

บทที่ 2

ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในงานวิจัยนี้ได้แบ่งเนื้อหาวรรณกรรมออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ตลาด 2) ตลาดเฉพาะอย่าง 3) ตลาดต้นลำไย เมืองเชียงใหม่ และ 4) กรอบแนวคิดของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ตลาด

2.1.1 ความหมายของตลาด

ตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมชนหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้าทั้งในรูปของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด โดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียวหรือหลายที่ ที่ตั้งอยู่ใกล้กันในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชนและเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบหรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด ก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณในทุกสังคม (กิตติพร ใจบุญ, 2541)

ตลาดมีการพัฒนาไปตามการขยายตัวของสังคมในยุคสมัยต่างๆ ลักษณะทางกายภาพของเมืองที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดตามความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่เวลาและผู้ที่เข้าไปเกี่ยวข้องภายในพื้นที่นั้น ตลาดไม่ได้เป็นเพียงสถานที่แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าเท่านั้นแต่ยังเป็นพื้นที่ที่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารปะสังสรรค์ของผู้คนในรูปแบบต่างๆ ตลาดก็เป็นเพียงแค่พื้นที่ว่างเปล่าเท่านั้นเพราะความพลุกพล่านจอแจไปด้วยผู้คนทำให้พื้นที่ดังกล่าวแปรสภาพเป็นพื้นที่แห่งการพักผ่อนและพื้นที่แห่งการอุปโภค บริโภคการศึกษาเรื่องตลาดจึงไม่ใช่เพียงการศึกษาราคาสินค้าและประเภทของสินค้าที่นำมาขาย แต่การศึกษาตลาดในเชิงวัฒนธรรมยังสามารถทำให้เห็นภาพและเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างคน ความคิด และวิถีชีวิตประจำวันของคนที่เกี่ยวข้องกับตลาดด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531)

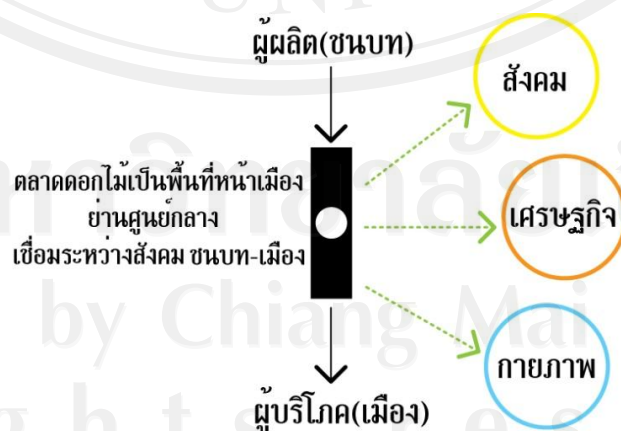
2.1.2 ความเป็นมาและความสำคัญของตลาด

ตั้งแต่อดีตสังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง แต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตนได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือนก็เป็นสิ่ง

ที่ทำได้ไม่ยากเพราะอาศัยวัตถุดิบที่มีตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าที่ทอขึ้นใช้เอง เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นและคนสามารถผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหาร ตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นได้ในปริมาณที่มากกว่าความต้องการจนเหลือเป็นส่วนเกิน จึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้นไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของหรืออาหารที่ตนและครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ การแลกเปลี่ยนนี้อาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างเมืองที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวต่างกองคาราวาน หรืออาจจะนำผลผลิตนั้นไปแลกเปลี่ยนด้วยตนเองแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้นจึงยังไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน (กิตติกร ใจบุญ, 2541)

เมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่ มีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมืองการใช้เงินตราเริ่มแพร่หลายและการค้าขายมีการขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องมีแหล่งหรือสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้าเหล่านั้น ตลาดเป็นที่ที่คนในสังคมหรือชุมชนนั้นรู้จักและสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ หรือจำนวนสินค้าที่นำมาวางขายในตลาดแห่งนั้น นอกจากนี้แล้วลักษณะของตลาดยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้นๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญตลาดของชุมชนนั้นก็เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อค้าขายก็เรียกว่า “ตลาดบก” ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็น ภาวะ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคม (ราตรี โด่งพัฒน์, 2543) ดังภาพที่

2-1



ภาพ 2-1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างประเด็น กายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมภายในพื้นที่ตลาด

ดอกไม้

2.2 บริบททางการศึกษาของตลาดดอกไม้

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับตลาดดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีประเด็นหลักเกี่ยวกับการสำรวจการกระจายตัวของตลาดดอกไม้ ปัจจัยการเกิดและเติบโตของตลาดในด้านกายภาพ เช่น ท่าเล ที่ตั้ง การเข้าถึง ตลอดจนความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจสังคมของตลาดเฉพาะอย่าง

เกียรติ จิวะกุล (2525) ศึกษาเกี่ยวกับตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง โดยเฉพาะในสังคมไทย ซึ่งมีการประกอบอาชีพทางการผลิตสินค้า ที่เป็นระบบอุตสาหกรรมในครอบครัว ปัจจุบันตลาดขายสินค้าเฉพาะอย่างพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ และมีความสัมพันธ์กับที่ตั้งของเมือง เช่น ตลาดกลางการเกษตร มักตั้งอยู่บริเวณตามชานเมือง หรือตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางในระดับจังหวัดหรือระดับภูมิภาค ท่าเลที่ตั้งมักมีพื้นที่กว้าง เพื่อสามารถรองรับสินค้าทางเกษตรจำนวนมาก สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก เช่น ตลาดกลางข้าว ตลาดกลางยางพารา ตลาดกลางผักและผลไม้

เพชร จงกำโชค (2528) ได้ศึกษาการกระจายตัวของตลาดอาหารสดหรือตลาดสดถึง 220 แห่ง พบว่า ที่ตั้งของตลาดมักมีลักษณะเป็นศูนย์กลางชุมชน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับตลาด ได้แก่ ผู้ขาย ผู้ซื้อหรือผู้ซื้อ เพื่อนำไปขายต่ออีกทีหนึ่งหรือที่เรียกว่า คนกลางและผู้ส่ง ระบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายด้วยกัน หรือระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ และผู้ขายกับผู้ส่งต่างๆ ในตลาดมีความน่าสนใจ เช่น การเป็นเจ้าของประจำในการซื้อขายสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการที่ผู้ซื้อจะเลือกมีเจ้าประจำ คือ ความซื่อตรงของผู้ค้า รู้จักกันมาก่อน เป็นญาติมิตร ผู้ขายอหยาศัยดี ประโยชน์ของการมีเจ้าประจำคือ ทางด้านผู้ซื้อก็จะได้รับความมั่นใจว่าผู้ขายก็รู้ว่าผู้ซื้อประจำของตนต้องการอะไร และพยายามที่จะทำให้ผู้ซื้อพอใจมากที่สุด

สาริยา ศรีเชื้อ (2540) อธิบายอย่างเด่นชัดในงานศึกษา ซึ่งได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับการเป็นศูนย์กลางของย่านการค้าทั้งในอดีตเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันว่า ตลาดมักเป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางของเมือง อยู่ในเขตภูมิศาสตร์ที่มีประชาชนอยู่อาศัย และเป็นที่ยรวมของร้านค้าจำนวนมาก นอกจากนี้ยังกล่าวถึง ทฤษฎีของการเป็นแหล่งกลาง (Central Place Theory) โดยได้อธิบายคำจำกัดความของ “ตลาด” ว่าเป็น สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง หรือหลายสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กันในบริเวณใดบริเวณหนึ่ง ที่มีท่าเลเหมาะสมเป็นองค์ประกอบของพื้นที่ชุมชนในด้านเป็นย่านศูนย์กลาง มีหน้าที่ใช้สอยเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเป็นประจำ ตอบสนองความต้องการเศรษฐกิจ การทำมาหากิน และการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในเขตพื้นที่ชุมชน

ชมชวน บุญระหงส์ (2543) ศึกษาตลาดทางเลือกทางเกษตรกรรม โดยพบว่าตลาดนัดชนบทมีส่วนสร้างสังคมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูลและสร้างความเชื่อมโยงสังคมในหลายระดับ คือ ระหว่างเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิตกับผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค ระหว่างเมืองกับชนบท มีผลให้เกษตรกรมีความมั่นคงทางรายได้ว่าการค้าขายในระบบตลาดหลักที่มีคนกลาง เพราะเกษตรกรสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง ส่งผลให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าในราคายุติธรรม เป็นการส่งเสริมระบบการพึ่งพากันและกันในชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม อันเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจพอเพียง

จารุณี จันทลักษณ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่องภูมิทัศน์ภาค(ตลาด)ในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาถึงความต้องการด้านการใช้สอยพื้นที่ การเชื่อมโยงกิจกรรมภายในตลาดกลางแจ้ง รวมถึงปัจจัยแนวคิด อิทธิพลในงานภูมิสถาปัตยกรรมที่มีต่อการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของตลาดกลางแจ้ง เพื่อที่จะสรุปองค์ประกอบของตลาดกลางแจ้งและหาความสัมพันธ์ในด้านการออกแบบและพฤติกรรมการใช้ตลาดกลางแจ้งจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าในจังหวัดเชียงใหม่มีตลาดที่ให้บริการทั้งหมด 6 ประเภทประกอบด้วย ตลาดประจำเมือง (กาดหลวง) ตลาดประจำอำเภอ ตลาดประจำตำบล ตลาดขนาดเล็ก ตลาดนัดและตลาดสินค้าเฉพาะ โดยลักษณะประเภทของตลาดจะมีความสัมพันธ์กับขนาด ทำเลที่ตั้งประเภทของสินค้า และช่วงเวลาการขายของตลาดนั้น ๆ โดยแต่ละตลาดมีลักษณะที่บ่งบอกถึงความเป็นตลาด กล่าวคือ มีทำเลที่ตั้งเพื่อประกอบการค้าขายเป็นหลัก มีการขายสินค้าประเภทของสดและสินค้าพื้นเมือง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันมีช่วงเวลาการขายที่แน่นอนเป็นประจำและสม่ำเสมอ มีพื้นที่เปิดโล่งเปิดให้อากาศถ่ายเทได้อย่างสะดวก หมุนเวียนได้ดี มีบรรยากาศที่เกิดจากกิจกรรมการซื้อขาย สะท้อนถึงการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่นั้น ๆ มีความเป็นระเบียบสะดวกต่อการใช้บริการ และมีระบบการสัญจรสะดวกสบายเพื่อใช้ส่งสินค้าและการเข้ามาใช้บริการ ปัจจุบันภูมิทัศน์ตลาดในจังหวัดเชียงใหม่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดยังสามารถคงลักษณะเฉพาะของรูปแบบเดิม ได้แก่ การเกิดตลาดในบริเวณชุมชนชุมพุกอาศัย การวางขายสินค้าบนพื้น การขายสินค้าพื้นเมืองที่สามารถอนุรักษ์และพัฒนาให้คงอยู่ต่อไป

สุชาดา กัมมารเจษฎากุล (2546) ได้ศึกษาผลกระทบด้านการจราจรของกิจกรรมการค้าในพื้นที่ปากคลองตลาด เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน รูปแบบกิจกรรมการค้า ปัญหาการจราจรและแผนนโยบายของรัฐ โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการค้ากับรูปแบบการเดินทาง โดยการประมาณปริมาณจราจรที่เกิดจากกิจกรรมการค้า หาความต้องการที่จอดรถและรูปแบบการจัดการจราจรที่เหมาะสมกับกิจกรรมการค้าที่เกิดขึ้น โดย

เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวนโยบายของภาครัฐและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้ หลักการจัดการ ประกอบด้วย แนวคิดในการจัดหาพื้นที่ขายสินค้าสำหรับผู้ค้าประเภทหาบเร่แผงลอย และการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารตลาดให้สะดวกต่อการเข้าถึงและมีทัศนียภาพที่ดี การห้ามจอดรถบนถนนสายหลักและกฎระเบียบบังคับการใช้ถนนที่เข้มงวด การจัดสร้างอาคารจอดรถและพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม และการจัดการระบบจราจรในพื้นที่ใหม่ ซึ่งมาตรการทั้งหลายเหล่านี้จะส่งผลให้ระบบการจราจรภายในพื้นที่ปากคลองตลาดคล่องตัวมากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับตลาดดอกไม้ ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น พบว่ามีประเด็นหลักได้แก่ การสำรวจการกระจายตัวของตลาดดอกไม้ออกไปพื้นที่ต่างๆ ปัจจัยการเกิดและเติบโตของตลาดในด้านกายภาพ เช่น ท่าเล ที่ตั้ง การเข้าถึง ตลอดจนความสัมพันธ์เศรษฐกิจ สังคมของตลาดเฉพาะอย่างทางการเกษตรกรรม

กล่าวโดยสรุปคือ ตลาดเป็นสถานที่เชื่อมระหว่างเมืองสู่ชนบทที่สำคัญในการสร้างสังคมเกษตรกรรมตามวิถีพึ่งพาตนเอง โดยจะเห็นว่าผลการศึกษาที่ผ่านมาให้ข้อมูลเฉพาะในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม รวมถึงการศึกษาเฉพาะของงานสถาปัตยกรรม โดยไม่เชื่อมโยงระหว่างประเด็นด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะในมุมมองของพื้นที่อันซึ่งเป็นประเด็นที่ควรศึกษาต่อไป

2.3 ตลาดต้นลำไย เมืองเชียงใหม่

2.3.1 ประวัติความเป็นมา

สุภภรณ์ อภาวัชรุตม์ (2548) กล่าวถึง ประวัติความเป็นมาของตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย โดยแบ่งช่วงระยะเวลาการพัฒนาของตลาดออกเป็น 4 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 1839 – 2397(แรกสร้างเมือง) ส่วนที่ 2 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2443 – 2500 (การค้าของชาวจีน) ส่วนที่ 3 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2500-2542 (การเปลี่ยนแปลงย่านการค้า) และส่วนที่ 4 การพัฒนาการตลาดวโรรสและต้นลำไยครั้งที่ 2 มีพัฒนาการโดยรวมดังภาพที่ 2-2

