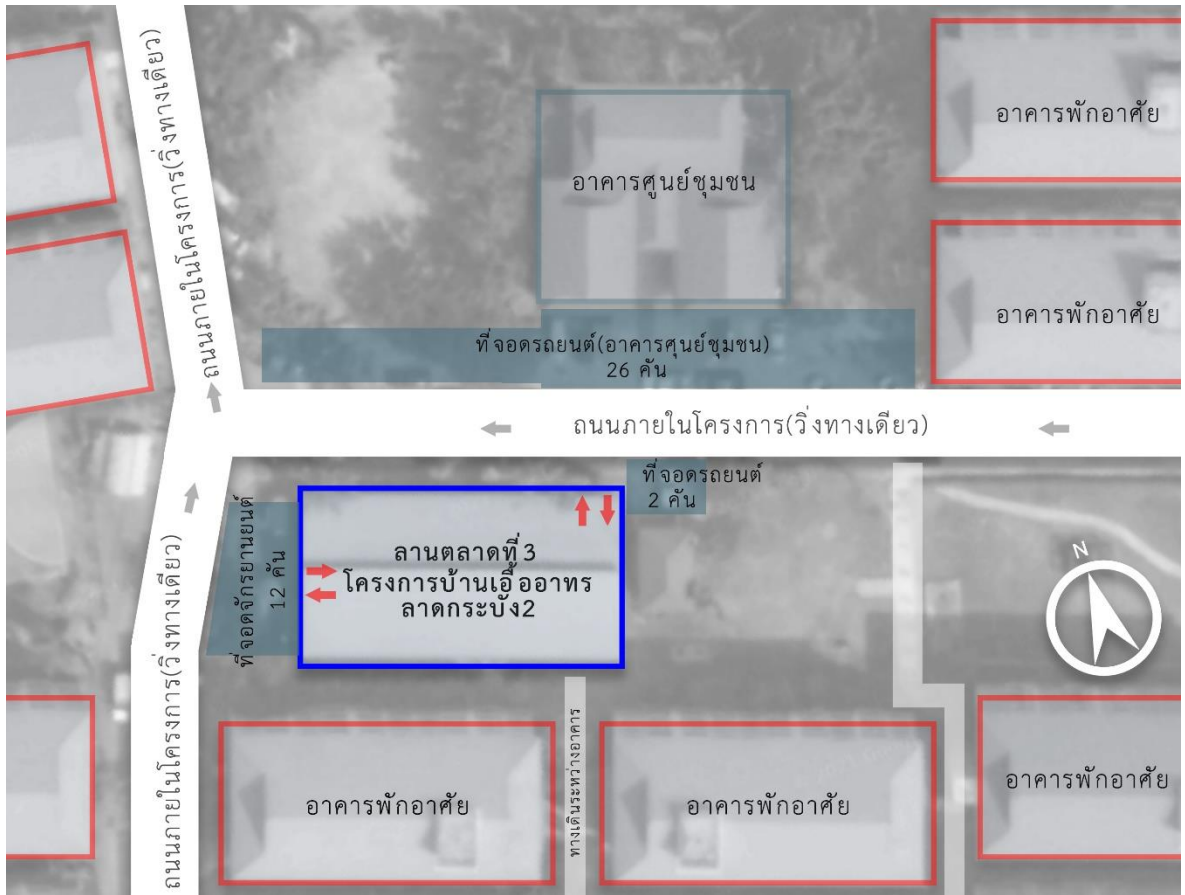
ภาพที่ 14 ด้านหน้า ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2



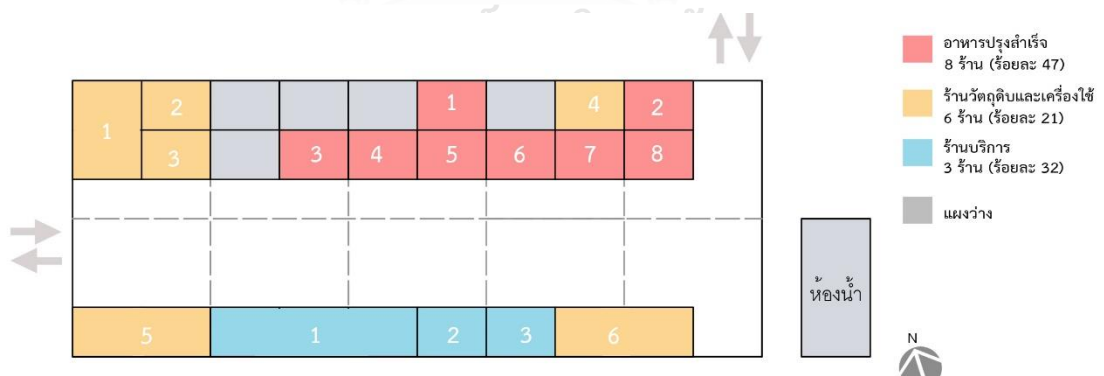
ภาพที่ 15 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2

4.4 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3

4.4.1 ลักษณะทางกายภาพ



ภาพที่ 16 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3



ภาพที่ 17 ผังพื้นและตำแหน่ง ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3



ภาพที่ 18 ด้านข้าง(ทิศเหนือ) ตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ตลาด L3



ภาพที่ 19 ด้านข้าง(ทิศตะวันตก) ตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ตลาด L3



ภาพที่ 20 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3 มีพื้นที่ประมาณ 520 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ มีโครงสร้างของลานตลาดเป็นโครงสร้างเหล็กเพดานโปร่งหลังคาสูง 3 – 6 เมตร

บริเวณโดยรอบลานตลาดประกอบด้วย ทางทิศเหนือที่เป็นอาคารศูนย์ชุมชน ทางด้านทิศตะวันออกติดกับพื้นที่ลานโล่งของโครงการ ทางด้านทิศใต้ติดอาคารพักอาศัย และทางด้านทิศตะวันตกติดกับถนนภายในโครงการและสนามกีฬา

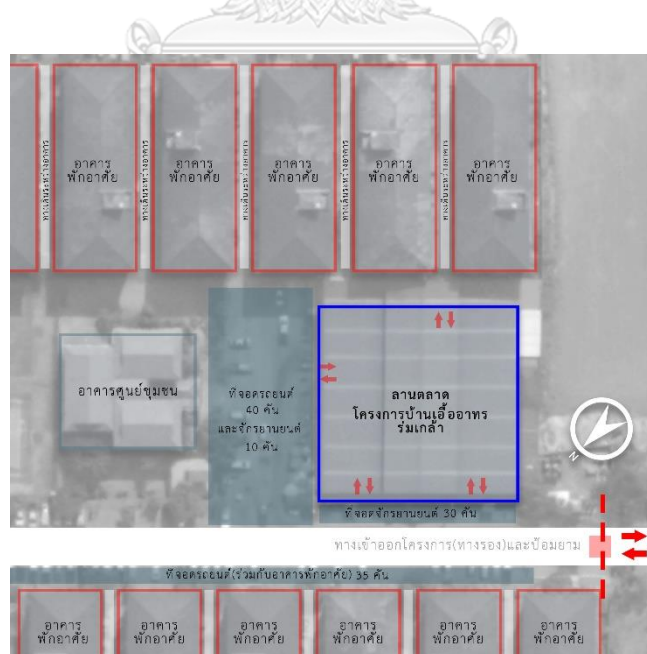
ร้านค้าภายในลานตลาดเป็นแผงร้านค้าที่มีพื้นที่หน่วยละ 2.5 x 3 เมตร โดยแต่ละร้านมีขนาดพื้นที่แตกต่างกันไป ตามจำนวนแผงที่เช่า โดยที่แต่ละร้านจะวางอุปกรณ์สำหรับวางสินค้า เช่น โต๊ะ และชั้นวางของ และมีร้านทางด้านทิศเหนือที่มีผนังคอนกรีตสูง 90 เซนติเมตร เพื่อกันอาณาเขตร้าน ทางเดินในลานตลาดมีความกว้าง 6 เมตร และมีโต๊ะนั่งบริเวณกลางทางเดิน

4.5 ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

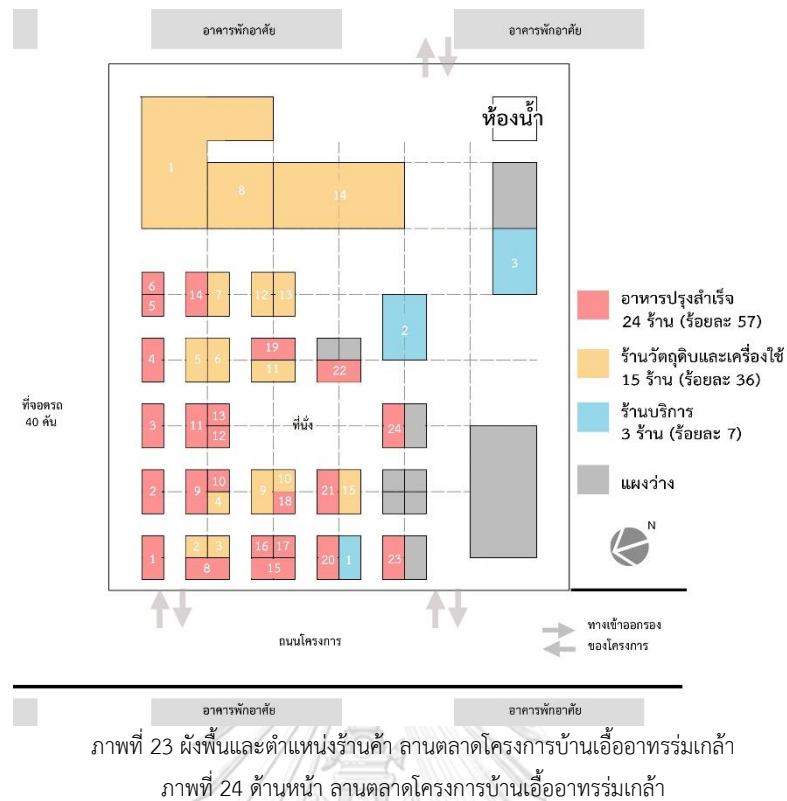
4.5.1 การพัฒนาลานตลาด



ภาพที่ 21 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า



ภาพที่ 22 ตำแหน่งที่ตั้งลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า



โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าเริ่มเปิดโครงการในปี พ.ศ. 2552 มีการจัดเตรียมพื้นที่เป็นลานโล่งคอนกรีตไว้และกรรมสิทธิ์ที่ดินบริเวณลานตลาดเป็นของการเคหะแห่งชาติ ต่อมาในปี พ.ศ. 2556 การเคหะแห่งชาติได้มีการพัฒนาโครงสร้างอาคารตลาด และเปิดประมูลให้เอกชนเข้ามาดำเนินการบริหารโครงการลานตลาด โดยการเคหะแห่งชาติยังคงเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและเป็นผู้ให้เช่าพื้นที่ลานตลาด

ปี พ.ศ. 2556 การเคหะแห่งชาติเปิดประมูลให้เอกชนเช่าพื้นที่ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าในการดำเนินการบริหารจัดการโครงการลานตลาด เป็นบริษัทเอกชนที่มีประสบการณ์ในการบริหารตลาดมาก่อน มาเป็นผู้ดำเนินการ



ภาพที่ 25 ภายใน ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การจัดเก็บค่าเช่าจากผู้ประกอบการ โดยผู้เช่าในแต่ละแผงจะเป็นผู้ปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเองหรือมีโครงสร้างเดิมจากผู้เช่ารายก่อนหน้า ในพื้นที่ 4 ตารางเมตรต่อ 1 แผง จำนวน 144 แผง ในปัจจุบัน ณ วันที่สำรวจ มีผู้เช่าแผงทั้งสิ้น 108 แผง จำนวน 42 ร้านค้าโดยแต่ละร้านจะเช่าจำนวนแผงไม่เท่ากัน มีลักษณะการเก็บค่าเช่าแผงทั้งรายวัน วันละ 50 บาทต่อหนึ่งแผง และรายเดือน เดือนละ 1,500 บาทต่อหนึ่งแผง ตามข้อตกลงของแต่ละร้านค้า โดยผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดจะเป็นผู้ไปเก็บค่าเช่าที่แผงร้านค้าด้วยตนเอง

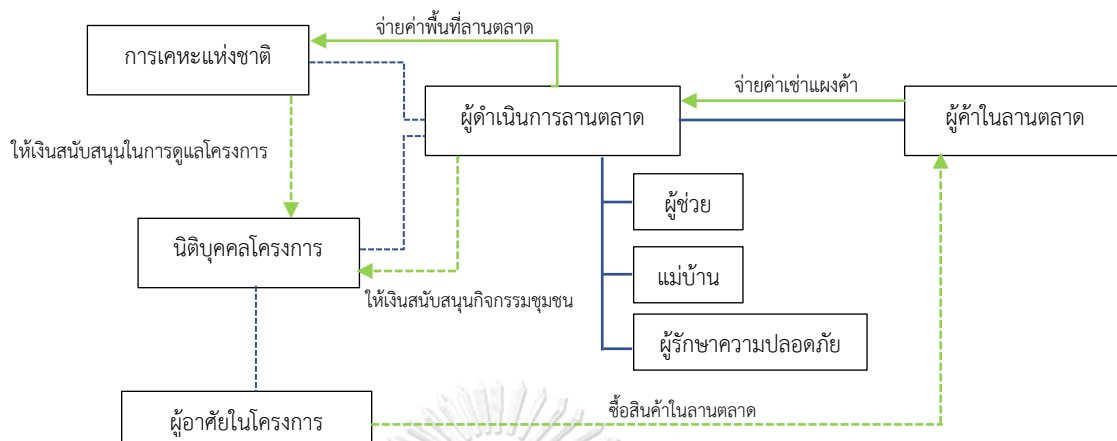
4.5.2 ลักษณะทางกายภาพ

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีพื้นที่ประมาณ 1,620 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณทางเข้าออกทางด้านทิศใต้ของโครงการซึ่งเดิมทีโครงการกำหนดให้เป็นทางเข้าออกหลัก แต่เมื่อเกิดการเปิดทางเข้าออกทางด้านทิศเหนือ ทางเข้าออกด้านทิศใต้จึงลดความความหนาแน่นในการสัญจรลง จึงกลายเป็นทางเข้าออกทางรอง และทำให้ลานตลาดไม่ได้ตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นทางสัญจรหลัก

บริเวณโดยรอบลานตลาดประกอบด้วย ทางทิศเหนือที่เป็นที่จอดรถจำนวน 40 คัน และถนนมีการใช้พื้นที่จอดรถเป็นตลาดนัดในวันอังคาร วันพฤหัสบดี และวันเสาร์ ทางด้านทิศตะวันออกติดกับอาคารพักอาศัย ทางด้านทิศใต้ ติดกับรั้วโครงการและที่ดินภายนอก และทางด้านทิศตะวันตกติดกับถนนโครงการและฝั่งตรงข้ามถนนเป็นอาคารพักอาศัย

ร้านค้าภายในลานตลาดเป็นแผงร้านค้าที่มีพื้นที่หน่วยละ 2 x 2 เมตร โดยแต่ละร้านมีขนาดพื้นที่แตกต่างกันไป โดยที่แต่ละร้านค้าจะวางอุปกรณ์สำหรับวางสินค้า เช่น โต๊ะ และชั้นวางของ แตกต่างกันไปไม่มีรูปแบบตายตัว และมีการเดินระบบไฟฟ้าลงมาในแต่ละเสา ตัวอาคารเป็นโครงสร้างเหล็กมีความสูงจากพื้นถึงใต้หลังคาอยู่ที่ 3 - 7 เมตร ทางเดินในลานตลาดมีความกว้าง 2 เมตร

4.5.3 การบริหารลานตลาด



ภาพที่ 26 ผังการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า และการจ่ายค่าเช่า

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ดำเนินการโดยผู้ดำเนินการลานตลาด ที่มีประสบการณ์ในการทำงานในด้านการบัญชี โดยมีผู้ช่วยในการทำงาน 1 คน จ้างแม่บ้านซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการมาดูแลความสะอาดลานตลาด และจ้างผู้รักษาความปลอดภัยภายนอกมาดูแลความปลอดภัยบริเวณลานตลาดเฉพาะเวลากลางคืน โดยนอกจากผู้ดำเนินการลานตลาด มีผู้อื่นที่เกี่ยวข้องดังนี้

การเคหะแห่งชาติ เป็นเจ้าของที่ดินลานตลาดและเป็นผู้ปล่อยเช่าพื้นที่ลานตลาด และมีหน้าที่แนะนำและตรวจสอบสภาพลักษณะและลักษณะทางกายภาพของลานตลาด โดยผู้ดำเนินการลานตลาด จะจ่ายค่าเช่าพื้นที่ลานตลาดให้กับการเคหะแห่งชาติโดยตรง อีกทั้งอาคารลานตลาด การเคหะแห่งชาติเป็นผู้พัฒนาโครงสร้างอาคารให้

นิติบุคคล มีหน้าที่รับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับลานตลาดและประสานงานกับผู้ดำเนินการลานตลาดให้ช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตามที่ลูกบ้านแจ้งเข้ามา

ลักษณะการเก็บค่าเช่าแผงมีทั้งรายวัน วันละ 50 บาทต่อหนึ่งแผง และรายเดือน เดือนละ 1,500 บาทต่อหนึ่งแผง ตามข้อตกลงและขนาดของแต่ละร้านค้า โดยผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดจะเป็นผู้ไปเก็บค่าเช่าที่แผงร้านค้าด้วยตนเอง

ทัศนคติต่อการบริหารลานตลาดบริหารลานตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าผู้ดำเนินการลานตลาดมีทัศนคติต่อการบริหารลานตลาดที่สอดคล้องกับนโยบายของโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยมีทัศนคติว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นลานตลาดที่มีไว้เพื่อบริการให้ผู้อยู่อาศัยที่มีรายได้น้อยในโครงการ ผู้ค้าขายในลานตลาดจึงทำกำไรกับการค้าได้ไม่มากนัก การบริหารลานตลาดจึงจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นที่เหมาะสมเพื่อความคล่องตัวในการค้าขายของผู้ค้าในลานตลาด เช่น อัตราค่าเช่าที่ต่ำ การเก็บค่าเช่าเป็นรายวันเพื่อให้ผู้ค้ามี

กำลังพอที่จะจ่ายค่าเช่าแผงได้สะดวก และการเปิดรับผู้ค้ารายใหม่โดยไม่ต้องมีมัดจำหรือสัญญาใดๆ และผู้ค้ารายใหม่สามารถเลือกตำแหน่งร้านค้าได้เองโดยไม่มีกำหนดตำแหน่งและหมวดหมู่

ด้านทัศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ผู้ดำเนินการลานตลาดเห็นด้วยมากที่สุดในทุกๆด้าน ทั้ง ผลด้านการค้าขายสินค้า ผลด้านความสัมพันธ์ในชุมชน และผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน แต่ยังคงว่าลานตลาดยังไม่สามารถทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชนได้มากนักและลานตลาดยังช่วยให้มีการแก้ไขปัญหาในชุมชนไม่ได้

ตารางที่ 20 ทัศนคติของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	ทัศนคติของผู้ดำเนินการลานตลาดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.66
1.1 ความสะดวกในการซื้อสินค้า	5
1.2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	4
1.3 สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ	5
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	5
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	5
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี	5
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	5
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	3
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	5
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	5

4.6 สรุปรวมลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

4.6.1 การพัฒนาลานตลาด

จากการศึกษาด้านการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทั้ง 4 ลานตลาดพบลักษณะการพัฒนาที่สอดคล้องและแตกต่างกันดังนี้

ตารางที่ 21 สรุปรวมการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	ลานตลาด R
ปีที่เปิดลานตลาด	2554	2561	2554	2556
สถานะผู้ดำเนินการลานตลาด	อดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ	ผู้อยู่อาศัยในโครงการ	อดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ	บริษัทเอกชนภายนอก
องค์ความรู้ของผู้ดำเนินการลานตลาด	ด้านการขายวัสดุก่อสร้าง	แม่ค้า	การจัดซื้อด้านอสังหาริมทรัพย์	ด้านบัญชี
จำนวนร้านค้ารวม	19	18	17	42 ร้าน
ประเภทร้านค้า	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 4 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 3 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 8 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 6 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 24 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 15 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ลานตลาด L1, L3 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มีการเริ่มพัฒนาลานตลาดตั้งแต่ช่วง 2-4 ปีแรกหลังการเปิดโครงการบ้านเอื้ออาทร มีเพียงลานตลาด L3 แห่งเดียวที่พัฒนาลานตลาดขึ้นในภายหลังเปิดโครงการได้ 7 ปี

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ลานตลาด L1, L3 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีการพัฒนาพื้นที่ลานตลาดและโครงสร้างลานตลาดโดยการเคหะแห่งชาติเป็นผู้เปิดให้ผู้ที่สนใจเข้ามาดำเนินการลานตลาดมาประมูลโครงการลานตลาด เมื่อการประมูลสำเร็จได้ปล่อยให้เช่าพื้นที่ก่อนและค่อยพัฒนาโครงสร้างอาคารให้ในภายหลัง มีเพียงลานตลาด L2 แห่งเดียวที่ผู้ดำเนินการลานตลาดเป็นผู้พัฒนาพื้นที่และพัฒนาโครงสร้างอาคารด้วยตนเอง โดยผู้ดำเนินการลานตลาดที่ประมูลโครงการลานตลาดนั้นเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ในด้านการก่อสร้าง การบัญชี และการค้า

แผงร้านค้าภายในลานตลาดอนุญาตให้ร้านค้าแต่ละร้านสามารถปรับปรุงในลักษณะมีผนังปิดกันบริเวณร้านค้าได้ และร้านค้าที่มีลักษณะเปิดโล่ง โดยร้านค้าที่มีผนังกันมักเป็นร้านขายของใช้และร้านบริการ

ร้านค้าภายในลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร มีความหลากหลายของประเภทร้านค้า ทั้งร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้านขายวัตถุดิบ ร้านขายของโน และร้านบริการ โดยร้านค้าส่วนใหญ่ เป็นร้านขายอาหารปรุงสำเร็จถึงร้อยละ

4.6.2 ลักษณะทางกายภาพ

ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	ลานตลาด R
------------	------------	------------	-----------

จากการศึกษาดำเนินการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทั้ง 4 ลานตลาดพบลักษณะทางกายภาพของลานตลาดที่สอดคล้องและแตกต่างกันดังนี้

ที่ตั้งของลานตลาดของทั้ง 4 ลานตลาดอยู่ในบริเวณที่มีการสัญจรและการทำงานเป็นประจำ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ลานตลาด L1, L2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า อยู่ในบริเวณทางเข้าออกของโครงการ มีเพียงลานตลาด L3 แห่งเดียวเท่านั้นที่อยู่บริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการใกล้กับศูนย์ชุมชนและลานกีฬา

โครงสร้างอาคารของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ลานตลาด L1, L3 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นอาคารโครงสร้างเหล็กเพดานสูงโปร่ง พื้นคอนกรีต มีเพียงลานตลาด L2 เท่านั้นที่เป็นโครงสร้างต้นที่ชั่วคราววางบนพื้นคอนกรีต และมีการต่อเติมโครงสร้างแผงค้ำย้อย

การแบ่งโซนในลานตลาด ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ลานตลาดมีการแบ่งโซนร้านค้าได้ชัดเจน แต่ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีการแบ่งโซนร้านค้าที่ไม่ชัดเจน มีการแทรกประเภทร้านค้าที่ต่างกันเป็นจำนวนมาก และตำแหน่งร้านค้ารวมตัวอยู่ด้านทางเข้าลานตลาดค่อนข้างมาก

การตกแต่งแผงร้านค้าในลานตลาดทั้ง 4 ลานตลาด มีทั้งร้านที่เปิดโล่งและร้านที่กั้นผนังร้านอย่างชัดเจน โดยใช้วัสดุเช่น ผนังโครงสร้างเบา บานกระจกอลูมิเนียม และตะแกรงเหล็ก มีเพียงลานตลาด L3 แห่งเดียวที่มีผนังคอนกรีต 90 เซนติเมตร เพื่อให้ผู้ค้ากั้นสัดส่วนร้านค้าของตนเอง

ที่จอดรถบริเวณรอบลานตลาดทั้ง 4 ลานตลาดใช้ที่จอดรถร่วมกับอาคารพักอาศัยไม่ได้แยกที่จอดรถสำหรับลานตลาดอย่างชัดเจน หรือแยกไว้แล้วแต่ยังไม่สามารถกำหนดให้จดทะเบียนผู้มาใช้งานลานตลาดได้ ที่จอดรถจักรยานยนต์ของทั้ง 4 ลานตลาด ไม่ได้กำหนดชัดเจนนัก เป็นเพียงตำแหน่งที่ผู้มาใช้งานลานตลาดด้วยจักรยานยนต์จอดเป็นประจำเท่านั้น

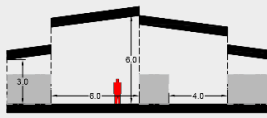
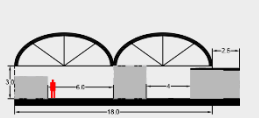
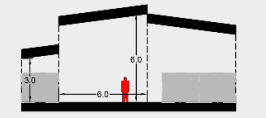
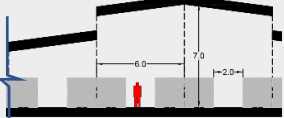
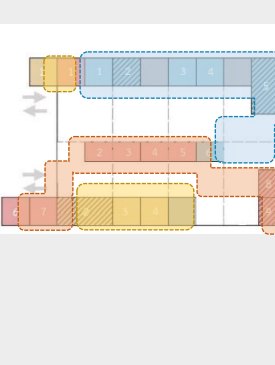
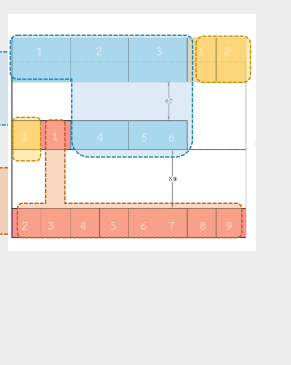
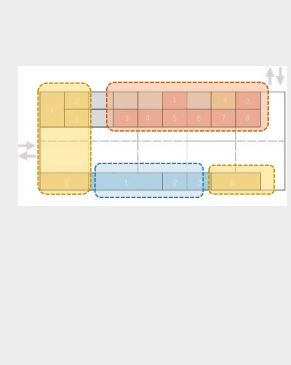
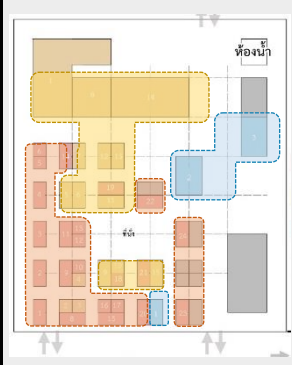
การเตรียมการระบบวางระบายน้ำเสียของลานตลาดมีการเตรียมวางระบายน้ำไว้ให้ แต่พบว่าวางระบบน้ำนั้นไม่ได้มีตำแหน่งที่บริเวณด้านข้างทางเดินและผ่านร้านค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้วางระบายน้ำ เช่นร้านขายอาหารปรุงสำเร็จและร้านขายวัตถุดิบในทุกๆร้าน และลานตลาด L2 ไม่ได้มีการเตรียมการด้านระบบวางระบายน้ำไว้

ห้องน้ำของลานตลาดทั้ง 4 ลานตลาดอยู่ในตำแหน่งที่เข้าถึงง่าย และแยกออกจากบริเวณร้านค้า และมีเพียงลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ลานตลาด L1 และ L2 ที่ใช้ห้องน้ำร่วมกันทั้ง 2 ลานตลาด

<p>ที่ตั้ง</p>				
	<p>ด้านหน้าโครงการบริเวณทางเข้าโครงการ</p>	<p>ด้านหน้าโครงการบริเวณทางออกโครงการ</p>	<p>ด้านในโครงการบริเวณใกล้ศูนย์ชุมชนและสนามกีฬา</p>	<p>บริเวณทางเข้าออกรถของโครงการ</p>
<p>ผังแสดงบริเวณโดยรอบ</p>				
<p>การจราจรโดยรอบ</p>	<p>เป็นบริเวณทางเข้าโครงการมีรถผ่านตลอดเวลา</p>	<p>เป็นบริเวณทางออกโครงการมีรถผ่านตลอดเวลา</p>	<p>ภายในโครงการมีการจอดรถนอกบริเวณที่อาคารพักอาศัยจำนวนมากทำให้การสัญจรโดยรอบ ต้องชะลอความเร็วรถ</p>	<p>ตั้งอยู่บริเวณทางสัญจรหลักของโครงการ ด้านตรงข้ามกับลานตลาด เป็นที่จอดรถ มักเกิดการติดขัดเมื่อมีรถเข้าออกจากที่จอดรถ</p>
<p>ที่จอดรถ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ที่จอดรถจักรยานยนต์ 15 คันบริเวณด้านหน้าลานตลาด ใช้จอดรถยนต์เพื่อขนส่งของได้ - ที่จอดรถจักรยานยนต์ 100 คัน ใช้ร่วมกับอาคารพักอาศัย - ที่จอดรถยนต์ ห่างจากลานตลาดประมาณ 100 เมตร ใช้ร่วมกับอาคารพักอาศัย 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่จอดรถจักรยานยนต์ 120 คัน ใช้ร่วมกับอาคารพักอาศัย - ถนนด้านหน้าลานตลาด ใช้จอดรถยนต์เพื่อขนส่งของได้ - ที่จอดรถยนต์ ห่างจากลานตลาดประมาณ 50 เมตร ใช้ร่วมกับอาคารพักอาศัย 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่จอดรถจักรยานยนต์ 12 คัน บริเวณหน้าลานตลาด - ที่จอดรถยนต์ 2 คัน สำหรับขนส่งของบริเวณด้านข้างลานตลาด - ที่จอดรถยนต์ 26 คัน ใช้ร่วมกับศูนย์ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่จอดรถจักรยานยนต์ 30 คัน บริเวณหน้าลานตลาด - ที่จอดรถยนต์ 40 และจักรยานยนต์ 10 คันบริเวณด้านข้างลานตลาด และใช้สำหรับขนส่งของ - ที่จอดรถยนต์ 35 คัน ใช้ร่วมกับอาคารพักอาศัย

ตารางที่ 22 สรุปรวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด (ตารางที่1)

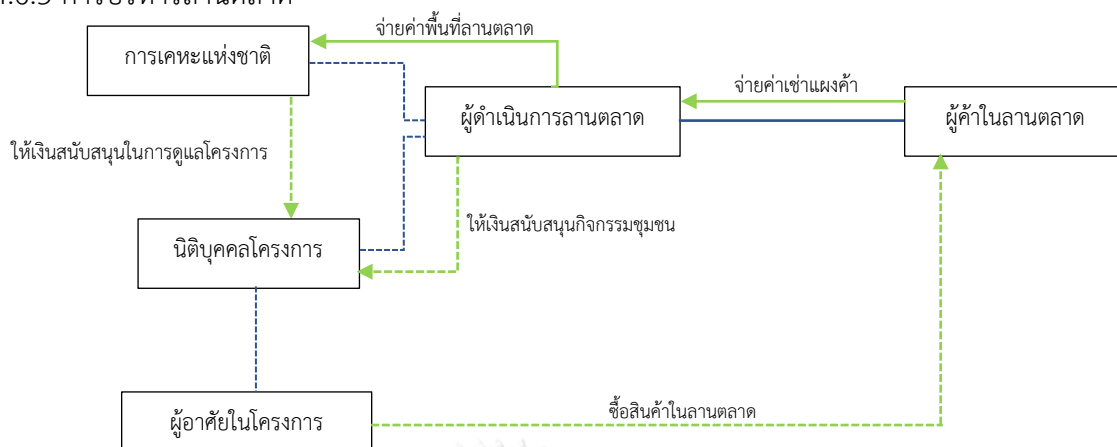
ตารางที่ 23 สรุปรวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด (ตารางที่2)

ลักษณะอาคาร				
	<p>อาคารโครงสร้างเหล็กพื้นคอนกรีต ผนังเปิดโล่ง สูง 3 เมตร - 6 เมตร ช่วงเสากว้าง 6 เมตร ทางเดินกว้าง 4 - 6 เมตร</p>	<p>อาคารโครงสร้างที่ชั่วคราว พื้นคอนกรีต ผนังเปิดโล่ง สูง 3 เมตร - 6 เมตร ช่วงเสากว้าง 9 เมตร ทางเดินกว้าง 4 - 6 เมตร</p>	<p>อาคารโครงสร้างเหล็กพื้นคอนกรีต ผนังเปิดโล่ง สูง 3 เมตร - 6 เมตร ช่วงเสา กว้าง 6 เมตร ทางเดินกว้าง 6 เมตร</p>	<p>อาคารโครงสร้างเหล็กพื้นคอนกรีต ผนังเปิดโล่ง สูง 3 เมตร - 7 เมตร ช่วงเสา กว้าง 6 เมตร ทางเดินกว้าง 2 เมตร</p>
ลักษณะการจัดหมวดหมู่ร้านค้า				
	<ul style="list-style-type: none"> - โซนร้านบริการด้านซ้ายมือเมื่อหันหน้าเข้าลานตลาด (ทิศเหนือ) - โซนร้านอาหารปรุงสำเร็จอยู่บริเวณด้านหน้า ตรงกลาง และท้ายลานตลาด ลานตลาด - ร้านวัตถุดิบด้านหน้าโครงการ และโซนร้านขายของใช้บริเวณ ด้านในข้างขวามือเมื่อหันหน้าเข้าลานตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - โซนร้านบริการด้านในลานตลาด - โซนร้านขายอาหารปรุงสำเร็จด้านซ้ายมือเมื่อหันหน้าเข้าลานตลาด (ทิศใต้) - ร้านขายวัตถุดิบและของใช้อยู่ด้านหน้าลานตลาดและมีบริเวณท้ายลานตลาดอีกหนึ่งร้าน 	<ul style="list-style-type: none"> - ร้านขายวัตถุดิบและของใช้อยู่ด้านหน้าลานตลาดและมีบริเวณท้ายลานตลาดอีกหนึ่งร้าน (ทิศตะวันตก) - โซนร้านขายอาหารปรุงสำเร็จอยู่บริเวณติดถนนด้านทิศเหนือ - ร้านบริการอยู่บริเวณด้านในลานตลาดช่วงกลาง 	<ul style="list-style-type: none"> - โซนร้านขายอาหารปรุงสำเร็จอยู่ด้านหน้าโครงการทางขวามือ มีร้านขายวัตถุดิบปะปน - โซนร้านของใช้และวัตถุดิบอยู่ด้านหลังลานตลาด มีทางเข้าออกด้านหลัง - ร้านบริการอยู่ด้านหน้าโครงการและด้านในโครงการ มีเป็นโซน

