



ความชื่นชอบรูปด้านหน้าอาคารแถวในเขตเมือง เก่าลำปาง

Preference Study of Lampang Old City Shophouses' Façades

ณัฐกิตติ์ เพ็ชรสุริยา¹

Natthakit Phetsuriya

บทคัดย่อ

การเพิ่มจำนวนของอาคารแถวอย่างรวดเร็ว นั้น มีสาเหตุหลักจากการที่อาคารแถวเป็นสถาปัตยกรรมที่ตอบสนองต่อพื้นที่เชิงพาณิชย์ และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้พื้นที่ได้ง่าย ซึ่งการปรับเปลี่ยนเหล่านี้ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปด้านหน้า (façade) ของอาคารแถวด้วย เนื่องจากอาคารแถวมักตั้งอยู่ในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจของเมือง หรือริมถนนสาธารณะ จึงทำให้ผู้คนมองเห็นรูปด้านหน้าของอาคารแถวได้ จึงอาจกล่าวได้ว่ารูปด้านของอาคารแถวเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์เมืองหรือย่าน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการรับรู้ถึงความงามของเมือง ในการศึกษาความชื่นชอบรูปด้านหน้าอาคารแถวนี้ ใช้แนวทางการศึกษาการรับรู้จากความชื่นชอบ (preference study) โดยให้ประชากร ให้ค่าน้ำหนักความชื่นชอบ (preference rating) โดยการวิเคราะห์ลักษณะร่วมทางกายภาพของภาพร่าง ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวกับความชื่นชอบที่มีต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมบนรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว รวมไปถึงผลที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถทำเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการออกแบบรูปด้านหน้าอาคารแถวต่อไป

คำสำคัญ: ความชื่นชอบ รูปด้านหน้า อาคารแถว เขตเมืองเก่าลำปาง องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม

¹ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Master of Architecture, Faculty of Architecture, Chiang Mai University : prue_nat@hotmail.com

Abstract

Currently, the number of shophouse had increased dramatically due to its architectural benefits such as its worthy space utilization in limited area as well as its functional flexibility. Besides, existence of shophouses also implied the image of the city particularly their facades since their location mostly was along sides of visible public streets with a plenty amount of traffic volume. That made those facades became an image of the district or even the city in people's mind inevitably. To preference of townspeople, this study used methodology of preference study. With this kind of study, the data were differed in various depths and analyzed their correlations to define people's general preference in architectural elements of shophouse in Lampang. In the latter part of the study, the result of this questionnaire was also applied to a design by using people's preferable architectural elements to create an example of shophouse prototype. This might help guiding people in Lampang city to ameliorate or preserve their shophouses in the same direction.

Keywords: Preference, Façade, Shophouse, Lampang old city , Architectural ornaments

บทนำ

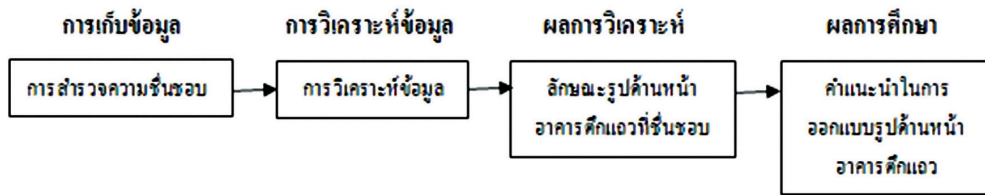
ปัจจุบันตึกแถวเป็นสิ่งปลูกสร้างที่เพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว เนื่องจากตึกแถวเป็นสถาปัตยกรรมที่ตอบสนองต่อการใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่าและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้พื้นที่ได้ง่ายและไม่ยุ่งยาก ในขณะเดียวกัน ตึกแถวส่งผลต่อหน้าตาของเมือง โดยเฉพาะรูปด้านหน้า (façade) ของตึกแถว เนื่องจากตึกแถวมักตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีผู้คนมองเห็นได้เป็นจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วไปในเมือง และรูปด้านหน้าของตึกแถวเป็นส่วนที่ผู้คนมองเห็นได้มากที่สุด (ซูวิทย์ สุจฉายา, 2542) ความหลากหลายที่เกิดขึ้นของสถาปัตยกรรมเป็นผลจากการปรับตัวและการยอมรับทางวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการปกครอง ตึกแถวก็เช่นเดียวกัน เนื่องจากเมืองลำปางมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและมีการตั้งถิ่นฐานอย่างต่อเนื่องมากกว่า 1,200 ปี ทำให้เมืองลำปางมีรูปแบบของอาคารที่หลากหลายรวมไปถึงอาคารประเภทตึกแถว ซึ่งเมื่อตึกแถวขึ้นเปรียบเสมือนหน้าตาของเมือง จึงทำให้เป็นอาคารที่มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของเมืองลำปางโดยเฉพาะในเขตเมืองเก่า (พื้นที่ที่ถูกกำหนดโดยคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ และเมืองเก่า) ด้วยเป็นประเภทอาคารที่สามารถสร้างได้โดยไม่ผิดข้อบังคับ อีกทั้งยังให้ผลตอบแทนสูง ทำให้เป็นที่นิยมสร้าง ตึกแถวจึงกระจายตัวอยู่ทั่วไป ซึ่งด้วยเหตุผลเหล่านี้เองที่ทำให้ภาพลักษณ์ของสถาปัตยกรรมในเขตเมืองเก่าลำปางไม่ชัดเจน การศึกษานี้จึงต้องการทราบถึงความชื่นชอบรูปด้านหน้า เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบรูปด้านของอาคารตึกแถวให้มีภาพลักษณ์ตรงตามความชื่นชอบของประชากรในเมืองลำปาง และยังสามารถทำให้เกิดภาพลักษณ์การอนุรักษ์สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของเขตเมืองเก่าลำปางต่อไป

ในการศึกษาความชื่นชอบรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวของประชาชนนี้ ใช้แนวทางการศึกษาการรับรู้จากความชื่นชอบ (preference study) และการวิเคราะห์ลักษณะร่วมทางกายภาพของภาพร่างซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวกับความชื่นชอบที่มีต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมบนรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อประเมินความชื่นชอบของประชากรเมืองลำปางต่อรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว
2. เพื่อหาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมบนรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว ที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของประชากรเมืองลำปาง
3. เพื่อสร้างคำแนะนำในการออกแบบรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว ในเขตเมืองเก่าลำปางจากความชื่นชอบของประชากร

ขั้นตอนการวิจัย (sequences of method)



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการวิจัย

พื้นที่ในการวิจัย (observation area)



ภาพที่ 2 แสดงขอบเขตพื้นที่วิจัย ซึ่งอยู่ภายในเขตพื้นที่เมืองเก่าลำปาง

ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัย อ้างอิงจากประกาศจากคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์และเมืองเก่า เรื่อง ประกาศเขตพื้นที่เมืองเก่าลำปางขอบเขตพื้นที่เมืองเก่าลำปาง โดยมีเนื้อที่รวมประมาณ 3.804 ตารางกิโลเมตร (2,377.5 ไร่) (โครงการวิจัยและพัฒนาชีวิตสาธารณะ-ท้องถิ่นน่าอยู่ จ.ลำปาง, 2548) โดยแบ่งเขตเมืองเก่าออกเป็น 3 รุ่นตามการตั้งถิ่นฐานและการขยายตัวของเขตเมือง