ประวัติความเป็นมาตลาดต้นลำไย

พ.ศ. 1839 - 2397 (แรกสร้างเมือง)	พ.ศ. 2443 - 2500 (การค้าของชาวจีน)	พ.ศ. 2500-2542 (การเปลี่ยนแปลงย่านการค้า)	ตลาดโรสและต้นลำไยครั้งที่ 2
เป็นพื้นที่โล่ง ใช้แลกเปลี่ยนสินค้า บริเวณ 2 ฝั่งถนน	ค้าขายทางเรือกับพ่อค้าจีน สัญจรทางเรือ พ.ศ. 2446 ก่อสร้างถนน ก่อสร้างตลาดโรส และตลาดต้นลำไย	ก่อสร้างสถานที่สำคัญต่างๆ ตลาดเนารัฐ และตลาดเทศบาล จึงทำให้เป็นย่านการค้า ขนาดใหญ่	เกิดอุบัติเหตุร้ายแรงของทั้งสอง ตลาด จึงเกิดตามเสียหาย และเปลี่ยนแปลงมากมายจึงทำให้ เกิดเป็นตลาดในปัจจุบัน

ภาพ 2-2 ช่วงเวลาการพัฒนาตลาดต้นลำไย

2.3.1.1 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 1839 – 2397 (แรกสร้างเมือง)

อัน นิมมานเหมินท์ (อ้างใน สุภาภรณ์ อาภาวัชรุตม์, 2548) ได้เล่าว่า พญามังรายสร้างเมืองเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 1839 และการใช้ที่ดินในเชิงพาณิชย์กรรมก็ปรากฏขึ้นพร้อมๆ กับการสร้างเมืองในรูปแบบของตลาด ลักษณะทั่วไปของตลาดเป็นลานโล่งหรืออาจใช้พื้นที่บริเวณ 2 ฝั่งถนนเพื่อการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าส่วนใหญ่จะติดตลาดในช่วงเช้า มีบรรดาพ่อค้าแม่ค้านำผลผลิตการเกษตรมาวางขายตามสองข้างถนน สินค้าที่นำมาขายมีทุกอย่างปะปนกันไปทั้งอาหารสด อาหารคาว ขนม ผลไม้ หมาก เมียง บุหรี่ สารพัด

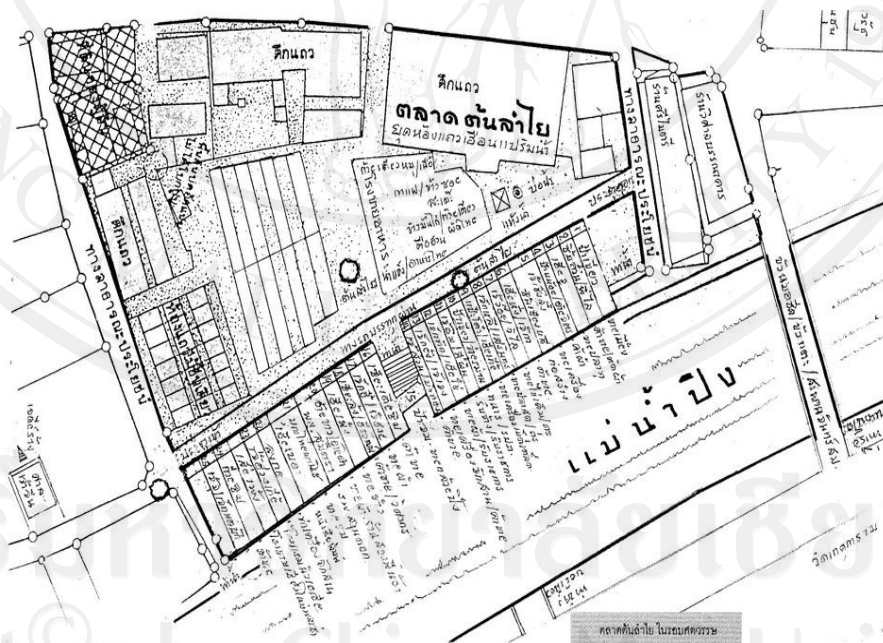
2.3.1.2 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2443 – 2500 (การค้าของชาวจีน)

