

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นการศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารทรัพยากรอาคารเพื่อการพาณิชย์ กรณีศึกษา ตลาด “กาตรินคำ” จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ศึกษาโดยการประเมินจากการเปรียบเทียบข้อมูล ระหว่างตลาดที่เป็นกรณีศึกษา และตัวอย่าง โดยมุ่งเน้นการศึกษาไปยังการจัดการทรัพยากรอาคารนั้นด้วยวิธีการศึกษาและวิเคราะห์ผลการศึกษามีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การศึกษากรณีศึกษาตัวอย่างในข้อมูลเบื้องต้นโดยนำข้อมูลเบื้องต้นมาเปรียบเทียบกับกรณีศึกษา กาตรินคำ จังหวัดเชียงใหม่
2. การวิเคราะห์ตัวอาคารสถานที่ (Place) ผู้เข้ามาใช้บริการ (People) และ การบริหารจัดการตลาด (Process) ของกรณีศึกษา และกรณีศึกษาตัวอย่าง
3. การวิเคราะห์การเข้าถึงจุดกลางตลาดของผู้เข้ามาใช้บริการ
4. การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างภายในตลาด เช่น การจัดจุดพักผ่อน หรือการสร้างจุด ดึงสายตา

ผู้ทำการศึกษาได้ทำการศึกษกรณีศึกษาตัวอย่างจากตลาด 2 แห่ง คือ

- ตลาดบองมาร์เช่ (กรุงเทพฯ)
- ตลาดหน้าม. เชียงใหม่ (จ.เชียงใหม่)

การศึกษกรณีศึกษาตัวอย่างในข้อมูลเบื้องต้น

ตลาดบองมาร์เช่ BON MARCHE

โครงการ บองมาร์เช่ ได้เช่าที่ดินจำนวน 17 ไร่ จากสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เดิมเป็นสนามไคร์ฟกอล์ฟ และหมดสัญญาลง ทางโครงการ จึงได้เช่าที่ดินผืนนี้ โดยยังไม่มีโครงการว่าจะทำอะไร ผ่านระยะเวลามาช่วงหนึ่งจึงได้เริ่มคิดว่าเราจะทำอะไร โดยขั้นแรกได้จัดทำถนนกว้าง 7 เมตร รอบพื้นที่เพื่อให้อาคารมีโครงการก่อสร้างเกิดขึ้น จะได้ไม่กระทบกระเทือนกับเพื่อนบ้าน โดยใช้ถนนจากแนวรั้วเพื่อนบ้าน 7 เมตร เป็นตัวกั้นกลาง และเตรียมไว้เป็นที่จอดรถในอาคารด้วย โดยได้แบ่งที่ดินออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนหน้าจากถนนประชานิเวศน์ 1 ลึกเข้ามาในที่ดิน เนื้อที่ประมาณ 15 ไร่
2. ส่วนที่สองมีที่ดินประมาณ 1 ไร่ กำหนดให้เป็นสุสานสุนัขที่สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ทรงเลี้ยงไว้ และมีโครงการที่จะให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจในเรื่องสุนัข
3. กั้นไว้สำหรับสร้างหอพักคนงาน

ทางโครงการได้เริ่มทำถนน ทำสุสานเสร็จ เศรษฐกิจของประเทศเริ่มตกต่ำทำให้โครงการต้องหยุด แต่ไม่ได้ทิ้งที่ดินให้เป็นที่รกร้าง ทางโครงการได้ใช้ที่ดินส่วนหน้า (15 ไร่) ทดลองปลูกผักปลอดสารพิษในมุ้ง ผลคือ ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก และผลตอบแทนไม่คุ้มค่า เมื่อถึงปี 2540 ฟองสบู่แตก ต้องหยุดโครงการนี้ และเริ่มคิดว่าจะทำโครงการอะไรซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้ตกงานที่มีเป็นจำนวนมาก รวมถึงคนเกษียณก่อนอายุและคนด้อยโอกาสให้มีที่ทำกิน

เมื่อคิดถึงคนดังกล่าวข้างต้น จึงได้เกิดความคิดที่จะสร้างตลาดขึ้น เพราะได้มองเห็นว่าตลาดเป็น สัญลักษณ์ของสังคมไทย จึงได้เริ่มโครงการนี้มาตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา โดยเริ่มมองจากข้อบกพร่องของ ตลาดที่มีอยู่ในกทม. ก่อนแล้วนำมาข้อบกพร่องนั้นมาปรับปรุง เมื่อได้รูปแบบและหลักการแล้ว เริ่มทำการ ก่อสร้างประมาณกลางปี 2541 โดยใช้โครงสร้างสนามไคร้ฟลอร์พื้นฐานและพื้นที่ส่วนหน้าสนามไคร้ฟ เป็นที่ลุ่ม จึงต้องดันดินมาเสริมส่วนหน้าให้มีความกว้างพอที่จะเป็นตลาดในรูปโครงสร้างของอาคารตลาด ทั่วไป คือหลังคาสูงเปิดโล่งและดันดินอีกบางส่วนไปทางด้านทิศตะวันออกติดกับถนนที่ทำไว้ เพื่อเป็นพื้นที่ หอพักให้แก่เจ้าหน้าที่

ตลาดสามารถเปิดดำเนินการได้ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2542 โดยเกิดบึงขึ้นมาเป็นเป็นเอกลักษณ์ของ ตลาดของมาร์เช่ ตลาดที่ก่อสร้างขึ้นมาได้จัดแบ่งประเภทสินค้าไว้อย่างชัดเจน คือ 1. ผลไม้ 2. ของชำ 3. ของสด 4. ผัก 5. ขนม 6. อาหารสำเร็จรูป และทางโครงการเปิดรับสมัครผู้ที่เข้ามาประกอบการใน ประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีคนมาสมัครมากมายและได้ทำการสัมภาษณ์และคัดเลือกบุคคลที่กล่าวข้างต้น โดยแบ่ง โควต้าเป็นผู้ตกงาน 30% เกษียณก่อนอายุ 30% ผู้ด้อยโอกาส 30% ที่เหลืออีก 10% กันไว้สำหรับผู้ที่มี เรือสวนไร่นา และผลิตผลที่ไม่สามารถลงสู่ตลาดโดยตรงได้ ผลประจักษ์ว่ากิจการของตลาดเป็นที่ยอมรับ ภายในเวลา 1 ปีเท่านั้น ในส่วนผู้ประกอบการที่เหลือผู้ด้อยโอกาสเกือบจะ 100 % ต่อมาเกิดปัญหาว่ามี บุคคลอีกประเภทหนึ่งทำมาหากิน โดยขายของบริโภคไม่เป็นมาขอร้องให้โครงการจัดพื้นที่เพื่อขายสินค้า ประเภทเสื้อผ้า เครื่องใช้ จึงเกิดปลาซำขึ้น และโครงการปลาซำนี้ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้ามาทำการ ค่าขายสินค้าประเภทอุปโภคได้ประมาณต้นปี 2543

หลังจากวันที่ 1 กรกฎาคม 2542 เป็นต้นมาทางโครงการ มิได้หยุดนิ่งแม้แต่วันเดียวจนถึงปีจะบัน แผลงขายของในตลาดได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยใช้ประโยชน์ของพื้นที่ที่เหมาะสมและดีที่สุด เมื่อตลาด คิดมีคนมาใช้บริการมากขึ้นก็เกิดปัญหาการจราจรติดขัด จึงมีความจำเป็นต้องหาเงินมาลงทุนเพื่อสร้างอาคาร จอดรถ 5 ชั้น สามารถจอดรถได้ 350 คัน เมื่อต้องลงทุนสร้างที่จอดรถ ทางโครงการก็มีความจำเป็นต้องสร้าง อาคารเพิ่มเติมเสริมรายได้เพื่อให้ทางโครงการสามารถอยู่ได้ โดยกำหนดให้อาคาร A เป็นอาคารสำหรับ ขายอัญมณี อาคาร B ชั้น 1-2 จัดให้เป็นส่วนของใช้ ชั้น 3 เน้นหนักในเรื่องของการบริการและการศึกษา ส่วนชั้น 4 กำหนดไว้เป็นส่วนของการส่งเสริมสุขภาพ และทางโครงการมีดำริที่จะก่อสร้างอาคารอีก 2 อาคาร โดยจะเป็นอาคารร้านอาหาร (ภัตตาคาร) โดยเฉพาะ และอีกอาคารหนึ่งอาจจะทำเป็นอาคารโชว์ สินค้า ซึ่งทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับกำลังเงินและความจำเป็น โดยทางโครงการได้พยายามใช้พื้นที่ทุกตารางนิ้วให้เกิด ประโยชน์ที่สุด สามารถทำรายได้เพิ่มขึ้น โดยไม่รบกวนผู้ประกอบการเดิม ไม่ทำให้ภูมิทัศน์ของตลาดและ

พลาซ่าคูเออ์ดเป็นสลัม โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้คำนึงถึงผู้ที่เข้ามาใช้บริการรวมทั้งคนสูงอายุ โดยกำหนดให้ทางเดินส่วนกลางกว้างขวางพอ สามารถใช้รถนั่งล้อเลื่อนได้ ทำทางลาดเพื่อสะดวกในการขึ้นลงต่างระดับ ทำห้องน้ำไว้หลายจุดและมีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้รถล้อเลื่อนด้วย

นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการเป็นต้นมา นับว่า โชคดีที่ทุกอย่างเป็นไปตามวัตถุประสงค์และสามารถมีรายได้สำหรับการบริหารรวมทั้งชำระดอกเบี้ยได้เท่านั้น ยังไม่มีส่วนเหลือสำหรับใช้หนี้เงินลงทุนเลย เหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะโครงการนี้ดำเนินการโดยมิได้หวังจะสร้างกำไรราย แต่มีวัตถุประสงค์หลักที่จะช่วยย้คนที่ทำกินอย่างแท้จริงไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ จึงมิได้เรียกเก็บเงินกินเปล่า ค่าเช่าพื้นที่ก็ถูกกว่าสถานที่อื่น ๆ ทั้งหมด เพื่อความอยู่รอดของโครงการก็มีความจำเป็นต้องออกกฎระเบียบโดยผู้ประกอบการจะต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ถ้าทำตามกฎระเบียบที่วางไว้ไม่ได้แจ้งเลิกสัญญาทันที ด้วยเหตุนี้จึงทำให้โครงการนี้อยู่ได้และเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในวงกว้าง ทางโครงการเองก็พยายามทำทุกอย่างให้ดีขึ้น

ตัวอย่างเอกสารที่ทางของมาร์เซ่ ได้ทำขึ้นมาเพื่อเป็นการสร้างข้อตกลงและความเข้าใจในการที่จะมาเปิดกิจการที่นี่

ระเบียบข้อบังคับของ บองมาร์เซ่

- สินค้าต้องมีคุณภาพและถูกหลักอนามัย
- ต้องเป็นราคาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
- ผู้ค้าแต่งกายสุภาพและสะอาดเรียบร้อย
- ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุจริต เป็นธรรม และสุภาพเรียบร้อย
- ไม่ก่อความรำคาญหรือความรบกวนให้แก่ผู้อื่น
- ไม่วางสินน้ำล้างอาณาเขตของตนเองหรือวางสิ่งกีดขวางในตลาด
- ต้องรักษาความสะอาดในอาณาเขตของตน
- ประกอบการเอง ไม่มีการเช่าช่วงเด็ดขาด
- ห้ามต่อเติมร้านค้าหรือบริเวณสถานที่ตั้งก่อนได้รับอนุญาต
- ต้องมีภาชนะรองรับขยะมูลฝอยที่ถูกสุขลักษณะประจำในพื้นที่ของตน
- ต้องประกอบการ โดยสม่ำเสมอ และภายใน 1 เดือนห้ามปิดร้านค้าเกินกว่า 5 วันติดต่อกัน
- เพื่อความเป็นระเบียบของการจัดกลุ่มสินค้า ห้ามเปลี่ยนแปลงประเภทของสินค้าตามที่ตกลงไว้ในสัญญาเช่า
- เวลาประกอบการเริ่มตั้งแต่ 04.00 น. – 22.00 น.
- ห้ามผู้เช่าและบริวารพักแรมในสถานที่เช่า
- ผู้เช่าและบริวารจะต้องประพฤติตนเยี่ยงผู้ประกอบการค้าที่ดีของ บองมาร์เซ่ พึงปฏิบัติ

