

แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมกายภาพ ตลาดดอกไม้ ต้นลำไย เชียงใหม่

Guidelines of Physical and Social Elements for Promoting the Physical Environment of Tonlamyai Flower Market, Chiang Mai

เกศรินทร์ อธิพิณกุล¹

Kedsarin Ittipunkul

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาลักษณะทางกายภาพและสังคมภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไยเมืองเชียงใหม่ และเพื่อหาแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาด ให้คงเป็นตลาดกลางที่สำคัญไปพร้อมกับการเป็นสภาพแวดล้อมริมน้ำหน้าเมืองเพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่ มีวิธีวิจัยโดยศึกษาและเก็บข้อมูล สังเกตอย่างมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เจ้าของตลาด ผู้ค้า และผู้ซื้อ ในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างคน พื้นที่ และกิจกรรมในตลาด มีพื้นที่ศึกษาอยู่ที่ตลาดดอกไม้ริมแม่น้ำแม่ปิง หรือ ตลาดต้นลำไย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะเชิงกายภาพและสังคมของตลาดต้นลำไยที่สำคัญได้แก่ การเป็นตลาดเฉพาะอย่าง มีทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่เก่าแก่ เป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการตลอดเวลา และมีพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ แนวทาง

¹ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Master of Architecture, Faculty of Architecture, Chiang Mai University : Little-Giant_kp@hotmail.com

ความสะดวกให้มากขึ้น องค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางในการส่งเสริมภูมิทัศน์การส่งเสริมองค์ประกอบกายภาพและสังคมนี้ได้แก่ สร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนขึ้นกับตลาด อำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ เสริมแหล่งเชื่อมต่อผู้ซื้อและผู้ขาย ให้เกิดความสะดวกในการค้าขาย สื่อสารเพื่อบอกเล่าความเก่าแก่ของตลาดและประวัติศาสตร์การซื้อขายที่ถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น ส่งเสริมการค้าขาย โดยสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะอย่างแห่งอื่นๆ เพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์ตลาดให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวชุมชนของตลาดพื้นที่อื่นต่อไป

คำสำคัญ: ตลาด ตลาดดอกไม้ ภูมิทัศน์เมือง ลักษณะทางกายภาพและสังคม เชียงใหม่

Abstract

This article aimed to find out the physical and social elements of Tonlamyai Flower market and so as to provided the guidelines for improvement the flower market and city environment. The research methods included physical survey, participant observations, in-depth interviews with market owner, sellers and buyers. Regarding the relationship between people, space and activities in flower markets, the study area was in the flower market along the Ping River or Tonlamyai Flower Market in Chiang Mai.

The findings showed that the physical and social elements of the market including the specificity, location, history, duration, and existence of social space. The guidelines to promote these physical and social elements were to enhance the unique identity, to make convenience to customers, to build community network, and to communicate the history of trading transmitted through generations to visitors. The knowledge can be used for promoting traditional markets and other urban landscape to enhance economy and tourism.

Keywords: market, flower market, urban landscape, physical and social elements, Chiangmai

บทนำ ตลาดกับวิถีสังคมเกษตรกรรมไทย

ตลาดเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนค้าขายสิ่งของ และพบปะสังสรรค์เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดและสานสัมพันธ์ของคน ตลาดจึงเป็นพื้นที่สะท้อนให้เห็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของชุมชนและเป็นพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงสังคมชนบทเข้าด้วยกัน (กิตติพร ใจบุญ, 2541)

ตลาดเฉพาะอย่างวิวัฒนาการมาจากตลาดขนาดเล็ก เพื่อรองรับสินค้าเกษตรกรรมที่คนในชนบท นำเข้ามาขายภายในเมือง ทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างสังคมเมืองและชนบท ปัจจุบันตลาดเฉพาะอย่าง มีหลงเหลืออยู่ไม่มากนัก กำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่กระแสสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงจากระบบ การผลิตเพื่อการเกษตรกรรมเป็นการผลิตเพื่ออุปโภคบริโภค ทำให้ตลาดดอกไม้เปลี่ยนแปลงบทบาทไป ตลอดจนปิดตัวถาวร ตลาดดอกไม้ต้นลำไยนี้ถือเป็นตลาดเฉพาะอย่างขนาดใหญ่แห่งเดียวในภาคเหนือ ที่มี ศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภายในท้องถิ่นมีเงินทุนเวียนสูง สามารถหมุนเวียนรายได้ให้แก่ ชนบทและเมืองอย่างทั่วถึง ตลาดดอกไม้ต้นลำไยเมืองเชียงใหม่ ตั้งอยู่ริมน้ำปิงซึ่งเป็นพื้นที่หน้าเมืองเชียงใหม่ มีบทบาทสำคัญในการเอื้อประโยชน์แก่ทั้งเมืองและชนบท สามารถเชื่อมต่อผลิตผลที่ชุมชนชนบทเป็นผู้ผลิต และชุมชนเมืองเป็นผู้บริโภค

สุภาภรณ์ อาภาวัชรุตม์ (2548) กล่าวถึง ประวัติความเป็นมาของตลาดดอกไม้ต้นลำไย โดยแบ่ง ช่วงระยะเวลาการพัฒนาของตลาดออกเป็น 4 ส่วนได้แก่ ช่วงที่ 1 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 1839 – 2442 (แรก สร้างเมือง) ช่วงที่ 2 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2443 – 2500 (การค้าของชาวจีน) ช่วงที่ 3 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2501 – 2542 (การเปลี่ยนแปลงย่านการค้า) และช่วงที่ 4 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2543 – ปัจจุบัน ตลาดวโรรส และต้นลำไยครั้งที่ 2 มีพัฒนาการโดยรวมดังภาพ

