

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้ต้นลำไยเพื่อส่งเสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่ ในบทนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลของการเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ประกอบด้วย

1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย

- ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มผู้ค้าและกลุ่มผู้ซื้อว่าเป็นอย่างไร
- การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาดอย่างไร
- รูปแบบ การจัดวาง และการใช้งานภายในร้านค้านั้นคืออะไร
- ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร

2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมกายภาพตลาดดอกไม้ต้นลำไย เชียงใหม่

- แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดควรเป็นไปในทิศทางใด จึงจะสัมพันธ์และเหมาะสมกับองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคม อย่างไร

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ส่วนการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เกี่ยวกับองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย และเมื่อได้คำตอบทั้งหมดจะนำมาวิเคราะห์หาข้อมูล

ส่วนการสังเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้ต้นลำไย จากวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 จะกล่าวในบทที่ 4 ทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ องค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย มีรายละเอียดดังนี้

4.1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย

4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

4.1.1.1 กลุ่มผู้ค้า

4.1.1.2 กลุ่มผู้ซื้อ

4.1.2 การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาด

4.1.3 รูปแบบ การจัดวาง และการใช้งานภายในร้านค้า

4.1.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพ

การสังเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมกายภาพตลาดดอกไม้ต้นลำไย เชียงใหม่

4.2 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมกายภาพตลาดดอกไม้ต้นลำไย เชียงใหม่

4.2.1 แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดควรเป็นไปในทิศทางใด จึงจะสัมพันธ์และเหมาะสมกับองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคม

4.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย ดังต่อไปนี้

4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

การสัมภาษณ์กับผู้ค้าและผู้ซื้อในตลาดดอกไม้จำนวน 53 คน (ผู้ค้า 20 คน และ ผู้ซื้อจำนวนรวม 33 คน) เพื่อศึกษาด้านการใช้พื้นที่ โดยทำการศึกษาสองส่วน ได้แก่

4.1.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1.2 การใช้งานพื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้ข้อมูลดังนี้

4.1.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1.1.1 กลุ่มผู้ค้า

กลุ่มผู้ค้าในพื้นที่ศึกษา จากการเก็บข้อมูลการใช้พื้นที่ของผู้ค้าในตลาด ใช้การคัดเลือกผู้ถูกสัมภาษณ์จำนวน 20 คน จากร้านค้าทั้งหมดในตลาดประมาณ 90 ร้าน โดยกระจายตัวตามประเภทของสินค้ามีผลดังนี้

ตาราง 4-1 กลุ่มร้านค้าในแต่ละชนิดสินค้า

	ประเภทของร้านค้า	จำนวน/คน
A	ร้านขายส่งและขายปลีกไม้ตัดดอก	7
B	ร้านรับจัดดอกไม้	6
C	ร้านขายอุปกรณ์สำหรับใช้ในการจัดดอกไม้	1
D	ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย	4
E	ร้านของชำสินค้าเบ็ดเตล็ด	2
	จำนวนรวมทั้งหมด	20

ผลการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น ชายและหญิง จำนวนใกล้เคียงกัน มีหลากหลายช่วงอายุ โดยช่วงอายุที่มีมากที่สุดคือช่วงอายุ 51-60 ปี รองลงมาคือ 41-50 ปี และรองลงมา 31-40 ปี โดยผู้ที่สูงอายุที่ค้าขายภายในตลาดตั้งแต่เริ่มก่อตั้งตลาด และเป็นคนในชุมชน

จากการเก็บข้อมูลด้านภูมิปัญญาพบว่าผู้ค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไยมีทั้งที่เป็นเจ้าของสวนดอกไม้ภายในจังหวัดเองและผู้ค้าที่ไม่ได้เป็นเจ้าของสวน ผู้ค้าที่เป็นเจ้าของสวนส่วนใหญ่เป็นคนพื้นที่ดอยปุย รองลงมาเป็นคนดอยอินทนนท์ ซึ่งผู้ค้ากลุ่มนี้จะนำดอกไม้มาขายส่งที่ตลาด และกระจายสินค้าไปยังที่อื่นด้วย ผู้ค้าที่ไม่ได้เป็นเจ้าของสวนจะซื้อสินค้าจากแหล่งอื่นมาเพื่อนำมาขาย หรือนำมาทำเป็น พวงมาลัย ช่อดอกไม้ เป็นต้น

ด้านการเดินทางมาค้าขาย พบว่าผู้ค้าส่วนใหญ่ จะใช้รถกระบะส่วนตัวเพื่อนำสินค้าที่ตนเองปลูกมาสู่ตลาด เนื่องจากสามารถบรรทุกสินค้าจำนวนมากได้ สามารถเข้ามาในตลาดได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังปลอดภัยสำหรับการเดินทางระยะไกลจากที่พักที่อยู่ต่างอำเภอ มีผู้ค้าจำนวนรองลงมาที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถโดยสาร

ช่วงเวลาค้าขายในตลาดตั้งแต่เริ่มตั้งตลาดปี พ.ศ. 2522-2556 พบว่าผู้ค้าส่วนใหญ่ค้าขายในตลาดมากกว่า 10 ปี รองลงมาคือ 21-30 และ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่นับว่าห่างกันมาก จึงสอดคล้องกับอายุของผู้ค้าที่อยู่ในช่วง 40 ปีขึ้นไป

สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ค้า มีผลสรุปดังนี้

- กลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัดเชียงใหม่ แต่อยู่ก่อนข้างไกลจากตลาด คือ คนพื้นที่ดอยปุย รองลงมาคนพื้นที่ดอยอินทนนท์
- การเดินทางของผู้ค้าเป็นการใช้รถกระบะส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากสามารถขนสินค้าในปริมาณที่พอเหมาะกับสินค้า มีความปลอดภัยและสะดวกสบาย
- เวลาที่เริ่มทำการค้าขายส่วนใหญ่มากกว่า 10 ปี เป็นช่วงอายุที่ผู้ค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป

4.1.1.1.2 กลุ่มผู้ซื้อ

ผลการสัมภาษณ์มีจำนวน 33 คน แบ่งเป็นชายและหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน แบ่งพื้นที่ในการสัมภาษณ์กระจายในแต่ละพื้นที่ให้ครบทุกพื้นที่ของตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย โดยกลุ่มสัมภาษณ์สูงสุดคือ ช่วงอายุ 21-30 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี กลุ่มผู้ซื้อที่มารับบริการเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน เป็นทั้งบุคคลภายในชุมชนเอง และบุคคลของชุมชนใกล้เคียง จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่มาจากอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นผู้ซื้อจากอำเภอต่างๆ ที่อยู่ใกล้เคียงกับจังหวัดเชียงใหม่ และผู้ซื้อจากจังหวัดใกล้เคียง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่รู้จักตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยว่า เป็นแหล่งหลักในการซื้อขายดอกไม้ เป็นศูนย์กลางการค้าขายดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ เป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มผู้ซื้อดอกไม้ตั้งแต่อดีต กลุ่มผู้ซื้อ กลุ่มผู้ซื้อ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ซื้อประจำดั้งเดิมที่อยู่กับตลาดตั้งแต่เริ่มตั้งตลาดจนปัจจุบันและกลุ่มผู้ซื้อหมุนเวียนเข้ามาใหม่จากการบอกต่อจากบุคคลที่เคยมาแล้ว ตลาดมีแนวโน้มในการดำรงอยู่ได้ด้วยการตอบสนองของคนทั้งสองกลุ่มที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

การเดินทางมาซื้อสินค้าภายในตลาด พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ จะใช้รถจักรยานยนต์เพื่อนำมาสินค้าที่ตนเองต้องการ เนื่องจากมีความคล่องตัวการเดินทาง และสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย จำนวนรองลงมาที่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล

จากการเก็บข้อมูลความถี่บ่อยในการมาใช้บริการของผู้ซื้อภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไยภายในหนึ่งเดือน พบว่ามีทั้งที่มาใช้บริการตามเทศกาลต่าง ๆ มาเป็นประจำทุกวัน มาเป็นประจำทุกสัปดาห์ และตามแต่ความต้องการ

สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ซื้อ มีผลสรุปดังนี้

- ผู้ซื้อ มีอายุหลากหลาย ส่วนใหญ่ที่สัมภาษณ์มีอายุ 21-30 ปี รองลงมาช่วงอายุ 31-40 ปี
- ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ คือ อำเภอเมือง เชียงใหม่ รองลงมาเป็นต่างอำเภอและจังหวัดใกล้เคียง มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมเป็นบางส่วน
- ผู้ซื้อส่วนใหญ่รู้จักตลาดเนื่องจากเป็นตลาดหลักในการซื้อขายดอกไม้ ที่อยู่กลางเมือง
- ผู้ซื้อใช้บริการตามเทศกาล มาเป็นประจำทุกวัน มาเป็นประจำทุกสัปดาห์และตามแต่ความต้องการ
- ผู้ซื้อส่วนใหญ่ จะใช้รถจักรยานยนต์เพื่อนำมาสินค้าที่ตนเองต้องการ
- เป้าหมายการใช้งานของผู้ซื้อ คือ ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก รองลงมาเป็นร้านขายดอกไม้พวงมาลัย

4.1.1.2 การใช้งานพื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1.2.1 การใช้งานพื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มผู้ค้า

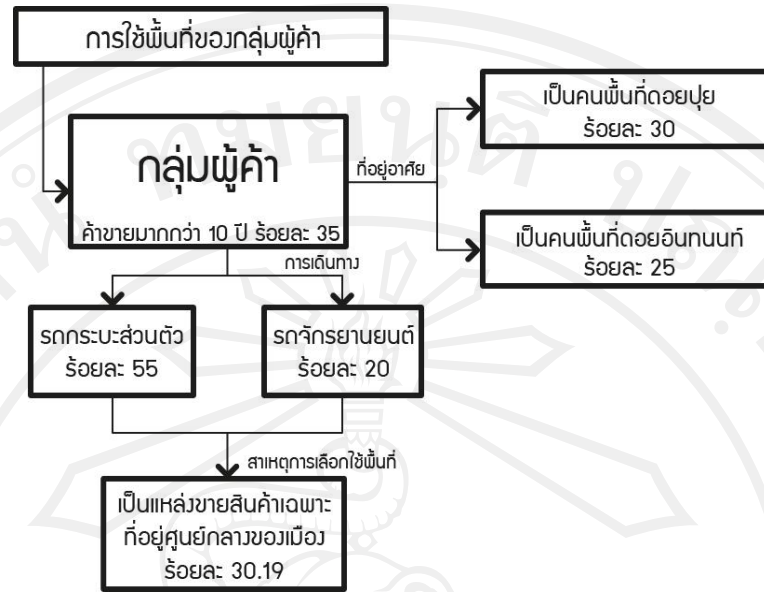
จากการสัมภาษณ์ คุณธวัชชัย บัวเหลือง กล่าวว่า“พ่อค้าแม่ค้าค้าขายกันมากกว่าสิบปีแล้ว” จึงแสดงว่าพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต และประกอบอาชีพของผู้ค้าภายในตลาด และยังพบว่าพื้นที่ถูกใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของคนบางกลุ่มอีกด้วย

สาเหตุสำคัญในการมาค้าขายที่ตลาดดอกไม้ต้นลำไยที่สำคัญ คือ ตลาดดอกไม้แห่งนี้เป็นแหล่งขายสินค้าเฉพาะที่อยู่ศูนย์กลางของเมือง จึงสามารถรองรับผู้ซื้อที่ต้องการบริการที่ครบวงจรเกี่ยวกับดอกไม้มากกว่าตลาดพื้นที่อื่น เหตุผลรองลงมาคือ ท่าเลดี อยู่ในย่านใจกลางเมือง มีรถสัญจรผ่านไปมา เป็นแหล่งค้าขายสำคัญที่จะสามารถค้าขายสินค้าของตนได้ตามที่ต้องการ เปรียบเสมือนศูนย์กลางของการค้า ทำให้มีผู้คนเดินทางเพื่อมาซื้อสินค้าจำนวนมาก

จากการศึกษา ผู้ค้าประจำ พบว่าเป็นกลุ่มที่ค้าขายในพื้นที่ตลาดตั้งแต่อดีต โดยจะขายประเภทดอกไม้ชนิดต่างๆ ทั้งขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก รวมทั้งรับจัดดอกไม้ พวงมาลัยดอกไม้ต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับดอกไม้

จากการสอบถาม ผู้ค้าเร่ขาย พบว่าทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมส่วนมากมีคนรู้จักแนะนำให้มาขายในตลาด กลุ่มนี้ตั้งสินค้าบริเวณริมถนนหรือทางเดินเท้าสาธารณะ ดอกไม้ส่วนใหญ่จะเป็นไม้ตัดดอก เช่น ขายหลังรถกระบะบรรทุก นำถังน้ำพลาสติกใส่ดอกไม้วางขายบริเวณริมถนนสาธารณะ

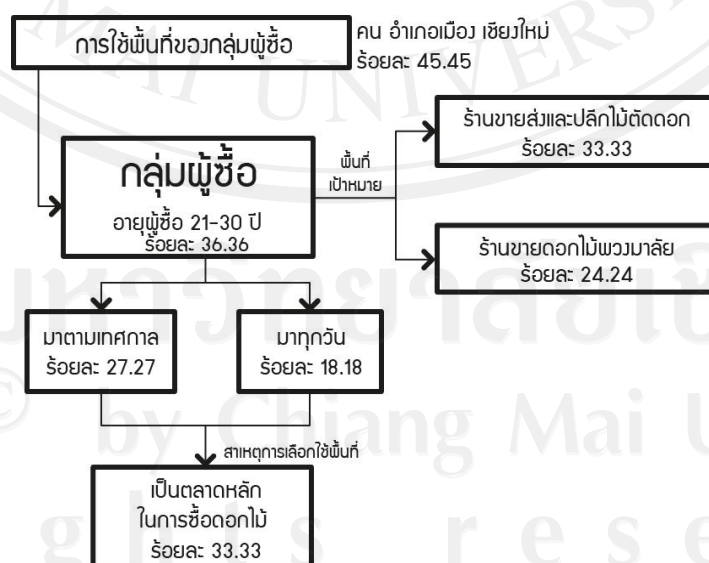
สรุปประเด็นหลักที่พบจากข้อมูลสาเหตุและที่มาของการค้าขายแสดงให้เห็นถึงประเด็นกายภาพเกี่ยวกับทำเลของตลาดที่เป็นศูนย์กลาง และการเป็นแหล่งค้าขายเฉพาะอย่าง รองจากประเด็นกายภาพยังมีประเด็นประวัติศาสตร์ การค้าขายตั้งแต่อดีตสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่แสดงให้เห็นว่า ตลาดดอกไม้ต้นลำไยมีวิถีที่สืบทอดกันมา ข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือมีคนเร่ขายต่างถิ่นเข้ามาเพิ่มมากขึ้น



ภาพ 4-1 แผนภูมิสรุปข้อมูลพื้นฐานและการใช้พื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มผู้ค้า

4.1.1.2.2 การใช้งานพื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มผู้ซื้อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อที่เข้ามาใช้บริการภายในตลาดช่วงเวลา
ที่เข้ามาใช้บริการพื้นที่ตลาดส่วนใหญ่ มากกว่า 11-20 ปี และรองลงมาอยู่
ในช่วงเวลา 21-30 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีกลุ่มผู้ซื้อรายเดิมที่มาจับจ่ายใช้
สอยภายในตลาดเป็นระยะเวลากว่า 15 ปี และเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มารับบริการ
ประจำ และมีกลุ่มผู้ซื้อใหม่ที่เข้ามาใช้บริการพื้นที่

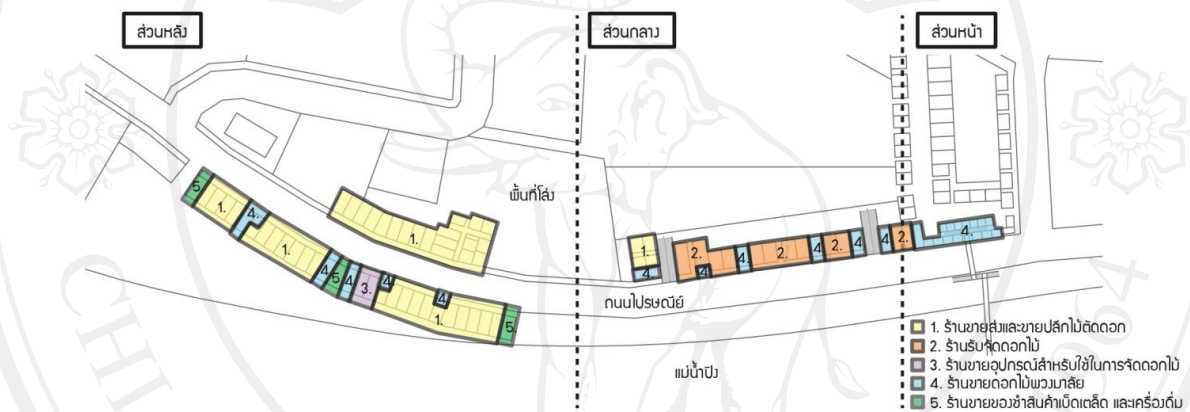


ภาพ 4-2 แผนภูมิการเลือกใช้บริการภายในตลาดของกลุ่มผู้ซื้อ

4.1.2 การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาด

4.1.2.1 การแบ่งพื้นที่ (zoning)

ปัจจุบันพบว่ามี การแบ่งกลุ่มพื้นที่การค้าขายโดยใช้ประเภทของสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกซื้อในแต่ละกลุ่มประเภทของสินค้า กลุ่มผู้ค้ามักเลือกตั้งร้านค้าให้อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน สะดวกต่อการเลือกและมองเห็นพื้นที่ การแบ่งพื้นที่ตามประเภทสินค้าสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก 2) ร้านรับจัดดอกไม้ 3) ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการจัดดอกไม้ 4) ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย และ 5) ร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดื่ม ดังแสดงในภาพที่ 4-3



ภาพ 4-3 แผนผังการแบ่งพื้นที่และการใช้งานในตลาดดอกไม้

โดยในทางกายภาพพื้นที่ของตลาดดอกไม้ต้นลำไย สามารถแบ่งพื้นที่เป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหน้าตลาด 2) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนกลางตลาด 3) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหลังตลาด มีรายละเอียดดังนี้



ภาพ 4-4 พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหน้าตลาด

1) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหน้าตลาด

พื้นที่ส่วนด้านหน้าตลาดดอกไม้ต้นลำไย อยู่ติดกับถนนไปรษณีย์-ช้างม่วย ตรงข้ามกับคิวรถประจำทางไปอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน เปิดให้บริการเวลา 6.00-19.30 น. เนื่องจากพื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ส่วนแรกในการเข้าถึงตลาดเป็นถนนวิ่งรถทางเดียว จึงทำให้ผู้คนส่วนใหญ่ที่มาตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย ต้องผ่านพื้นที่ส่วนนี้ก่อนเป็นอันดับแรก ลักษณะร้านค้าเป็นแบบชั่วคราวส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายดอกไม้พวงมาลัย แผงขายสินค้าจะเรียงรายต่อเนื่องกันเป็นแนวยาวระหว่างร้านต่อร้าน



ภาพ 4-5 พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนกลาง

2) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนกลางตลาด

พื้นที่ส่วนนี้จะพื้นที่ยาวเลียบนถนนไปรษณีย์ยาวต่อเนื่องจากพื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนบริเวณด้านหน้าตลาด ซึ่งร้านค้าบริเวณนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านรับจัดดอกไม้ ร้านค้าประเภทนี้ต้องมีอุปกรณ์มาก จึงต้องมีพื้นที่ร้านค้าที่กว้าง ส่วนใหญ่ผู้ซื้อมาสั่งและรับดอกไม้โดยจอร์รถเลียบริมถนนเพื่อการขนส่งสินค้า ลักษณะอาคารเป็นแบบถาวรอาคารสูง 4 ชั้น ซึ่งส่วนร้านค้าอยู่ชั้นล่างของอาคารที่จอร์รถตลาดต้นลำไย โดยผู้ค้าในพื้นที่ส่วนนี้จะรับจัดดอกไม้ตามโอกาสต่างๆ และร้านขายดอกไม้พวงมาลัย



ภาพ 4-6 พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหลังตลาด

3) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหลังตลาด

พื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ยาวต่อจากพื้นที่ส่วนกลาง โดยมีพื้นที่โล่ง เป็นตัวเชื่อมระหว่างพื้นที่ส่วนกลางไปยังพื้นที่ส่วนหลัง พื้นที่ส่วนนี้ลักษณะร้านค้าตั้งอยู่ริมสองฝั่งถนน โดยฝั่งตรงข้ามกับอาคารจอดรถนั้น อยู่ติดกับบริเวณแม่น้ำปิง ลักษณะอาคารเป็นกึ่งถาวร ผู้ค้าส่วนใหญ่จะขายส่ง และปลีกไม้ตัดดอก ขายดอกไม้พวงมาลัย ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการจัดดอกไม้ และร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดื่ม ซึ่งพื้นที่ส่วนนี้จะมีร้านค้ามากกว่าส่วนอื่นๆ และมีหลากหลายประเภทรวมกัน

อย่างไรก็ตามพบว่าในทุกพื้นที่ที่มีปัญหาด้านสภาพแวดล้อมที่ไม่สวยงาม เนื่องจากการจัดการที่เหมาะสม เช่น ปัญหาด้านขยะ ดังภาพ 4-7

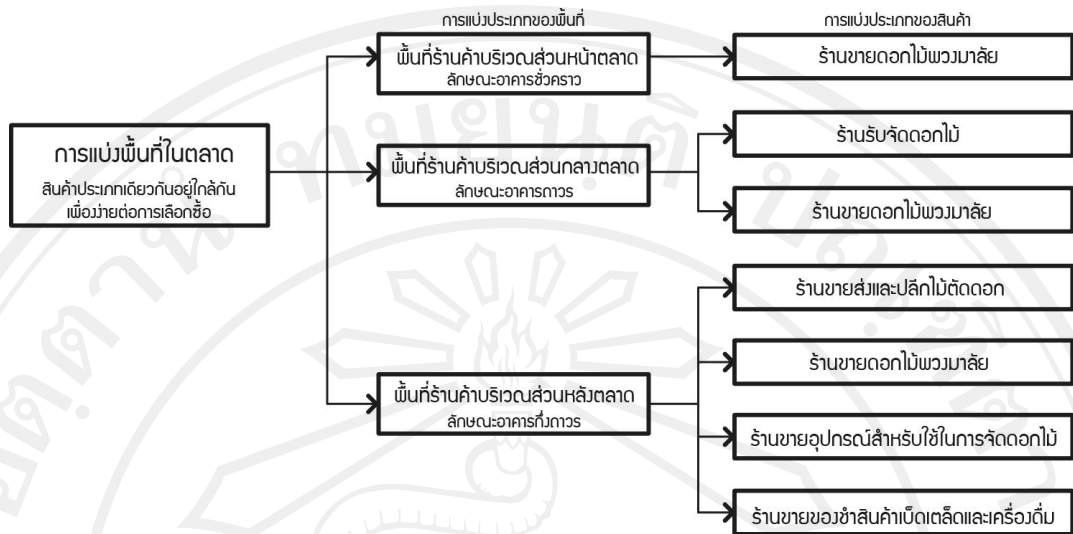


ภาพ 4-7 พื้นที่วางขยะทำให้เกิดไม่สวยงาม

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งมีคำถามวิจัย คือ การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาดอย่างไร จากผลการศึกษสามารถแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไยสามารถทำเป็นแผนภูมิรูปภาพได้ดังนี้

สรุปการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย สามารถสรุปได้ผลดังนี้

- ปัจจัยในการแบ่งพื้นที่ คือ สีน้าประเภทเดียวกันอยู่ใกล้กัน เพื่อง่ายต่อการเลือกซื้อสะดวกต่อการเลือกและมองเห็น
- การแบ่งประเภทของสินค้าน้าได้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก 2) ร้านรับจัดดอกไม้ 3) ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการจัดดอกไม้ 4) ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย และ 5) ร้านขายของชำสินค้าน้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดื่ม
- การแบ่งพื้นที่ทั้งหมดสามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ตามประเภทของพื้นที่ คือ 1) พื้นที่ร้านค้าน้าบริเวณส่วนหน้าตลาด 2) พื้นที่ร้านค้าน้าบริเวณส่วนกลางตลาด และ 3) พื้นที่ร้านค้าน้าบริเวณส่วนหลังตลาด โดยมีส่วนเชื่อม คือ เส้นทางสัญจรโดยร้านค้าน้าจะขายสินค้าน้าเดียวกับถนน