ระเบียบการเช่าและเลิกกิจการ ของผู้ประกอบการใน บองมาร์เซ่

- เมื่อผู้ประกอบการลงนามในสัญญาเช่าพื้นที่กับ บองมาร์เซ่ แล้วจะต้องจ่ายค่าประกันตามที่ระบุไว้ในสัญญา
- ผู้ประกอบการมีเวลาในการตกแต่งร้าน 1 เดือน หลังจากที่ได้พื้นที่แล้ว และในเดือนต่อไปผู้ประกอบการจะต้องเสียค่าเช่า และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามที่กำหนดไว้
- ในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่สามารถเปิดกิจการได้ภายใน 1 เดือน ทางบองมาร์เซ่ จะบอกเลิกสัญญาเช่าทันที หากผู้ประกอบการสามารถเริ่มดำเนินกิจการได้ก่อน 1 เดือน จะถือว่าเป็นผลประโยชน์ของผู้ประกอบการเอง
- ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะเลิกกิจการ จะได้รับเงินค่าประกันคืนหลังจากรื้อถอนสิ่งต่อเติมในร้านเรียบร้อยแล้วและหักค่าเสียหายในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้น และในกรณีที่ประกอบการได้ไม่ถึง 6 เดือน ค่าประกันจะถูกหักครึ่งหนึ่ง
- ผู้ประกอบการจะต้องนำสิ่งที่เคลื่อนที่ได้ออกไปภายใน 7 วัน หลังจากวันที่แจ้งเลิกกิจการกับ บองมาร์เซ่ สำหรับส่วนที่เป็นส่วนควบของตึก บองมาร์เซ่ จะเป็นผู้รื้อถอนโดยผู้ประกอบการเป็นผู้ออกค่าแรง แต่หากสามารถเจรจาค่าตกแต่งกับผู้ประกอบการใหม่ได้ภายใน 7 วัน ก็ให้เป็นไปตามนั้น แล้วหักออกจากเงินค่าประกัน

ทางตลาดบองมาร์เซ่ได้ทำการออกกฎระเบียบและข้อบังคับไว้อย่างชัดเจน ตั้งแต่การปฏิบัติตนในการประกอบอาชีพที่ตลาด จนถึงการเช่า และเลิกการดำเนินกิจการ เพื่อให้เป็นที่เข้าใจกันทั้งหมด ของผู้ที่สนใจที่จะมาเช่าพื้นที่ขายสินค้าภายในตลาด

การคิดค่าเช่าพื้นที่ของบองมาร์เซ่

ค่าเช่าพื้นที่ขายอาหาร

- ค่าประกันแผงละ 12,000 บาท
- ค่าเช่า ตารางเมตรละ 670 บาท/เดือน (4,690 บาท/เดือน)
- ค่าบริการส่วนกลาง ตารางเมตรละ 40 บาท/เดือน (280 บาท/เดือน)
- ค่าไฟฟ้า ยูนิตละ 6 บาท
- ค่าน้ำ ยูนิตละ 17 บาท

ค่าเช่าพื้นที่ Food Court

- พื้นที่ประมาณ 6 ตร.ม. ค่าประกัน 26,000 บาท
- ค่าเช่า 13,000 บาท/เดือน ปัจจุบันเก็บค่าเช่า 10,000 บาท/เดือน
- พื้นที่ประมาณ 8 ตร.ม. ค่าประกัน 30,000 บาท
- ค่าเช่า 15,000 บาท/เดือน ปัจจุบันเก็บค่าเช่า 12,000 บาท/เดือน
- ค่าบริการส่วนกลาง แผงละ 280 บาท/เดือน

- ค่าไฟฟ้า ยูนิตละ 6 บาท
- ค่าน้ำ ยูนิตละ 17 บาท

ค่าเช่าพื้นที่พลาซ่า อาคาร A (อาคารจิวเวลรี่) และ B (พลาซ่า) ชั้น 1-2 (9 ตร.ม.)

- ค่าประกัน ฯ 12,060 บาท
- ค่าเช่า ตร.ม. ละ 760 บาท/เดือน (6,030 บาท/เดือน)
- ค่าบริการส่วนกลาง ตร.ม. ละ 40 บาท/เดือน
- ค่าไฟฟ้า ยูนิตละ 6 บาท
- ค่าน้ำ ยูนิตละ 17 บาท
- ค่าบำรุงรักษา, ค่าบริการเครื่องปรับอากาศเดือนละ 800 บาท /พื้นที่ 9 ตร.ม.

ค่าเช่าพื้นที่ โซน C

- ค่าประกัน ฯ = ค่าเช่า 2 เดือน
- ค่าเช่า ตร.ม. ละ 670 บาท/เดือน
- ค่าบริการส่วนกลาง ตร.ม. ละ 40 บาท/เดือน
- ค่าไฟฟ้า ยูนิตละ 6 บาท
- ค่าน้ำ ยูนิตละ 17 บาท
- ค่าบำรุงรักษา, ค่าบริการเครื่องปรับอากาศเดือนละ 800 บาท /พื้นที่ 9 ตร.ม.

ค่าเช่าพื้นที่ โซน D (ภายในปี 2548)

- ค่าประกัน ฯ = ค่าเช่า 2 เดือน
- ค่าเช่า ตร.ม. ละ 670 บาท/เดือน
- ค่าบริการส่วนกลาง ตร.ม. ละ 40 บาท/เดือน
- ค่าไฟฟ้า ยูนิตละ 6 บาท

4.1.2 การวิเคราะห์ตัวอาคารสถานที่ (Place) ผู้เข้ามาใช้บริการ (People) และ การบริหารจัดการตลาด (Process)

4.1.2.1 อาคารสถานที่ (Place)

อาคารของตลาดจะถูกแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ อาคารศูนย์อาหาร, อาคารพลาซ่า, อาคารจอยครด, ลานกิจกรรม และ อาคารสำนักงานของตลาด โดยในแต่ละอาคารและพื้นที่ที่มีการแบ่งการใช้งานกันอย่างชัดเจนเพื่อความสะดวกในการดูแลรักษาอาคาร โดยแบ่งรายละเอียดออกเป็นดังนี้

- อาคารตลาดและศูนย์อาหาร (อาคาร A) เป็นอาคารแรกๆที่เมื่อเลี้ยวรถเข้าไปในตลาดแล้วจะได้เจอ ซึ่งในส่วนนี้ก็ยังมีการแบ่งการใช้งานอย่างชัดเจนอีกเช่นกัน คือ แบ่งเป็นส่วนที่ขายอาหารแห้ง เช่น ร้านขายปลาแห้ง, ร้านขายของชำ, ร้านขายข้าวสารเป็นต้น ส่วนต่อไปเป็นส่วนที่ขายขนม ผักและผลไม้ จะจัดอยู่ใน

ส่วนเดียวกัน, ร้านขายอาหาร เช่น ข้าวขาหมู เป็นต้น และส่วนที่ขายขนม สำหรับนำกลับบ้านและสามารถนั่งทานที่ตลาดได้เลยจะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันเนื่องจากเป็นสิ่งที่ต้องมีการปรุงในที่ และมีกลิ่นรบกวนผู้ประกอบการเจ้าอื่น ๆ บ้าง ซึ่งถือว่าเป็นอาคารที่สามารถจัดแบ่งสัดส่วนได้เป็นอย่างดี เนื่องจาก กลิ่นของอาหารที่เป็นอาหารปรุงสำเร็จในพื้นที่ก็ไม่มารบกวนกับอาหารที่เป็นอาหารแห้ง เป็นต้นและส่วนที่เป็นผักผลไม้ และอาหารสดก็จะถูกจัดอยู่อีกด้านหนึ่งของตลาด มีการจัดทำหลังคา และเส้นทางเดินอย่างดี เพื่อรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการในหน้าฝน เนื่องจากเมืองไทยเป็นเมืองที่มีฝนตกชุกมาก แห่งหนึ่ง เส้นทางเดินระหว่างร้านค้าและภายในตลาดได้มีการจัดทำไว้อย่างดี เพื่อให้สามารถเดินได้อย่างสะดวก และสามารถรองรับลูกค้าที่จะต้องนั่งรถเงินได้ด้วยเช่นกัน

ในส่วนที่จัดให้เป็นที่รับประทานอาหารได้มีการจัดแบ่งไว้อย่างชัดเจน คือสามารถนั่งรับประทานอาหารได้ และเมื่อทานอาหารเสร็จสิ้นแล้วสามารถนั่งคุยกันได้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากเป็นจุดที่ติดกับบ่อน้ำกลางตลาด สามารถทำได้ทั้งการนั่งคุยงาน และการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดหนึ่งที่เป็นจุดที่พามาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจได้ในเวลาเดียวกัน และได้มีการจัดสถานที่เก็บภาชนะไว้ในด้านหนึ่งของสถานที่แห่งนั้น เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสะอาดของผู้มาใช้บริการ

- **อาคารปลาซ่า (อาคาร B)** อาคารถัดมา เป็นอาคาร 2 ชั้น ถ้ามองจากทางด้านหน้าตลาด หันหน้าเข้าบ่อน้ำ จะเห็นอาคารนี้อยู่ทางซ้ายมือสุดของตลาด ในอดีตเป็นเพียงอาคารชั้นเดียวที่ไม่มีจุดเด่นเลยแม้แต่น้อย เมื่อมีการปรับปรุงใหม่เป็นอาคารสองชั้น และมีการรับพิจารณาร้านค้าเพิ่มเติมเข้ามาในตลาด ทำให้อาคารดังกล่าวดูดีขึ้นเนื่องจากมีจำนวนร้านค้าเพิ่มขึ้นทำให้มีบรรยากาศในการเดินที่ครึกครื้นมากขึ้น มีสินค้าให้เลือกจับจ่ายมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งในการจัดแบ่งพื้นที่ของอาคารนี้โดย ในส่วนของอาคารชั้น 1 จะเป็นพื้นที่ของร้านค้าให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์, Telewiz และร้านขายอัญมณีบ้างในบางส่วน ในชั้น 2 ของอาคารมีร้านขายสินค้าอัญมณี, ผ้าทอ (ผ้าไหม), สินค้าเครื่องประดับ และรวมถึงร้านขายเครื่องสำอาง ด้วย ซึ่งในส่วนของชั้นที่ 2 ทางตลาดได้ทำทางเดินที่สามารถเดินเชื่อม ไปอีกอาคารหนึ่งได้ เนื่องจากทางตลาดเล็งเห็นความสำคัญสำหรับผู้ที่มาใช้บริการที่จะต้องนั่งรถเงิน (ผู้สูงอายุ) ซึ่งอาคารปลาซ่าในหลังถัดมานั้น

- **อาคารปลาซ่าต่อ (อาคาร C)** เป็นอาคาร 4 ชั้น ซึ่งเป็นส่วนต่อจากอาคาร B มีทางเชื่อมถึงกันในชั้นที่ 2 และมีลิฟท์ให้บริการ 2 ตัว สำหรับผู้ที่จะต้องขึ้นไปใช้บริการในส่วนชั้นบน อาคารนี้ ทางตลาดได้จัดให้เป็นอาคารที่ขายสินค้าจำพวกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย กระเป๋า รองเท้า และอื่น ๆ ใน

- ชั้นที่ 1 ร้านขายสินค้าส่วนมากจะเป็นร้านขายเสื้อผ้า ชุดราตรี ผ้าทอ เป็นต้น และในชั้นนี้ ทางตลาดได้เรียกทางเดินของชั้น 1 ว่า Walking Street เนื่องจากทางเดินในชั้นที่ 1 ของอาคารนี้มีความกว้างมากสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดกิจกรรมหรือนิทรรศการได้

- ชั้นที่ 2 จะมีทั้งร้านขายเสื้อผ้า กระเป๋า อยู่เกือบทั้งชั้น ชั้นนี้เป็นชั้นที่มีจุดเชื่อมต่อระหว่างอาคารหลายจุด ไม่ว่าจะเป็นจุดเชื่อมต่อของอาคาร B แล้ว ยังเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังอาคารที่จอดรถได้อีกด้วย

- ชั้นที่ 3 ของอาคารเป็นส่วนของสินค้าประเภทให้บริการจำพวก ร้านทำผม ร้านนวด(สปา)

โรงเรียนสอนภาษา และศิลปะ

- ชั้นที่ 4 ของอาคารเป็นฟิตเนสทั้งชั้น

ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นอาคารนี้ น่าจะมีความคึกคักมากที่สุดของตลาดเนื่องจากเป็นอาคารที่เป็นศูนย์รวมสินค้าและบริการต่าง ๆ ไว้มากมาย