รูปแบบอาคารตึกแถวที่เลือกวิจัย

จากการเข้าไปสังเกตการณ์บนพื้นที่วิจัย พบว่ามีอาคารตึกแถวอยู่หลากหลายรูปแบบ โดยการศึกษาต้องการศึกษาอาคารตึกแถว (บัณฑิต จุลาสัย, 2540) อาคารตึกแถวเป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นรูปแบบหนึ่ง

ทำให้การคัดเลือกอาคารตึกแถวนั้นมีขอบเขตที่กว้างมากขึ้น ทั้งนี้จากการเข้าไปศึกษาเบื้องต้น ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า (ขดา ร่มไทรย์, 2550) การรับรู้ถึงอาคารตึกแถวซึ่งมีลักษณะเข้าถึงสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นได้มากที่สุดนั้นมีลักษณะของขนาดและจำนวนชั้น โดยรับรู้ขนาดอาคารที่เล็กกว่าเป็นรูปแบบพื้นถิ่นมากกว่าขนาดใหญ่ และเมื่อพิจารณาถึงจำนวนชั้น พบว่าประชาชนจะรับรู้ว่ามีรูปแบบโบราณหรือพื้นถิ่นกับอาคารชั้นเดียว และ 2 ชั้น มากกว่าอาคารขนาด 3 ชั้นขึ้นไป ทำให้สามารถเลือกภาพมาได้จำนวนหนึ่งซึ่งเป็นกลุ่มอาคารที่มีลักษณะสองชั้น แต่มีจำนวนคูหาที่หลากหลาย ซึ่งจากการคัดเลือกพบว่า จำนวนสามคูหา นั้นมีจำนวนเพียงพอที่จะนำมาเพื่อใช้ในการทดสอบ จึงเลือกรูปแบบอาคารตึกแถวแบบสามคูหาสองชั้น ซึ่งสามารถคัดเลือกอาคารตัวอย่างมาได้ 14 อาคาร โดยในแต่ละภาพจะต้องแสดงออกถึงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมอย่างชัดเจน มีมลภาวะทางสายตาบนรูปภาพน้อย เช่น ขยะหรือยานพาหนะ เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงรูปภาพ ภาพถ่ายอาคารที่ถูกคัดเลือกเพื่อใช้ในการวิจัย 14 ภาพ



วิธีการสังเกต (observation) และการใช้วิธีภาพจริง (theoretical perspective) (Kaplan, S. & Kaplan, R., 1983)

การใช้ภาพลายเส้น (graphic) มี 2 แบบ คือการใช้ภาพลายเส้นในลักษณะภาพร่าง (sketch) และ การใช้ภาพร่างในลักษณะภาพวาด (drawing) ทั้งนี้การเลือกใช้ชนิดภาพร่างน่าจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และ ข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ เช่น หากต้องการให้ข้อมูลภาพร่างเพื่อทดแทนภาพถ่ายก็ควรเลือกใช้ภาพลายเส้นที่ ให้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับภาพถ่าย กล่าวคือควรเป็นภาพที่แสดงพื้นผิวมากกว่าลายเส้น เช่น ภาพร่าง (sketch) เป็นต้น การนำเสนอภาพร่างควรใช้ทฤษฎีและวิธีการวาดด้วยการเขียนภาพให้ได้สัดส่วน เช่นเดียวกับการเห็น ด้วยตาจริง หรือการใช้วิธีภาพจริง (theoretical perspective) โดยมีวิธีการตรวจสอบ พรรณนา วาดภาพ (Malhis Shatha, 2003) และวิเคราะห์จากทฤษฎีและวิธีการว่าด้วยการใช้วิธีสังเกตและแบ่งแยกตามรูปแบบ อาคาร และช่วงเวลาของอาคาร เพื่อหาลำดับพัฒนาการของรูปด้านหน้าอาคาร (Tze Ling Li, 2007) ซึ่งการ แยกองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมตามยุคสมัยนั้น สามารถอธิบายถึงวัฒนธรรมและการรับซึ่งวัฒนธรรม ของอาคารตึกแถวในสิงคโปร์ได้ ทำให้เข้าใจถึงวิธีการและทฤษฎีที่นำมาประกอบเพื่อใช้ค้นหาคำประกอบ ทางสถาปัตยกรรมบนรูปด้านหน้าอาคาร เพื่อที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์หาความขึ้นขบต่อไป

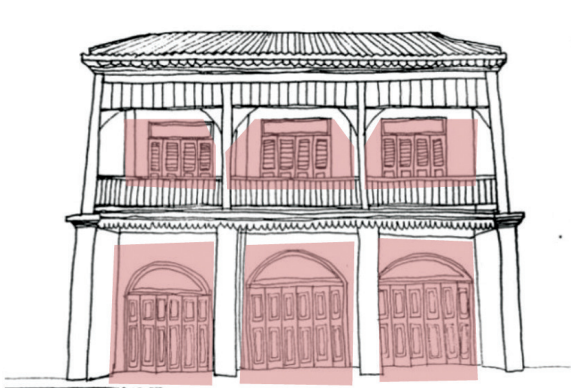
ตารางที่ 2 แสดงรูปภาพภาพถ่ายอาคารที่ถูกคัดเลือกเพื่อใช้ในการวิจัย 14 ภาพ ถูกเปลี่ยนให้เป็นภาพร่าง



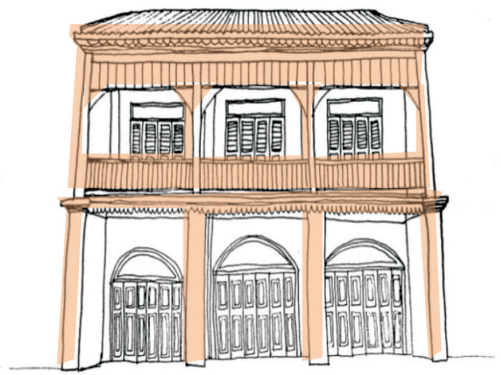
วิธีการศึกษา (methodology)

การทดสอบความชื่นชอบ (preference study) ในการศึกษาครั้งนี้จะทดสอบถึงความชื่นชอบระหว่างภาพถ่ายสีและภาพร่าง จากภาพที่ถูกคัดเลือกทั้ง 14 ภาพ โดยกำหนดประชากรเป็นนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 40 คน ซึ่งการเลือกกลุ่มประชากรเป็นนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์นั้น เนื่องจาก การรับรู้ถึงความงามของนักออกแบบนั้นจะมีความน่าเชื่อถือกว่ากลุ่มบุคคลทั่วไป ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ภาพร่างได้รับความนิยมมากกว่าภาพถ่ายสี เมื่อได้ภาพร่างสำหรับการใช้ในการทดสอบแล้ว การศึกษาถึงความชื่นชอบรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว จะเริ่มจากการให้ประชากร จำนวน 400 คน เป็นตัวแทนของประชาชนในเขตเทศบาลลำปางดูภาพรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว ซึ่งเป็นตัวแทนของอาคารตึกแถวที่มีอยู่ในลำปาง ตามลักษณะทางกายภาพ จำนวน 14 ภาพ ในแต่ละภาพที่ดูประชากรให้ค่าน้ำหนักความชื่นชอบ (preference rating) โดยใช้วิธี likert scale ซึ่งมีค่าน้ำหนักคะแนนจาก 1-5 คะแนน โดยความชื่นชอบมากที่สุด คือ 5 คะแนน และไล่ลำดับกันลงไปจนกระทั่งถึง ไม่ชอบเลย คือ 1 คะแนน ทั้งนี้ ค่าน้ำหนักคะแนนจะนำไปวิเคราะห์ เพื่อจำแนกข้อมูลเป็นการรับรู้ของประชากร และนำไปอธิบายด้วยการวิเคราะห์ลักษณะร่วมทางกายภาพของภาพซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงเกี่ยวกับความชื่นชอบที่มีต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมได้