ภาพ 4-9 แผนภูมิภาพสรุปการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไย

จากภาพ 4-9 สามารถตอบคำถามวิจัยในส่วนนี้ การแบ่งประเภทของพื้นที่ภายในตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย แบ่งพื้นที่ตามประเภทของพื้นที่ทั้งหมดออกเป็น 3 ส่วนคือ พื้นที่ส่วนหน้า ส่วนกลางและส่วนหลัง ตามการแบ่งพื้นที่การใช้งานหลัก ในส่วนร้านค้าแต่ละส่วนจะมีถนนหน้าร้านเป็นตัวเชื่อมพื้นที่แต่ละส่วนเข้าด้วยกันและกระจายผู้คนสู่ส่วนต่างๆ ทั้ง 3 ส่วนแบ่งพื้นที่ย่อยตามประเภทสินค้าที่ค้าขายได้ 5 ส่วน ซึ่งในแต่ละส่วนมีการใช้งานในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

4.1.2.2 การใช้พื้นที่ของตลาด

4.1.2.2.1 การสัญจร เส้นทางสัญจรภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย แบ่งตามประเภทการสัญจรมี 2 ด้าน ดังนี้

1) การสัญจรทางรถ

การสัญจรทางรถมีเส้นทางเดียว คือ เส้นทางถนนไปรษณีย์ ซึ่งถนนเส้นทางนี้จะมีการขนส่งสินค้าเพื่อนำมาขายส่วนใหญ่จะมาในช่วงเวลาเช้า เป็นหลักและช่วงเวลาอื่นเป็นรอง การสัญจรติดขัดมากในช่วงเวลาเช้า รองลงมาคือ กลางวันและเย็น เนื่องจากมีการค้าขายและขนส่งกันบริเวณถนนจึงทำให้เกิดความวิเวกทางจราจร



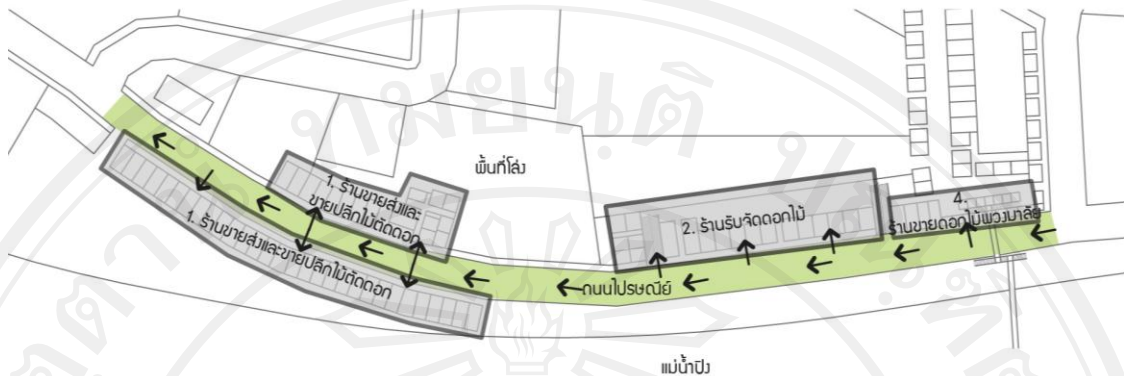
ภาพ 4-10 การขนส่งสินค้ากีดขวางทางจราจร

2) การสัญจรทางเท้า

ช่องทางการสัญจรทางเท้า สามารถเข้าได้ทุกทางของตลาดเนื่องจากตลาดเป็นตลาดเปิด โล่งร้านค้าอยู่ติดบริเวณถนนสาธารณะ จึงง่ายแก่การเข้าถึงภายในร้านค้าตามเป้าหมายของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ซื้อแต่ละคนมีการสัญจรทางเข้าที่ต่างกันตามแต่จุดหมาย และเส้นทางเคยชินในการเดินภายในตลาด โดยขนาดของเส้นทางสัญจรทางเท้ามีขนาดใหญ่เล็กตามปริมาณของผู้คนที่เดิน เนื่องจากร้านค้าเชื่อมต่อกันร้านต่อร้านและตั้งยาวเลียบบริเวณถนนเส้นเดียว จึงสามารถเข้าถึงได้ง่ายไม่ซับซ้อน อย่างไรก็ตาม พบปัญหาว่าบางช่วงมีการตั้งแผงบนทางเท้าทำให้ไม่สะดวกต่อการสัญจร ดังภาพ 4-11



ภาพ 4-11 การวางสินค้าและสิ่งของออกมานอกทางเดินสาธารณะ



ภาพ 4-12 ผังการใช้พื้นที่เส้นทางสัญจรภายในตลาด

4.1.2.2.2 การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา

1) กลุ่มผู้ค้า

ผู้ค้าภายในตลาดในภาพรวมมีการค้าขายสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง เพราะมีสินค้าลงใหม่อยู่ต่อเนื่องและมีผู้ค้าเร่ขายมาเสริมในเวลากลางคืน ซึ่งจะมีบางร้านค้าที่เปิดร้านค้าในเวลาเช้า และปิดในเวลาเย็นหรือเวลากลางคืน ซึ่งช่วงเวลาที่เปิดร้านของผู้ค้าที่พบมากที่สุดคือ 6.00-9.00 นาฬิกา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาเช้า ช่วงเวลานี้จะมีผู้ซื้อเข้ามาใช้บริการพื้นที่เป็นจำนวนมาก เป็นเหตุทำให้เกิดการจราจรติดขัด

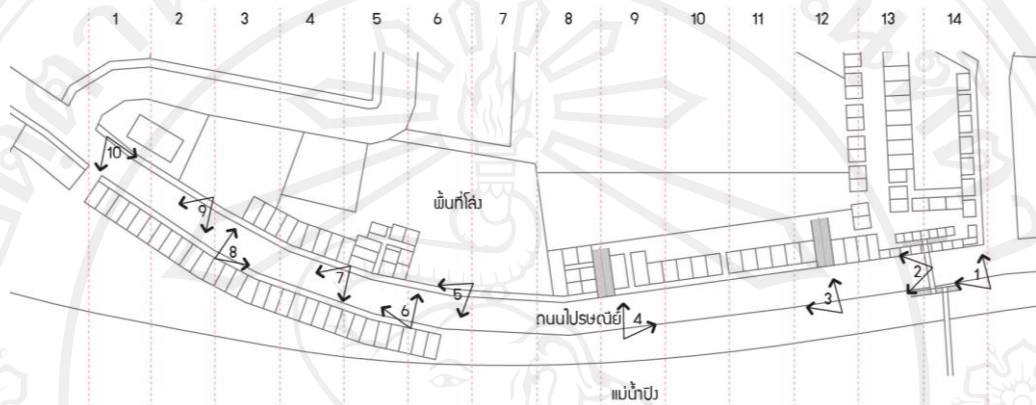
2) กลุ่มผู้ซื้อ

ผู้ซื้อในตลาดส่วนใหญ่ในช่วงเวลา 6.00-9.00 นาฬิกา เพื่อมาจับจ่ายในส่วนของการนำเอาไปประกอบเกี่ยวกับธุรกิจหรืองานต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท และวัด โดยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงในการเลือกซื้อ เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ใช้เวลาในการเลือกซื้อไม่มากนัก และตลาดมีพื้นที่บริเวณที่เดินได้ง่าย ทำให้การเลือกซื้อสินค้า รวดเร็ว คล่องตัว และผู้ซื้อส่วนใหญ่ นำเอาสินค้าไปใช้งานเกี่ยวกับธุรกิจจึงต้องรีบเร่งในการใช้งาน ช่วงเวลาที่มีการค้าขายรองลงมาคือช่วงเวลา 18.00 - 21.00 นาฬิกา และ 21.00 - 24.00 นาฬิกา เป็นกลุ่มผู้ซื้อบางส่วนที่เดินซื้อสินค้าหลังเลิกงาน ทำให้ตลาดมีผู้ใช้บริการค่อนข้างมากในช่วงเวลาเย็นและกลางคืน

4.1.2.2.3 การบันทึกภาพการใช้พื้นที่ตามช่วงเวลา

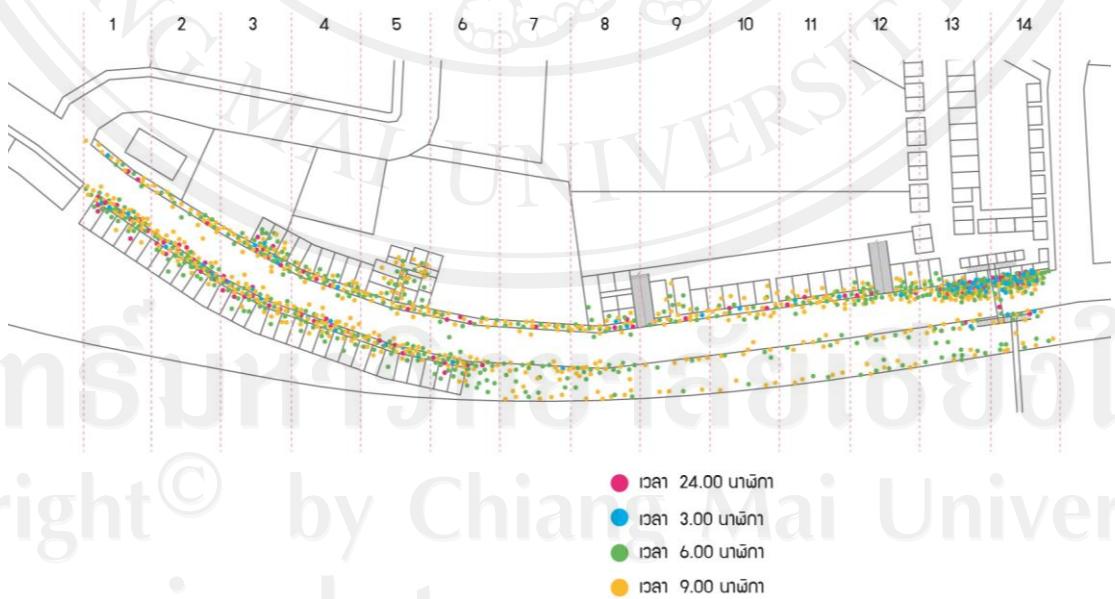
ในแต่ละช่วงเวลามีการใช้พื้นที่แต่ละพื้นที่ของคนในตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยที่แตกต่างกันไป จากการเก็บข้อมูลทั้งหมด 10 จุด ให้ครอบคลุมบริเวณที่มีผู้คนใช้บริการภายในตลาดให้ได้มากที่สุด โดยการถ่ายรูปในแต่ละช่วงเวลาเพื่อเปรียบเทียบ ตั้งแผงสินค้าภายในตลาด จนถึง

ช่วงเวลาเก็บร้านค้าภายในตลาดเรียบร้อย ซึ่งแบ่งได้เป็น 8 ช่วงเวลา คือ
 ช่วงเวลา 24.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 3.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 6.00 นาฬิกา
 ช่วงเวลา 9.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 12.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 15.00 นาฬิกา
 ช่วงเวลา 18.00 นาฬิกา และช่วงเวลา 21.00 นาฬิกา



ภาพ 4-13 ผังการกำหนดตำแหน่งการเก็บข้อมูลการใช้งานตามช่วงเวลา

การแบ่งพื้นที่ตามแนวยาว ออกเป็นทั้งหมด 14 ส่วน เพื่อทำการ
 เปรียบเทียบความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ เมื่อนำมาเรียงเปรียบเทียบ
 ความหนาแน่นของผู้ใช้งานในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีทั้งหมด 10 ชุด
 รูปภาพ โดยชุดรูปภาพทั้งหมดอยู่ในส่วนภาคผนวก

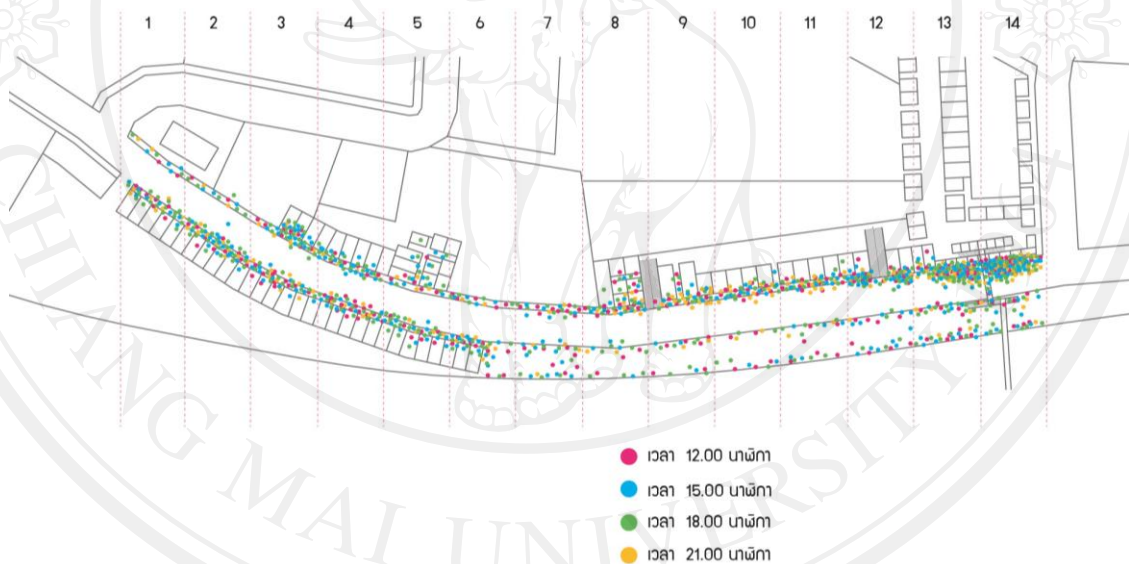


ภาพ 4-14 ผังการวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 24.00-9.00 น.

ชุดช่วงเวลา 24.00-9.00 นาฬิกา

จากการบันทึกข้อมูลความหนาแน่นลงในแต่ละพื้นที่และนำไปลงข้อมูลเพื่อการเปรียบเทียบการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา 24.00-9.00 นาฬิกา ความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา สามารถพบได้ว่า

- การใช้พื้นที่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามช่วงเวลาเป็นลำดับ ตั้งแต่ 24.00-9.00 นาฬิกา
- พื้นที่ 13-14 มีความหนาแน่นมากที่สุด เป็นพื้นที่ค้าขายดอกไม้พวงมาลัย ตั้งติดถนนหลัก มีความหนาแน่นมากที่สุดถึง 63 ในช่วงเวลา 6.00 น. และ ความหนาแน่น 56 ช่วงเวลา 9.00 น.
- พื้นที่ 1-5 มีความหนาแน่นรองลงมา เป็นพื้นที่ขายสินค้าปลีกและส่งดอกไม้ ซึ่งมีความหนาแน่นมากที่สุด ตั้งแต่ช่วงเวลา 9.00 น.

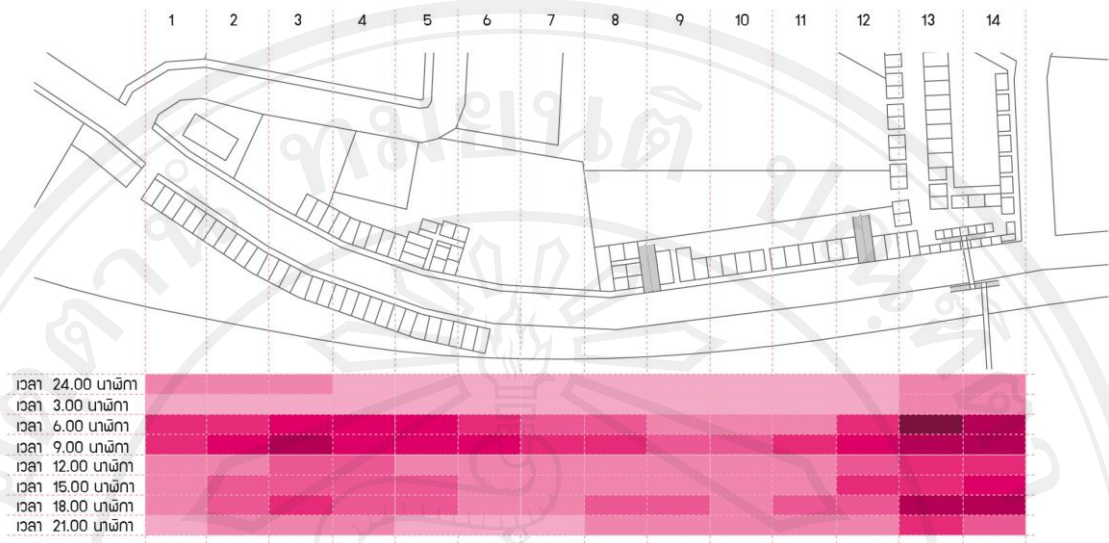


ภาพ 4-15 ฟังก์ชันวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 12.00-21.00 น.

ชุดช่วงเวลา 12.00-21.00 นาฬิกา

จากการบันทึกข้อมูลความหนาแน่นลงในแต่ละพื้นที่และนำไปลงข้อมูลเพื่อการเปรียบเทียบการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา 12.00-21.00 นาฬิกา

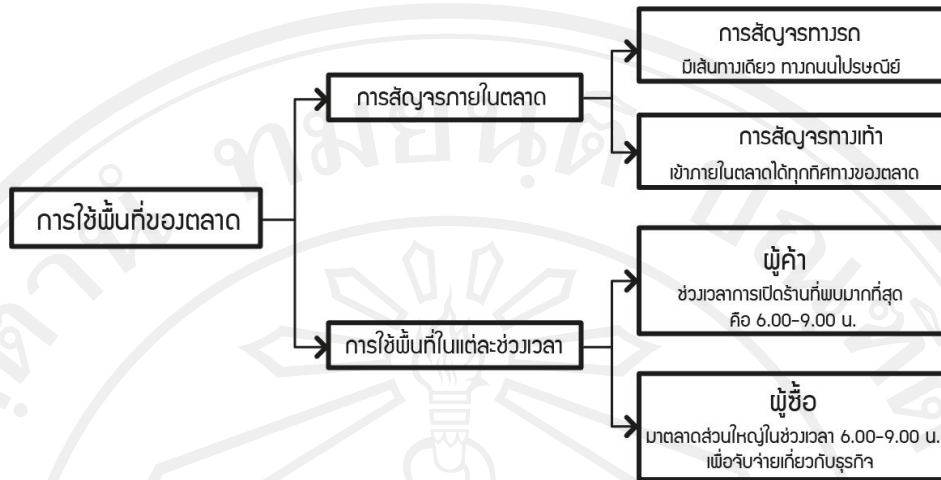
จากการวิเคราะห์ข้อมูลความหนาแน่นในแต่ละพื้นที่ ของแต่ละช่วงเวลาสามารถสรุปแผนผังการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ตามช่วงเวลาดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 4-16 แผนผังสรุปแผนผังการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ตามช่วงเวลา

สรุปการใช้พื้นที่ของตลาด ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) การสัญจรภายในตลาด แบ่งตามประเภทของการสัญจร คือ การสัญจรทางรถ และการสัญจรทางเท้า
 - การสัญจรทางรถ มีเส้นทางเดียว คือ ทางถนนไปรษณีย์ ส่วนใหญ่จะมาในช่วงเวลาเช้าเป็นหลัก รองลงมาคือช่วงเวลาเย็น และกลางคืน
 - การสัญจรทางเท้า สามารถเข้าภายในตลาดได้ทุกทิศทางของตลาดเนื่องจากเป็นตลาดเปิดโล่ง
- 2) การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา
 - ผู้ค้า ช่วงเวลาการเปิดร้านที่พบมากที่สุด คือ 6.00-9.00 นาฬิกา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ มีผู้ซื้อเข้ามาใช้บริการพื้นที่เป็นจำนวนมาก
 - ผู้ซื้อ มาตลาดส่วนใหญ่ในช่วงเวลา 6.00-9.00 นาฬิกา เพื่อจับจ่ายเกี่ยวกับธุรกิจ โดยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ในการเลือกซื้อของ รองลงมา 18.00-21.00 นาฬิกา และ 21.00-24.00 นาฬิกา เป็นช่วงเวลาหลังเลิกงานทำให้มีผู้ใช้บริการค่อนข้างมากในช่วงเวลาเย็นและกลางคืน



ภาพ 4-17 แผนภูมิสรุปการใช้พื้นที่ของตลาดดอกไม้ต้นลำไย

4.1.3 รูปแบบ การจัดวางและการใช้งานภายในร้านค้า

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งมีคำถามวิจัย รูปแบบ การจัดวางและการใช้งานภายในร้านค้า นั่นคืออะไร

4.1.3.1 รูปแบบร้านค้า

จากการศึกษารูปแบบร้านค้าที่เกิดขึ้นทั้งหมด เพื่อการจัดกลุ่มประเภทการใช้งานและการจัดรูปแบบภายในร้านค้าแต่ละรูปแบบพบว่า

สามารถแบ่งกลุ่มรูปแบบร้านค้าจากรูปแบบการสร้างของผู้ค้าขายจำแนกเป็นรูปแบบร้านค้าได้ทั้งหมด 3 รูปแบบ โดยแบ่งจากวัสดุและโครงสร้างของร้านค้าที่นำมาใช้ ได้ดังนี้ คือ 4.1.3.1.1 รูปแบบร้านค้าถาวร 4.1.3.1.2 รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร และ 4.1.3.1.3 รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

4.1.3.1.1 รูปแบบร้านค้าถาวร

ส่วนมากร้านค้ารูปแบบร้านค้าถาวร มีการใช้วัสดุที่มีความคงทนถาวรและแข็งแรง เพื่อให้สามารถทนแดดทนฝนได้ดี โดยวัสดุที่ใช้ คือ โครงสร้างคอนกรีต หลังคาโครงสร้างเหล็ก มุงกระเบื้องหรือสังกะสี ซึ่งมีอายุการใช้งานที่ยาวและคงทนถาวร จากเดิมส่วนใหญ่ร้านค้าเป็นพื้นที่โล่ง

จึงทำการก่อสร้างใหม่ตามความต้องการของเจ้าของพื้นที่ และทำที่จอดรถสำหรับตลาดอีกด้วย



ภาพ 4-18 รูปแบบร้านค้าถาวร

4.1.3.1.2 รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร

รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร แบ่งตามการใช้งานของวัสดุที่ใช้ เป็นโครงสร้างเสาเหล็ก หลังคาผ้าใบเป็นรูปแบบที่เริ่มให้เช่าล๊อคตั้งแต่เริ่มแรกของการก่อสร้างตลาด เนื่องจากรูปแบบร้านค้าก่อสร้างง่าย สะดวก รวดเร็ว จึงนำมาใช้ในการทำเป็นร้านค้า โดยผู้ค้าส่วนมากได้ใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในการกั้นระหว่างร้านค้า โดยการนำเอาตะแกรงเหล็กกั้นระหว่างร้านค้า และมีประตูโดยทำจากตะแกรงเหล็กและไม้ไผ่สานเป็นตะแกรงเพิ่มเป็นประตูเปิด ปิดร้าน ตั้งรกรากกันแดดหรือผ้าใบคลุมในเวลาแดดส่องหน้าร้านในช่วงเวลากลางวัน



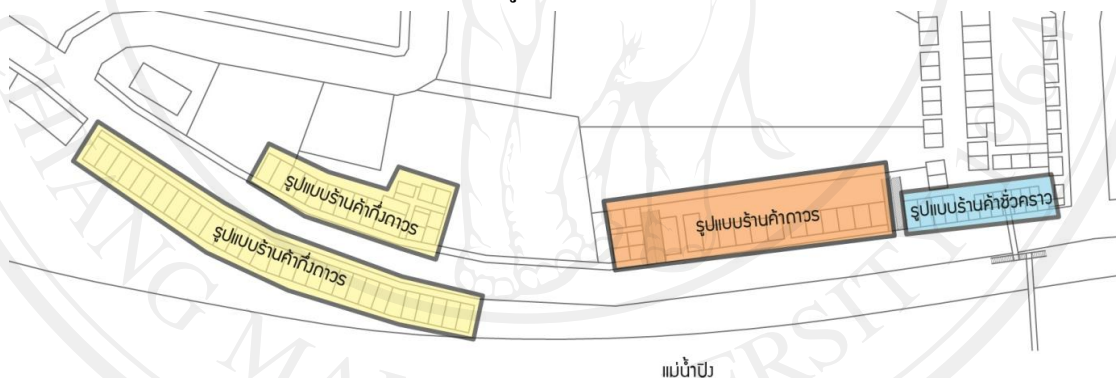
ภาพ 4-19 รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร

4.1.3.1.3 รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

ร้านค้าชั่วคราว ซึ่งเป็นรูปแบบแผงขายสินค้าเป็นแผงเก้าอี้พลาสติกหรือถังน้ำ วางเป็นชั้นสำหรับวางสินค้า และใช้โครงสร้างอาคารข้างเคียง เป็นโครงสร้างใช้เพียงแค่เหล็กยึดกับโครงสร้าง เพื่อทำเป็นหลังคาแล้วใช้ผ้าใบคลุมเพื่อกันแดดกันฝน สะดวกรวดเร็วในการก่อสร้าง ราคาประหยัด ใช้ร่มและผ้าใบกางบริเวณที่มีแดดส่องหรือน้ำฝนรั่ว



ภาพ 4-20 รูปแบบร้านค้าชั่วคราว



ภาพ 4-21 แผนผังรูปแบบร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

จากภาพ 4-21 ได้ผลการศึกษาวางตัวของรูปแบบร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

สรุปรูปแบบร้านค้า มีทั้งหมด 3 รูปแบบ สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) รูปแบบร้านค้าถาวร หรือรูปแบบร้านค้าที่ไว้สตุจากคอนกรีต อยู่บริเวณส่วนกลางของตลาด เนื่องจากผู้ค้าส่วนใหญ่ต้องการไว้สตุที่คงทนถาวร ซึ่งพื้นที่นี้เป็นชั้นล่างของอาคารจอดรถ ซึ่งเป็นรูปแบบอาคารถาวร ค่าใช้จ่ายในการเช่าก็มีราคาแพงกว่าร้านค้ารูปแบบอื่น

- 2) รูปแบบร้านค้าถาวร เป็นพื้นที่ยาวสองฝั่งถนนบริเวณส่วนหลังตลาด เนื่องจากวัสดุใช้ปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการและการใช้งานของผู้ค้าแต่ละร้านค้า มีอายุการใช้งานที่นานพอสมควร ส่วนมากใช้กันแดดกันฝนได้
- 3) รูปแบบร้านค้าชั่วคราว ใช้วัสดุที่สามารถหาได้ง่ายตามพื้นที่ อยู่ส่วนหน้าสุดของตลาด อุปกรณ์ภายในร้านสามารถเคลื่อนย้ายได้ ง่ายต่อการทำความสะอาด โดยตั้งอยู่บนบริเวณทางเดินสาธารณะ ง่ายต่อการซื้อขายเนื่องจากอยู่ติดถนนมากกว่าพื้นที่อื่น



ภาพ 4-22 สรุปรูปแบบร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

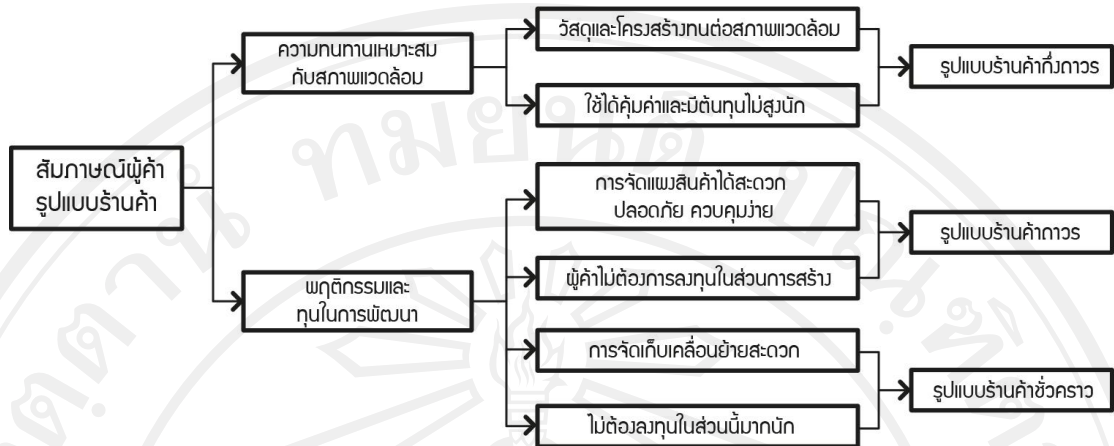
สรุปในภาพรวมรูปแบบของร้านค้า พบว่าขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ

1) ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

การเลือกรูปแบบโครงสร้างและวัสดุคำนึงถึงการใช้งาน ส่วนใหญ่ต้องการวัสดุและโครงสร้างที่ใช้ได้นานและทนต่อสภาพแวดล้อมดี ที่สามารถใช้ได้คุ้มค่าและมีต้นทุนไม่สูงนัก

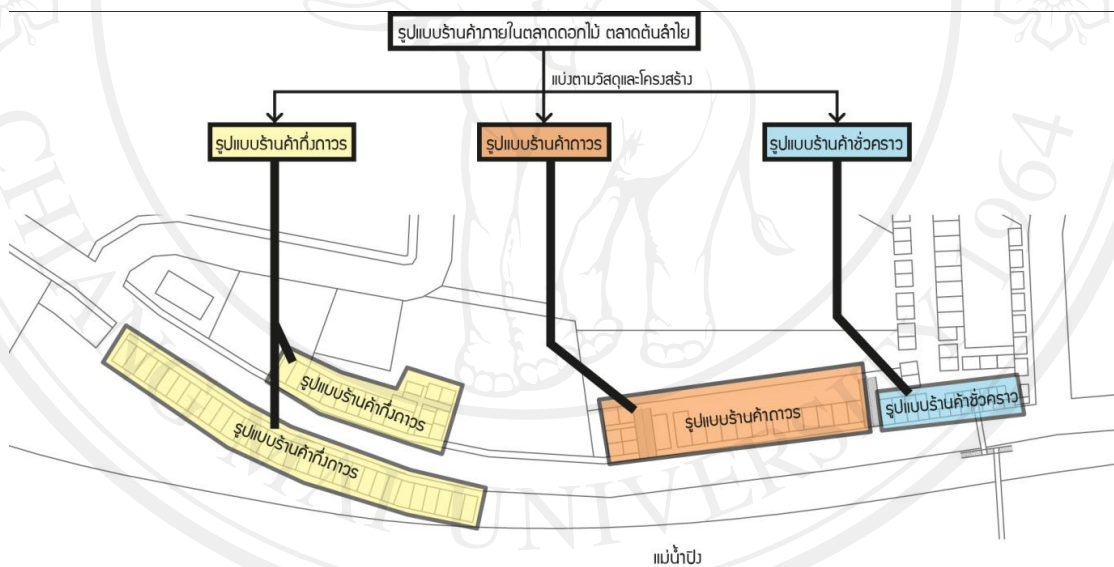
2) พฤติกรรมและทุนในการพัฒนา

ผู้ค้าเลือกที่สร้างร้านค้าในรูปแบบถาวร เพื่อการจัดแ่งสินค้าได้สะดวก ปลอดภัย ควบคุมง่าย ส่วนผู้ค้าไม่ต้องการลงทุนในส่วนการสร้างร้านค้า ร้านค้าจึงเป็นในรูปแบบชั่วคราวเพื่อการจัดเก็บเคลื่อนย้ายสะดวก และไม่ต้องลงทุนในส่วนนี้มากนัก



ภาพ 4-23 แผนผังการสัมพันธ์ผู้ค้ารูปแบบร้านค้า

จากรูปแบบร้านค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย สามารถทำเป็นภาพแผนภูมิสรุปดังนี้



ภาพ 4-24 แผนภูมิสรุปรูปแบบร้านค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

4.1.3.2 การจัดวางร้านค้า

4.1.3.2.1 จากการสอบถามความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้าของกลุ่ม

ผู้ค้าและกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า

1) กลุ่มผู้ค้า ความคิดเห็นของผู้ค้าต่อการจัดวางภายในตลาด สามารถตกแต่งร้านของตนเองได้เนื่องจากทางเจ้าของพื้นที่ว่างให้เช่าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย จะสามารถตกแต่งหรือนำเอาสิ่งของตามที่ต้องการใช้ภายในร้านได้ตามความต้องการของผู้ค้า ดังนั้น อุปกรณ์ตกแต่งภายในของแต่ละร้านค้า ทางผู้ค้าเป็นผู้นำสิ่งของเครื่องใช้มาจัดพื้นที่และเลือกวัสดุในการตกแต่งจัดพื้นที่

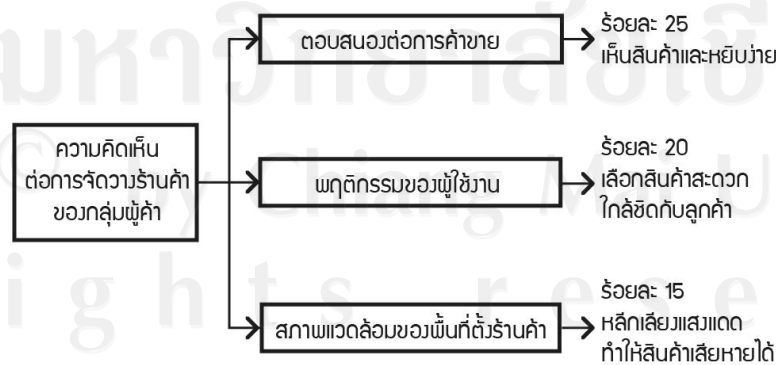
ภายในร้านของตนเอง แต่ละบุคคลมีความคิดในการจัดวางพื้นที่ ที่แตกต่างกันซึ่งต้องตอบสนองต่อการค้าของผู้ให้บริการ และการเลือกซื้อของเป็นหลัก เพื่อให้สนับสนุนต่อการประกอบวิชาชีพในการค้าขาย จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าในความคิดเห็นต่อการจัดรูปแบบร้านค้าของแต่ละบุคคล สามารถแบ่งความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้าเป็น 3 ส่วน ซึ่งสามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้

- **ตอบสนองต่อการค้าขาย** สิ่งที่สำคัญส่วนหนึ่ง คือ การจัดวางพื้นที่เพื่อให้เห็นสินค้าง่ายและง่ายต่อการเลือกหยิบจับสินค้าของผู้ซื้อ เพื่อการสนองต่อการค้าขายให้ได้ดีที่สุด
- **พฤติกรรมของผู้ใช้งาน** พฤติกรรมของผู้ค้าและผู้ซื้อ คือ จัดร้านค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านเพื่อเลือกสินค้าได้สะดวก ใกล้ชิดกับผู้ซื้อสามารถบริการผู้ซื้อได้ง่าย
- **สภาพแวดล้อมของพื้นที่ตั้งร้านค้า** สภาพแวดล้อม คือ จัดพื้นที่ให้หลีกเลี่ยงต่อแสงแดด เนื่องจากประเภทของสินค้าเป็นดอกไม้จึงทำให้สินค้าเสียหายได้ง่าย



ภาพ 4-25 การใช้ผ้าใบ และร่ม เพื่อป้องกันแสงแดด

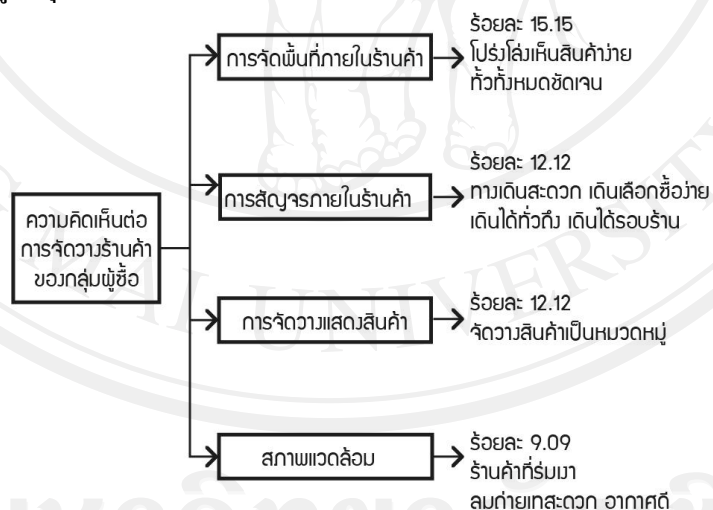
ดังนั้นสิ่งที่ผู้ค้าคำนึงถึงในการจัดวางร้านค้า คือ การจัดวางพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อการค้าขายมากที่สุด รองลงมาคือ พฤติกรรมของผู้ใช้งาน และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ตั้งร้านค้า



ภาพ 4-26 แผนภูมิความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้าของกลุ่มผู้ค้า

2) **กลุ่มผู้ซื้อ** ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ซื้อ ต่อการจัดวางร้านค้าภายในตลาดที่ผู้ซื้อพึงพอใจ ในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อสามารถแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งสามารถแบ่งรายละเอียดได้

- **การจัดพื้นที่ภายในร้านค้า** ชอบรูปแบบร้านค้าที่เลือกสินค้าง่าย สะดวก สามารถหยิบจับสินค้าได้ง่ายและการจัดวางแสดงสินค้า
 - **การสัญจรภายในร้านค้า** ชอบร้านค้าทางเดินสะดวก สะดวกต่อการเลือกเดินซื้อสินค้า ยังสามารถเดินได้รอบร้าน เห็นสินค้าได้ชัดเจนยิ่งดี
 - **การจัดวางแสดงสินค้า** ชอบการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เหมาะสำหรับร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภท
 - **สภาพแวดล้อม** ชื่นชอบสภาพแวดล้อม ที่ร้านค้าที่มีร่มเงา ลมถ่ายเทสะดวก อากาศดี
- ดังนั้นสิ่งที่ผู้ซื้อคำนึงถึงในการจัดวางร้านค้า การจัดพื้นที่ภายในร้านค้า ที่สามารถเลือกสินค้าง่าย สะดวก สามารถหยิบจับสินค้าได้ง่าย มากที่สุด รองลงมาคือการสัญจรภายในร้านค้า ทางเดินสะดวกต่อการเลือกซื้อ เห็นสินค้าชัดเจน ต่อมาเลือกการจัดวางแสดงสินค้า จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และต่อมาก็คือสภาพแวดล้อม ร้านค้าที่มีร่มเงา อากาศถ่ายเทสะดวก อากาศดี สามารถทำเป็นภาพแผนภูมิสรุปได้ดังนี้



ภาพ 4-27 แผนภูมิความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อต่อการจัดวางร้านค้า

4.1.3.3 การใช้งานภายในร้านค้า

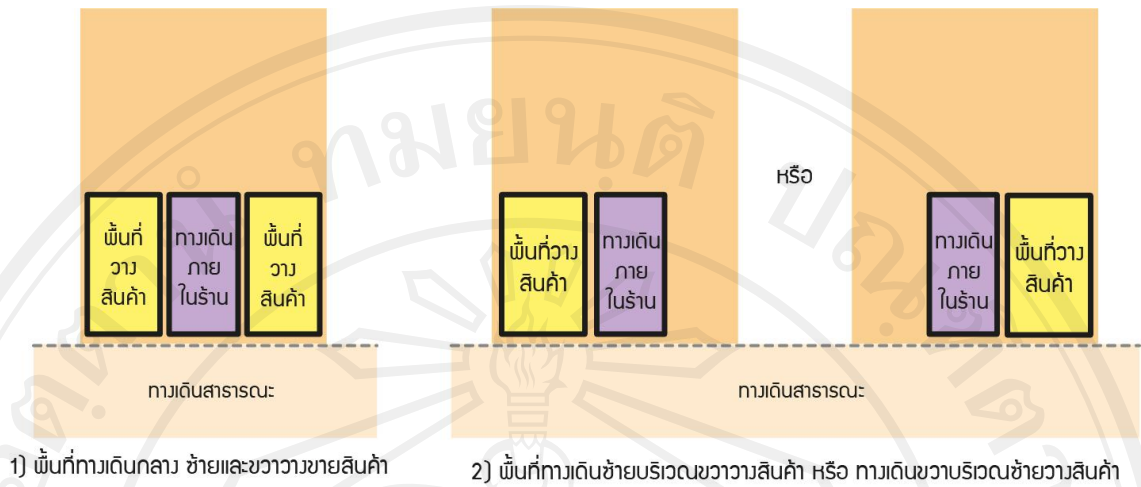
จากปัจจัยในการใช้งานภายในร้านค้าของผู้ค้าและผู้ซื้อ และการเก็บข้อมูลภายในตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย สามารถแบ่งการใช้งานภายในร้านค้าที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและการค้าขายของผู้ค้าและผู้ซื้อ ซึ่งแต่ละประเภทของร้านค้าจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันและคล้ายคลึงกันตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความชื่นชอบของผู้ค้า มีทั้งหมด 3 ประเภท 4.1.3.3.1 ร้านค้าถาวร 4.1.3.3.2 ร้านค้ากึ่งถาวร และ 4.1.3.3.3 ร้านค้าชั่วคราว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.3.3.1 ร้านค้าถาวร

ลักษณะร้านค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านรับจัดดอกไม้ การใช้งานภายในพื้นที่จึงมีในส่วนของพื้นที่จัดดอกไม้ ซึ่งในส่วนของร้านค้าถาวรจะมีพื้นที่สำหรับนั่งจัดดอกไม้ ความสูงของระดับพื้นร้านจะสูงกว่าระดับพื้นถนน และทางเท้าขึ้นมา เนื่องจากลักษณะของอาคารเป็นอาคารถาวร มีความสะดวกสบายไม่ต้องกังวล เรื่องของแสงแดดและฝนตก การใช้งานภายในร้านค้าถาวรแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1) พื้นที่วางสินค้า

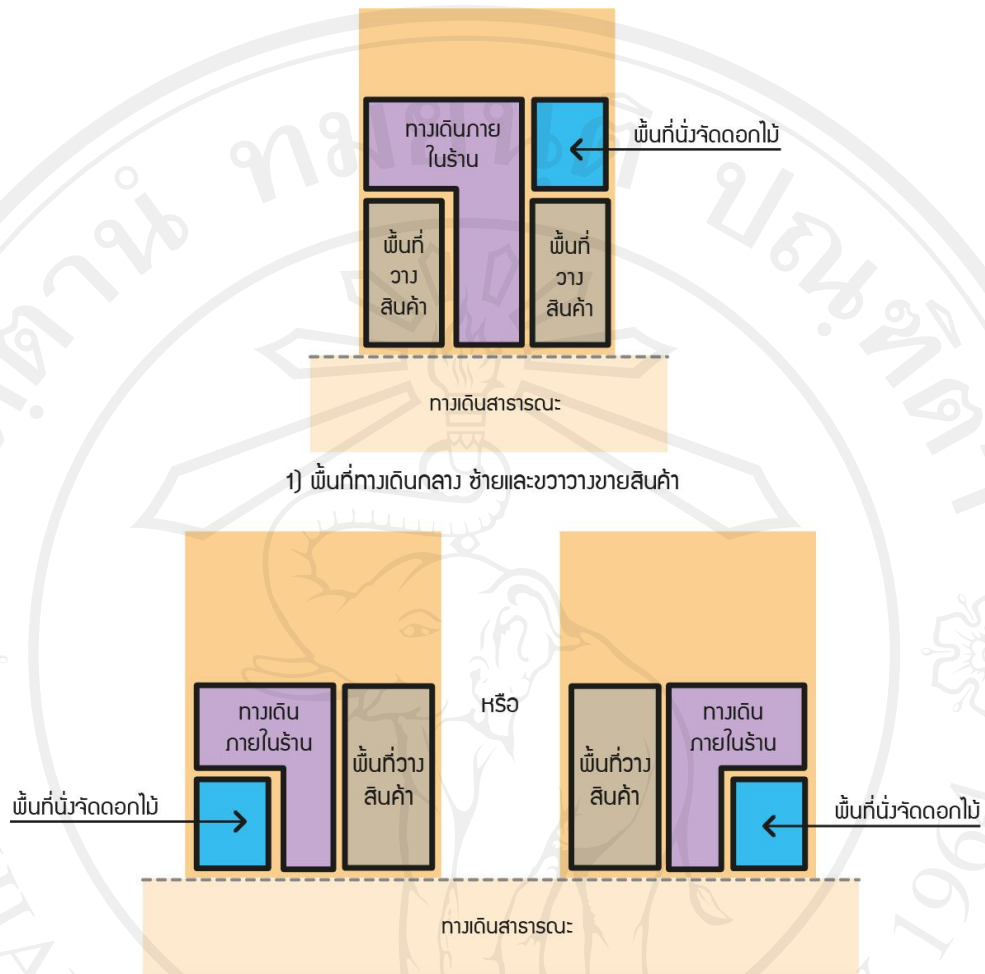
การใช้งานภายในร้านค้า มีการนำชั้นวางสินค้าที่มีระดับความสูงต่ำมาใช้ในการวางสินค้า เนื่องจากร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับร้านจัดดอกไม้ ผู้ค้าจึงนำเอาดอกไม้ที่จัดเรียงวางตามระดับให้ผู้ซื้อสามารถมองเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจน มีการจัดพื้นที่วางสินค้าภายในร้านแบ่งเป็น 2 แบบ คือ 1) พื้นที่ทางเดินกลาง ซ้ายและขวาวางขายสินค้า 2) พื้นที่ทางเดินซ้ายบริเวณขวาวางสินค้าหรือทางเดินขวาบริเวณซ้ายวางสินค้า



ภาพ 4-28 แผนผังการใช้งานภายในร้านค้าถาวร

2) พื้นที่นั่งจัดดอกไม้

พื้นที่บริเวณนี้จะมีลักษณะอยู่บริเวณเชื่อมต่อกับพื้นที่วางสินค้าหรืออยู่ตรงข้ามกับพื้นที่วางสินค้า โดยมีทางเดินภายในร้านเป็นตัวเชื่อมส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งพื้นที่นั่งขายของผู้ค้าบริเวณร้านจะมีโต๊ะและเก้าอี้เพื่อใช้ในการวางอุปกรณ์จัดดอกไม้ผู้ซื้อสามารถยืนดูในขณะจัดดอกไม้ได้



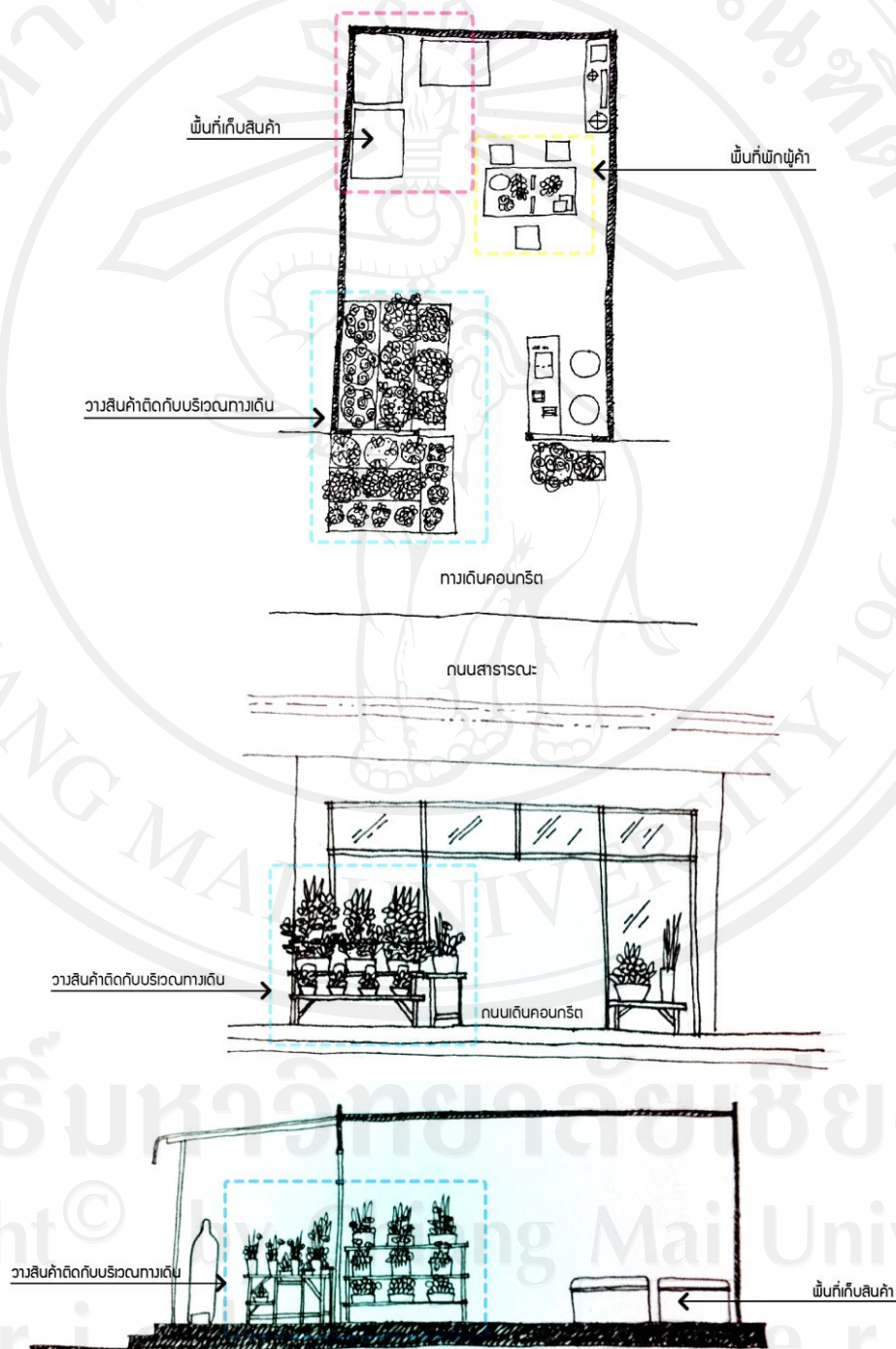
ภาพ 4-29 แผนผังการใช้งานภายในร้านค้าถาวรบริเวณพื้นที่นั่งจัดดอกไม้