ในช่วงปี พ.ศ. 2443 – 2446 ได้มีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองเชียงใหม่ที่บริเวณหน้าวัดเกต ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิงและพ่อค้าชาวจีนก็ได้ตั้งร้านค้าอยู่ริมแม่น้ำปิงบริเวณตลาดต้นลำไย โดยหันหน้าร้านค้าออกสู่แม่น้ำปิงเพื่อสะดวกในการขนถ่ายสินค้าจากทางเรือและทำให้การสัญจรทางน้ำในช่วงนี้คึกคักมาก

ในช่วงนั้นชุมชนย่านการค้าเริ่มขยายตัวไปทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิงบนถนนเจริญเมืองหลังจากที่ได้มีการสร้างสะพานนวรัฐใน พ.ศ. 2446 มีการปรับปรุงสภาพถนนให้ดียิ่งขึ้นจากเดิมที่เคยเป็นทางเกวียน ทางคนเดิน และหลังจากการเข้ามาของรถไฟและรถยนต์ทำให้ตลาดสดแบบแบกกับดินหมดไป

หลังจากกรุงเทพมหานครได้ปรับปรุงทุ่งนานอกพระบรมมหาราชวังเป็น “ทุ่งพระเมรุ” ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 เช่นเดียวกัน เชียงใหม่เองก็ได้ใช้พื้นที่นอกกำแพงเมืองด้านตะวันออกไปจนถึงจุดแม่น้ำปิงและเรียกบริเวณนี้ว่า “ช่วงเมรุ” (ลาน

เมรุ) เมื่อศัตรูที่มารุกรานเชียงใหม่ลดน้อยถอยลง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมือง (เวียง) เริ่มอพยพออกมายู่ข้างนอกในตำบลช่วงเมรุมากขึ้น ในปี พ.ศ.2453 ตระกูล เชียงใหม่ สายเจ้าอินทวิชยานนท์ได้สร้างตลาดสดขนาดใหญ่ เรียกว่า ตลาดวโรรส ต่อมาหลวงอนุสารสุนทรกับ นายอูย แซ่เหลียว ก็ได้สร้างตลาดต้นลำไยติด ถนนวิชัยนันทน์ฝั่งตรงข้ามตลาดวโรรสเป็นสองตลาดคู่เมืองเชียงใหม่ แต่ตลาดวโรรสเป็นตลาดที่ใหญ่กว่าเป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงกว่า บริเวณช่วงเมรุพัฒนาจาก ตลาดสดที่เคยเป็นลานโล่ง เพื่อวางขายสินค้าเปลี่ยนเป็นตลาดอาคารที่มีโรงเรือน หลังคามุงด้วยสังกะสีและกระเบื้องดินเผา ขายสินค้าหลายประเภททั้งประเภทของ แห้ง เสื้อผ้า และอาหารพื้นเมือง โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้เป็นที่จำหน่ายสินค้าของชาว พม่า ชาวจีน ชาวไทยใหญ่ และตรงกลางตลาดมีลานโล่งๆ ให้พ่อค้าแม่ค้านำสินค้า มาวางขายกับพื้น มีร่มกระดาษสาขนาดใหญ่คอยบังแดดและฝน พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่เป็นชาวพื้นเมืองจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น การค้าขาย ในตลาดเกิดขึ้นทั้งวัน ควบคู่ไปกับร้านค้าต่างๆ มีพื้นที่ค้าขายเป็นสัดส่วน เป็นที่ สำหรับจอดเรือแพ มีชาวพม่ามาขายเครื่องเทศและยาสมุนไพรดังภาพ 2-3



ภาพ 2-3 ผังบริเวณพื้นที่ตลาดต้นลำไยในอดีต ที่มา : สุภาภรณ์ อภารัชรุตร์ (2548)

พัฒนาการของย่านการค้าในช่วงนี้พบว่า บริเวณใจกลางเมืองเก่าปรากฏมี ย่านการค้าให้เห็นชัดเจนขึ้น ประกอบไปด้วยอาคารร้านค้าบริเวณสองฝั่งถนนท่าแพ ตั้งแต่ประตูท่าแพจนถึงแม่น้ำปิง ถนนวิษยานนท์ตั้งแต่สี่แยกอุปลุดขึ้นไปทางเหนือต่อไปถนนช้างม่วย รวมทั้งตลาดวโรรส ตลาดต้นลำไยด้วย การค้าเกิดขึ้นตลอดทั้งวัน พร้อมๆ กับการขยายตัวของชุมชนจนถึงริมแม่น้ำปิง มีบรรดาพ่อค้าแม่ค้าเข้ามาตั้งถิ่นฐานหนาแน่นมากขึ้นรวมกันอยู่หลายเชื้อชาติหลายภาษา ทั้งชาวจีน อินเดีย พม่า และคนพื้นเมือง และส่งผลให้ย่านนี้กลายเป็นย่านการค้าที่สำคัญของเมือง