ในการศึกษาถึงเรื่ององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมนั้น จะใช้วิธีการพิจารณาภาพร่าง โดยการพิจารณาข้อมูลจะพิจารณาในสองระดับ (Raksawin K. and Kana K, 2009) ลำดับที่ 1 คือ ผนังด้านใน ลำดับที่ 2 คือ ผนังด้านนอก โดยมีลำดับการพิจารณาดังนี้



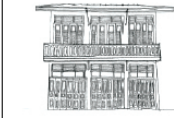
ภาพที่ 4 แสดงพื้นที่ผนังด้านนอกของรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวของภาพตัวแทน



ภาพที่ 3 แสดงพื้นที่ผนังด้านในของรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวของภาพตัวแทน

ผลการศึกษา (results)

ตารางที่ 3 แสดงรูปภาพที่มีความชื่นชอบเรียงตามลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดตามค่าเฉลี่ยความชื่นชอบ

 ลำดับที่ 1 Sk09 ค่าเฉลี่ย 4.54	 ลำดับที่ 2 Sk12 ค่าเฉลี่ย 4.46	 ลำดับที่ 3 Sk10 ค่าเฉลี่ย 4.18	 ลำดับที่ 4 Sk08 ค่าเฉลี่ย 4.04	 ลำดับที่ 5 Sk14 ค่าเฉลี่ย 3.80
 ลำดับที่ 6 Sk07 ค่าเฉลี่ย 3.78	 ลำดับที่ 7 Sk13 ค่าเฉลี่ย 3.53	 ลำดับที่ 8 Sk01 ค่าเฉลี่ย 3.46	 ลำดับที่ 9 Sk03 ค่าเฉลี่ย 3.39	 ลำดับที่ 10 Sk11 ค่าเฉลี่ย 3.37
 ลำดับที่ 11 Sk02 ค่าเฉลี่ย 3.26	 ลำดับที่ 12 Sk06 ค่าเฉลี่ย 3.12	 ลำดับที่ 13 Sk04 ค่าเฉลี่ย 3.00	 ลำดับที่ 14 Sk05 ค่าเฉลี่ย 2.84	

จากการประมวลผลของข้อมูลจากชุดแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด พบว่า ภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบมากที่สุดคือ ภาพ Sk09 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ 4.54 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.73 ซึ่งเป็นค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมตามความ
ชื่นชอบของประชากรต่อรูปด้านหน้าอาคารตึกแถว

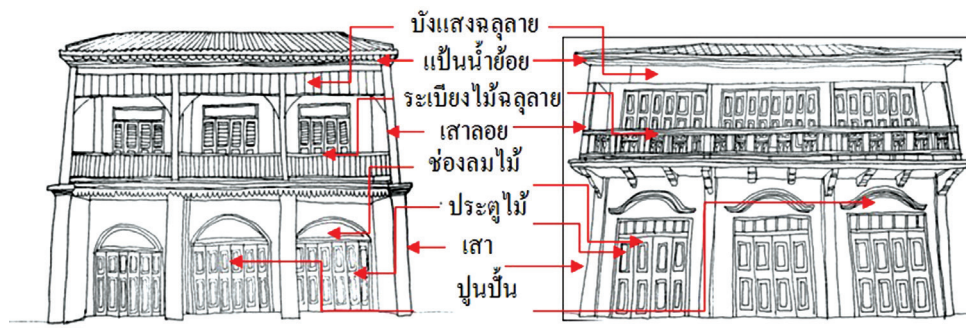
ตารางที่ 4 ตารางแสดงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในภาพตัวอย่าง 14 ภาพ

	Sk 01	Sk 02	Sk 03	Sk 04	Sk 05	Sk 06	Sk 07	Sk 08	Sk 09	Sk 10	Sk 11	Sk 12	Sk 13	Sk 14	ร้อยละ
ผนังด้านใน															
ประตูไม้															79
ประตูเหล็กฉนวน															21
ประตูบานเหล็ก															29
ประตูกระจก															7
หน้าต่าง															57
ช่องลมไม้															50
ช่องลมไม้ฉลุ															7
ช่องแสงไม้บานเกล็ด															14
ช่องแสงกระจก															36
เสา															57
ปูนปั้นลวดลาย															29
ปูนปั้นค้ำยัน															21
ค้ำยันไม้															7
กันสาดมีค้ำยันแบบปูนปั้น															43
กันสาดมีค้ำยันไม้															14
ผนังกันไม้															7
รางน้ำ															7
บัวหัวเสา															14
เชิงชาย															7
กันสาด															14
ผนังด้านนอก															
เสา															7
เสาฉลวย															29
แผ่นน้ำฉลวย															14
บัวหัวเสา															7
ค้ำยันฉลุไม้															7
บัวฉลวย															14
ระแนงไม้ฉลุฉลุ															29
ระแนงปูนฉลวย															21
ระแนงไม้ระแนง															21
เชิงชายเป็นปูน															7
ค้ำยัน															29
กันสาด															36
เชิงชายไม้															21
หน้าต่าง															7
ช่องแสง															7

จากการสรุปข้อมูลการแบ่งแยกองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมพบว่า รูปภาพที่มีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบมากที่สุดนั้นเป็นรูปภาพที่มีจำนวนองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมมากที่สุด และรูปภาพที่มีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบมากที่สุดในลำดับที่สอง พบว่า เป็นรูปภาพที่มีจำนวนองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมรองลงมา แต่เมื่อพิจารณาข้อมูล หลังจากนั้นพบว่า ปริมาณขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมไม่สามารถอธิบายความความชื่นชอบได้ แต่สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่มีร่วมกันหรือต่างกันของรูปภาพทั้ง 14 รูป เพื่อเปรียบเทียบหาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่มีความชื่นชอบเหมือนกัน หรือต่างกันได้

การพิจารณาถึงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมนั้น แบ่งการพิจารณาออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ตามระดับความชื่นชอบ โดยกลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่มีความชื่นชอบมากที่สุด คือภาพร่างที่ได้อันดับที่ 1 และ 2 กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบ คือภาพร่างที่ได้อันดับที่ 3 - 6 กลุ่มที่ 3 คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบปานกลาง คือภาพร่างที่ได้อันดับที่ 7 - 12 และกลุ่มที่ 4 คือกลุ่มที่มีความชื่นชอบน้อย คือภาพร่างที่ได้อันดับที่ 13 และ 14 ตามลำดับ เพื่อหาองค์ประกอบร่วมของความชื่นชอบที่มีต่อองค์ประกอบสถาปัตยกรรมในแต่ละภาพ

รูปภาพ Sk09 เป็นรูปภาพที่ได้คะแนนความชื่นชอบอันดับที่ 1 และ รูปภาพ Sk12 เป็นรูปภาพที่ได้ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบอันดับที่ 2 พบว่าม้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่มีร่วมกันคือ ประตูไม้ ช่องลมไม้ เสา ปูนปั้นตกแต่ง เสาลอย แป้นน้ำย้อย บังแสงฉลุลาย และระเบียงไม้ฉลุลาย สามารถสรุปได้ว่า ประชากรมีความชื่นชอบต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมอันได้แก่ ประตูไม้ ช่องลมไม้ เสา ปูนปั้นตกแต่ง เสาลอย แป้นน้ำย้อย บังแสงฉลุลาย และระเบียงไม้ฉลุลาย

