

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาแนวทางการออกแบบตลาดชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่น กรณีศึกษาชุมชนรังสิต โดยแบ่งการศึกษาเป็น 7 ข้อ คือ 1) ศึกษารูปแบบและการจัดการของศูนย์การค้าชุมชนและตลาดเพื่อชุมชน 2) ศึกษาคุณลักษณะความเป็นชุมชนของย่านรังสิต 3) ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมของชุมชนย่านรังสิต 4) ศึกษาความต้องการพื้นที่เพื่อชุมชนของคนในชุมชนย่านรังสิต 5) ศึกษาหาตำแหน่งของตลาดเพื่อชุมชนย่านรังสิต 6) วิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษาเป็นแนวทางการออกแบบตลาดเพื่อชุมชนย่านรังสิต 7) สรุปแนวทางการกำหนดตำแหน่ง และการออกแบบตลาดเพื่อชุมชนย่านรังสิต โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ประชากรในเขตเทศบาลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี ประชากรในเขตเทศบาลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี และประชากรในเขตเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จ. ปทุมธานี โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 100 คน โดยมีการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า แนวทางการออกแบบตลาดชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่น กรณีศึกษาชุมชนรังสิต ต้องออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะของพื้นที่ศึกษา และตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนในพื้นที่ศึกษา ดังนี้ 1) ผลการศึกษา และสำรวจพื้นที่ชุมชนย่านรังสิตพบว่า ย่านรังสิตมีคุณลักษณะความเป็นชุมชน 3 รูปแบบ คือ ชุมชนการเกษตร ชุมชนบ้านจัดสรร และชุมชนพาณิชย์ 2) จากการสำรวจประเภทของกิจกรรมของชุมชนพบว่า ช่วงปี พ.ศ. 2550 มีการจัดกิจกรรม 18 โครงการ โดยแบ่งกลุ่มของกิจกรรมเป็น กิจกรรมงานประเพณี กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมงานประกวด กิจกรรมพัฒนาอาชีพ และการแสดงผลงาน โดยพื้นที่จัดกิจกรรมกระจายทั่วพื้นที่ย่านรังสิต แต่สถานที่จัดกิจกรรมไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประกอบกับไม่มีพื้นที่จัดกิจกรรมที่แน่นอน ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ใช้สื่อทางเสียงตามสาย แจกใบปลิว และรถกระจายเสียง 3) รูปแบบของตลาดชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นควรมีพื้นที่ขายที่สามารถรองรับสินค้าจากชุมชน พื้นที่จัดกิจกรรมของชุมชน พื้นที่สาธารณะไว้สำหรับพบปะหรือเป็นพื้นที่พักผ่อนของชุมชน รวมสถานที่ติดต่อราชการ ศูนย์การเรียนรู้ การบริการด้านสุขภาพ ห้องประชุมของชุมชน โดยการเข้าถึงพื้นที่และที่ตั้งนั้นควรอยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถเชื่อมโยงกับศูนย์กลางชุมชนหรือสถานที่ท่องเที่ยวของพื้นที่ได้ ลักษณะของอาคารเป็นลักษณะอาคารเดี่ยว 2 ชั้น มีลักษณะรูปแบบอาคารร่วมสมัยและสอดคล้องกับบริบทโดยรอบของพื้นที่ โดยเน้นพื้นที่ว่างโดยรอบอาคาร เพื่อเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมโดยมีพื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร 10,300 ตารางเมตร มีขอบเขตการ

ให้บริการ รัศมี 3 กิโลเมตร สามารถรองรับผู้เข้าใช้บริการ 25,000-45,000 คน ต่อวัน ส่วนด้านการจัดการควรมีการคัดเลือกผู้ขายจากคนในชุมชน มีการควบคุมคุณภาพสินค้า ส่งเสริมการร่วมกลุ่มของผู้ขายสินค้า และอำนวยความสะดวกต่อผู้ขายในทุก ๆ ด้าน 4) ผลการสำรวจความต้องการพื้นที่เพื่อชุมชนของคนในชุมชน พบว่าคนในชุมชนต้องการพื้นที่เพื่อทำกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน มีกิจกรรมและพื้นที่รองรับสำหรับทุกคนในครอบครัว ทุกเพศ ทุกวัยและมีร้านค้าที่ตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวัน มีส่วนบริการในทุก ๆ ด้าน ต้องการพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ พื้นที่พักผ่อน พื้นที่ออกกำลังกาย และพื้นที่จัดกิจกรรม 5) ผลการสำรวจหาตำแหน่งของตลาดเพื่อชุมชนย่านรังสิต โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกพื้นที่โครงการพบว่า พื้นที่ด้านหน้าที่ว่าการอำเภอธัญบุรี อยู่ติดถนนรังสิต - นครนายกฝั่งขาออก ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่นันทนาการและลานจอดรถ มีความเหมาะสมที่จะเป็นที่ตั้งของตลาดเพื่อชุมชนย่านรังสิต โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกพื้นที่โครงการ

ตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นย่านรังสิตนั้นมีตำแหน่งที่ตั้งโครงการอยู่ด้านหน้าศาลากลางเมืองธัญบุรีซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ที่ดินของอำเภอ มีขนาดพื้นที่ 18,000 ตารางเมตร มีหน้ากว้าง 300 เมตร ลึก 60 เมตร มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบในรัศมี 3 กิโลเมตร และนักท่องเที่ยวจากนอกพื้นที่ ภายในตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นประกอบด้วยพื้นที่ 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ พื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ คือ พื้นที่ขายในตลาดจำนวน 150 แผง และจำนวนร้านค้า 60 ร้าน พื้นที่บริการและร้านอาหาร ส่วนพื้นที่ส่วนพัฒนาศักยภาพของชุมชน คือ พื้นที่เรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ โดยมีห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุดชุมชน พื้นที่สาธารณะ ได้แก่ สนามกีฬา สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น และพื้นที่จัดกิจกรรม รวมมีพื้นที่ส่วนใช้งานทั้งหมดประมาณ 13,390 ตารางเมตร รวมกับพื้นที่จอดรถ และสภาพภูมิทัศน์ภายนอกอาคารประมาณ 21,245 ตารางเมตร ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 272,906,700บาท โดยเป็นการร่วมลงทุนระหว่างจังหวัดปทุมธานี และเอกชน

## Abstract

The objective of this study is to propose an approach of community market design for the development of local economy and capability through case study of Rangsit Community. The study covers 7 areas of the followings: 1) the design and management of shopping centers and community markets; 2) the characteristics of being Rangsit Community; 3) activities carried out in the community; 4) the need of area for those people in the community; 5) the location of the market for Rangsit Community; 6) data analysis for an approach of market design for Rangsit Community; and 7) the conclusion of an approach in locating and designing the market. The subjects for this study are the people living within the municipalities of Prachatipat and Bueng Yeeto in Tanya Buri District, and the people living in the municipality of Koo-Kot in Lam Lukka District, Pathumthani Province. The collection of data from the random sampling of 100 subjects was carried out and the data was analyzed by basic statistic using percentage and means.

The result of the findings indicates that an approach of community market design for the development of local the economy and capability must be in accordance with the characteristic of investigated area and can meet the demand of the people in the community. Firstly, the survey of areas reveals that Rangsit Community has characteristic mainly of three types: agricultural community, housing and real estate community and commercial community. Secondly, upon surveying types of activities, it is found that 18 projects of activities were carried out in the year 2007. They include traditional activities, recreation, contest, occupation development and products display. Areas for those activities are scattered all over Rangsit with insufficient area for participants. There is no specific place for them. As for the public relations, they use on-line broadcasting, leaflets, and a van with microphone announcement. Thirdly, the market should have sufficient space to accommodate all goods produced by the community, activities, public area for recreation, government contact point, knowledge transfer center, health care service and meeting area. The market must be in the central

area of the community and should be easily accessed and connected to the community center or its tourist attractions. The buildings should be contemporary in design with two levels and in accordance with surrounding context. The provision of space around the building is essential for outdoor activities whereas 10,300 square metres of utilizable space inside the building are needed as well. The service radius is of 3 kilometres and the capacity of accommodation is of 25,000 – 45,000 attendants per day. Regarding management, sellers should be selected from those in the community, goods quality control is in practice and group unity as well as conveniences is promoted. Fourthly, it is also found that members of the community need spaces for social activities, recreation for all walks of life and shops for their daily life needs. They want all kinds of services and activities. Fifthly, the survey for market location by using certain criterion finds that the space in front Tanya Buri District quarter building close to Rangsit – Nakorn Nayok Road on outbound lane, the former recreation and parking area, is suitable for the community market.

The planned area belongs to the district covering an area of 18,000 square metres with 300 metres in front width and 60 metres in side width. The target groups are people living within 3 kilometres in radius and incoming tourists. The market comprises 2 main parts: the area for promotion of economic development in which 150 stands and 60 shops as well as service area and restaurants are provided; the other part for capacity development which includes learning and developing occupation center with sporting field, public park, children playground and space for organizing activities. The functional area covers 13,390 square metres, and together with parking area and outside landscape, the total is about 21,245 square metres. The budget of 272,906,700 baht is co-invested by Pathumthani Province Authority and private sector.