- **อาคารที่จอดรถ** เป็นอาคารสร้างใหม่มีไว้รองรับรถของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการตลาดเป็นจำนวนมาก สามารถจอดรถได้ถึง 350 คัน เหตุที่ต้องสร้างอาคารแห่งนี้เนื่องจากเมื่อ ได้มีการปรับปรุงตลาดในส่วนของปลาช่าและอื่น ๆ แล้วนั้นทำให้มีจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ที่จอดรถที่ทางตลาดเคยได้เตรียมไว้ตั้งแต่เริ่มโครงการนั้นไม่เพียงพอที่จะรับได้จนทำให้เกิดการจราจรติดขัดที่หน้าตลาด จึงได้มีการสร้างอาคารนี้ขึ้นมาแก้ปัญหาดังกล่าว

- **อาคารขายสินค้าประเภทให้บริการ (อาคาร D และ E)** เป็นอาคารชั้นเดียวซึ่งตั้งอยู่ท้ายสุดของตลาด เป็นอาคารเก่าที่ไม่ได้มีการปรับปรุงอะไรตั้งแต่เริ่มกิจการ ซึ่งเป็นร้านค้าประเภท หมอคู และร้านนวดฝ่าเท้า และมีร้านขายสินค้าแต่งบ้านประเภทหมอนอยู่อีกนิดหน่อย เนื่องจากทางเจ้าของร้านไม่ยอมย้ายร้านขึ้นไปบนดึก เนื่องจากมีลูกค้าประจำที่รู้จักร้านอยู่แล้ว และไม่ได้ต้องการขยายขนาดของกิจการ ซึ่งในจุดนี้เป็นจุดที่มีความเงียบเหงาที่สุดในตลาด แต่ในปัจจุบันทางตลาดได้พยายามให้มีความคึกคักขึ้น โดยการจัดการเดินรถให้เป็นการเดินรถทางเดียว คือเมื่อเข้ามาจอดรถในส่วนตรงกลางตลาดเป็นต้นมา จะต้องวนมาที่ท้ายตลาดจึงจะสามารถไปถึงทางออกได้ เพื่อให้มีผู้ขับรถผ่านตรงจุดนี้ และสามารถมองเห็นร้านค้าดังกล่าวได้ง่ายขึ้น

- **อาคารสำนักงานของตลาดบองมาร์เช่** ตั้งอยู่ในจุดท้ายสุดของตลาดซึ่งอยู่ติดกับสุสานสุนัขของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอกรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ และอยู่ใกล้กับอาคารชั้นเดียวที่เป็นสินค้าประเภทให้บริการ คือ อาคาร D และ E นั่นเอง

- **จุดจัดกิจกรรมของตลาด** ทางตลาดแบ่งออกเป็น 2 จุด คือ

- **ลานกิจกรรมที่มีเวที** อยู่ในส่วนที่ติดกับบ่อน้ำหน้าอาคาร C ซึ่งเป็นลานกว้าง และมีเวทีไว้รองรับการจัดกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ ซึ่งทางตลาดเคยได้มีการใช้ลานนี้ในการจัดกิจกรรมอยู่แล้ว เช่น งานลอยกระทง ในปีที่ผ่านมา

- **Walking Street** เป็นอีกจุดหนึ่งที่สามารถนำมาจัดกิจกรรมได้เช่นกัน เนื่องจากเป็นจุดที่เป็นทางเดินที่มีขนาดกว้างมาก สามารถจัดกิจกรรมที่ไม่ใหญ่มากนัก เช่นการจัดงาน โชว์ศิลปะ ภาพวาด หรือจัดเป็นนิทรรศการในแนวยาวได้

4.1.2.2 ผู้เข้ามาใช้บริการ (People)

ปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการตลาดบองมาร์เช่ ในอดีตการเข้ามาใช้บริการถ้าแบ่งเป็นวันธรรมดากับวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้เข้าใช้บริการจะเข้ามาในเวลาใกล้เคียงกันคือช่วงที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมากที่สุดคือช่วงประมาณ 11.00 น. – 13.30 น. เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีจุดประสงค์มา

เพื่อรับประทานอาหารกลางวันและซื้อสินค้าที่จำเป็นกลับบ้าน เนื่องจากตลาดบองมาร์เซในอิตาลีมีปริมาณสินค้าที่ขายในตลาดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากจากการเริ่มต้นของตลาดเป็นการมุ่งเน้นไปที่ร้านขายสินค้าประเภทอาหารและพืชผักเป็นส่วนมาก

ในปัจจุบัน ตลาดบองมาร์เซมีปริมาณเข้าสู่ผู้ใช้บริการจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจากในอดีต หลังจากที่ได้มีการปรับปรุงพื้นที่ในส่วนต่าง ๆ ภายในตลาด และมีการพิจารณาร้านขายสินค้าเพิ่มเติมให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประเภท ร้านอาหาร สินค้าแฟชั่น และสินค้าประเภทบริการทำให้สินค้าที่มีอยู่ในตลาดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการได้มากขึ้น ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในปัจจุบันจึงไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อมาทานอาหารเพียงอย่างเดียวแล้วกลับ แต่ยังสามารถทำอย่างอื่นได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการ เลือกรับซื้อสินค้าของแต่ละบ้าน เสื้อผ้า นวด หรืออื่นๆ อีกมากมาย

จากการสำรวจข้อมูลผู้ใช้บริการ โดยการสังเกต (จำนวนผู้ใช้บริการนับจากปริมาณของรถที่เข้ามาในตลาด) นั้นพบว่า กลุ่มลูกค้าที่นิยมเข้ามาใช้บริการ ในวันธรรมดา จะเริ่มมาช่วงเวลาประมาณ 11.00 น. เพื่อมารับประทานอาหารกลางวัน โดยมากจะเป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในบริเวณใกล้เคียง จนถึงเวลาประมาณ 14.00 น. คือโดยเฉลี่ยผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะใช้เวลาอยู่ในตลาดประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง หลังจากนั้นตลาดจะเงียบอยู่ช่วงหนึ่ง และมีอีกกลุ่มอีกทีในช่วงเวลาประมาณ 16.30 น. – 19.00 น. คือผู้ที่เลิกงานแล้วมารับประทานอาหาร และมีลูกค้าบางส่วนที่มาใช้บริการร้านค้า เช่น ร้านทำผม ร้านนวด เป็นต้น ซึ่งถ้าเทียบปริมาณผู้ใช้บริการในวันเสาร์ – อาทิตย์นั้นต่างกันมากพอสมควร คือ ถ้าวันธรรมดา ปริมาณผู้ใช้บริการจะอยู่วันละ ประมาณ 1,700 คัน ถ้าเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ จะมีผู้เข้ามาใช้บริการประมาณวันละ 2,500 คัน (จำนวนผู้ใช้โดยการนับจำนวนรถทั้งวัน) โดยที่ในวันเสาร์ – อาทิตย์นั้นจะมีผู้มาใช้บริการเริ่มตั้งแต่วเวลาประมาณ 10.00 น. และเรื่อยมาจนถึงช่วงเย็น เนื่องจากในวันหยุดนั้น จะมีกิจกรรมมากมายที่สามารถอยู่ในตลาดได้เป็นระยะเวลาานาน ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนสอนภาษาและศิลปะ ร้านสปา ที่จะต้องใช้เวลาพอสมควรในการใช้บริการ ร้านกาแฟที่สามารถนั่งทำงานหรือนั่งพักผ่อนได้อย่างสบายใจ จึงทำให้ในวันหยุดของตลาดบองมาร์เซนั้นมีผู้ใช้บริการได้ตลอดทั้งวัน และมีความคึกคักเป็นพิเศษ

4.1.2.3 การบริหารจัดการตลาด (Process)

การบริหารจัดการของตลาดบองมาร์เซ เป็นการบริหารจัดการ โดยเจ้าของกิจการเองทั้งหมด การทำงานทุกอย่างภายในตลาด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งก่อสร้าง งานระบบไฟฟ้า สุขาภิบาล งานด้านความปลอดภัย ปรก. รวมถึงงานส่วนทำความสะอาด แม่บ้านทั้งหมดของตลาด เป็นคนของบองมาร์เซ เองทั้งหมด แต่ในส่วนของงานที่เป็นสิ่งก่อสร้าง ระบบไฟฟ้า และสุขาภิบาล เป็นคนของบริษัทในเครือเข้ามาทำงานกันเองทั้งสิ้น ทำให้มีระบบการจัดการ การตัดสินใจ และการทำงานที่ไม่ยุ่งยากนักจึงทำให้งานที่เกิดขึ้นภายในตลาดเป็นไปได้โดยเร็ว เพราะลำดับขั้นในการตัดสินใจสั้น จึงไม่เกิดปัญหายุ่งยากในการบริหารจัดการ

กล่าวโดยสรุปในเรื่องของการจัดพื้นที่ของตลาด บองมาร์เซ ยังขาดจุดดึงดูดลูกค้าที่เป็นจุดหลักของแต่ละอาคาร เนื่องจากความสัมพันธ์โดยรวมของตลาดยังไม่ต่อเนื่อง เมื่อคนที่มาจุดประสงค์มาใช้บริการในด้านอาหารซึ่งตั้งอยู่ในโซนด้านหน้าตลาด ก็จะเลือกจอดรถเฉพาะในส่วนของที่จอดรถทางด้านหน้าเท่านั้น

และเมื่อมีการรับประทานอาหารเสร็จก็เดินทางกลับ ทำให้การเข้าถึงด้านหลังตลาดเกิดขึ้นน้อย และเป็นส่วนที่ทำให้อาคารด้านหลังมีความเงียบเหงา เพราะฉะนั้นในแต่ละอาคารควรจะมีการสร้างจุดดึงดูดของอาคารนั้น ๆ ขึ้นมาและทำการจัดสรรเส้นทางจราจรของตลาดให้สามารถเข้าถึงและน่าสนใจในทุกส่วนของตลาดเพื่อเป็นประโยชน์ต่อตลาดและผู้ประกอบการภายในตลาดที่จะสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นด้วย

4.1.3 การวิเคราะห์การเข้าถึงภายในตลาดของผู้เข้ามาใช้บริการ

เมื่อพูดถึงการเข้าถึงโครงการสามารถแยกได้เป็น 2 ประเด็น คือ

1. เส้นทางจราจรของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ถือว่าเป็นการจัดการจราจรได้ดีที่หนึ่ง คือ สามารถใช้ถนนที่มีอยู่ในโครงการและถนนด้านหน้าโครงการได้เป็นประโยชน์ คือ ลักษณะการจัดเส้นทางจราจรภายในโครงการนั้น สามารถทำให้ผู้เข้าใช้บริการคิดว่าการจัดรูปแบบนี้ทำให้ผู้เข้าใช้บริการไม่ต้องเดินไกลจากจุดจอดรถจนถึงจุดมุ่งหมายมากนัก เนื่องจากจุดจอดรถนั้นเมื่อมองไปทางไหนก็รู้สึกว่าเป็นใกล้ทั้งนั้นเนื่องจากการจัดโซนนิ่งของผู้ออกแบบได้ มีการจัดโซนนิ่งของอาคารแต่ละหลังไว้โดยรอบของบ่อน้ำ และจุดจอดรถก็อยู่โดยรอบของบ่อน้ำเช่นกัน จึงทำให้ผู้ที่เข้าใช้บริการไม่รู้สึกถึงความยากลำบากในจุดนี้นัก ถึงแม้ว่าที่จอดรถทางด้านหน้าของตลาดนั้นไม่สามารถเชื่อมต่อเข้ามาถึงด้านหลังโครงการได้ก็ตาม แต่ถ้าหากลูกค้าวนหาที่จอดรถที่จุดด้านหน้าแล้วยังไม่ได้ ก็ไม่รู้สึกว่าการวนรถที่ถนนด้านหน้าตลาดอีกสักรอบนั้นเป็นเรื่องยากลำบาก เพราะเป็นเพียงการวนรถในช่วงสั้น ๆ เท่านั้น ส่วนที่จอดรถที่เข้าไปภายในตลาดแล้ว ทางผู้ออกแบบได้จัดให้มีการเดินรถทางเดียวเท่านั้น ซึ่งเป็นผลพลอยได้ว่าการจัดเส้นทางจราจรแบบนี้เป็นการบังคับการจราจรให้ต้องขยับวนทางด้านหลัง และสามารถเห็นร้านค้าที่อยู่ในจุดหลังสุดของตลาดได้อีกด้วย