ประวัติความเป็นมาตลาดต้นลำไย

พ.ศ.1839 – 2442 (แรกสร้างเมือง)	พ.ศ.2443 – 2500 (การค้าของชาวจีน)	พ.ศ.2501 – 2542 (การเปลี่ยนแปลงย่านการค้า)	พ.ศ.2543 – ปัจจุบัน
เป็นพื้นที่โล่ง ใช้แลกเปลี่ยนสินค้า บริเวณ 2 ฝั่งถนน	ค้าขายทางเรือกับพ่อค้า จีน สัญจรทางเรือ พ.ศ 2446 ก่อสร้าง ตลาดวโรรส และ ตลาดต้นลำไย	ก่อสร้างสถานที่สำคัญ ต่างๆ ตลาดเนาวรัฐ และตลาดเทศบาล จึงทำให้เป็นย่านการค้า ขนาดใหญ่	เกิดอค์คิภัยร้ายแรงของ ทั้งสองตลาด จึงเกิดความ เสียหาย และเปลี่ยนแปลง มากมายจึงทำให้เกิดเป็น ตลาดในปัจจุบัน

รูปที่ 1 ช่วงเวลาการพัฒนาตลาดต้นลำไย

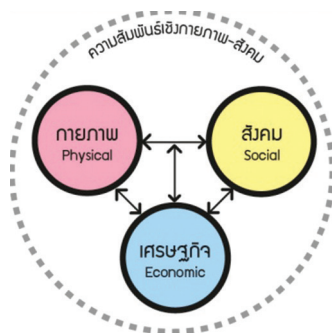
พื้นที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไยยังประกอบด้วยสินค้าหลากหลายของพ่อค้าแม่ค้า ที่นำสินค้าเหลือผลิต จากชนบท มากระจายให้ชุมชนเมืองได้ในราคาไม่แพง อีกทั้งผู้ซื้อปัจจุบันมิได้มีแต่คนในเมืองแต่ยังมีนัก ท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวนมาก หากตลาดแห่งนี้ได้รับการส่งเสริมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ย่อมสามารถ ที่จะดึงดูดผู้คนจากภายในอำเภอใกล้เคียงและจังหวัดที่ใกล้เคียงมาท่องเที่ยวตลาดได้

จะเห็นได้ว่าตลาดต้นลำไยเป็นเสมือนศูนย์กลางของตลาดเฉพาะอย่างที่ขายดอกไม้ทำหน้าที่เสมือนคนกลางเชื่อม ผู้ส่ง ผู้ขาย ไปหาผู้ซื้อหรือผู้บริโภค เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงสังคมชนบทและสังคมเมืองเข้าด้วยกัน มีความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อในลักษณะพึ่งพากันและกันในทุกด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แต่สภาพแวดล้อมของตลาดดอกไม้ในปัจจุบันมีความรกรุงรังไม่เป็นระเบียบ ได้ลดทอนความสวยงามของสภาพแวดล้อมหน้าเมืองเชียงใหม่ลงอย่างน่าเสียดาย เทศบาลนครเชียงใหม่ได้มีนโยบายแก้ไขปัญหานี้และพัฒนาสภาพแวดล้อมในตลาดดอกไม้ต้นลำไยโดยเฉพาะบริเวณริมน้ำที่มีการบุกรุก โดยมีแผนพัฒนาพื้นที่ตลาดดอกไม้มาอย่างต่อเนื่อง มีเป้าหมายให้เกิดความเป็นระเบียบสวยงาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยตลาดดอกไม้ต้นลำไยที่มีอยู่ส่วนมากพบว่าเป็นประเด็นเศรษฐกิจและสังคม อาทิ เพชร จงก่าโชค (2528) ได้ศึกษาการกระจายตัวของตลาดอาหารสดหรือตลาดสดถึง 220 แห่ง เกียรติจิระกุล (2525) เกี่ยวกับตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง สาริยา ศรีเชื้อ (2540) ศึกษา ซึ่งได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับการเป็นศูนย์กลางของย่านการค้า และชุมชน บุญระหงส์ (2543) ศึกษาตลาดทางเลือกทางเกษตรกรรม จารุณี จันทลักษณ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่องภูมิทัศน์กาด (ตลาด) ในจังหวัดเชียงใหม่ และ สุชาติ กัมมาระจรรยา (2546) ได้ศึกษาผลกระทบด้านการจราจรของกิจกรรมการค้าในพื้นที่ปากคลองตลาด แต่ขาดการศึกษาในมิติกายภาพ ที่มีความสำคัญยิ่งต่อการสร้างแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมและส่งเสริมภูมิทัศน์เมือง งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาช่องว่างที่ไม่มีการศึกษามาก่อน เกี่ยวกับลักษณะในเชิงกายภาพและสังคมภายในตลาดดอกไม้ เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของตลาดดอกไม้ต้นลำไยให้มีภูมิทัศน์ที่ดีแก่เมือง

จากการศึกษาทางกายภาพและทางสังคมที่พบทั้งหมดที่แสดงคุณสมบัติเฉพาะที่ทำให้ตลาดเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน ซึ่งพบว่ามิติภายนอกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสังคมเมืองและชนบท ตลอดจนความต้องการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ไปพร้อมกับความเข้าใจมิติภายในตลาดที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคน พื้นที่กิจกรรม ในตลาดดอกไม้ต้นลำไยนั้น มีผลสอดคล้องกับวรรณกรรมที่กล่าวไว้ในหัวข้อความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคม ของ Rawiwan Oranratmanee (2008) ที่กล่าวว่าพื้นที่ที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคมภายใต้ สังคม วัฒนธรรม พื้นที่นั้นตั้งอยู่ ความสัมพันธ์นี้ได้สร้างความหมายเฉพาะทำให้พื้นที่นั้นต่างจากพื้นที่อื่น งานวิจัยแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมกายภาพ ตลาดดอกไม้ต้นลำไย เชียงใหม่ ได้เชื่อมโยงมิติทางสังคม เศรษฐกิจ ในการศึกษาเชิงกายภาพและสังคมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพของตลาดดอกไม้ต้นลำไย และมิติทางสังคมที่ก่อให้เกิดเป็นตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจที่พบนี้เป็นกลไกสำคัญในการก่อให้เกิดเอกลักษณ์ของตลาดที่เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับผลของการวิจัยของ Rawiwan Oranratmanee (2008) เรื่องความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ของสภาพแวดล้อมตลาด