ตารางที่ 24 สรุปปรมวลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด (ตารางที่3)

	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	ลานตลาด R
ลักษณะร้านค้า (isometric)				
	<p>มีลักษณะร้านค้า หลัก 2 ประเภท</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านมีผนังโครงสร้างเบา มีบานประตูอลูมิเนียม กันเป็นห้องแอร์ ขนาด 3 x 3 เมตร มักเป็นร้านประเภทบริการ - ร้าน ขนาด 2 x 3 เมตร จัดวางโต๊ะและอุปกรณ์อื่นๆ ขึ้นอยู่กับร้านค้า 	<p>มีลักษณะร้านค้า หลัก 2 ประเภท</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านมีผนังโครงสร้างเบา มีบานประตูอลูมิเนียม กันเป็นห้องแอร์ ขนาด 3 x 3 เมตร มักเป็นร้านประเภทบริการ - ร้าน ขนาด 2 x 3 เมตร จัดวางโต๊ะและอุปกรณ์อื่นๆ ขึ้นอยู่กับร้านค้า 	<p>มีลักษณะร้านค้า หลัก 3 ประเภท</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านมีผนังโครงสร้างเบา มีบานประตูอลูมิเนียม กันเป็นห้องแอร์ ขนาด 3 x 2.4 เมตร มักเป็นร้านประเภทบริการ - ร้านมีผนังโครงสร้างเบา มีผนังตะแกรงเหล็กกันหน้าร้าน ขนาด 3 x 2.4 เมตร มักเป็นร้านประเภทบริการ - ร้าน ขนาด 3 x 2.4 เมตร มีโครงสร้างผนังและโต๊ะ ก่ออิฐฉาบปูน สูง 90 เซนติเมตร 	<p>มีลักษณะร้านค้า หลัก 3 ประเภท</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านมีผนังโครงสร้างเบา มีบานประตูอลูมิเนียม กันเป็นห้องแอร์ ขนาด 4 x 4 เมตร มักเป็นร้านประเภทบริการ - ร้านมีผนังโครงสร้างเหล็ก มีผนังตะแกรงเหล็กกันรอบหน้าร้าน ขนาด 4 x 4 เมตร มักเป็นร้านประเภทขายของใช้ - ร้าน ขนาด 2 x 2 เมตร จัดวางโต๊ะและอุปกรณ์อื่นๆ ขึ้นอยู่กับร้านค้า
ลักษณะวางระบายน้ำ				
	<p>วางระบายน้ำหลัก 2 วาง ลักษณะขวางกับทางเดิน</p>	<p>ไม่มีวางระบายน้ำ</p>	<p>วางระบายน้ำหลัก 4 วาง ลักษณะขวางกับทางเดิน อยู่บริเวณแนวช่วงเสาต้นใน</p>	<p>วางระบายน้ำหลัก 5 วาง อยู่บนแนวทางเดิน ไหลรวมด้านข้างลานตลาด และวางน้ำด้านหน้าและหลังลานตลาด</p>

4.6.3 การบริหารลานตลาด



ภาพที่ 27 ผังสรุปการบริหารลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร

จากการศึกษาลักษณะการบริหารลานตลาดทั้ง 4 ลานตลาด พบว่า ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร มักมีการบริหารโดยหน่วยงานที่ไม่จำเป็นต้องมีบุคลากรมากนัก และสามารถจัดจ้างบุคคลภายนอกเพื่อให้มาปฏิบัติหน้าที่ได้ เช่น แม่บ้าน และผู้รักษาความปลอดภัย โดยนอกเหนือจากผู้ดำเนินการลานตลาด ผู้อื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่สอดคล้องกันทั้ง 4 ลานตลาดประกอบด้วย

การเคหะแห่งชาติ เป็นเจ้าของที่ดินลานตลาดและเป็นผู้ปล่อยเช่าพื้นที่ลานตลาด และมีหน้าที่แนะนำและตรวจสอบสภาพลักษณะและลักษณะทางกายภาพของลานตลาด โดยผู้ดำเนินการลานตลาด จะจ่ายค่าเช่าพื้นที่ลานตลาดให้การเคหะแห่งชาติโดยตรง อีกทั้งอาคารลานตลาด การเคหะแห่งชาติเป็นผู้พัฒนาโครงสร้างอาคารให้มีเฉพาะลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2 แห่งเดียวที่ผู้ดำเนินการลานตลาดเป็นผู้พัฒนาโครงสร้างอาคารลานตลาดเอง

นิติบุคคล มีหน้าที่รับฟังความคิดเห็น ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับลานตลาด และประสานงานกับผู้ดำเนินการลานตลาดให้ช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตามที่ลูกบ้านแจ้งเข้ามา

ลักษณะการเก็บค่าเช่าแผงทั้งรายเดือน เดือนละ 1,500 – 5,000 บาทต่อหนึ่งแผง ตามข้อตกลงและขนาดของแต่ละร้านค้า โดยผู้ดำเนินการบริหารลานตลาดจะเป็นผู้ไปเก็บค่าเช่าที่แผงร้านค้าด้วยตนเอง ทั้ง 4 ลานตลาด

การให้สิทธิในการเช่าแผงร้านค้า ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ลานตลาด มีการเน้นการให้สิทธิผู้อยู่อาศัยในโครงการเข้ามาเป็นผู้ค้าก่อน แต่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เปิดรับผู้ค้าทั้งภายในและภายนอก แต่ในปัจจุบันผู้ค้าในตลาดยังคงเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้งหมด

การอนุญาตให้ขายสินค้าชำในลานตลาด ผู้ดำเนินการลานตลาดทั้ง 4 ลานตลาดมีข้อกำหนดว่าสินค้าประเภทต่างๆภายในลานตลาดจะต้องไม่ซ้ำกันเกิน 2 – 3 ร้าน แต่ในความเป็นจริง ทุกลานตลาดกลับไม่สามารถ

กำหนดจำนวนร้านค้าที่ขายซ้ำกันได้ เนื่องจากต้องให้ความสนใจและให้โอกาสผู้ค้าที่ต้องการเข้ามาค้าขายในตลาด

การแบ่งโซนในตลาด ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ตลาด มีการแบ่งโซนร้านค้าค่อนข้างชัดเจน แต่ในตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีการแบ่งโซนร้านค้าไม่ชัดเจน มีการแทรกประเภทร้านค้าที่ต่างกันเป็นจำนวนมาก เพราะผู้ดำเนินการตลาดอนุญาตให้ผู้ค้าที่เช่าร้านค้าเลือกที่ตั้งของแผงค้าได้

ความคิดเห็นของชุมชนเกี่ยวกับตลาดทั้ง 4 ตลาดพบว่ามีประเด็นที่ตลาดมีผลต่อการจราจรโดยรอบ เพราะมีการชะลอของรถยนต์ที่มาจากใช้งานในตลาดและมีการเข้าออกของรถยนต์จากช่องที่จอดรถยนต์ เมื่อเทียบกับขนาดถนนโดยรอบตลาด จึงทำให้เกิดการติดขัดของการจราจรได้

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนตลาดทั้ง 4 ตลาด มีส่วนช่วยในการสนับสนุน สมทบทุนงบประมาณสำหรับกิจกรรมชุมชน เช่น งานปีใหม่ งานวันเด็ก และงานสงกรานต์ และตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ตลาด L3 มีการใช้ตลาดเป็นพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมด้วย

ตารางที่ 25 สรุปรวมลักษณะการบริหาร ภูมิศึกษา ตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ตลาด

ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	ตลาด L1	ตลาด L2	ตลาด L3	ตลาด R
กรรมสิทธิ์ที่ดิน	การเคหะแห่งชาติ	การเคหะแห่งชาติ	การเคหะแห่งชาติ	การเคหะแห่งชาติ
การจ่ายค่าเช่าพื้นที่ตลาด	ให้การเคหะแห่งชาติ	ให้การเคหะแห่งชาติ	ให้การเคหะแห่งชาติ	ให้การเคหะแห่งชาติ
จำนวนบุคลากร	3	1	2	4
ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	ร้อยละ 68	ทั้งหมด	ทั้งหมด	ทั้งหมด
ลักษณะการเก็บค่าเช่า	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง/โอนเข้าบัญชี	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง/โอนเข้าบัญชี	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง
ลักษณะการคัดเลือกผู้ค้า	- ให้สิทธิ์ผู้อยู่อาศัยในโครงการก่อน - เลือกกับผู้ที่มีความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	- เน้นรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ - เลือกกับผู้ค้าโดยไม่สนใจความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	- เน้นรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ - เลือกกับผู้ค้าโดยไม่สนใจความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	- รับผู้ค้าภายในและภายนอก - เลือกกับผู้ค้าที่มีความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 3 ร้าน
การกำหนดตำแหน่งร้านค้า	แบ่งโซน ผู้ค้าเลือกตำแหน่งที่ตั้งได้ภายในโซน	แบ่งโซน ผู้ค้าเลือกตำแหน่งที่ตั้งได้ภายในโซน	แบ่งโซน ผู้ค้าเลือกตำแหน่งที่ตั้งได้ภายในโซน	ไม่กำหนดโซนชัดเจน ผู้ค้าเลือกตำแหน่งที่ตั้งได้
สิ่งที่ชุมชนเคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	- ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ	- เรียกร้องให้ริเริ่มพัฒนาตลาด - ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ - ด้านการทิ้งขยะ	- ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ	- ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน	- สมทบทุน งบประมาณกิจกรรมชุมชน	- สมทบทุน งบประมาณกิจกรรมชุมชน	- สมทบทุน งบประมาณกิจกรรมชุมชน - เป็นพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม	- สมทบทุน งบประมาณกิจกรรมชุมชน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.1 ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

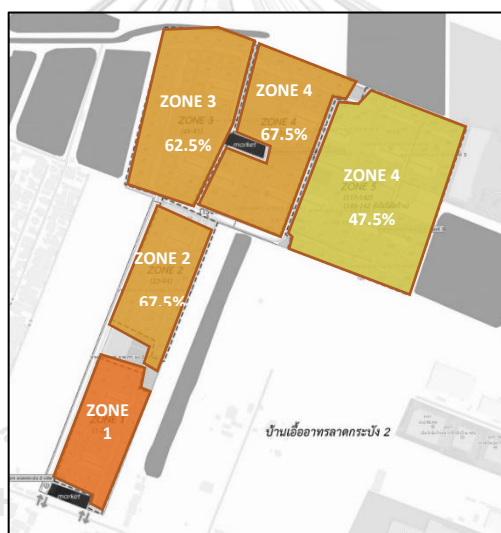
5.1.1 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

1) สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มีผู้ใช้งานลานตลาด เฉลี่ยรวม ร้อยละ 64 เมื่อแบ่งตามโซนพื้นที่ อาคาร 5 โซน (ภาพที่ 5.1) พบว่า โซนที่ 1 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 75 โซนที่ 2 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 67.5 โซนที่ 3 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 62.5 โซนที่ 4 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 67.5 และโซนที่ 5 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 47.5 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 แบ่งตามโซนพื้นที่

สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	ลาดกระบัง 2					
	โซน 1	โซน 2	โซน 3	โซน 4	โซน 5	รวม
	75%	67.5%	62.5%	67.5%	47.5%	64%



ภาพที่ 28 สัดส่วนผู้เคยใช้งานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 แบ่งตามโซนพื้นที่

2) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่า ผู้อยู่อาศัยมีอายุเฉลี่ย 36 ปี เป็นเพศหญิงร้อยละ 53 และเพศชายร้อยละ 45 โดยเฉลี่ยจบการศึกษาระดับชั้น ปริญญาตรี ร้อยละ 45 รองลงมาจบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 18 และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 16 มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.5 คน และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 27,663 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ลักษณะครัวเรือน	
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)	27,663
อายุ (ปี)	36
เพศ	หญิง 53% ชาย 45% อื่นๆ 2%
ระดับการศึกษา	ป.ตรี 45% ม.6, ปวช. 18% ม.ต้น 16%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.5
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41% เช่าช่วง 31% ซื้อต่อ 28%

3) ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่าผู้อยู่อาศัยเดินทางมาใช้บริการที่ลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 60 และเดินเท้าอีกร้อยละ 30 (ตารางที่ 29)

การใช้บริการลานตลาดของผู้อยู่อาศัยโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เฉลี่ยที่ 3.8 วันต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 176 บาทต่อการเข้ามาใช้บริการลานตลาด 1 ครั้ง คิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,652 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.6 ของรายได้ครัวเรือน ของรายได้ครัวเรือน โดยสินค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยคือ วัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 48 อาหารปรุงสำเร็จร้อยละ 42 และร้านบริการร้อยละ 10

ตารางที่ 29 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของ ผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ลักษณะการใช้งานลานตลาดของ ผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%
จำนวนวันต่อสัปดาห์ ที่ใช้บริการลานตลาด	3.8
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	176
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,652
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	9.6%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ	วัตถุดิบ, ของใช้ 48%
	ร้านขายอาหาร 42%
	ร้านบริการ 10%

4) ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง

2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.95 คะแนน (ตารางที่ 30) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจระดับปานกลาง มีคะแนนด้านทักษะต่อลักษณะกายภาพของลานตลาดต่ำเป็นอันดับที่ 4 ทักษะของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาดต่ำเป็นอันดับที่ 5 และสามารถแบ่งทักษะและความพึงพอใจจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 30 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ทักษะเกี่ยวกับลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
1.ทักษะต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76	4
2.ทักษะต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27	1
3.ทักษะของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75	5
4. ทักษะของท่านต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97	3
5.ทักษะของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98	2
คะแนนทักษะเฉลี่ยรวม	2.95	

ด้านกายภาพของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.76 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ทักษะและความพึงพอใจต่อ ที่ตั้งของลานตลาดที่มีความเหมาะสม มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.31 คะแนน

ทักษะและความพึงพอใจด้านพื้นที่จอดรถเพียงพอ การจัดการจราจรโดยรอบ ,ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่เหมาะสม มีคะแนนอยู่ในสามอันดับสุดท้ายและอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจน้อย (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด

ทักษะคิดต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
1.ทักษะคิดต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	2.76	
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	3.31	1
1.2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	3.26	2
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	2.89	3
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	2.46	8
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	2.45	9
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	2.66	7
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	2.76	6
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม	2.26	10
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	2.76	5
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	2.83	4

ด้านการใช้สอยลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.27 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อ ผู้ค้าในตลาดที่มีความซื่อสัตย์ ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร และผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี มีคะแนนสูงที่สุดสามอันดับแรกและอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อ จำนวนร้านค้าในตลาดที่มีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในตลาด และลูกค้าสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดที่เดียว มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.72 (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการใช้สอยลานตลาด

ทักษะคิดต่อการใช้สอยลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
2.ทักษะคิดต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27	
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	3.00	6
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	3.40	4
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	2.72	8
2.4 ลูกค้าในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดที่เดียว	2.72	9
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	2.78	7
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	3.94	1
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	3.86	2
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	3.75	3
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	3.28	5

ด้านการบริหารลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.75 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในปานกลาง

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อตลาดที่มี การจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 3.05 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.56 คะแนน (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการบริหารจัดการลานตลาด

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
3. ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75	
3.1 ตลาดมีการจัดการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	3.05	1
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	2.77	2
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	2.74	3
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	2.67	5
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	2.72	4
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	2.56	6

ด้านภาพรวมของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.97 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อโครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการว่าควรมิตลาด มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 3.88 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนของตัวผู้อยู่อาศัย และการที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.45 คะแนน (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อภาพรวมของลานตลาด

ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97	
4.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้	3.01	3
4.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมิตลาด	3.88	1
4.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	3.11	2
4.4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	2.92	4
4.5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	2.45	5
4.6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	2.45	6

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.98 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อพ่อค้าแม่ค้าในตลาดที่เป็นคนในชุมชน และตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.57 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อตลาดที่จัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ 2.38 คะแนน (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม

ทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
5.ทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98	
5.1 ท่านมีร้านค้าประจำในตลาด	3.00	5
5.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	3.57	1
5.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	3.45	3
5.4 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด	3.29	4
5.5 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน	2.63	7
5.6 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน	2.57	2
5.7 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน	2.38	8
5.8 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น	2.96	6

5) ทศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่า คะแนนของผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.21 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 3.45 คะแนน และเมื่อนำคะแนนทั้งหมดมาคิดเฉลี่ยรวมกันจะได้ 3.28 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และสามารถแบ่งได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ (ตารางที่ 36)

ผลด้านการซื้อขายสินค้า ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.47 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.41 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 3.62 คะแนน (ตารางที่ 5.11) เป็นคะแนนที่สูงที่สุดจากคะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับทั้งสามด้าน

โดยทัศนคติต่อผลด้าน พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน และความสะดวกในการซื้อสินค้า มีคะแนนสูงที่สุด 3.53 คะแนน

ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.33 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.31 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 3.38 คะแนน (ตารางที่ 5.11)

ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.03 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 2.91 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 3.36 คะแนน (ตารางที่ 5.11) เป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดจากคะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับทั้งสามด้าน

โดยมีคะแนนต่ำที่สุดในด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน ที่ 2.73 คะแนน

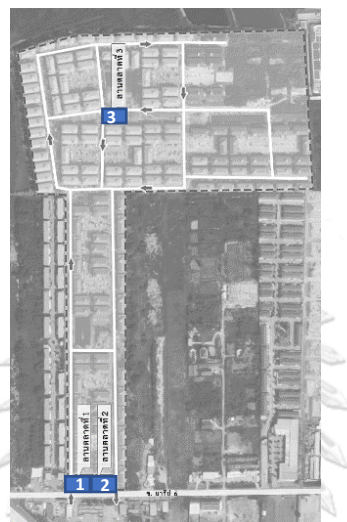
ตารางที่ 36 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	ผู้ไม่เคยใช้ งานลาน ตลาด	ผู้ที่เคยใช้ งานลาน ตลาด	รวม	อันดับ คะแนน
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.62	3.41	3.47	1
1.1 ความสะดวกในการซื้อสินค้า	3.63	3.24	3.36	
1.2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	3.63	3.49	3.53	
1.3 ลูกคามีกำลังซื้อที่เหมาะสม	3.60	3.49	3.53	
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.38	3.31	3.33	2
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	3.35	3.46	3.41	
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับตนเองดี	3.37	3.37	3.37	
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	3.42	3.09	3.21	
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.36	2.91	3.03	3
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	3.13	2.54	2.77	
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3.25	2.42	2.73	
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	3.52	3.10	3.26	
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	3.55	3.30	3.39	
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	3.45	3.21	3.28	

5.1.2 ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านการใช้งานลานตลาดและการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ทั้ง 3 ลานตลาด สามารถแบ่งผลการศึกษาข้อมูลออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1) ลักษณะครัวเรือน ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2



ภาพที่ 29 ตำแหน่งลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 อายุเฉลี่ย 43.94 ปี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาด L3 มีอายุเฉลี่ยมากที่สุดที่ 50 ปี และผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาด L1 มีอายุเฉลี่ยน้อยที่สุดที่ 39.72 ปี

เพศของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทั้ง 3 ลานตลาดเฉลี่ย เป็นเพศหญิงร้อยละ 67 และเพศชายร้อยละ 33 จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 33 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 27 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 23 และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.7 คน (ตารางที่ 37)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้า มีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นการเช่าซื้อจากการเคหะแห่งชาติ ร้อยละ 67 การเช่าช่วงร้อยละ 27 และเป็นการซื้อต่อจากผู้อื่นอีก ร้อยละ 13 โดยมีระยะเวลาการอยู่อาศัยเฉลี่ย 8.3 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้าส่วนใหญ่มีความมั่นคงในด้านที่อยู่อาศัย

รายได้ครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเฉลี่ย 25,541 บาทต่อเดือนโดยมี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าที่มีช่องทางการหารายได้จากลานตลาดในโครงการเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 43.3 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าที่มีช่องทางการหารายได้จากลานตลาดและช่องทางอื่นด้วย คิดเป็นร้อยละ 56.7

รายได้ที่ได้รับจากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 17,557 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 69 ของรายได้ครัวเรือนทั้งหมดต่อเดือน ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 1)

ลักษณะครัวเรือน	ลานตลาด L1			ลานตลาด L2			ลานตลาด L3			รวม 3 ลานตลาด		
ช่วงอายุ	41-50 ปี 70%			41 - 50 ปี 70%			41 - 50 ปี 40%			41 - 50 ปี 60%		
	31-40 ปี 10%			31-40 ปี 30%			31-40 ปี 20%			31-40 ปี 20%		
	41 - 50 ปี 50%	41 - 50 ปี 100%	41 - 50 ปี 67%	41 - 50 ปี 80%	41 - 50 ปี 100%	31-40 ปี 67%	31-40 ปี 25%	31-40 ปี 33%	41.50 ปี 67%	41 - 50 ปี 54%	41 - 50 ปี 75%	41 - 50 ปี 56%
อายุเฉลี่ย	39.72			42.10			50.00			43.94		
	21-30 ปี 25%		31-40 ปี 33%	31-40 ปี 20%		41.50 ปี 33%	41 - 50 ปี 25%	41 - 50 ปี 33%	61 ปีขึ้นไป 33%	31-40 ปี 15 %	61 ปีขึ้นไป 13 %	31-40 ปี 11 %
	51 - 60 ปี 25%		61 ปีขึ้นไป 25%			61 ปีขึ้นไป 25%			61 ปีขึ้นไป 25%			
เพศ	หญิง 60%			หญิง 70%			หญิง 60%			หญิง 67%		
	ชาย 40%			ชาย 30%			ชาย 40%			ชาย 33%		
	หญิง 100%	หญิง 67% ชาย 33%	ชาย 100%	หญิง 60%	หญิง 50%	หญิง 100%	หญิง 50%	หญิง 100%	หญิง 67% ชาย 33%	หญิง 69% ชาย 31%	หญิง 75% ชาย 25%	หญิง 56% ชาย 44%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	3.3			3.0			2.8			3.0		
	4.0	5.5	2.7	2.8	3.5	2.7	2.8	3.5	2.7	3.2	3.1	2.7
ระดับการศึกษา	ม.ปลาย 40%			ม.ปลาย 40%			ม.ปลาย 40%			ม.ปลาย 33%		
	ประถมศึกษา 20%			ประถมศึกษา 20%			ประถมศึกษา 20%			ประถมศึกษา 27%		
	ม.ต้น 20%			ม.ต้น 20%			ม.ต้น 20%			ม.ต้น 23%		
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	ม.ปลาย 50%			ม.ปลาย 40%			ม.ปลาย 40%			ม.ปลาย 31%		
	ม.ต้น 25%	ม.ต้น 67%	ม.ปลาย 33%	ม.ต้น 20%	ม.ปลาย 50%	ม.ปลาย 33%	ม.ต้น 20%	ม.ปลาย 50%	ม.ปลาย 33%	ม.ต้น 31%	ประถม 38%	ม.ปลาย 44%
	ป.ตรี 25%	ม.ปลาย 33%	ประถม 33%	ป.ตรี 20%	ประถม 50%	ประถม 33%	ป.ตรี 20%	ประถม 50%	ประถม 33%	ม.ต้น 31%	ม.ปลาย 25%	ประถม 22%
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	เข้าซื้อจากการเคหะฯ 90%			เข้าช่วง 50%			เข้าซื้อจากการเคหะฯ 90%			เข้าซื้อจากการเคหะฯ 67%		
	ซื้อต่อ 10%			ซื้อต่อ 30%			เข้าช่วง 30%			เข้าช่วง 20%		
	เข้าซื้อ 100%	เข้าซื้อ 67%	เข้าซื้อ 100%	เข้าช่วง 80%	เข้าซื้อ 50%	เข้าซื้อ 33%	เข้าซื้อ 75%	เข้าซื้อ 100%	เข้าซื้อ 100%	เข้าซื้อ 54%	เข้าซื้อ 75%	เข้าซื้อ 78%
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	8.7			7.4			9.1			8.3		
	10.5	7.7	8.0	5	10	7.3	9.5	8.3	9.3	8.1	8.5	8.2

= ร้านขายอาหาร

= ร้านวัตถุดิบ, ของใช้

= ร้านประเภทบริการ

ตารางที่ 38 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 2)

ลักษณะครัวเรือน	ลานตลาด L1			ลานตลาด L2			ลานตลาด L3			รวม 3 ลานตลาด		
ระยะเวลาที่ค้าขายในลานตลาด (ปี)	6.2			5.0			6.6			5.9		
	5.5	6.5	7	5	10	7.3	7.5	6.7	5.7	4	6.5	6.2
ช่องทางหารายได้ของครัวเรือน	ตลาด+1ช่องทาง (2ช่องทาง) 60% ตลาดเท่านั้น(1ช่องทาง) 40%			ตลาด+1ช่องทาง(2ช่องทาง) 60% ตลาดเท่านั้น(1ช่องทาง) 40%			ตลาด+1ช่องทาง(2ช่องทาง) 80% ตลาดเท่านั้น(1ช่องทาง) 20%			ตลาด+1ช่องทาง(2ช่องทาง) 56.7% ตลาดเท่านั้น(1ช่องทาง) 43.3%		
	2 ช่องทาง 75% 1 ช่องทาง 25%	2 ช่องทาง 67% 1 ช่องทาง 33%	1 ช่องทาง 67% 2 ช่องทาง 33%	1 ช่องทาง 80% 2 ช่องทาง 20%	2 ช่องทาง 50% 1 ช่องทาง 50%	1 ช่องทาง 67% 2 ช่องทาง 33%	1 ช่องทาง 75% 2 ช่องทาง 25%	2ช่องทาง 100% 1 ช่องทาง 33%	2 ช่องทาง 67%	2 ช่องทาง 54% 1 ช่องทาง 46%	2 ช่องทาง 75% 1 ช่องทาง 25%	2 ช่องทาง 55% 1 ช่องทาง 44%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	25,417			22,722			29,097			25,541		
	36,250	20,833	19,167	19,000	25,000	24,167	25,625	29,167	32,500	26,346	25,000	25,278
รายได้จากการค้าขายในลานตลาด (บาท)	18,750			18,222			16,111			17,557		
	21,250	17,500	17,500	15,500	20,000	19,167	15,000	15,833	17,500	17,115	17,500	18,056
ร้อยละรายได้จากลานตลาด	78%			80%			56%			69%		
	59%	84%	91%	82%	80%	79%	59%	54%	54%	65%	70%	71%

= ร้านขายอาหาร

= ร้านวัตถุดิบ, ของใช้

= ร้านประเภทบริการ

2) การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ร้านค้ามีขนาดร้านค้าเฉลี่ย 9.1 ตารางเมตร ร้านประเภทบริการ มีขนาดเฉลี่ยใหญ่ที่สุดเฉลี่ย 11 ตารางเมตร ร้านขายอาหารปรุงสำเร็จมีขนาดเฉลี่ยเล็กที่สุด 6.4 ตารางเมตร

การจ่ายค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเป็นรายเดือนทั้งหมด ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเฉลี่ย 3,471 บาทต่อเดือน ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าลานตลาดที่ 1 สูงที่สุดที่ 3,875 บาทต่อเดือน และค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าลานตลาดที่ 3 ถูกที่สุดที่ 3,222 บาทต่อเดือน

เวลาเปิดร้านเฉลี่ย 7.26 น. เวลาปิดร้านเฉลี่ย 17.45 น. ระยะเวลาเปิดทำการร้านเฉลี่ย 10.19 ชั่วโมง เปิดร้านเฉลี่ย 6.9 วันต่อสัปดาห์ การเดินทางมาลานตลาดโดยใช้การเดินทางเท้าร้อยละ 56.67 และจักรยานยนต์ร้อยละ 40 ลูกค้าเฉลี่ย 32 คนต่อวัน และลูกค้าเป็นคนในโครงการบ้านเอื้ออาทรเฉลี่ยร้อยละ 82 (ตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 1)

การใช้งานลานตลาด	ลานตลาด L1			ลานตลาด L2			ลานตลาด L3			รวม 3 ลานตลาด		
ขนาดร้านค้า	7.67			10.4			9.3			9.1		
	6	9	8	7.2	9	15	6	12	10	6.40	10.00	11.00
ลักษณะรอบการจ่าย ค่าเช่า	รายเดือน 100%			รายเดือน 100%			รายเดือน 100%			รายเดือน 100%		
ค่าเช่าพื้นที่รายเดือน (บาท)	3,875			3,778			3,222			3,471		
	3,625	3,666.7	4,333.3	2,800	4,000	3,333	3,000	3,500	3,166.7	3,115	3,687.5	3,611.1
เวลาเปิดร้าน	6:46 น.			8:05 น.			7:28 น.			7:26 น.		
	6:00 น.	6:40 น.	7:40 น.	8:06 น.	7:30 น.	8:40 น.	7:45 น.	7:00 น.	7:40 น.	7:20 น.	7:00 น.	8:00 น.
เวลาปิดร้าน	16:16 น.			19:29 น.			17:18 น.			17:45 น.		
	13:30 น.	16:40 น.	18:40 น.	21:18 น.	18:30 น.	18:40 น.	18:15 น.	18:20 น.	18:40 น.	17:57 น.	17:45 น.	17:33 น.
ระยะเวลาเปิดร้าน เฉลี่ยรวม(ชั่วโมง/วัน)	9.30 ชม.			11.24 ชม.			9.50 ชม.			10.19 ชม.		
	7	10	10.7	12.2	10.0	10.0	10.5	10.7	10.3	10.1	10.3	10.6
จำนวนวันเปิดขายต่อ สัปดาห์	7			7			6.9			6.9		
	7	7	7	7	7	7	7	6.7	7	7	6.9	7
ลักษณะการเดินทาง มาลานตลาด	เดินเท้า 60% จักรยานยนต์ 30%			เดินเท้า 60% จักรยานยนต์ 40%			เดินเท้า 70% จักรยานยนต์ 30%			เดินเท้า 56.67% จักรยานยนต์ 40%		
	จักรยานยนต์ 75%	เดินเท้า 67%	เดินเท้า 100%	จักรยานยนต์ 60%	เดินเท้า 100%	เดินเท้า 67%	เดินเท้า 75%	จักรยานยนต์ 67%	เดินเท้า 100%	เดินเท้า 54%	เดินเท้า 54%	เดินเท้า 67%
	เดินเท้า 25%	จักรยานยนต์ 33%		เดินเท้า 40%	จักรยานยนต์ 33%		จักรยานยนต์ 25%	เดินเท้า 33%		จักรยานยนต์ 46%	จักรยานยนต์ 46%	จักรยานยนต์ 33%
จำนวนลูกค้าต่อวัน เฉลี่ย	36			30			31			32		
	47.5	45	45	31	50	8	40	41.7	12	39	45	12
ลูกค้าในโครงการบ้าน เอื้ออาทร	79%			77%			93%			82%		
	73%	73%	90%	60%	95%	70%	98%	90%	90%	75%	85%	86%

= ร้านขายอาหาร

= ร้านวัสดุก่อสร้าง, ของใช้

= ร้านประเภทบริการ

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรไปในด้าน พัฒนาเพื่อความสะดวกของผู้อยู่อาศัยร้อยละ 48 เพื่อรายได้ของผู้อยู่อาศัยร้อยละ 24 และไม่ทราบถึงวัตถุประสงค์ร้อยละ 24

ก่อนหน้าที่จะมาค้าขายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเคยผ่านการทำงานเป็นพนักงานประจำร้อยละ 40 ค้าขายจากที่อื่น ๆ ร้อยละ 37 และเคยรับจ้างร้อยละ 10

เหตุผลที่ตัดสินใจมาลงทุนที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเพราะ ใกล้บ้านร้อยละ 53 และเป็นความถนัดในการประกอบอาชีพร้อยละ 21 โดนให้ออกจากงานร้อยละ 9 และมองเห็นศักยภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร้อยละ 9 ซึ่งผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าไม่ได้รับสิทธิพิเศษจากลานตลาดเนื่องจากเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการร้อยละ 90

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามองว่าร้านค้าของตนมีจุดเด่นที่ การบริการร้อยละ 30 คุณภาพสินค้าร้อยละ 25 และสินค้าแตกต่างจากร้านอื่นในลานตลาดร้อยละ 16 เมื่อดำเนินการค้าขายในลานตลาดแล้วผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าสามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์มากถึงร้อยละ 67 (ตารางที่ 40)

ตารางที่ 40 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (ตารางที่ 2)