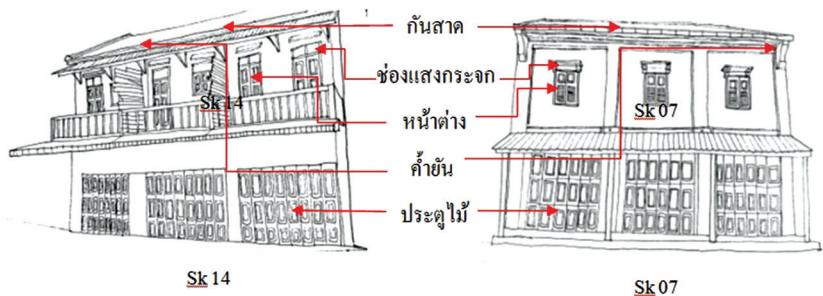
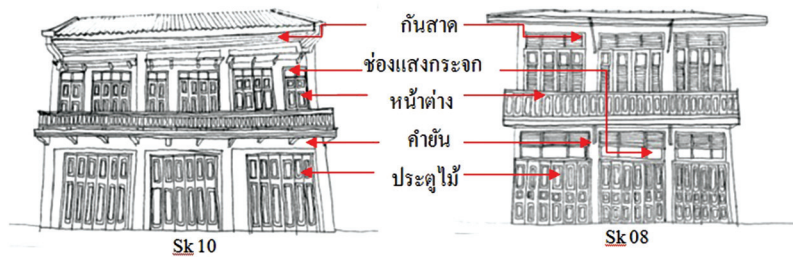


Sk 09

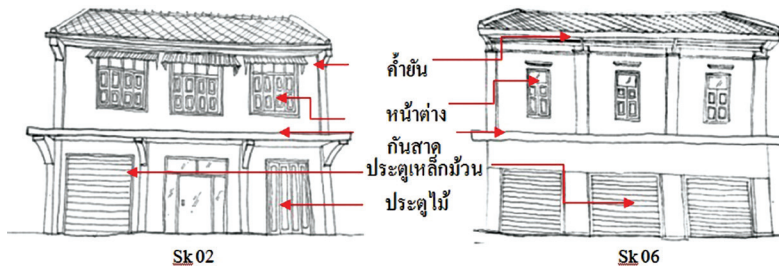
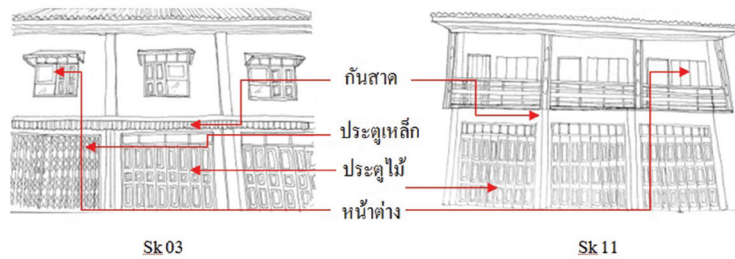
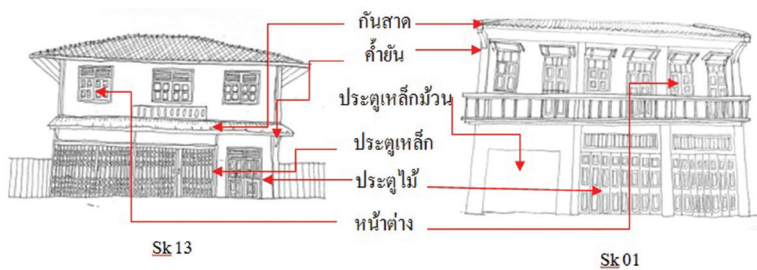
Sk 12

ภาพที่ 5 ภาพแสดงรูปภาพในกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบมากที่สุด

รูปภาพ Sk10 Sk08 Sk 14 และ Sk07 เป็นรูปภาพที่ได้ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบอันดับที่ 3 - 6 ตามลำดับ พบว่าม้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่มีร่วมกันคือ ประตูไม้ หน้าต่าง ช่องแสงกระจก ค้ำยัน และกันสาด



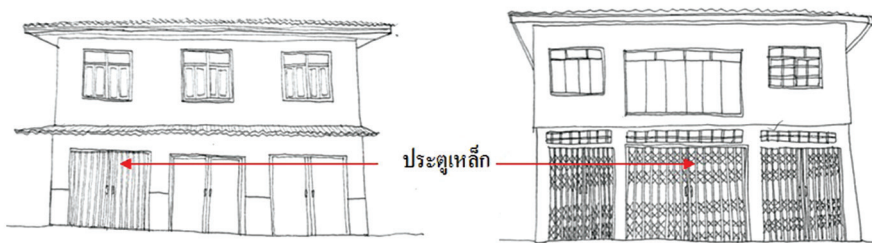
ภาพที่ 6 ภาพแสดงรูปภาพในกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบมาก



ภาพที่ 7 ภาพแสดงรูปภาพในกลุ่มมีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบปานกลาง

รูปภาพ Sk13 Sk01 Sk03 Sk11 Sk02 และ Sk06 เป็นรูปภาพที่ได้ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบอันดับที่ 7-12 ตามลำดับ พบว่ามีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่มีร่วมกันคือ ประตูไม้ ประตูเหล็กม้วน ประตูบานเหล็ก หน้าต่าง และกันสาด

รูปภาพ Sk04 และ Sk05 เป็นรูปภาพที่ได้ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบอันดับที่ 13 และ 14 ตามลำดับ พบว่ามีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่มีร่วมกันคือ ประตูบานเหล็ก อาจสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างไม่นิยมประตูบานเหล็ก



ภาพที่ 8 ภาพแสดงรูปภาพในกลุ่มที่ชื่นชอบน้อยที่สุด

จากการพิจารณาตามกลุ่มลำดับความชื่นชอบมากที่สุดไปยังกลุ่มที่มีความชื่นชอบน้อยที่สุดแล้ว ทำให้เห็นถึงสิ่งที่มีองค์ประกอบร่วมกัน เพื่อความชัดเจนของการเปรียบเทียบ จึงนำเอารูปภาพที่มีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบมากที่สุด มาเปรียบเทียบกับรูปภาพที่มีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบน้อยที่สุด เพื่อหาข้อแตกต่างระหว่างกัน

สรุป (conclusion)

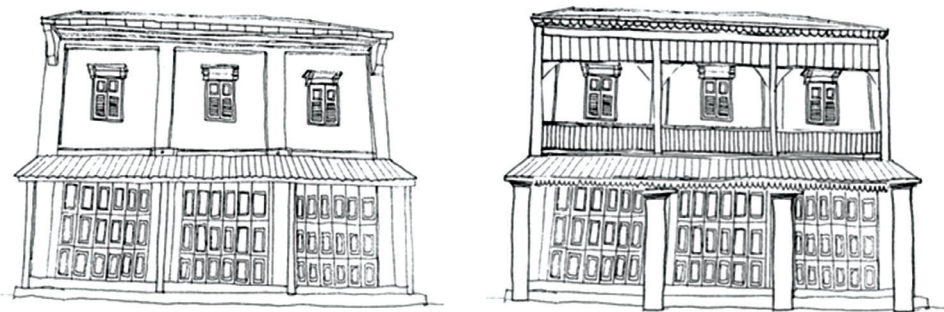
จากการศึกษานี้สามารถสร้างข้อเสนอแนะเพื่อนำไปออกแบบรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวได้ ดังนี้ จากผลการศึกษาพบว่ารูปภาพ Sk09 เป็นรูปที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และเป็นรูปภาพที่มีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมมากที่สุด โดยรูปภาพ Sk09 เป็นรูปภาพที่มีการแสดงถึงความละเอียดขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมมากที่สุด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ประชาชนมีความชื่นชอบรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวที่มีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมมาก อันประกอบไปด้วย ประตูไม้ หน้าต่าง ช่องลมไม้ ช่องลมไม้ฉลุ เสา ปูนปั้น ตกแต่ง บัวหัวเสา เสา เสาลอย แป้นน้ำย้อย บัวหัวเสา ค้ำยันฉลุไม้ บังแสงฉลุไม้ ระเบียงไม้ฉลุลาย และเชิงชายไม้ เมื่อพิจารณาถึงผลที่ได้ จึงทดลองตกแต่งรูปภาพ ซึ่งผลจากการทดลองพบว่าเมื่อภาพที่ได้รับความนิยมชื่นชอบน้อยที่สุดถูกตกแต่งด้วยองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่ได้รับความนิยมชื่นชอบมากที่สุดแล้ว ทำให้มีลักษณะคล้ายคลึงกับรูปภาพที่ได้รับความนิยมชื่นชอบมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่าองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความชื่นชอบของประชากร