รูปที่ 2 แนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ

นอกจากนี้กรอบแนวความคิดในการออกแบบของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532; 2541) ซึ่งได้ให้ความหมายว่า แนวความคิดในการออกแบบมีความหมายที่กว้างมากในลักษณะที่เป็นพิสัยระหว่างความหมายที่เป็นนามธรรมกับความหมายที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นการนำเอาความหมายนามธรรมเป็นความคิดเห็น มาแปลงสู่รูปธรรม จึงเป็นการแก้ปัญหาทางพื้นที่และสถาปัตยกรรม ให้ได้ผลลัพธ์ทางกายภาพที่ชัดเจน

จะเห็นได้ว่าแนวความคิดมูลฐานเป็นส่วนที่มีความเป็นนามธรรม การวางหลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหา นำไปสู่ผลลัพธ์ทางกายภาพ และรูปธรรมของงานออกแบบนั้น การเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่เหมาะสม



รูปที่ 3 แนวความคิดในการออกแบบ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย และเพื่อหาแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาด เพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่

วิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเพื่อมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและทางสังคมของตลาดดอกไม้ต้นลำไย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของตลาด ผู้ค้า และผู้ซื้อ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าและผู้ซื้อใช้การสุ่ม เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพและสังคม

ภายในตลาดแล้วจึงวิเคราะห์เนื้อหา และสังเคราะห์ตามแนวคิดการออกแบบสภาพแวดล้อมเมืองเป็นแนวทางการพัฒนาพื้นที่ตลาดต่อไป

ผลการวิจัย

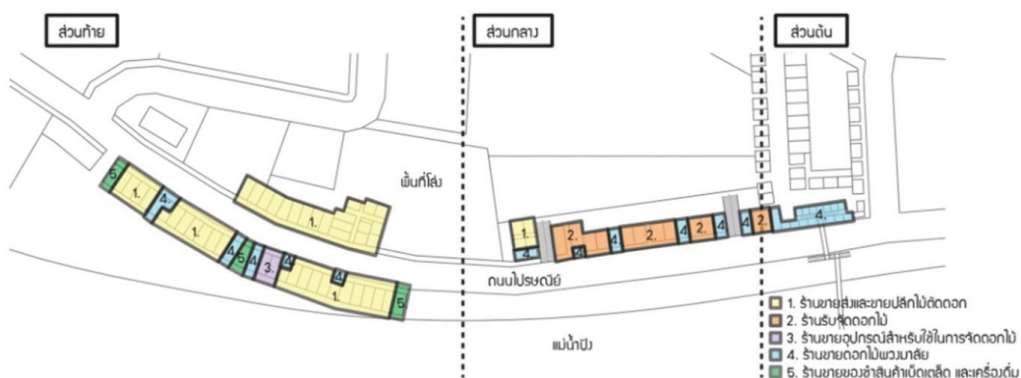
จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นพบว่า กลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ค้าจากพื้นที่ดอยปุย เวลาที่ทำการค้าขายส่วนใหญ่มีช่วงเวลามากกว่า 10 ปี ผู้ค้ามีอายุ 40 ปีขึ้นไป เหตุผลในการมาค้าขายที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไยที่สำคัญ คือ เป็นแหล่งขายสินค้าเฉพาะ ที่อยู่ศูนย์กลางของเมือง การเดินทางของกลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะส่วนตัว

ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี เป็นคนในพื้นที่ คือ อำเภอเมืองเชียงใหม่ นักท่องเที่ยว และจังหวัดข้างเคียง ผู้ซื้อรู้จักตลาดจากการเป็นตลาดหลักซื้อขายดอกไม้ที่อยู่กลางเมือง นิยมมาใช้บริการทั้งตามหน้าเทศกาล มาเป็นประจำทุกวัน หรือทุกสัปดาห์ กลุ่มผู้ซื้อหลัก คือ ร้านขายส่งค้าปลีกไม้ตัดดอก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งดอกไม้ การเดินทางของกลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถยนต์

การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาด

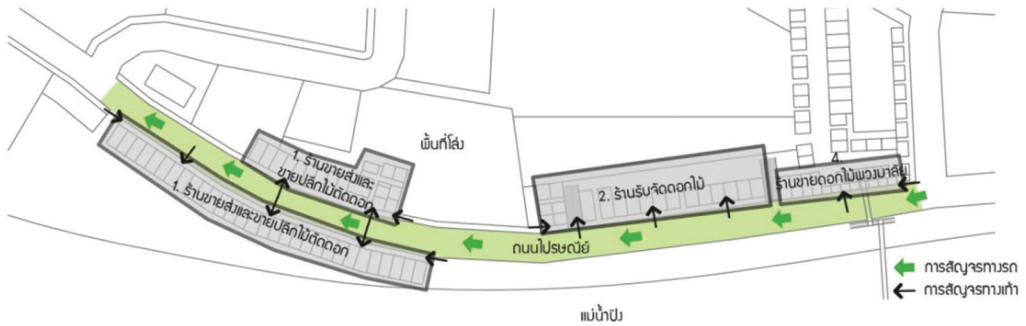
จากการสำรวจพบว่าปัจจัยในการแบ่งพื้นที่ คือ จัดวางสินค้าประเภทเดียวกันอยู่ใกล้กัน เพื่ออำนวยความสะดวกเลือกซื้อโดยสะดวกและมองเห็นสินค้าได้ง่าย สามารถแบ่งประเภทของสินค้าได้ 5 ประเภท ได้แก่ ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก ร้านรับจัดดอกไม้ ร้านขายอุปกรณ์สำหรับใช้ในการจัดดอกไม้ ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย และร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดื่ม

การแบ่งพื้นที่ทางกายภาพของตลาดสามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ตามประเภทของพื้นที่ คือ พื้นที่ร้านค้าส่วนต้น พื้นที่ร้านค้าส่วนกลาง และพื้นที่ร้านค้าส่วนท้าย โดยมีส่วนเชื่อม ดังรูปที่ 4