ในช่วงนี้ตลาดมีบทบาททางการค้ามากขึ้นควบคู่ไปกับย่านการค้า กลายเป็นสถานที่สำหรับพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนสินค้า เป็นสถานที่ค้าขายสินค้าของพ่อค้าแม่ค้าทั้งที่เป็นคนพื้นเมืองและคนต่างถิ่น แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้บทบาทของแม่น้ำปิงในทางการค้าลดลง เปลี่ยนมาสู่การสัญจรทางบก ด้วยยานพาหนะที่เป็นจักรกลมากขึ้นผสมไปกับการเดินเท้า

2.3.1.3 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2500-2542 (การเปลี่ยนแปลงย่านการค้า)

พัฒนาการช่วงนี้เป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลงการค้าใจกลางเมืองเก่าเป็นอย่างมาก ภายหลังจากการเข้ามาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 (2504 - 2509) นำมาซึ่งความเจริญด้านต่างๆ เช่น การสร้างสนามบินเชียงใหม่ การตั้งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่งผลให้เศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่เติบโตมากขึ้น นำมาซึ่งการลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (2524 - 2529) อีกทั้งด้านถนนราชวงศ์ มีการก่อสร้างอาคารพาณิชย์ สร้างตลาดเนาวรัฐและตลาดเทศบาล ทำให้บริเวณริมแม่น้ำปิงเป็นย่านการค้าขนาดใหญ่ที่สำคัญ

2.3.1.4 การพัฒนาการตลาดวโรรสและต้นลำไยครั้งที่ 2

เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2511 เกิดอัคคีภัยร้ายแรงของตลาดวโรรสและตลาดต้นลำไย เจ้าของตลาดทั้งสองแห่งประมาณความเสียหายถึง 60 ล้านบาทเศษ กระทั่งกระทันหันพ่อค้าแม่ค้ากว่า 2,000 ครอบครัว รัฐบาลพิจารณาเห็นสมควรให้ประกาศพระราชบัญญัติควบคุมเพลิงไหม้ ขยายถนนทางเท้าและทำถนนเลียบริมแม่น้ำปิง ทำให้ตลาดวโรรสเดิม 6 ไร่ เหลือเพียง 4 ไร่ ตลาดต้นลำไยเดิม 5 ไร่ เหลือ

เพียง 3 ไร่เศษ ทั้งสองตลาดไม่อาจเรียกร้อยเอค่าประกันไฟจึงเป็นการสูญเสียอย่างมากมาย เพื่อหาทุนสร้างตลาดใหม่โดยเร็วที่สุด จึงต้องสร้างตึกแถวขายหรือให้เช่าก่อนสร้างตลาดสูงหลายชั้นเพื่อให้ได้พื้นที่ขายมาให้ได้มากที่สุด

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.4.1 แนวคิดด้านสภาพแวดล้อม

การทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสังคม ประกอบด้วย 4 แนวคิด คือ

- 1) สภาพแวดล้อมของ Amos Rapoport (1990)
- 2) ความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคมของ Rawiwan Oranratmanee (2008)
- 3) การออกแบบสภาพแวดล้อมของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532 ; 2541)
- 4) การออกแบบชุมชนเมืองของ Davies (2000)

การเลือกแนวคิดนี้มาจากการมองกรอบใหญ่เรื่องสภาพแวดล้อมซึ่งตรงกับของ Amos Rapoport (1990) ที่ให้ความหมายของสภาพแวดล้อมว่าเป็นพื้นที่แห่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งอันประกอบด้วยวัตถุและมนุษย์ สภาพแวดล้อมในมุมมองของเขาประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ “พื้นที่” (Space) “เวลา” (Time) “การสื่อสาร” (Communication) และ “ความหมาย”(Meaning) โดยองค์ประกอบทั้ง 4 นี้เป็นส่วนที่สำคัญในการเกิดสภาพแวดล้อมภายใต้การจัดวางขององค์ประกอบดังกล่าวที่ 2-5



ภาพ 2-4 แสดงการจัดวางองค์ประกอบสภาพแวดล้อม

1) การจัดวางพื้นที่

การจัดวางพื้นที่เป็นการสะท้อนภาพทางความคิดที่แสดงออกถึงความสอดคล้องกันระหว่างพื้นที่ทางกายภาพ (Physical space) และพื้นที่ทางสังคม (Social space) ภายใต้วัฒนธรรมที่ถูกผู้ใช้พื้นที่กำหนดนั้น โดยพื้นที่ถือเป็นความสัมพันธ์ในเชิงสามมิติที่ห่อหุ้มพื้นที่รอบตัวบุคคลทั้งเชิงพื้นที่และเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสิ่งของ และสิ่งของด้วยกันเองเป็นหลักการสำคัญในการจัดวางพื้นที่เป็นที่สร้างให้เกิดสภาพแวดล้อมขึ้นมา