การใช้งานลานตลาด	ลานตลาด L1			ลานตลาด L2			ลานตลาด L3			รวม 3 ลานตลาด		
ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	ความสะดวกผู้อาศัย 64% รายได้ผู้อาศัย 18% ไม่ทราบ 9%			ความสะดวกผู้อาศัย 45% ไม่ทราบ 45%			รายได้ผู้อาศัย 45% ความสะดวกผู้อาศัย 36% ไม่ทราบ 18%			ความสะดวกผู้อาศัย 48% รายได้ผู้อาศัย 24% ไม่ทราบ 24%		
ประสบการณ์ก่อนขายในลานตลาด	พนักงาน 50%	พนักงาน 75%	พนักงาน 67%	พนักงาน 50%	พนักงาน 50%	พนักงาน 67%	รายได้ผู้อาศัย 50%	รายได้ผู้อาศัย 50%	ความสะดวก 67%	ความสะดวก 43%	ความสะดวก 50%	ความสะดวก 56%
	ไม่ทราบ 25%	รายได้ผู้อาศัย 25%	รายได้ผู้อาศัย 33%	ไม่ทราบ 33%	ไม่ทราบ 50%	ความสะดวก 33%	ความสะดวก 25%	ความสะดวก 25%	รายได้ 33%	ไม่ทราบ 29%	รายได้ 30%	รายได้ 22%
เหตุผลในการตัดสินใจลงทุน	พนักงานประจำ 50% เป็นอาชีพแรก 20% ค้าขายอื่นๆ 10%			พนักงานประจำ 50% ค้าขายอื่นๆ 40% รับจ้าง 10			ค้าขายอื่นๆ 64% พนักงานประจำ 18% รับจ้าง 9% ย้ายจากที่อื่น 9%			พนักงานประจำ 40% ค้าขายอื่นๆ 37% รับจ้าง 10%		
	พนักงาน 50%	พนักงาน 67%	พนักงาน 33%	พนักงาน 40%	ค้าขายอื่นๆ 100%	พนักงาน 100%	ค้าขาย 60%	ค้าขาย 75%	ค้าขาย 67%	พนักงาน 38%	ค้าขาย 50%	พนักงาน 44%
ผู้คิดว่าร้านค้ามีจุดเด่นด้านใด	ใกล้บ้าน 60% ความถนัด 27%			ใกล้บ้าน 29% หารายได้ 29% โดนให้ออกจากงาน 21%			ใกล้บ้าน 53% ความถนัด 26% หารายได้ในเวลากลาง 11%			ใกล้บ้าน 53% ความถนัด 21% โดนให้ออกจากงาน 9% เห็นศักยภาพตลาด 9%		
	ใกล้บ้าน 75%	ใกล้บ้าน 60%	ใกล้บ้าน 50%	ใกล้บ้าน 25%	หารายได้ 100%	ใกล้บ้าน 50%	ใกล้บ้าน 44%	ใกล้บ้าน 75%	ใกล้บ้าน 50%	ใกล้บ้าน 50%	ใกล้บ้าน 55%	ใกล้บ้าน 58%
คืนทุนตามคาดการณ์	คุณภาพสินค้า 29% การบริการ 24% สินค้าแตกต่าง 24%			คุณภาพสินค้า 33% การบริการ 27% สินค้าแตกต่าง 20%			การบริการ 47% คุณภาพสินค้า 18% ความอด 18% สินค้าแตกต่าง 12%			การบริการ 30% คุณภาพสินค้า 25% สินค้าแตกต่าง 16%		
	คุณภาพ 33%	คุณภาพ 40%	การบริการ 50%	คุณภาพ 57%	สินค้าแตกต่าง 50%	การบริการ 75%	ความสะอาด 38%	การบริการ 33%	การบริการ 100%	คุณภาพ 33%	คุณภาพ 33%	การบริการ 57%
สิทธิพิเศษจากการเป็นผู้อยู่อาศัย	ตามคาดการณ์ 80%			ตามคาดการณ์ 60%			ตามคาดการณ์ 50%			ตามคาดการณ์ 67%		
	75%	100%	67%	100%	50%	33%	25%	67%	67%	69%	75%	56%
ไม่ได้รับสิทธิ	ไม่ได้รับสิทธิ 80%			ไม่ได้รับสิทธิ 100%			ไม่ได้รับสิทธิ 90%			ไม่ได้รับสิทธิ 90%		
	70%	100%	67%	100%	100%	100%	100%	100%	67%	92%	100%	78%

= ร้านขายอาหาร

= ร้านวัตถุดิบ, ของใช้

= ร้านประเภทบริการ

3) ทักษะและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง

2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามด้านทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจเต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.87 คะแนน (ตารางที่ 5.16) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

ทัศนคติด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมมีคะแนนสูงสุดเฉลี่ย 4.03 คะแนน ทัศนคติด้านภาพรวมของลานตลาดเป็นอันดับที่ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 คะแนน ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาดมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.70 คะแนน

เมื่อสรุปผลคะแนนทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 แยกแต่ละลานตลาดพบว่า

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในตลาด L1 ให้คะแนนเฉลี่ยรวมในทุกด้านสูงสุดเฉลี่ย 3.95 คะแนน และให้คะแนนสูงที่สุดในด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม 4.12 คะแนน

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในตลาด L3 ให้คะแนนเฉลี่ยรวมในทุกด้านต่ำที่สุดเฉลี่ย 3.80 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านกายภาพของลานตลาด 3.60 คะแนน และสามารถสรุปย่อยในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

ตารางที่ 41 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

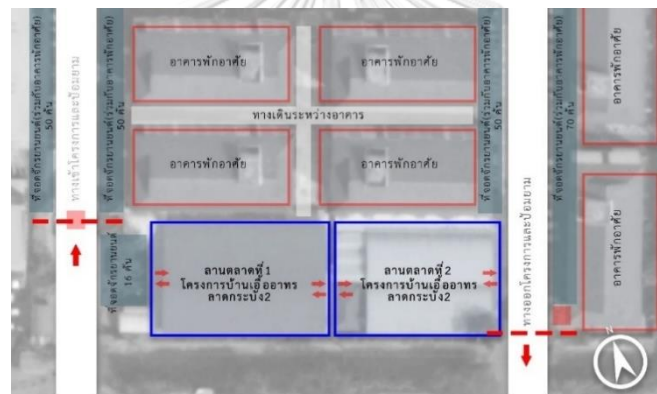
ทัศนคติเกี่ยวกับลานตลาด	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
1.ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.63	3.89	3.60	3.70	5
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	4.07	3.90	3.98	3.99	2
3.ทัศนคติของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาด	4.01	4.01	3.69	3.88	3
4. ทัศนคติของท่านต่อภาพรวมของลานตลาด	3.82	3.76	3.65	3.75	4
5.ทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.12	3.89	4.07	4.03	1
คะแนนทัศนคติเฉลี่ยรวม	3.93	3.88	3.80	3.87	

ด้านกายภาพของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.70 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 42)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อด้านที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.40 คะแนน

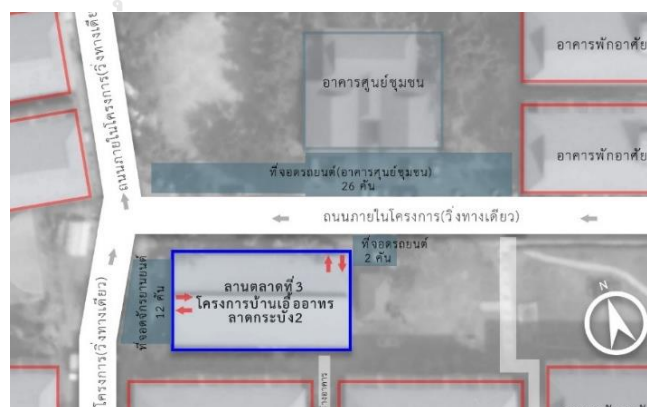
ทัศนคติและความพึงพอใจด้านตลาดมีที่จอดรถเพียงพอมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.89 คะแนน และทัศนคติและความพึงพอใจด้านการจราจรโดยรอบตลาดดี มีคะแนนเฉลี่ยเป็นอันดับรองสุดท้ายเฉลี่ยที่ 3.22 (ตารางที่ 5.17)

แสดงให้เห็นว่าแม้ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มีตำแหน่งที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยแต่ต้องแลกด้วยปัญหาด้านที่จอดรถและการจราจรโดยรอบ จากการที่ ลานตลาด L1 และ L3 มีที่ตั้งอยู่ในบริเวณทางเข้าและทางออก และลานตลาด L2 มีที่ตั้งอยู่บริเวณทางแยกร่วมในโครงการ



ช. มารีย์ 6

ภาพที่ 30 ที่ตั้งลานตลาด L1 และ L2 โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2



ภาพที่ 31 ที่ตั้งลานตลาด L3 โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ตารางที่ 42 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อ ลักษณะทางกายภาพของลานตลาด

ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.63	3.89	3.60	3.70	
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	4.31	4.51	4.39	4.40	1
1.2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	4.22	4.24	4.06	4.17	2
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	3.72	3.87	3.39	3.66	5
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	2.69	3.39	2.58	2.89	10
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	3.00	3.83	2.83	3.22	9
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	3.53	3.63	3.17	3.44	8
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	3.81	4.04	3.69	3.85	4
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม	3.33	3.51	3.75	3.53	7
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	3.67	3.87	3.39	3.64	6
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	4.00	3.98	3.75	3.91	3



ด้านการใช้สอยลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ย 3.99 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 43)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อด้านผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์ ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี และผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.53, 4.46 และ 4.44 คะแนนตามลำดับ

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดอยู่ที่ 3.32 คะแนน (ตารางที่ 5.18)

ตารางที่ 43 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการใช้สอยลานตลาด

ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	4.07	3.98	3.98	3.99	
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	3.53	3.53	3.53	3.43	8
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	4.08	3.97	3.97	4.10	6
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3.25	3.06	3.06	3.32	9
2.4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดที่เดียว	3.19	3.50	3.50	3.44	7
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	4.00	4.17	4.17	4.15	4
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	4.89	4.44	4.44	4.53	1
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	4.64	4.53	4.53	4.44	3
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	4.72	4.53	4.53	4.46	2
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	4.64	4.11	4.11	4.15	5

ด้านการบริหารลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.69 คะแนน(4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อด้านตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดีมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 4.39 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดีมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.66 คะแนน (ตารางที่ 44)

ตารางที่ 44 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อการบริหารจัดการลานตลาด

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
3.ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	4.01	3.94	3.69	3.88	
3.1 ตลาดมีการจัดการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	3.97	4.24	4.28	4.16	2
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.61	3.74	2.94	3.43	6
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	3.97	4.13	3.19	3.77	4
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	4.03	3.80	3.17	3.66	5
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	4.42	3.94	4.61	4.39	1
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	4.08	4.24	3.94	3.87	3

ด้านภาพรวมของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.75 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 45)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อด้านโครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาดมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 4.46 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาดมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.46 คะแนน (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 45 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ต่อภาพรวมของลานตลาด

ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	3.82	3.76	3.65	3.75	
4.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้	3.86	3.36	3.17	3.46	5
4.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด	4.50	4.38	4.50	4.46	1
4.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	3.53	3.99	3.53	3.68	4
4.4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	3.64	3.88	3.64	3.72	3
4.5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	3.69	3.80	4.11	3.87	2
4.6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด	3.72	3.18	2.97	3.29	6

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.03 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 46)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อที่พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.58 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจที่ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดอยู่ที่ 3.41 คะแนน (ตารางที่ 5.21)

ตารางที่ 46 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม

ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
5.ทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.12	3.89	4.07	4.03	
5.1 ท่านมีร้านค้าประจำในตลาด	4.28	3.69	4.33	4.10	4
5.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	4.64	4.49	4.61	4.58	1
5.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	4.50	3.98	4.33	4.27	2
5.4 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด	4.31	3.87	4.33	4.17	3
5.5 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน	3.78	4.03	3.86	3.89	6
5.6 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน	3.67	4.03	3.97	3.89	7
5.7 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน	3.53	3.24	3.44	3.41	8
5.8 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น	4.28	3.89	3.67	3.91	5

4) **ทัศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า
โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2**

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่า คะแนนของผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการได้รับจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนเฉลี่ยรวม 4.44 คะแนนซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาด L1 ให้คะแนนเฉลี่ยรวมสูงที่สุด 4.70 คะแนน ละสามารถแบ่งได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ (ตารางที่ 47)

ผลด้านการซื้อขายสินค้า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 4.58 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และมีคะแนนสูงที่สุดในด้านทำนุบำรุงค้าประจำในตลาดเฉลี่ยที่ 4.80 คะแนน

ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 4.70 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และมีคะแนนสูงที่สุดจากผลคะแนนทั้ง 3 ด้าน (ตารางที่ 47)

ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 4.30 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 5.22) ซึ่งเป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดจากทุกประเด็น และมีคะแนนต่ำที่สุดในด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน ที่ 3.51 คะแนน

ตารางที่ 47 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทร
ลาดกระบัง 2

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.79	4.24	4.43	4.48	2
1.1 ความสะดวกในการซื้อขายสินค้า	4.92	4.42	4.61	4.65	1
1.2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	4.53	3.98	4.39	4.30	3
1.3 ลูกคามีกำลังซื้อที่เหมาะสม	4.92	4.31	4.28	4.50	2
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	4.79	4.33	4.50	4.54	1
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	4.81	4.31	4.50	4.54	2
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี	4.72	4.31	4.50	4.51	3
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	4.83	4.36	4.50	4.56	1
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4.53	4.12	4.25	4.30	3
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	4.64	4.36	4.39	4.46	4
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3.89	3.13	3.50	3.51	3
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	4.83	4.60	4.61	4.68	1
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	4.75	4.38	4.50	4.54	2
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	4.70	4.23	4.39	4.44	

5.1.3 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 จากการสำรวจข้อมูลการใช้งานลานตลาดและการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 สามารถแบ่งผลการศึกษาข้อมูลออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 อายุเฉลี่ยของผู้อยู่อาศัยทั่วไปที่ 37.6 ปี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าอายุเฉลี่ยสูงกว่าที่ 43.9 ปี (ตารางที่ 48)

ผู้อยู่อาศัยทั่วไปเป็นเพศหญิงร้อยละ 53 และเพศชายร้อยละ 45 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีสัดส่วนของเพศหญิงที่มากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงร้อยละ 63.3 และเพศชายร้อยละ 36.7

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปเฉลี่ย 2.5 คน มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย 27,663 บาท จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเฉลี่ย 3 คน มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย 25,745 บาท

ผู้อยู่อาศัยทั่วไป จบการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี ร้อยละ 45 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 18 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 16 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 33 ระดับชั้นประถมศึกษาร้อยละ 27 และระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 23 แสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้านั้นมีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป

กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยของผู้อยู่อาศัยทั่วไป มีกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่าซื้อจากการเคหะฯ ร้อยละ 41 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบเช่าช่วงร้อยละ 31 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบซื้อต่อร้อยละ 28 และอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มาเป็นเวลาเฉลี่ย 6 ปี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่าซื้อจากการเคหะฯ ร้อยละ 66.7 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบเช่าช่วงร้อยละ 16.67 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบซื้อต่อร้อยละ 16.67 และอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มาเป็นเวลา เฉลี่ย 8.4 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีความมั่นคงในด้านที่อยู่อาศัย (ตารางที่ 48)

ตารางที่ 48 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ลักษณะครัวเรือน	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
อายุ เฉลี่ย (ปี)	37.6	43.9
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.5	3
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	6.03	8.4
เพศ	หญิง 53% ชาย 45%	หญิง 63.3% ชาย 36.7%
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี 45% ม.ปลาย 18% ม.ต้น 16%	ม.ปลาย 33% ประถมศึกษา 27% ม.ต้น 23%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41% เช่าช่วง 31% ซื้อต่อ 28%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 66.7% เช่าช่วง 16.67% ซื้อต่อ 16.67%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	27,663	25,745

2) ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ผู้อยู่อาศัยทั่วไปเดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 60 เดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าร้อยละ 30 ใช้บริการลานตลาดเฉลี่ย 3.8 วันต่อสัปดาห์ รายจ่ายในการจับจ่ายใช้สอยในลานตลาดเฉลี่ย 176 บาทต่อครั้ง ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณร่วมกับจำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาด จะมีรายจ่ายเฉลี่ยที่ 2,652 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.6 ของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่ 5.24)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า เดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 63.3 เดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าร้อยละ 33.3 จำนวน วันเปิดร้านเฉลี่ย 6.7 วันต่อสัปดาห์ จำนวนลูกค้าเฉลี่ย 32.3 คนต่อวัน เป็นลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร้อยละ 82 สามารถสร้างรายได้จากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 17,694 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 71 ของรายได้ครัวเรือน

เมื่อพิจารณาประเภทสินค้าที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไป มาจับจ่ายใช้สอยพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปซื้อสินค้าจากร้านขายวัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 54 ร้านขายอาหารร้อยละ 42 ร้านบริการร้อยละ 4 ซึ่งเมื่อเทียบกับสัดส่วนร้านค้าในลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่าประเภทร้านค้าในลานตลาด ประกอบด้วยร้านขายอาหารร้อยละ 50 ร้านขายวัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 35 ร้านบริการร้อยละ 15 แสดงให้เห็นว่ามีความไม่สอดคล้องของสัดส่วนประเภทสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการและประเภทร้านค้าที่มีในลานตลาด (ตารางที่ 49)

ตารางที่ 49 ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

การใช้งานลานตลาด	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	เดินเท้า 63.3% จักรยานยนต์ 33.3% อื่นๆ 3.3%
จำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาดต่อสัปดาห์ / จำนวนวันเปิดขายต่อสัปดาห์	3.8	6.7
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	176	-
จำนวนลูกค้าต่อวัน (คน)	-	32.3
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,652	-
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	-	82%
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	9.6%	-
รายได้จากการค้าในลานตลาดต่อเดือน (บาท)	-	17,694
รายได้จากลานตลาด (ร้อยละ)	-	71%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ / ประเภทร้านค้า	วัตถุดิบ, ของใช้ 54 % ร้านขายอาหาร 42 % ร้านบริการ 4 %	ร้านขายอาหาร 50 % วัตถุดิบ, ของใช้ 35 % ร้านบริการ 15 %

3) ทักษะและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

ผู้อยู่ทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.95 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลางให้คะแนนสูงที่สุดในด้านทักษะและความพึงพอใจด้านการใช้สอยลานตลาด 3.27 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านการบริหารจัดการลานตลาด 2.75 คะแนน (ตารางที่ 50)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยที่ 3.87 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก และมีคะแนนเฉลี่ยรวมสูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป คะแนนสูงที่สุดในด้านทักษะและความพึงพอใจด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม 4.03 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านลักษณะกายภาพของลานตลาด 3.70 คะแนน (ตารางที่ 4.24)

เมื่อนำผลคะแนนด้านทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่า ทักษะต่อลักษณะกายภาพของลานตลาดเป็นประเด็นที่ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนที่ตกอยู่ในอันดับท้าย (อันดับที่ 4 และ 5 ตามตารางที่ 50)

ตารางที่ 50 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ทักษะต่อลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
1. ทักษะต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76 (4)	3.70 (5)
2. ทักษะต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27 (1)	3.99 (2)
3. ทักษะต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75 (5)	3.88 (3)
4. ทักษะต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97 (3)	3.75 (4)
5. ทักษะต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98 (2)	4.03 (1)
คะแนนทักษะเฉลี่ยรวม	2.95	3.87

4) ทศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป และผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 โดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยที่ 3.28 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ให้คะแนนสูงที่สุดในด้านผลด้านการค้าขายสินค้า 3.47 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน 3.03 คะแนน (ตารางที่ 5.26)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยที่ 4.43 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ให้คะแนนสูงที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน 4.53 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน 4.43 คะแนน (ตารางที่ 51)

เมื่อนำผลคะแนนทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 พบว่า ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน อยู่ในอันดับสุดท้ายทั้งคู่

ตารางที่ 51 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.47 (1)	4.48 (2)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.33 (2)	4.53 (1)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.03 (3)	4.29 (3)
ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับเฉลี่ยรวม	3.28	4.43

๗

5.2 ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

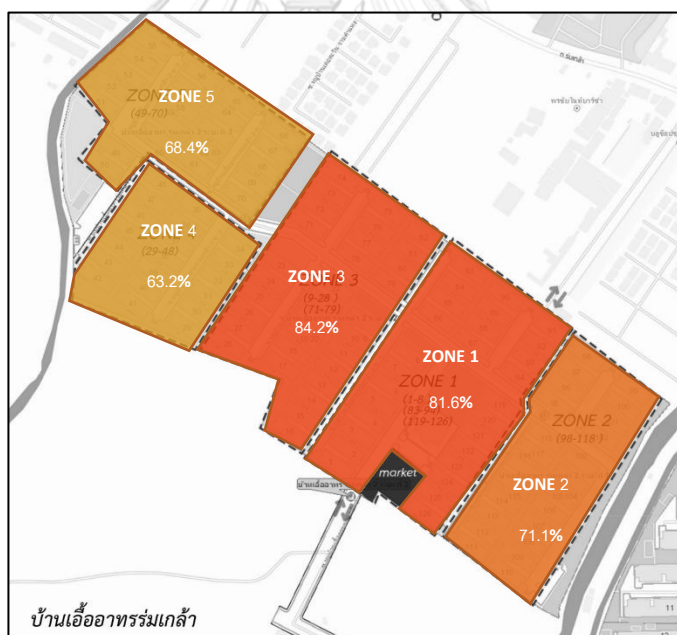
5.2.1 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

1) สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มีผู้ใช้งานลานตลาดที่เฉลี่ยรวม ร้อยละ 73.7 เมื่อแบ่งตามโซนพื้นที่อาคาร 5 โซน (ภาพที่ 5.5) พบว่า โซนที่ 1 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 81.6 โซนที่ 2 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 71.1 โซนที่ 3 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 84.2 โซนที่ 4 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 63.2 และโซนที่ 5 มีผู้เคยใช้งานลานตลาดร้อยละ 68.4 (ตารางที่ 52)

ตารางที่ 52 สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า แบ่งตามโซนพื้นที่

สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด	ร่มเกล้า					รวม
	โซน 1	โซน 2	โซน 3	โซน 4	โซน 5	
	81.6	71.1%	84.2%	63.2%	68.4%	73.7%



ภาพที่ 32 สัดส่วนผู้เคยใช้งานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า แบ่งตามโซนพื้นที่

2) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ผู้อยู่อาศัยมีอายุเฉลี่ย 40 ปี เป็นเพศหญิงร้อยละ 50 เพศชายร้อยละ 48 และเพศอื่นๆอีกร้อยละ 2 โดยเฉลี่ยจบการศึกษาระดับชั้น ปริญญาตรี ร้อยละ 38 รองลงมาจบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 19 และระดับชั้น

ประณศศึกษาร้อยละ 17 มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.4 คน และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 22,026 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 53)

ตารางที่ 53 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน	
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)	22,026
อายุ (ปี)	40
เพศ	หญิง 50% ชาย 48% อื่นๆ 2%
ระดับการศึกษา	ป.ตรี 38% ม.6, ปวช. 19% ประถม 17%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.4
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 42% เช่าช่วง 36% ซื้อต่อ 22%

3) ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าผู้อยู่อาศัยเดินทางมาใช้บริการที่ลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 60 และเดินเท้าอีกร้อยละ 30 (ตารางที่ 54)

การใช้บริการลานตลาดของผู้อยู่อาศัยโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เฉลี่ยที่ 4.1 วันต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 178 บาทต่อการเข้ามาใช้บริการลานตลาด 1 ครั้ง คิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,889 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.1 ของรายได้ครัวเรือน โดยสินค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยคือ วัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 46 อาหารปรุงสำเร็จร้อยละ 45 และร้านบริการร้อยละ 9

ตารางที่ 54 ลักษณะการใช้งานลานตลาด อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะการใช้งานลานตลาด อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 56% เดินเท้า 33% อื่นๆ 11%
จำนวนวันต่อสัปดาห์ ที่ใช้บริการลานตลาด	4.1
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	178
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,889
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	13.1%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ	วัตถุดิบ, ของใช้ 46% ร้านขายอาหาร 45% ร้านบริการ 9%

4) ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.23 คะแนน (ตารางที่ 55) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจระดับปานกลาง มีคะแนนด้านทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาดต่ำเป็นอันดับที่ 4 ทัศนคติต่อลักษณะทางกายภาพต่ำเป็นอันดับที่ 5 และสามารถแบ่งทัศนคติและความพึงพอใจจากปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 55 ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทักษะคิดเกี่ยวกับลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
1.ทักษะคิดต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.09	5
2.ทักษะคิดต่อการใช้สอยลานตลาด	3.40	1
3.ทักษะคิดของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.14	4
4. ทักษะคิดของท่านต่อภาพรวมของลานตลาด	3.22	3
5.ทักษะคิดของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	3.27	2
คะแนนทักษะคิดเฉลี่ยรวม	3.23	

ด้านกายภาพของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.77 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยมีทักษะคิดและความพึงพอใจต่อที่ตั้งของลานตลาดที่มีความเหมาะสมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.64 คะแนน และมีทักษะคิดและความพึงพอใจด้านที่จอดรถเพียงพอ การจัดการจราจรโดยรอบตลาด และห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่เหมาะสม อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจน้อย (ตารางที่ 56)

ตารางที่ 56 ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด

ทักษะคิดต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
1.ทักษะคิดต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.09	
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	3.64	1
1.2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	3.63	2
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	3.31	3
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	2.72	10
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	2.73	9
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	2.98	6
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	3.03	5
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่เหมาะสม	2.77	8
1.9 การออกแบบตลาดดี โดดไปรงสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	2.97	7
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	3.09	4

ด้านการใช้สอยลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.40 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยมีทักษะคิดและความพึงพอใจต่อผู้ค้าในตลาดที่มีความซื่อสัตย์ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร และผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และทักษะคิดและความพึงพอใจต่อจำนวนร้านค้าในตลาดที่มีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดและลูกค้าสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดทีเดียวมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.05 คะแนน (ตารางที่ 57)

ตารางที่ 57 ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการใช้สอยลานตลาด

ทักษะคิดต่อการใช้สอยลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
2.ทักษะคิดต่อการใช้สอยลานตลาด	3.40	
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	3.29	6
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	3.50	4
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3.09	8
2.4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดทีเดียว	3.05	9
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	3.12	7
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	3.72	1
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	3.70	2
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	3.68	3
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	3.43	5

ด้านการบริหารลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.14 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยมีทักษะคิดและความพึงพอใจต่อตลาดที่มีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.26 คะแนน และทักษะคิดและความพึงพอใจต่อตลาดที่มีการจัดการด้านสุขอนามัยมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.04 คะแนน (ตารางที่ 58)

ตารางที่ 58 ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า การบริหารจัดการลานตลาด

ทักษะคิดต่อการบริหารจัดการลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
3.ทักษะคิดต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.14	
3.1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	3.26	1
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.18	2
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	3.13	4
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	3.04	6
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	3.15	3
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	3.10	5

ด้านภาพรวมของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.22 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยมีทักษะคิดและความพึงพอใจต่อโครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการว่าควรมีตลาดมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.51 คะแนน และทักษะคิดและความพึงพอใจต่อการที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.01 คะแนน (ตารางที่ 59)

ตารางที่ 59 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อภาพรวมของลานตลาด

ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	3.22	
4.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดย่านนี้	3.02	5
4.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด	3.51	1
4.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	3.41	2
4.4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	3.36	3
4.5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	3.03	4
4.6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	3.01	6

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.27 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยมีทศนคติและความพึงพอใจต่อพ่อค้าแม่ค้าในตลาดที่เป็นคนในชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 3.57 คะแนน และทศนคติและความพึงพอใจต่อตลาดที่จัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.89 คะแนน (ตารางที่ 60)

ตารางที่ 60 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม

ทศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 5)	อันดับคะแนน
5.ทศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	3.27	
5.1 ท่านมีร้านค้าเจ้าประจำในตลาด	3.37	4
5.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	3.57	2
5.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	3.61	1
5.4 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด	3.51	3
5.5 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน	2.91	7
5.6 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน	3.00	6
5.7 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน	2.89	8
5.8 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น	3.33	5

5) ทศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า คะแนนของผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.48 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับคะแนนสูงกว่าที่ 3.84 คะแนน และเมื่อนำคะแนนทั้งหมดมาคิดเฉลี่ยรวมกันจะได้ 3.48 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และสามารถแบ่งได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ (ตารางที่ 61)

ผลด้านการซื้อขายสินค้า ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.65 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.52 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 4.02 คะแนน (ตารางที่ 61) และมีคะแนนสูงที่สุดในด้านพ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชนและความสะดวกในการซื้อสินค้า ที่ 4.04 คะแนน

ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.49 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.40 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 3.77 คะแนน (ตารางที่ 61)

ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 3.30 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และเป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดจากทุกประเด็น ผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดให้คะแนนเฉลี่ยรวม 3.16 คะแนน แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนสูงกว่าที่ 3.75 คะแนน (ตารางที่ 61) และมีคะแนนต่ำที่สุดในด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน ที่ 3.11 คะแนน

ตารางที่ 61 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	ผู้ไม่เคยใช้งานลานตลาด	ผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด	เฉลี่ยรวม	อันดับคะแนน
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.02	3.52	3.65	1
1.1 ความสะดวกในการซื้อขายสินค้า	3.97	3.47	3.60	
1.2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	4.04	3.54	3.66	
1.3 ลูกค้ามีกำลังซื้อที่เหมาะสม	4.04	3.56	3.68	
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.77	3.40	3.49	2
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	3.71	3.46	3.52	
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี	3.90	3.51	3.62	
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	3.70	3.23	3.35	
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.75	3.16	3.30	3
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	3.62	2.98	3.15	
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3.66	2.93	3.11	
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	3.81	3.34	3.45	
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	3.90	3.37	3.49	
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	3.84	3.36	3.48	

5.2.2 ผลที่ผู้อยู่อาศัยผู้ที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสัมภาษณ์ ข้อมูลด้านการใช้งานลานตลาดและการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า สามารถแบ่งผลการศึกษาข้อมูลออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า อายุเฉลี่ย 43.62 ปี เพศของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า เป็นเพศหญิงร้อยละ 75 และเพศชายร้อยละ 25 จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 40 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 35 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 20 และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.7 คน (ตารางที่ 62)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้า มีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่เป็นการเช่าซื้อจากการเคหะแห่งชาติ ร้อยละ 55 การเช่าช่วงร้อยละ 40 และเป็นการซื้อต่อจากผู้อื่นอีก ร้อยละ 5 โดยมีระยะเวลาการอยู่อาศัยเฉลี่ย 7.9 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้าส่วนใหญ่มีความมั่นคงในด้านที่อยู่อาศัย รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 32,025 บาทต่อเดือน โดยมีช่องทางการหารายได้จากลานตลาดในโครงการเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 43.3 และช่องทางการหารายได้จากลานตลาดและช่องทางอื่นด้วยร้อยละ 43 โดยรายได้ที่ได้รับจากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 13,762 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43 ของรายได้ครัวเรือนทั้งหมดต่อเดือน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้ที่ได้รับจากลานตลาดไม่ใช่รายได้หลักของครัวเรือน (ตารางที่ 62)

ตารางที่ 62 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่ผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน	ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า			
	ร้านขายอาหาร	ร้านวัตถุดิบ,ของใช้	ร้านประเภทบริการ	รวม
ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง	57%	36%	7%	100%
ช่วงอายุ	51 - 60 ปี 34% 41-50 ปี 22%	52 - 60 ปี 38% 31-40 ปี 25%	31-40 ปี 67% 41-50 ปี 33%	51 - 60 ปี 30% 41-50 ปี 30%
อายุเฉลี่ย (ปี)	46.11	46.43	38.33	43.62
เพศ	หญิง 78% ชาย 22%	หญิง 63% ชาย 37%	หญิง 100%	หญิง 75% ชาย 25%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	3.1	2.6	2.3	2.7
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา 56% ม.ปลาย 22% ม.ต้น 11%	ม.ปลาย 38% ม.ต้น 37% ประถมศึกษา 25%	ม.ปลาย 100%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 35% ม.ต้น 20%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 56%เช่า ช่วง 44%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 50% เช่าช่วง 37% ซื้อต่อ 13%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 67% เช่าช่วง 33%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 55% เช่าช่วง 40% ซื้อต่อ 5%
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	9.1	7.3	7.3	7.9
ระยะเวลาที่ค้าขายในลานตลาด (ปี)	5.2	5.4	4.3	5.0
ช่องทางการหารายได้ของครัวเรือน	ตลาด+1ช่องทาง 67% ตลาดเท่านั้น 22%	ตลาด+มากกว่า1ช่องทาง 38%ตลาดเท่านั้น 37%	ตลาด+1ช่องทาง 67% ตลาดเท่านั้น 33%	ตลาด+1ช่องทาง 75% ตลาดเท่านั้น 25%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	31,389	29,688	35,000	32,025
รายได้จากการค้าขายในลานตลาด (บาท)	11,389	14,063	15,833	13,762
ร้อยละรายได้จากลานตลาด	36%	47%	45%	43%

2) การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ร้านค้ามีขนาดร้านค้าเฉลี่ย 7.8 ตารางเมตร โดยมีร้านบริการ มีขนาดใหญ่ที่สุดเฉลี่ย 12 ตารางเมตร และร้านขายวัตถุดิบ, ของใช้มีขนาดเล็กที่สุดเฉลี่ย 7 ตารางเมตร มีการจ่ายค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเป็นรายเดือนร้อยละ 50 และรายวันร้อยละ 50 ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเฉลี่ย 2,750 บาทต่อเดือน

เวลาเปิดร้านเฉลี่ย 7.40 น. เวลาปิดร้านเฉลี่ย 18.01 น. ระยะเวลาเปิดทำการร้านเฉลี่ย 10.21 ชั่วโมง เปิดร้านเฉลี่ย 6.2 วันต่อสัปดาห์ การเดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 55 และการเดินทางร้อยละ 30 ลูกค้าเฉลี่ย 29.5 คนต่อวัน และลูกค้าเป็นคนในโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยร้อยละ 88 (ตารางที่ 63)

ในด้านความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มองว่า วัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรพัฒนาเพื่อความสะดวกของผู้อยู่อาศัยร้อยละ 48 เพื่อรายได้ของผู้อยู่อาศัยร้อยละ 24 และไม่ทราบถึงวัตถุประสงค์ร้อยละ 24

ก่อนหน้าที่จะมาค้าขายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเคยผ่านการทำงานเป็นพนักงานประจำร้อยละ 42 ค่าขายจากที่อื่นๆร้อยละ 25 และเคยย้ายจากสถานที่อื่นร้อยละ 25 เหตุผลที่ตัดสินใจมาลงทุนที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเพราะ ใกล้บ้านร้อยละ 38 มองเห็นศักยภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร้อยละ 17 ใช้เวลาว่างในการสร้างรายได้ร้อยละ 15 และเป็นความถนัดในการประกอบอาชีพร้อยละ 9 ซึ่งผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าไม่ได้รับสิทธิพิเศษจากลานตลาดเนื่องจากเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการร้อยละ 80

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามองว่าร้านค้าของตนเองมีจุดเด่นที่ คุณภาพสินค้าร้อยละ 31 สินค้าแตกต่างจากร้านอื่นในลานตลาดร้อยละ 26 และการบริการร้อยละ 15 เมื่อดำเนินการค้าขายในลานตลาดแล้วผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าสามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ร้อยละ 55 (ตารางที่ 63)