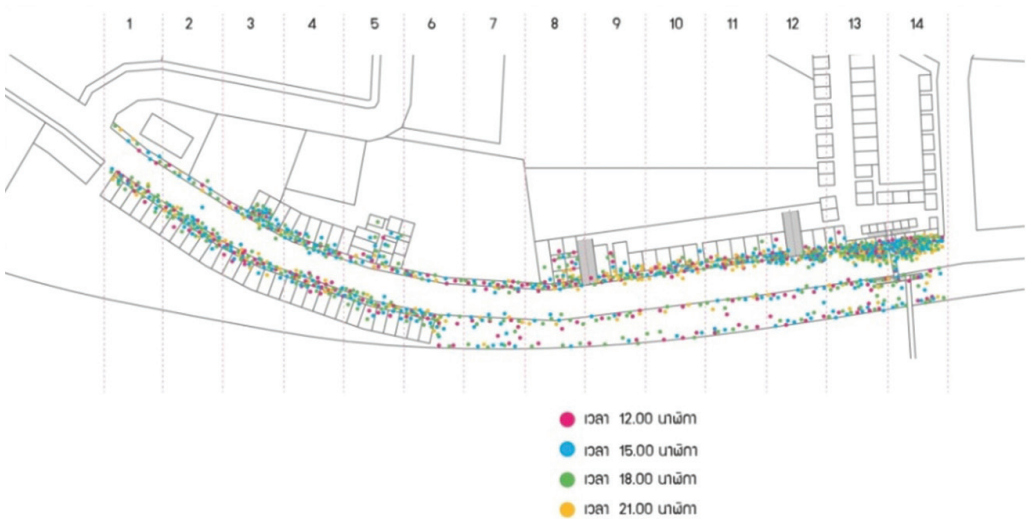
รูปที่ 4 แผนผังการแบ่งพื้นที่และการใช้งานในตลาดดอกไม้

การใช้พื้นที่การสัญจรภายในตลาดมี 2 ทาง การสัญจรทางรถ และการสัญจรทางเท้า ดังรูปที่ 5



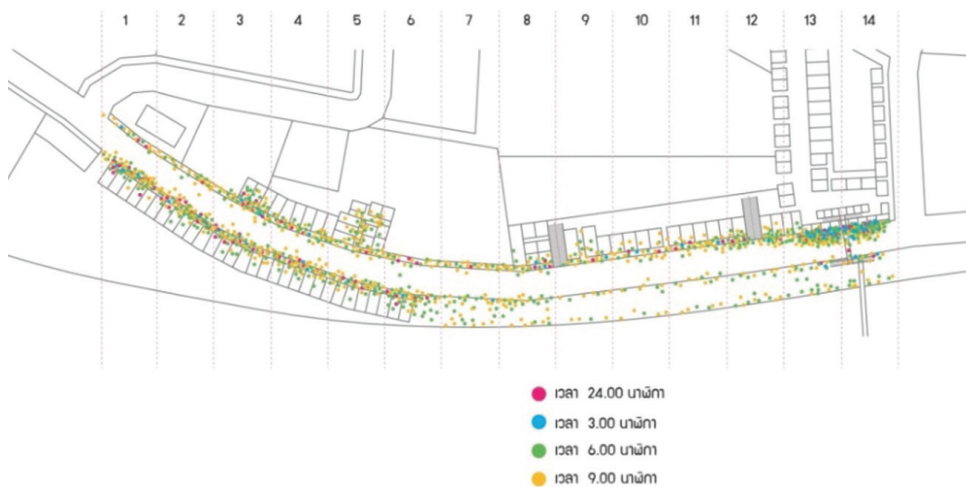
รูปที่ 5 ผังการใช้พื้นที่เส้นทางสัญจรภายในตลาด

ความหนาแน่นของกลุ่มผู้ใช้บริการภายในตลาด จากการเปรียบเทียบความหนาแน่นช่วงเวลา 12.00 - 21.00 น. พบว่าบริเวณพื้นที่ 13-14 มีการใช้พื้นที่กระจุกตัวหนาแน่นมาก และมีการกระจายตัวบริเวณพื้นที่ 2-4 ช่วงเวลาที่มีความหนาแน่นมากที่สุดคือช่วงเวลา 18.00 น. ดังรูปที่ 6



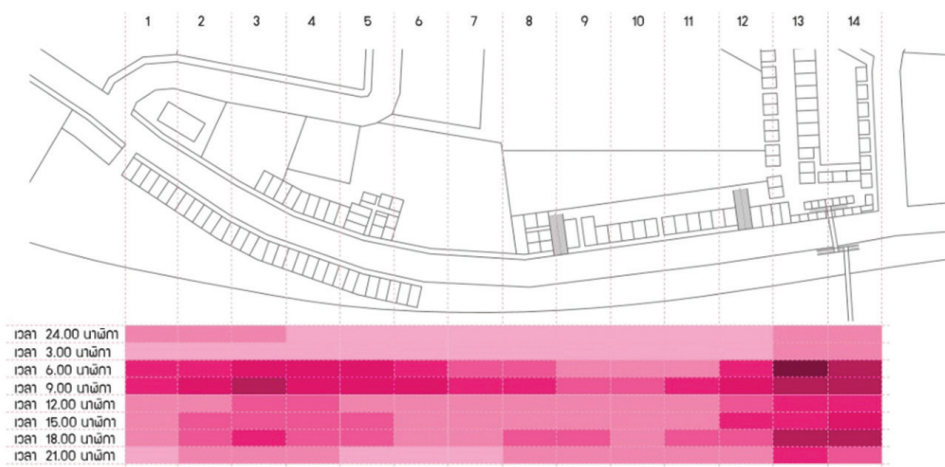
รูปที่ 6 ผังการวิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 12.00 - 21.00 น.

ความหนาแน่นของกลุ่มผู้ใช้บริการภายในตลาด จากการเปรียบเทียบความหนาแน่นช่วงเวลา 24.00 - 9.00 น. พบว่าบริเวณพื้นที่ 13-14 มีการใช้พื้นที่กระจุกตัวหนาแน่นมาก และมีการกระจายตัวบริเวณพื้นที่ 1-5 ช่วงเวลาที่มีความหนาแน่นมากที่สุดคือช่วงเวลา 6.00 น. ดังรูปที่ 7



รูปที่ 7 ผังการวิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 24.00 - 9.00 น.

สรุปแผนผังการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ตามช่วงเวลา เห็นได้ว่าช่วงพื้นที่ระหว่าง 12-14 มีผู้ใช้บริการพื้นที่หนาแน่นมาก ซึ่งเป็นบริเวณร้านขายดอกไม้พวงมาลัย และช่วงพื้นที่ระหว่าง 1-6 มีความหนาแน่นรองลงมา เป็นบริเวณร้านค้าขายส่งและปลีกล้วยไม้ตัดดอก



รูปที่ 8 แผนผังสรุปแผนผังการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ตามช่วงเวลา (สีเข้มคือช่วงเวลาผู้ใช้งานหนาแน่นมาก)

รูปแบบ การจัดวาง และการใช้งานภายในร้านค้า

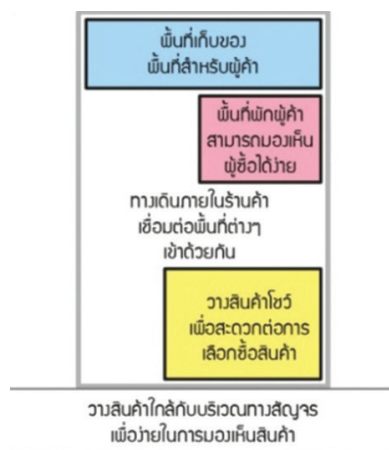
รูปแบบร้านค้า มีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบร้านค้าถาวร รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร และรูปแบบร้านค้าชั่วคราว ดังรูปที่ 9 รูปแบบการค้าขายของร้านค้า ร้านค้าส่วนมากเป็นรูปแบบร้านค้ากึ่งถาวรเป็นส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบการค้าขายที่เกิดจากมีร้านค้าประเภทนี้จำนวนมากว่าร้านค้าประเภทอื่น



รูปที่ 9 รูปแบบร้านค้าถาวร รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร และรูปแบบร้านชั่วคราว

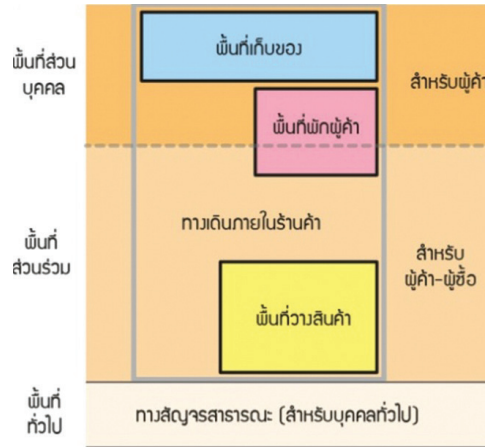
การจัดวางร้านค้า

ลักษณะการจัดวางเป็นไปเพื่อตอบสนองการค้าขาย และพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่ร้านค้าเพื่อตอบสนองต่อการค้าขายมากที่สุด โดยจัดให้ผู้ซื้อสามารถมองเห็นและเลือกสินค้าภายในร้านค้าได้สะดวกสบายมากที่สุด ดังตัวอย่างรูปที่ 10



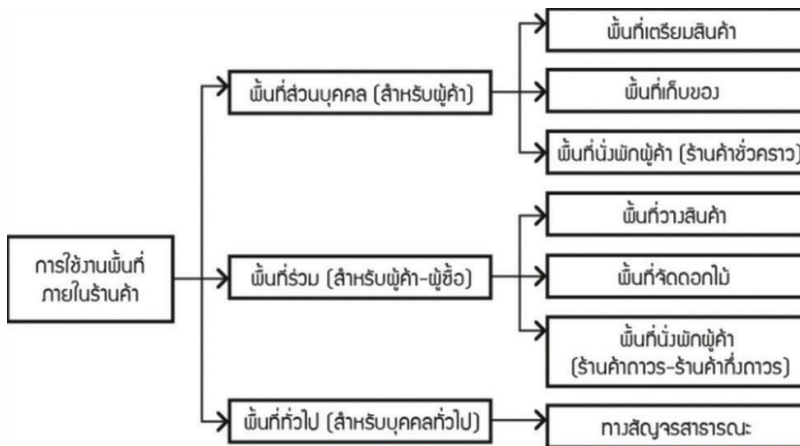
รูปที่ 10 ตัวอย่างการจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย

การจัดวางเพื่อสนองพฤติกรรมของผู้ใช้ เป็นการจัดแบ่งพื้นที่ตามพฤติกรรมของผู้ค้าที่แบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ในส่วนค้าขายและส่วนนั่งพักสำหรับผู้ค้าและผู้ซื้อ ดังตัวอย่างรูปที่ 11



รูปที่ 11 ตัวอย่างการจัดวางเพื่อสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการพื้นที่

การจัดวางและการใช้งานพื้นที่ภายในร้านค้า ประกอบไปด้วย 3 ส่วน พื้นที่ส่วนบุคคล พื้นที่ร่วม และพื้นที่ทั่วไป การใช้งานพื้นที่ภายในร้านค้าในแต่ละส่วนขึ้นอยู่กับการใช้งานของผู้ค้าและผู้ซื้อที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและการค้าขายของผู้ค้าและผู้ซื้อ สรุปการจัดวางและการใช้พื้นที่ดังรูปที่ 12



รูปที่ 12 แผนภูมิสรุปการใช้งานพื้นที่ภายในร้านค้า

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน

จากการสังเกตและสัมภาษณ์พบรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในตลาด พบว่ามีลักษณะความสัมพันธ์ที่อบอุ่นเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส มีการพูดคุย เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เหมือนเป็นเพื่อนหรือญาติมีการค้าขายนานจนผูกพัน

รู้จักกันมาก่อนค้าขายภายในตลาด เช่นเป็นญาติกัน มาจากหมู่บ้านเดียวกันหรือเป็นเพื่อนกัน พูดจาภาษาพื้นถิ่นเข้าใจกันง่าย สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ มีพื้นที่นั่งคุยกันภายในร้านค้า โดยเชื่อเชิญให้ผู้ซื้อสามารถเข้ามานั่งภายในร้านค้าได้กลายเป็นพื้นที่พบปะกันระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ

สรุปข้อมูลภาคสนาม

สามารถสรุปองค์ประกอบได้เป็น องค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม ภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย ได้ดังนี้