2. เส้นทางจราจรภายในตลาด (เส้นทางเดินชมสินค้า) เส้นทางสัญจรในการเดินชมสินค้านั้นทางผู้ออกแบบได้จัดไว้ให้สามารถเดินชมสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง จากอาคาร A ไปยังอาคาร B,C ได้อย่างสะดวก เพราะในแต่ละอาคารมีจุดเชื่อมต่อถึงกันได้ทุกอาคาร ยกเว้นส่วนที่เป็นอาคาร D และ E จะต้องเดินอ้อมอาคารที่จอดรถไปก่อนจึงจะเข้าถึงได้ โดยเส้นทางจราจรภายในตลาดสามารถเดินชมสินค้าได้อย่างทั่วถึง และเข้าถึงได้โดยง่าย แต่ข้อเสียคือในแต่ละอาคารที่ไม่ใช่อาคารร้านอาหาร หรือจุดขายอาหารนั้น ทางโครงการยังหาจุดดึงดูดของแต่ละอาคารไม่ได้จึงทำให้ในบางจุดยังเงียบเหงาอยู่บ้าง

4.1.4 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างภายในตลาด เช่น การจัดจุดพักผ่อน หรือการสร้างจุดดึงดูดสายตา

การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างภายในตลาด ยังถือว่าใช้ได้ไม่สมบูรณ์นัก เนื่องจากพื้นที่ว่างทางด้านหลังตลาดยังมีอีกเป็นจำนวนมากและยังไม่มีมีการใช้ประโยชน์อะไรจากพื้นที่ตรงจุดนั้น

- จุดพักผ่อนภายในตลาด ทางตลาดได้มีการจัดจุดนั่งพักไว้ตลอดเส้นทางจราจร ไม่ว่าจะเป็นเก้าอี้ยาวสำหรับนั่งได้หลาย ๆ คน เพื่อพักเป็นช่วง ๆ ของการเดินชมสินค้า หรือ ชุดโต๊ะ – เก้าอี้ ที่สามารถ

นั่งพับกรับประทานอาหารพร้อมกับชมทิวทัศน์ภายในตลาดไปได้พร้อม ๆ กัน ซึ่งจุดพักผ่อนนั้น มีอยู่ทั่วตลาด และทั่วทุกอาคาร จะมีเพียงโซนด้านหลังเท่านั้นที่ไม่ได้มีการจัดพื้นที่ประเภทนี้ไว้ เนื่องจากเป็นจุดที่ยังไม่มีการจัดหรือปรับปรุงพื้นที่

- การสร้างจุดคิงสายตา การสร้างจุดคิงสายตาของตลาดบองมาร์เช่ ทำโดยการจัดสวนหย่อมเล็ก ๆ เป็นจุด ๆ โดยทิ้งระยะห่างกันพอสมควร แต่เมื่อมองไปโดยรวมแล้วสามารถทำได้อย่างกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของตลาด

4.2 ตลาดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (กาดหน้าม.)

กาดหน้าม. เชียงใหม่ เป็นตลาดกลางคืนแห่งหนึ่งในตัวเมือง จ.เชียงใหม่ ซึ่งได้เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี 2547 เดิมเป็นพื้นที่ว่างเปล่า ไม่ได้มีการประกอบกิจการใด ๆ มาวันหนึ่งทางเจ้าของที่ดินเองนั้นมีความประสงค์ที่จะประกอบธุรกิจประเภทตลาดกลางคืน โดยเน้นกลุ่มลูกค้าเป็นนักเรียน และนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยเน้นไปที่ลูกค้ากลุ่มผู้หญิงมากกว่า เนื่องจากทางผู้บริหารตลาดมองว่าผู้หญิงมีโอกาสที่จะซื้อสินค้ามากกว่าลูกค้าผู้ชาย

กาดหน้าม. เชียงใหม่ได้มีการแบ่งการบริหารออกเป็น 4 ส่วน เนื่องจากเจ้าของตลาดเป็นพี่น้องกัน 4 คน และได้มีการประกอบธุรกิจในแบบเดียวกันบนที่ดินผืนเดียวกัน แต่เหตุจากที่ทางผู้บริหารในแต่ละส่วนมีความคิดเห็นและแนวทางเป็นของตัวเองจึงได้มีการบริหารจัดการกันคนละแบบ ตั้งแต่ในส่วนของรูปร่างอาคาร รวมถึงการบริหารจัดการส่วนต่าง ๆ ภายในตลาด และด้วยความที่มีความคิดเห็นไม่ตรงกัน จึงทำให้พื้นที่ที่เป็นส่วนกลางของตลาด เช่น ถนนทางรถวิ่งเข้าตลาดจะมีสภาพไม่ดี จนกระทั่งที่จอดรถ เป็นต้น

แต่ทางตลาดของผู้บริหารทั้ง 4 คน มีความเหมือนกันตรงที่มีกลุ่มลูกค้ากลุ่มเดียวกัน จึงทำให้สินค้าที่มีขายในตลาดจะมีลักษณะใกล้เคียงกัน รวมถึงการจัดตกแต่งร้านก็จะมีวิธีการคิดและจัดทำเพื่อให้เข้ากับสินค้าที่ขาย ซึ่งสินค้าส่วนมากจะเป็นสินค้าประเภทสวยงาม จึงทำให้ตลาดมีความงดงามจากการตกแต่งร้านอีกด้วย และส่วนที่เป็นจุดรวมพล (ลูกค้านัดพบปะกัน) กลับไม่ใช่จุดที่เป็นร้านอาหาร แต่กลับเป็นร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีผู้คนอยู่กันอย่างหนาแน่น จึงทำให้บริเวณดังกล่าวมีความคึกคัก และเป็นจุดที่เด็กวัยรุ่นจะยืนคุยกันหรือมีกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การเล่นเกมส่ หรือ เล่นหมากรุก เป็นต้น อยู่บริเวณหน้าร้าน และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ มากกว่าที่จะไปนั่งรวมตัวกันที่ศูนย์อาหาร เนื่องจากจุดประสงค์หลักของกลุ่มลูกค้าที่มาเดินตลาดมักจะมีจุดหมายในการซื้อสินค้า หรือพบปะเพื่อนที่มีความชอบในสิ่งที่เหมือนกันซึ่งมักจะมีการรวมตัวกันที่ร้านประจำที่ตนมาใช้บริการ

ระเบียบข้อบังคับของตลาดหน้าม. เชียงใหม่

กาดหน้าม. เชียงใหม่ไม่ได้มีระเบียบข้อบังคับอะไรมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ คือไม่ได้ทำงานอย่างอื่นร่วมด้วย มีอาชีพค้าขายอย่างเดียว จึงทำให้ผู้ที่มาเช่าห้องขายสินค้าที่นี้ไม่ค่อยมีปัญหาในการปิดร้านมากนัก เพราะทางผู้บริหารให้เหตุผลว่า “ส่วนมากผู้ที่ไม่ใช่พ่อค้า – แม่ค้า มืออาชีพ ถ้ามาเปิดร้านบ้างปิดร้านบ้างก็จะอยู่ไม่ได้เองต้องปิดตัวลงไป ส่วนผู้ที่ขายสินค้าอยู่ในตลาด

ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เข้ามานานแล้ว และขายสินค้าที่ตลาดแห่งนี้เป็นประจำ จึงทำให้ไม่ค่อยมีปัญหา
ร้านค้าเปิดบ้าง – ปิดบ้าง

มีลูกค้าบางรายที่มีการมาเช่าห้องในที่แห่งนี้แล้วนำไปปล่อยให้เช่าช่วงต่อ แต่ทางตลาดไม่มี
มาตรการในการที่จะจัดการกับลูกค้าประเภทนี้ เนื่องจากทางตลาดมองว่ายังไงก็ยังมีคนมาเช่าพื้นที่ของตลาด
อยู่ดี จึงไม่คิดว่าคิดแต่อย่างใดที่ปล่อยให้มีการเช่าช่วงเกิดขึ้น

ส่วนรายละเอียดด้านอื่นๆ ในการเช่าพื้นที่ของตลาด ทางผู้บริหารแจ้งว่าไม่สามารถให้ข้อมูลได้

การคิดค่าเช่าพื้นที่ของตลาดหน้าม.เชียงใหม่

การคิดค่าเช่าพื้นที่ของตลาดแห่งนี้มีหลากหลายมาก เนื่องจากมีผู้ดูแล 4 คน และมีมาตรฐานในการ
คิดค่าเช่าที่แตกต่างกัน ซึ่งตามที่คุณศึกษาได้เข้าไปศึกษามานั้นพบว่า พื้นที่ของเจ้าของที่แตกต่างกันออกไปก็
จะมีวิธีคิดที่แตกต่างกันออกไปเช่นกัน เพราะขนาดของพื้นที่ที่แตกต่างกัน ขนาดของทางเดินหน้าร้าน ความ
สะอาดที่แตกต่างกันของพื้นที่ในแต่ละส่วน เช่น เจ้าของพื้นที่เช่าในส่วนแรกทางด้านซ้ายมือเมื่อเราเดินเข้า
ไปถึงตลาด จะมีพื้นที่ขนาด 2.00 x 2.50 ม. จะคิดค่าเช่าเดือนละ 20,000 บาท เพราะจุดที่ร้านตั้งอยู่นั้นเป็นจุด
ที่เข้าถึงได้ง่าย และเป็นจุดที่สะดุดตาของผู้พบเห็น เป็นต้น แต่การคิดค่าเช่าของตลาดแห่งนี้ ทางผู้บริหาร
ตลาดไม่สามารถเปิดเผยได้ เนื่องจากการคิดค่าเช่าให้กับลูกค้าแต่ละรายมีราคาไม่เท่ากัน และมีวิธีคิดที่แตก
ต่างกันเพราะตลาดแห่งนี้ปล่อยให้มีการเช่าช่วงได้โดยไม่คิด และไม่มีการป้องกันการเช่าช่วงแต่อย่างใด

4.2 การวิเคราะห์ตัวอาคารสถานที่ (Place) ผู้เข้ามาใช้บริการ (People) และ การบริหารจัดการตลาด (Process)

4.2.1 อาคารสถานที่ (Place)

อาคารของตลาดแห่งนี้ถูกแบ่งออกเป็น 4 ช่วงหลัก ๆ ตามกรรมสิทธิ์ที่ดินของผู้บริหารแต่ละ
คน ที่มีรูปแบบอาคารและการจัดวางตัวอาคารที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่ใกล้เคียงกันนั้น คือ ขนาด
ของพื้นที่เช่า จะมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งถือว่าเป็นขนาดที่พอเหมาะสำหรับตลาดประเภทนี้เลยทีเดียว
เนื่องจากเป็นขนาดที่ง่ายสำหรับการจัดวางสินค้าให้ดูดี และส่วนที่เป็นศูนย์อาหารทางตลาดทำเป็น ส่วน
กลางแจ้ง ตั้งอยู่ในจุดใกล้เคียงจะเป็นกึ่งกลางตลาด แต่กลับไม่ใช่ที่รวมพลของผู้เข้ามาใช้บริการ มีเพียงลูกค้า
ที่เข้ามารับประทานอาหาร หรือ เครื่องดื่มแล้วจากไปเพื่อเดินชมและเลือกซื้อสินค้า

เส้นทางการเดินรถของตลาดแห่งนี้เป็นการทำถนนตัดผ่านกลางตลาดเพื่อสามารถให้เห็น
โซนต่าง ๆ ของตลาดได้ก่อนที่จะตัดสินใจจะไปเลือกซื้อสินค้าเส้นทางการเดินรถแห่งนี้จะพาไปยังที่จอดรถ
ทางด้านหลังตลาด เป็นเส้นทางการเดินรถที่มีขนาดใหญ่มาก ขนาด 6 เมตร แต่ไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่ จึง
ทำให้ถนนเป็นการนำเศษหิน เศษดินมาถม แล้วอัดเป็นถนน เพียงเท่านั้น ทำให้เมื่อฝนตก จะทำให้มีถนนที่
และไม่นำเดินอย่างมาก เป็นหลุมขรุขระ หรือในช่วงที่เป็นหน้าแล้ง ถนนแห่งนี้จะเป็นที่ก่อฝุ่นเป็นอย่างมาก
ทำให้ร้านค้าบางร้านจะต้องนำน้ำมาราดหน้าร้าน เพื่อลดการเกิดฝุ่นที่จะเข้ามาในร้านค้า

เส้นทางการเดินชมสินค้า ใน 4 โซนของตลาดแห่งนี้ มีลักษณะเส้นทางการเดินชมสินค้าที่แตกต่างกันไปเนื่องจากความต้องการของผู้บริหารที่แตกต่างกันออกไป