ภาพที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบภาพ Sk05 ที่อยู่ในกลุ่มที่ 4 กลุ่มที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบน้อยที่สุด กับภาพ Sk05 ที่ได้รับการตกแต่งด้วยองค์ประกอบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด



ภาพที่ 10 แสดงการเปรียบเทียบภาพ Sk06 ที่อยู่ในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ได้รับความนิยมปานกลางกับภาพ Sk06 ที่ได้รับการตกแต่งด้วยองค์ประกอบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด



ภาพที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบภาพ Sk07 ที่อยู่ในกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ได้รับความนิยมมากกับภาพ Sk07 ที่ได้รับการตกแต่งด้วยองค์ประกอบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

จากการทดลองพบว่าภาพร่างที่ถูกตกแต่งให้มีความคล้ายคลึงกับภาพร่าง Sk09 ซึ่งเป็นรูปภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มีความคล้ายคลึงกับภาพร่าง Sk 09 อาจกล่าวได้ว่า องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม

บนรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวนั้นสามารถตกแต่งบนรูปด้านอาคารตึกแถวได้ทุกอาคาร ซึ่งเกิดความสุขงามตามภาพร่าง Sk09 ได้ และสามารถกำหนดใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมตกแต่งเพื่อให้รูปด้านหน้าสวยงามเป็นรูปแบบเดียวกันต่อไป

การใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมบนรูปด้านหน้าอาคารนั้น นอกจากจะใช้องค์ประกอบต่างๆ ตามที่กล่าวมาแล้ว ยังต้องคำนึงถึงวัสดุที่ใช้ ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ประชากรจะนิยมองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นธรรมชาติมากกว่า ซึ่งหากจะมีการนำองค์ประกอบมาใช้เพื่อให้รูปด้านหน้าอาคารตึกแถวมีความชื่นชอบมากแล้ว จะต้องคำนึงถึงวัสดุที่ใช้ การเลือกใช้นั้นจะต้องมีความกลมกลืนกัน ระหว่างวัสดุขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและตัวอาคารตึกแถว นอกเหนือจากนี้พบว่า ประชากรนิยมองค์ประกอบที่มีลวดลายมากกว่าองค์ประกอบเรียบๆ ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยเห็นว่า การทำลวดลายให้เป็น พรรณพฤกษาดอกไม้ ลวดลายสัตว์ เช่น นกยูง นกขัตรี หรือลวดลายเรขาคณิต จะทำให้เป็นการส่งเสริมความชื่นชอบที่มีต่อรูปด้านหน้าอาคารตึกแถวได้ และการใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมนี้ยังสามารถเป็นการแสดงถึงการอนุรักษ์รูปแบบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นอันเป็นมรดกวัฒนธรรมของเมืองไว้ได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

- ชดา รมัไพรย์. (2550). **การใช้ลักษณะพื้นถิ่นบนอาคารตึกแถวในเขตเมืองเก่าเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูวิทย์ สุจฉายา. (2542). **เอกสารคำสอนรายวิชา 264-201 สังคมและเศรษฐกิจในงานสถาปัตยกรรมและการออกแบบชุมชนเมือง**. กรุงเทพฯ: หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บัณฑิต จุลาสัย. (2540). **บ้านไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สันติ ฉันทวิลาสวงศ์. (2521). **ความเข้าใจบางประการจากการศึกษาสถาปัตยกรรมห้องแถว**. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kaplan, S & Kaplan, R. . (1983). **Cognition and Environment: Functioning in an Uncertain World**. Ann Arbor, Michigan: Ulrich's Bookstore.
- Oranratmanee Rawiwan. (2008). **Spatio – Social Relationship : bridging Anthrology. Architecture and Tourism in Home stay study**: Faculty of Architcture Chiang Mai University.
- Raksawin K. and Kana K. (2009). **The Development of Shophouse Facade Designs in Chiang Mai City**. CD Proceeding of the 10th Asian Urbanization Conference.(In English).
- Malhis Shatha. (2003). **The multiplicity of built form manifestations: Situating the domestic form within interwoven syntactic and semiotic domains**. University of Petra .Jordan Proceedings . 4th International Space Syntax Symposium London 2003.
- Tze Ling Li. (2007). **A study of Ethic Influence on the Facade of Colonial shophouses in Singapore: A case study of Telok Ayer in Chinatown**. Ph.D. Japan: University of Tokyo.

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 มีพื้นที่ศึกษาอยู่ที่ตลาดดอกไม้ริมน้ำแม่ปิง 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

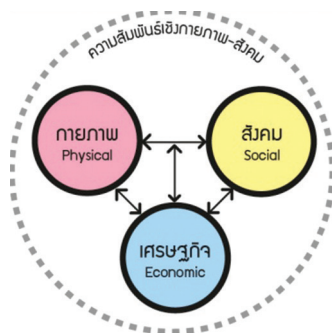
พื้นที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไยยังประกอบด้วยสินค้าหลากหลายของพ่อค้าแม่ค้า ที่นำสินค้าเหลือผลิต จากชนบท มากระจายให้ชุมชนเมืองได้ในราคาไม่แพง อีกทั้งผู้ซื้อปัจจุบันมิได้มีแต่คนในเมืองแต่ยังมีนัก ท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวนมาก หากตลาดแห่งนี้ได้รับการส่งเสริมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ย่อมสามารถ ที่จะดึงดูดผู้คนจากภายในอำเภอใกล้เคียงและจังหวัดที่ใกล้เคียงมาท่องเที่ยวตลาดได้

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

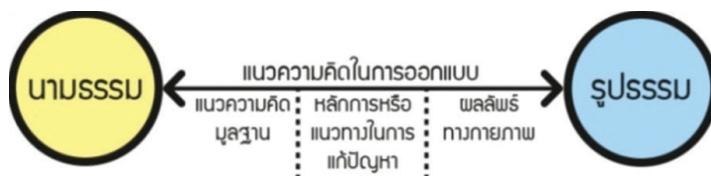
จากการศึกษาทางกายภาพและทางสังคมที่พบทั้งหมดที่แสดงคุณสมบัติเฉพาะที่ทำให้ตลาดเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน ซึ่งพบว่ามิติภายนอกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสังคมเมืองและชนบท ตลอดจนความต้องการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ไปพร้อมกับความเข้าใจมิติภายในตลาดที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคน 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