3) พื้นที่นั่งพักผู้ค้า

พื้นที่บริเวณนี้สามารถมองเห็นผู้ซื้อได้ง่าย สะดวกต่อการเสนอสินค้า การดูแลสินค้า และการบริการหยิบของรับเงินผู้ซื้อ ผู้ค้าจะเก็บสิ่งของมีค่าและมีการนั่งรับประทานอาหาร ผู้ค้าบางรายจะมีเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ พัดลม ตู้เย็น เป็นต้น พื้นที่นั่งพักจะเป็นศูนย์กลางเชื่อมระหว่างพื้นที่เก็บของและพื้นที่วางสินค้าโดยใช้ทางเดินภายในร้านเป็นตัวเชื่อมส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน หากผู้ค้าบางรายมีความสนิทสนมหรือมีการพูดคุยในระยะเวลาอันพอสมควรจะมีการพูดคุยกันบริเวณนี้

4) พื้นที่เก็บของ

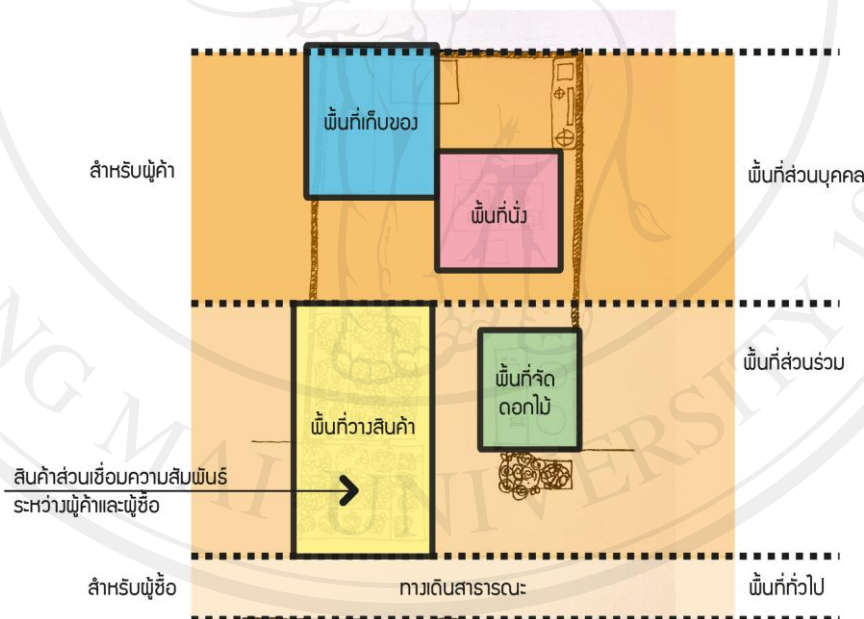
พื้นที่บริเวณเก็บของอยู่ใกล้กับบริเวณพื้นที่นั่งพักผู้ค้า ซึ่งง่ายต่อการหยิบจับสิ่งของที่อยู่บริเวณด้านหลังของร้านค้า ซึ่งร้านค้าใช้ถังพลาสติกแบบมีฝาปิดขนาดใหญ่ใส่สินค้า เพื่อป้องกันสินค้าเสียหาย จะวางถังพลาสติกนี้ไว้บริเวณด้านหลังร้านค้าเพื่อเป็นส่วนตัวและดูแลง่าย



ภาพ 4-30 ร้านค้าพื้นที่ถาวร

จากการใช้งานภายในร้านค้าถาวร สามารถสรุปการใช้พื้นที่ของร้านค้าเป็น 3 ส่วน สัมพันธ์กัน ระหว่างพื้นที่ส่วนบุคคล พื้นที่ส่วนร่วม และพื้นที่ทั่วไป ดังนี้

- **พื้นที่ส่วนบุคคล** เป็นพื้นที่เก็บของและพื้นที่นั่งพักของผู้ค้า พื้นที่เก็บของจะอยู่บริเวณด้านหลังของร้านค้าเป็นพื้นที่เชื่อมต่อจากพื้นที่นั่งพักผู้ค้า พื้นที่บริเวณนี้จะมีเฉพาะผู้ค้าเท่านั้นที่ใช้งานภายในพื้นที่ส่วนบุคคลนี้
- **พื้นที่ส่วนร่วม** พื้นที่วางสินค้าเป็นส่วนเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อเข้าด้วยกัน โดยผู้ค้าเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า โดยใช้ทางเดินภายในร้านค้าเป็นตัวเชื่อมต่อพื้นที่ต่างๆ เข้าด้วยกัน พื้นที่บริเวณนี้จะมีพื้นที่จัดดอกไม้ผู้ซื้อสามารถรองรับสินค้าและดูในขณะที่จัดดอกไม้ไม่ได้
- **พื้นที่ทั่วไป** เป็นทางเดินสาธารณะผู้ซื้อจะเลือกดูสินค้าบริเวณพื้นที่นี้ หากพึงพอใจสินค้าจะทำการซื้อขายบริเวณพื้นที่ส่วนร่วมเลือกดูสินค้าที่ตนเองพอใจ



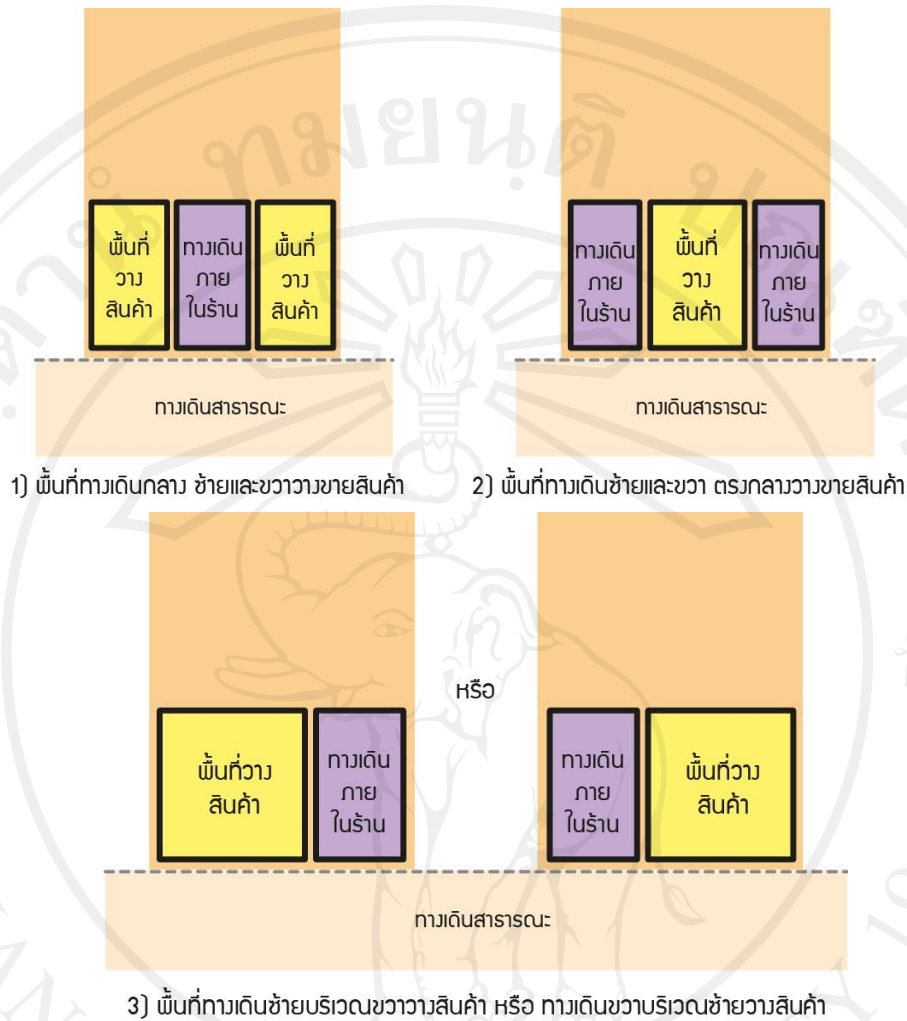
ภาพ 4-31 วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้าถาวร

4.1.3.3.2 ร้านค้ากึ่งถาวร

ลักษณะการใช้งานภายในร้านค้ามีความคล้ายคลึงกับร้านค้าถาวร ร้านค้าจะตั้งติดกับบริเวณทางเดินเท้าสาธารณะ พื้นที่ร้านจะอยู่ระดับเดียวกับทางเดินเท้า เพื่อสะดวกต่อการเข้าถึงภายในร้านค้า ระหว่างร้านค้าต่อร้านค้าจะนำตาข่ายเหล็ก ผ้าใบ กรงกกระดาศ หรือระแนงไม้ไผ่ กันระหว่างร้านค้า จึงไม่สามารถเข้าถึงภายในร้านค้าของอีกร้านได้ บริเวณหน้าร้านจะเปิดโล่งเป็นทางเข้าออกภายในร้าน และเห็นสินค้าได้ง่าย เมื่อปิดร้านจะนำตาข่ายหรือระแนงไม้ไผ่ ซึ่งปิดเป็นประตูเพื่อป้องกันมิจราจรเข้าภายในร้านค้า ช่วงเวลาที่มีแสงแดดหรือฝนตก ผู้ค้าจะนำร่มผ้าใบหรือผ้าใบออกมากางป้องกันแสงแดด และฝน ที่สามารถทำให้สินค้าเสียหายได้ การจัดพื้นที่ร้านค้ากึ่งถาวร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1) พื้นที่วางสินค้า

การใช้งานภายในร้านค้าผู้ค้าวางเรียงสินค้าสูงต่ำเรียงตามระดับการมองเห็น สามารถมองเห็นสินค้าได้อย่างทั่วถึง ภาชนะที่ใช้ใส่สินค้า เช่น กล่องโฟม ถังน้ำพลาสติกวางเรียงกัน บางร้านค้ามีการใช้ชั้นวางเหล็กเพื่อยกระดับสามารถหยิบจับสินค้าได้ง่ายและง่ายต่อการมองเห็นเลือกซื้อ ร้านค้าประเภทนี้มีการใช้งานภายในร้านค้าเป็น 3 แบบ คือ 1) พื้นที่ทางเดินกลาง ซ้ายและขวาวางขายสินค้า 2) พื้นที่ทางเดินซ้ายและขวา ตรงกลางวางขายสินค้า และ 3) พื้นที่ทางเดินซ้ายบริเวณขวาวางสินค้า หรือทางเดินขวาวางขายสินค้า



ภาพ 4-32 แผนผังการใช้งานภายในร้านค้าถึงถาวร

รูปแบบพื้นที่วางสินค้า ส่วนใหญ่ทางเดินภายในร้านจะเป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่วางสินค้าเข้ากับทางเดินหลักภายนอกร้านค้า การจัดรูปแบบภายในร้านขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ค้า

2) พื้นที่นั่งพักผู้ค้า

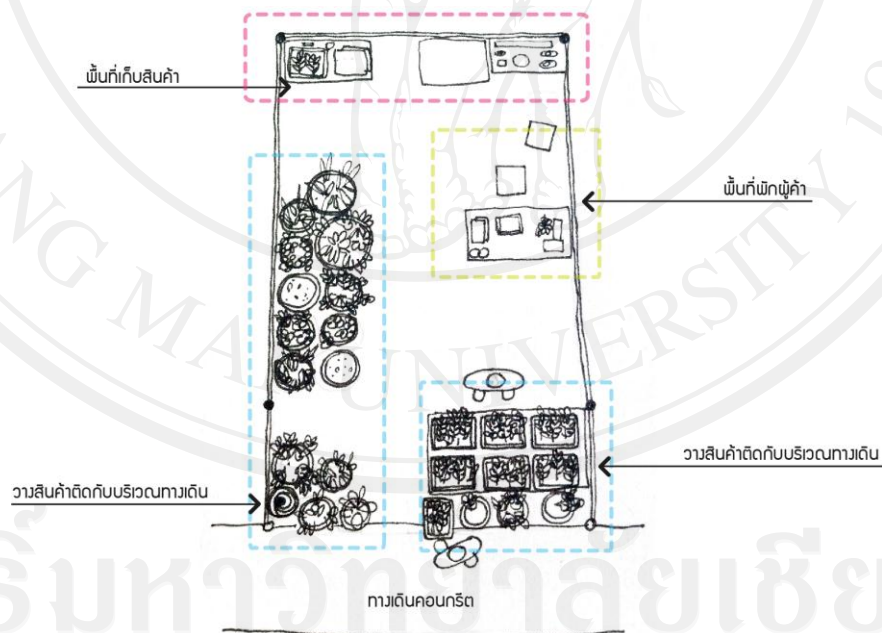
เป็นพื้นที่สำหรับนั่งขายของหรือบริเวณนั่งพักผู้ค้า ซึ่งอยู่บริเวณด้านหลังของพื้นที่วางสินค้านั่งเห็นผู้ซื้อง่าย สะดวกต่อการนำเสนอสินค้า การดูแลสินค้าและบริการหยิบของรับเงินจากผู้ซื้อ ผู้ค้าจะมีการนั่งรับประทานอาหาร ผู้ค้าบางรายจะมีเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ พัดลม ตู้เย็น เป็นต้น จะอยู่ในพื้นที่บริเวณนี้ พื้นที่นั่งพักจะเป็นศูนย์กลางเชื่อมระหว่างพื้นที่เก็บของและพื้นที่วางสินค้า โดยใช้ทางเดินภายในร้านเป็นตัวเชื่อมส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน หากผู้ค้าบางรายมีความสนิทสนมหรือมีการพูดคุยในระยะเวลาอันพอสมควรจะมีการพูดคุยกันบริเวณนี้

3) พื้นที่เก็บของ

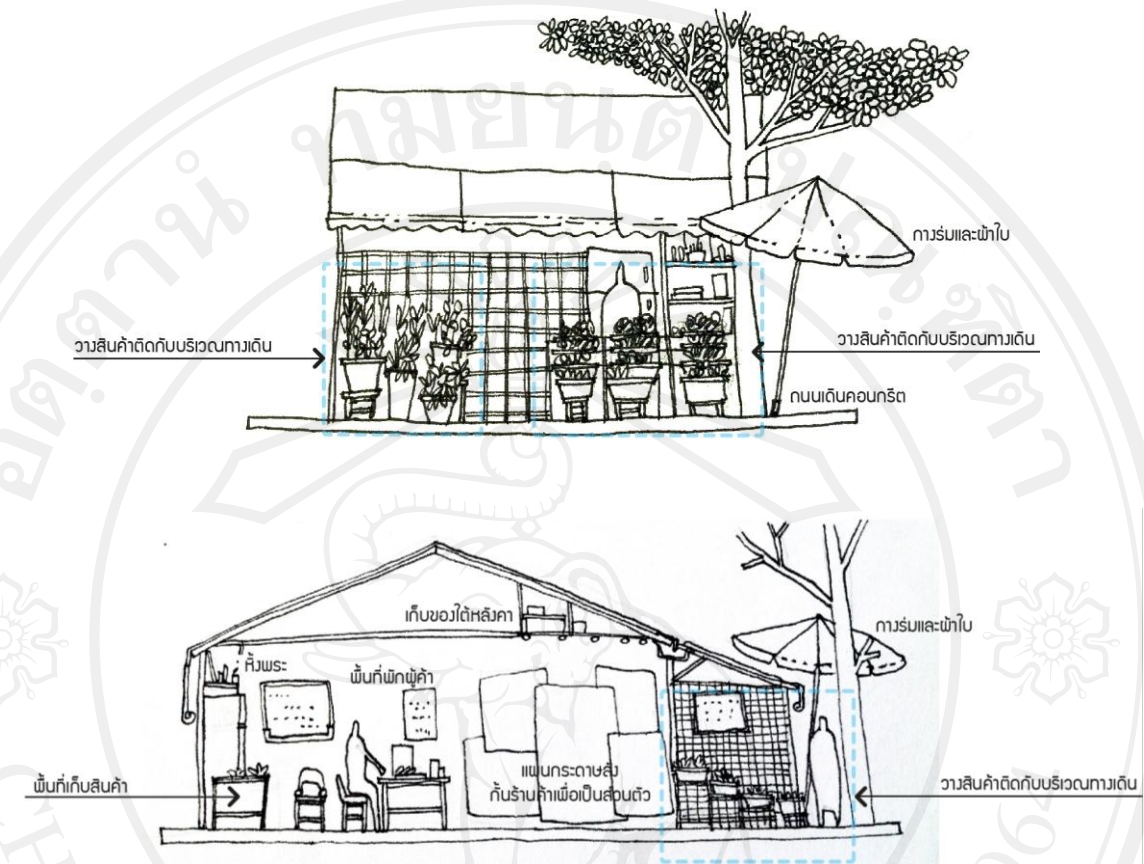
พื้นที่ส่วนนี้จะอยู่บริเวณส่วนหลังร้านค้า ผู้ค้าจะมีการเก็บสินค้าไว้ในกล่องโฟมหรือกล่องพลาสติกขนาดใหญ่เพื่อป้องกันสินค้าเสียหาย พื้นที่เก็บของใกล้กับบริเวณพื้นที่นั่งพักผู้ค้า ผู้ค้าบางรายมีการเก็บของบริเวณบนใต้หลังคา โดยนำไม้ไผ่หรือเหล็ก วางเป็นโครงแล้วนำแผ่นกล่องกระดาษวางและนำของต่างๆ วางเก็บได้ตามความต้องการของผู้ค้า



ภาพ 4-33 ร้านค้าพื้นที่กิ่งถาวร



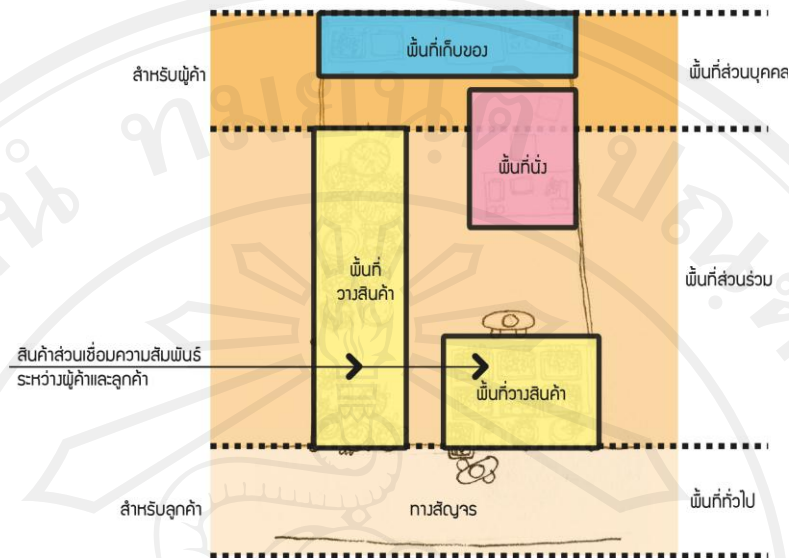
ถนนสาธารณะ



ภาพ 4-34 ร้านค้าถึงถาวร

จากการใช้งานร้านค้าถึงถาวร สามารถสรุปเป็นการใช้พื้นที่ของร้านค้าเป็น 3 ส่วน สัมพันธ์กัน ระหว่างพื้นที่ส่วนบุคคล พื้นที่ส่วนร่วม และพื้นที่ทั่วไป ดังนี้

- **พื้นที่ส่วนบุคคล** เป็นพื้นที่เก็บของ ของผู้ค้าพื้นที่นี้จะอยู่บริเวณด้านหลังของร้านค้า เป็นพื้นที่เชื่อมต่อจากพื้นที่นั่งพักผู้ค้า พื้นที่บริเวณนี้จะมีเฉพาะผู้ค้าเท่านั้นที่ใช้งาน ภายในพื้นที่ส่วนบุคคลนี้
- **พื้นที่ส่วนร่วม** เป็นส่วนตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อเข้าด้วยกัน โดยผู้ค้าเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า โดยใช้ทางเดินภายในร้านค้าเป็นตัวเชื่อมต่อพื้นที่ต่างๆ เข้าด้วยกัน หากผู้ใช้บริการพื้นที่บางรายมีการพูดคุยกับผู้ค้าโดยใช้ระยะเวลานานจะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันบริเวณพื้นที่นั่งของผู้ค้า
- **พื้นที่ทั่วไป** เป็นทางเดินสาธารณะผู้ซื้อจะเลือกดูสินค้าบริเวณพื้นที่นี้ หากพึงพอใจสินค้าจะทำการซื้อขายบริเวณพื้นที่ส่วนร่วมเลือกดูสินค้าที่ตนเองพอใจ



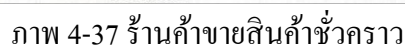
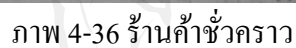
ภาพ 4-35 วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้ากิ่งฉวาง

4.1.3.3.3 ร้านค้าชั่วคราว

ร้านค้าประเภทนี้ตั้งอยู่บนทางเดินเท้า ผู้ค้าจะซื้อขายสินค้าบริเวณพื้นผิวถนน ซึ่งผู้ซื้อสามารถจอดซื้อสินค้าโดยไม่ต้องลงจากรถ ถ้าเป็นรถยนต์สามารถลดระดับกระจกเพื่อซื้อขายสินค้า และรถจักรยานยนต์สามารถจอดเลียบบริเวณหน้าร้านค้าเพื่อซื้อขายสินค้า ร้านค้าประเภทนี้หลังคาใช้เป็นโครงเหล็ก ยึดกับโครงสร้างสะพานลอยหรืออาคารข้างเคียง ค้ำยันออกมาเพื่อรับน้ำหนักผ้าใบที่ใช้ในการป้องกันแสงแดดและฝนตก ไม่มีผนังกั้นระหว่างร้านค้าเปิดโล่งหากัน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการก่อสร้างและราคาประหยัดวัสดุสามารถหาได้ง่ายตามท้องตลาด และเนื่องจากพื้นที่ร้านมีขนาดเล็ก จึงทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่อยู่ติดกับพื้นที่ถนน จึงต้องใช้ความรวดเร็วในการซื้อขายง่ายต่อการมองเห็น พื้นที่ระหว่างร้านค้าต่อร้านค้าเป็นทางเดินสามารถยืนขายได้อย่างใกล้ชิดบริเวณทางเดินระหว่างร้านค้า มีการจัดพื้นที่ของร้านค้าแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