โซนที่ 1 มีขนาดเส้นทางการเดินชมสินค้ากว้างประมาณ 1.50 เมตร เป็นทางลาดปูนขัดหยาบ มีการทำเป็นรางน้ำขนาดประมาณ 30 ซม. ซึ่งเป็นขนาดของเส้นทางการเดินชมสินค้าที่มีขนาดเล็กมาก บางจุดผู้เช่ามีการตั้งสินค้าล่อออกมายังบริเวณทางเดินจึงทำให้ทางเดินที่แคบอยู่แล้วจะมีขนาดเล็กลงไปอีก ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเดินอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ได้มีการซื้อสินค้ามาแล้วแต่เมื่อเข้ามาถึงช่วงกลางของโซน ทางผู้จัดการตลาดได้มีการปูทางเดินด้วยอิฐทางเดิน และมีการทำจุดตั้งสายตา Landmark เป็นการจัดต้นไม้อยู่กลุ่มหนึ่งเล็ก ๆ ตรงจุดกลางของพื้นที่โซนที่ 1 ซึ่งจากการสังเกตเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ไม่มีผู้เข้าใช้บริการในบริเวณดังกล่าวเนื่องจาก ไม่มีการจัดพื้นที่ให้สามารถนั่งได้ หรือจัดการให้ดูน่านั่ง จึงทำให้จุดรวมพลของตลาดโซนนี้กลายเป็นหน้าร้านขายสินค้าที่มีลูกค้าประจำรวมกลุ่มกันเท่านั้น

โซนที่ 2 เป็นโซนที่อยู่ตรงข้ามกับโซนที่ 1 รูปแบบของร้านค้าจะดูดีกว่าเนื่องจากเป็นโซนที่เริ่มมีการประกอบธุรกิจหลังจากที่ โซนที่ 1 ได้มีการประกอบธุรกิจไปแล้ว ประมาณ 2 ปี จึงมีรูปแบบอาคารที่ดูทันสมัยและน่าเดินมากกว่า ในส่วนของทางเดินได้มีการจัดทำทางเดินด้วยการปูอิฐ และมีขนาดประมาณ 1.5 ม. ดูสะอาดตาและน่าเดิน แต่ยังไม่ค่อยมีผู้เข้าใช้บริการเนื่องจากสินค้าที่มีขายอยู่ยังมีจำนวนไม่มากนักจึงทำให้ความสนใจที่จะเดินดูลูกค้าให้เข้าไปเดินจึงยังไม่ค่อยมี โซนนี้ไม่มีการจัดจุดตั้งสายตาใด ๆ เนื่องจากเป็นโซนที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก และสามารถอาศัยพื้นที่ในโซนที่ 3 เป็นจุดรวมพลได้ เนื่องจาก

โซนที่ 3 เป็นโซนของอาหาร และมีการจัดพื้นที่เช่ากลางแจ้ง เป็นล๊อค ๆ สามารถขายสินค้าอย่างอื่นได้ด้วยเช่นกัน โซนที่ 3 เป็นโซนที่มีต้นไม้ขนาดใหญ่ปกคลุมอยู่ ทางผู้ดูแลพื้นที่จึงไม่มีการจัดทำอาคารหรือหลังคาคลุมพื้นที่โซนนี้แต่อย่างใด เนื่องจากต้นไม้ใหญ่สามารถทำให้พื้นที่ในจุดนี้ดูดีขึ้นมาได้อย่างดีทีเดียว และผู้เช่าพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นการเช่าพื้นที่เพื่อขายอาหาร ซึ่งเป็นอาหารง่าย ๆ ไม่ได้ต้องการพื้นที่ที่ดูดีหรูหราอะไรมากนักมีการจัดพื้นที่นั่งเป็นกลุ่มเป็นก้อนของร้านนั้น ๆ ทำให้ในโซนนี้กลายเป็นโซนที่ดูน่ารักและเป็นจุดที่น่านั่งพักผ่อน

โซนที่ 4 โซนสุดท้าย เป็นโซนที่เพิ่งสร้างเสร็จ ใกล้เคียงกันกับโซนที่ 2 คือยังไม่ค่อยมีเข้าไปใช้บริการมากนัก และจากการสำรวจผู้ประกอบการในโซนนี้ พบว่าส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการในโซนที่ 1 มาเปิดสาขาเพิ่มในโซนที่ 4 เนื่องจากการขายสินค้าในโซนที่ 1 ประสบความสำเร็จพอสมควร และผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการด้านการขายสินค้าเป็นอาชีพหลัก ไม่ได้มีรายได้ทางอื่น ๆ หรือทำงานประจำด้วย จึงทำให้ผู้ประกอบการประเภทนี้มีความตั้งใจที่จะขายสินค้าและรู้จักวิธีที่จะทำให้มีลูกค้าติดที่ร้าน (ลูกค้าประจำ)

จากการสอบถามผู้จัดการตลาดแห่งนี้ ทุกท่านพูดตรงกันว่าผู้ประกอบการที่มีอาชีพหลักคืออาชีพขายสินค้าแบบนี้มักจะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ที่คิดว่าจะมาขายสินค้าเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากความ

ตั้งใจในการหารายได้ต่างกัน และเมื่อผู้ที่คิดว่าจะหารายได้เพื่อเป็นอาชีพเสริมในวันหนึ่งก็จะปิดร้านไปเอง เพราะไม่มีลูกค้าประจำ ขายสินค้าไม่ได้ คือไม่คุ้มต้นทุนที่ทางผู้ประกอบการได้ลงทุนไป

4.2.2 ผู้เข้ามาใช้บริการ (People)

ผู้เข้ามาใช้บริการกว่า 90% เป็นนักเรียน นักศึกษา และส่วนมากจะเป็นลูกค้าผู้หญิง เนื่องจากผู้จัดการตลาดมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องเป็นกลุ่มลูกค้าผู้หญิงจะเน้นสินค้าที่มีขายอยู่ในตลาดมากกว่า 90% เป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง ทั้งในเรื่องของเสื้อผ้า และอุปกรณ์ประกอบการแต่งตัวอีกมากมาย ส่วนลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งที่มีจำนวนไม่มากนัก จะเป็นกลุ่มคนทำงานเนื่องจากตลาดแห่งนี้มีสินค้าที่เป็นสินค้าสำหรับคนวัยเริ่มทำงานด้วยเพราะลักษณะการแต่งตัวของผู้ที่อยู่ในวัยเริ่มทำงานกับนักศึกษานั้นมีอุปกรณ์เสริมที่ไม่ต่างกันมากนัก รวมถึงรูปแบบสินค้าอื่น ๆ ด้วย

จำนวนผู้เข้าใช้บริการตลาดแห่งนี้ มีวันละประมาณ 1,000 คน ในช่วงเวลาดังแต่ 18.00 – 23.30 น. ช่วงเวลาที่มีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมากที่สุดนั้นประมาณ 19.00 – 21.00 น. ส่วนมากจะมากันเป็นกลุ่มเพื่อมาหาซื้อสินค้านร่วมกัน ช่วยกันดูและเลือกซื้อสินค้าแต่ถ้าเป็นช่วงที่มหาลัยปิดเทอม ตลาดแห่งนี้จะเจียบมาก ปริมาณผู้เข้าใช้บริการจะลดลงประมาณ 50 % เพราะส่วนมากลูกค้าหลักของตลาดแห่งนี้จะเป็นนักศึกษาจาก ม.เชียงใหม่

4.2.3 การบริหารจัดการตลาด (Process)

การบริหารตลาดแห่งนี้แบ่งออกเป็น 4 ทีมผู้บริหาร เช่นเดียวกับการแบ่งพื้นที่ภายในตลาดออกเป็น 4 โซน เนื่องจากที่ดินแห่งนี้มีการถือครองกรรมสิทธิ์ เป็น 4 คน ซึ่งเป็นพี่น้องกัน แบ่งพื้นที่กันใช้ประกอบกิจการ จึงทำให้การบริหารจัดการที่นี้แตกต่างกันออกไปในแต่ละโซน อย่างเช่น โซนที่ 1 สามารถปล่อยให้ผู้เช่าพื้นที่สามารถนำไปปล่อยเช่าช่วงได้ โดยที่ทางผู้บริหารตลาดมองว่า ปล่อยให้เช่าช่วงอย่างไรก็ยังคงมีรายได้เข้าตลาดอยู่เช่นเดิม แต่ผู้เช่าคนสุดท้ายก็จะต้องจ่ายค่าเช่าในราคาที่แพงกว่าปกติ เช่นกันในแต่ละโซนก็จะมีวิธีการดูแลพื้นที่ของตนแต่เมื่อเป็นพื้นที่ส่วนกลางที่จะต้องมีการใช้งานร่วมกันนั้น กลายเป็นจุดที่

ไม่ได้รับการดูแล ไม่ว่าจะเป็นที่จอดรถ ถนนส่วนกลางต่าง ๆ ถนนไม่ได้รับการดูแลรักษา ปล่อยให้ถนน
ขรุขระ มีน้ำขัง ที่จอดรถอยู่ในมุมมืดน่ากลัว มีการแบ่งโซนที่จอดรถกัน บางโซนมีการเก็บค่าใช้จ่ายในการ
จอดรถ บางโซนสามารถจอดรถได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

4.3 การวิเคราะห์การเข้าถึงภายในตลาดของผู้เข้ามาใช้บริการ

การเข้าถึงภายในตลาดของภาคหน้าม. นั้นมีช่องทางการเข้าถึงเพียงช่องทางเดียวซึ่งเป็นเส้นทางที่ใช้
ร่วมกันระหว่างทางรถเข้า – ออก และคนเดิน ซึ่งเป็นช่องทางที่อันตรายมาก เนื่องจากมีการตั้งร้านค้าตั้งแต่
หน้าตลาด และเมื่อคนเดินเข้ามาก็จะชนสินค้ามาเรื่อย ๆ ทำให้การระแวดระวังในการเดินลดลง ซึ่งอาจเป็น
จุดที่จะทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ยิ่งกว่านั้นคือเป็นจุดที่รถสวนได้เพราะเส้นทางรถเข้า และออกจากตลาด
เป็นการใช้เส้นทางเดียวกัน และทางตลาดไม่ได้มีการทำป้ายชี้ตลาด หรือป้ายบอกทางแต่อย่างใด แม้แต่
ป้ายที่แสดงให้เห็นถึงว่าเป็นจุดทางเข้าหลักของตลาดก็ยังไม่พบ นอกเสียจากคนที่มาใช้บริการบ่อย ๆ จึงจะ
ทราบ เส้นทางรถเข้าถึงตลาดเส้นหลัก นับจากเส้นทางรถยนต์ จะเป็นเส้นทางตรงจากหน้าตลาดไปจนถึง
ท้ายตลาด เป็นถนนขนาดกว้าง 4 เมตร จะเป็นเส้นทางที่พารยนต์และรถจักรยานยนต์ไปจอดที่ท้ายตลาด
แล้วเดินย้อนเส้นทางเดิมเพื่อมาใช้บริการ ซึ่งเป็นเพียงถนนขรุขระเท่านั้น โดยเฉพาะในหน้าฝนอาจเป็น
อุปสรรคในการเดินได้อย่างหนึ่งเพราะจะเกิดการน้ำขัง ในหลุมในบ่อของถนนได้

จากเส้นทางหลักเข้าสู่เส้นทางการเดินชมสินค้า ด้วยความที่ตลาดแห่งนี้มีการแบ่งโซนออกเป็น 4
โซนนั้น จึงทำให้เส้นทางการเดินของแต่ละโซนจะแตกต่างกันออกไป กล่าวถึงในโซนที่ 1 ซึ่งเป็นโซนที่มี
อาณาเขตมากที่สุดในจำนวนแต่เป็นการสร้างเส้นทางการเดินชมสินค้าได้ไม่ดีที่สุดคือ เป็นเส้นทางที่สร้าง
ด้วยปูนซีเมนต์ขัดหยาบ ขนาดกว้างประมาณ 1.5 เมตร ซึ่งถือว่าเป็นขนาดเส้นทางการเดินชมสินค้าที่ไม่เล็ก
และไม่ใหญ่จนเกินไปนัก แต่ในบางช่วงของตลาดแห่งนี้บนถนนเดียวกันมีการลดขนาดของถนนเพื่อทำเป็น
ท่อระบายน้ำ เช่นเดียวกันในบางจุดมีการจัดสินค้าของผู้เช่าลานออกมา จนกลายเป็นอุปสรรคในการเดิน
ชมสินค้า เพราะต้องมีการระวังในการเดินด้วย ซึ่งถือว่าเป็นเส้นทางการเดินชมสินค้าที่แย่ที่สุดในตลาดและ
ความสะดวกสบายยังไม่เพียงพอ ในขณะที่โซนที่ 2-4 นั้น มีการสร้างเส้นทางการเดินชมสินค้าด้วยอิฐปูถนน ขนาด