2) การจัดวางเวลา

เวลาเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม ที่สะท้อนพฤติกรรมหรือการกระทำร่วมกันของมนุษย์และสรรพสิ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างของเวลาที่หมุนรอบพื้นที่ที่ประกอบด้วยเวลาที่เป็นเส้นตรง คือ การใช้ชีวิตประจำวันและเวลาที่โคจรรอบตัว คือ วัฒนธรรมของพื้นที่ โดยการจัดการพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ทางกายภาพ ในรูปแบบของชีวิตประจำวัน พิธีกรรม งานเทศกาล และ งานเฉลิมฉลอง เป็นต้น

3) การจัดวางการสื่อสาร

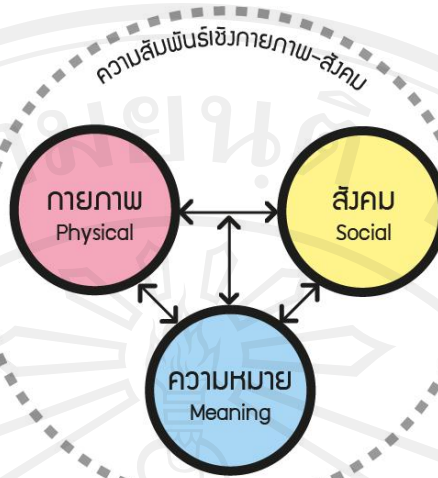
การจัดวางการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญในการสร้างบทสนทนาระหว่างบุคคลต่อบุคคล ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล ทั้งโดยการพูดคุยต่อหน้ากัน หรือการสนทนาในรูปแบบอื่น ทางใดทางหนึ่งก็ตาม ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม

4) การจัดวางความหมาย

การจัดวางพื้นที่แสดงถึงความหมายของพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารออกมา การจัดวางความหมายมีอยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์ วัสดุ สี รูปร่าง ขนาด ซึ่งสามารถรับรู้ได้โดยตรงหรือโดยนัย ความหมายเป็นส่วนสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ ให้พื้นที่ที่อาจมีกายภาพคล้ายกัน ต่างกันเพราะความหมายที่ซ่อนอยู่นั้นอาจไม่เหมือนกัน

2.4.2 ความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคม

Rawiwan Oranratmanee (2008) กล่าวว่า พื้นที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคม (Spatio-social Relationship) ภายใต้สภาพสังคมวัฒนธรรมที่พื้นที่นั้นตั้งอยู่ ความสัมพันธ์นี้ได้สร้างความหมายเฉพาะ ทำให้พื้นที่นั้นต่างจากที่อื่น การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงมีผลให้เกิดการสร้างความหมายใหม่ที่เปลี่ยนไปแก่พื้นที่นั้นเป็นวงจรต่อเนื่องไม่สิ้นสุด ดังภาพที่ 2-6



ภาพ 2-5 แสดงความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคม

2.4.3 แนวความคิดในการออกแบบ

2.4.3.1 แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532) และ (2541) กล่าวถึง การศึกษาแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมว่าเป็นกลยุทธ์มูลฐานที่ใช้ในการดำเนินงานออกแบบเพื่อให้ได้ผลงานออกแบบที่เป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดที่สนองตอบต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแบ่งแนวความคิดในการออกแบบเป็น 2 ระดับคือ Programmatic Concepts และ Design Concepts ตามกระบวนการแปลงรูปธรรมเป็นนามธรรม มีรายละเอียดดังนี้

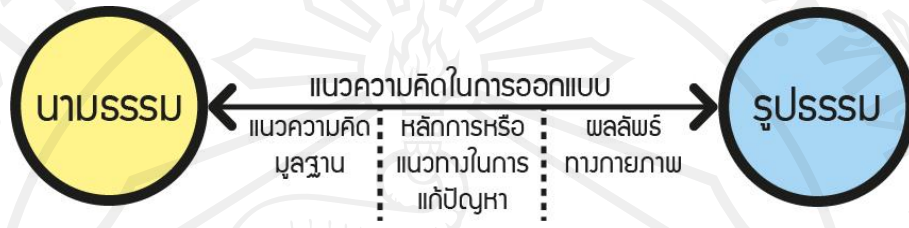
Programmatic Concept หมายถึง ความคิดในระดับนามธรรมที่มุ่งใช้ในการแก้ปัญหาด้านการใช้สอยของโครงการ โดยที่ยังไม่ชี้้นำถึงผลลัพธ์ทางกายภาพที่ชัดเจน Design Concept หมายถึงความคิดในระดับรูปธรรมที่มุ่งใช้ในการแก้ปัญหาด้านสถาปัตยกรรมของโครงการ โดยการเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่ชัดเจน