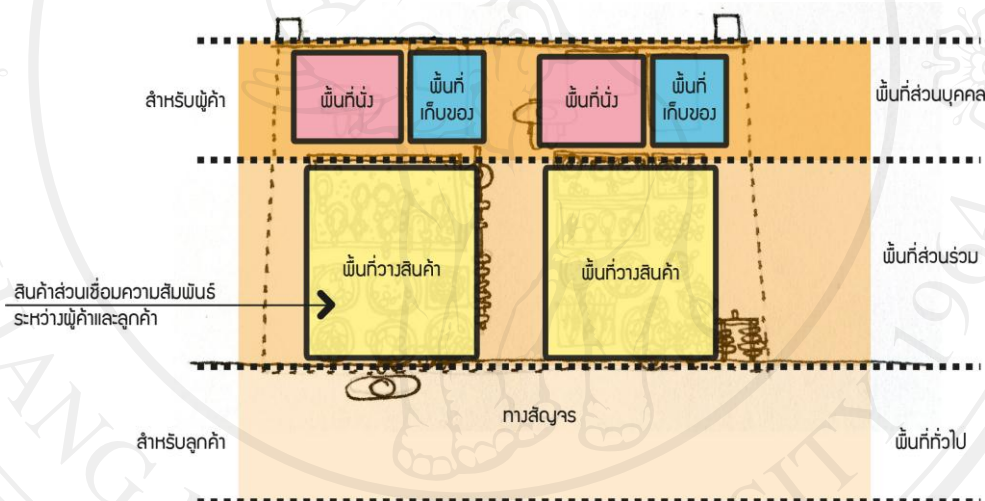
1) พื้นที่วางสินค้า

พื้นที่วางสินค้าอยู่เลียบบริเวณถนน ผู้ซื้อสามารถมองเห็นสินค้าได้ง่าย เมื่อสัญจรผ่านและพื้นที่มีขนาดเล็กจึงทำให้มีข้อจำกัดในการวางสินค้า ผู้ค้าจึงว่าสินค้าออกนอกทางเดินหรือถนน มีการแขวนสินค้าภายในร้านตามราวเหล็กบริเวณหน้าร้าน และมีภาชนะใส่สินค้า เช่น ถังน้ำ กล่องโฟม บนเก้าอี้ ชั้นวางของ หรือวางบนพื้นวางเท้า



จากรูปแบบร้านค้าชั่วคราว สามารถสรุปเป็นพื้นที่ภายในร้านค้าเป็น 3 ส่วน สัมพันธ์กัน ระหว่างพื้นที่ส่วนบุคคล พื้นที่ส่วนร่วม และพื้นที่ทั่วไป ดังนี้

- **พื้นที่ส่วนบุคคล** เป็นพื้นที่นั่งพักขายของผู้ค้า และพื้นที่เก็บของ พื้นที่นี้เป็นพื้นที่สำหรับผู้ค้าเท่านั้น
- **พื้นที่ส่วนร่วม** เป็นส่วนต่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อเข้าด้วยกัน โดยผู้ค้าเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า
- **พื้นที่ทั่วไป** เป็นทางเดินสาธารณะผู้ซื้อจะเลือกดูสินค้าบริเวณพื้นที่นี้ หากถูกใจสินค้า จะทำการซื้อขายบริเวณพื้นที่ส่วนร่วม และเป็นพื้นที่จ่อครกให้ผู้ซื้อสามารถจอดโดยไม่ต้องลงจากรถเพื่อซื้อขายสินค้า



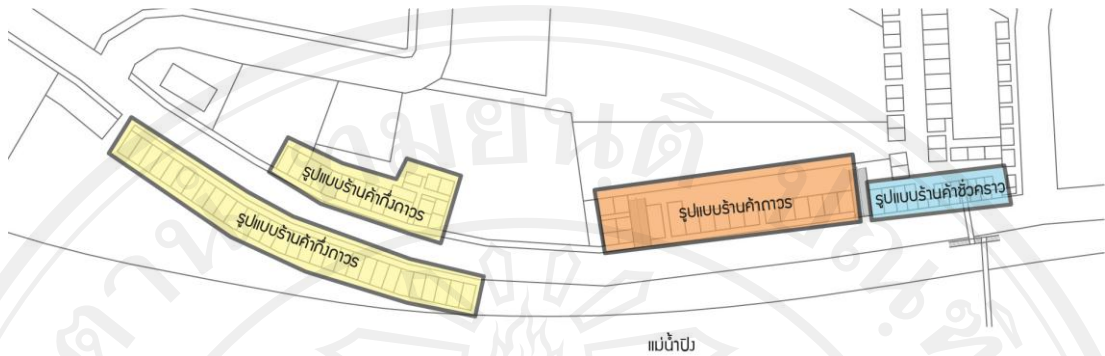
ภาพ 4-38 วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้าชั่วคราว

จากความคิดเห็นของผู้ค้าและผู้ซื้อ สามารถสรุปปัจจัยภายในตลาดจากวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมในตลาดดอกไม้ต้นลำไย มีคำถามวิจัยดังนี้

1) รูปแบบภายในร้านค้า

รูปแบบการค้าขายของร้านค้า

การสำรวจและบันทึกข้อมูลของการรูปแบบภายในร้านค้าที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและการค้าขายของผู้ค้าและผู้ซื้อ ทั้งหมด 3 รูปแบบ 1) ร้านค้าถาวร 2) ร้านค้ากึ่งถาวร และ 3) ร้านค้าชั่วคราว



ภาพ 4-39 แผนผังรูปแบบการค้าขายของร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

จากภาพ 4-39 แผนผังแสดงรูปแบบการค้าขายของร้านค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย แสดงผลได้ดังนี้

- 1) ร้านค้าส่วนมากเป็นรูปแบบร้านค้าถาวรเป็นส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบการค้าขายที่เกิดจากมีร้านค้าประเภทนี้จำนวนมากกว่าร้านค้าประเภทอื่น
- 2) ร้านค้ารูปแบบชั่วคราว จะเป็นร้านค้าที่ขายของประเภทพวงมาลัยดอกไม้ ร้านค้าประเภทนี้มีจำนวนร้านค้าน้อยกว่าประเภทอื่น
- 3) ร้านค้าทั้ง 3 รูปแบบ มีลักษณะการจัดวางรูปแบบร้านค้าใกล้เคียงกัน รวมทั้งพื้นที่วางสินค้าตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของร้านค้า ส่วนด้านหลังร้านค้าจะเป็นพื้นที่นั่งพัก และเก็บของ

รูปแบบการค้าขายภายในตลาด มีการจัดรูปแบบการค้าขายขึ้นอยู่กับสินค้าและพฤติกรรมการค้าขายของผู้ค้าในแต่ละประเภทสินค้า โดยผ่านประสบการณ์จากการค้าขาย เรียนรู้การใช้พื้นที่และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการค้าขายในสินค้าและพฤติกรรมการใช้ชีวิตในการค้าขายของผู้ค้าแต่ละบุคคล

รูปแบบการค้าขายของประเภทสินค้า สินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบการค้าขายที่แตกต่างกันดังนี้

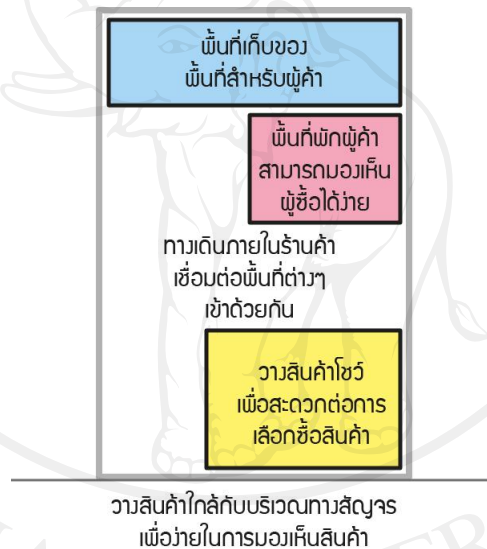
- รูปแบบร้านค้าถาวร ผู้ค้าสามารถจัดรูปแบบภายในร้านค้าตามต้องการ มีวัสดุที่มีความคงทนแข็งแรง ทนแดดทนฝนได้ดี
- รูปแบบร้านค้ากึ่งชั่วคราว มีพื้นที่ร้านค้าภายในสามารถจัดรูปแบบได้ตามแต่ความต้องการของผู้ค้าขาย โครงสร้างเสาหลักหลังคาผ้าใบ
- รูปแบบร้านค้าชั่วคราว ร้านค้าเปิดโล่งมีพื้นที่ในการค้าขายน้อย โครงสร้างหลังคาใช้กับโครงสร้างอาคารข้างเคียงเพื่อรับน้ำหนักผ้าใบป้องกันแสงแดดและฝนตก



ภาพ 4-40 แผนผังรูปแบบการค้าขายของประเภทสินค้า

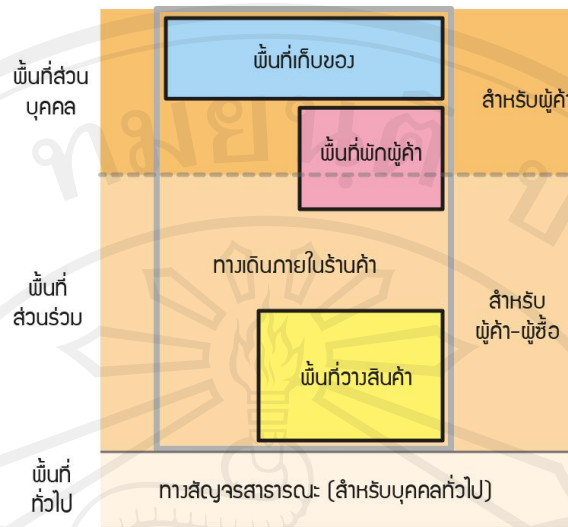
2) การจัดวาง

การจัดวางเพื่อสนองการค้าขาย การจัดวางพื้นที่ร้านค้าและการจัดวางสินค้าเพื่อตอบสนองต่อการค้าขายมากที่สุด คือผู้ซื้อสามารถมองเห็นและเลือกสินค้าภายในร้านค้าได้สะดวก เป็นที่พอใจมากที่สุด เพื่อสนองต่อการค้าขายให้ดีที่สุด



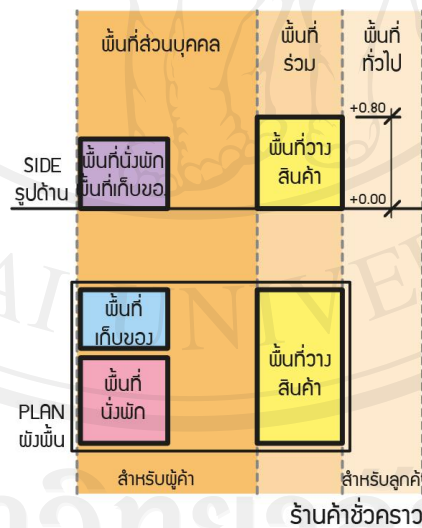
ภาพ 4-41 การจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย

การจัดวางเพื่อสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการพื้นที่ การจัดแบ่งพื้นที่ตามพฤติกรรมของผู้ค้าที่แบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ภายในพื้นที่สำหรับพื้นที่ของผู้ใช้บริการภายในตลาด คือ พื้นที่ส่วนบุคคล พื้นที่ส่วนร่วม และพื้นที่ทั่วไป

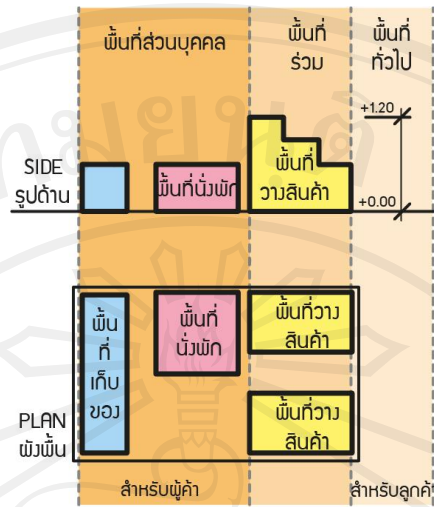


ภาพ 4-42 การจัดวางเพื่อสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการพื้นที่

ตัวกำหนดในการใช้งานภายในร้านค้า สามารถแบ่งประเภทตามการจัดวางร้านค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งแบ่งจากการใช้งานภายในร้านค้าที่การสนองต่อการค้าขายของผู้ค้าและผู้ซื้อ ทั้งหมด 3 รูปแบบ 1) ร้านค้าถาวร 2) ร้านค้ากึ่งถาวร 3) ร้านค้าชั่วคราว

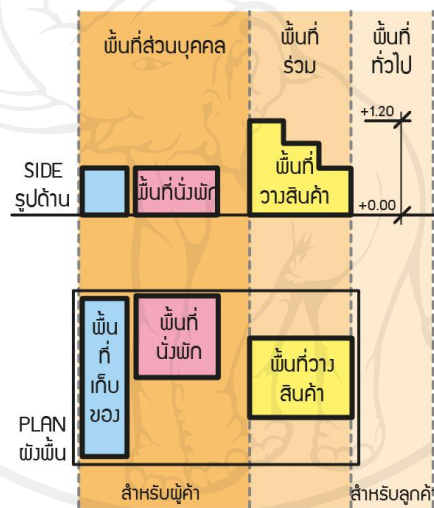


ภาพ 4-43 แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 1



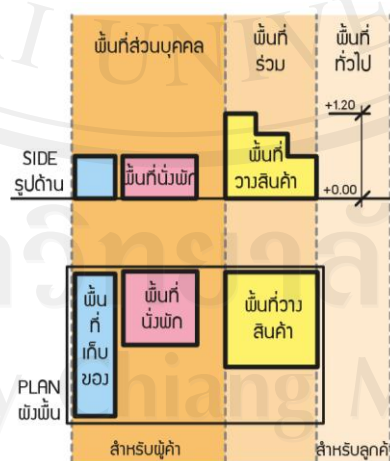
ร้านค้ากึ่งการ

พื้นที่ทางเดินกลาง ชายและขวาววางขายสินค้า



ร้านค้ากึ่งการ

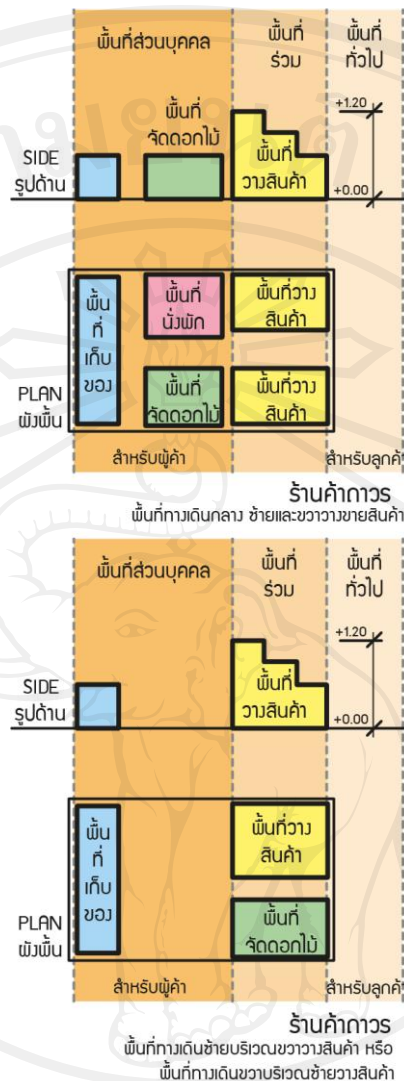
พื้นที่ทางเดินซ้ายและขวา ตรงกลางวางขายสินค้า



ร้านค้ากึ่งการ

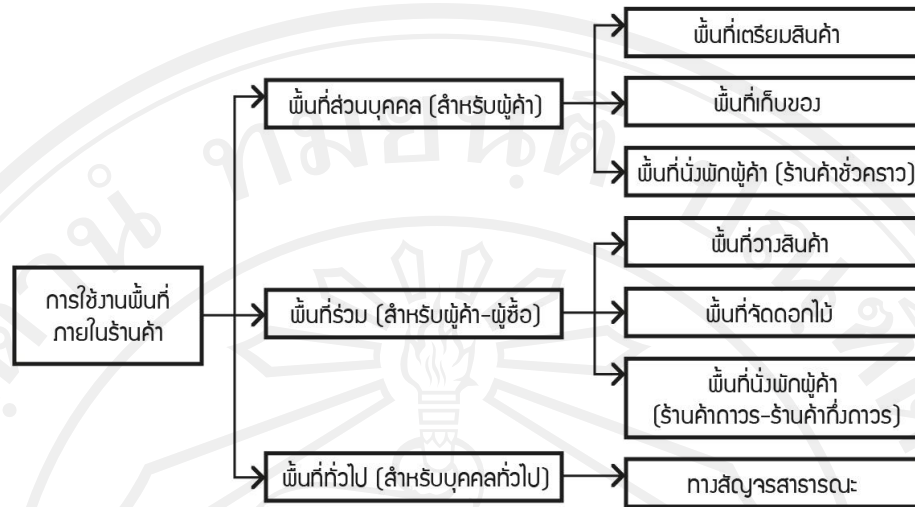
พื้นที่ทางเดินซ้ายบริเวณขวาววางสินค้า หรือ
พื้นที่ทางเดินขวาบริเวณซ้ายวางสินค้า

ภาพ 4-44 แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 2



ภาพ 4-45 แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 3

จากภาพแผนภูมิเปรียบเทียบร้านค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย ทั้งหมดสามารถสรุปรูปแบบ การจัดวาง และการใช้งานภายในร้านค้า ซึ่งนำมาสรุปการใช้งานภายในร้านค้าในแต่ละร้านประกอบไปด้วย 3 ส่วน 1) พื้นที่ส่วนบุคคล 2) พื้นที่รวม และ 3) พื้นที่ทั่วไป การใช้งานพื้นที่ภายในร้านค้าในแต่ละส่วนขึ้นอยู่กับการใช้งานของผู้ค้าและผู้ซื้อที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและการค้าขายของผู้ค้าและผู้ซื้อ



ภาพ 4-46 แผนภูมิสรุปการใช้งานพื้นที่ภายในร้านค้า

4.1.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน

4.1.4.1 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ภายในตลาด

ตลาดดอกไม้ต้นลำไย เป็นตลาดที่มีผู้คนมาใช้บริการภายในพื้นที่ทั้งผู้ค้าและผู้ซื้อเป็นจำนวนมากต่อวัน ซึ่งมีผู้คนจากหลากหลายพื้นที่ เข้ามาโดยมีจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพทางการค้าขาย การซื้อสินค้า สำหรับใช้ในการประกอบธุรกิจ หรือการพักผ่อน ผ่อนคลายเดินเล่นและพบปะผู้คนภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

กลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการพื้นที่ มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ค้าและกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีผลประโยชน์เอื้อต่อกันและกัน ในการหมุนเวียนการค้าระบบเศรษฐกิจและสังคม จากการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าการใช้บริการภายในตลาด จึงมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการภายในพื้นที่ คือ 4.1.4.1.1 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ และ 4.1.4.1.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า

4.1.4.1.1 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ

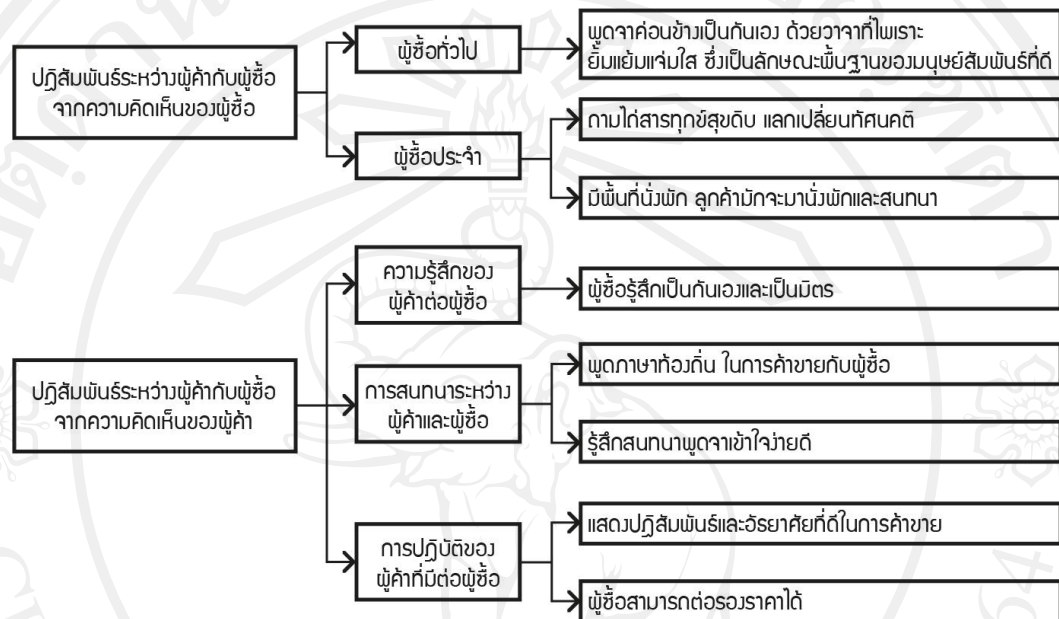
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ เกิดจากการมีกิจกรรมในการซื้อขายของร่วมกัน ผู้ค้ามีการเจรจาพูดคุยเป็นสื่อกลางในการค้าขายสินค้าแก่ผู้ซื้อ ส่วนผู้ซื้อต้องการเจรจาเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและ

ตรงตามความต้องการของตนเอง ในส่วนนี้แบ่งชุดข้อมูลคือ 1) จากการสัมภาษณ์ผู้ค้า และ 2) จากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อ มีรายละเอียดดังนี้

- 1) **จากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อ** จากการเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ซื้อ ในการปฏิสัมพันธ์ต่อผู้ค้า โดยกลุ่มผู้ซื้อสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้ซื้อทั่วไป และผู้ซื้อประจำ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ที่ต่างกัน ซึ่งมีดังนี้
 - **ผู้ซื้อทั่วไป** ผู้ค้าพูดจาค่อนข้างเป็นกันเอง ด้วยวาจาที่ไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ต่อผู้มาใช้บริการภายในร้านค้า ผู้ค้าบางร้านค้ามีการทักทายผู้ให้บริการเมื่อเดินผ่านร้านค้า แนะนำสินค้าแม้ไม่ได้ซื้อของภายในร้านค้าของตนเอง แต่มีร้านค้าบางส่วนไม่ค่อยได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ซื้อ เนื่องจากมีผู้ซื้อจำนวนมากจึงทำให้ดูแลไม่ทั่วถึง
 - **ผู้ซื้อประจำ** ผู้ค้าและผู้ซื้อประจำเมื่อพบปะกันมีการคุยถามไถ่สารทุกข์สุขดิบกันเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป แลกเปลี่ยนทัศนคติซึ่งกันและกัน เนื่องจากเป็นผู้ซื้อที่มาใช้บริการเป็นประจำและผู้ซื้อบางส่วนเป็นผู้ค้าภายในตลาด จึงทำให้บางร้านค้าที่มีพื้นที่นั่งพักผู้ค้า ผู้ซื้อมักจะมานั่งพักและสนทนากัน ในพื้นที่บริเวณนี้จึงกลายเป็นพื้นที่ในการนั่งพบปะกันระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้ออีกด้วย
- 2) **จากการสัมภาษณ์ผู้ค้า** จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่มผู้ค้าเพื่อให้ได้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ สามารถแบ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อได้ 3 ข้อ ได้แก่ ความรู้สึกของผู้ค้าต่อผู้ซื้อ การสนทนาระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ และการปฏิบัติของผู้ค้าที่มีต่อผู้ซื้อ
 - **ความรู้สึกของผู้ค้าต่อผู้ซื้อ** ส่วนใหญ่ผู้ซื้อมีความรู้สึกเป็นกันเองและเป็นมิตร ในการให้บริการของผู้ค้าขายแก่ผู้ให้บริการ เนื่องจากการแสดงกริยาในการค้าขายที่ดูใจดี ค่อนข้างยิ้มแย้มแจ่มใสและแนะนำสินค้า ความรู้สึกส่วนใหญ่เป็นไปในทางบวก อาจเนื่องจากรูปแบบสังคมชุมชนที่มีความเป็นกันเอง เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันและกัน
 - **การสนทนาระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ** ผู้ค้ามีการพูดคุยแนะนำสินค้าแก่ผู้ให้บริการ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองเสมือนเป็นคนภายในพื้นที่ การพูดจាកันจึงเป็นไปในรูปแบบที่ดูเป็นกันเองเป็นไปตามสภาพปรกติของวิถีชีวิต พูดคุยกันเหมือนเป็นเพื่อนหรือญาติ มีการสนทนาพูดภาษาพื้นถิ่นในการค้าขายกับผู้ซื้อ ทำให้การค้าขายรู้สึกสนทนาพูดจាកันเข้าใจง่าย

- การปฏิบัติของผู้ค้าที่มีต่อผู้ซื้อ ผู้ค้ามีการค้าขายที่แสดงปฏิสัมพันธ์และอริยาสัยที่ดีในการค้าขาย ทำให้กลุ่มผู้ซื้อและผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกว่าได้มาในพื้นที่แปลกสถานที่ที่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้เป็นกันเอง