กว้างประมาณ 1.5 เมตร เช่นกัน แต่มีการจัดทำท่อระบายน้ำ และไม่มีการจัดสินค้าล้ำทางเดินออกมาเมื่อมองดูแล้วสะอาดตา ในแต่ละโซนของโครงการถูกเชื่อมถึงกันด้วยถนนเส้นหลักเส้นเดียวกับถนนรถวิ่ง คือ ถนน 4 เมตรนั่นเอง

4.4 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างภายในตลาด เช่น การจัดจุดพักผ่อนหรือการสร้างจุดตั้งสายตา

ตลาดแห่งนี้มีการปล่อยพื้นที่ว่างไว้เป็นจำนวนมาก ไม่มีการดูแลรักษาพื้นที่ว่างและพื้นที่ส่วนกลางที่จะเป็นส่วนในการจัดจุดพักผ่อนหรือการสร้างจุดตั้งสายตาแต่อย่างใด อาจด้วยการที่มีผู้บริหารหลายท่านจึงไม่ได้มีการเจรจาตกลงกันถึงเรื่องของพื้นที่ส่วนกลางแต่อย่างใด จากการสำรวจตลาดแห่งนี้ไม่มีจุดที่เป็นจุดตั้งสายตา และจุดสำหรับลูกค้านั่งพักผ่อนมีเพียงการเว้นช่องว่างของแต่และโซนผู้ไว้ จุดที่ผู้เข้ามาใช้บริการจะสามารถนั่งพักผ่อนได้คือ โซนที่มีร้านอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย เนื่องจากเป็นจุดที่มีโต๊ะเก้าอี้ที่นั่งและสามารถนั่งสังสรรค์เป็นกลุ่มได้ ส่วนในจุดอื่น ๆ จากการสังเกตพบว่าจะมีเพียงตลาดในโซน1 เท่านั้นที่จะมีจุดตั้งสายตา แต่กลับเป็นจุดที่ไม่มีผู้ใช้บริการ ส่วนมากจุดที่ผู้เข้าใช้บริการมักจะรวมกลุ่มกันคือหน้าร้านค้าที่ตนเป็นลูกค้าประจำ ก็จะสามารถพบปะเพื่อนและคนที่ชอบอะไรคล้าย ๆ กันได้ที่นั่น ส่วนในโซนอื่น ๆ จะเป็นเพียงอาคารที่มีการแบ่งห้องเช่าไว้เท่านั้น นี่จึงเป็นเหตุทำให้ตลาดแห่งนี้ขาดสีสัน และความสนุกสนานไป

4.3 กาดรินคำ

4.3.1 การวิเคราะห์ตัวอาคารสถานที่ (Place) ผู้เข้ามาใช้บริการ (People) และการบริหารจัดการตลาด (Process)

4.3.1.1 อาคารสถานที่ (Place)

สถานที่ของกาดรินคำไม่ได้มีการแบ่งพื้นที่ที่ขาดออกจากกัน แต่เป็นการสร้างอาคารให้สามารถเดินถึงกันได้อย่างต่อเนื่อง ทว่าทั้งตลาด กาดรินคำได้มีการแบ่งพื้นที่เช่าโดยแบ่งโซนขายอาหารไว้ที่ด้านหน้าตลาด ซึ่งเป็นจุดที่มีผู้คนพลุกพล่านที่สุด เป็นการให้เช่าพื้นที่เปล่าไม่มีตัวอาคารให้ เพียงแต่มีรถเข็นหรือตั้ง

โต๊ะก็สามารถขายสินค้าได้ และมีในบางจุดที่ทางตลาดได้จัดเตรียมซุ้มสำหรับขายอาหารไว้ให้ ซึ่งในจุดที่มีซุ้มก็จะคิดค่าเช่าแพงขึ้น

ถัดมาเป็นกลุ่มร้านค้าที่ตั้งอยู่ริมรั้ว เป็นกลุ่มร้านที่ไม่ได้อยู่ในตัวอาคาร เป็นการให้เช่าพื้นที่ว่างแหวง ลอย เป็นจุดที่มีขนาดพื้นที่ที่ไม่ใหญ่มากนักสินค้าที่วางขายส่วนมากเป็นประเภทเครื่องประดับสำหรับผู้หญิง และกลุ่มต่อมาเป็นกลุ่มร้านค้าที่เช่าพื้นที่ที่เป็นอาคารชั้นเดียว ขนาดห้องเช่า 3x3 เมตร ซึ่งถือว่าเป็นห้องเช่าสำหรับขายสินค้าที่มีพื้นที่กว้างพอสมควร ทำให้เมื่อมีการจัดวางสินค้าจะดูไม่ค่อยเต็มร้านเท่าไหร่นัก ทำให้ร้านดูไม่ค่อยน่าสนใจและร้านค้าที่อยู่ในตลาดไม่ค่อยนิยมที่จะจัดตกแต่งร้านให้สวยงาม น่าสนใจเท่าที่ควร

พื้นที่ทางเดินภายในตลาดเป็นทางเดินที่สร้างด้วยอิฐสำหรับปูถนน ซึ่งทำให้ตลาดดูสะอาดไม่แฉะ สามารถเดินชมสินค้าได้อย่างสะดวกสบายมีการจัดทำระบบระบายน้ำไว้อย่างดี แต่ระบบเส้นทางการสัญจรภายในตลาดยังไม่ทั่วถึงนัก ทำให้คนที่เดินชมสินค้าเดินได้ไม่ทั่วตลาดทำให้เกิดปัญหาผู้เช่าห้องตรงกลางไม่สามารถขายสินค้าได้ เนื่องจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการนิยมเดินชมสินค้าเพียงแค่อรอบนอก เนื่องจากทางตลาดไม่ได้มีการจัดพื้นที่สำหรับนั่งพัก หรือมีจุดดึงสายตาอะไรไว้ ทำให้เมื่อผู้เข้ามาเดินชมสินค้าเริ่มรู้สึกเมื่อยแล้วก็อยากกลับ หรือบางคนมาเพื่อซื้อสินค้าที่ตั้งใจไว้แล้วก็เดินทางกลับเลย ส่วนนี้อาจมาจากร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีอยู่ในตลาดเป็นร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีที่นั่ง เป็นแบบที่ซื้อแล้วต้องถือเดินทาง หรือนำกลับบ้านเท่านั้น

พื้นที่สำหรับจอดรถ ส่วนมากลูกค้าที่มาใช้บริการที่กาครินค่านิยมเดินทางมาด้วยรถมอเตอร์ไซด์ ทางตลาดจึงได้สำรองที่จอดรถไว้สำหรับมอเตอร์ไซด์เท่านั้นแต่อย่างไรก็ตามที่จอดรถเพียงแค่นั้น ตลาดและข้างถนนในตอนกลางคืนนั้นไม่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้ โดยเฉพาะในปัจจุบันนี้คนนิยมหันมาใช้รถยนต์กันมากขึ้น เรื่องนี้จึงเป็นปัญหาสำคัญอีกอย่างหนึ่งของตลาดแห่งนี้ เพราะในบริเวณรอบด้านของตลาดก็ไม่มีที่เป็นที่จอดรถไว้รองรับได้เลย เนื่องจากทางตลาดได้มีการก่อสร้างอาคารไว้สำหรับให้เช่าไว้เกือบเต็มพื้นที่เลยทีเดียว

4.3.1.2 ผู้เข้ามาใช้บริการ (People)

ผู้เข้ามาใช้บริการตลาดแห่งนี้ส่วนมากจะเป็นนักเรียน นักศึกษาที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงจากการสังเกตผู้เข้าใช้บริการของตลาดโดยมากจะมาในช่วงเวลาหัวค่ำ คือประมาณ 19.00 น. – 21.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มียุ้เข้ามาใช้บริการมากที่สุด ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะมีทั้งผู้หญิงและผู้ชายคละกันไป จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการประมาณวันละ 600 คน แต่ถ้าเป็นวันเสาร์อาทิตย์จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการจะเพิ่มขึ้นประมาณ 20% โดยมากจะใช้บริการในส่วนของร้านอาหารและเครื่องดื่ม, ร้านขายเสื้อผ้าราคาถูก, ร้านขายอุปกรณ์แต่งตัวของผู้หญิง, ร้านขายโทรศัพท์ รวมถึงร้านเสริมความงามด้วยแต่คนที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้เวลาอยู่ในตลาดไม่นานนัก เนื่องจากในตลาดไม่มีจุดที่สำหรับนั่งพักหรือเป็นที่สำหรับพบปะสังสรรค์กัน จึงกลายเป็นเมื่อมาซื้อสินค้าเสร็จแล้วก็กลับ จึงทำให้เห็นได้ชัดว่ากาครินค่านั้นมีผู้คนหมุนเวียนเข้าออกเป็นจำนวนมาก แต่ถึงอย่างไรปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการก็ยังจัดอยู่ในขั้นน้อยต่อวันสำหรับตลาดแบบนี้ จึงมีผลกระทบทำให้ผู้เช่าไม่สามารถขายสินค้าได้ และทำให้เกิดปัญหาทางด้านรายได้ของตลาดด้วยเช่นกัน

4.3.1.3 การบริหารจัดการตลาด (Process)

การบริหารจัดการกาตรินค่านั้นจะแบ่งเป็นผู้บริหารและผู้จัดการ เป็นผู้ดูแลเป็นหลัก อำนวยในการตัดสินใจบางส่วนเช่นในงานสำคัญ ๆ ผู้บริหารจะเป็นคนตัดสินใจ แต่ในบางเรื่องทางผู้จัดการตลาดสามารถตัดสินใจทำได้เลย จึงทำให้ไม่เกิดความยุ่งยากในการที่จะทำการปรับปรุง หรือแก้ไขตลาดให้เป็นในทางที่ดีขึ้น โดยในทุก ๆ วันจะมีผู้จัดการตลาดเป็นคนดูแลความเรียบร้อยในเรื่องต่าง ๆ ภายในตลาด และผู้บริหารตลาดจะขึ้นไปดูแลอาทิตย์เว้นอาทิตย์ เพื่อทำการประชุมกับผู้จัดการตลาดและพนักงานที่อยู่ในตลาดให้สามารถทำงานได้อย่างไม่ติดขัด เพราะจะต้องรอคำสั่งของทางผู้บริหารตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวันที่ 5 ของทุกเดือนจะเป็นวันเก็บค่าเช่าพื้นที่ขาย ทางผู้บริหารตลาดมักจะขึ้นไปเก็บเองเนื่องจากการเก็บค่าเช่าจะเป็นวันที่ได้พบปะกับผู้เช่าทุกราย สามารถพูดคุยกันได้ และผูกสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เช่าได้เป็นอย่างดี เพราะเมื่อผู้เช่ามีปัญหาอะไรก็จะสามารถคุยกับผู้บริหารตลาดได้เลย

การติดต่อสื่อสารภายในตลาดระหว่างผู้เช่าพื้นที่และผู้บริหารตลาดนั้นจะติดต่อกันผ่าน News Letter ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารและupdate ข่าวต่าง ๆ ให้ทราบทั่วกัน เช่น ทางตลาดจะจัดการทำบุญตลาดขึ้น ทางผู้บริหารก็จะส่งข่าวผ่าน News Letter เพื่อเป็นการแจ้งให้ผู้เช่าทราบทั่วกันและถ้าผู้เช่าคนไหนมีประสงค์ที่จะมาร่วมกิจกรรมที่ทางผู้บริหารได้จัดขึ้น เป็นต้น และผู้เช่าทุกรายถ้าเห็นจุดบกพร่องหรือสิ่งที่ไม่ดีที่ทางผู้บริหารควรมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นนั้นสามารถแจ้งความประสงค์หรือแสดงความคิดเห็นมาให้ทางผู้บริหารได้อีกด้วยซึ่งการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้บริหารตลาดและผู้เช่าเป็นสิ่งที่ดีอย่างหนึ่งที่จะทำให้ความผูกพัน และความสนิทสนมระหว่างผู้บริหารและผู้เช่าดีขึ้นด้วยวิธีหนึ่ง