ตารางที่ 63 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การใช้งานลานตลาด	ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า			
	ร้านขายอาหาร	ร้านวัตถุดิบ,ของใช้	ร้านประเภทบริการ	รวม
ขนาดร้านค้า	7.1	7.0	12.0	7.8
ลักษณะรอบการจ่ายค่าเช่า	รายเดือน 50% รายวัน 44%	รายวัน 75% รายเดือน 25%	รายเดือน 100%	รายเดือน 50% รายวัน 50%
ค่าเช่าพื้นที่รายเดือน (บาท)	2,611	2,500	2,500	2,750
เวลาเปิดร้าน	6:50 น.	7:52 น.	9:40 น.	7:40 น.
เวลาปิดร้าน	17:20 น.	17:52 น.	20:30 น.	18:01 น.
ระยะเวลาเปิดร้านเฉลี่ยรวม (ชั่วโมง/วัน)	10.30 ชม.	10.00 ชม.	10.50 ชม.	10.21 ชม.
จำนวนวันเปิดขายต่อสัปดาห์	5.7	6.5	7.0	6.2
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	เดินเท้า 56% จักรยานยนต์ 44%	จักรยานยนต์ 62% จักรยาน 25%	จักรยานยนต์ 67% เดินเท้า 33%	จักรยานยนต์ 55% เดินเท้า 30%
จำนวนลูกค้าต่อวัน เฉลี่ย	28.33	40.00	5.00	29.50
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	86%	90%	87%	88%
ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	ความสะดวกผู้อาศัย 70% รายได้ผู้อาศัย 20% รายได้โครงการ 10%	ไม่ทราบ 63% ความสะดวกผู้อาศัย 25% รายได้ผู้อาศัย 12%	รายได้ผู้อาศัย 67% ความสะดวกผู้อาศัย 33%	ความสะดวกผู้อาศัย 48% รายได้ผู้อาศัย 24% ไม่ทราบ 24%
ประสบการณ์ก่อนขายในลานตลาด	พนักงานประจำ 36% ค้าขายอื่นๆ 36% ย้ายจากสถานที่อื่น 21%	พนักงานประจำ 43% ย้ายจากสถานที่อื่น 29% ค้าขายอื่นๆ 14% ไม่มีประสบการณ์ 14%	พนักงานประจำ 67% ย้ายจากสถานที่อื่น 33%	พนักงานประจำ 42% ค้าขายอื่นๆ 25% ย้ายจากสถานที่อื่น 25%
เหตุผลในการตัดสินใจลงทุน	ใกล้บ้าน 29% เห็นศักยภาพตลาด 17% ความถนัด 12%	ใกล้บ้าน 50% เห็นศักยภาพตลาด 17% ใช้เวลาว่างสร้างรายได้ 17%	ใกล้บ้าน 40% เห็นศักยภาพตลาด 20% ใช้เวลาว่างสร้างรายได้ 20% โดนเลิกจ้าง 20%	ใกล้บ้าน 38% เห็นศักยภาพตลาด 17% ใช้เวลาว่างสร้างรายได้ 15% ความถนัด 9% โดนเลิกจ้าง 9%
ประเด็นหลัก ผู้ค้าคิดว่าร้านค้ามีจุดเด่นด้านใด	คุณภาพสินค้า 39% สินค้าแตกต่าง 17% การบริการ 17%	คุณภาพสินค้า 31% สินค้าแตกต่าง 31% ความสะอาด 13%	การบริการ 40% สินค้าแตกต่าง 40% ช่องทางขาย 20%	คุณภาพสินค้า 31% สินค้าแตกต่าง 26% การบริการ 15%
เงินทุนในเวลาที่คาดการณ์สำเร็จ	ตามคาดการณ์ 78% ไม่ได้ตามคาด 22%	ไม่ได้ตามคาด 63% ตามคาดการณ์ 37%	ตามคาดการณ์ 67% ไม่ได้ตามคาด 33%	ตามคาดการณ์ 55% ไม่ได้ตามคาด 45%
สิทธิพิเศษ	ไม่ได้รับสิทธิ 66%	ไม่ได้รับสิทธิ 88%	ไม่ได้รับสิทธิ 100%	ไม่ได้รับสิทธิ 80%

3) ทักษะและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามด้านทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ในประเด็น ภาวะของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม โดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.24 คะแนน (ตารางที่ 64) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก ให้คะแนนสูงที่สุดในด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม 4.55 คะแนน ให้คะแนนการบริหารจัดการลานตลาดต่ำที่สุดที่ 3.87 คะแนน และสามารถสรุปย่อในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

ตารางที่ 64 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติเกี่ยวกับลานตลาด	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
1.ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	4.02	4
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	4.40	2
3.ทัศนคติของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.87	5
4. ทัศนคติของท่านต่อภาพรวมของลานตลาด	4.33	3
5.ทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.55	1
คะแนนทัศนคติเฉลี่ยรวม	4.24	

ด้านกายภาพของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.02 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 65)

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเดินทางไปตลาดมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.89 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านการจัดแผงหมวดหมู่วางร้านค้ามีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 2.78 คะแนน และทัศนคติและความพึงพอใจด้านตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ มีคะแนนเป็นอันดับรองสุดท้ายเฉลี่ยที่ 2.98 คะแนน (ตารางที่ 65)

ตารางที่ 65 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด

ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
1.ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	4.02	
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	4.38	4
1.2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	4.89	1
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	4.53	3
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	2.89	9
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	3.43	8
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	2.78	10
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	4.59	2
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่เหมาะสม	4.04	7
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	4.19	5
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	4.16	6

ด้านการใช้สอยลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.40 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 66)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อด้านผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์และ ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.67 และ 4.66 คะแนนตามลำดับ

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.83 คะแนน (ตารางที่ 66)

ตารางที่ 66 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการใช้สอยลานตลาด

ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	4.40	
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	4.22	7
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	4.50	5
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3.83	9
2.4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดที่เดียว	3.89	8
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	4.38	6
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	4.67	1
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	4.63	4
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	4.66	2
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	4.65	3

ด้านการบริหารลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.87 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มีทัศนคติและความพึงพอใจต่อตลาดมีการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างเป็นระบบมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.17 คะแนน และทัศนคติและความพึงพอใจด้านตลาดมีการจัดการด้านมาตรฐานการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้ามีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.49 คะแนน (ตารางที่ 67)

ตารางที่ 67 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อการบริหารจัดการลานตลาด

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
3.ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.87	
3.1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	4.17	1
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.80	4
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	3.65	5
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	4.03	2
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	3.49	6
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	4.02	3

ด้านภาพรวมของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.33 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (ตารางที่ 68)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อด้านตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 4.70 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจด้านความคิดเห็นว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรนี้เป็นตลาดที่ดีที่สุดภายในย่านมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.70 คะแนน (ตารางที่ 68)

ตารางที่ 68 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ต่อภาพรวมของลานตลาด

ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	4.33	
4.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดภายในย่านนี้	3.70	6
4.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด	4.67	2
4.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	4.70	1
4.4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	4.63	3
4.5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	4.17	4
4.6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	4.12	5

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.03 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 69)

ทัศนคติและความพึงพอใจต่อที่พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 4.83 คะแนน

ทัศนคติและความพึงพอใจที่ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชนมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด 3.74 คะแนน (ตารางที่ 69)

ตารางที่ 69 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม

ทศนคติเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
5.ทศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.55	
5.1 ท่านมีลูกค้าประจำในตลาด	4.37	7
5.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	4.83	1
5.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	4.75	2
5.4 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด	4.68	4
5.5 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน	4.47	6
5.6 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน	4.59	5
5.7 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน	3.74	8
5.8 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น	4.72	3

4) ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า คะแนนของผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการได้รับจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนเฉลี่ยรวม 4.41 คะแนนซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก และสามารถแบ่งได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ (ตารางที่ 70)

ผลด้านการซื้อขายสินค้า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 4.45 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก และมีคะแนนสูงที่สุดในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าเฉลี่ยที่ 4.47 คะแนน

ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 4.50 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก และมีคะแนนสูงที่สุดจากผลคะแนนทั้ง 3 ด้าน (ตารางที่ 70)

ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนเฉลี่ยที่ 4.28 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก (ตารางที่ 70) ซึ่งเป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดจากทุกประเด็น และมีคะแนนต่ำที่สุดในด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน ที่ 4.43 คะแนน

ตารางที่ 70 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	คะแนน (เต็ม 5)	อันดับ คะแนน
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.45	1
1.1 ความสะดวกในการซื้อขายสินค้า	4.62	1
1.2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	4.26	3
1.3 ลูกค้ามีกำลังซื้อที่เหมาะสม	4.47	2
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	4.50	2
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	4.50	2
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี	4.48	3
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	4.53	1
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4.28	3
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	4.43	4
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3.52	3
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	4.66	1
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	4.53	2
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	4.41	

5.2.3 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจข้อมูลการใช้งานลานตลาดและการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า สามารถแบ่งผลการศึกษาข้อมูลออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1) ลักษณะครัวเรือน ของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า อายุเฉลี่ยของผู้อยู่อาศัยทั่วไปที่ 40.4 ปี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าอายุเฉลี่ยสูงกว่าที่ 43.6 ปี (ตารางที่ 71)

ผู้อยู่อาศัยทั่วไปเป็นเพศหญิงร้อยละ 50 เพศชายร้อยละ 48 และเพศอื่นๆ อีกร้อยละ 2 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีสัดส่วนของเพศหญิงที่มากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงร้อยละ 75 และเพศชายร้อยละ 25

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปเฉลี่ย 2.4 คน มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย 22,448 บาท จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเฉลี่ย 2.7 คน มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย 32,025 บาท

ผู้อยู่อาศัยทั่วไป จบการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี ร้อยละ 38 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 19 ระดับชั้นประถมศึกษาร้อยละ 17 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 13 และระดับชั้นอนุปริญญา ,ปวส. ร้อยละ 12 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 40 ระดับชั้นประถมศึกษา

ร้อยละ 35 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 20 และระดับชั้นอนุปริญญา ,ปวส. ร้อยละ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค่านั้นมีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป

กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยของผู้อยู่อาศัยทั่วไป มีกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่าซื้อจากการเคหะฯ ร้อยละ 42 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบเช่าช่วงร้อยละ 36 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบซื้อต่อร้อยละ 22 และอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มาเป็นเวลาเฉลี่ย 7.4 ปี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่าซื้อจากการเคหะฯร้อยละ 55 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบเช่าช่วงร้อยละ 40 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบซื้อต่อร้อยละ 5 และอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มาเป็นเวลา เฉลี่ย 7.9 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีความมั่นคงในด้านที่อยู่อาศัย (ตารางที่ 71

ตารางที่ 71 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
อายุ เฉลี่ย (ปี)	40.4	43.6
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.4	2.7
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	7.4	7.9
เพศ	หญิง 50% ชาย 48% อื่นๆ 2 %	หญิง 75% ชาย 25%
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี 38% ม.ปลาย 19% ประถมศึกษา 17% ม.ต้น 13% อนุปริญญา , ปวส.12%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 35% ม.ต้น 20% อนุปริญญา , ปวส. 5%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 42% เช่าช่วง 36% ซื้อต่อ 22%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 55% เช่าช่วง 40% ซื้อต่อ 5%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	22,448	32,025

2) ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ผู้อยู่อาศัยทั่วไปเดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 60 เดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้า ร้อยละ 30 ใช้บริการลานตลาดเฉลี่ย 3.8 วันต่อสัปดาห์ รายจ่ายในการจับจ่ายใช้สอยในลานตลาดเฉลี่ย 178 บาท ต่อครั้ง ซึ่งเมื่อนำมาค่านวนร่วมกับจำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาด จะมีรายจ่ายเฉลี่ยที่ 2,889 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.1 ของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่ 72)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า เดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 55 เดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าร้อยละ 30 จำนวนวันเปิดร้านเฉลี่ย 6.2 วันต่อสัปดาห์ จำนวนลูกค้าเฉลี่ย 29.5 คนต่อวัน เป็นลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร้อยละ 88 สามารถสร้างรายได้จากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 13,125 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42 ของรายได้ครัวเรือน

เมื่อพิจารณาประเภทสินค้าที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไป มาจับจ่ายใช้สอยพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปซื้อสินค้าจากร้านขายวัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 53 ร้านขายอาหารร้อยละ 43 ร้านบริการร้อยละ 4 ซึ่งเมื่อเทียบกับสัดส่วนร้านค้าในตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าประเภทร้านค้าในตลาด ประกอบด้วยร้านขายอาหารร้อยละ 57 ร้านขายวัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 36 ร้านบริการร้อยละ 7 แสดงให้เห็นว่ามีความไม่สอดคล้องของสัดส่วนประเภทสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการและประเภทร้านค้าที่มีในตลาด (ตารางที่ 72)

ตารางที่ 72 ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การใช้งานลานตลาด	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	จักรยานยนต์ 55% เดินเท้า 30% อื่นๆ 15%
จำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาดต่อสัปดาห์ / จำนวนวันเปิดขายต่อสัปดาห์	3.8	6.2
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	178	-
จำนวนลูกค้าต่อวัน (คน)	-	29.5
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,889	-
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	-	88%
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	13.1%	-
รายได้จากการค้าในลานตลาดต่อเดือน (บาท)	-	13,125
รายได้จากลานตลาด (ร้อยละ)	-	42%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ / ประเภทร้านค้า	วัตถุดิบ, ของใช้ 53 % ร้านขายอาหาร 43 % ร้านบริการ 4 %	ร้านขายอาหาร 57 % วัตถุดิบ, ของใช้ 36 % ร้านบริการ 7 %

3) ทศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

ผู้อยู่ทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.23 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ให้คะแนนสูงที่สุดในด้านทัศนคติและความพึงพอใจด้านการใช้สอยลานตลาด 3.40 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านลักษณะกายภาพของลานตลาด และการบริหารจัดการลานตลาด ที่ 3.09, 3.14 คะแนนตามลำดับ (ตารางที่ 73)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยที่ 4.24 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก และมีคะแนนเฉลี่ยรวมสูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป คะแนนสูงสุดในด้านทัศนคติและความพึงพอใจด้านการใช้สอยลานตลาด 4.40 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านการบริหารจัดการลานตลาด และลักษณะกายภาพของลานตลาด 3.87, 4.02 คะแนนตามลำดับ (ตารางที่ 73)

เมื่อนำผลคะแนนด้านทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด และการบริหารจัดการลานตลาด เป็นประเด็นที่ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนทัศนคติอยู่ในอันดับท้าย (อันดับที่ 4 และ 5 ตามตารางที่ 73)

ตารางที่ 73 ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติต่อลานตลาดลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า
1. ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.09 (5)	4.02 (4)
2. ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.40 (1)	4.40 (1)
3. ทัศนคติของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.14 (4)	3.87 (5)
4. ทัศนคติของท่านต่อภาพรวมของลานตลาด	3.22 (3)	4.33 (3)
5. ทัศนคติของท่านต่อการสร้างสัมพันธไมตรีในสังคม	3.27 (2)	4.37 (2)
คะแนนทัศนคติเฉลี่ยรวม	3.23	4.24

4) ทัศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป และผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า โดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

ผู้อยู่ทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยที่ 3.88 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ให้คะแนนสูงสุดในด้านผลด้านการค้าขายสินค้า 3.56 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน 3.17 คะแนน (ตารางที่ 74)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยที่ 4.43 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ให้คะแนนสูงสุดในด้านผล

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน 4.50 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน 4.28 คะแนน (ตารางที่ 74)

เมื่อนำผลคะแนนทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน อยู่ในอันดับสุดท้ายทั้งคู่

ตารางที่ 74 ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.56 (1)	4.45 (2)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.41 (2)	4.50 (1)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.17 (3)	4.28 (3)
ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับเฉลี่ยรวม	3.88	4.41

5.3 ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

5.3.1 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้อยู่อาศัยในโครงการลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่มีการใช้งานลานตลาดในโครงการ จะแบ่งผลการศึกษา 5 ประเด็น ดังนี้

1) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้ง 2 โครงการจะพบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้ง 2 โครงการ มีอายุเฉลี่ย 38 ปี เป็นเพศหญิงร้อยละ 52 และเพศชายร้อยละ 47 จบการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรีร้อยละ 41 รองลงมาจบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 19 มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยที่ 24,844 บาทต่อเดือน โดยผู้อยู่อาศัยโครงการลาดกระบัง 2 มีรายได้เฉลี่ยสูงกว่าผู้อยู่อาศัยโครงการร่มเกล้าเฉลี่ยที่ 27,663 บาทต่อเดือน ผู้อยู่อาศัยโครงการร่มเกล้า มีรายได้เฉลี่ย 22,026 บาทต่อเดือนและทั้ง 2 โครงการ มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.5 คน (ตารางที่ 75)

ตารางที่ 75 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)	27,663	22,026	24,844
อายุ (ปี)	36	40	38
เพศ	หญิง 53% ชาย 45% อื่นๆ 2%	หญิง 50% ชาย 48% อื่นๆ 2%	หญิง 52% ชาย 47% อื่นๆ 2%
ระดับการศึกษา	ป.ตรี 45% ม.6, ปวช. 18% ม.ต้น 16%	ป.ตรี 38% ม.6, ปวช. 19% ประถม 17%	ป.ตรี 41% ม.6, ปวช. 19% ม.ต้น 8%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.5	2.4	2.5
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41% เช่าช่วง 31% ซื้อต่อ 28%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 42% เช่าช่วง 36% ซื้อต่อ 22%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41.5% เช่าช่วง 33.5% ซื้อต่อ 25%

2) สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้ง 2 โครงการจะพบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้ง 2 โครงการ เคยใช้บริการลานตลาดในโครงการร้อยละ 69.8 โดยผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีอัตราส่วนผู้เคยใช้งานลานตลาดเฉลี่ยที่ร้อยละ 73.7 (ตารางที่ 76) โดยเมื่อพิจารณาในด้านตำแหน่งโซนพื้นที่ และพบว่าโซนพื้นที่ที่อยู่ไกลจากทางเข้าออกโครงการและลานตลาดในโครงการจะมีผู้ใช้งานลานตลาดลดลง (ตารางที่ 77)

ตารางที่ 76 สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	ลาดกระบัง 2	ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
	64 %	73.7 %	68.9 %

ตารางที่ 77 สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (แบ่งตามโซน)

สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด	ลาดกระบัง 2				
	โซน 1	โซน 2	โซน 3	โซน 4	โซน 5
	75.0%	67.5%	62.5%	67.5%	47.5%
	ร่มเกล้า				
	โซน 1	โซน 2	โซน 3	โซน 4	โซน 5
	81.6%	71.1%	84.2%	63.2%	68.4%

3) ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัย โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้ง 2 โครงการจะพบว่าผู้อยู่อาศัยเดินทางมาใช้บริการที่ลานตลาดโดยจักรยานยนต์ ร้อยละ 58 และเดินเท้าอีกร้อยละ 31 การใช้บริการลานตลาดของผู้อยู่อาศัย เฉลี่ย 3.9 วันต่อสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 177 บาทต่อการเข้ามาใช้บริการลานตลาด 1 ครั้ง คิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,777 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.4 ของรายได้ครัวเรือน โดยสินค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยคือ วัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 46.3 อาหารปรุงสำเร็จร้อยละ 44.2 และร้านบริการร้อยละ 9.5 (ตารางที่ 78)

ตารางที่ 78 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะการใช้งานลานตลาด อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	จักรยานยนต์ 56% เดินเท้า 33% อื่นๆ 11%	จักรยานยนต์ 58% เดินเท้า 31% อื่นๆ 10%
จำนวนวันต่อสัปดาห์ ที่ใช้บริการลานตลาด	3.8	4.1	3.9
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	176	178	177
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,652	2,889	2,777
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	9.6%	13.1%	11.4%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ	วัตถุดิบ, ของใช้ 48% ร้านขายอาหาร 42% ร้านบริการ 10%	วัตถุดิบ, ของใช้ 46% ร้านขายอาหาร 45% ร้านบริการ 9%	วัตถุดิบ, ของใช้ 46.3% ร้านขายอาหาร 44.2% ร้านบริการ 9.5%

4) ทศนคติและความพึงพอใจเกี่ยวกับลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้ง 2 โครงการจะพบว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีการให้คะแนน ทศนคติและความพึงพอใจเฉลี่ยร่วมในทุกด้าน (3.23 คะแนน) สูงกว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (2.95 คะแนน)

เมื่อนำผลคะแนนด้านทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด และการบริหารจัดการลานตลาด เป็นประเด็นที่ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปให้คะแนนทศนคติอยู่ในอันดับท้าย (อันดับที่ 4 และ 5 ตามตารางที่ 79)

ตารางที่ 79 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76 (4)	3.09 (5)
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27 (1)	3.40 (1)
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75 (5)	3.14 (4)
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97 (3)	3.22 (3)
5.ทศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98 (2)	3.27 (2)
คะแนนทศนคติเฉลี่ยรวม	2.95	3.23

5) ทศนคติต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

เมื่อพิจารณาภาพรวมกันทั้ง 2 โครงการจะพบว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีการให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก , 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) เฉลี่ยร่วมในทุกด้าน (3.48 คะแนน) สูงกว่าผู้ อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 (3.28 คะแนน) ตามตารางที่ 80

เมื่อนำผลคะแนนทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการ บ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ผู้อยู่อาศัยทั้ง 2 โครงการให้คะแนนผลด้าน การค้าขายสินค้าสูงที่สุด 3.47 คะแนนและ 3.65 คะแนนตามลำดับ ให้คะแนนการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน อยู่ ในอันดับสุดท้ายทั้งคู่ 3.28 คะแนนและ 3.48 คะแนนตามลำดับ

ตารางที่ 80 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.47 (1)	3.65 (1)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.33 (2)	3.49 (2)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.03 (3)	3.30 (3)
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	3.28	3.48

5.3.2 ผลที่ผู้อยู่อาศัยผู้ที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านการใช้งานลานตลาดและการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า สามารถแบ่งผลการศึกษาข้อมูลออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าอายุเฉลี่ย 43.8 ปี เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.25 และเพศชายร้อยละ 33.75 จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 40 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 23.75 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 20 และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.9 คน (ตารางที่ 81)

มีกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทั้ง 2 โครงการ ส่วนใหญ่เป็นการเช่าซื้อจากกรมที่ดิน ร้อยละ 63.75 การเช่าช่วงร้อยละ 22.5 และเป็นการซื้อต่อจากผู้อื่นอีก ร้อยละ 13.75 โดยมียุทธศาสตร์การอยู่อาศัยเฉลี่ย 8.2 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้าส่วนใหญ่มีความมั่นคงในด้านที่อยู่อาศัย

รายได้ครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเฉลี่ย 28,783 บาทต่อเดือน โดยมีช่องทางการหารายได้จากลานตลาดและช่องทางอื่นด้วยร้อยละ 65.9 ช่องทางการหารายได้จากลานตลาดในโครงการเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 34.1 โดยรายได้ที่ได้รับจากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 15,660 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56 ของรายได้ครัวเรือนทั้งหมดต่อเดือน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าครึ่ง

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบรายได้ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าพบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง มีรายได้จากลานตลาดที่สูงกว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าเฉลี่ยที่ 17,557 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 69 ของรายได้

ครัวเรือน แต่เมื่อเทียบรายได้ครัวเรือนรวม ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีรายได้ครัวเรือนสูงกว่าเฉลี่ยที่ 32,025 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 81 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
อายุเฉลี่ย (ปี)	43.94	43.62	43.8
เพศ	หญิง 67% ชาย 33%	หญิง 75% ชาย 25%	หญิง 66.25% ชาย 33.75%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	3.0	2.7	2.9
ระดับการศึกษา	ม.ปลาย 33% ประถมศึกษา 27% ม.ต้น 23%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 35% ม.ต้น 20%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 23.75% ม.ต้น 20%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 67% เช่าช่วง 20% ซื้อต่อ 13%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 55% เช่าช่วง 40% ซื้อต่อ 5%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 63.75% เช่าช่วง 22.5% ซื้อต่อ 13.75%
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	8.3	7.9	8.2
ระยะเวลาที่ค้าขายในลานตลาด (ปี)	5.9	5.0	5.4
ช่องทางการหารายได้ของครัวเรือน	ตลาด+1ช่องทาง 56.7% ตลาดเท่านั้น 43.3%	ตลาด+1ช่องทาง 75% ตลาดเท่านั้น 25%	ตลาด+1ช่องทาง 65.9% ตลาดเท่านั้น 34.1%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	25,541	32,025	28,783
รายได้จากการค้าขายในลานตลาด (บาท)	17,557	13,762	15,660
ร้อยละรายได้จากลานตลาด	69%	43%	56%

2) ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

พบว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มีขนาดร้านค้าเฉลี่ย ที่ 6.85 ตารางเมตร มีการจ่ายค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเป็นรายรายเดือนร้อยละ 75 ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเฉลี่ย 3,111 บาทต่อเดือน เวลาเปิดร้านเฉลี่ย 7.33 น. เวลาปิดร้านเฉลี่ย 17.53 น. ระยะเวลาเปิดทำการร้านเฉลี่ย 10.20 ชั่วโมง เปิดร้านเฉลี่ย 6.6 วันต่อสัปดาห์ การเดินทางมาลานตลาดโดยการเดินเท้าร้อยละ 46 ใช้จักรยานยนต์ร้อยละ 46 และ ลูกค้าเฉลี่ย 30.69 คนต่อวัน และลูกค้าเป็นคนในโครงการบ้านเอื้ออาทรเฉลี่ยร้อยละ 85 (ตารางที่ 82)

ในด้านความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทุกประเภทร้านค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มองว่า วัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรพัฒนาเพื่อ ความสะดวกของผู้อยู่อาศัยร้อยละ 48.25 เพื่อรายได้ผู้อยู่อาศัยร้อยละ 24.25 และไม่ทราบถึงวัตถุประสงค์ร้อยละ 15

ก่อนหน้าที่จะมาค้าขายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการเคยผ่านการ ทำงานเป็นพนักงานประจำร้อยละ 41 เคยค้าขายจากที่อื่นร้อยละ 25 และค้าขายอื่นๆ ร้อยละ 31 เหตุผลที่ตัดสินใจ มาลงทุนที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเพราะ ใกล้บ้านร้อยละ 45 เป็นความถนัดร้อยละ 16 เห็นถึงศักยภาพ ของตลาดร้อยละ 13 และโดนจ้างออกจากงานร้อยละ 9

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามองว่าร้านค้าของตนมีจุดเด่นที่ คุณภาพสินค้าร้อยละ 27 การบริการ ร้อยละ 27 สินค้าแตกต่างจากร้านอื่นในลานตลาดร้อยละ 20 เมื่อดำเนินการค้าขายในลานตลาดแล้วผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ประกอบการค้าสามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ร้อยละ 62 โดยผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการ บ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 สามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ได้มากกว่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 67 (ตารางที่ 82)

ตารางที่ 82 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ขนาดร้านค้า	5.9	7.8	6.85
ลักษณะรอบการจ่ายค่าเช่า	รายเดือน 100%	รายเดือน 50% รายวัน 50%	รายเดือน 75 %
ค่าเช่าพื้นที่รายเดือน (บาท)	3,471	2,750	3,111
เวลาเปิดร้าน	7:26 น.	7:40 น.	7:33 น.
เวลาปิดร้าน	17:45 น.	18:01 น.	17:53 น.
ระยะเวลาเปิดร้านเฉลี่ยรวม (ชั่วโมง/วัน)	10.19 ชม.	10.21 ชม.	10.20 ชม.
จำนวนวันเปิดขายต่อสัปดาห์	6.9	6.2	6.6
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	เดินเท้า 56.67% จักรยานยนต์ 40%	จักรยานยนต์ 55% จักรยาน 30%	เดินเท้า 46% จักรยานยนต์ 46% จักรยาน 6%
จำนวนลูกค้าต่อวัน เฉลี่ย	32	29.50	30.69
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	82%	88%	85%
ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	ความสะดวกผู้อาศัย 48% รายได้ผู้อาศัย 24% ไม่ทราบ 24%	ความสะดวกผู้อาศัย 48% รายได้ผู้อาศัย 24% ไม่ทราบ 24%	ความสะดวกผู้อาศัย 48.25% รายได้ผู้อาศัย 24.25% ไม่ทราบ 15%
ประสบการณ์ก่อนขายในลานตลาด	พนักงานประจำ 40% ค้าขายอื่นๆ 37% รับจ้าง 10%	พนักงานประจำ 42% ค้าขายอื่นๆ 25% ย้ายจากสถานที่อื่น 25%	พนักงานประจำ 41% ค้าขายอื่นๆ 31% ย้ายจากสถานที่อื่น 15%
เหตุผลในการตัดสินใจลงทุน	ใกล้บ้าน 53% ความถนัด 21% โดนให้ออกจากงาน 9% เห็นศักยภาพตลาด 9%	ใกล้บ้าน 38% เห็นศักยภาพตลาด 17% ใช้เวลาว่างสร้างรายได้ 15% ความถนัด 9% โดนให้ออกจากงาน 9%	ใกล้บ้าน 48% ความถนัด 16% เห็นศักยภาพตลาด 13% โดนให้ออกจากงาน 9%
ประเด็นหลัก ผู้ค้าคิดว่าร้านค้ามีจุดเด่นด้านใด	การบริการ 30% คุณภาพสินค้า 25% สินค้าแตกต่าง 16%	คุณภาพสินค้า 31% สินค้าแตกต่าง 26% การบริการ 15%	คุณภาพสินค้า 27% การบริการ 27% สินค้าแตกต่าง 20% ความสะอาด 10%
คืนทุนในเวลาที่เกิดการณ์สำเร็จ	ตามคาดการณ์ 67%	ตามคาดการณ์ 55%	ตามคาดการณ์ 62%
สิทธิพิเศษ	ไม่ได้รับสิทธิ 90%	ไม่ได้รับสิทธิ 80%	ไม่ได้รับสิทธิ 85%

3) ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด) ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.87 คะแนน (ตารางที่ 83) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าให้คะแนนทักษะคิดและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.24 คะแนน (ตารางที่ 83) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

เมื่อนำผลคะแนนด้านทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ทักษะคิดต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด เป็นประเด็นที่ทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าให้คะแนนทักษะคิดอยู่ในอันดับท้าย (อันดับที่ 4 และ 5 ตามตารางที่ 83)

ตารางที่ 83 ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทักษะคิดต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทักษะคิดต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.70 (5)	4.02 (4)
2.ทักษะคิดต่อการใช้สอยลานตลาด	3.99 (2)	4.40 (2)
3.ทักษะคิดต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.88 (3)	3.87 (5)
4. ทักษะคิดต่อภาพรวมของลานตลาด	3.75 (4)	4.33 (3)
5.ทักษะคิดต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.03 (1)	4.55 (1)
คะแนนทักษะคิดเฉลี่ยรวม	3.87	4.24

4) ทักษะคิดต่อผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทักษะคิดด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยรวม 4.58 คะแนนซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ให้คะแนนสูงที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน 4.70 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน 4.45 คะแนน (ตารางที่ 84)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร เฉลี่ยที่ 4.43 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก ให้คะแนนสูงที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน 4.50 คะแนน และให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน 4.28 คะแนน (ตารางที่ 84)

เมื่อนำผลคะแนนทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติด้านผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนในอันดับแรก และทัศนคติด้านประโยชน์การสร้างความเข้มแข็งในชุมชน อยู่ในอันดับสุดท้าย ทั้งสองโครงการ

ตารางที่ 84 ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.58 (2)	4.45 (2)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	4.70 (1)	4.50 (1)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4.45 (3)	4.28 (3)
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	4.58	4.41

5.3.3 ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจข้อมูลการใช้งานสถานตลาดและการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้
อยู่อาศัยทั่วไปและผู้ประกอบการค้าทั้ง 2 โครงการ สามารถแบ่งผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลออกเป็น 4 ด้านดังนี้

**1) ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทร
ลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า**

พบว่าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า อายุเฉลี่ยของผู้
อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีอายุเฉลี่ยสูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป (ตารางที่ 85) โดยผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า
ทั้ง 2 โครงการมีอายุเฉลี่ยรวม 43.8 ปี และผู้อยู่อาศัยทั่วไปมีอายุเฉลี่ยรวม 38 ปี (ตารางที่ 86)

ด้านเพศของผู้อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยทั่วไปเป็นเพศหญิงร้อยละ 53 และเพศชายร้อยละ 47 และเพศ
ทางเลือกอื่นๆร้อยละ 2 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีสัดส่วนของเพศหญิงที่มากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง
ร้อยละ 66.25 และเพศชายร้อยละ 33.75 (ตารางที่ 85)

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทั้ง 2 โครงการมีจำนวนสมาชิกใน
ครัวเรือนสูงกว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (ตารางที่ 85) โดยผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าทั้ง 2 โครงการมีจำนวนสมาชิก
ในครัวเรือนเฉลี่ย 2.9 คน และผู้อยู่อาศัยทั่วไปมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.5 คน (ตารางที่ 85)

ด้านรายได้ครัวเรือนโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ผู้อยู่อาศัยทั่วไปมีรายได้ครัวเรือนสูงกว่าผู้
อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า ต่างจากโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีรายได้
ครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป (ตารางที่ 85) โดยเมื่อพิจารณาาร่วมกันทั้งสองโครงการ พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็น
ผู้ประกอบการค้ามีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยที่ 27,315 บาทต่อเดือน สูงกว่ารายได้ครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปที่มีรายได้
ครัวเรือนเฉลี่ยที่ 24,844 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 86)

ด้านการจบการศึกษาเมื่อพิจารณาาร่วมกันทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไป จบการศึกษาระดับชั้น
ปริญญาตรี ร้อยละ 41 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 19 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 8 ซึ่งเป็นระดับ
การศึกษาที่สูงกว่าระดับการศึกษาของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าที่ จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอน
ปลายร้อยละ 40 ระดับชั้นประถมศึกษาร้อยละ 23.75 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 20 (ตารางที่ 86)

ด้านกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยเมื่อพิจารณาาร่วมกันทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไป มีกรรมสิทธิ์การ
ครอบครองที่อยู่อาศัยแบบเช่าซื้อจากการเคหะฯร้อยละ 41.5 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบเช่าช่วงร้อยละ 33.5
กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบซื้อต่อร้อยละ 25 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่
อาศัยแบบเช่าซื้อจากการเคหะฯร้อยละ 63.75 กรรมสิทธิ์การครอบครองแบบเช่าช่วงร้อยละ 22.5 กรรมสิทธิ์การ
ครอบครองแบบซื้อต่อร้อยละ 13.75