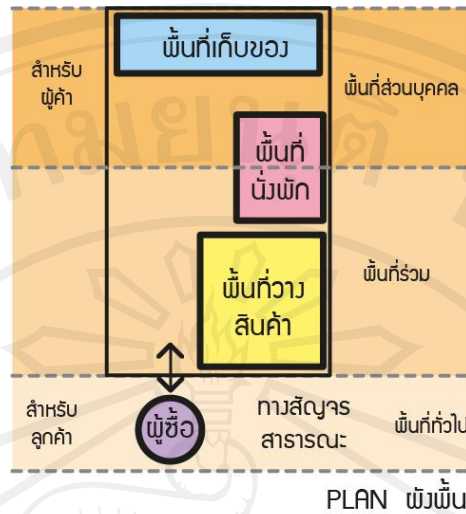
สรุปผลการศึกษาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ สามารถสรุปได้ดังภาพ 4-47 ดังนี้



ภาพ 4-47 แผนภูมิปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ

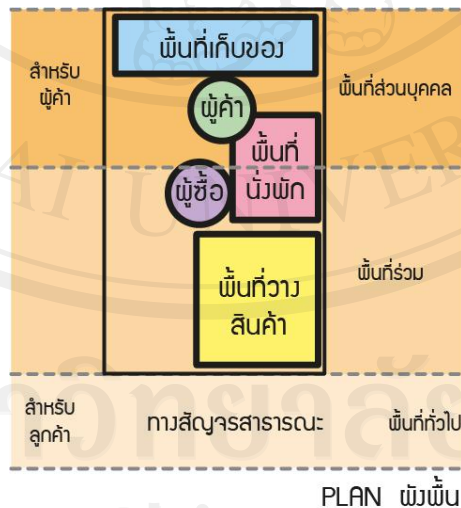
โดยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ ภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ค้ากับผู้ซื้อทั่วไป 2) ผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ

- 1) ผู้ค้ากับผู้ซื้อทั่วไป ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อทั่วไป เป็นมาตรฐานของผู้ค้าที่แสดงปฏิสัมพันธ์และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ซื้อที่มาใช้บริการ เพื่อให้สามารถค้าขายสินค้าภายในร้านค้าได้ ซึ่งจากองค์ประกอบเชิงกายภาพที่การจัดวางพื้นที่ร้านค้าที่จัดติดกัน ทำให้อบอุ่นทำให้ผู้ซื้อรู้สึกความเป็นหนึ่งเดียวกับพื้นที่ ไม่กลายเป็นคนแปลกหน้าสำหรับพื้นที่ จึงทำให้ผู้ซื้อมีความรู้สึกที่ดีและเป็นกันเองต่อพื้นที่



ภาพ 4-48 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อทั่วไป ภายในตลาด

- 2) **ผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ** ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ มีความสนิทสนมจากการเจอกันเป็นประจำจนรู้จักกันหรือรู้จักแต่เดิม การซื้อขายจึงเป็นไปตามปกติ แต่มีสิ่งเพิ่มเติมขึ้นมาคือ พื้นที่ในส่วนนั่งพักอยู่กันภายในร้านค้า ซึ่งผู้ซื้อสามารถเข้ามานั่งพูดคุยบริเวณพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าได้ และกลายเป็นพื้นที่จุดพบกันระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำด้วยกัน ในการพักผ่อนหรือสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน



ภาพ 4-49 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ ภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย

4.1.4.1.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า

ผู้ค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย ที่ทั้งหมดประมาณ 90 ร้านค้า จากหลากหลายพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนและอำเภอใกล้เคียง ผู้ค้าขายภายในตลาด มีอยู่ 2 ประเภท คือ ผู้ค้าภายในชุมชน และผู้ค้าเร่ขายสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าได้ 3 กลุ่ม ตามการรู้จักกันของผู้ค้า คือ 1) ผู้ค้าที่มีความสัมพันธ์ก่อนการค้าขายสินค้าในตลาดแห่งนี้ 2) ผู้ค้าที่สร้างความสัมพันธ์จากการค้าขายสินค้าภายในตลาด และ 3) ผู้ค้าที่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าอื่นๆ

1) ผู้ค้าที่มีความสัมพันธ์ก่อนการค้าขายสินค้าที่ตลาดแห่งนี้

ผู้ค้าขายมีความสัมพันธ์ รู้จักกันมาก่อนการค้าขายสินค้าที่ตลาด ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าภายในชุมชน มีความสัมพันธ์กันก่อนการค้าขายภายในตลาด เช่น เป็นสามีภรรยา มาจากครอบครัวเดียวกัน มาจากหมู่บ้านเดียวกัน หรือเป็นเพื่อนกัน แล้วชักชวนกันมาค้าขายที่ตลาดแห่งนี้ โดยที่มีความสนิทสนม รู้จักกัน มีความคุ้นเคยกัน ซึ่งจะตั้งร้านค้าอยู่บริเวณใกล้กัน หรือตั้งอยู่ในร้านค้าเดียวกันแบ่งพื้นที่กันเช่า ส่วนหนึ่งมาจากหมู่บ้านเดียวกัน ซึ่งรู้จักกันอยู่แล้ว มีกิจกรรมภายในหมู่บ้านก็ร่วมงานกัน เมื่อมาค้าขายในพื้นที่เดียวกัน จึงแทบไม่ต้องทำความรู้จักกันเนื่องจากรู้จักสนิทสนมกันแต่ก่อนการค้าขายสินค้าที่ตลาดแห่งนี้

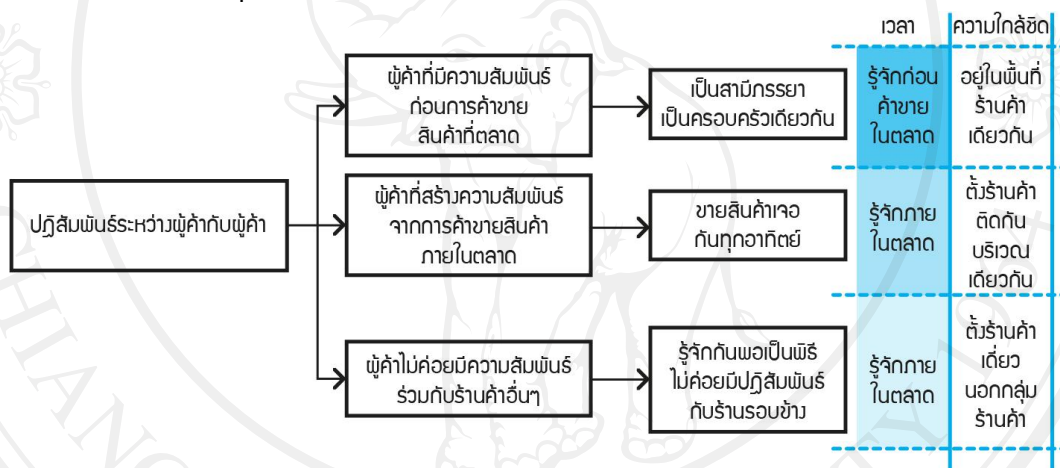
2) ผู้ค้าที่สร้างความสัมพันธ์จากการค้าขายสินค้าภายในตลาด เป็นความรู้สึกจากผู้ค้ากันเองภายในพื้นที่ตั้งร้านค้าใกล้กัน แสดงความรู้สึกของความสนิทสนมกัน มีการหยอกล้อเล่นกัน หมั่นผู้ค้าด้วยกัน ซึ่งเกิดจากการที่มาประกอบวิชาชีพค้าขายทุกวัน และตั้งร้านค้าใกล้กัน จึงเกิดความสนิทสนม พูดคุย การตั้งร้านค้าใกล้กัน เจอหน้ากันตลอดในช่วงการค้าขาย เมื่อผู้ซื้อไม่ค่อยมี ก็สนทนาระหว่างร้านค้าใกล้เคียงกัน การพูดจาในเรื่องประเภทสินค้าการค้าขายเหมือนกัน ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการค้าขายภายในตลาดแห่งนี้และพบปะกันทุกวัน เปรียบเสมือนพื้นที่ทำงานร่วมกันที่จะต้องแสดงความรู้สึก และสร้างความคุ้นเคยระหว่างกันเพื่อการดูแลกันและกันในร้านค้าใกล้เคียงเปรียบเสมือนญาติพี่น้อง

3) ผู้ค้าที่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าอื่นๆ ส่วนมากเป็นผู้ค้า ที่มีร้านค้าคนละประเภทและร้านค้าอยู่ห่างกัน ไม่ค่อยมีเวลาในการสร้างความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์กับร้านค้าอื่น ร้านค้ามีพื้นที่กว้างที่ต้องดูแล ซึ่งภายในพื้นที่ร้านค้า มีพนักงานที่ต้องดูแลและสามารถสนทนาร่วมกันได้ ผู้ค้ากลุ่มนี้มักจะทำความรู้จักพอเป็นพิธี เพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์เบื้องต้นกับร้านค้าใกล้เคียง

จากการสัมภาษณ์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากเจอกันทุกวัน ในการขายสินค้าภายในตลาด ก่อให้เกิดความสนิทสนมและทำความรู้จักคุ้นเคยกัน รองลงมาผู้ค้าขายเป็นครอบครัวหรือสามีภรรยาด้วยกันอยู่แล้ว จึงต้องสร้างความสัมพันธ์มากมายและการที่ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้เคียงกันหรืออยู่ในบริเวณพื้นที่เดียวกัน ทำให้ต้องเจอหน้ากันตลอดทั้งช่วงเวลาค้าขายที่ตลาดแห่งนี้ทำให้มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในการพูดจาสนทนาระหว่างกัน

สรุปการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้าภายในตลาด

จากผลการศึกษาในส่วนปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้าภายในตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย เพื่อตอบคำถามวิจัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในตลาดและความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้



ภาพ 4-50 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า

การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้าขึ้นอยู่กับเวลาที่ทำความรู้จักกันและพื้นที่ตั้งร้านค้า ซึ่งการทำความรู้จักเกิดขึ้นภายในพื้นที่ ส่วนใหญ่เกิดจากการขายสินค้าเจอกันทุกวัน และการตั้งร้านค้าติดกัน หรืออยู่ในบริเวณเดียวกัน ทำให้มีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ในการค้าขายร่วมกันในส่วนร้านค้าที่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าอื่น เนื่องจากการตั้งร้านค้าขนาดใหญ่มีพื้นที่ในการดูแลกว้าง จึงไม่ค่อยได้สร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าอื่น

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าด้วยกัน เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในชุมชน เพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในพื้นที่ตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย

สรุปลักษณะของร้านค้าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพ เกิดขึ้นโดยคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

- ความต้องการของผู้ค้าและผู้ซื้อเป็นสำคัญ
- การใช้งานเหมาะสมตามพฤติกรรมผู้ใช้งาน
- ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่
- มนุษย์สัมพันธ์ที่กระหว่างผู้ใช้งานภายในพื้นที่

ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นทั้งจากการสังเกตและสัมภาษณ์พบรูปแบบปฏิสัมพันธ์เฉพาะดังนี้

- บริการดี เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส
- แลกเปลี่ยนทัศนคติซึ่งกันและกัน
- เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันและกัน เหมือนเป็นเพื่อนหรือญาติ
- พูดจาภาษาพื้นถิ่น พูดจาเข้าใจกันง่าย
- สามารถต่อรองราคาสินค้าได้
- มีพื้นที่นั่งคุยกันภายในร้านค้า ซึ่งผู้ซื้อสามารถเข้ามานั่งภายในร้านค้าได้กลายเป็นพื้นที่พบปะกันระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ
- มีการค้าขายนานจนผูกพัน รู้จักกันก่อนขายค้าภายในตลาด เช่นเป็นญาติกัน มาจากหมู่บ้านเดียวกัน หรือเป็นเพื่อนกัน

แนวคิดการพัฒนาตลาดของเจ้าของตลาด

จากการสัมภาษณ์เจ้าของตลาดดอกไม้ต้นลำไย เฉา ภูพลับ หัวหน้ากลุ่มงานเทศกิจเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่ามีแนวความคิดที่จะพัฒนาตลาดและอนุรักษ์ตลาดให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และส่งเสริมภูมิทัศน์ของเมืองเชียงใหม่ในความคิดเจ้าของตลาด แนวความคิดในการพัฒนาตลาด “เป็นศูนย์กลางของตลาดดอกไม้” ซึ่งเป็นความคิดเห็นตรงกับบางส่วนของผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาจากงานวิจัยนี้ในการส่งเสริมภูมิทัศน์ตลาดดอกไม้ต้นลำไย เจ้าของตลาดมีแนวทางดังต่อไปนี้

- ดูแลตลาดในรูปแบบของตลาดเฉพาะดอกไม้ พัฒนาทีละขั้นเป็นลำดับตามกำลังทรัพย์ที่มี
- การปกครองภายในตลาดเป็นเหมือนพี่เหมือนน้อง เป็นที่พึ่งพา ดูแลและช่วยเหลือกันไปทั้งให้พื้นที่ค้าขายและให้พื้นที่สร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน

- สภาพแวดล้อมภายในตลาด ไม่ได้บังคับรูปแบบในการตกแต่งภายในร้านค้า ไม่ได้กำหนดการจัดวางพื้นที่ภายในร้านค้า ความสูงหรือรูปแบบใด ๆ แต่ให้ขึ้นอยู่กับความสะดวกกับผู้ค้าตามสะดวกในการใช้งานและความสามารถของแต่ละบุคคล แต่ต้องอยู่ภายในพื้นที่ค้าขายของตน ไม่ให้เอาเปรียบกัน ล้ำเกินเข้ามาในพื้นที่ถนน เนื่องจากเป็นพื้นที่สาธารณะ
- การพัฒนาตลาด เช่น การเก็บขยะตามช่วงเวลา การทำรางระบายน้ำ พื้นที่จอดรถ ถนนทางเดินภายในตลาดที่มีการสัญจร เพื่อสะดวกต่อการเดินและขนถ่ายสินค้า

จะเห็นว่าเจ้าของตลาดมีการดูแล จัดการกันเองโดยคนภายในตลาด ตามสภาพความเป็นอยู่อย่างพอเพียง มีการพัฒนาเป็นส่วนไปตามกำลังทรัพย์โดยไม่ได้ติดยึดรูปแบบ แต่ให้กำหนดหรือปรับเปลี่ยนตามความต้องการของผู้ค้าขายแต่ละร้านค้าให้เหมาะสมกับบริบทหรือสภาพแวดล้อมของพื้นที่ตั้งร้านค้า ทั้งรูปแบบการปกครองและการจัดพื้นที่ที่ไม่ได้กำหนดตายตัวชัดเจน เจ้าของตลาดต้องการที่จะส่งเสริมรูปแบบความเป็นตลาดกลางของชุมชนให้สามารถดำรงอยู่ต่อไปภายใต้การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย แนวคิดส่งเสริมภูมิทัศน์ของเจ้าของตลาดนี้มีส่วนสำคัญในการรักษาความสวยงามภูมิทัศน์ภายในตลาดให้ดำรงอยู่ได้มาถึง 30 กว่าปี โดยไม่มีการสูญเสียความสวยงามภูมิทัศน์ภายในตลาด อาจกล่าวได้ว่า การสร้างและดำรงอยู่ของตลาดดอกไม้ต้นลำไยผ่านกาลเวลา ปัจจัยต่าง ๆ ส่วนหนึ่งเกิดมาจากความเข้าใจในสภาพแวดล้อมพื้นที่ถิ่นของเจ้าของตลาดและผู้ใช้ที่เป็นคนพื้นที่ด้วยกัน

สรุป

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 สามารถสรุปองค์ประกอบได้เป็น องค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม ภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย ได้ดังนี้

ผู้ค้าส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเจ้าของสวนซึ่งอยู่อำเภอรอบนอก เดินทางมาค้าขายภายในตลาดโดยการรถบรรทุกเป็นหลัก ทำการค้าขายเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี และมีความผูกพันกับพื้นที่และเห็นว่าทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมสำหรับค้าขาย ส่วนผู้ซื้อมีหลากหลายประเภททั้งจากเชียงใหม่ พื้นที่ใกล้เคียงและนักท่องเที่ยว มีทั้งผู้ซื้อประจำและขาจร เหตุผลที่มาใช้บริการเนื่องจากเป็นตลาดที่มีชื่อด้านการเป็นตลาดเฉพาะสำหรับซื้อขายดอกไม้ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ประเด็นกายภาพเกี่ยวกับทำเลของตลาดที่เป็นศูนย์กลาง และการเป็นแหล่งค้าขายเฉพาะอย่าง รวมทั้งประเด็นประวัติศาสตร์ การค้าขายแต่อดีต เครือข่ายความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาด

การแบ่งพื้นที่ ใช้วิธีแบ่งตามประเภทของสินค้าเป็นหลัก โดยมีประเภทของสินค้า 5 ประเภท ได้แก่ 1) ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก 2) ร้านรับจัดดอกไม้ 3) ร้านขายอุปกรณ์สำหรับใช้ในการจัดดอกไม้ 4) ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย และ 5) ร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดื่ม ซึ่งแสดงถึงความเป็นตลาดเฉพาะอย่างได้เป็นอย่างดี การแบ่งพื้นที่ทั้งหมดสามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ตามประเภทของพื้นที่ คือ 1) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหน้าตลาด 2) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนกลางตลาด และ 3) พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหลังตลาด โดยมีพื้นที่เชื่อมต่อที่สำคัญ คือ เส้นทางสัญจรทั้ง ทางถนนและทางเท้า โดยร้านค้าจะขายสินค้าเลียบกับถนน ซึ่งมีปัญหาด้านการจราจรกีดขวางการจราจรบางช่วงเวลาและการขายของล้ำทางเดินเท้า และอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นตลาดดอกไม้ ได้แก่ การเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลายทั้งวัน โดยช่วงที่มีการ ใช้งานหนาแน่นได้แก่ ช่วงเวลา เช้า เย็นและกลางคืน

รูปแบบของร้านค้า มีสามรูปแบบคือ ร้านค้าชั่วคราว ร้านค้าถาวร และ ร้านค้ากึ่งถาวร ลักษณะแต่ละแบบมีจุดร่วมคือคำนึงถึง ความทนทานเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สามารถใช้งานได้คุ้มค่าและมีต้นทุนไม่สูงนัก ความแตกต่างของลักษณะร้านค้ายังขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องทุน เช่น ผู้ค้าเลือกสร้างร้านค้าในรูปแบบถาวร เพื่อการจัดแฉสินค้าได้สะดวก ปลอดภัย ควบคุมง่าย ส่วนผู้ค้าไม่ต้องการลงทุนในส่วนการสร้างร้านค้า ร้านค้าจึงเป็นในรูปแบบชั่วคราว เพื่อการจัดเก็บเคลื่อนย้ายสะดวก และไม่ต้องลงทุนในส่วนนี้มากนัก

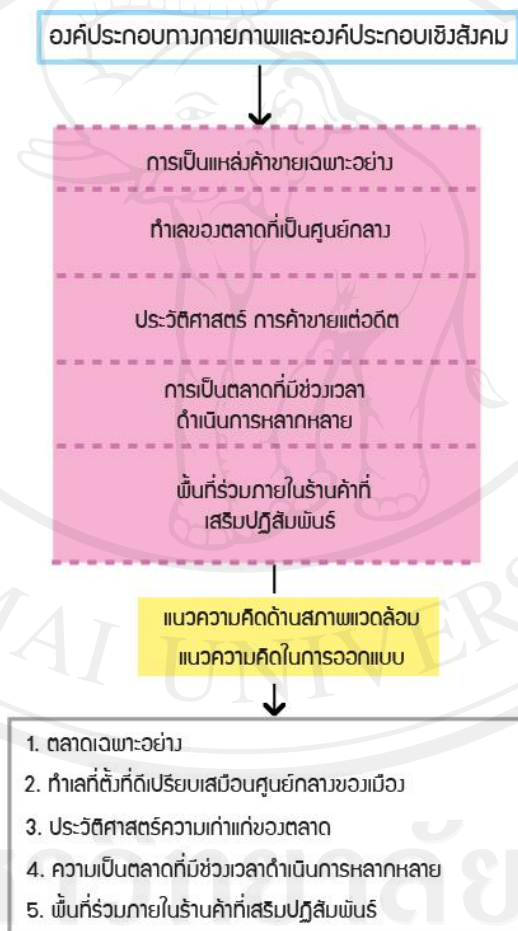
การใช้งานและจัดวางในร้านค้า ในร้านถาวรจะจัดเพื่อตอบสนองให้เอื้อการค้าขาย ลูกค้าสามารถเดินเข้ามาเลือกซื้อหยิบจับได้ง่าย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี เช่น มีร่มเงา อากาศถ่ายเทได้ดี โดยมีลักษณะเด่นในการจัดวางคือ การเชื่อมพื้นที่รวมภายในร้านค้าที่เสริมปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ค้าขายและทางเดินในร้าน ซึ่งสนับสนุนทั้งการขายและการสร้างปฏิสัมพันธ์

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน พบว่า ผู้ค้าและผู้ซื้อจำนวนมากใช้ตลาดในแง่ของการพบปะพูดคุย ในลักษณะของสังคมชุมชนที่มีความเป็นกันเอง เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับการจัดวางพื้นที่ ที่เอื้อให้เกิดปฏิสัมพันธ์นี้ เช่น ผู้ค้าที่รู้จักกันหรือสนิทสนมกัน ก็จะตั้งสินค้าใกล้กัน ในทำนองเดียวกันร้านค้าตั้งอยู่ใกล้เคียงกันก็ทำให้ผู้ค้ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในภายหลังด้วย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในกลุ่มชนเพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดเช่นกัน

เมื่อนำข้อมูลภาคสนาม พบว่าลักษณะเด่นองค์ประกอบที่จะเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาตลาดจึงมีลักษณะเฉพาะของตลาดดอกไม้ต้นลำไย ซึ่งมีด้วยกัน 5 ประการ ได้แก่

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

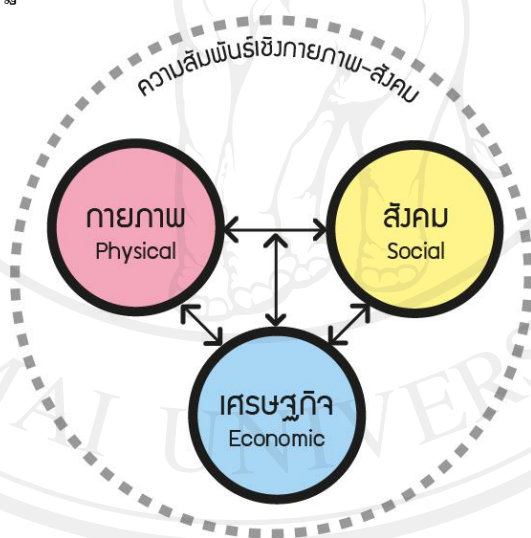
ดังแสดงได้ในแผนภูมิที่ 4-53



ภาพ 4-51 แผนภูมิลักษณะเด่นองค์ประกอบที่จะเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาตลาด

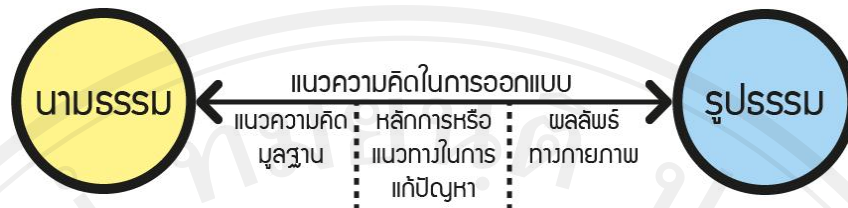
4.2 แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อม กายภาพตลาดดอกไม้ต้นลำไย เชียงใหม่

จากการศึกษาทางกายภาพและทางสังคมที่พบทั้งหมดที่แสดงคุณสมบัติเฉพาะที่ทำให้ตลาดเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อระบบองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคมในชุมชน ซึ่งผลที่ได้พบในตลาดดอกไม้ต้นลำไยนั้นมีผลสอดคล้องกับวรรณกรรมที่กล่าวไว้ในหัวข้อความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคม ของ Oranratmanee (2008) ที่กล่าวว่าพื้นที่ที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคมภายใต้ สังคม วัฒนธรรม พื้นที่นั้นตั้งอยู่ ความสัมพันธ์นี้ได้สร้างความหมายเฉพาะทำให้พื้นที่นั้นต่างจากพื้นที่อื่น งานวิจัยนี้ได้เชื่อมโยงมิติทางสังคม เศรษฐกิจ ในการศึกษาเชิงกายภาพและสังคมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพของตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย และมิติทางสังคมที่ก่อให้เกิดเป็นตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจที่พบนี้เป็นกลไกสำคัญในการก่อให้เกิดเอกลักษณ์ของตลาดที่เกิดขึ้นภายใต้การเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับผลของการวิจัยของ Oranratmanee (2008) เรื่องความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ของสภาพแวดล้อมตลาด