4.3.2 การวิเคราะห์การเข้าถึงภายในตลาดของผู้เข้ามาใช้บริการ

การเข้าถึงภายในของกาตรินค้าสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เนื่องจากกาตรินค้าได้มีการจัดวางร้านค้าไว้ตั้งแต่ด้านหน้าตลาด แต่เมื่อผู้เข้ามาใช้บริการเข้าไปแล้วส่วนมากจะเดินในเส้นทางเดิม ๆ คือตั้งแต่ซอยแรก ริมรั้วโครงการ และเป็นการเดินจากริมด้านนอกเข้าตรงกลาง แต่ด้วยความที่ทางโครงการไม่มีจุดที่สามารถนั่งพักผ่อนได้จึงทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการเมื่อยล้าก่อนที่จะเดินได้ทั่วโครงการจึงทำให้ในโซนกลางตลาดนั้นเงียบเหงากว่าโซนริมรั้วของโครงการเนื่องจากเส้นทางการสัญจรที่ทางโครงการได้จัดไว้ นั้นเป็นเส้นทางการสัญจรที่ไม่สามารถมองเห็นได้ว่าในซอยต่อไปมีอะไรน่าสนใจ หรือลูกค้าบางคนมาอย่างมีจุดหมาย คือตั้งใจมาซื้อสินค้าที่ตนรู้จักร้านอยู่แล้วก็จะเดินมุ่งหน้าไปที่ร้านนั้นเลยจะไม่ค่อยเดินดูสินค้าอย่างอื่น

4.3.3 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างภายในตลาด เช่น การจัดจุดพักผ่อน หรือการสร้างจุดดึงสายตา

กาตรินค้าไม่ได้มีการสร้างจุดดึงสายตาและจุดพักผ่อนไว้เลยจึงทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการใช้เวลาอยู่ในตลาดไม่นานนักทำให้เกิดการหมุนเวียนของลูกค้าสูง และตลาดจึงดูไม่คึกคัก น่าสนใจเท่าที่ควร กาตรินค้ามีพื้นที่ว่างขนาดใหญ่อยู่กึ่งกลางตลาดแต่ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่นั้นจึงทำให้พื้นที่นั้นกลายเป็นพื้นที่ไร้ประโยชน์

การนำ Benchmarking มาช่วยในกระบวนการวิเคราะห์และหาจุดแข็งจุดอ่อนของกาตรินคำเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ในสิ่งที่จะพิจารณาว่ามีสภาพใดบ้างที่จะสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้ และทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับตลาดอื่น แล้วนำความรู้ที่ได้มาจากตลาดอื่นมาช่วยในการทำแผนในการปรับปรุงตลาด ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีขึ้น หรือการเปรียบเทียบเพื่อที่จะปรับปรุงให้ใกล้เคียงกับผู้ที่ทำไว้คืออยู่แล้ว เพื่อเป็นการพัฒนาตนเองต่อไป ซึ่งการทำ Benchmark จะต้องเป็นการดำเนินการอย่างต่อเนื่องจึงจะเป็นผลดีต่อโครงการ

Benchmark ตารางเปรียบเทียบจุดแข็ง - จุดอ่อน ของตลาด									
สำคัญ	ตัวอย่างประเด็น	ตัวอย่าง	เต็ม	กาตรินคำ		กาตหน้ำม.		ตลาดบองมาร์เซ่	
		น้ำหนัก		A	A	B	B	C (5-1)	C
		(10 - 1)	(5)	(5-1)	A	(5-1)	B	C (5-1)	C
1	ทำเลที่ตั้ง	10	50	5	50	5	50	5	50
2	การคมนาคมหน้าโครงการ	8	40	3.5	28	3.5	28	4.5	36
3	การเข้าถึงโครงการ	10	50	4	40	4	40	4.5	45
4	การจัดเส้นทางจราจรภายในโครงการ (สามารถเดินชม)	9	45	2.5	22.5	2	18	4	36
	สินค้าได้ทั่วทั้งโครงการ โดยไม่มีการขาดช่วง)								
5	ทางสัญจรมิขนาดที่เหมาะสม (สามารถเดินได้โดยไม่แออัด)	9	45	3.5	31.5	1.5	13.5	4	36
6	ความสะอาดของทางสัญจร	9.5	47.5	3	28.5	1	9.5	4	38
7	การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่าง	8	40	1	8	2	16	2.5	20
8	การจัดจุดตั้งสายคา (ความน่าสนใจ/สวยงาม)	9	45	1	9	1	9	4	36
9	การจัดจุดรวมพลของตลาด (ความเหมาะสมและใช้ประโยชน์)	8.5	42.5	1	8.5	1	8.5	4.5	38.25
10	ที่จอดรถของโครงการ (ความเพียงพอในการรองรับลูกค้า)	8.5	42.5	1	8.5	3	25.5	5	42.5
11	การจัดพื้นที่จอดรถ (การแบ่งพื้นที่จอดรถยนต์ และ	9	45	1.5	13.5	2	18	5	45
	จักรยานยนต์)		0						
12	สภาพแวดล้อมภายในโครงการ (ความร่มรื่น,สะอาด)	7.5	37.5	1.5	11.25	1.5	11.25	4.5	33.75
13	ความสวยงามโดยรวมของอาคารสถานที่	7.5	37.5	1.5	11.25	1.5	11.25	4.5	33.75
14	ขนาดของพื้นที่เช่า และราคาค่าเช่า เหมาะสม	6	30	1.5	9	3.5	21	3.5	21
15	การจัดโซนนิ่งของตลาด (แบ่งโซนขายสินค้าตามประเภทของ	7	35	1	7	1	7	4	28
	สินค้า เหมาะสม)		0						
16	สินค้าที่ขายภายในโครงการ	6.5	32.5	2	13	3.5	22.75	4	26
17	จำนวนผู้เข้าใช้บริการ (นับจำนวนต่อชั่วโมง)	6.5	32.5	2	13	3	19.5	3.5	22.75

ตารางที่ 1.1 ตาราง Benchmarkระหว่างกาตรินคำ, กาตหน้ำม. และตลาดบองมาร์เซ่

Benchmark ตารางเปรียบเทียบจุดแข็ง - จุดอ่อน ของตลาด									
สำคัญ	ตัวอย่างประเด็น	ตัวอย่าง	เต็ม	กาดรินคำ		กาดหน้าม.		ตลาดบองมาร์เช่	
		น้ำหนัก		(10 - 1)	(5)	A (5-1)	A	B (5-1)	B
1	ทำเลที่ตั้ง	10	50	5	50	5	50	5	50
2	การคมนาคมหน้าโครงการ	8	40	3.5	28	3.5	28	4.5	36
3	การเข้าถึงโครงการ	10	50	4	40	4	40	4.5	45
4	การจัดเส้นทางจราจรภายในโครงการ (สามารถเดินชม	9	45	2.5	22.5	2	18	4	36
	สินค้าได้ทั่วทั้งโครงการ โดยไม่มีการขาดช่วง)								
5	ทางสัญจรมีขนาดที่เหมาะสม (สามารถเดินได้โดยไม่แออัด)	9	45	3.5	31.5	1.5	13.5	4	36
6	ความสะอาดของทางสัญจร	9.5	47.5	3	28.5	1	9.5	4	38
7	การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่าง	8	40	1	8	2	16	2.5	20
8	การจัดจุดตั้งสายตา (ความน่าสนใจ/สวยงาม)	9	45	1	9	1	9	4	36
9	การจัดจุดรวมพลของตลาด (ความเหมาะสมและใช้ประโยชน์)	8.5	42.5	1	8.5	1	8.5	4.5	38.25
10	ที่จอดรถของโครงการ (ความเพียงพอในการรองรับลูกค้า)	8.5	42.5	1	8.5	3	25.5	5	42.5
11	การจัดพื้นที่จอดรถ (การแบ่งพื้นที่จอดรถยนต์ และ	9	45	1.5	13.5	2	18	5	45
	จักรยานยนต์)		0						
12	สภาพแวดล้อมภายในโครงการ (ความร่มรื่น,สะอาด)	7.5	37.5	1.5	11.25	1.5	11.25	4.5	33.75
13	ความสวยงามโดยรวมของอาคารสถานที่	7.5	37.5	1.5	11.25	1.5	11.25	4.5	33.75
14	ขนาดของพื้นที่เช่า และราคาเช่า เหมาะสม	6	30	1.5	9	3.5	21	3.5	21
15	การจัดโซนนิ่งของตลาด (แบ่งโซนขายสินค้าตามประเภทของ	7	35	1	7	1	7	4	28
	สินค้าเหมาะสม)		0						
16	สินค้าที่ขายภายในโครงการ	6.5	32.5	2	13	3.5	22.75	4	26
17	จำนวนผู้เข้าใช้บริการ (นับจำนวนต่อชั่วโมง)	6.5	32.5	2	13	3	19.5	3.5	22.75
18	การจัดกิจกรรมของตลาด	6	30	0	0	2.5	15	3	18
19	สภาพแวดล้อมรอบโครงการ (สิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้มาใช้บริการโดย	5.5	27.5	3.5	19.25	4	22	3	16.5
	บังเอิญ เช่น ร้านอาหาร, สถานที่ท่องเที่ยว,)		0						
20	ระบบรักษาความปลอดภัย	5	25	3	15	2	10	5	25
	คะแนนรวม		780		346.75		375.75		647.5
	เปอร์เซ็นต์		100		44		48		83

ตารางที่ 1.1 ตาราง Benchmark ระหว่างกาดรินคำ, กาดหน้าม. และตลาดบองมาร์เช่ (ต่อ)

วิเคราะห์จุดแข็ง – จุดอ่อนของกาตรินคำตามหัวข้อในตาราง Benchmark วิเคราะห์เป็นภาพรวมและอธิบายถึงความสำคัญของแต่ละหัวข้อ

- ทำเลที่ตั้ง เป็นสิ่งสำคัญที่สุดของกิจการที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ ทางผู้ศึกษาจึงได้นำให้นักเต็ม 10 เพราะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดของการประกอบกิจการอสังหาริมทรัพย์ จากการสำรวจมาแล้วนั้นพบว่าตลาดทั้ง 3 แห่ง มีทำเลที่ตั้งที่ใกล้เคียงกันจึงได้คะแนนเท่ากันทั้งหมด แม้ว่าทั้ง 3 แห่งจะไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน แต่สิ่งแวดล้อมในบริเวณรอบข้างมีสิ่งที่ใกล้เคียงกัน คือ เป็นตลาดที่ตั้งอยู่ในชุมชนเมือง มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงจึงเป็นเหตุทำให้ผู้ศึกษาให้คะแนนเท่ากัน รวมถึงเป็นตลาดที่มีทำเลที่ตั้งติดกับถนนที่มีการจราจรลักษณะเดียวกัน

- การคมนาคมหน้าโครงการ เป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้มีผู้เข้ามาใช้บริการตลาดเนื่องจากเมื่อรถติดก็ทำให้คนสามารถเห็นตลาดได้และอยากที่จะทดลองเข้ามาเดินชมสินค้าภายในตลาด แม้ว่าตลาดบองมาร์เช่ เป็นตลาดที่มีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ แต่เป็นตลาดที่มีการจัดการคมนาคมหน้าโครงการได้ดีมาก ทำให้เกิดปัญหารถติดน้อย ส่วนตลาดอีก 2 แห่งที่อยู่ จังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นตลาดที่ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมที่พลุกพล่านมาก เนื่องจากตรงจุดนั้นเป็นที่ตั้งของโรงเรียน และมหาวิทยาลัยหลายแห่ง รวมถึงเป็นถนนที่จะพาเข้าสู่ตัวศูนย์กลางการเดินทางของจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วยเพราะเป็นถนนที่เชื่อมระหว่างถนนเลียงเมือง และถนนที่อยู่ริยบคูเมือง จึงทำให้ถนนเส้นนี้มีการจราจรที่ติดขัดมากพอสมควร

- การเข้าถึงโครงการ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการที่จะมีผู้เข้าไปใช้บริการในโครงการ เนื่องจากถ้าหากโครงการไหนมีการเข้าถึงโครงการได้ยากก็จะเป็นเหตุทำให้ผู้ที่ต้องการเข้าไปใช้บริการไม่ยอมเข้าไป ซึ่งทั้ง 3 แห่ง มีวิธีการเข้าถึงโครงการที่ใกล้เคียงกัน คือสถานที่จอดรถอยู่ไม่ไกลจากตัวตลาดมากนัก นอกเสียจากกาตรินคำที่ไม่ค่อยมีที่จอดรถจึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการจะต้องจอดรถไกลจากทางเข้าและจะต้องเดินมา พร้อมกับความเป็นกังวลว่าจะป็นอะไรหรือไม่