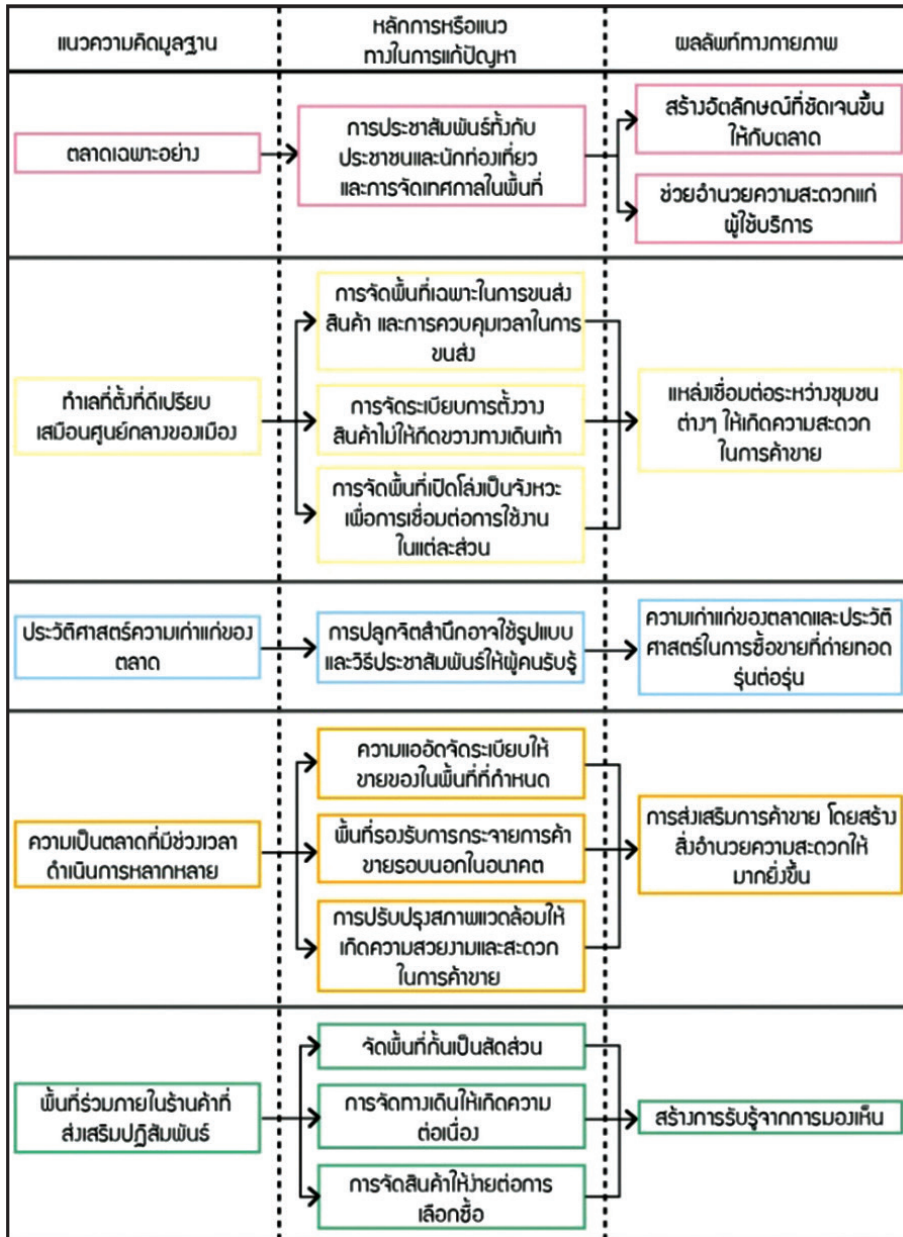
ผู้ค้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเจ้าของสวนซึ่งอยู่อำเภอรอบนอก เดินทางมาค้าขายภายในตลาดโดยรถบรรทุกเป็นหลัก ทำการค้าขายเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 10 ปี และมีความผูกพันกับพื้นที่และเห็นว่าทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมสำหรับค้าขาย ส่วนผู้ซื้อมีหลากหลายประเภททั้งจากเชียงใหม่ พื้นที่ใกล้เคียงและนักท่องเที่ยว มีทั้งผู้ซื้อประจำและชาวจร เหตุผลที่มาใช้บริการเนื่องจากเป็นตลาดที่มีชื่อด้านการเป็นตลาดเฉพาะสำหรับผู้ซื้อขายดอกไม้ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ประเด็นกายภาพเกี่ยวกับทำเลของตลาดที่เป็นศูนย์กลาง และการเป็นแหล่งค้าขายเฉพาะอย่าง รวมทั้งประเด็น ประวัติศาสตร์ การค้าขายแต่อดีต เครือข่ายความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาด

การแบ่งพื้นที่แสดงถึงความเป็นตลาดเฉพาะอย่างได้เป็นอย่างดี โดยมีพื้นที่เชื่อมต่อที่สำคัญ คือ เส้นทางสัญจรทั้งทางถนนและทางเท้า โดยร้านค้าจะขายสินค้าเลียบกับถนน ซึ่งมีปัญหาด้านการจราจรกีดขวางการจราจรบางช่วงเวลาและการขายของล้ำทางเดินเท้า และอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นตลาดดอกไม้ ได้แก่ การเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลายทั้งวัน โดยช่วงที่มีการใช้งานหนาแน่น ได้แก่ ช่วงเวลาเช้า เย็นและกลางคืน การใช้งานและจัดวางในร้านค้า ในร้านถาวรจะจัดเพื่อตอบสนองให้อี้อการค้าขาย ลูกค้าสามารถเดินเข้ามาเลือกซื้อหยิบจับได้ง่าย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี เช่น มีร่มเงา อากาศถ่ายเทได้ดี โดยมีลักษณะเด่นในการจัดวางคือ การเชื่อมพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่เสริมปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ค้าขายและทางเดินในร้าน ซึ่งสนับสนุนทั้งการขายและการสร้างปฏิสัมพันธ์ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน พบว่ามีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในกลุ่มชนเพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดเช่นกัน

พบว่าลักษณะเด่นองค์ประกอบที่จะเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาตลาดจึงมีลักษณะเฉพาะของตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งมีด้วยกัน 5 ประการ ได้แก่