ด้านการอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรเมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรเฉลี่ย 6.7 ปี ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรเฉลี่ย 8.2 ปี (ตารางที่ 86)

ตารางที่ 85 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 1 สรุปเปรียบเทียบ 2 โครงการ)

ลักษณะครัวเรือน	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2		โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	
	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
อายุ เฉลี่ย (ปี)	37.6	43.9	40.4	43.6
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.5	3	2.4	2.7
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	6.03	8.4	7.4	7.9
เพศ	หญิง 53% ชาย 45%	หญิง 63.3% ชาย 36.7%	หญิง 50% ชาย 48%	หญิง 75% ชาย 25%
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี 45% ม.ปลาย 18% ม.ต้น 16%	ม.ปลาย 33% ประถมศึกษา 27% ม.ต้น 23%	ปริญญาตรี 38% ม.ปลาย 19% ประถมศึกษา 17%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 35% ม.ต้น 20%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41% เช่าช่วง 31% ซื้อต่อ 28%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 66.7% เช่าช่วง 16.67% ซื้อต่อ 16.67%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 42% เช่าช่วง 36% ซื้อต่อ 22%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 55% เช่าช่วง 40% ซื้อต่อ 5%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	27,663	25,745	22,448	32,025

ตารางที่ 86 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 2 สรุปรวม 2 โครงการ)

ลักษณะครัวเรือน สรุปรวม 2 โครงการ	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
อายุ เฉลี่ย (ปี)	38	43.8
เพศ	หญิง 52% ชาย 47%	หญิง 66.25% ชาย 33.75%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.5	2.9
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	6.7	8.2
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี 41% ม.ปลาย 19% ม.ต้น 8%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 23.75% ม.ต้น 20%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41.5% เช่าช่วง 33.5% ซื้อต่อ 25%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 63.75% เช่าช่วง 22.5% ซื้อต่อ 13.75%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	24,844	27,315

2) ผลการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปเดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 58 เดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าร้อยละ 31 ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า เดินทางมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 55 เดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าร้อยละ 38.5 (ตารางที่ 88)

ด้านการใช้บริการลานตลาดเมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไป เข้ามาใช้บริการลานตลาด เฉลี่ย 3.9 วันต่อสัปดาห์ รายจ่ายในการจับจ่ายใช้สอยในลานตลาดเฉลี่ย 177 บาทต่อครั้ง ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณร่วมกับจำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาด จะมีรายจ่ายเฉลี่ยที่ 2,777 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.4 ของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่ 88)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า เดินทางมาลานตลาดโดยการเดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าร้อยละ 60 จำนวน วันเปิดร้านเฉลี่ย 6.5 วันต่อสัปดาห์ จำนวนลูกค้าเฉลี่ย 31.6 คนต่อวัน เป็นลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร้อยละ 84 สามารถสร้างรายได้จากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 16,711 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 61 ของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่ 88)

เมื่อพิจารณาแยกแต่ละโครงการ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มีรายได้จากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 17,694 บาทต่อเดือน และเป็นรายได้หลักของรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 69 ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของครัวเรือนและสูงกว่ารายได้จากการค้าขายในลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่มีรายได้จากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 13,125 บาทต่อเดือน และเป็นเพียงร้อยละ 42 ของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่ 87)

ด้านประเภทสินค้าเมื่อพิจารณาทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปซื้อสินค้าจากร้านขายวัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 54 ร้านขายอาหารร้อยละ 42 และร้านบริการร้อยละ 4 ซึ่งเมื่อเทียบกับสัดส่วนร้านค้าในลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าประเภทร้านค้าในลานตลาดประกอบด้วยร้านขายอาหารร้อยละ 50 ร้านขายวัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 36 ร้านบริการร้อยละ 11 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าในลานตลาดและความต้องการของผู้ใช้บริการลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร (ตารางที่ 87)

ตารางที่ 87 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 1 สรุปรเปรียบเทียบ 2 โครงการ)

การใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2		โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	
	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	เดินเท้า 56.7% จักรยานยนต์ 40% อื่นๆ 3.3%	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	เดินเท้า 63.3% จักรยานยนต์ 33.3% อื่นๆ 3.3%
จำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาดต่อสัปดาห์	3.8	6.7	3.8	6.2
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	176		178	
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,652		2,889	
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	9.6%		13.1%	
จำนวนลูกค้าต่อวัน		32.3		29.5
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร		82%		88%
รายได้จากการค้าในลานตลาดต่อเดือน (บาท)		17,694		13,125
รายได้จากลานตลาดต่อรายได้ครัวเรือน (ร้อยละ)		69%		42%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ / ประเภทร้านค้า	วัตถุดิบ, ของใช้ 46.3% ร้านขายอาหาร 44.2% ร้านบริการ 9.5%	ร้านขายอาหาร 48.1 % วัตถุดิบ, ของใช้ 24.1 % ร้านบริการ 27.8 %	วัตถุดิบ, ของใช้ 53 % ร้านขายอาหาร 43% ร้านบริการ 4 %	ร้านขายอาหาร 57% วัตถุดิบ, ของใช้ 36% ร้านบริการ 7%

ตารางที่ 88 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 2 สรุปรวม 2 โครงการ)

การใช้งานลานตลาด	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย
		ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 58% เดินเท้า 31% อื่นๆ 10%	เดินเท้า 60% จักรยานยนต์ 36.7% อื่นๆ 3.3%
จำนวนวันที่ใช้บริการลานตลาดต่อสัปดาห์ / จำนวนวันเปิดขายต่อสัปดาห์	3.9	6.5
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	177	-
จำนวนลูกค้าต่อวัน (คน)	-	31.6
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,777	-
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	-	84%
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	11.4%	-
รายได้จากการค้าในลานตลาดต่อเดือน (บาท)	-	16,711
รายได้จากลานตลาด (ร้อยละ)	-	61%
ประเภทสินค้าที่ซื้อ / ประเภทร้านค้า	วัตถุดิบ, ของใช้ 54 % ร้านขายอาหาร 42 % ร้านบริการ 4 %	ร้านขายอาหาร 52.6 % วัตถุดิบ, ของใช้ 30 % ร้านบริการ 17.4 %

3) ทักษะและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้าน เอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดสำหรับผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้
อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ใน
ประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้าง
ความสัมพันธ์ในสังคมโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก,
2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบทักษะและความพึงพอใจระหว่างผู้อยู่อาศัยทั้งสองโครงการโดยพิจารณา
ร่วมกันทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า พบว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร
ลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.41 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยคะแนนต่ำ
กว่าคะแนนทักษะและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนด้าน
ทักษะและความพึงพอใจคะแนนสูงที่สุดด้านการใช้สอยลานตลาด 3.63 คะแนน ให้คะแนนในด้านการบริหารลาน
ตลาดเป็นอันดับที่ 4 คะแนนเฉลี่ยที่ 3.32 คะแนน และให้คะแนนในด้านภายภาพของลานตลาดเป็นอันดับที่ 5
คะแนนเฉลี่ยที่ 3.23 คะแนน (ตารางที่ 89)

ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.74 คะแนน ซึ่ง
อยู่ในเกณฑ์มาก โดยคะแนนสูงกว่าคะแนนทักษะและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร
ลาดกระบัง 2 ให้คะแนนด้านทักษะและความพึงพอใจคะแนนสูงที่สุดด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม 3.91
คะแนน ให้คะแนนในด้านภายภาพของลานตลาดเป็นอันดับที่ 4 คะแนนเฉลี่ยที่ 3.56 คะแนน และให้คะแนนในด้านการ
บริหารลานตลาดเป็นอันดับที่ 5 คะแนนเฉลี่ยที่ 3.51 คะแนน (ตารางที่ 89)

เมื่อพิจารณาลำดับของประเด็นที่ผู้อยู่อาศัยทั้งสองโครงการให้คะแนนทักษะและความพึงพอใจ พบว่าผู้
อยู่อาศัยใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทักษะและความ
พึงพอใจต่อภายภาพของลานตลาดและการบริการลานตลาด ในอันดับที่ 4 และ 5 ซึ่งต่ำกว่าคะแนนทักษะและความ
พึงพอใจในด้านอื่นๆทั้ง 2 โครงการ (ตารางที่ 89)

ตารางที่ 89 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2			โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า		
	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า	เฉลี่ยรวม	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า	เฉลี่ยรวม
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76	3.70	3.23 (5)	3.09	4.02	3.56 (4)
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27	3.99	3.63 (1)	3.40	4.40	3.90 (2)
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75	3.88	3.32 (4)	3.14	3.87	3.51 (5)
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97	3.75	3.36 (3)	3.22	4.33	3.78 (3)
5.ทศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98	4.03	3.51 (2)	3.27	4.55	3.91 (1)
คะแนนทศนคติเฉลี่ยรวม	2.95	3.87	3.41	3.23	4.24	3.74

4) ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

จากการสำรวจโดยแบบสอบถามทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าโดยการให้คะแนนความพึงพอใจ เต็ม 5 คะแนน (4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด)

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดระหว่างผู้อยู่อาศัยทั้งสองโครงการโดยพิจารณาร่วมกันทั้งผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า พบว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดเฉลี่ยที่ 4.02 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก โดยคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าคะแนนทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนสูงที่สุดในด้าน ผลด้านการค้าขายสินค้าเฉลี่ยที่ 4.10 คะแนน และ ให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน เฉลี่ยที่ 3.91 คะแนน (ตารางที่ 90)

ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าให้คะแนนทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดเฉลี่ยที่ 3.95 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก โดยคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าคะแนนทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนสูงที่สุดในด้าน ผลด้านการค้าขายสินค้าเฉลี่ยที่ 4.05 คะแนน และ ให้คะแนนต่ำที่สุดในด้านผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน เฉลี่ยที่ 3.79 คะแนน (ตารางที่ 90) ซึ่งผลคะแนนด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของทั้งสองโครงการมีความใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาลำดับของประเด็นที่ผู้อยู่อาศัยทั้งสองโครงการให้คะแนนทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาด พบว่าผู้อยู่อาศัยให้คะแนนด้าน ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน เป็นอันดับสุดท้าย ทั้งสองโครงการ

ตารางที่ 90 ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2			โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า		
	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า	เฉลี่ยรวม	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า	เฉลี่ยรวม
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.62	4.58	4.10 (1)	3.65	4.45	4.05 (1)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.38	4.70	4.04 (2)	3.49	4.50	4.00 (2)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.36	4.45	3.91 (3)	3.30	4.28	3.79 (3)
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	3.45	4.58	4.02	3.48	4.41	3.95



บทที่ 6

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงบทสรุปของการศึกษา ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยการรวบรวมผลการศึกษา และการวิเคราะห์ผลการศึกษาจากบทที่ 3 - 4 จากนั้นจึงทำการสรุปผลการศึกษา และเรียบเรียงลำดับการสรุปผล ดังนี้

6.1 สรุปข้อดีและข้อจำกัดจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร


6.1.1 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการกายภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

ผลจากการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย สามารถนำคะแนนในแต่ละหัวข้อมาสรุปข้อดีและข้อจำกัดโดยวิธีการ ดังนี้


(1) คัดเลือกคะแนนในแต่ละข้อที่สูงที่สุดแต่ไม่ต่ำกว่า 2.50 คะแนน และ คะแนนที่ต่ำที่สุดแต่ไม่เกิน 3.50 คะแนน ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป, ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า จากทั้งสองโครงการ (4 ลานตลาด) และจากคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งสองโครงการ (ตารางที่ 91 และ 92)

(2) คัดเลือก 3 อันดับแรกที่คะแนนสูงและต่ำที่สุดที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ ด้านกายภาพ โดยคะแนนสูงที่สุดสามารถสรุปได้เป็นข้อดีของลานตลาด และคะแนนที่ต่ำที่สุดสามารถสรุปได้เป็นข้อจำกัดของลานตลาด (ตารางที่ 93)

ตารางที่ 91 สรุปทัศนคติต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด

สรุปทัศนคติต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.76)	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.09)	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.93)
2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	1 3.31 2 3.26	1 3.64 2 3.63	1 3.48 2 3.45
3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	3 2.89	3 3.31	3 3.1
4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	4 2.46	4 2.72	4 2.59
5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	5 2.45	5 2.73	5 2.59
6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	6 2.66	6 2.98	6 2.82
7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	7 2.76	7 3.03	7 2.9
8 ท้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม	8 2.26	8 2.77	8 2.52
9 การออกแบบตลาดดี โលงไปรงสบายเหมาะสมกับการใช้งาน	9 2.76	9 2.97	9 2.87
10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	10 2.83	10 3.09	10 2.96
	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.70)	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.02)	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 2.76)
	1 4.40 2 4.17 3 3.66 4 2.89 5 3.22 6 3.44 7 3.85 8 3.53 9 3.64 10 3.91	1 4.3 2 4.1 3 4.0 4 2.89 5 3.43 6 2.78 7 4 8 4.04 9 4.1 10 4.1	1 4.40 2 4.35 3 3.88 4 2.89 5 3.28 6 3.28 7 4.03 8 3.66 9 3.78 10 3.97
 4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด			

ตารางที่ 92 สรุปทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด และ สรุปทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด

สรุปทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.27)	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.40)	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย)
2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	1 3 2 3.4	1 3.29 2 3.5	1 3.15 2 3.45
3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3 2.72 4 2.72 5 2.78	3 3.09 4 3.05 5 3.12	3 2.9 4 2.88 5 2.95
4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดที่เดียว	6 3.94 7 3.86	6 3.72 7 3.7	6 3.83 7 3.78
5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	8 3.75 9 3.28	8 3.68 9 3.43	8 3.71 9 3.35
6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.99)	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.40)	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 2.76)
7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	1 3.43 2 4.1	1 4.22 2 4.5	1 3.63 2 4.2
8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	3 3.32 4 3.44 5 4.15	3 3.83 4 3.89 5 4.38	3 3.45 4 3.55 5 4.21
9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	6 4.51 7 4.44 8 4.46 9 3.28	6 4.67 7 4.63 8 4.66 9 4.62	6 4.57 7 4.49 8 4.51 9 4.27
สรุปทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.97)	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.22)	ผู้อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.10)
2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด	1 3.01 2 3.88 3 3.11	1 3.02 2 3.51 3 3.41	1 3.01 2 3.7 3 3.26
3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	4 2.92 5 2.45 6 2.45	4 3.36 5 3.03 6 3.01	4 3.14 5 2.74 6 2.73
4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.75)	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.33)	ผู้อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.89)
5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	1 3.46 2 4.46 3 3.68	1 3.7 2 4.67 3 4.7	1 3.52 2 4.51 3 3.94
6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	4 3.72 5 3.87 6 3.29	4 4.63 5 4.17 6 4.12	4 3.95 5 3.94 6 3.5
 4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด			

จากผลการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย ในตาราง 6.1 และ 6.2 นำมาสู่ข้อสรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านกายภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรดังนี้ (ตารางที่ 6.3)

ตารางที่ 93 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านลักษณะทางกายภาพของลานตลาด

สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	
ข้อดี	ข้อจำกัด
[1] ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม (เฉลี่ย 3.94)	[1] ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่ (เฉลี่ย 2.60)
[2] ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด (เฉลี่ย 3.90)	[2] ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ (เฉลี่ย 2.74)
[3] ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม (เฉลี่ย 3.81)	[3] ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี (เฉลี่ย 2.93)
4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด	

ข้อดี



1) ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีบริเวณที่ตั้งของลานตลาดในตำแหน่งที่เหมาะสมของโครงการบ้านเอื้ออาทร สะดวกต่อการเข้าถึงจากหลายอาคารในโครงการ

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง ลานตลาด L1 และ L2 อยู่ใกล้บริเวณทางเข้า - ออกโครงการ และลานตลาด L3 อยู่บริเวณจุดศูนย์กลางของโครงการ และใกล้บริเวณลานกีฬาและศูนย์ชุมชน

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า อยู่ใกล้บริเวณทางเข้าออกรองของโครงการและอยู่ใกล้บริเวณลานกีฬาและศูนย์ชุมชน

ตารางที่ 94 สรุปข้อดีด้านที่ตั้งของลานตลาดมีความเหมาะสมและข้อดีด้านความสะดวกในการเดินทางไปตลาด

โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
	

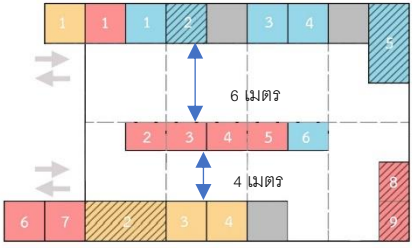
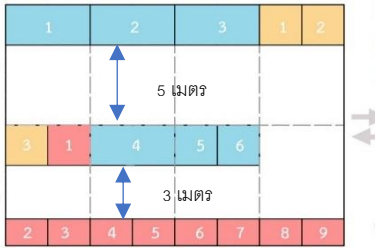
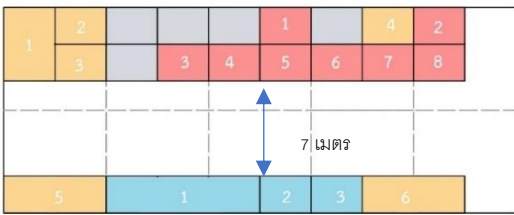
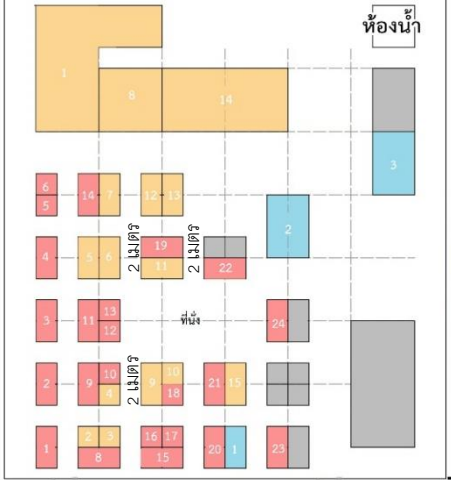
2) ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีบริเวณที่ตั้งของลานตลาดในตำแหน่งที่เข้าถึงง่ายสะดวกต่อการเดินทางไปจับจ่ายใช้สอยของผู้อยู่อาศัยในโครงการ สอดคล้องกับข้อดีด้านที่ตั้งของลานตลาดมีความเหมาะสม จึงส่งผลให้ที่ตั้งของลานตลาดส่งเสริมให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความสะดวกในการเดินทางมาใช้งาน

3) ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีการเตรียมพื้นทางเดินไว้เหมาะสม สะดวกในการเดินทางไปจับจ่ายใช้สอย และมีขนาดไม่น้อยกว่า 2 เมตร เป็นไปตาม กฎกระทรวง ว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 จึงส่งผลให้ผู้มาใช้งานลานตลาดมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับขนาดของทางเดินในตลาด

ตารางที่ 95 สรุปข้อดีด้านทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม

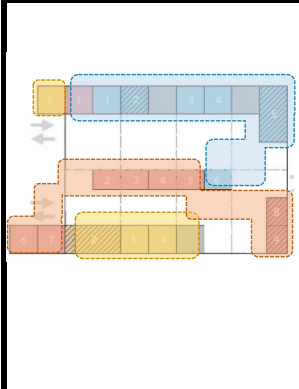
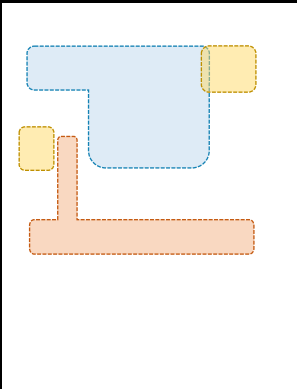
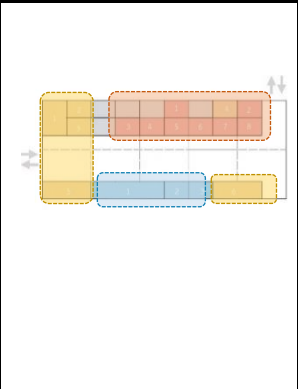
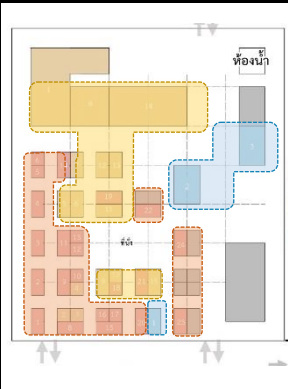
โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2
	
โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
	

ข้อจำกัด

1) ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรขาดการคำนึงในการจัดหมวดหมู่ของตำแหน่งร้านค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตามมาในหลายด้าน เช่น การมองเห็นและเข้าถึงได้ยากของร้านค้าภายในตลาด การจับจองพื้นที่ตั้งของแผงร้านค้าโดยไม่คำนึงถึงหมวดหมู่ร้านค้า ความไม่มีสุขอนามัยที่ดีของลานตลาดซึ่งเกิดจากการอยู่ใกล้ชิดกันระหว่างร้านของสดและร้านอื่นๆ

ตารางที่ 96 สรุปข้อจำกัดด้านการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่

สรุปข้อจำกัดด้านการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่			
โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2			โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	
			
■ = ร้านอาหาร ■ = ร้านวัตถุดิบและของใช้ ■ = ร้านประเภทบริการ			

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2) ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีบริเวณที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้บริการไม่ชัดเจนเนื่องจากมักมีการใช้ที่จอดรถร่วมกันกับผู้อยู่อาศัยภายในโครงการ อีกทั้งจากการทำแบบสำรวจผู้อยู่อาศัยพบว่าผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาลานตลาดด้วยจักรยานยนต์และการเดินเท้า จึงสังเกตได้ว่ารถยนต์ที่จอดในที่จอดรถบริเวณลานตลาดอาจไม่ใช่รถยนต์ที่มารับบริการลานตลาด

3) ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีบริเวณที่ตั้งของลานตลาดในตำแหน่งที่ อยู่ใกล้บริเวณทางเข้าออกรองของโครงการและอยู่ใกล้บริเวณลานกีฬาและศูนย์ชุมชน จึงมีการใช้งานทางสัญจรร่วมกับส่วนอื่นของโครงการ และเกิดการชะลอของรถยนต์ จึงทำให้เกิดการติดขัดของการจราจรในเวลาที่ยังมีผู้อยู่อาศัยมาใช้งานลานตลาดจำนวนมาก เช่น ช่วงเช้าและช่วงเย็น

ตารางที่ 97 สรุปข้อจำกัดด้านตลาดมีที่จอดรถเพียงพอและตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี

สรุปข้อจำกัดด้านตลาดมีที่จอดรถเพียงพอและตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี			โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2			
ลานตลาด L1	ลานตลาด L2	ลานตลาด L3	
<p>Diagram of L1 market area showing parking spaces and building footprints.</p>	<p>Diagram of L2 market area showing parking spaces and building footprints.</p>	<p>Diagram of L3 market area showing parking spaces and building footprints.</p>	<p>Diagram of Rongkiet market area showing parking spaces and building footprints.</p>

CHULALONGKORN UNIVERSITY

6.1.2 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

ผลจากการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย สามารถนำคะแนนในแต่ละหัวข้อมาสรุปข้อดีและข้อจำกัดโดยวิธีการดังนี้

(1) คัดเลือกคะแนนในแต่ละข้อที่สูงที่สุดแต่ไม่ต่ำกว่า 2.50 คะแนน และ คะแนนที่ต่ำที่สุดแต่ไม่เกิน 3.50 คะแนน ของผู้อาศัยทั่วไป, ผู้อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า จากทั้งสองโครงการ (4 ลานตลาด) และจากคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งสองโครงการ (ตารางที่ 98 และ 99)

(2) คัดเลือก 3 อันดับแรกที่คะแนนสูงและต่ำที่สุดที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ ด้านการบริหาร โดยคะแนนสูงที่สุดสามารถสรุปได้เป็นข้อดีของลานตลาด และคะแนนที่ต่ำที่สุดสามารถสรุปได้เป็นข้อจำกัดของลานตลาด (ตารางที่ 100)

ตารางที่ 98 สรุปทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด และ สรุปทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด

สรุปทัศนคติของท่านต่อการบริหารจัดการลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.75)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.14)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.95)
2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	1 3.05 2 2.77	1 3.26 2 3.18	1 3.15 2 2.98
3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	3 2.74	3 3.13	3 2.93
4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	4 2.67	4 3.04	4 2.86
5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	5 2.72	5 3.15	5 2.94
6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	6 2.56	6 3.1	6 2.83
	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.88)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.87)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.88)
	2 3.43 3 3.77 4 3.66 5 4.39 6 3.87	1 4.17 2 3.8 3 3.65 4 4.03 5 3.49 6 4.02	1 4.17 2 3.53 3 3.74 4 3.76 5 4.16 6 3.91
สรุปทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.27)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.40)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย)
2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	1 3 2 3.4	1 3.29 2 3.5	1 3.15 2 3.45
3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3 2.72 4 2.72 5 2.78	3 3.09 4 3.05 5 3.12	3 2.9 4 2.88 5 2.95
4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดทีเดียว	6 3.94 7 3.86 8 3.75 9 3.28	6 3.72 7 3.7 8 3.68 9 3.43	6 3.83 7 3.78 8 3.71 9 3.28
5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย			
6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.99)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.40)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 2.76)
7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	1 3.43 2 4.1	1 4.22 2 4.5	1 3.63 2 4.2
8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	3 3.32 4 3.44 5 4.15 6 4.53 7 4.44 8 4.46 9 3.28	3 3.83 4 3.89 5 4.38 6 4.67 7 4.63 8 4.66 9 4.62	3 3.45 4 3.55 5 4.21 6 4.57 7 4.49 8 4.51 9 4.27
9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย			
	■ = ข้อดี ■ = ข้อจำกัด		
	4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด		

ตารางที่ 99 สรุปทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด และ สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการค้าขายสินค้า และ สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

สรุปทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.97)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.22)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.10)
2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด	■ 1 3.01 ■ 2 3.88 ■ 3 3.11 ■ 4 2.92	■ 1 3.02 ■ 2 3.51 ■ 3 3.41 ■ 4 3.36	■ 1 3.01 ■ 2 3.7 ■ 3 3.26 ■ 4 3.14
3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย	■ 5 2.45 ■ 6 2.45	■ 5 3.03 ■ 6 3.01	■ 5 2.74 ■ 6 2.73
4 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.75)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.33)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 3.89)
5 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน	■ 1 3.46 ■ 2 4.46 ■ 3 3.68	■ 1 3.7 ■ 2 4.67 ■ 3 4.7	■ 1 3.52 ■ 2 4.51 ■ 3 3.94
6 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	■ 4 3.72 ■ 5 3.87 ■ 6 3.29	■ 4 4.63 ■ 5 4.17 ■ 6 4.12	■ 4 3.95 ■ 5 3.94 ■ 6 3.5
สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการค้าขายสินค้า	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ความสะดวกในการซื้อสินค้า	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.47)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.65)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.56)
2 ความสม่ำเสมอของผู้ซื้อ	■ 1 3.36 ■ 2 3.53 ■ 3 3.53	■ 1 3.6 ■ 2 3.66 ■ 3 3.68	■ 1 3.48 ■ 2 3.6 ■ 3 3.6
3 สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.48)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.45)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.47)
	■ 1 4.65 ■ 2 4.3 ■ 3 4.5	■ 1 4.62 ■ 2 4.26 ■ 3 4.47	■ 1 4.65 ■ 2 4.28 ■ 3 4.48
สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.03)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.30)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.17)
2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	■ 1 2.77 ■ 2 2.73 ■ 3 3.26 ■ 4 3.39	■ 1 3.15 ■ 2 3.11 ■ 3 3.45 ■ 4 3.49	■ 1 2.96 ■ 2 2.92 ■ 3 3.35 ■ 4 3.44
3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 4.30)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 4.28)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 4.29)
4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	■ 1 4.46 ■ 2 3.51 ■ 3 4.68 ■ 4 4.54	■ 1 4.43 ■ 2 3.52 ■ 3 4.66 ■ 4 4.53	■ 1 4.45 ■ 2 3.51 ■ 3 4.67 ■ 4 4.54
<p>■ = ข้อดี ■ = ข้อจำกัด</p> <p>4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด</p>			

จากผลการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย ในตาราง 6.8 และ 6.9 นำมาสู่ข้อสรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรดังนี้ (ตารางที่ 100)

ตารางที่ 100 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการของลานตลาด

สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการของลานตลาด	
ข้อดี	ข้อจำกัด
[1] สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ (เฉลี่ย 4.04)	[1] ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด (เฉลี่ย 3.11)
[2] ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ (เฉลี่ย 3.66)	[2] จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ (เฉลี่ย 3.17)
[3] ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี (เฉลี่ย 3.55)	[3] ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน (เฉลี่ย 3.21)
4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด	

ข้อดี

1) สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับผู้ซื้อ

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีราคาสินค้าที่เหมาะสมกับผู้อยู่อาศัยภายในโครงการ สอดคล้องกับแบบสำรวจของผู้วิจัยในด้านรายจ่ายให้ลานตลาด มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ 177 บาทต่อครั้ง หรือประมาณ 2,777 ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ของรายได้ครัวเรือน (ตารางที่101)

ตารางที่ 101 สรุปรายจ่ายในการใช้จ่ายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

สรุปรายจ่ายในการใช้จ่ายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)	27,663	22,026	24,844
จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่ใช้บริการลานตลาด	3.8	4.1	3.9
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	176	178	177
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,652	2,889	2,777
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	9.6%	13.1%	11.4%

2) ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ โดยลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เก็บค่าเช่าพื้นที่เป็นรายเดือนทั้งหมด ส่วนลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า สามารถเลือกได้ว่าจ่ายค่าเช่าพื้นที่เป็นรายวันหรือรายเดือน (ตารางที่ 102 และ 103)

ตารางที่ 102 สรุปการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่

สรุปการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ลักษณะรอบการจ่ายค่าเช่า	รายเดือน 100%	รายเดือน 50% รายวัน 50%	รายเดือน 75 %
ค่าเช่าพื้นที่รายเดือน (บาท)	3,471	2,750	3,111

ตารางที่ 103 สรุปการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ และลักษณะการคัดเลือกผู้ค้า

สรุปการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่และลักษณะการคัดเลือกผู้ค้า				
	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L 3	ร่มเกล้า
จำนวนบุคลากร	3	1	2	4
ลักษณะการเก็บ ค่าเช่า	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง/โอนเข้าบัญชี	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง/โอนเข้าบัญชี	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง	เก็บค่าเช่าโดยตนเอง
ลักษณะการ คัดเลือกผู้ค้า	- ให้สิทธิ์ผู้อยู่อาศัยในโครงการก่อน - เลือกรับผู้ค้าที่มีความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	- ส่งเสริมรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ - เลือกรับผู้ค้าโดยไม่สนใจ ความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	- ส่งเสริมรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ - เลือกรับผู้ค้าโดยไม่สนใจ ความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	- รับผู้ค้าภายในและภายนอก - เลือกรับผู้ค้าที่มีความสามารถ - หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 3 ร้าน

3) ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี และส่งเสริมให้โอกาสในการค้าขายสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ และหลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำ (ตารางที่ 103)

ข้อจำกัด

1) ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีข้อจำกัดด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด จากการสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยในขั้นตอนการทำแบบสำรวจทัศนคติของผู้อยู่อาศัยพบว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับลานตลาดถูกพุดน้อยครั้งในที่ประชุมของผู้อยู่อาศัย และความคิดเห็นส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจราจรโดยรอบซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกลานตลาดด้วย

ตารางที่ 104 สรุปสิ่งที่ชุมชนเคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด

สรุปสิ่งที่ชุมชนเคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด				
	ลาดกระบ้ง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบ้ง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบ้ง 2 ลานตลาด L3	ร่มเกล้า
สิ่งที่ชุมชนเคย ออกความ คิดเห็นเกี่ยวกับ ลานตลาด	- ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ	- เรียกร้องให้ริเริ่มพัฒนาลานตลาด - ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ - ด้านการทิ้งขยะ	- ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ	- ด้านการสร้างความคิดชัดให้ การจราจรโดยรอบ

2) จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีข้อจำกัดด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ ผลส่วนหนึ่งมาจากนโยบายการให้ออกาสผู้อยู่อาศัยในโครงการมาเป็นผู้ค้าในลานตลาด ส่งผลให้สินค้าในลานตลาดเป็นไปตามความถนัดในการขายของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า

3) ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีข้อจำกัดด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน เนื่องจากลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเป็นเพียงสถานที่จับจ่ายใช้สอยและพบปะกันของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรเท่านั้น จึงไม่สอดคล้องกับความสามารถในการทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน

6.1.3 สรุปข้อดีและข้อจำกัดความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

ผลจากการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย สามารถนำคะแนนในแต่ละหัวข้อมาสรุปข้อดีและข้อจำกัดโดยวิธีการดังนี้

(1) คัดเลือกคะแนนในแต่ละข้อที่สูงที่สุดแต่ไม่ต่ำกว่า 2.50 คะแนน และ คะแนนที่ต่ำที่สุดแต่ไม่เกิน 3.50 คะแนน ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป,ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า จากทั้งสองโครงการ (4 ลานตลาด) และจากคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งสองโครงการ (ตารางที่ 105)

(2) คัดเลือก 3 อันดับแรกที่คะแนนสูงและต่ำที่สุดที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ ด้านกายภาพ โดยคะแนนสูงที่สุดสามารถสรุปได้เป็นข้อดีของลานตลาด และคะแนนที่ต่ำที่สุดสามารถสรุปได้เป็นข้อจำกัดของลานตลาด (ตารางที่ 105)



ตารางที่ 105 สรุปทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน และ สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

สรุปทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ท่านมีร้านค้าเจ้าประจำในตลาด	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 2.98)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.27)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.13)
2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน	■ 1 3 ■ 2 3.57	■ 1 3.37 ■ 2 3.57	■ 1 3.18 ■ 2 3.57
3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ	■ 3 3.45	■ 3 3.61	■ 3 3.53
4 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	■ 4 3.29	■ 4 3.51	■ 4 3.4
และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด	■ 5 2.63	■ 5 2.91	■ 5 2.77
5 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาด	■ 6 2.57	■ 6 3	■ 6 2.78
หลายคน	■ 7 2.38	■ 7 2.89	■ 7 2.64
6 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี	■ 8 2.96	■ 8 3.33	■ 8 3.14
ของชุมชน	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.03)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.55)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.16)
7 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน	■ 1 4.1	■ 1 4.37	■ 1 4.17
8 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น	■ 2 4.58 ■ 3 4.27 ■ 4 4.17 ■ 5 3.89 ■ 6 3.89 ■ 7 3.41 ■ 8 3.91	■ 2 4.8 ■ 3 4.75 ■ 4 4.68 ■ 5 4.47 ■ 6 4.59 ■ 7 3.74 ■ 8 4.72	■ 2 4.64 ■ 3 4.39 ■ 4 4.3 ■ 5 4.04 ■ 6 4.07 ■ 7 3.49 ■ 8 4.12
สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายดี	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.33)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.49)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.41)
2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับเองดี	■ 1 3.41 ■ 2 3.37	■ 1 3.52 ■ 2 3.62	■ 1 3.47 ■ 2 3.49
3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี	■ 3 3.21	■ 3 3.35	■ 3 3.28
	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.54)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.58)	ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า (เฉลี่ย 4.52)
	■ 1 4.54 ■ 2 4.51 ■ 3 4.56	■ 1 4.5 ■ 2 4.48 ■ 3 4.53	■ 1 4.52 ■ 2 4.49 ■ 3 4.55
สรุปความพึงพอใจต่อผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม 2 โครงการบ้านเอื้ออาทร (4 ลานตลาด)
1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.03)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.30)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 3.17)
2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	■ 1 2.77 ■ 2 2.73	■ 1 3.15 ■ 2 3.11	■ 1 2.96 ■ 2 2.92
3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน	■ 3 3.26 ■ 4 3.39	■ 3 3.45 ■ 4 3.49	■ 3 3.35 ■ 4 3.44
4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 4.30)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 4.28)	ผู้อยู่อาศัยทั่วไป (เฉลี่ย 4.29)
	■ 1 4.46 ■ 2 3.51 ■ 3 4.68 ■ 4 4.54	■ 1 4.43 ■ 2 3.52 ■ 3 4.66 ■ 4 4.53	■ 1 4.45 ■ 2 3.51 ■ 3 4.67 ■ 4 4.54
■ = ข้อดี ■ = ข้อจำกัด	4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด		

จากผลการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย ในตารางที่ 6.15 นำมาสู่ข้อสรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรดังนี้ (ตารางที่ 106)

ตารางที่ 106 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของลานตลาด

สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของลานตลาด	
ข้อดี	ข้อจำกัด
[1] พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน (เฉลี่ย 4.10)	[1] ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน (เฉลี่ย 3.06)
[2] ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน (เฉลี่ย 4.01)	[2] ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน (เฉลี่ย 3.21)
[3] ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองที่ดี (เฉลี่ย 3.99)	[3] ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน (เฉลี่ย 3.40)
4.51-5.00 มากที่สุด, 3.51-4.50 มาก, 2.51-3.50 ปานกลาง, 1.51-2.50 น้อย และ 1.00-1.50 น้อยที่สุด	

ข้อดี

1) พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีพ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่าผู้ค้าในตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3, L3 และผู้ค้าในตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้งหมด มีเพียงลานตลาด L1 เท่านั้นที่มีผู้ค้าเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการ ร้อยละ 68

ตารางที่ 107 สรุปข้อดีด้านพ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน

สรุปข้อดีด้านพ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน				
ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ร่มเกล้า
		ร้อยละ 68	ทั้งหมด	ทั้งหมด

2) ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรสามารถเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนได้มีแหล่งทำมาหากิน ทำให้เพิ่มความมั่นคงของผู้อยู่อาศัยในโครงการ ซึ่งเป็นลักษณะที่เกิดชุมชนที่เข้มแข็ง¹ เป็นแหล่งสร้างรายได้ให้ผู้อยู่อาศัย เฉลี่ยเดือนละ 15,660 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56 ของรายได้ครัวเรือน

ตารางที่ 108 สรุปข้อดีด้านตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน

สรุปข้อดีด้านตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน			
	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ช่องทางการหารายได้ของครัวเรือน	ตลาด+1ช่องทาง 56.7% ตลาดเท่านั้น 43.3%	ตลาด+1ช่องทาง 75% ตลาดเท่านั้น 25%	ตลาด+1ช่องทาง 65.9% ตลาดเท่านั้น 34.1%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	25,541	32,025	28,783
รายได้จากการค้าขายในลานตลาด (บาท)	17,557	13,762	15,660
ร้อยละรายได้จากลานตลาด	69%	43%	56%

3) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองที่ดี

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนได้โดยเฉพาะความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าด้วยกันเอง

¹ เสรี พงศ์พิศ. (2552). วิธีสู่ชุมชนพอเพียง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พลังปัญญา.