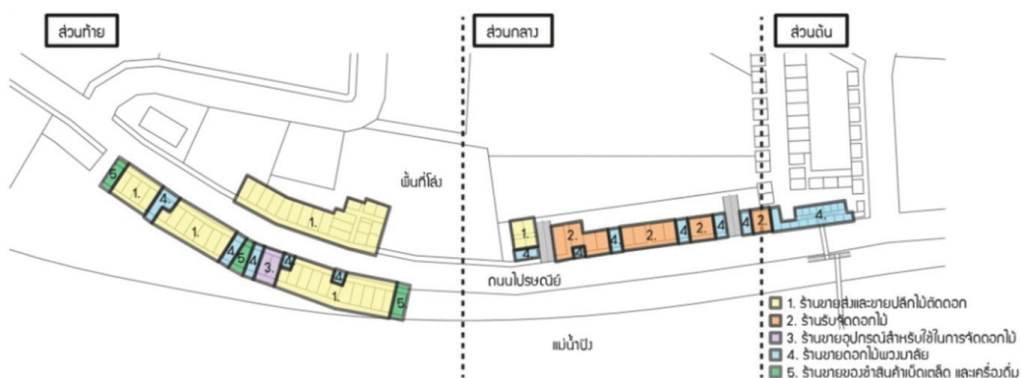
จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นพบว่า กลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ค้าจากพื้นที่ดอยปุย เวลาที่ทำการค้าขายส่วนใหญ่มีช่วงเวลามากกว่า 10 ปี ผู้ค้ามีอายุ 40 ปีขึ้นไป เหตุผลในการมาค้าขายที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไยที่สำคัญ คือ เป็นแหล่งขายสินค้าเฉพาะ ที่อยู่ศูนย์กลางของเมือง การเดินทางของกลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่จะใช้รถกระบะส่วนตัว

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

การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาด

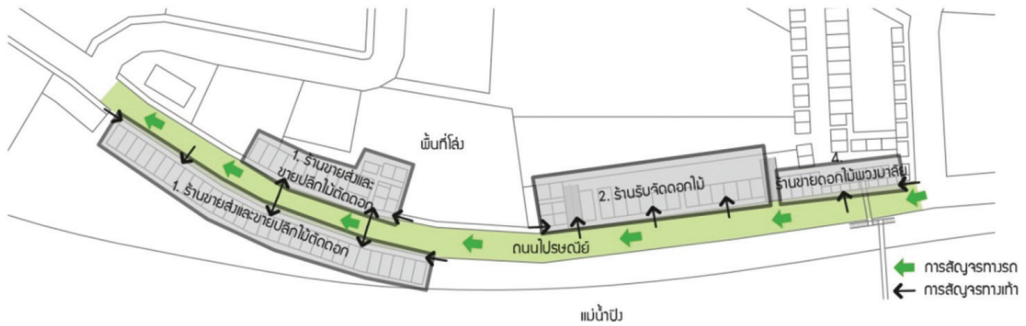
จากการสำรวจพบว่าปัจจัยในการแบ่งพื้นที่ คือ จัดวางสินค้าประเภทเดียวกันอยู่ใกล้กัน เพื่ออำนวยความสะดวกเลือกซื้อโดยสะดวกและมองเห็นสินค้าได้ง่าย สามารถแบ่งประเภทของสินค้าได้ 5 ประเภท ได้แก่ ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก ร้านรับจัดดอกไม้ ร้านขายอุปกรณ์สำหรับใช้ในการจัดดอกไม้ ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย และร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดื่ม

การแบ่งพื้นที่ทางกายภาพของตลาดสามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ตามประเภทของพื้นที่ คือ พื้นที่ร้านค้าส่วนต้น พื้นที่ร้านค้าส่วนกลาง และพื้นที่ร้านค้าส่วนท้าย โดยมีส่วนเชื่อม ดังรูปที่ 4



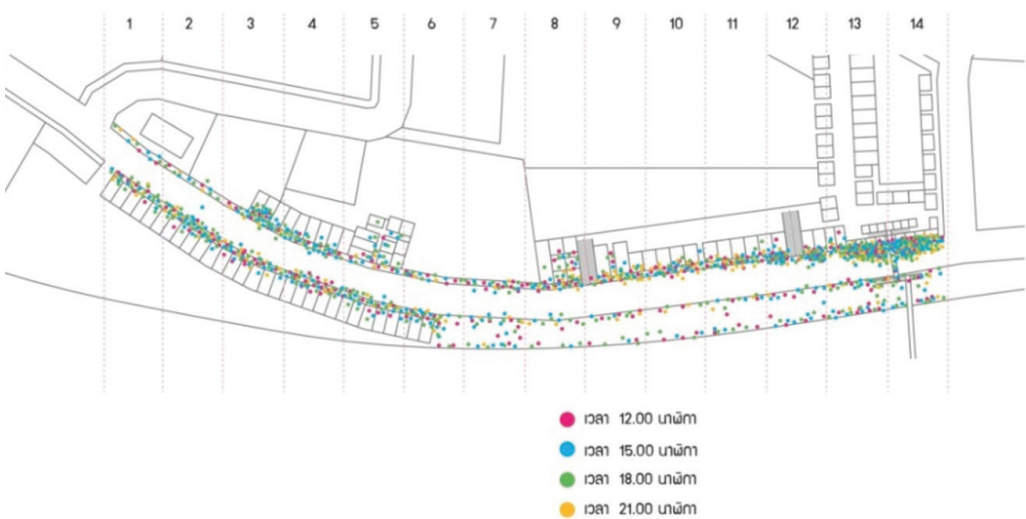
รูปที่ 4 แผนผังการแบ่งพื้นที่และการใช้งานในตลาดดอกไม้

การใช้พื้นที่การสัญจรภายในตลาดมี 2 ทาง การสัญจรทางรถ และการสัญจรทางเท้า ดังรูปที่ 5



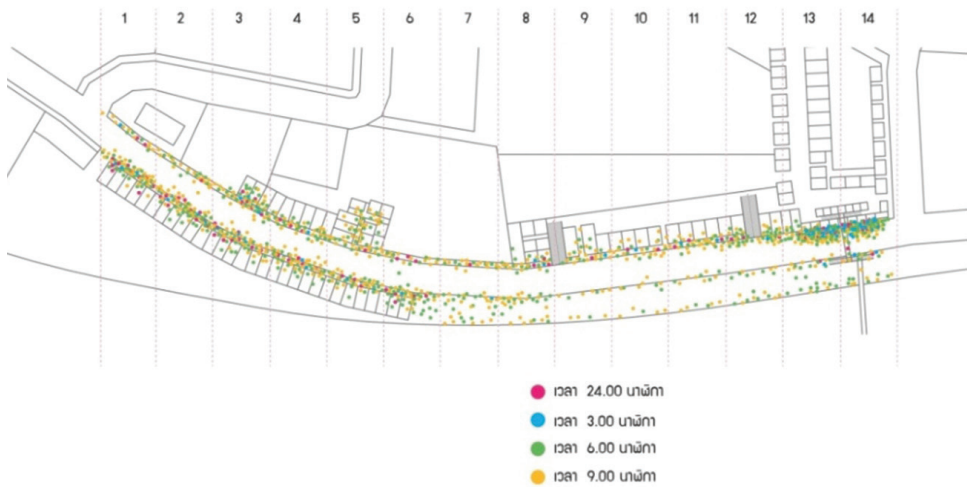
รูปที่ 5 ผังการใช้พื้นที่เส้นทางสัญจรภายในตลาด