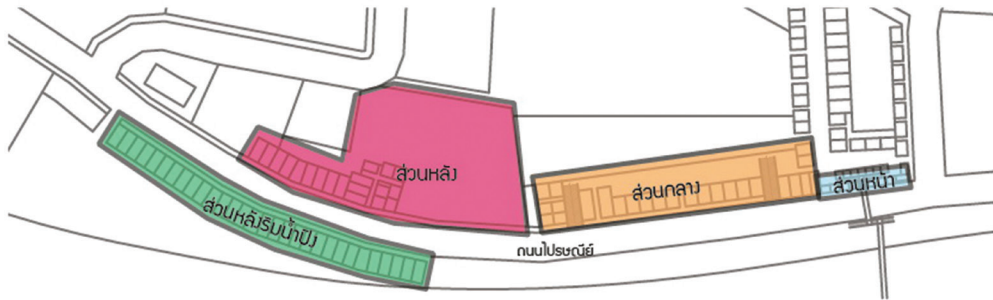
- 1.) ตลาดเฉพาะอย่าง
- 2.) ทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง
- 3.) ประวัติศาสตร์ความเก่าแก่ของตลาด
- 4.) ความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลาย
- 5.) พื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์

จากลักษณะเด่นที่พบภายในตลาด นำมาเป็นแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้แห่งนี้ให้
 คงเป็นตลาดกลางที่สำคัญไปพร้อมกับการพัฒนาให้เป็นสภาพแวดล้อมริมหน้าแม่น้ำเมืองที่ส่งเสริมภูมิทัศน์เมือง
 เชียงใหม่ แนวทางการพัฒนาและกรอบการออกแบบสภาพแวดล้อมของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532; 2541)
 ได้ดังนี้



รูปที่ 13 สรุปผลแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้ต้นลำไย

จากการศึกษาที่พบประเด็นความสำคัญของพื้นที่พบว่า การแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือพื้นที่ส่วนหน้า พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนหลัง และพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง ดังนี้



	ส่วนหลัง, ส่วนหลังริมน้ำปิง กลุ่มผู้ค้าเดิมตอนกึ่งตลาด	ส่วนกลาง กลุ่มผู้ค้าใหม่บริเวณข้ามทางใหม่	ส่วนหน้า กลุ่มผู้ค้าเดิมตอนกึ่งตลาด
การแบ่งประเภทของสินค้า	ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย ร้านขายอุปกรณ์สำหรับใช้ในการตัดดอกไม้ ร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและครัวเรือน	ร้านรับจัดดอกไม้ ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย	ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย
รูปแบบลักษณะอาคาร	 อาคารกึ่งถาวร ลักษณะรูปแบบก่อสร้างมีระแนง รวดเร็ว มีความทนทานเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สามารถใช้เก็บได้ทั้งค่าและติดตั้งง่ายไม่ยุ่งยากนัก	 อาคารถาวร เนื่องจากร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับการ จัดดอกไม้จึงต้องการพื้นที่ภายในร้านค้าที่กว้าง มีพื้นที่จัดดอกไม้ และเก็บของอุปกรณ์ต่างๆ มีการใช้วัสดุที่ทนทาน และแข็งแรง ด้านค่า ใช้จ่ายในการเช่ามีราคาแพงกว่าร้านค้าแบบอื่น	 อาคารชั่วคราว รูปแบบร้านค้าประเภทนี้ มีพื้นที่การใช้พื้นที่ แคบ ไม่ต้องลงทุนมากนัก ใช้ในการเก็บ ตกแต่งและพ่นได้ สะดวกรวดเร็วในการก่อสร้าง ราคาประหยัด
สังคมคนในท้องที่	เป็นคนในพื้นที่ชนบท มีการปลูกอง และนำขายออกมาขายในตลาด	คนในพื้นที่ชุมชนเมือง รับดอกไม้จาก ร้านขายปลีกและส่งดอกไม้ภายในตลาด	เป็นคนในพื้นที่ชนบท ส่วนใหญ่ซื้อดอกไม้ นำมาร้อยพวงมาลัยขายออกมาขายในตลาด
ประวัติศาสตร์พื้นที่	พื้นที่พัฒนาต่อยอดจากพื้นที่ส่วนหน้า	พื้นที่พัฒนาหลังจากพื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่เริ่มตั้งแต่เริ่มมีการค้าขาย ซึ่งเป็น รูปแบบร้านค้าเดิมตอนกึ่งตลาด

รูปที่ 14 สรุปแผนภูมิจากการวิเคราะห์ความสำคัญและการใช้งานพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไย

แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาด

แนวทางการพัฒนาของตลาดดอกไม้ต้นลำไย จากการศึกษาค้นคว้าความสำคัญของพื้นที่พบว่าแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ พื้นที่ส่วนหน้า พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนหลัง และพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง ดังนี้

- **พื้นที่ส่วนหน้า** จัดพื้นที่ร้านค้าให้มีความสวยงาม โดยทำการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่ให้เกิดความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และจัดรูปแบบร้านค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน



รูปที่ 15 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหน้า

- **พื้นที่ส่วนกลาง** เพิ่มการเชื่อมโยงพื้นที่ภายในร้านค้า การจัดพื้นที่ค้าขายให้มีความต่อเนื่องในการเดินเลือกซื้อสินค้า และสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการพื้นที่ให้เกิดความรู้สึกสนิทสนม สร้างการรับรู้จากทางมองเห็น มีพื้นที่กันเป็นสัดส่วน สร้างพื้นที่ทางเข้าออกภายในร้านค้าให้เกิดความคล่องตัว ผู้ใช้บริการพื้นที่เกิดความรู้สึกที่เป็นกันเอง รักใคร่ปรองดองกันภายในพื้นที่



รูปที่ 16 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง

- พื้นที่ส่วนหลังและพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง ปรับปรุงรูปแบบอาคารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สร้างอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมให้ชัดเจน จัดระเบียบการจัดวางสินค้าไม่ให้กีดขวางทางสัญจร พัฒนาทางเดินเท้าให้สามารถสัญจรได้สะดวก มีพื้นที่สำหรับนั่งพักผ่อนหย่อนใจ เพิ่มบรรยากาศที่ร่มรื่นเพิ่มร่มเงาเพื่อ