วิมลสิทธิ์ กล่าวว่า แนวความคิดในการออกแบบ มีความหมายที่กว้างมาก ในลักษณะที่เป็นพิสัยระหว่างความหมาย ที่เป็นนามธรรมกับความหมายที่เป็นรูปธรรม ดังนั้น การนำเอาความหมายนามธรรมเป็นความคิดเห็นมาแปลงสู่รูปธรรม จึงเป็นการตีโจทย์ของการออกแบบที่สำคัญ

แนวความคิดในการออกแบบมีลักษณะทั่วไปที่เป็นมูลฐานของการแก้ปัญหาพิสัยของความหมายของแนวความคิดในการออกแบบแบ่งออกเป็น 3 ช่วงความหมายได้แก่

- 1) แนวความคิดมูลฐาน
- 2) หลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหา
- 3) ผลลัพธ์ทางกายภาพ

มีลักษณะความสัมพันธ์ดังภาพที่ 2-7 ดังนี้



ภาพ 2-6 แนวความคิดในการออกแบบ

จะเห็นได้ว่าแนวความคิดมูลฐานเป็นส่วนที่มีความเป็นนามธรรม การวางหลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหา นำไปสู่ผลลัพธ์ทางกายภาพ และรูปธรรมของงานออกแบบนั้น การเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่เหมาะสม

2.4.3.2 แนวคิดการออกแบบชุมชนเมือง (Urban Planning)

Davies (2000) ได้นิยามการออกแบบชุมชนเมืองว่าเป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์กายภาพของพื้นที่ โดยมีปัจจัยที่จะต้องนำมาพิจารณา ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สภาพทางสังคม รวมไปถึงเรื่องของความงาม สภาพภูมิศาสตร์ พฤติกรรม การใช้งาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

กระบวนการออกแบบชุมชนเมือง ใช้การเก็บและประมวลข้อมูล 2 แหล่ง คือ

- ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่รวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ เอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ วารสาร แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ internet CD-Rom

- ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนามโดยตรง ได้แก่ การสำรวจและทัศนวิเคราะห์ (Visual survey) สอบถาม การสัมภาษณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อศึกษาลักษณะ (Character) และบทบาท (Role) ของเมืองหรือพื้นที่ศึกษา เป็นการค้นหาปัญหา ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนา อุปสรรคและข้อจำกัด พฤติกรรมและกลุ่มผู้ใช้ เพื่อนำเสนอรูปแบบสถาปัตยกรรม โครงสร้างพื้นฐาน บรรยากาศและกิจกรรม พฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้ รูปแบบการใช้งานพื้นที่ภายในอาคาร พื้นที่สาธารณะภายนอกอาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ใช้ กิจกรรม สถานที่และเวลา

แนวคิดเรื่องการออกแบบชุมชนเมือง เป็นกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลของพื้นที่ ทั้งทฤษฎี ภูมิกับปฐมภูมิ เมื่อนำเอาข้อมูลทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์ จะได้เป็นแนวทางการพัฒนาและแก้ปัญหาพื้นที่ได้

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ 2 ส่วน ดังนี้

วรรณกรรม 1

ตลาดและตลาดดอกไม้

กัตติพร ใจบุญ (2541)
สำนักวนเศรษฐกิจการเกษตร (2531)
ราตรี โตพงษ์วัฒน์ (2543)
วชิรา เครือคำอ้าย (2551)
เพชร วงศ์โชค (2528)
เกียรติ จิวะกุล (2525)
สาริยา ศรีเชื้อ (2540)
ชมชวน บุณยะหงส์ (2543)
จารุณี จันทลักษณ์ (2548)
สุชานดา กัมมมาเรชฎากุล (2546)
สุภากรณีย์ อภาวิชชุดน์ (2548)
จากการสัมภาษณ์ เดชา ภูพลับ (2555)

แนวความคิดด้านสภาพแวดล้อม

Amos Rapoport (1990)
Rawiwan Oranratmanee (2008)

วรรณกรรม 2

แนวความคิดในการออกแบบ

วิลลิสรี หะยงกุล (2532 ; 2541)
Davies (2000)

ภาพ 2-7 กรอบการทบทวนวรรณกรรม

สรุป

หลักการ เหตุผล ความสำคัญ และการกำหนดหัวข้อแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยเพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่ ซึ่งการกำหนดกรอบแนวคิดจากองค์ความรู้การค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับตลาดและตลาดดอกไม้ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาตลาดโดยใช้แนวความคิดจากจาก 2 ส่วนหลัก คือ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านการออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในงานวิจัยนี้ต่อไป