ข้อจำกัด

1) ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน

จากผลการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย ตลาดเคยจัดกิจกรรมให้ชุมชนมาบ้าง เช่น งานปีใหม่ และงานวันเด็ก แต่จากผลสำรวจพบว่า ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง เท่านั้น

2) ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน

จากผลการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย ตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรยังไม่สามารถทำให้เกิดการร่วมกันแก้ไขปัญหภายในชุมชนได้

3) ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน

จากผลการสำรวจจากแบบสอบถามทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร โดยผู้วิจัย พบว่าผู้อยู่อาศัยมีการพบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านในตอนใช้งานตลาดน้อย

6.2 สรุปผลและอภิปรายผล

6.2.1 อภิปรายลักษณะทางกายภาพในโครงการบ้านเอื้ออาทร

จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ทั้งหมด 4 ลานตลาด เมื่อนำมาสรุปร่วมกับทัศนคติของผู้อยู่อาศัยและแนวทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถอภิปรายลักษณะทางกายภาพได้ดังนี้

- 1) **ด้านจำนวนและที่ตั้งของลานตลาด** จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาอภิปรายร่วมกับ สรุปข้อดีและข้อจำกัดจากทัศนคติของผู้อยู่อาศัย มาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติและแนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้งของ คู่มือการออกแบบตลาดสด ธนาคารอมสิน พบลักษณะที่ตั้งของลานตลาดของแต่ละโครงการ ดังนี้


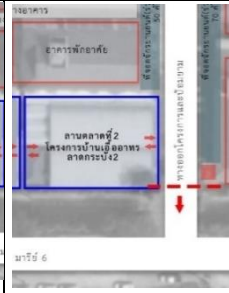

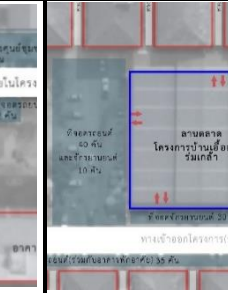
ตารางที่ 109 สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร

โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2				โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า			
โซน	สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด	ใกล้ลานตลาดต่ำกว่า 100 เมตร	ใกล้ลานตลาดต่ำกว่า 400 เมตร	โซน	สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด	ใกล้ลานตลาดต่ำกว่า 100 เมตร	ใกล้ลานตลาดต่ำกว่า 400 เมตร
1	75%	/	/	1	81.6%	/	/
2	67.5%	/	/	2	71.1%	/	/
3	62.5%	/	/	3	84.2%	/	/
4	67.5%	/	/	4	63.2%		/
5	47.5%		/	5	68.4%		
เฉลี่ย	64%			เฉลี่ย	73.7%		

บ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

บ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ตารางที่ 110 สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาด แยกตามลานตลาด

สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาด แยกตามลานตลาด				
	ลาดกระบ้ง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบ้ง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบ้ง 2 ลานตลาด L3	ลานตลาด ร่มเกล้า
ผังแสดงลานตลาด และบริเวณโดยรอบ				
หน่วยพักอาศัยใน ระยะ 100 เมตร	506 (11 อาคาร)	506 (11 อาคาร)	920 (20 อาคาร)	611 (13 อาคาร)
ใช้ถนนและที่จอดรถ ร่วมกับทางสัญจรหลัก	/	/		/

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบ้ง 2 มีที่อยู่อาศัยที่สามารถเข้าถึงลานตลาดในระยะเดิน 400 เมตร (ระยะเดินเท้า 5 นาที) ได้ครบทุกหน่วย ตามขั้นต่ำของมาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ เนื่องจากมีการกระจายตัวของลานตลาด และหน่วยพักอาศัยโซนที่อยู่ใกล้ลานตลาด L3 บริเวณด้านในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีสัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาดน้อยกว่า หน่วยพักอาศัยโซนที่อยู่ใกล้ลานตลาด L1 และ L2 ที่อยู่ใกล้ทางเข้าออกโครงการ (ตารางที่ 109)

เมื่อนำผลการสำรวจการใช้งานลานตลาดในแต่ละโซน สามารถพบได้ว่าผู้อยู่อาศัยในโซนที่อยู่ใกล้ลานตลาดน้อยกว่า 100 เมตร (ระยะเดินเท้า 1.30 นาที) มีผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาด มากกว่าโซนอื่นๆ อย่างหน่วยพักอาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบ้ง 2 ในโซนที่ 1 (ตารางที่ 110)

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มีหน่วยพักอาศัยที่มีระยะห่างจากลานตลาดเกิน 400 เมตร ถึง 564 หน่วย เมื่อนำมาอภิปรายร่วมกับ สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาดแยกเป็นแต่ละโซน (ตารางที่ 109) พบว่าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าโซนที่ 5 ที่หน่วยพักอาศัยบางส่วนอยู่ห่างจากลานตลาดเกิน 400 เมตร มีสัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด น้อยกว่าบางโซนที่อยู่ในระยะ 400 เมตรแต่ไม่ทั้งหมด

เมื่อนำผลการสำรวจการใช้งานลานตลาดในแต่ละโซน สามารถพบได้ว่าผู้อยู่อาศัยในโซนที่อยู่ใกล้ลานตลาดน้อยกว่า 100 เมตร (ระยะเดินเท้า 1.30 นาที) มีผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาด มากกว่าโซนอื่นๆ อย่างหน่วยพักอาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ในโซนที่ 1 และ 3 (ตารางที่ 110)

ตารางที่ 111 สรุปลักษณะที่ตั้งของลานตลาด ต่อทัศนคติต่อความเหมาะสมของที่ตั้งของตลาด และทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาด





	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
จำนวนหน่วยพักอาศัย	6,390	6,022
จำนวนหน่วยพักอาศัยในรัศมีระยะเดิน 100 เมตร โดยประมาณ (1.30 นาที)	1,412 (31 อาคาร)	611 (13 อาคาร)
จำนวนหน่วยพักอาศัยในรัศมีระยะเดิน 400 เมตร โดยประมาณ (5 นาที)	6,390 (ทุกอาคาร)	5,458 (114 อาคาร)
จำนวนลานตลาด	3	1
ขนาดพื้นที่รวมของลานตลาด	1,820	1,620
จำนวนร้านค้ารวม	54	42
สัดส่วนจำนวนหน่วยพักอาศัยต่อ 1 ร้านค้า	118:1	143:1
ร้อยละลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	82%	88%
ทัศนคติต่อที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	3.75 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)	4.01 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)
ทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	2.83 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.08 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)

เมื่ออภิปรายร่วมกับการสรุปข้อดีและข้อจำกัดจะพบว่า ทัศนคติต่อความเหมาะสมของที่ตั้งของตลาดเป็นข้อดีของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าให้คะแนนในด้านนี้สูงกว่า และทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดีเป็นข้อจำกัดของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ซึ่งให้คะแนนในด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง (ตารางที่ 111)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดที่รวมศูนย์เป็นจุดเดียว ที่ตั้งอยู่ห่างจากแหล่งการค้าอื่นๆ และที่ตั้งของลานตลาดที่อยู่ใกล้ทางสัญจรหลัก ในระยะโดยรอบ 100 เมตร มีหน่วยพักอาศัยจำนวนมาก มีแนวโน้มที่จะช่วยเพิ่มความนิยมในการใช้งานลานตลาด สอดคล้องกับมาตรฐานที่อยู่อาศัยการเคหะแห่งชาติ และแนวคิดการเลือกทำเลที่ตั้งของ คู่มือการออกแบบตลาดสด ธนาคารออมสิน แต่ควรระวังปัญหาด้านการจราจรหนาแน่นในบริเวณโดยรอบลานตลาด

2) **ขนาดและพื้นที่ใช้สอยภายในลานตลาด** จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาอภิปรายร่วมกับ สรุปรื้อข้อดีและข้อจำกัดจากทัศนคติของผู้อยู่อาศัย และแนวความคิดการออกแบบตลาด คู่มือการออกแบบตลาดสด ธนาคารออมสิน พบลักษณะทางกายภาพของแต่ละโครงการ ดังนี้

ตารางที่ 112 สรุปลักษณะกายภาพลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร

สรุปลักษณะกายภาพลานตลาด					
		ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ลานตลาด ร่มเกล้า
ภาพแสดงลักษณะอาคาร					
ลักษณะอาคาร	โครงสร้างถาวร	/		/	/
	โครงสร้างชั่วคราว		/		
	ความสูงภายในอาคาร (เมตร)	4-6	3-6	3-6	3-7
ลักษณะร้านค้า	จำนวนร้านค้า	19	18	17	42
	ประเภทร้านอาหาร ปรุงสำเร็จ	9 (47%)	9 (50%)	8 (47%)	24 (57%)
	ประเภทร้านของใช้ และวัสดุหัตถ์	4 (21%)	3 (16%)	6 (35%)	15 (36%)
	ประเภทร้านบริการ	6 (32%)	6 (33%)	3 (18%)	3 (7%)
	ขนาดร้านค้าเฉลี่ย (ตารางเมตร)	5.9	5.9	7.7	4.16
	แผงร้านค้าเปิดโล่ง	8	8	12	37
	แผงร้านค้ามีผนัง ชัดเจน	11	10	5	5
ลักษณะภายในลานตลาด	จำนวนห้องน้ำ	2	2	2	5
	ขนาดทางเดิน (เมตร)	4-6	3-5	7	2
	การเตรียมการระบบ ระบายน้ำ	/	/		/

ตารางที่ 113 สรุปลักษณะทางกายภาพ ต่อทัศนคติต่อทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม และ ทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่

	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
ทัศนคติต่อทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	3.30 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)	3.81 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)
ทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	3.05 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	2.88 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มีลานตลาดที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างเหล็กจำนวน 2 ลานตลาด (ลานตลาด L1 และ L3) และลานตลาดที่เป็นโครงสร้างเตนท์ผ้าใบจำนวน 1 ลานตลาด (ลานตลาด L2) โดยลานตลาด L1 และ L2 มี แกวของร้านค้า 3 แกว ส่วนลานตลาด L3 มี แกวร้านค้า 2 แกว จึงทำให้เกิดทางเดินกว้างตรงกลาง และทั้ง 3 ลานตลาดไม่ได้แบ่งหมวดหมู่ของร้านค้าชัดเจน (ตารางที่ 112)

เมื่อสรุปร่วมกับการสรุปข้อดีและข้อจำกัดจะพบว่า ด้านทัศนคติต่อทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติในด้านนี้ต่ำกว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า แต่คะแนนด้านทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่ มีคะแนนสูงกว่า (ตารางที่ 112)

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ลานตลาดที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างเหล็ก จำนวน 1 ลานตลาด จึงทำให้มีพื้นที่ลานตลาดใหญ่ มีการแบ่งแวกของร้านค้าจำนวน 6 x 6 แกว จึงทำให้เกิดช่องทางเดินในลักษณะบล็อกกริด ที่มีทางเดินขนาดเท่ากันทั้งลานตลาด กว้าง (ตารางที่ 6113)

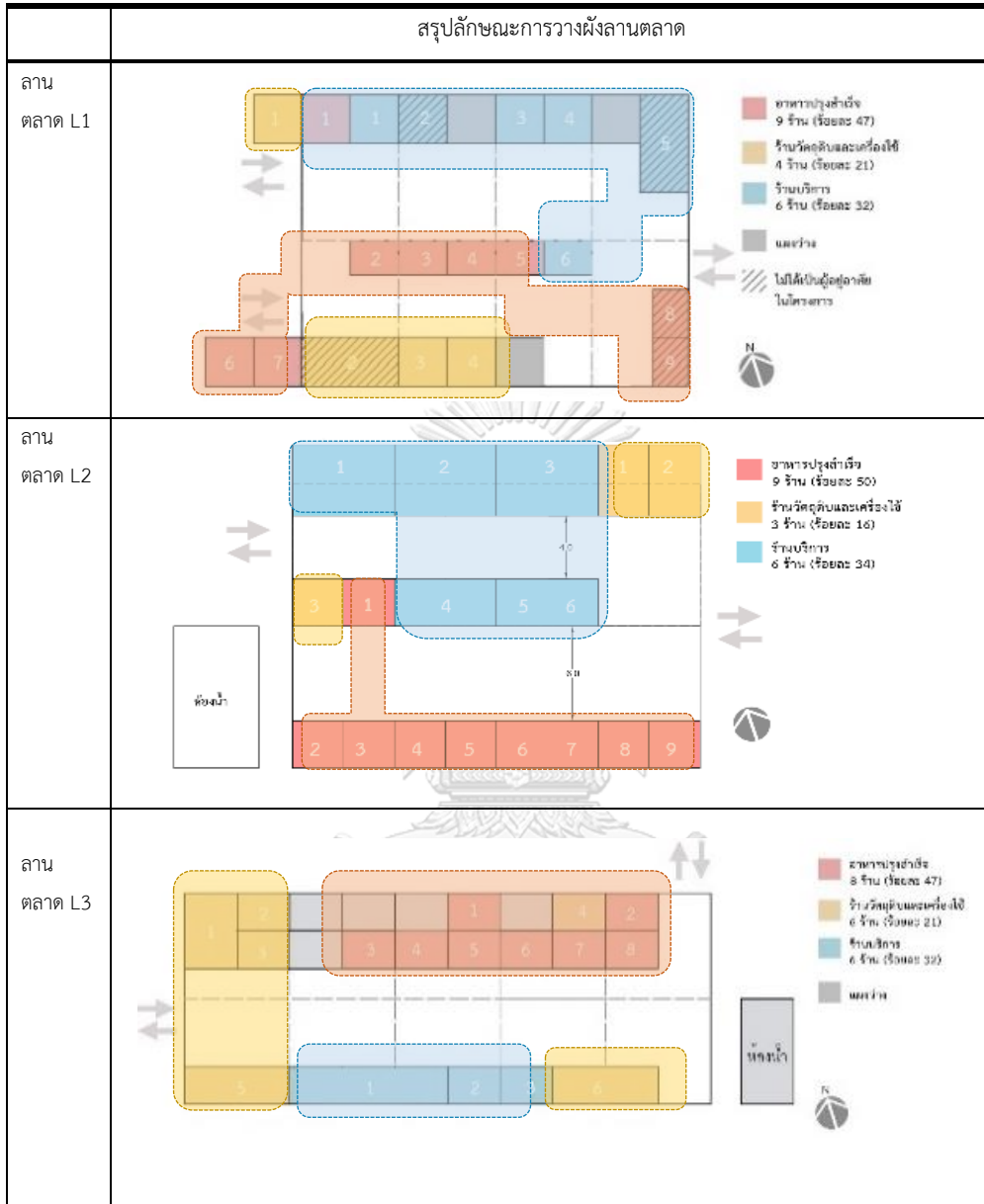
เมื่อสรุปร่วมกับการสรุปข้อดีและข้อจำกัดจะพบว่า ด้านทัศนคติต่อทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติในด้านนี้สูงกว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 แต่คะแนนด้านทัศนคติต่อด้านตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่ มีคะแนนต่ำกว่า (ตารางที่ 112)

เมื่ออภิปรายการสรุปข้อดีและข้อจำกัดร่วมกับแนวคิดการออกแบบตลาดของคู่มือการออกแบบตลาดสด ธนาคารออมสิน พบว่า ลานตลาดที่ได้คะแนนทัศนคติสูงด้านทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม คือลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ที่มีขนาดทางเดิน 2 เมตร และแบ่งร้านค้าเป็นบล็อกกริด สอดคล้องกับแนวคิดนี้

เมื่ออภิปรายการสรุปข้อดีและข้อจำกัดร่วมกับแนวคิดการออกแบบตลาดของคู่มือการออกแบบตลาดสด ธนาคารออมสิน และแนวคิด Time Model พบว่า ลานตลาดที่ได้คะแนนทัศนคติต่ำตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่ คือลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เนื่องจากเป็นลานตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า เมื่อขาดการจัดหมวดหมู่ร้านค้า จึงส่งผลต่อทัศนคติด้านลบของผู้อยู่อาศัย

จึงสามารถสรุปได้ว่า ขนาดทางเดินและการแบ่งบล็อกกริด ของร้านค้าของลานตลาดมีผลต่อการใช้งานลานตลาดและทัศนคติเชิงบวกของผู้ใช้งานลานตลาด และลานตลาดที่มียิ่งมีขนาดใหญ่ยิ่งทำให้เห็นผลด้านการแบ่งหมวดหมู่ของร้านค้าชัดเจน เนื่องจากทำให้ผู้ใช้งานสามารถเกิดความสับสนได้มากกว่าตลาดขนาดเล็ก

ตารางที่ 114 สรุปลักษณะการวางผังลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทร





6.2.2 อภิปรายลักษณะการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ทั้ง 4 ลานตลาดสามารถสรุปลักษณะลักษณะการบริหารลานตลาดได้ ดังนี้

- 1) **ด้านการพัฒนาลานตลาด** จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาอภิปรายร่วมกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบลักษณะการบริหารลานตลาดของแต่ละโครงการ ดังนี้

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 มีการพัฒนาลานตลาดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่การเคหะแห่งชาติได้เตรียมอาคารลานตลาดไว้ให้ ได้แก่ ลานตลาด L1 และ L3 และประเภทที่การเคหะแห่งชาติไม่ได้เตรียมอาคารลานตลาดไว้ให้ ได้แก่ ลานตลาด L2 โดยผู้พัฒนาลานตลาดทั้งสามลานตลาดคือ ผู้อยู่อาศัยในโครงการ ในช่วงเริ่มพัฒนาลานตลาด ทั้งสิ้น (ตารางที่ 115)

เมื่อสรุปร่วมกับการสรุปข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลานตลาด ด้านทัศนคติด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด และ ด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน (ตารางที่ 116) พบว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนทัศนคติในสองด้านนี้ต่ำกว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อจำกัดในด้านดังกล่าวมาอภิปราย ร่วมกับ แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และ แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง ด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารลานตลาด และ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กลับพบว่า ลานตลาดที่มีคนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการลานตลาด ไม่สามารถเกิดผลบวกในด้านนี้

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พัฒนาลานตลาดโดยบุคคลภายนอกที่ทำการประมูลโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ที่ต้องการให้ ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารลานตลาด และ ลานตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง

เมื่อสรุปร่วมกับการสรุปข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลานตลาด ด้านทัศนคติด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด และ ด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน (ตารางที่ 116) พบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนทัศนคติในสองด้านนี้สูงกว่าผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เมื่อนำข้อจำกัดในด้านดังกล่าวมาอภิปราย ร่วมกับ แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และ แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง ด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารลานตลาด และ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กลับพบว่า ลานตลาดที่ไม่ได้มีคนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการลานตลาด กลับส่งผลบวกมากกว่าในด้านนี้ (ตารางที่ 115)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยในด้านผู้ดำเนินการและพัฒนาลานตลาดเป็นคนในชุมชน ตามแนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรและแนวคิดชุมชนเข้มแข็ง ไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด และทัศนคติด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน

ตารางที่ 115 สรุปการพัฒนาลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทร

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ร่มเกล้า
ปีที่เปิดลานตลาด	2554	2561	2554	2556
สถานะผู้ดำเนินการลานตลาด	อดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ	ผู้อยู่อาศัยในโครงการ	อดีตผู้อยู่อาศัยในโครงการ	บริษัทเอกชนภายนอก
องค์ความรู้ของผู้ดำเนินการลานตลาด	ด้านการขายวัสดุก่อสร้าง	แม่ค้า	การจัดซื้อด้านอสังหาริมทรัพย์	ด้านบัญชี
จำนวนร้านค้ารวม	19 ร้าน	18 ร้าน	17 ร้าน	42 ร้าน
ประเภทร้านค้าร้านค้า	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 4 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 9 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 3 ร้าน ร้านบริการ 6 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 8 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 6 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน	ร้านอาหารปรุงสำเร็จ 24 ร้าน ร้านของใช้และวัตถุดิบ 15 ร้าน ร้านบริการ 3 ร้าน
การเคหะแห่งชาติเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน	/	/	/	/
ผู้ดำเนินการสร้างอาคารลานตลาด	การเคหะแห่งชาติ	ผู้ดำเนินการลานตลาด	การเคหะแห่งชาติ	ผู้ดำเนินการลานตลาด
การเตรียมพื้นที่ร้านค้า	- พื้นที่โล่ง - ร้านค้ามีผนัง	- พื้นที่โล่ง	- พื้นที่โล่ง - แผงร้านค้า - ร้านค้ามีผนัง	- พื้นที่โล่ง - แผงร้านค้า

ตารางที่ 116 ตารางอภิปรายผลการพัฒนาและการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ตารางอภิปรายผลการพัฒนาและการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร และความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง				
ลานตลาดของโครงการบ้านเอื้ออาทร	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ลานตลาด ร่มเกล้า
แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร				
ลานตลาดมีส่วนช่วยในการสร้างความมั่นคงให้คนในชุมชน	2	2	2	2
ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารลานตลาด	1	1	1	0
ลานตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง	0	0	0	0
แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง				
ชุมชนสามารถจัดการทุนของตนเองได้	0	0	0	0
ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	1	1	1	1
ชุมชนตัดสินใจเองได้โดยไม่ยึดติดกับหน่วยงานภายนอก	1	2	1	1
แนวคิดนโยบายตลาดกับที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ				
รัฐเป็นเจ้าของพื้นที่	2	2	2	2
รัฐเป็นผู้สร้างตลาด	2	0	2	0
รัฐเป็นผู้จัดเก็บค่าเช่าร้านค้า	0	0	0	0
2= สอดคล้อง 1= สอดคล้องบางส่วน 0=ไม่สอดคล้อง				

ตารางที่ 117 สรุปข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลานตลาด ด้านทัศนคติด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด และ ด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน

ข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
ทัศนคติด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด	2.87 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.56 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)
ทัศนคติด้านตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน	3.12 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.31 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)

- 2) **ด้านสัดส่วนร้านค้าในลานตลาด** จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาอภิปรายร่วมกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบสัดส่วนร้านค้าแต่ละโครงการ ดังนี้

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เมื่อนับจำนวนร้านค้าทั้ง 3 ลานตลาดพบว่ามีจำนวนร้านค้ารวม 54 ร้าน แบ่งออกเป็น ร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้อยละ 48.1 ร้านของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 24.1 และร้านบริการ ร้อยละ 27.8 นำมาสรุปร่วมกับผลสำรวจประเภทสินค้าที่ซื้อของผู้อยู่อาศัยใช้บริการ ร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้อยละ 42 ร้านของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 46 และร้านบริการ ร้อยละ 10

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่ามีจำนวนร้านค้ารวม 42 ร้าน แบ่งออกเป็น ร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้อยละ 57.1 ร้านของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 35.7 และร้านบริการ ร้อยละ 7.2 นำมาสรุปร่วมกับผลสำรวจประเภทสินค้าที่ซื้อของผู้อยู่อาศัยใช้บริการ ได้แก่ ร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้อยละ 45 ร้านของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 46 และร้านบริการ ร้อยละ 9 (ตารางที่ 118)

เมื่อนำสัดส่วนร้านค้าร้านค้าของทั้งสองโครงการมาอภิปรายรวมกับการใช้งานของผู้อยู่อาศัยทั่วไปพบว่า สัดส่วนร้านค้าเฉลี่ยรวมทั้งสองโครงการ คือ ร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้อย 52.6 ร้านของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 29.9 และร้านบริการ ร้อยละ 17.5 และ ผลสำรวจประเภทสินค้าที่ซื้อของผู้อยู่อาศัยทั่วไปใช้บริการ ได้แก่ ร้านอาหารปรุงสำเร็จ ร้อยละ 44.2 ร้านของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 46.3 และร้านบริการ ร้อยละ 9.5 (ตารางที่ 118)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า มี สัดส่วนของร้านขายอาหารปรุงสำเร็จที่ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย สัดส่วนของร้านวัตถุดิบและของใช้ที่ น้อยกว่าความต้องการของผู้อยู่อาศัย และสัดส่วนของร้านบริการสูงเกินความต้องการของผู้อยู่อาศัย

ตารางที่ 118 สรุปรวมสัดส่วนร้านค้าและสัดส่วนการใช้งานในลานตลาด โครงการบ้านเอื้ออาทร

	ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2			ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า			เฉลี่ยรวม 2 โครงการ		
	ร้านอาหาร ปรุงสำเร็จ	ร้านของใช้ และวัตถุดิบ	ร้านบริการ	ร้านอาหาร ปรุงสำเร็จ	ร้านของใช้ และวัตถุดิบ	ร้านบริการ	ร้านอาหาร ปรุงสำเร็จ	ร้านของใช้ และวัตถุดิบ	ร้านบริการ
สัดส่วนร้านค้า	48.1%	24.1%	27.8%	57.1%	35.7%	7.2%	52.6%	29.9%	17.5%
สัดส่วน การใช้งาน	42%	46%	10%	45%	46%	9%	44.2%	46.3%	9.5%

- 3) **ด้านการบริหารลานตลาด** จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาอภิปรายร่วมกับข้อดี ข้อจำกัดและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบลักษณะของการบริหารลานตลาดแต่ละโครงการ ดังนี้

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 เมื่อสรุปร่วมกับแนวคิดนโยบายตลาดกับที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ พบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 สอดคล้องในด้าน รัฐเป็นเจ้าของพื้นที่ และ รัฐเป็นผู้สร้างตลาด แต่ ไม่สอดคล้องในด้าน รัฐเป็นผู้จัดเก็บค่าเช่าร้านค้า ซึ่งเป็นแนวคิดที่ขัดกับ แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ที่ต้องการให้ลานตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง

ด้านบุคลากรในการบริหารลานตลาด ทั้งสามลานตลาด มีการบริหารโครงการโดยผู้ดำเนินการลานตลาด โดยอิสระในการบริหารจากการเคหะแห่งชาติ นิติบุคคล และผู้อยู่อาศัยในโครงการ แต่ยังบริหารโดยทำตามกฎของการเคหะแห่งชาติ และนิติบุคคล และรับฟังความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยในโครงการ บุคลากรในการดำเนินการลานตลาดสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่หนึ่งดำเนินการโดยมีผู้ดำเนินการลานตลาด ผู้ทำความเข้าใจและผู้รักษาความปลอดภัย ได้แก่ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1 และ ประเภทที่สอง ที่ดำเนินการโดยผู้ดำเนินการลานตลาดแต่เพียงผู้เดียว ได้แก่ ลานตลาด L2 และ L3 (ตารางที่ 119)

เมื่อสรุปร่วมกับแนวคิดนโยบายตลาดกับที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ พบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 สอดคล้องในด้าน รัฐเป็นเจ้าของพื้นที่ และ รัฐเป็นผู้สร้างตลาด แต่ ไม่สอดคล้องในด้าน รัฐเป็นผู้จัดเก็บค่าเช่าร้านค้า ซึ่งเป็นแนวคิดที่ขัดกับ แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ที่ต้องการให้ลานตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง

ด้านการคัดเลือกผู้ค้า แบ่งออกเป็นสองประเภท ประเภทที่หนึ่งคือ ส่งเสริมการพิจารณาความสามารถในการขายเป็นหลัก ได้แก่ ลานตลาด L1 โดยมีร้านค้าที่เป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการ ร้อยละ 68 ประเภทที่สอง คือ ส่งเสริมการให้สิทธิ์ผู้อยู่อาศัยในโครงการ ได้แก่ ลานตลาด L2 และ L3 โดยมีร้านค้าในลานตลาดเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้งหมด และทั้งสามลานตลาดมีการคัดเลือกผู้ค้าโดยหลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน (ตารางที่ 119)

เมื่อพิจารณาข้อดี ด้านตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนในด้านนี้อยู่ในเกณฑ์มาก และสูงกว่าคะแนนของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 119)

เมื่อพิจารณาข้อจำกัด ด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนในด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และต่ำกว่าคะแนนของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า (ตารางที่ 119)

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อสรุปร่วมกับแนวคิดนโยบายตลาดกับที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ พบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า สอดคล้องในด้าน รัฐเป็นเจ้าของพื้นที่ และ รัฐเป็น

ผู้สร้างตลาด แต่ ไม่สอดคล้องในด้าน รัฐเป็นผู้จัดเก็บค่าเช่าร้านค้า ซึ่งเป็นแนวคิดที่ขัดกับ แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ที่ต้องการให้ลานตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง

ด้านบุคลากรในการบริหารลานตลาด ลานตลาดบริหารโดยผู้ดำเนินการลานตลาดเอกชนภายนอกที่มีพื้นฐานในการบริหารกิจการ โดยผู้ดำเนินการลานตลาดโดยอิสระในการบริหารจากการเคหะแห่งชาติ นิติบุคคล และผู้อยู่อาศัยในโครงการ แต่ยังบริหารโดยทำตามกฎของการเคหะแห่งชาติ และนิติบุคคล และรับฟังความคิดเห็นของผู้อยู่อาศัยในโครงการ บุคลากรในการดำเนินการลานตลาด ดำเนินการโดยมีผู้ดำเนินการลานตลาด 2 คน ผู้ทำความสะดวกและผู้รักษาความปลอดภัย รวม 4 คน

ด้านการคัดเลือกผู้ค้า คัดเลือกโดยส่งเสริมการพิจารณาความสามารถในการขายเป็นหลักได้แก่ และคัดเลือกผู้ค้าโดยหลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน

เมื่อพิจารณาข้อดีด้านตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนในด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และต่ำกว่าคะแนนของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

เมื่อพิจารณาข้อจำกัดด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้คะแนนในด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และสูงกว่าคะแนนของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดที่มีการคัดเลือกผู้ค้าโดยส่งเสริมการให้โอกาสผู้อยู่อาศัยในโครงการ จะทำให้ผู้อยู่อาศัยในโครงการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ค้าในตลาดมากกว่า และช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