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



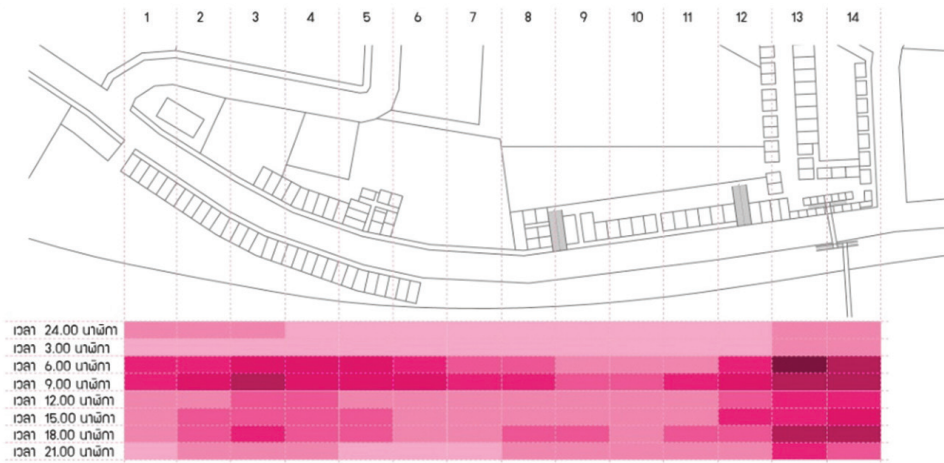
รูปที่ 6 ผังการวิเคราะห์เปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 12.00 - 21.00 น.

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 เป็นบริเวณร้านค้าขายส่งและปลีกล้วยตัดดอก



รูปที่ 8 แผนผังสรุปแผนผังการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ตามช่วงเวลา (สีเข้มคือช่วงเวลาผู้ใช้หนาแน่นมาก)

รูปแบบ การจัดวาง และการใช้งานภายในร้านค้า

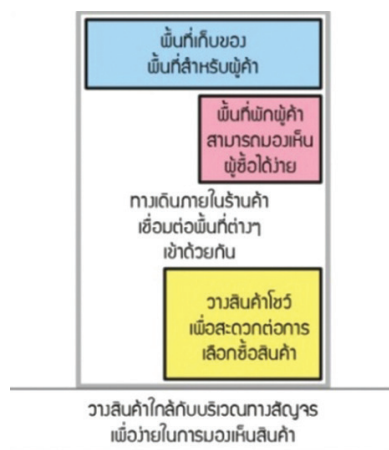
รูปแบบร้านค้า มีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบร้านค้าถาวร รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร และรูปแบบร้านค้าชั่วคราว ดังรูปที่ 9 รูปแบบการค้าขายของร้านค้า ร้านค้าส่วนมากเป็นรูปแบบร้านค้ากึ่งถาวรเป็นส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบการค้าขายที่เกิดจากมีร้านค้าประเภทนี้จำนวนมากว่าร้านค้าประเภทอื่น



รูปที่ 9 รูปแบบร้านค้าถาวร รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร และรูปแบบร้านชั่วคราว

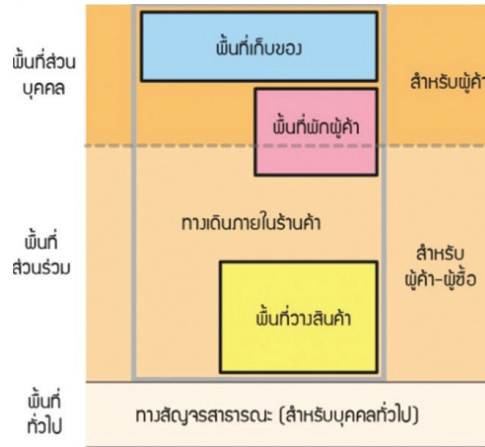
การจัดวางร้านค้า

ลักษณะการจัดวางเป็นไปเพื่อตอบสนองการค้าขาย และพฤติกรรมการใช้งานพื้นที่ร้านค้าเพื่อตอบสนองต่อการค้าขายมากที่สุด โดยจัดให้ผู้ซื้อสามารถมองเห็นและเลือกสินค้าภายในร้านค้าได้สะดวกสบายมากที่สุด ดังตัวอย่างรูปที่ 10



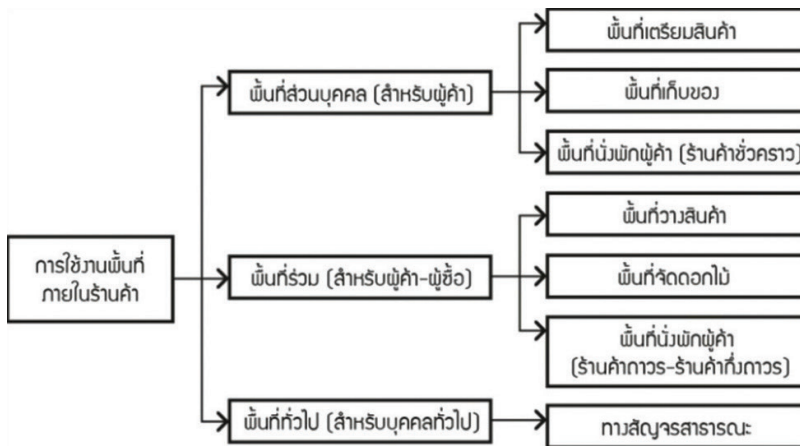
รูปที่ 10 ตัวอย่างการจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย

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

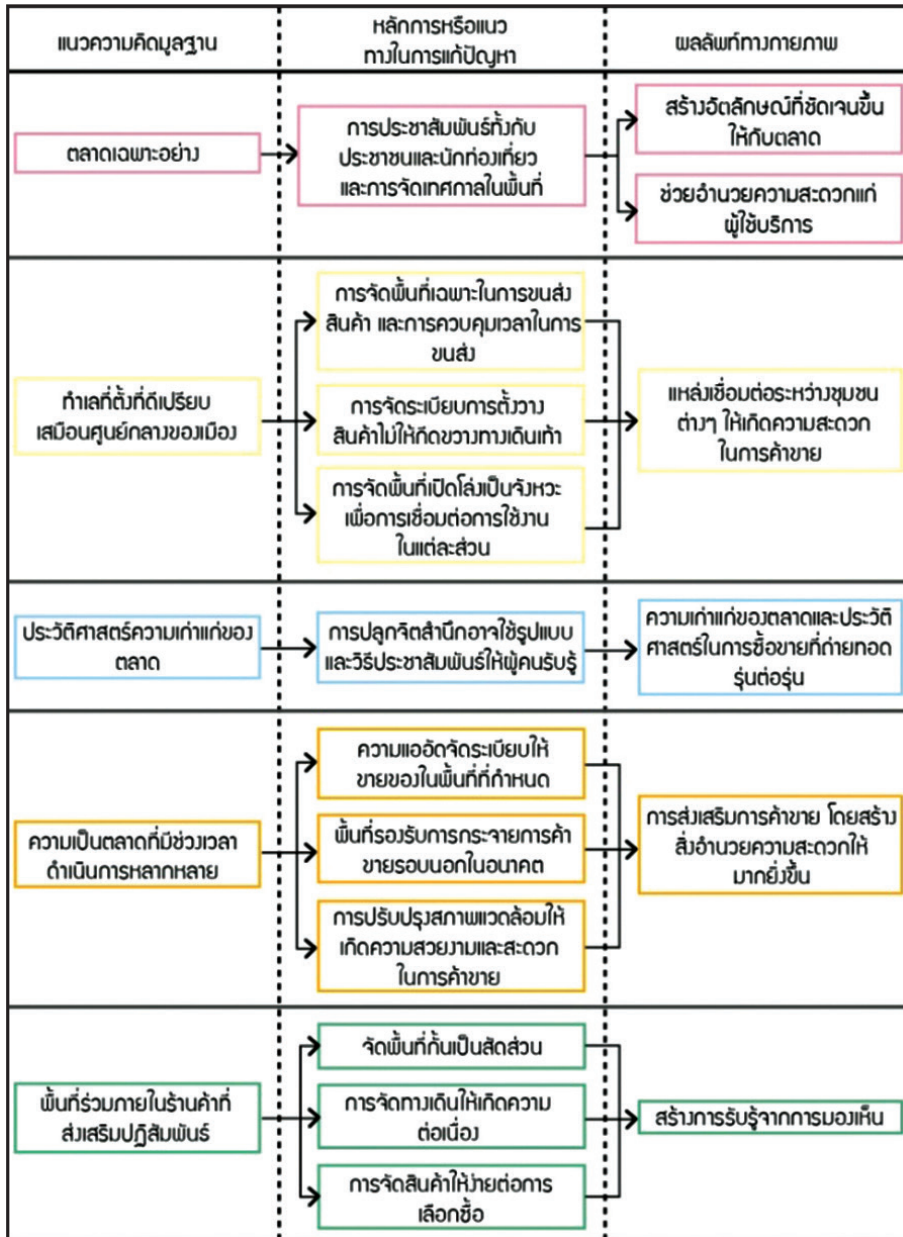
ผู้ค้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเจ้าของสวนซึ่งอยู่อำเภอรอบนอก เดินทางมาค้าขายภายในตลาดโดยรถบรรทุกเป็นหลัก ทำการค้าขายเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 10 ปี และมีความผูกพันกับพื้นที่และเห็นว่าทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมสำหรับค้าขาย ส่วนผู้ซื้อมีหลากหลายประเภททั้งจากเชียงใหม่ พื้นที่ใกล้เคียงและนักท่องเที่ยว มีทั้งผู้ซื้อประจำและชาวจร 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