ป้องกันแสงแดด และปรับปรุงพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำปิงเป็นพื้นที่สาธารณะ สามารถออกกำลังกาย เดินเล่น พักผ่อนหย่อนใจและสามารถเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมต่างๆ ได้ เพื่อลดความแออัดในพื้นที่ เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในชุมชน



รูปที่ 17 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหลังและส่วนหลังริมน้ำปิง

บทสังเคราะห์

การศึกษาเกี่ยวกับตลาดดอกไม้ที่ผ่านมาเป็นประเด็นเศรษฐกิจและสังคมเป็นส่วนใหญ่ โดยยังไม่มี การศึกษาประเด็นกายภาพและสภาพแวดล้อม ตลอดจนความสัมพันธ์เชิงซ้อนในตลาดที่มีอยู่อย่างเด่นชัด การวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบกายภาพและสังคมในพื้นที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ จึงเป็นจุดเด่นของงานวิจัยนี้ที่ยังไม่มีการศึกษามาก่อน

ในการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวในบทที่ 2 อ้างถึง เพชร จงก้าโชค (2528) เกียรติ จิระกุล (2525) สารียา ศรีเชื้อ (2540) และชมชวน บุณระหงส์ (2543) นี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางสังคมในระบบ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ส่ง ความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้งของเมือง การส่งเสริมการพึ่งพา กันและกัน

ในชุมชน สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม โดยขาดการศึกษาเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์ของตลาด ส่วนวรรณกรรมของ จารุณี จันทลักษณ์ (2548) และ สุชาติ กัมมารเจษฎากุล (2546) ได้ศึกษาในเรื่องของงานสถาปัตยกรรมโดยไม่เชื่อมโยงระหว่างประเด็นกายภาพ สังคม และสภาพแวดล้อม

งานวิจัยนี้ศึกษาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์จากหลายมิติเข้าด้วยกัน เป็นความรู้จากสาขาวิชาสถาปัตยกรรม และการออกแบบสภาพแวดล้อม โดยนำเอาปัจจัยกายภาพและสังคมของตลาดที่มีมิติเชิงเศรษฐกิจมาเกี่ยวข้อง จึงเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านในมิติกายภาพและสังคมที่มีอยู่ไม่มากนัก

สรุป

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยของแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้ต้นลำไยเพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่ มาจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมของตลาด ได้ผลวิจัยเป็นข้อมูลองค์ประกอบกายภาพและสังคมจากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมที่นำมาวิเคราะห์เนื้อหา และการสร้างแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์

จากแนวทางการพัฒนาของตลาดดอกไม้ต้นลำไยที่ค้นพบทั้งหมด นำมาสร้างความเด่นชัดจากแนวทางสภาพแวดล้อม เพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์เป็นการนำจุดเด่น และการจัดการของพื้นที่สังคม วัฒนธรรม ให้ดำรงอยู่เพื่อชุมชนเอง และดึงรายได้จากผู้ซื้อ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาทำได้โดยการส่งเสริมการจัดพื้นที่สถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อม โดยส่งเสริมภูมิทัศน์ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับรู้ จดจำและนำไปบอกต่อผู้อื่นต่อไป

การส่งเสริมภูมิทัศน์ของตลาดดอกไม้ต้นลำไยให้เด่นชัดยิ่งขึ้น สามารถสนับสนุนให้เกิดการหมุนเวียนเศรษฐกิจภายในชุมชนที่เห็นได้ชัดเจน เป็นพื้นที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างระบบการเพาะปลูกดอกไม้ เพื่อการอุปโภคของชุมชนเมืองและชุมชนชนบท รวมทั้งเป็นแหล่งระบายสินค้าอุปโภค บริโภค จากการผลิตในชนบทสู่สังคมเมือง เป็นพื้นที่ศูนย์รวมทางสังคมในการพบปะของผู้คนและกิจกรรมตามเทศกาล และวัฒนธรรมของชุมชน การเป็นศูนย์รวมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน รวมถึงสภาพแวดล้อมชุมชนที่มีความโดดเด่นไม่เหมือนพื้นที่อื่นนี้ นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สามารถพัฒนาต่อ เพื่อให้มีศักยภาพในการเป็นพื้นที่เศรษฐกิจของชุมชนอันเป็นแนวทางในการรักษาสภาพตลาดดอกไม้ต้นลำไยให้สามารถดำรงภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้ยั่งยืน

ผลการวิจัยของตลาดดอกไม้ต้นลำไยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมภูมิทัศน์สำหรับตลาดเฉพาะอย่างแห่งอื่นๆ โดยควรพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์ให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดบุคคลจากท้องถิ่นอื่นเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนของตลาดต่อไป

บรรณานุกรม

- กิตติพร ใจบุญ. (2541). **ตลาดในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- เกียรติ จิระกุล. (2525). **ตลาดในกรุงเทพมหานคร: การขยายตัวและการพัฒนาการ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุณี จันทร์ลักษณ์. (2548). **ภูมิทัศน์ภาคในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชมชวน บุญระหงส์และคณะ. (2543). **ระบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน: รายงานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เพชร จงกำโชติ. (2528). **ตลาดอาหารสดในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิลลิสธี หรยางกูร. (2532). **การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบงานสถาปัตยกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลลิสธี หรยางกูร. (2541). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาริยา ศรีเชื้อ. (2540). **แนวทางการวางแผนพัฒนาย่านการค้าในเขตชั้นกลางของกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาเขตบางกะปิ**. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนผังเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาดา กัมมารเจษฎากุล. (2546). **ศึกษาผลกระทบด้านการจราจรของกิจกรรมการค้าในพื้นที่ปากคลองตลาด**. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุภาภรณ์ อาภาวัชรุตม์. (2548). **เรื่องเล่าจาวกาด เล่ม 2**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์แสงศิลป์.
- Rawiwan Oranratmanee. (2008). **Spatio-Social Relationship: Bridging Anthropology, Architecture and Tourism in Home stay study**. Faculty of Architecture Chiang Mai University.