ภาพ 4-52 แนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ

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

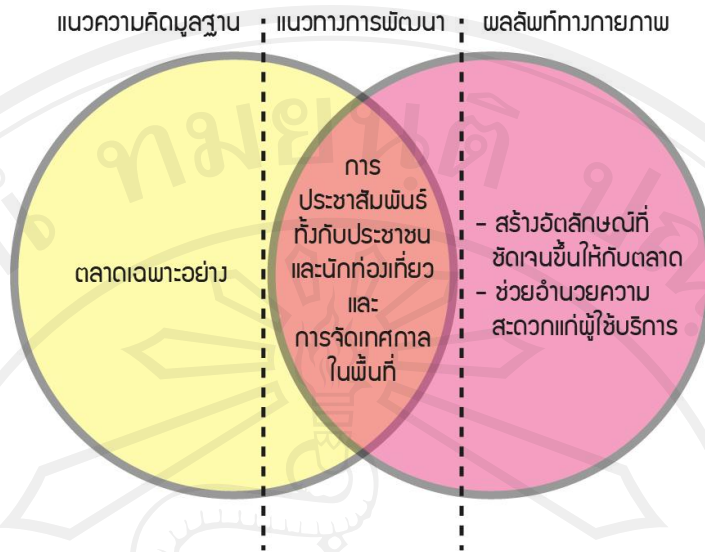


ภาพ 4-53 แนวความคิดในการออกแบบ

4.2.1 แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดควรเป็นไปในทิศทางใด จึงจะสัมพันธ์และเหมาะสมกับองค์ประกอบในเชิงพื้นที่และสังคม จึงนำมาวิเคราะห์ที่ละเอียดประณีตแล้วเสนอผลลัพธ์ แล้วนำมาสรุปรวมแนวทางทั้งหมดอีกครั้ง สรุปได้ดังนี้

1) ตลาดเฉพาะอย่าง

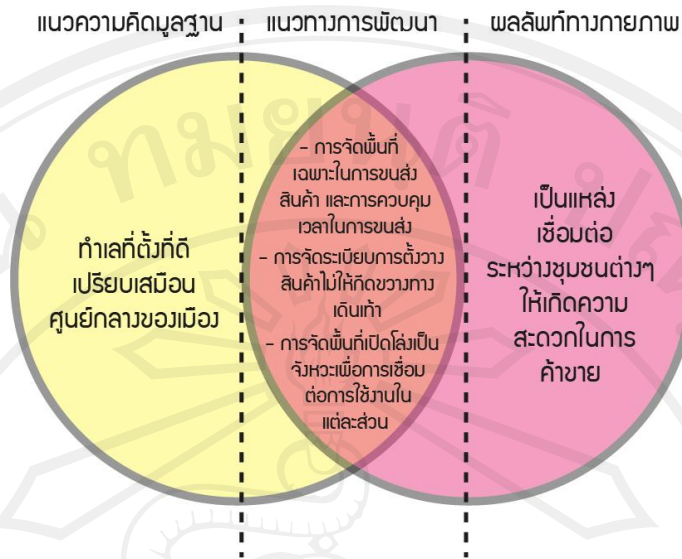
พื้นที่ในส่วนพื้นที่ขายสินค้าเกี่ยวกับตลาดเฉพาะอย่างถือเป็นลักษณะเฉพาะที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้คนรู้จักตลาดแห่งนี้ เนื่องจากมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นและเป็นหนึ่งในตลาดดอกไม้ไม่กี่แห่งที่หลงเหลืออยู่ ตลาดดอกไม้ยังเป็นส่วนที่ทำรายได้สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ การพัฒนาโดยเน้นความเป็นตลาดเฉพาะอย่าง จะช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของตลาดให้สืบต่อไป เช่น การสนับสนุนให้เกิดการขายดอกไม้ในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างความเข้าใจในการสืบทอดวัฒนธรรมการค้าขาย การใช้การสื่อสารทางสภาพแวดล้อมที่จะสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนขึ้นให้กับตลาดและช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ทั้งกับประชาชนและนักท่องเที่ยว และการจัดเทศกาลในพื้นที่ เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะสามารถเพิ่มมูลค่ารายได้ภายในตลาดได้แล้ว ยังสร้างให้เกิดความรับรู้ถึงความสำคัญในแง่การเป็นตลาดดอกไม้ของเมืองเชียงใหม่ได้อีกด้วย



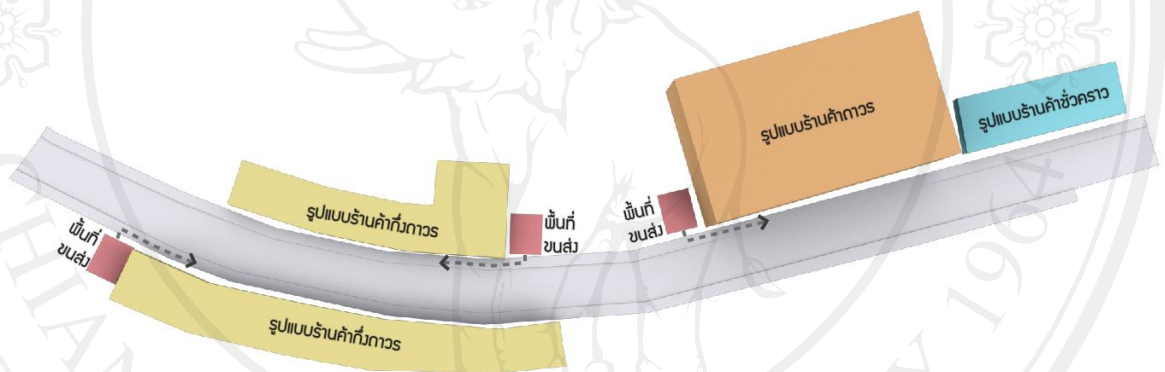
ภาพ 4-54 แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมตลาดเฉพาะอย่าง

2) ทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง

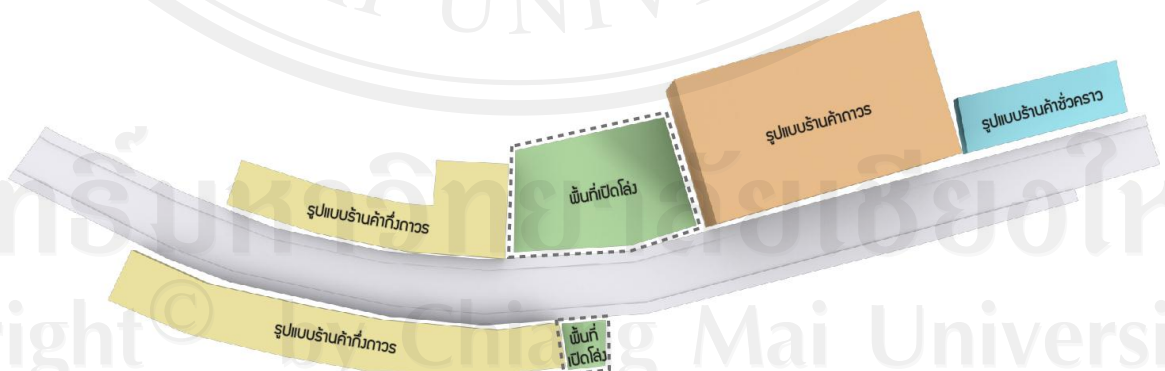
จุดเด่นของตลาดดอกไม้คือการเป็นทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางร่วมของชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นพื้นที่ที่สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการได้จำนวนมากและหลากหลายในการซื้อขายสินค้าเฉพาะอย่าง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่หาได้ยาก การพัฒนาตลาดโดยใช้แนวคิดทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง จะสามารถส่งเสริมศักยภาพที่มีอยู่แล้วให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น การที่ตลาดดอกไม้ในปัจจุบันมีที่ตั้งที่อยู่ศูนย์กลางของเมืองอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และการคมนาคมสะดวก มีสถานีรถที่สามารถเดินทางเข้าออกต่างอำเภอและจังหวัดใกล้เคียง จึงทำให้เป็นแหล่งเชื่อมต่อระหว่างชุมชนต่างๆ ให้เกิดความสะดวกในการค้าขาย ดังนั้นแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้จึงควรคงซึ่งทำเลที่ตั้งดั้งเดิมนี้ไว้ โดยมีการแก้ไขปัญหาการสัญจรที่ติดขัดในบางช่วงเวลาที่มีการขนส่งสินค้า การซื้อขายสินค้า และการขายของค้าทางเดินเท้า จะช่วยแก้ไขปัญหา เช่น การจัดพื้นที่เฉพาะในการขนส่งสินค้า และการควบคุมเวลาในการขนส่งเพื่อไม่กีดขวางทางสัญจรทางถนนและบริเวณทางเท้าหน้าร้านค้า การจัดระเบียบการตั้งวางสินค้าไม่ให้กีดขวางทางเดินเท้า การพัฒนาทางเดินเท้าให้สามารถเดินสัญจรทางเดินเท้าได้สะดวก การจัดพื้นที่เปิดโล่งเป็นจังหวะเพื่อการเชื่อมต่อการใช้งานในแต่ละส่วน เพื่อลดความแออัด และสร้างความสะดวกสบายในการสัญจรให้มากขึ้น



ภาพ 4-55 แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง



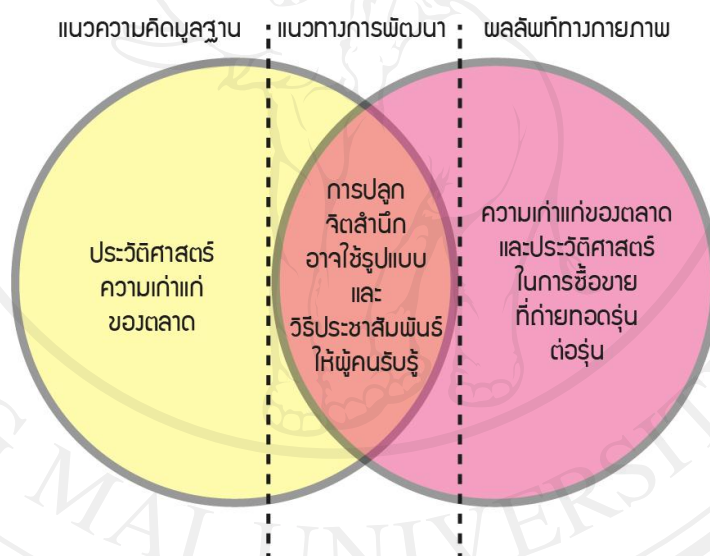
ภาพ 4-56 แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลาย
การจัดพื้นที่เฉพาะในการขนส่งสินค้า



ภาพ 4-57 แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมการจัดพื้นที่เปิดโล่งเป็นจังหวะเพื่อการเชื่อมต่อการใช้งานในแต่ละส่วน

3) ประวัติศาสตร์ความเก่าแก่ของตลาด

แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับประวัติและความเก่าแก่ของตลาด คือ ความเก่าแก่ของตลาดและประวัติศาสตร์ในการซื้อขายที่ถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่นที่แทรกภายในตลาด เป็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นสังคมเกษตรกรรม วัฒนธรรมการซื้อขาย ซึ่งคนรุ่นหลังภายในพื้นที่เริ่มไม่ทราบและให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้ ในการส่งเสริมวัฒนธรรมทางความเก่าแก่ของพื้นที่ให้คงอยู่ แนวทางในการปลูกจิตสำนึกอาจใช้รูปแบบและวิธีประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนรับรู้ในข้อที่แล้ว ด้วยการให้การสื่อสารทางสภาพแวดล้อม สื่อถึงความสำคัญ ประวัติความเป็นมาของตลาดเติบโตขึ้น รวมถึงการสร้างความรู้เข้าใจถึงการสืบทอด (Transmission) วัฒนธรรมการค้าขายจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นองค์ความรู้ภายในพื้นที่ศูนย์รวมชุมชนได้ เป็นแนวทางหนึ่งในการดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้อยู่กับชุมชนมากขึ้น ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปทำกินที่อื่น

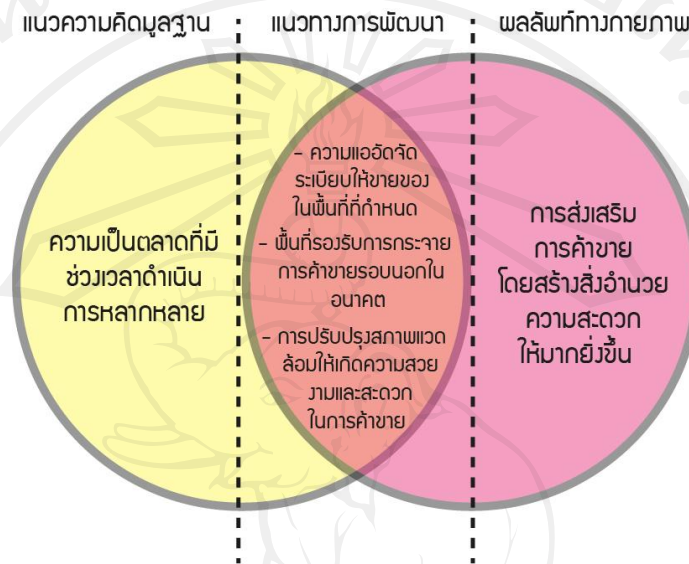


ภาพ 4-58 แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมประวัติศาสตร์ความเก่าแก่ของตลาด

4) ความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลาย

ตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยมีจุดเด่นคือ มีช่วงเวลาการเปิดบริการตลอดเวลา 24 ชั่วโมง และมีกิจกรรมที่หลากหลายแต่ละช่วงเวลา ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้ค้าได้เป็นอย่างดี โดยมีความหนาแน่นของการใช้งาน เวลา เช้า เย็นและกลางคืนเป็นหลัก การเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่จะค่อนข้างสะดวกสบายทั้งทางถนนและทางเท้า แต่ก็ยังมีปัญหาบางประการที่ต้องพัฒนาอาจมีการส่งเสริมการค้าขายโดยสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากยิ่งขึ้น มีการแก้ไขปัญหาความแออัดจัดระเบียบให้ขายของในพื้นที่ที่กำหนด และพื้นที่รองรับการกระจายการค้าขายรอบนอกในอนาคต การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เกิดความสวยงามและสะดวกในการค้าขาย โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์

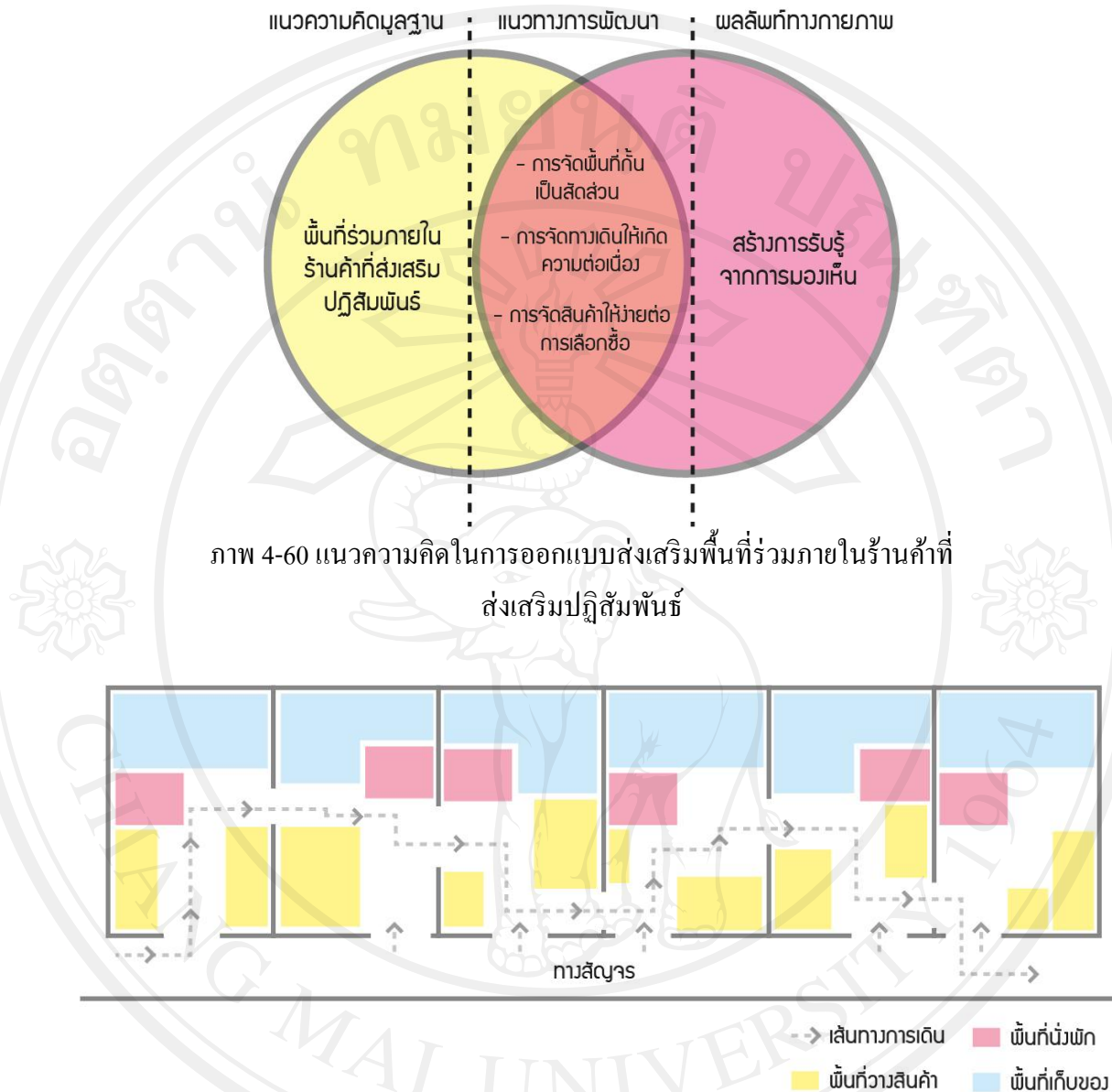
เดิม เช่น มีการให้ร่มเงา มีพื้นที่ป้องกันแสงแดด การออกแบบร้านค้าให้มีอากาศถ่ายเทและสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีการจัดระเบียบการค้าขายให้สะอาดเรียบร้อย ให้เหมาะสมแก่การเป็นส่วนกลางของเมือง โดยใช้วัสดุที่ทนทาน เหมาะกับสภาพแวดล้อมและต้นทุนที่ไม่มากนัก



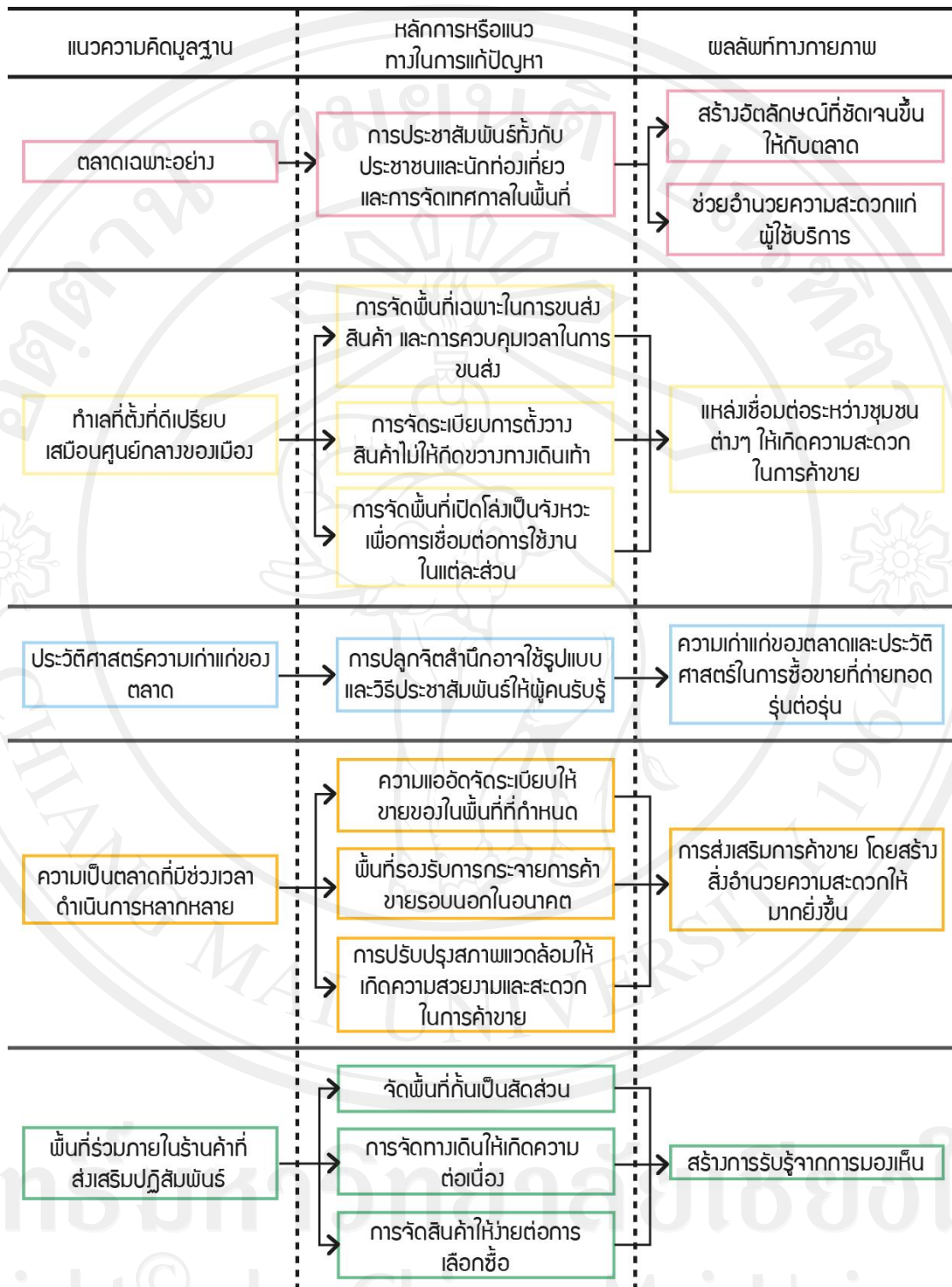
ภาพ 4-59 แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลา
ดำเนินการหลากหลาย

5) พื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์

เอกลักษณ์ของการจัดวางพื้นที่ค้าขายในปัจจุบัน ก่อให้เกิดพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ และผู้ค้ากับผู้ค้าเป็นอย่างดี ซึ่งควรสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาต่อไป เช่น การเชื่อมโยงพื้นที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ภายในและภายนอกร้านค้า การจัดพื้นที่ค้าขายให้มีความต่อเนื่องการสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้ค้า-ผู้ซื้อ และผู้ค้า-ผู้ค้า รวมถึงการเพิ่มพื้นที่ที่จะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมภายในสังคมเพื่อเป็นศูนย์รวมชุมชนทั้งสำหรับผู้ให้บริการ และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานภายในพื้นที่ให้เหนียวแน่นยิ่งขึ้น มีขอบเขตของพื้นที่ส่วนบุคคลที่สามารถรับรู้จากการมองเห็น มีพื้นที่กันเป็นสัดส่วน ควรมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ เช่น การจัดทางเดินให้เกิดความต่อเนื่องในการเดิน การจัดสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ มีการวางสินค้าบนชั้นวางสินค้าระดับสูงต่ำตามการมองเห็น ไม่ควรวางกระจาดกระจายบริเวณพื้นร้านค้า มีพื้นที่ทางเข้าออกภายในร้านที่คล่องตัว เป็นต้น



ภาพ 4-61 แผนผังแนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ การจัดทางเดินให้เกิดความรู้สึกต่อเนื่อง

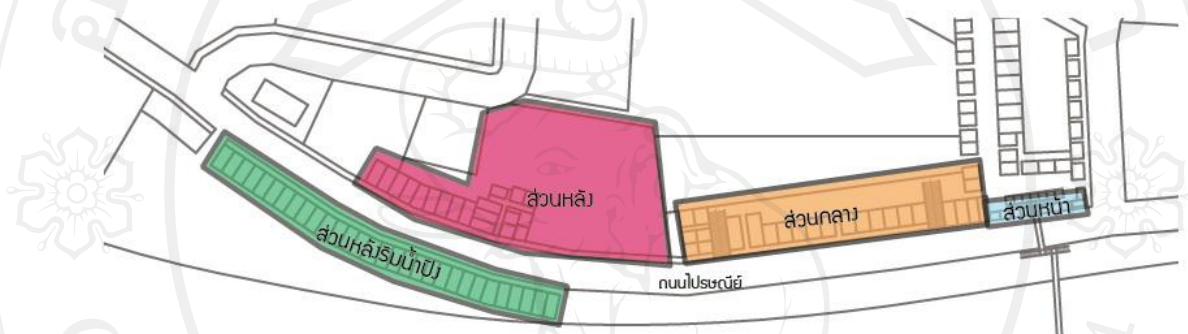


ภาพ 4-62 สรุปผลแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้ต้นตำโงตามวัตถุประสงค์ที่ 2