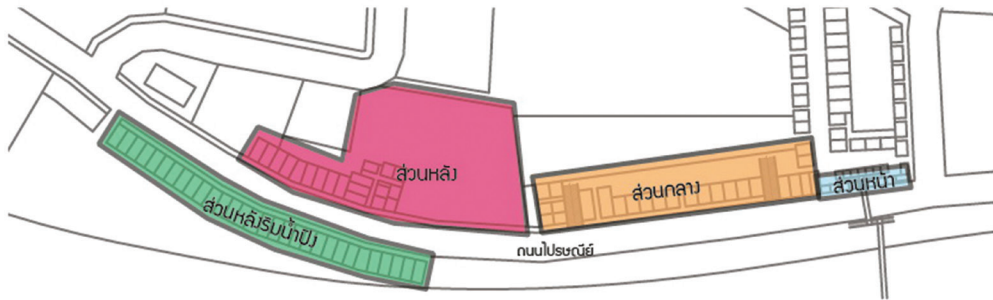
- 1.) ตลาดเฉพาะอย่าง
- 2.) ทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง
- 3.) ประวัติศาสตร์ความเก่าแก่ของตลาด
- 4.) ความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลาย
- 5.) พื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์

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



รูปที่ 13 สรุปผลแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้ต้นลำไย

จากการศึกษาที่พบประเด็นความสำคัญของพื้นที่พบว่า การแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือพื้นที่ส่วนหน้า พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนหลัง และพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำบึง ดังนี้



	ส่วนหลัง, ส่วนหลังริมน้ำบึง กลุ่มผู้ค้าเดิมตอนกึ่งตลาด	ส่วนกลาง กลุ่มผู้ค้าใหม่บริเวณข้ามใหม่	ส่วนหน้า กลุ่มผู้ค้าเดิมตอนกึ่งตลาด
การแบ่งประเภทของสินค้า	ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย ร้านขายอุปกรณ์สำหรับใช้ในการตัดดอกไม้ ร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและครัวเรือน	ร้านรับจัดดอกไม้ ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย	ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย
รูปแบบลักษณะอาคาร	 อาคารกึ่งถาวร ลักษณะรูปแบบก่อสร้างมีระแนง รวดเร็ว มีความทนทานเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สามารถใช้เก็บได้คุ้มค่าและมีต้นทุนไม่สูง มากนัก	 อาคารถาวร เนื่องจากร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับการ จัดดอกไม้ไว้ต้องการพื้นที่ภายในร้านค้าที่กว้าง มีพื้นที่จัดดอกไม้ และเก็บของอุปกรณ์ต่างๆ มีการใช้วัสดุที่ทนทาน และแข็งแรง ด้านค่า ใช้จ่ายในการเช่ามีราคาแพงกว่าร้านค้าแบบอื่น	 อาคารชั่วคราว รูปแบบร้านค้าประเภทนี้ มีพื้นที่การใช้พื้นที่ แคบ ไม่ต้องลงทุนมากนัก ใช้ในการเก็บ ตกแต่งและพ่นสี สะดวกรวดเร็วในการก่อสร้าง ราคาประหยัด
สังคมคนในท้องที่	เป็นคนในพื้นที่ชนบท มีการปลูกอง และนำขายออกมาขายในตลาด	คนในพื้นที่ชุมชนเมือง รับดอกไม้จาก ร้านขายปลีกและส่งดอกไม้ภายในตลาด	เป็นคนในพื้นที่ชนบท ส่วนใหญ่ซื้อดอกไม้ นำมามือขายพวงมาลัยขายออกมาขายในตลาด
ประวัติศาสตร์พื้นที่	พื้นที่พัฒนาต่อยอดจากพื้นที่ส่วนหน้า	พื้นที่พัฒนาหลังจากพื้นที่ทั้งหมด	พื้นที่เริ่มตั้งแต่เริ่มมีการค้าขาย ซึ่งเป็น รูปแบบร้านค้าเดิมตอนกึ่งตลาด

รูปที่ 14 สรุปแผนภูมิจากการวิเคราะห์ความสำคัญและการใช้งานพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไย

แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาด

แนวทางการพัฒนาของตลาดดอกไม้ต้นลำไย จากการศึกษาค้นคว้าความสำคัญของพื้นที่พบว่าแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ พื้นที่ส่วนหน้า พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนหลัง และพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำบึง 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 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหลังและส่วนหลังริมแม่น้ำปิง

บทสังเคราะห์

การศึกษาเกี่ยวกับตลาดดอกไม้ที่ผ่านมาเป็นประเด็นเศรษฐกิจและสังคมเป็นส่วนใหญ่ โดยยังไม่มี การศึกษาประเด็นกายภาพและสภาพแวดล้อม ตลอดจนความสัมพันธ์เชิงซ้อนในตลาดที่มีอยู่อย่างเด่นชัด การวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบกายภาพและสังคมในพื้นที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ จึงเป็นจุดเด่นของงานวิจัยนี้ที่ยังไม่มีการศึกษามาก่อน

ในการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวในบทที่ 2 อ้างถึง เพชร จงก่าโชค (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 สุชาติดา 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 เพื่อให้มีศักยภาพในการเป็นพื้นที่เศรษฐกิจของชุมชนอันเป็นแนวทางในการรักษาตลาดดอกไม้ต้นลำไยให้สามารถดำรงภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้ยั่งยืน

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.
- วิมลสิทธิ์ ทรายงกูร. (2532). **การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบงานสถาปัตยกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ ทรายงกูร. (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.