- การจัดเส้นทางสัญจรภายในโครงการ การจัดเส้นทางสัญจรภายในโครงการที่ดีจะต้องสามารถเข้าถึงทุกจุดของโครงการได้ตั้งแต่ด้านรอบข้างโครงการจนถึงจุดกลางตลาด เมื่อไหร่ที่มีการจัดทางสัญจรภายในตลาดไม่ดีนั้นเมื่อผู้ใช้บริการเดินไม่ถึงจุดกลางตลาดจะทำให้ตลาดตรงกลางนั้นกลายเป็นตลาดตาย ส่งผลกระทบต่อให้ผู้เช่าไม่สามารถขายสินค้าได้ และจากสาเหตุดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อมาสู่เจ้าของกิจการในเรื่องของรายได้ก็เช่นกัน เพราะจากการศึกษาลักษณะเส้นทางเดินของผู้ใช้บริการนั้นนิยมที่จะมีจุดเริ่มต้นจากซอยริมของโครงการก่อนแล้วเดินวนไปเรื่อย ๆ เข้าซอยต่าง ๆ แต่ถ้าการจัดเส้นทางสัญจรได้ไม่ต่อเนื่องนั้นจะทำให้ผู้ใช้บริการเดินได้ไม่ทั่วทั้งโครงการ จากการศึกษาตลาดบองมาร์เช่ สามารถจัดการกับเส้นทางเดินชมสินค้าได้ดี เนื่องจากทางโครงการมีการจัดจุดพักสายตาไว้ได้ดีทำให้เมื่อผู้เข้ามาใช้บริการเดินนั้นเพลินเดินไปตามทางเรื่อย ๆ และทางบองมาร์เช่ไม่ได้มีการจัดการเดินที่ต้องเข้าซอย สลับซับซ้อนไปมามากมายนัก ในขณะที่กาตรินคำนั้น มีการจัดเส้นทางเดินที่ไม่ต่อเนื่องในแต่ละโซนของโครงการรวมถึงแต่ละโซนยังมีชอกซอยอีกเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ผู้เช่าใช้บริการไม่สามารถเดินได้ทั่ว

ทั้งโครงการเหตุหนึ่งมาจากผู้เข้าใช้บริการมักจะกลัวการเดินทางเข้าซอยแล้วจะต้องเจอกับซอยตันและไม่มี
สินค้าวางขายทำให้ในจุดนั้นเป็นจุดที่น้ำกั้วที่เดียว

- ทางสัญจรมีขนาดเหมาะสม ขนาดของทางสัญจรเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการที่ผู้ให้บริการจะ
สนใจเข้ามาใช้บริการเพราะขึ้นชื่อว่าเป็นตลาดก็มักจะมีคนจอบแอ ถ้าหากทางเดินที่แคบเกินไปจะทำให้การ
สัญจรภายในตลาดมีความอึดอัด แต่จากกรณีศึกษาทั้ง 3 แห่งพบว่ามีการทำเส้นทางการสัญจรได้ดีมาก
เนื่องจากเส้นทางการสัญจรของตลาดทั้ง 3 แห่งทำทางเดินเพื่อรองรับผู้เข้ามาใช้บริการได้ดีมาก ไม่เกิดความ
แออัดในการสัญจรจะมีแค่เพียงกาดหน้าม. เท่านั้นที่เส้นทางการสัญจรอาจมีอุปสรรคบ้างแต่ไม่เป็นอุปสรรค
มากนักเนื่องจากในจุดที่เป็นที่ระบายน้ำนั้นไม่ได้อยู่ในจุดที่มีการสัญจรแออัดมากนักจึงไม่สร้างปัญหา
ให้กับโครงการ

- ความสะอาดของทางสัญจร ความสะอาดของทางสัญจรในที่นี้รวมถึงความเปียกแฉะที่อาจเกิดขึ้น
จากฝนตกซึ่งทั้งกาดรินคำและตลาดของมาร์เช่ ทำทางสัญจรในจุดนี้ได้ดีมาก มีการปูอิฐทางเดิน, รางระบาย
และเทปูนซีเมนต์ ซึ่งทำให้เวลาเดินไม่มีการเลอะเทอะจากดิน และสามารถเดินชมสินค้าได้อย่างสบายไม่
ต้องกลัวฝนเนื่องจากมีหลังคาคลุม

- การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่าง การนำพื้นที่ว่างภายในโครงการมาใช้ทำอะไรบางอย่างให้เกิด
ประโยชน์สูงสุดไม่ปล่อยให้เป็นที่สูญประโยชน์ แต่จากการศึกษาพบว่าทั้ง 3 โครงการไม่มีโครงการไหนเลย
ที่จะใช้พื้นที่ว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุดยังมีการปล่อยให้พื้นที่ว่างอย่างไร้ประโยชน์อยู่ทางผู้ศึกษาพบว่า
ควรมีการปรับปรุงในจุดนี้ทั้ง 3 โครงการ

- การจัดจุดตั้งสาขาคา จุดตั้งสาขาคาเป็นสิ่งสำคัญจุดหนึ่งของตลาด เป็นการทำให้ตลาดมีจุดเด่น
ขึ้นมา ซึ่งตลาดของมาร์เช่ทำได้ดีทีเดียว ในการจัดจุดตั้งสาขาคาไว้ภายในตลาด คือทางตลาดไม่ได้ทำไว้แค่
เพียงจุดเดียวแต่ สามารถทำให้หลาย ๆ จุดที่มีอยู่ มีระยะห่างกันอย่างลงตัวทำให้เวลาที่ผู้ให้บริการเดินอยู่ใน
ตลาดแล้วไม่รู้สึกเบื่อหน่าย

- การจัดจุดรวมพลของตลาด เป็นการสร้างจุดสนใจไว้ในตลาด หรือเป็นจุดสำหรับทำกิจกรรมให้
ทางตลาดดูคึกคักขึ้น ไม่น่าเบื่อ ซึ่งจากการศึกษามาแล้วนั้น ทางตลาดของมาร์เช่ได้มีการจัดจุดรวมพลของ
ตลาดขึ้นหลังจากที่มีการเปลี่ยนผู้บริหาร ทำให้พบว่า ปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการในตลาดมีปริมาณเพิ่มขึ้น
ประมาณ 30% จากที่เคยเป็นอยู่ และมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้น เช่น กิจกรรมเทศกาลวันลอยกระทง และอีก
หนึ่งหนึ่งคือเป็นประการประชาสัมพันธ์ตลาดไปด้วย เพราะต้องมีการทำโฆษณาให้ผู้ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง
ทราบว่าจะมีกิจกรรมเกิดขึ้นที่ตลาดแห่งนี้

- ที่จอดรถของโครงการ เป็นสิ่งสำคัญมากของโครงการเพื่อที่จะรองรับผู้มาใช้บริการและถือเป็นการ
อำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการด้วยเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันการเดินทาง ผู้คนนิยมที่จะมี
พาหนะในการเดินทางไปไหนมาไหน เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งกาดรินคำเป็นตลาดที่มีที่จอดรถน้อย
มาก ซึ่งถ้ามีการนำรถไปจอดไว้ที่ข้างถนนก็จะทำให้เกิดความจอบแอจนวายนบนท้องถนนได้เช่นกัน เมื่อ

เปรียบเทียบกับตลาดบองมาร์เช่ และ กาดหน้าม. แล้วจะพบว่าทางทั้ง 2 ตลาดมีพื้นที่ในการจอดรถมากกว่า ทำให้ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ต้องเป็นห่วงว่าจะป็นอะไรหรือเปล่า

- การจัดพื้นที่จอดรถ เป็นการจัดแบ่งพื้นที่จอดรถของประเภทรถต่าง ๆ ซึ่งกาดรินคำไม่สามารถทำได้เนื่องจากไม่มีพื้นที่มากนัก กาดรินคำสามารถรับได้เฉพาะรถจักรยานยนต์เท่านั้นที่จะสามารถนำมาจอดไว้ในตลาดได้ ซึ่งบางส่วนจะต้องนำมาจอดไว้ที่ข้างทาง หรือถ้าเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคลก็จะต้องไปเสียค่าจอดในที่บริการที่จอดรถเอง หรือจะต้องจอดไว้ที่ข้างทางเช่นกัน

- สภาพแวดล้อมภายในโครงการ ควรมีความสะอาด ร่มรื่น เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเข้ามาแล้วรู้สึกสดชื่น ผ่อนคลาย น่าเดิน เป็นการสร้างความสุขอย่างหนึ่งให้กับผู้เข้ามาใช้บริการได้ทางหนึ่ง และเป็น การสร้างความประทับใจได้ด้วยเช่นกัน

- ความสวยงามโดยรวมของอาคารสถานที่

สรุปBenchmark เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงจุดอ่อนของกาดรินคำโดยดูจากคะแนนรวมและเปอร์เซ็นต์

สรุป Benchmark เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงจุดอ่อน		
1	ตลาดบองมาร์เช่	647.5 (83%)
2	กาดหน้าม.	375.75 (48%)
3	กาดรินคำ	346.75 (45%)

ตารางที่ 1.2 ตารางสรุปคะแนนรวมเพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงจุดอ่อน

สรุปจุดอ่อนของกาดรินคำ

จุดอ่อนของ กาดรินคำ					
สำคัญ	ตัวอย่างประเด็น	ตัวอย่างน้ำหนัก (10 - 1)	เต็ม (5)	กาดรินคำ	
7	การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่าง	8	40	1	8
8	การจัดจุดตั้งสายตา (ความน่าสนใจ/สวยงาม)	9	45	1	9
9	การจัดจุดรวมพลของตลาด (ความเหมาะสมและใช้ประโยชน์)	8.5	42.5	1	8.5
10	ที่จอดรถของโครงการ (ความเพียงพอในการรองรับลูกค้า)	8.5	42.5	1	8.5
11	การจัดพื้นที่จอดรถ (การแบ่งพื้นที่จอดรถยนต์ และ จักรยานยนต์)	9	45	1.5	13.5
12	สภาพแวดล้อมภายในโครงการ (ความร่มรื่น,สะอาด)	7.5	37.5	1.5	11.25
13	ความสวยงามโดยรวมของอาคารสถานที่	7.5	37.5	1.5	11.25
14	ขนาดของพื้นที่เช่า และราคาค่าเช่า เหมาะสม	6	30	1.5	9

15	การจัดโซนนิ่งของตลาด (แบ่งโซนขายสินค้าตามประเภทของสินค้า เหมาะสม)	7	35	1	7
16	สินค้าที่ขายภายในโครงการ	6.5	32.5	2	13
17	จำนวนผู้เข้าใช้บริการ (นับจำนวนต่อชั่วโมง)	6.5	32.5	2	13
18	การจัดกิจกรรมของตลาด	6	30	0	0
คะแนนรวม					346.75

ตารางที่ 1.3 ตารางสรุปจุดอ่อนของกาตรินค้า

คะแนนการปรับปรุงจุดอ่อนของ กาตรินค้า					
สำคัญ	ตัวอย่างประเด็น	ตัวอย่างน้ำหนัก (10 - 1)	เต็ม (5)	กาตรินค้า	
7	การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่าง	8	40	4 (1)	32
8	การจัดจุดตั้งสายตา (ความน่าสนใจ/สวยงาม)	9	45	4 (1)	36
9	การจัดจุดรวมพลของตลาด (ความเหมาะสมและใช้ประโยชน์)	8.5	42.5	3.5 (1)	29.75
10	ที่จอดรถของโครงการ (ความเพียงพอในการรองรับลูกค้า)	8.5	42.5	2.5 (1)	21.25
11	การจัดพื้นที่จอดรถ (การแบ่งพื้นที่จอดรถยนต์ และ จักรยานยนต์)	9	45	2 (1.5)	18
12	สภาพแวดล้อมภายในโครงการ (ความร่มรื่น,สะอาด)	7.5	37.5	3.5 (1.5)	26.25
13	ความสวยงามโดยรวมของอาคารสถานที่	7.5	37.5	3.5 (1.5)	26.25
14	ขนาดของพื้นที่เช่า และราคาเช่าเหมาะสม	6	30	3.5 (1.5)	21
15	การจัดโซนนิ่งของตลาด (แบ่งโซนขายสินค้าตามประเภทของสินค้า เหมาะสม)	7	35	3.5 (1)	24.5
16	สินค้าที่ขายภายในโครงการ	6.5	32.5	4 (2)	26
17	จำนวนผู้เข้าใช้บริการ (นับจำนวนต่อชั่วโมง)	6.5	32.5	3 (2)	19.5
18	การจัดกิจกรรมของตลาด	6	30	4 (0)	24
คะแนนรวม					539.25

ตารางที่ 1.4 ตารางแสดงคะแนนหลังจากมีการปรับปรุงจุดอ่อนของกาตรินค้า