ด้านการเป็นตลาดขนาดใหญ่ตลาดเดียวในโครงการจะช่วยส่งเสริมในด้านการเป็นศูนย์รวมของสินค้า มีสินค้าหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ ตามแนวคิด Time Model

ตารางที่ 119 ข้อดีและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลานตลาด

ข้อดีและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
ข้อดี ด้านตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	3.55 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)	3.32 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)
ข้อจำกัด ด้านจำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	3.02 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.23 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)

ตารางที่ 120 สรุปลักษณะการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

ลักษณะการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร		ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ลานตลาด ร่มเกล้า
การเคหะแห่งชาติเป็นเจ้าของพื้นที่ลานตลาด		/	/	/	/
การเคหะแห่งชาติเป็นผู้เก็บค่าเช่าที่ลานตลาด		/	/	/	/
บุคคลที่มีส่วนในการบริหารลานตลาด	การเคหะแห่งชาติ				
	ผู้ดำเนินการลานตลาด	/	/	/	/
	นิติบุคคล				
	ผู้อยู่อาศัยในโครงการ				
จำนวนบุคลากรในการดูแลลานตลาด	จำนวนบุคลากรรวม	3	1	1	4
	ผู้ดำเนินการลานตลาด	1	1	1	2
	ทำความสะอาด	1	0	0	1
	รักษาความปลอดภัย	1	0	0	1
ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า		ร้อยละ 68	ทั้งหมด	ทั้งหมด	ทั้งหมด
ลักษณะการคัดเลือกผู้ค้า	ส่งเสริมให้สิทธิ์ผู้อยู่อาศัยในโครงการ		/	/	
	พิจารณาความสามารถในการขาย	/			/
	หลีกเลี่ยงการขายสินค้าซ้ำเกิน 2 ร้าน	/	/	/	/
การกำหนดตำแหน่งหมวดหมู่ร้านค้า		/	/	/	

- 4) **ด้านการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับลานตลาด** จากการสำรวจลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาอภิปรายร่วมกับข้อดี ข้อจำกัดและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบลักษณะการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับลานตลาด แต่ละโครงการ ดังนี้

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ลานตลาดมีการสมทบทุนการจัดกิจกรรมให้ชุมชน และมีเพียงลานตลาด L3 แห่งเดียวที่ใช้เป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรมให้ชุมชน โดยผู้อยู่อาศัยได้มีการออกความคิดเห็นในการประชุมของชุมชนในด้าน การจราจรโดยรอบและการทิ้งขยะของลานตลาด L1 (ตารางที่ 121)

เมื่อพิจารณาข้อดี จากผลสำรวจทัศนคติของผู้อยู่อาศัย พบว่า ลานตลาดสามารถสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนได้ อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ค้าในลานตลาดได้ (ตารางที่ 121)

เมื่อพิจารณาข้อจำกัด จากผลสำรวจทัศนคติของผู้อยู่อาศัย พบว่า ลานตลาดส่งผลกระทบต่อด้านการจอดรถ และการจราจรให้กับโครงการบ้านเอื้ออาทรตามที่อยู่อาศัยได้มีการออกความคิดเห็นในการประชุมของชุมชน (ตารางที่ 121)

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ลานตลาดสมทบทุนการจัดกิจกรรมให้ชุมชน โดยผู้อยู่อาศัยได้มีการออกความคิดเห็นในการประชุมของชุมชนในด้าน การจราจรโดยรอบ

เมื่อพิจารณาข้อดี จากผลสำรวจทัศนคติของผู้อยู่อาศัย พบว่า ลานตลาดสามารถสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนได้ อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ค้าในลานตลาดได้ (ตารางที่ 122)

เมื่อพิจารณาข้อจำกัด จากผลสำรวจทัศนคติของผู้อยู่อาศัย พบว่าลานตลาดส่งผลกระทบต่อด้านการจอดรถ และการจราจรให้กับโครงการบ้านเอื้ออาทรตามที่อยู่อาศัยได้มีการออกความคิดเห็นในการประชุมของชุมชน (ตารางที่ 122)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพในชุมชนได้ และลานตลาดควรคำนึงถึงการจราจรโดยรอบ เพราะเป็นประเด็นหลักที่อาจทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยได้

ตารางที่ 121 สรุปลักษณะการบริหารลานตลาด ต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน และสิ่งที่ชุมชนเคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด

ลักษณะการบริหารลานตลาด ต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน		ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ลานตลาด ร่มเกล้า
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน	สมทบทุนงบสำหรับกิจกรรมชุมชน	/	/	/	/
	เป็นพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม			/	
สิ่งที่ชุมชนเคยออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาด	การจราจรโดยรอบ	/	/	/	/
	ด้านการทิ้งขยะ	/			

ตารางที่ 122 สรุปข้อดีและข้อจำกัดด้านการบริหารลานตลาด

ข้อดีและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลานตลาด		โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
ข้อดี	ด้านพ่อค้าแม่ค้าในตลาด เป็นคนในชุมชน	4.07 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)	4.20 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)
	ด้านตลาดได้สร้างอาชีพให้ คนในชุมชน	3.97 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)	4.05 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)
	ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ขายกันเองที่ดี	3.94 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)	4.05 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)
ข้อจำกัด	ด้านตลาดมีการจัดการ จราจรโดยรอบตลาดดี	2.83 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.07 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)
	ด้านชุมชนมีส่วนร่วมในการ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตลาด	2.87 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.56 (อยู่ในเกณฑ์ มาก)
	ด้านตลาดเคยจัดกิจกรรม ทางสังคมให้กับชุมชน	2.89 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)	3.31 (อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง)

ตารางที่ 123 ตารางอภิปรายผลการพัฒนาและการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ตารางอภิปรายผลการพัฒนาและการบริหารลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง				
	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง2 ลานตลาด L3	ลานตลาด ร่มเกล้า
แนวคิดลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร				
ลานตลาดมีส่วนช่วยในการสร้างความมั่นคงให้คนในชุมชน	2	2	2	2
ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารลานตลาด	1	1	1	0
ลานตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยตรง	0	0	0	0
แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง				
ชุมชนสามารถจัดการทุนของตนเองได้	0	0	0	0
ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	1	1	1	1
ชุมชนตัดสินใจเองได้โดยไม่ยึดติดกับหน่วยงานภายนอก	1	2	1	1
2= สอดคล้อง 1=สอดคล้องบางส่วน 0=ไม่สอดคล้อง				

สามารถสรุปได้ว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ทั้ง 4 ลานตลาด มีการสนับสนุนสมทบทุน และงบประมาณสำหรับกิจกรรมชุมชน นอกจากนั้นผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 2 โครงการมีข้อกำหนดเกี่ยวกับจราจรบริเวณโดยรอบลานตลาด

6.2.3 สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ

1) ด้านการซื้อสินค้า

จากสำรวจการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้ง 2 โครงการ เคยใช้บริการลานตลาดในโครงการร้อยละ 69.8 โดยผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้ามีอัตราส่วนผู้เคยใช้งานลานตลาดมากกว่าเฉลี่ย ร้อยละ 73.7 (ตารางที่ 124)

โดยพบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้ง 2 โครงการ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยที่ 24,844 บาทต่อเดือน โดยผู้อยู่อาศัยโครงการลาดกระบัง 2 มีรายได้เฉลี่ยสูงกว่าเฉลี่ยที่ 27,663 บาทต่อเดือน ผู้อยู่อาศัยโครงการร่มเกล้า มีรายได้เฉลี่ย 22,026 (ตารางที่ 125)

มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 177 บาทต่อการเข้ามาใช้บริการลานตลาด 1 ครั้ง คิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,777 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.4 ของรายได้ครัวเรือน โดยสินค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยคือ วัตถุดิบและของใช้ร้อยละ 54 อาหารปรุงสำเร็จร้อยละ 42 และร้านบริการร้อยละ 4 (ตารางที่ 125)

เมื่อนำผลคะแนนทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่ได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ผู้อยู่อาศัยทั้ง 2 โครงการให้คะแนนผลด้านการค้าขายสินค้าสูงที่สุดจากทุกอันดับ ที่ 3.47 (ปานกลาง) และ 3.65 (มาก) ตามลำดับ (ตารางที่ 126)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปสามารถมีแหล่งซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวัน และสามารถช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้า

แต่เมื่อพิจารณาจากทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยทั่วไปจะพบว่ายังมีข้อจำกัดในด้าน ความหลากหลายและความครบถ้วนของสินค้าภายในลานตลาด มีทัศนคติต่อด้านนี้ที่ต่ำเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ ซึ่งการความหลากหลายของสินค้าจะมีส่วนช่วยให้ผู้อยู่อาศัยสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ครบถ้วนโดยไม่จำเป็นต้องออกนอกโครงการ (ตารางที่ 127 และ 128)

ตารางที่ 124 สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด	ลาดกระบัง 2	ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	64 %	73.7 %	68.9 %

ตารางที่ 125 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)	27,663	22,026	24,844
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	จักรยานยนต์ 56% เดินเท้า 33% อื่นๆ 11%	จักรยานยนต์ 58% เดินเท้า 31% อื่นๆ 10%
จำนวนวันต่อสัปดาห์ ที่ใช้บริการลานตลาด	3.8	4.1	3.9
รายจ่ายในแต่ละครั้ง (บาท)	176	178	177
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (บาท)	2,652	2,889	2,777
รายจ่ายให้ลานตลาดแต่ละเดือนโดยประมาณ (ร้อยละ)	9.6%	13.1%	11.4
ประเภทสินค้าที่ซื้อ	วัตถุดิบ, ของใช้ 48% ร้านขายอาหาร 42% ร้านบริการ 10%	วัตถุดิบ, ของใช้ 46% ร้านขายอาหาร 45% ร้านบริการ 9%	วัตถุดิบ, ของใช้ 46.3% ร้านขายอาหาร 44.2% ร้านบริการ 9.5%

ตารางที่ 126 ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76 (4)	3.09 (5)
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27 (1)	3.40 (1)
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75 (5)	3.14 (4)
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97 (3)	3.22 (3)
5.ทศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98 (2)	3.27 (2)

ตารางที่ 127 ทศนคติและความพึงพอใจด้านการใช้สอยลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27	3.40
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อาศัย	3.00	3.29
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	3.40	3.50
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	2.72	3.09
2.4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดทีเดียว	2.72	3.05
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	2.78	3.12
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	3.94	3.72
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	3.86	3.70
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	3.75	3.68
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	3.28	3.43

ตารางที่ 128 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.47 (1)	3.65 (1)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน	3.33 (2)	3.49 (2)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.03 (3)	3.30 (3)

2) ด้านการใช้งานลานตลาด

จากสำรวจการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่า ผู้อยู่อาศัยในโครงการทั้ง 2 เคยใช้บริการลานตลาดในโครงการร้อยละ 69.8 การใช้บริการลานตลาดของผู้อยู่อาศัย เฉลี่ย 3.9 วันต่อสัปดาห์ เดินทางมาใช้บริการที่ลานตลาดโดยจักรยานยนต์ร้อยละ 58 และเดินเท้าอีกร้อยละ 31 (ตารางที่ 129 และ ตารางที่ 130)

เมื่อพิจารณาคะแนนทศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยทั่วไปในด้าน ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม พบว่า ผู้อยู่อาศัยทั่วไปให้คะแนนในด้านการใช้สอยเป็นคะแนนสูงสุดที่สุดทั้งสองโครงการ (ตารางที่ 131) และเมื่อพิจารณาลงไปในประเด็นย่อยจะพบว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปของทั้งสองโครงการให้คะแนนในด้าน ความซื่อสัตย์ของผู้ค้า ความเป็นมิตรของผู้ค้า และการให้บริการของลูกค้า อยู่ในอันดับต้นของด้านการใช้สอยลานตลาด (ตารางที่ 132)

เมื่อพิจารณาในประเด็นที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปของทั้งสองโครงการได้ให้คะแนนในอันดับท้าย จะพบว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปของทั้งสองโครงการได้ให้คะแนนไปในทางเดียวกันในด้านภายภาพของลานตลาดและการบริหารลาน

ตลาดในอันดับที่ 4 และ 5 จากทั้งหมด 5 หัวข้อ และเมื่อพิจารณาลงไปในประเด็นย่อยของประเด็นกายภาพและการบริหารลานตลาดจะพบว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจต่ำที่สุดในด้านต่อไปนี้

ด้านกายภาพของลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปของทั้งสองโครงการไปได้ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจไปในทางเดียวกันโดยให้คะแนนต่ำที่สุดในประเด็นความเพียงพอของที่จอดรถ การจราจรโดยรอบลานตลาด และห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม (ตารางที่ 133)

ด้านการบริหารลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปของทั้งสองโครงการไปได้ให้คะแนนทัศนคติและความพึงพอใจไปในทางเดียวกันโดยให้คะแนนต่ำที่สุดในประเด็นการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี และการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี (ตารางที่ 134)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดทำให้ผู้อยู่อาศัยทั่วไปมีสถานที่สำหรับจับจ่ายใช้สอยที่เป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยอย่างเป็นประจำ ใช้งานเฉลี่ย 3.9 วันต่อสัปดาห์ และ เป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่มีความเป็นมิตรกับชุมชนและผู้อยู่อาศัยสามารถจับจ่ายสินค้าได้อย่างสบายใจ

แต่ในทางกลับกันผู้อยู่อาศัยทั่วไปของทั้งสองโครงการมีทัศนคติโดยรวมในด้านกายภาพและการบริหารลานตลาดในทางที่ไม่ดี โดยเฉพาะในด้าน ที่จอดรถ การจราจร ห้องน้ำ การจัดการด้านสุขอนามัย และการประสานงานหน่วยงานราชการ

อีกทั้งผู้อยู่อาศัยที่ไม่เคยใช้งานลานตลาดกลับให้คะแนนด้านทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดสูงกว่าผู้ที่เคยใช้งาน ทำให้เห็นได้ว่าผู้ที่เคยใช้งานลานตลาดมีทัศนคติด้านการใช้งานลานตลาดต่ำกว่าสิ่งที่ผู้ไม่เคยใช้งานได้คาดการณ์เอาไว้ (ตารางที่ 135)

ตารางที่ 129 สัดส่วนผู้อยู่อาศัยที่เคยใช้งานลานตลาดใน โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

สัดส่วนผู้ที่เคยใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	ลาดกระบัง 2	ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
	64 %	73.7 %	68.9 %

ตารางที่ 130 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	จักรยานยนต์ 60% เดินเท้า 30% อื่นๆ 10%	จักรยานยนต์ 56% เดินเท้า 33% อื่นๆ 11%	จักรยานยนต์ 58% เดินเท้า 31% อื่นๆ 10%
จำนวนวันต่อสัปดาห์ ที่ใช้บริการลานตลาด	3.8	4.1	3.9

ตารางที่ 131 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76 (4)	3.09 (5)
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27 (1)	3.40 (1)
3.ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75 (5)	3.14 (4)
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97 (3)	3.22 (3)
5.ทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98 (2)	3.27 (2)
คะแนนทัศนคติเฉลี่ยรวม	2.95	3.23

ตารางที่ 132 ทักษะและความพึงพอใจด้านการใช้สอยที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27	3.40
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย	3.00	3.29
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม	3.40	3.50
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ	2.72	3.09
2.4 ลูกค้านในตลาดสามารถได้สิ่งของที่ต้องการครบถ้วนในการเดินตลาดที่เดียว	2.72	3.05
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย	2.78	3.12
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์	3.94	3.72
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร	3.86	3.70
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี	3.75	3.68
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย	3.28	3.43

ตารางที่ 133 ทศนคติและความพึงพอใจด้านลักษณะกายภาพของลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อลักษณะทางกายภาพของลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76	3.09
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	3.31	3.64
1.2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	3.26	3.63
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	2.89	3.31
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	2.46	2.72
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	2.45	2.73
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	2.66	2.98
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	2.76	3.03
1.8 ท้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม	2.26	2.77
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	2.76	2.97
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	2.83	3.09

ตารางที่ 134 ทศนคติและความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75	3.14
3.1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ	3.05	3.26
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี	2.77	3.18
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี	2.74	3.13
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี	2.67	3.04
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี	2.72	3.15
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี	2.56	3.10

ตารางที่ 135 ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2		โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	
	ผู้ไม่เคยใช้งานลาน ตลาด	ผู้ที่เคยใช้งานลาน ตลาด	ผู้ไม่เคยใช้งานลาน ตลาด	ผู้ที่เคยใช้งานลาน ตลาด
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.62	3.41	4.02	3.52
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.38	3.31	3.77	3.40
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.36	2.91	3.75	3.16
เฉลี่ยรวม (3 ด้าน)	3.45	3.21	3.84	3.36



3) ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

จากผลสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจและทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดที่ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ในด้านความสัมพันธ์ต่อสังคมและชุมชน พบว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าได้ให้คะแนนในด้านนี้สูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และคะแนนอยู่ในเกณฑ์ปานกลางทั้งสองโครงการ แต่เมื่อเทียบกับทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าจะพบว่า ผู้ที่ใช้งานลานตลาดเป็นประจำอย่างอยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมอยู่เป็นอันดับที่ 1 จากทุกประเด็นและอยู่ในเกณฑ์ดีและดีมาก (ตารางที่ 136)

ด้านคะแนนทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ผู้อยู่อาศัยทั่วไปของโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าได้ให้คะแนนในด้านนี้สูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และอยู่ในเกณฑ์มาก ซึ่งผู้อยู่อาศัยทั่วไปในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนในด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง แต่เมื่อเทียบกับทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าจะพบว่า ผู้ที่ใช้งานลานตลาดเป็นประจำอย่างอยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีทัศนคติต่อด้านลานตลาดช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนอยู่เป็นอันดับที่ 1 จากทุกประเด็นและอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (ตารางที่ 137)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ในด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนของผู้อยู่อาศัยทั่วไป ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนได้ในระดับปานกลาง และผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับประโยชน์ในด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนน้อยกว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า

ตารางที่ 136 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76 (4)	3.09 (5)
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27 (1)	3.40 (1)
3.ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75 (5)	3.14 (4)
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97 (3)	3.22 (3)
5.ทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98 (2)	3.27 (2)
ทัศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.70 (5)	4.02 (4)
2.ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.99 (2)	4.40 (2)
3.ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.88 (3)	3.87 (5)
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	3.75 (4)	4.33 (3)
5.ทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.03 (1)	4.55 (1)

ตารางที่ 137 ทักษะด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้อ อาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.47 (1)	3.65 (1)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.33 (2)	3.49 (2)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.03 (3)	3.30 (3)
ทัศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้อ อาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.58 (2)	4.45 (2)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	4.70 (1)	4.50 (1)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4.45 (3)	4.28 (3)

6.2.4 สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ

1) ด้านการใช้งานลานตลาด

จากสำรวจการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า พบว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีเวลาเปิดทำการร้านค้าเฉลี่ยเริ่มต้นที่ 7.33 นาฬิกา และปิดทำการเฉลี่ยที่ 17.53 นาฬิกา รวมระยะเวลาเปิดร้านค้าเฉลี่ยที่ 10.20 ชั่วโมง เปิดทำการเฉลี่ย 6.6 วันต่อสัปดาห์ เดินทางมาค้าขายที่ลานตลาดโดยการเดินเท้าร้อยละ 46 และมาลานตลาดโดยจักรยานยนต์ ร้อยละ 46 เท่ากัน (ตารางที่ 138)

เมื่อพิจารณาคะแนนทัศนคติและความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในประเด็น ภายภาพของลานตลาด การใช้สอยลานตลาด การบริหารลานตลาด ภาพรวมของลานตลาด และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม พบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้คะแนนในด้าน ภาพรวมของลานตลาด และลักษณะกายภาพของลานตลาด ในลำดับที่ 4 และ 5 จากทั้งหมด 5 ประเด็น ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้าให้คะแนนด้าน การบริหารจัดการลานตลาด และลักษณะทางกายภาพของลานตลาด ในลำดับที่ 4 และ 5 จากทั้งหมด 5 ประเด็น และทั้งสองโครงการให้คะแนนด้าน ลักษณะทางกายภาพของลานตลาด ในลำดับท้าย จึงแสดงให้เห็นว่าลักษณะทางกายภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรยังมีข้อบกพร่องสำหรับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า (ตารางที่ 139)

หากพิจารณาในประเด็นย่อยของลักษณะทางกายภาพของลานตลาดจะพบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 ให้ทัศนคติในด้านความเพียงพอของที่จอดรถ ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ให้ทัศนคติในด้านความเพียงพอของที่จอดรถ และการจัดหมวดหมู่ร้านค้า และผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าของทั้งสองโครงการให้ทัศนคติในด้านความเพียงพอของที่จอดรถเหมือนกัน (ตารางที่ 140) เมื่อนำผลคะแนนที่ต่ำของความเพียงพอของที่จอดรถมาพิจารณาร่วมกับผังบริเวณโดยรอบของลานตลาดแต่ละโครงการ (ตารางที่ 141) จะพบว่าลานตลาดมีการใช้ที่จอดรถร่วมกับบริเวณอื่นๆ ของโครงการทั้งที่จอดรถสำหรับที่พักอาศัยและที่จอดรถสำหรับส่วนอื่นๆของโครงการจึงทำให้ ผู้ที่ต้องการที่จอดรถสำหรับมาใช้งานลานตลาดจริงๆ ขาดความสะดวกสบายในด้านนี้

จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีทัศนคติต่อการใช้งานลานตลาดด้านกายภาพของตัวลานตลาดที่ต่ำ โดยเฉพาะด้านที่จอดรถ เนื่องจากลานตลาดมีการใช้ที่จอดรถร่วมกับบริเวณอื่นๆ

ตารางที่ 138 ลักษณะการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
เวลาเปิดร้าน	7:26 น.	7:40 น.	7:33 น.
เวลาปิดร้าน	17:45 น.	18:01 น.	17:53 น.
ระยะเวลาเปิดร้านเฉลี่ยรวม (ชั่วโมง/วัน)	10.19 ชม.	10.21 ชม.	10.20 ชม.
จำนวนวันเปิดขายต่อสัปดาห์	6.9	6.2	6.6
ลักษณะการเดินทางมาลานตลาด	เดินเท้า 56.67% จักรยานยนต์ 40%	จักรยานยนต์ 55% จักรยาน 30%	เดินเท้า 46% จักรยานยนต์ 46%

ตารางที่ 139 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1. ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.70 (5)	4.02 (4)
2. ทัศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.99 (2)	4.40 (2)
3. ทัศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.88 (3)	3.87 (5)
4. ทัศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	3.75 (4)	4.33 (3)
5. ทัศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.03 (1)	4.55 (1)
คะแนนทัศนคติเฉลี่ยรวม	3.87	4.24

ตารางที่ 140 ทักษะและความพึงพอใจที่มีต่อลานตลาดด้านลักษณะกายภาพของลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทร ร่มเกล้า
1. ทัศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.70	4.02
1.1 ที่ตั้งของตลาดมีความเหมาะสม	4.40	4.38
1.2 ความสะดวกในการเดินทางไปตลาด	4.17	4.89
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม	3.66	4.53
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ	2.89	2.89
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี	3.22	3.43
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่	3.44	2.78
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม	3.85	4.59
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม	3.53	4.04
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน	3.64	4.19
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน	3.91	4.16

ตารางที่ 141 รวมลักษณะทางกายภาพของ กรณีศึกษา ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร ทั้ง 4 ลานตลาด

	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L1	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L2	ลาดกระบัง 2 ลานตลาด L3	ร่มเกล้า
ผังแสดง บริเวณ โดยรอบ				
การจราจร โดยรอบ	เป็นบริเวณทางเข้าโครงการมีรถผ่าน ตลอดเวลา	เป็นบริเวณทางออกโครงการมีรถผ่าน ตลอดเวลา	ภายในโครงการมีการจอดรถนอกบริเวณ ที่อาคารพักอาศัยจำนวนมากทำให้การ สัญจรโดยรอบ ต้องชะลอความเร็วรถ	ตั้งอยู่บริเวณทางสัญจรหลักของ โครงการ ด้านตรงข้ามกับลานตลาดเป็น ที่จอดรถ มักเกิดการติดขัดเมื่อมีรถเข้า ออกจากที่จอดรถ
ที่จอดรถ	- ที่จอดรถจักรยานยนต์ 15 คันบริเวณ ด้านหน้าลานตลาด ใช้จอดรถยนต์เพื่อ ขนส่งของได้ - ที่จอดรถจักรยานยนต์ 100 คัน ใช้ ร่วมกับอาคารพักอาศัย - ที่จอดรถยนต์ ห่างจากลานตลาด ประมาณ 100 เมตร ใช้ร่วมกับอาคารพัก อาศัย	- ที่จอดรถจักรยานยนต์ 120 คัน ใช้ ร่วมกับอาคารพักอาศัย - ถนนด้านหน้าลานตลาด ใช้จอดรถยนต์ เพื่อขนส่งของได้ - ที่จอดรถยนต์ ห่างจากลานตลาด ประมาณ 50 เมตร ใช้ร่วมกับอาคารพัก อาศัย	- ที่จอดรถจักรยานยนต์ 12 คัน บริเวณ หน้าลานตลาด - ที่จอดรถยนต์ 2 คันสำหรับขนส่งของ บริเวณด้านข้างลานตลาด - ที่จอดรถยนต์ 26 คัน ใช้ร่วมกับศูนย์ ชุมชน	- ที่จอดรถจักรยานยนต์ 30 คัน บริเวณหน้าลานตลาด - ที่จอดรถยนต์ 40 และจักรยานยนต์ 10 คันบริเวณด้านข้างลานตลาด และ ใช้สำหรับขนส่งของ - ที่จอดรถยนต์ 35 คัน ใช้ร่วมกับ อาคารพักอาศัย

2) ด้านการลงทุนและอาชีพ

จากสำรวจการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อพิจารณาทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ย 30.69 คนต่อวัน และลูกค้าเป็นคนในโครงการบ้านเอื้ออาทรเฉลี่ยร้อยละ 85 (ตารางที่ 142)

ก่อนหน้าที่จะมาค้าขายที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการเคยผ่านการทำงานเป็นพนักงานประจำร้อยละ 41 เคยค้าขายจากที่อื่นร้อยละ 25 และค้าขายอื่นๆ ร้อยละ 31 เหตุผลที่ตัดสินใจมาลงทุนที่ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรเพราะ ใกล้บ้านร้อยละ 45 เป็นความถนัดร้อยละ 16 เห็นถึงศักยภาพของตลาดร้อยละ 13 และโดนจ้างออกจากงานร้อยละ 9

เมื่อดำเนินการค้าขายในลานตลาดแล้วผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าสามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ร้อยละ 62 โดยผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 สามารถคืนทุนได้ตามคาดการณ์ได้มากกว่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 67 (ตารางที่ 142)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรสามารถเป็นสถานที่สำหรับผู้อยู่อาศัยที่ต้องการประกอบอาชีพที่เป็นเจ้าของกิจการและเป็นอาชีพที่มั่นคงเพราะมีกลุ่มลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรที่มีความแน่นอนและจำนวนมาก และมีอัตราร้านค้าที่สามารถคืนทุนได้สำเร็จตามที่คาดการณ์ที่สูง

ตารางที่ 142 การใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

การใช้งานลานตลาด	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
จำนวนลูกค้าต่อวัน เฉลี่ย	32	29.50	30.69
ลูกค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทร	82%	88%	85%
ประสบการณ์ก่อนขายในลานตลาด	พนักงานประจำ 40% ค้าขายอื่นๆ 37% รับจ้าง 10%	พนักงานประจำ 42% ค้าขายอื่นๆ 25% ย้ายจากสถานที่อื่น 25%	พนักงานประจำ 41% ค้าขายอื่นๆ 31% ย้ายจากสถานที่อื่น 15%
เหตุผลในการตัดสินใจลงทุน	ใกล้บ้าน 53% ความถนัด 21% โดนให้ออกจากงาน 9% เห็นศักยภาพตลาด 9%	ใกล้บ้าน 38% เห็นศักยภาพตลาด 17% ใช้เวลาว่างสร้างรายได้ 15% ความถนัด 9% โดนให้ออกจากงาน 9%	ใกล้บ้าน 48% ความถนัด 16% เห็นศักยภาพตลาด 13% โดนให้ออกจากงาน 9%
ประเด็นหลัก ผู้ค้าคิดว่าร้านค้ามีจุดเด่นด้านใด	การบริการ 30% คุณภาพสินค้า 25% สินค้าแตกต่าง 16%	คุณภาพสินค้า 31% สินค้าแตกต่าง 26% การบริการ 15%	คุณภาพสินค้า 27% การบริการ 27% สินค้าแตกต่าง 20% ความสะอาด 10%
คืนทุนในเวลาี่คาดการณ์สำเร็จ	ตามคาดการณ์ 67%	ตามคาดการณ์ 55%	ตามคาดการณ์ 62%

3) ด้านรายได้จากลานตลาด

จากสำรวจการใช้งานลานตลาดของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า เมื่อพิจารณาทั้งสองโครงการพบว่า ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า มีรายได้ที่ได้จากการค้าขายในลานตลาดเฉลี่ย 15,660 ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 56 ของรายจ่ายครัวเรือนเฉลี่ย (ตารางที่ 6.52)

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าสามารถมีรายได้ทั้งที่เป็นรายได้หลักของครัวเรือนและรายได้เสริมของครัวเรือนที่มีความมั่นคง อีกทั้งรายได้จากการค้าขายจากลานตลาดเมื่อนำไปรวมกับรายได้ทั้งหมดของครัวเรือนจะพบว่าผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า สามารถมีรายได้ครัวเรือนที่ใกล้เคียงหรือสูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้ เมื่อเทียบกับระดับการศึกษาเฉลี่ยที่ส่วนใหญ่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าจบการศึกษาจากระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับการศึกษาที่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย แต่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปมีระดับการศึกษาเฉลี่ยที่ระดับปริญญาตรี (ตารางที่ 143 และ 144)

จึงสามารถสรุปได้ว่า ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ค้า และมีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป เมื่อเทียบกับระดับการศึกษาเฉลี่ยที่ต่ำกว่าผู้อยู่อาศัยทั่วไป

ตารางที่ 143 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า	เฉลี่ยรวม
ระดับการศึกษา	ม.ปลาย 33% ประถมศึกษา 27% ม.ต้น 23%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 35% ม.ต้น 20%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 23.75% ม.ต้น 20%
ช่องทางการหารายได้ของครัวเรือน	ตลาด+1ช่องทาง 56.7% ตลาดเท่านั้น 43.3%	ตลาด+1ช่องทาง 75% ตลาดเท่านั้น 25%	ตลาด+1ช่องทาง 65.9% ตลาดเท่านั้น 34.1%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	25,541	32,025	28,783
รายได้จากการค้าขายในลานตลาด (บาท)	17,557	13,762	15,660
ร้อยละรายได้จากลานตลาด	69%	43%	56%

ตารางที่ 144 ลักษณะครัวเรือนของผู้อยู่อาศัยทั่วไปและผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และโครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ลักษณะครัวเรือน สรุปรวม 2 โครงการ	อยู่อาศัยทั่วไป	ผู้อยู่อาศัย ที่เป็นผู้ประกอบการค้า
อายุ เฉลี่ย (ปี)	38	43.8
เพศ	หญิง 52% ชาย 47%	หญิง 66.25% ชาย 33.75%
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	2.5	2.9
ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในโครงการ (ปี)	6.7	8.2
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี 41% ม.ปลาย 19% ม.ต้น 8%	ม.ปลาย 40% ประถมศึกษา 23.75% ม.ต้น 20%
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 41.5% เช่าช่วง 33.5% ซื้อต่อ 25%	เช่าซื้อจากการเคหะฯ 63.75% เช่าช่วง 22.5% ซื้อต่อ 13.75%
รายได้ครัวเรือน (บาท)	24,844	28,783

4) ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้ามีทัศนคติโดยรวมในด้านการสร้างความสัมพันธ์ในสังคมและผลด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนในระดับที่ดีมากและสูงกว่าทัศนคติและผลของผู้อยู่อาศัยทั่วไปอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าเป็นผู้ใช้งานหลักของลานตลาดและเป็นผู้ที่ต้องดำเนินกิจกรรมประจำวันในลานตลาดเป็นประจำจึงส่งผลให้เกิดความสนิทสนมความเป็นมิตรและความเอื้ออาทรระหว่างผู้ค้าด้วยกัน (ตารางที่ 145 และ 146)

ตารางที่ 145 ทศนคติต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป ในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้ออาทร ลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	2.76 (4)	3.09 (5)
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.27 (1)	3.40 (1)
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	2.75 (5)	3.14 (4)
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	2.97 (3)	3.22 (3)
5.ทศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	2.98 (2)	3.27 (2)
ทศนคติต่อลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า
1.ทศนคติต่อลักษณะกายภาพของลานตลาด	3.70 (5)	4.02 (4)
2.ทศนคติต่อการใช้สอยลานตลาด	3.99 (2)	4.40 (2)
3.ทศนคติต่อการบริหารจัดการลานตลาด	3.88 (3)	3.87 (5)
4. ทศนคติต่อภาพรวมของลานตลาด	3.75 (4)	4.33 (3)
5.ทศนคติต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม	4.03 (1)	4.55 (1)

ตารางที่ 146 ทศนคติต่อลานตลาดของผู้อยู่อาศัยทั่วไป และผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า ในโครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า

ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยทั่วไป	โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้อ อาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	3.47 (1)	3.65 (1)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	3.33 (2)	3.49 (2)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	3.03 (3)	3.30 (3)
ทศนคติด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการใช้งานลานตลาด ของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า	โครงการบ้านเอื้อ อาทรลาดกระบัง 2	โครงการบ้านเอื้อ อาทรร่มเกล้า
1. ผลด้านการค้าขายสินค้า	4.58 (2)	4.45 (2)
2. ผลด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน	4.70 (1)	4.50 (1)
3. ผลด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน	4.45 (3)	4.28 (3)

6.2.5 สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร

จากการศึกษาผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร สามารถสรุปความสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของการเคหะแห่งชาติได้ 3 หัวข้อดังนี้

1) ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย

จากการสรุปและอภิปรายผลในด้าน ผลด้านลักษณะกายภาพของลานตลาด ผลด้านลักษณะการบริหารลานตลาด ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ สามารถสรุปความสอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย ได้ดังนี้

ผลที่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย

ด้านลักษณะทางกายภาพ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ มีแหล่งจับจ่ายใช้สอย ที่อยู่ใกล้ในระยะ 400 เมตร เกือบทุกหน่วยพักอาศัย และลานตลาดได้รับความนิยมในหน่วยพักอาศัยในระยะ 100 เมตร

ด้านลักษณะทางการบริหาร ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ มีสาธารณูปโภคที่สำคัญในชุมชน และส่งเสริมการให้โอกาสคนในชุมชนในการเปิดร้านค้า

ด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ ผู้อยู่อาศัยมีแหล่งจับจ่ายใช้สอย ในราคาที่เหมาะสม และช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้า

ด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรสามารถเป็นแหล่งสร้างอาชีพให้ผู้อยู่อาศัยและมีอัตราร้านค้าที่สามารถคืนทุนได้สำเร็จตามที่คาดการณ์ที่สูง

ผลที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย

ด้านลักษณะทางการบริหาร ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทั้ง 2 โครงการไม่ได้บริหารโดยชุมชน

ตารางที่ 147 ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย

ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความมั่นคงในการอยู่อาศัย				
	สรุปผลด้านกายภาพ	สรุปผลด้านการบริหาร	สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ	สรุปผลที่ผู้อยู่ที่เป็นผู้ค้าได้รับ
สอดคล้อง กับนโยบายและเป้าหมาย ของโครงการบ้านเอื้ออาทร	- มีลานตลาดเป็นแหล่ง จับจ่ายใช้สอย ที่อยู่ใกล้ใน ระยะ 400 เมตร เกือบทุก หน่วยพักอาศัย และลาน ตลาดได้รับความนิยมใน หน่วยพักอาศัยในระยะ 100 เมตร	- ลานตลาดเป็น สาธารณูปโภคที่สำคัญใน ชุมชน - ส่งเสริมการให้โอกาสคนใน ชุมชนในการเปิดร้านค้า	- ผู้อยู่อาศัยมีแหล่งจับจ่ายใช้ สอยในราคาที่เหมาะสม - ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่าย ในการเดินทางไปซื้อสินค้า	- เป็นแหล่งสร้างอาชีพให้ผู้ อยู่อาศัย - มีอัตราร้านค้าที่สามารถคืน ทุนได้สำเร็จตามที่คาดการณ์ ที่สูง
ไม่สอดคล้อง กับนโยบายและเป้าหมายของ โครงการบ้านเอื้ออาทร		- ลานตลาดในทั้ง 2 โครงการ ไม่ได้บริหารโดยชุมชน		

2) ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

จากการสรุปและอภิปรายผลในด้าน ผลด้านลักษณะกายภาพของลานตลาด ผลด้านลักษณะการบริหาร
ลานตลาด ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ สามารถสรุปคลมสอดคล้องกับ
นโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ได้ดังนี้

ผลที่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

ด้านลักษณะทางกายภาพ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้เกิดสถานที่พบปะของคนในชุมชน

ด้านลักษณะทางการบริหาร ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ มีส่งเสริมการให้โอกาสผู้อยู่อาศัย
ในโครงการในการประกอบอาชีพ

ด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ ผู้อยู่อาศัยสามารถจับจ่ายสินค้า
ได้อย่างสบายใจ

ด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรส่งเสริมให้เกิด
ความสัมพันธ์ที่ดีของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าด้วยกัน

ผลที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

ด้านลักษณะทางกายภาพ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ ผู้อยู่อาศัยมีทัศนคติด้านลบในด้าน
การจราจรโดยรอบ ส่งผลต่อความขัดแย้งของผู้อยู่อาศัยกับลานตลาด

ด้านลักษณะทางการบริหาร ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรยังขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความ
 คิดเห็นเกี่ยวกับตลาดของคนในชุมชน

ตารางที่ 148 ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีใน
 ชุมชน

ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน				
	สรุปผลด้านกายภาพ	สรุปผลด้านการบริหาร	สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ	สรุปผลที่ผู้ที่อยู่เป็นผู้ค้าได้รับ
สอดคล้อง กับนโยบายและเป้าหมาย ของโครงการบ้านเอื้ออาทร	- เป็นสถานที่พบปะของคนใน ชุมชน	- ส่งเสริมการให้โอกาสผู้อยู่อาศัย ในโครงการ	- ผู้อยู่อาศัยสามารถจับจ่ายสินค้า ได้อย่างสบายใจ	- ความสัมพันธ์ที่ดีของผู้อยู่อาศัยที่ เป็นผู้ค้าด้วยกัน
ไม่สอดคล้อง กับนโยบายและเป้าหมายของ โครงการบ้านเอื้ออาทร	- ผู้อยู่อาศัยมีทัศนคติด้านลบใน ด้านการจราจรโดยรอบ ส่งผลต่อ ความขัดแย้งของผู้อยู่อาศัยกับลาน ตลาด	- ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดน้อย		

3) **ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชน** จากการสรุปและอภิปรายผลในด้าน ผลด้านลักษณะกายภาพของลานตลาด ผลด้าน
 ลักษณะการบริหารลานตลาด ผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ ผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ สามารถสรุป
 คลามสอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชน ได้ดังนี้

ผลที่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชน

ด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรทำให้ผู้อยู่อาศัยมีแหล่งจับจ่ายใช้สอย
 ในราคาที่เหมาะสม และ ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้า

ด้านผลที่ผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าได้รับ ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีส่วนช่วยในด้านการ
 สร้างรายได้ที่สูงเมื่อเทียบกับวุฒิการศึกษาของผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า และสามารถสร้างรายได้หมุนเวียน
 ในชุมชน

ผลที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน

ด้านลักษณะทางการบริหาร รายได้จากลานตลาดไม่ได้กลับสู่ชุมชนโดยตรง

ตารางที่ 149 ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชน

ตารางอภิปรายผลผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร ด้านเศรษฐกิจที่ดีในชุมชน				
	สรุปผลด้านกายภาพ	สรุปผลด้านการบริหาร	สรุปผลที่ผู้อยู่อาศัยทั่วไปได้รับ	สรุปผลที่ผู้ที่อยู่ที่เป็นผู้ค้าได้รับ
สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร			<ul style="list-style-type: none"> - ผู้อยู่อาศัยมีแหล่งจ่ายใช้สอยในราคาที่เหมาะสม - ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปซื้อสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้ที่สูงเมื่อเทียบกับวุฒิการศึกษา - สร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชน
ไม่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของโครงการบ้านเอื้ออาทร		<ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากลานตลาดไม่ได้กลับสู่ชุมชนโดยตรง 		

ลานตลาดสามารถทำให้ผู้อยู่อาศัย สามารถทำมาหากินในชุมชนได้ เกิดการไหลเวียนของเงินภายในชุมชน รวมไปถึงมีรายได้ที่ได้จากภายนอกชุมชน ทำให้ผู้อยู่อาศัยมีแหล่งทำมาหากินทั้งที่เป็นแหล่งทำมาหากินหลัก และแหล่งทำมาหากินสำรองในยามขาดรายได้ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านรายได้จากการเข้าพื้นที่ลานตลาดที่ไม่ได้ย้อนกลับมาให้ชุมชนโดยตรงดังที่การเคหะแห่งชาติได้ตั้งเป้าหมายไว้

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ

1) ข้อเสนอแนะด้านกายภาพของลานตลาด

จากผลการศึกษาด้านกายภาพของลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร พบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรมีข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานลานตลาดดังนี้

ด้านที่จอดรถและการจราจรโดยรอบ ผลการศึกษาพบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นเส้นทางสัญจรหลักของโครงการจึงทำให้มีการจราจรหนาแน่นในบริเวณโดยรอบ อีกทั้งที่จอดรถบริเวณโดยรอบลานตลาดถูกใช้ร่วมกับที่จอดรถสำหรับอาคารพักอาศัย และผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่ใช้จักรยานยนต์ในการเดินทางมาลานตลาด (ร้อยละ 58) แต่ยังคงขาดความชัดเจนในการกำหนดพื้นที่จอดรถจักรยานยนต์ เป็นเพียงตำแหน่งที่ผู้มาใช้งานลานตลาดด้วยจักรยานยนต์จอดเป็นประจำเท่านั้น จนอาจก่อให้เกิดความวุ่นวายของการจราจรโดยรอบได้

จึงมีข้อเสนอที่จะกำหนดที่จอดรถยนต์ระยะสั้นสำหรับผู้มาใช้งานลานตลาดโดยเฉพาะและกำหนดสัดส่วนของพื้นที่จอดรถจักรยานยนต์บริเวณโดยรอบลานตลาดที่สะดวกต่อการแวะซื้อสินค้าเพื่อป้องกันการจอดรถจักรยานยนต์ในบริเวณที่ไม่ได้กำหนดซึ่งจะส่งผลกับการจราจรโดยรอบ

ด้านระบบวางระบายน้ำภายในลานตลาด ผลการศึกษาพบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรให้ มีการเตรียมการระบบวางระบายน้ำเสียไว้ให้ แต่พบว่าระบบวางระบายน้ำนั้นไม่ได้มีตำแหน่งที่ผ่านร้านค้าที่ความจำเป็นต้องใช้วางระบายน้ำอย่างร้านขายอาหารปรุงสำเร็จและร้านขายวัตถุดิบในทุกๆ จึงทำให้ไม่สะดวกในการทำความสะดวก

เมื่อศึกษามาตรฐานการออกแบบตลาดสด พบว่าควรมีวางระบายน้ำในบริเวณด้านข้างของทางเดิน ทั้งสองข้าง จึงมีข้อเสนอที่จะกำหนดการเตรียมการติดตั้งวางระบายน้ำในโซนแผงร้านค้าที่เป็นร้านขายอาหารปรุงสำเร็จ



และร้านขายวัตถุดิบ เพื่อความสะดวกและการใช้งานที่สะดวกในการดูรักษา

ภาพที่ 33 ผังเสนอแนะ การวางผังลานตลาด ขนาด 720 ตารางเมตร

ด้านการกำหนดหมวดหมู่และสัดส่วนร้านค้า จากการศึกษาพบว่าร้านค้าในลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ขาดความชัดเจนในการกำหนดหมวดหมู่ร้านค้า จึงส่งผลกระทบต่อในด้านลบหลายอย่าง เช่น ความสะดวกในการเดินจับจ่ายใช้สอยของผู้ซื้อสินค้า ที่ตั้งของร้านค้าที่ไม่เท่าเทียม และความสะดวกของลานตลาด อีกทั้งเมื่อสำรวจความต้องการในการมาจับจ่ายใช้สอยในลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของผู้อยู่อาศัยพบว่า ผู้อยู่อาศัยมีความต้องการซื้อของใช้และวัตถุดิบ ร้อยละ 54 อาหารปรุงสำเร็จร้อยละ 42 และมาใช้บริการร้านบริการ ร้อยละ 4 ซึ่งขัดต่อจำนวนร้านค้าในปัจจุบันของลานตลาดที่มีจำนวนร้านอาหารปรุงสำเร็จร้อยละ 54 ร้านของใช้และวัตถุดิบร้อยละ 36 และ ร้านบริการร้อยละ 10

จึงมีข้อเสนอให้มีข้อกำหนดและแนะนำผู้ดำเนินการลานตลาดในการกำหนดตำแหน่งและสัดส่วนของร้านค้าเพื่อ ร้านค้าจะได้มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้อยู่อาศัยซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อยอดขายสินค้า

และการเข้าถึงร้านค้าในบริเวณภายในลานตลาดซึ่งจะทำให้ผู้มาใช้บริการสามารถเข้าถึงร้านต่างๆได้อย่างสะดวก อีกทั้งการแบ่งสัดส่วนร้านค้าจะช่วยให้ร้านค้าของสดซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะมีกลิ่นอันไม่พึงประสงค์อยู่ห่างจากร้านบริเวณอื่นๆด้วย

2) ด้านการบริหารลานตลาด

จากผลการศึกษาด้านการบริหารลานตลาดพบว่าลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร มีการบริหารโดยผู้ดูแลลานตลาดที่เป็นเอกชน ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อชุมชนโดยตรง และผู้อยู่อาศัยในชุมชนยังขาดการมีส่วนร่วมกับการออกความคิดเห็นในการพัฒนา ดูแล และปรับปรุงลานตลาด

เมื่อศึกษาในแนวคิดชุมชนเข้มแข็งพบว่าชุมชนที่สามารถจัดการกับชุมชนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะทำให้เป็นชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้

จึงมีข้อเสนอให้บริหารลานตลาดอาจจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่จากการเคหะแห่งชาติที่มีหน้าที่แนะนำการบริหารลานตลาด เพื่อฝึกฝนให้คนภายในชุมชนในระยะแรกเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยภายในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และมีการกำหนดให้รายได้จากการเช่าพื้นที่ลานตลาดกลับเข้าสู่ชุมชนโดยตรง เพื่อให้รายได้กลับเข้าไปยังนิติบุคคล เพื่อนำไปพัฒนาชุมชนโดยตรง

6.3.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัย

1) ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัยทั่วไป

ลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรถูกกำหนดตำแหน่งที่ตั้งให้ผู้อยู่อาศัยเดินทางมาใช้งานได้อย่างสะดวก ในระยะทางที่เหมาะสมต่อการเดินเท้าจากบริเวณอาคารพักอาศัยส่วนใหญ่ ดังนั้นการเดินทางมาลานตลาดด้วยการเดินเท้าหรือจักรยานยนต์จะช่วยลดปัญหาการจราจรโดยรอบลานตลาดได้

ผู้อยู่อาศัยควรคำนึงถึงสิทธิและส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับลานตลาดในวาระการประชุมต่างๆ เพราะการเคหะแห่งชาติได้กำหนดให้พื้นที่ลานตลาดเป็นพื้นที่ส่วนกลางของชุมชน การช่วยการออกความคิดเห็นจะช่วยให้ลานตลาดพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นได้

2) ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้า

การเป็นผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้ประกอบการค้าในลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร นอกจากจะเป็นแหล่งทำมาหากินได้แล้ว ยังเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ค้าในลานตลาด จนถึงผู้อยู่อาศัยทั่วไปที่มาจับจ่ายใช้สอย ที่จะทำให้ผู้ค้าภายในลานตลาดเป็นที่รู้จักภายในชุมชนและส่งผลกระทบต่อบทบาทและหน้าที่ภายในชุมชน

6.3.3 ข้อเสนอแนะต่อโครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่

นอกเหนือจากโครงการบ้านเอื้ออาทรแล้ว โครงการที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ ที่มีหน่วยพักอาศัยตั้งแต่ 3,600 หน่วยขึ้นไป ควรพิจารณา หากไม่มีตลาดอยู่ใกล้โครงการในรัศมีการเดินทาง 45 นาที ควรส่งเสริมให้มีลานตลาดภายในโครงการ เพราะจะทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจชุมชน ความสะดวกในการอยู่อาศัย และประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่ดีทางสังคม

บรรณานุกรม

- Ho, S.-C. (2005). Evolution versus tradition in marketing systems: the Hong Kong food-retailing experience. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 90-99.
- Kaufman, C. F. (1996). A new look at one-stop shopping: a TIMES model approach to matching store hours and shopper schedules. *Journal of Consumer Marketing*.
- Lee, K., Zhan, M., Ludher, E. K., Paramasilvam, T. K., & Gnanasagaran, V. (2020). Singapore: Enhancing Urban Health and Vibrancy by Leveraging Streets, Park Connectors, and Marketplaces. In. *กฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) (1992).*
- การเคหะแห่งชาติ. (1986). มาตรฐานที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมการเคหะแห่งชาติ.
- การเคหะแห่งชาติ. (2020). วิสัยทัศน์ <https://www.nha.co.th/view/1/วิสัยทัศน์>
- เกียรติ จิวะกุล. (1982). ตลาดในกรุงเทพมหานคร การขยายตัวและพัฒนาการ.
- ดิลกคุณานันท์, ส., & Dilokkunanunt, S. (2015). แนวทางการออกแบบตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารอมสิน. (2004). คู่มือการออกแบบตลาดสด. .
- นิติรัตน์ ปรีชาเวช, วิทวัส รุ่งเรืองผล,ระพีพรรณ คำหอม. (2016). ศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบเอกลักษณ์ ส่วนพาณิชย์กรรม และ ร้านค้าชุมชนในโครงการของการเคหะแห่งชาติ.
- ภาวิณี ชีรสวัสดิ์. (2020, 29 September 2020). นโยบายการพัฒนาลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร [Interview].
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2016). โครงการศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบเอกลักษณ์ ส่วนพาณิชย์กรรม และร้านค้าชุมชนในโครงการ.
- เสรี พงศ์พิศ. (2009). วิถีชุมชนพอเพียง. สำนักพิมพ์พลังปัญญา.
- อังคาร ศักรานุกิจ. ผลของการวางผังอาคารพักอาศัยใน โครงการอาคารชุดบ้าน เอื้ออาทรแบบกลุ่มอาคาร และแบบ เรียงขนานที่มีต่อผู้อยู่อาศัย: กรณีศึกษาโครงการบ้านเอื้ออาทรรามอินทรา (คูบอน) และ โครงการบ้านเอื้ออาทรสมุทรปราการ 1 จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย].
- อัธยา เม็ดไธสง. (2018). กระบวนการคิดวิเคราะห์ของนักศึกษาในรายวิชาการระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ เบื้องต้น. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 12(1), 177-186.
- อุรชา อรรถคัมภีร์. กระบวนการดำเนินงานบริหารชุมชนของบริษัทรับบริหารชุมชนโครงการบ้านเอื้ออาทร: กรณีศึกษา โครงการ บึงกุ่ม นนทบุรี (วัดกุ่ม 2) ตลาดกระบ้ง 2 และ สุวรรณภูมิ (วัดศรีวารีน้อย) จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย].



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	วิศวรรุต เกกินะ
วัน เดือน ปี เกิด	03 กันยายน 2534
สถานที่เกิด	สุโขทัย
วุฒิการศึกษา	สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ที่อยู่ปัจจุบัน	63 ซ.พระยาสุเรนทร์ 13 ถ.พระยาสุเรนทร์ บางชัน คลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์ : ผู้ดำเนินการลานตลาดและ บุคลากรที่เกี่ยวข้อง
 “ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
 : กรณีศึกษา โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า”

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชภักดิ์

จัดทำโดย : นายวิศวรรุต เกกนิชะ

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อ-นามสกุล..... หมายเลขโทรศัพท์.....

1. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจมาประกอบธุรกิจการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

.....

.....

.....

.....

.....

2. ประกอบธุรกิจการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ท่านมีประสบการณ์การทำงานและประกอบธุรกิจ
 ด้านใด

.....

.....

.....

.....

.....

3 ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการจัดให้มีลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรหรือไม่ และวัตถุประสงค์นี้แตกต่าง
 จากวัตถุประสงค์ของตลาดทั่วไปอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

4.ท่านเริ่มประกอบธุรกิจการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

5.ท่านมีแนวคิดประกอบธุรกิจการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6.นอกจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ท่านมีส่วนร่วม กับ โครงการบ้านเอื้ออาทรอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

7.ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ : ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร (ผู้ประกอบการค้าขาย)

“ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

: กรณีศึกษา โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า”

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชภักดิ์

จัดทำโดย : นายวิศวรรุต เกกนิชะ

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยชื่อ-

นามสกุล.....พักอาศัยที่โครงการบ้านเอื้ออาทร.....

อาคารที่..... ชื่อร้านค้า.....หมายเลขร้านค้า.....หมายเลขโทรศัพท์.....



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. ข้อมูลทั่วไป	1.3 ระดับการศึกษา	1.4 สถานภาพสมรส	1.5 เข้าอยู่อาศัยในโครงการบ้าน เอื้ออาทรตั้งแต่ปี พ.ศ.
1.1 เพศ 1.2 อายุ ปี	<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอน ปลาย,ปวช. <input type="checkbox"/> อนุปริญญา , ปวส. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/> โสด <input type="checkbox"/> สมรส <input type="checkbox"/> หย่าร้าง <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรด ระบุ.....	โดยถือกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยโดย การ <input type="checkbox"/> เช่าซื้อจาก การเคหะ <input type="checkbox"/> เช่าช่วง ค่าเช่า..... บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
1.6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของท่านมี จำนวน คน โดยครัวเรือนมีลักษณะ		1.7 ช่องทางรายได้ของครัวเรือน	
<input type="checkbox"/> อยู่คนเดียว <input type="checkbox"/> คู่รัก/คู่สมรส <input type="checkbox"/> คู่รัก/คู่สมรสและบุตรจำนวน คน <input type="checkbox"/> อยู่อยู่ร่วมกับญาติพี่น้องจำนวน คน <input type="checkbox"/> เพื่อน จำนวน คน <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ		<input type="checkbox"/> จากการค้าขายในตลาดเท่านั้น <input type="checkbox"/> จากการค้าขายในตลาดและช่องทางอื่นอีก 1 ช่องทาง <input type="checkbox"/> จากการค้าขายในตลาดและช่องทางอื่นอีก ช่องทาง <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ	
1.8 รายได้ของครัวเรือน(ต่อเดือน)		1.9 รายได้จากการค้าขายในตลาด(ต่อเดือน)	
<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 15,001 – 25,000 บาท <input type="checkbox"/> 25,001 – 35,000 บาท <input type="checkbox"/> 35,001 – 45,000 บาท <input type="checkbox"/> 45,001 – 55,000 บาท <input type="checkbox"/> 55,001 บาท ขึ้นไป		<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 15,001 – 25,000 บาท <input type="checkbox"/> 25,001 – 35,000 บาท <input type="checkbox"/> 35,001 – 45,000 บาท <input type="checkbox"/> 45,001 บาท ขึ้นไป	
1.10 ร้านค้าของท่านเปิดให้บริการ วันต่อ สัปดาห์ โดยเปิดทำการในเวลา ถึง		1.12 ลักษณะการเดินทางมาค้าขายที่ลานตลาดโครงการ บ้านเอื้ออาทร	
1.11 ท่านชำระค่าเช่าพื้นที่เป็นราย..... โดยเสียค่าเช่าครั้งละ บาท ต่อหนึ่ง รอบการชำระ		<input type="checkbox"/> เดินเท้า <input type="checkbox"/> จักรยาน <input type="checkbox"/> จักรยานยนต์ <input type="checkbox"/> รถยนต์ <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ	

2. การตัดสินใจลงทุน

2.1. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจมาประกอบการค้าขายในตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

.....

.....

.....

2.2 ก่อนที่ท่านจะมาประกอบการค้าขายในตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร ท่านมีประสบการณ์การทำงาน และประกอบธุรกิจด้านใด

.....

.....

.....

2.3 ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ของการจัดให้มีตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรหรือไม่ และวัตถุประสงค์นี้ แตกต่างจากวัตถุประสงค์ของตลาดทั่วไปอย่างไร

.....

.....

.....

3. การประกอบการค้าขายในตลาดบ้านเอื้ออาทร

3.1 ในฐานะที่ท่านเป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร ท่านได้รับสิทธิพิเศษในการประกอบกิจการค้าขายหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

3.2 ในการประกอบกิจการค้าขายของท่าน ท่านต้องเตรียมการในด้านใดบ้าง (เช่น การปรับปรุงร้านค้า การจัดซื้ออุปกรณ์ การศึกษาเพิ่มเติม)

.....

.....

.....

3.3 ท่านคิดว่าร้านค้าของท่านมีจุดเด่นเป็นอย่างไร ในการค้าขายให้ให้บริการลูกค้า

.....

.....

.....

3.4 ลูกค้าของท่านมีจำนวนโดยประมาณ.....คน ต่อวัน

โดยเป็นลูกค้าที่เป็นผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร คิดเป็นร้อยละ.....

3.5 ร้านค้าของท่านสามารถคืนทุนให้ท่านภายในระยะเวลาเท่าใด (คาดการณ์,ความเป็นจริง)

.....

.....

.....



4. ทัศนคติเกี่ยวกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร(ตารางที่1)

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	เหตุผลในการให้คะแนน
1. ทัศนคติของท่านต่อลักษณะกายภาพของตลาด						
1.1 ที่ตั้งของตลาดเหมาะสม						
1.2 ท่านมีความสะดวกในการเดินทางไปตลาด						
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม						
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ						
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี						
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่						
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม						
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม						
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน						
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน						
2. ทัศนคติของท่านต่อการใช้สอยตลาด						
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย						
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม						
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ						
2.4 ท่านสามารถใช้จับจ่ายใช้สอยภายในตลาดได้ในที่เดียวเพื่อให้ได้ สิ่งของที่ต้องการครบถ้วน						
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย						
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์						
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร						
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี						
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย						

4. ทัศนคติเกี่ยวกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร(ตารางที่2)

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

	5	4	3	2	1	เหตุผลในการให้คะแนน
3. ทัศนคติของท่านต่อการบริหารจัดการตลาด						
3.1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ						
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี						
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี						
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี						
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี						
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี						
4. ทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม						
4.1 ท่านมีร้านค้าเจ้าประจำในตลาด						
4.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน						
4.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ						
4.5 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด						
4.6 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน						
4.7 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน						
4.8 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน						
4.9 ตลาดมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน						
4.10 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น						
5. ทัศนคติของท่านต่อภาพรวมของตลาด						
5.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้						
5.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด						
5.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย						
5.4 ตลาดสามารถสร้างสายสัมพันธ์อันดีภายใน ชุมชน						
5.5 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน						
5.6 ท่านมีมิตรภาพที่ดีกับผู้ประกอบการในตลาด(พ่อค้าแม่ค้า)						
5.7 ท่านมีมิตรภาพที่ดีต่อคนในชุมชน						
5.8 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน						
5.9 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด						

6.ท่านได้รับประโยชน์อย่างไรจากการมีลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	เหตุผลที่ให้คะแนน
6.1 ประโยชน์ด้านการค้าขายสินค้า						
6.1.1 ความสะดวกในการขายสินค้า						
6.1.2 ความสม่ำเสมอของลูกค้า						
6.1.3 ลูกค้ามีกำลังซื้อที่เหมาะสมกับสินค้า						
6.2 ประโยชน์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน						
6.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายดี						
6.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี						
6.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี						
6.3 ประโยชน์ด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน						
6.3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน						
6.3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน						
6.3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน						
6.3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น						

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัยที่มาจับจ่ายใช้สอยในตลาด	7.2 ข้อเสนอแนะต่อนิติบุคคล
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
7.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้ดำเนินการลานตลาด	7.4 ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
7.5 ข้อเสนอแนะต่อสถานการณ์ COVID 19	7.6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

แบบสัมภาษณ์ : ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร(ผู้อยู่อาศัยทั่วไป)

“ผลที่ผู้อยู่อาศัยได้รับจากการพัฒนาตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร
: กรณีศึกษา โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง 2 และ โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า”

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชักดิ์

จัดทำโดย : นายวิศวรุต เกกนิชะ

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อ-นามสกุล.....พักอาศัยที่โครงการบ้านเอื้ออาทร.....อาคารที่.....

1.ข้อมูลทั่วไป	1.3 ระดับการศึกษา	1.4 สถานภาพสมรส	1.5 เข้าอยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทรตั้งแต่ปี พ.ศ.
1.1 เพศ	<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input checked="" type="checkbox"/> โสด	โดยถือกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยโดยการ <input type="checkbox"/> เช่าซื้อจาก การเคหะ <input type="checkbox"/> เช่าช่วง ค่าเช่า.....บาทต่อเดือน <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
1.2 อายุ ปี	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช. <input type="checkbox"/> อนุปริญญา , ปวส. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/> สมรส <input type="checkbox"/> หย่าร้าง <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	
1.6 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของท่านมีจำนวน คน โดยครัวเรือนมีลักษณะ	1.7 ช่องทางรายได้ของครัวเรือน		
<input type="checkbox"/> อยู่คนเดียว <input type="checkbox"/> คู่รัก/คู่สมรส <input type="checkbox"/> คู่รัก/คู่สมรสและบุตรจำนวน คน <input type="checkbox"/> อยู่ญาติร่วมกับญาติพี่น้องจำนวน คน <input type="checkbox"/> เพื่อน จำนวน คน <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ	<input type="checkbox"/> 1 ช่องทาง <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 ช่องทาง		
1.8 รายได้ของครัวเรือน(ต่อเดือน)	1.12 ลักษณะการเดินทางมาที่ลานตลาดโครงการบ้านเอื้ออาทร		
<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 15,001 – 25,000 บาท <input type="checkbox"/> 25,001 – 35,000 บาท <input type="checkbox"/> 35,001 – 45,000 บาท <input type="checkbox"/> 45,001 – 55,000 บาท <input type="checkbox"/> 55,001 บาท ขึ้นไป	<input type="checkbox"/> เดินเท้า <input type="checkbox"/> จักรยาน <input type="checkbox"/> จักรยานยนต์ <input type="checkbox"/> รถยนต์ <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ		

2.ทัศนคติเกี่ยวกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร(ตารางที่1)

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	เหตุผลในการให้คะแนน
1.ทัศนคติของท่านต่อลักษณะกายภาพของตลาด						
1.1 ที่ตั้งของตลาดเหมาะสม						
1.2 ท่านมีความสะดวกในการเดินทางไปตลาด						
1.3 ขนาดพื้นที่ของตลาดเหมาะสม						
1.4 ตลาดมีที่จอดรถเพียงพอ						
1.5 ตลาดมีการจัดการจราจรโดยรอบตลาดดี						
1.6 ตลาดมีการจัดแผงร้านค้าเป็นหมวดหมู่						
1.7 ทางเดินในตลาดมีขนาดที่เหมาะสม						
1.8 ห้องน้ำ-ส้วม มีจำนวนเพียงพอ และตั้งในที่ที่เหมาะสม						
1.9 การออกแบบตลาดดี โถงโปร่งสบาย เหมาะสมกับการใช้งาน						
1.10 ตลาดมีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการใช้งาน						
2. ทัศนคติของท่านต่อการใช้สอยตลาด						
2.1 ประเภทสินค้าในตลาดตรงกับความต้องการของผู้อยู่อาศัย						
2.2 ราคาสินค้าในตลาดมีความเหมาะสม						
2.3 จำนวนร้านค้าในตลาดมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ						
2.4 ท่านสามารถใช้จับจ่ายใช้สอยภายในตลาดได้ในที่เดียวเพื่อให้ได้ สิ่งของที่ต้องการครบถ้วน						
2.5 การเดินซื้อของในตลาดมีความสะดวกสบายและปลอดภัย						
2.6 ผู้ค้าในตลาดมีความซื่อสัตย์						
2.7 ผู้ค้าในตลาดมีความเป็นมิตร						
2.8 ผู้ค้าในตลาดให้บริการอย่างดี						
2.9 การขนถ่ายสินค้าของผู้ขายในตลาดสะดวกสบาย						

2.ทัศนคติเกี่ยวกับลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร(ตารางที่2)

คำชี้แจง ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

	5	4	3	2	1	เหตุผลในการให้คะแนน
3.ทัศนคติของท่านต่อการบริหารจัดการตลาด						
3.1 ตลาดมีการจัดการการเก็บค่าเช่าพื้นที่ได้อย่างมีระบบ						
3.2 ตลาดมีการจัดการรักษาความปลอดภัยที่ดี						
3.3 ตลาดมีการจัดการรักษาความสะอาดที่ดี						
3.4 ตลาดมีการจัดการด้านสุขอนามัยที่ดี						
3.5 ตลาดมีมาตรฐานในการคัดเลือกพ่อค้าแม่ค้าที่ดี						
3.6 ตลาดมีการประสานงานหน่วยงานราชการได้ดี						
4.ทัศนคติของท่านต่อการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม						
4.1 ท่านมีร้านค้าเจ้าประจำในตลาด						
4.2 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดเป็นคนในชุมชน						
4.3 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อ						
4.5 พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และช่วยเหลือกันในการดูแลตลาด						
4.6 ท่านได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านที่ตลาดหลายคน						
4.7 ตลาดเป็นสถานที่ที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของชุมชน						
4.8 ตลาดเคยจัดกิจกรรมทางสังคมให้กับชุมชน						
4.9 ตลาดมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน						
4.10 ตลาดได้ช่วยให้คนในชุมชน มีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น						
5. ทัศนคติของท่านต่อภาพรวมของตลาด						
5.1 ท่านคิดว่าตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทรของท่านเป็นตลาดที่ดีที่สุดในย่านนี้						
5.2 โครงการบ้านเอื้ออาทรทุกโครงการควรมีตลาด						
5.3 ตลาดมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงในการอยู่อาศัย						
5.4 ตลาดสามารถสร้างสายสัมพันธ์อันดีภายใน ชุมชน						
5.5 ตลาดช่วยส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน						
5.6 ท่านมีมิตรภาพที่ดีกับผู้ประกอบการในตลาด(พ่อค้าแม่ค้า)						
5.7 ท่านมีมิตรภาพที่ดีต่อคนในชุมชน						
5.8 ท่านมักมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน						
5.9 ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาด						

4. ท่านได้รับประโยชน์อย่างไรจากการมีลานตลาดในโครงการบ้านเอื้ออาทร

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	เหตุผลที่ให้คะแนน
1 ประโยชน์ด้านการค้าขายสินค้า						
1.1 ความสะดวกในการขายสินค้า						
1.2 ความสม่ำเสมอของลูกค้า						
1.3 ลูกค้ามีกำลังซื้อที่เหมาะสมกับสินค้า						
2 ประโยชน์ด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน						
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายดี						
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกันเองดี						
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัยดี						
3 ประโยชน์ด้านการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน						
3.1 ตลาดทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชน						
3.2 ตลาดทำให้มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาในชุมชน						
3.3 ตลาดได้สร้างอาชีพให้คนในชุมชน						
3.4 ตลาดทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น						

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้อยู่อาศัยที่มาจับจ่ายใช้สอยในตลาด	7.2 ข้อเสนอแนะต่อนิติบุคคล
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
7.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้ดำเนินการลานตลาด	7.4 ข้อเสนอแนะต่อการเคหะแห่งชาติ
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
7.5 ข้อเสนอแนะต่อสถานการณ์ COVID 19	7.6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>