4.2.2 สรุปแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้ต้นลำไย

แนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้แห่งนี้ให้คงเป็นตลาดกลางที่สำคัญไปพร้อมกับการพัฒนาให้เป็นสภาพแวดล้อมริมแม่น้ำหน้าเมืองที่ส่งเสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่ เป็นแนวทางแก้ตลาดพื้นที่อื่นตามวัตถุประสงค์ที่ 2 สรุปผลตามแนวทางการพัฒนาและกรอบการออกแบบสภาพแวดล้อมของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532) ได้ดังนี้

จากการศึกษาที่พบประเด็นความสำคัญของพื้นที่พบว่าแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือพื้นที่ส่วนหน้า พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนหลังและพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง ดังนี้



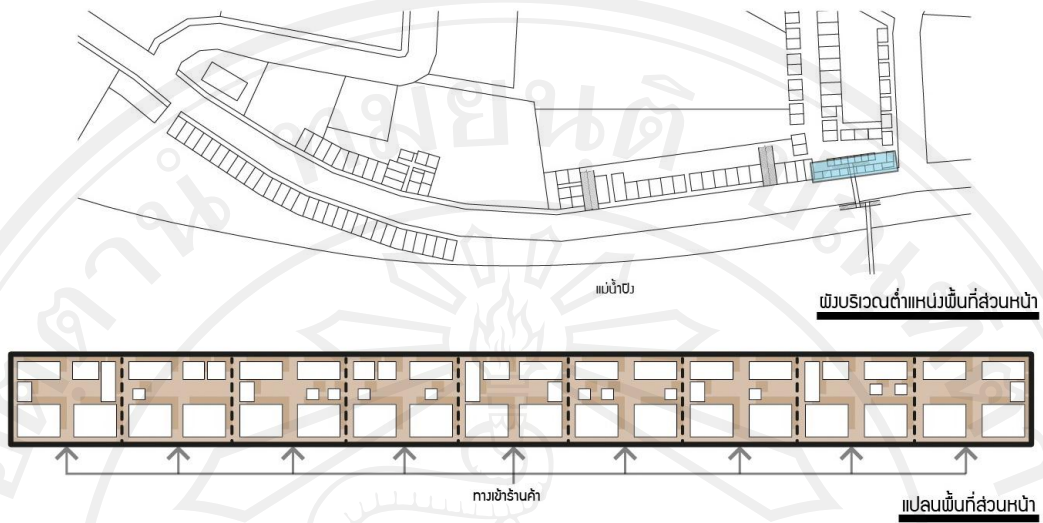
	ส่วนหลัง, ส่วนหลังริมแม่น้ำปิง กลุ่มผู้ค้าเดิมตอนกึ่งตลาด	ส่วนกลาง กลุ่มผู้ค้าใหม่บริเวณข้ามใหม่	ส่วนหน้า กลุ่มผู้ค้าเดิมตอนกึ่งตลาด
การแบ่งประเภทของสินค้า	ร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการจัดดอกไม้ ร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องดับ	ร้านรับจัดดอกไม้ ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย	ร้านขายดอกไม้พวงมาลัย
รูปแบบลักษณะอาคาร	 อาคารกึ่งถาวร ลักษณะรูปแบบก่อสร้างมีระยะวาง รวดเร็ว มีความทนทานเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สามารถใช้งานได้คุ้มค่าและมีต้นทุนไม่สูง มากนัก	 อาคารถาวร เนื่องจากร้านค้าขายสินค้าเกี่ยวกับการ จัดดอกไม้จึงต้องการพื้นที่ภายในร้านค้าที่กว้าง มีพื้นที่จัดดอกไม้ และเก็บของอุปกรณ์ต่างๆ มีการใช้วัสดุที่ทนทาน และแข็งแรง ด้านค่า ใช้จ่ายในการเช่ามีราคาแพงกว่าร้านค้าแบบอื่น	 อาคารชั่วคราว รูปแบบร้านค้าประเภทนี้ มีพื้นที่ใช้สอยที่ แคบ ไม่ค่อยมีพื้นที่มากนัก ใช้ในการเก็บ ดอกและฟองได้ สะดวกรวดเร็วในการก่อสร้าง ราคาประหยัด
สังคมคนในท้องที่	เป็นคนในพื้นที่ชนบท มีการปลูกอง และนำขายเอมภายในตลาด	คนในพื้นที่ชุมชนเมือง รับดอกไม้จาก ร้านขายปลีกและส่งดอกไม้ภายในตลาด	เป็นคนในพื้นที่ชนบท ส่วนใหญ่ซื้อดอกไม้ นำมาร้อยพวงมาลัยขายเอมภายในตลาด
ประวัติศาสตร์พื้นที่	พื้นที่พัฒนาต่อมาจากพื้นที่ส่วนหน้า	พื้นที่พัฒนาต่อมาจากพื้นที่ส่วนหน้า	พื้นที่เริ่มตั้งแต่เริ่มมีการค้าขาย ซึ่งเป็น รูปแบบร้านค้าเดิมตอนกึ่งตลาด

ภาพ 4-63 สรุปแผนภูมิจากการวิเคราะห์ความสำคัญและการใช้งานพื้นที่ในรายละเอียดของตลาด
ดอกไม้ต้นลำไย

พื้นที่ส่วนหน้า เป็นพื้นที่ที่กลุ่มผู้ค้าเริ่มมาขายตั้งแต่การก่อตั้งตลาดดอกไม้แห่งนี้ ขายเกี่ยวกับดอกไม้พวงมาลัย ลักษณะอาคารเป็นอาคารชั่วคราว รูปแบบร้านค้าประเภทนี้มีพื้นที่การใช้งานภายในร้านค้าที่แคบกว่าราคาประเภทอื่น ไม่ต้องลงทุนมากนัก ใช้ในการป้องกันแดดและฝนตกได้ สะดวกรวดเร็วในการก่อสร้าง ราคาประหยัด สังกมภายในพื้นที่นี้ส่วนใหญ่เป็นคนที่ชนบท ซื้อมาจากพื้นที่ขายปลีกและส่งดอกไม้ภายในตลาด นำมาร้อยพวงมาลัยขาย

เนื่องจากพื้นที่บริเวณส่วนหน้าเป็นพื้นที่ ที่มีจำนวนผู้ซื้อที่มาก และสะดวกในการซื้อขายกว่าพื้นที่บริเวณอื่น พื้นที่บริเวณนี้จึงมีความสำคัญไม่น้อยกว่าพื้นที่บริเวณอื่นๆ พื้นที่บริเวณนี้มีความสกปรก ไม่เป็นระเบียบ รูปแบบอาคารไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทำให้ไม่สวยงาม จึงควรพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมการค้าให้สามารถเป็นพื้นที่รองรับผู้ให้บริการภายในตลาด ควรจัดพื้นที่ร้านค้าให้มีความสวยงาม โดยทำการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่ให้เกิดความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และจัดรูปแบบร้านค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน





ทัศนียภาพพื้นที่ส่วนหน้า
ก่อนการปรับปรุง



ทัศนียภาพพื้นที่ส่วนหน้า
หลังการปรับปรุง

ภาพ 4-64 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหน้า

พื้นที่ส่วนกลาง เป็นพื้นที่ที่กลุ่มผู้ค้าหมุนเวียนเข้ามาใหม่ พื้นที่นี้มีการพัฒนาหลังจากพื้นที่ส่วนอื่น ร้านค้าส่วนใหญ่ขายเกี่ยวกับร้านรับจัดดอกไม้ และราคาดอกไม้แพงมาลัยอยู่ปะปราย รูปแบบลักษณะอาคารถาวร เนื่องจากร้านค้าบริเวณนี้ขายเกี่ยวกับการจัดดอกไม้จึงต้องการพื้นที่ภายในร้านค้าที่กว้าง มีพื้นที่จัดดอกไม้ และเก็บวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ใช้วัสดุอาคารที่คงทนถาวร แข็งแรง ด้านค่าใช้จ่ายในการเช่ามีราคาแพงกว่าร้านค้าในส่วนอื่น สังคมคนในพื้นที่ซึ่งเป็นชุมชนเมือง

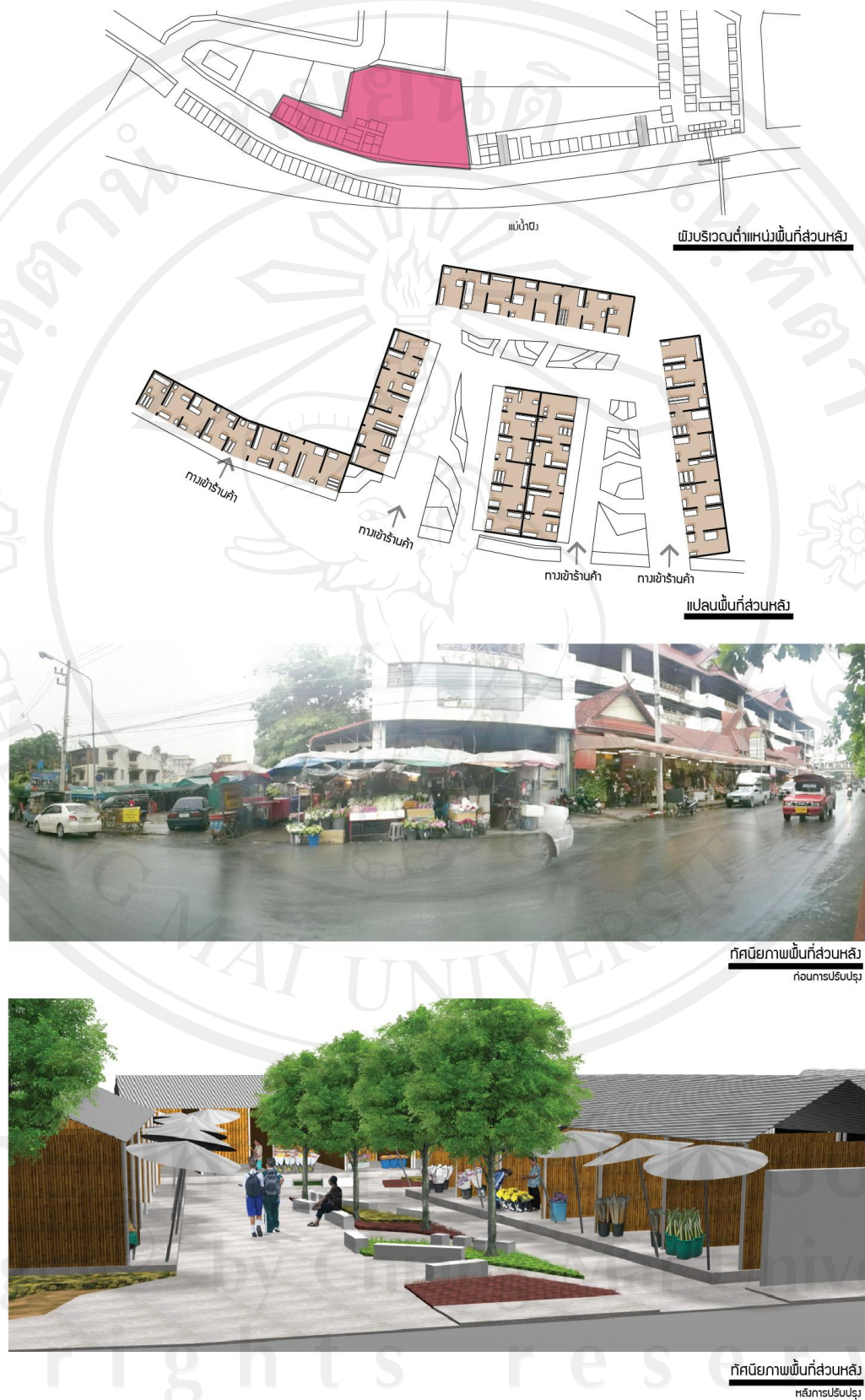
เนื่องจากรูปแบบร้านค้าเป็นร้านค้าถาวร มีความแข็งแรงทนต่อสภาพอากาศได้ดีกว่าร้านค้ารูปแบบอื่น ผู้ค้าเป็นกลุ่มที่หมุนเวียนเข้ามาค้าขายใหม่ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้ารู้จักกันแบบผิวเผิน การค้าขายภายในพื้นที่ระหว่างร้านค้าขาดความรู้สึกเชื่อมต่อเนื่อง จึงไม่ขาดความอบอุ่นและขาดสนิทสนมของผู้ค้าภายในพื้นที่ส่วนกลางนี้ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ในพื้นที่บริเวณนี้เกิดความรู้สึกอบอุ่นละเป็นกันเอง จึงควรเพิ่มการเชื่อมโยงพื้นที่ภายในร้านค้า การจัดพื้นที่ค้าขายให้มีความต่อเนื่องในการเดินเลือกซื้อสินค้า และสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้ให้บริการพื้นที่ ให้เกิดความรู้สึกสนิทสนม สร้างการรับรู้จากทางมองเห็น มีพื้นที่กันเป็นสัดส่วน สร้างพื้นที่ทางเข้าออกภายในร้านค้าให้เกิดความคล่องตัว ผู้ให้บริการพื้นที่เกิดความรู้สึกที่เป็นกันเอง รักใคร่ปรองดองกันภายในพื้นที่



ภาพ 4-65 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง

พื้นที่ส่วนหลังและพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง พื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ที่กลุ่มผู้ค้าเริ่มมาขาย ตั้งแต่การก่อตั้งตลาดดอกไม้ มีการเริ่มค้าขายร้านค้าพร้อมกับบริเวณร้านค้าส่วนหน้า พื้นที่บริเวณนี้มีการค้าขายที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ ขายเกี่ยวกับร้านขายส่งและปลีกไม้ตัดดอก ร้านขายดอกไม้ พวงมาลัย ร้านขายอุปกรณ์สำหรับการจัดดอกไม้ และร้านขายของชำสินค้าเบ็ดเตล็ดและเครื่องเค็ม รูปแบบลักษณะอาคารเป็นอาคารกึ่งถาวร ลักษณะรูปแบบก่อสร้างง่ายสะดวก รวดเร็วมีความทนทานเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สามารถใช้งานได้คุ้มค่าและมีต้นทุนไม่สูงมากนัก สังคมคนในท้องที่เป็นคนในพื้นที่ชนบท มีการปลูกเองแล้วนำมาขายเองภายในตลาด

พื้นที่ส่วนนี้มีจำนวนร้านค้ามากกว่าพื้นที่อื่น จึงเกิดความแออัดบริเวณพื้นที่ขาดความมีระเบียบ เนื่องจากร้านค้าบริเวณนี้อยู่สองฝั่งถนนจึงมีการปรับปรุงพัฒนาย้ายให้ไปอยู่บริเวณพื้นที่ว่าง ควรปรับปรุงรูปแบบอาคารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันสร้างอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมให้ชัดเจน เกิดความรู้สึกระบายในการค้า จัดระเบียบการจัดวางสินค้าไม่ให้กีดขวางทางสัญจร พัฒนาทางเดินเท้าให้สามารถสัญจรได้สะดวก มีพื้นที่สำหรับนั่งพักผ่อนหย่อนใจ เพิ่มบรรยากาศที่ร่มรื่นเพิ่มร่มเงาเพื่อป้องกันแสงแดด และปรับปรุงพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำปิงเป็นพื้นที่สาธารณะสามารถออกกำลังกาย เดินเล่น พักผ่อนหย่อนใจและสามารถเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมต่างๆได้ เพื่อลดความแออัดในพื้นที่ เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในชุมชน



ภาพ 4-66 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหลัง

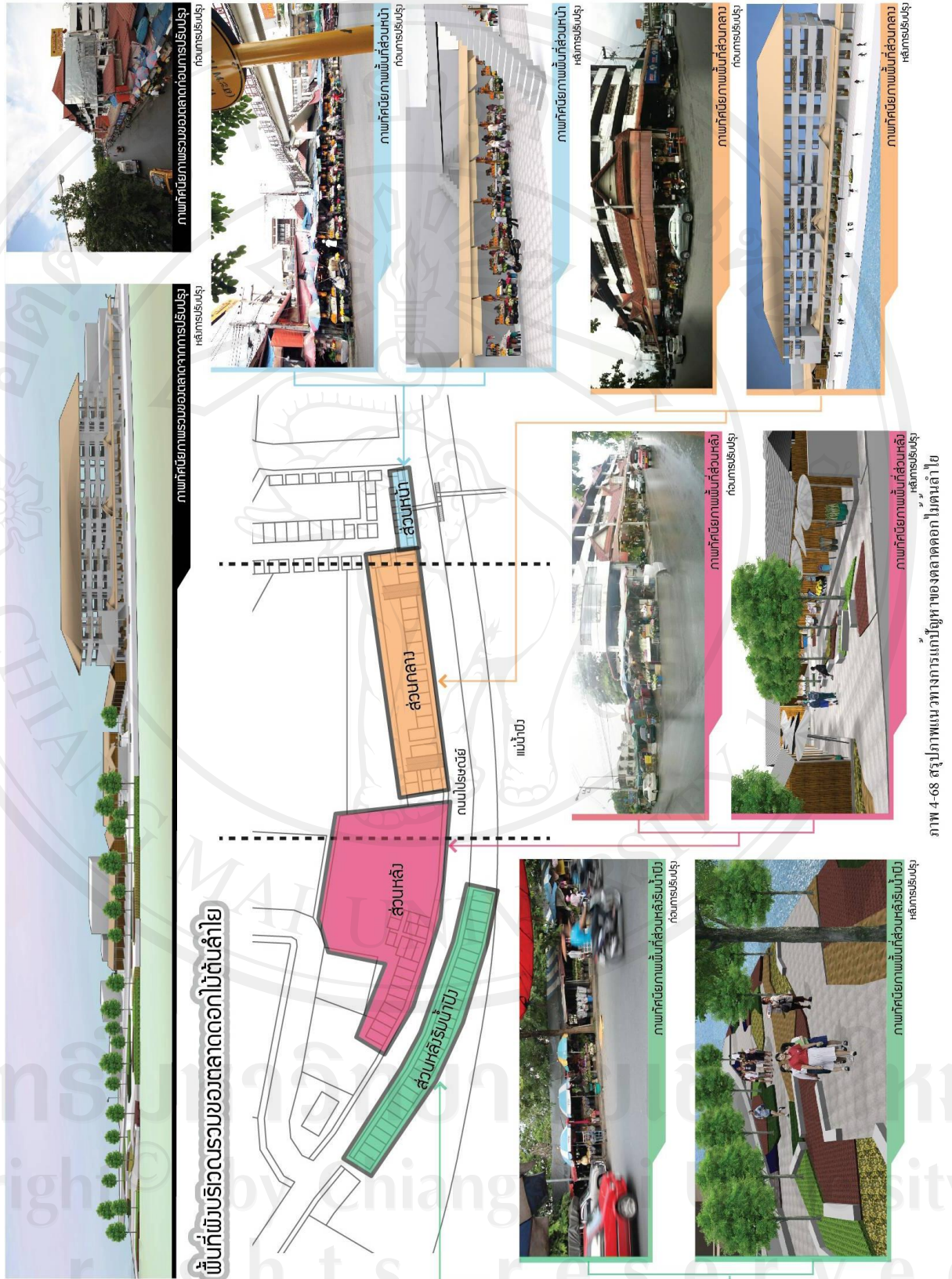


ทัศนียภาพพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง
ก่อนการปรับปรุง

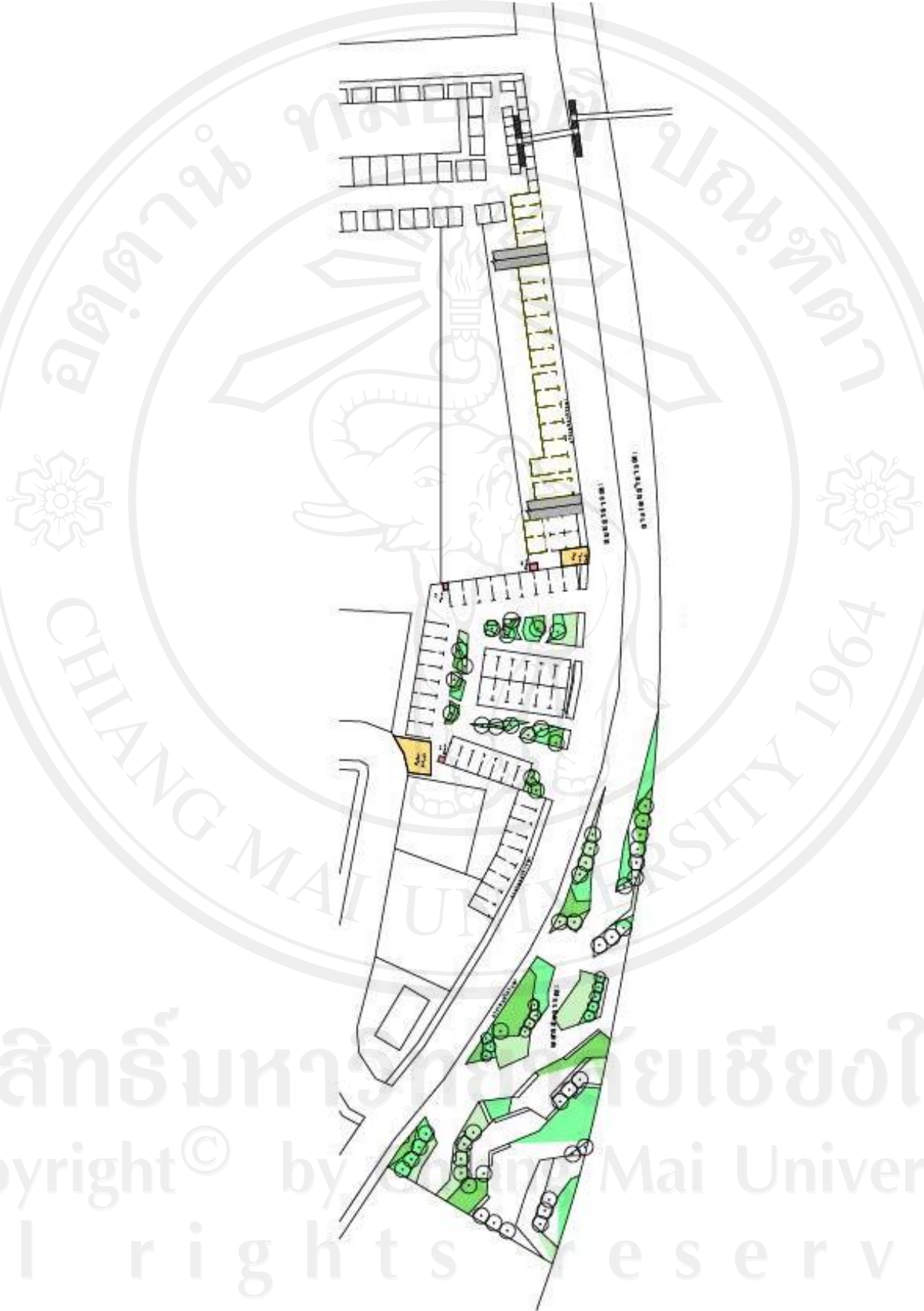


ทัศนียภาพพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง
หลังการปรับปรุง

ภาพ 4-67 ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง



ภาพ 4-68 สรุปภาพแนวทางการแก้ไขของตลาดออกใต้ต้นลำไย



ภาพ 4-69 ผังบริเวณรวมการปรับปรุงตลาดดอกไม้ต้นลำไย

ผลการสังเคราะห์จากการศึกษาในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าการศึกษารองค์ประกอบในเชิงพื้นที่ และสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย นำมาซึ่งผลวิจัยที่เป็นรูปธรรมที่มีความนัยเชิงนามธรรม ความรู้จากการศึกษานี้ทำให้ค้นพบถึง “ความสำคัญที่ควรส่งเสริม” ที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น การทราบถึงความสำคัญนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และส่งเสริมตลาดดอกไม้ต้นลำไยต่อไป “ให้ยังคงเป็นตลาดที่สำคัญไปพร้อมกับ การพัฒนาให้เป็นสภาพแวดล้อมริมหน้าแม่น้ำเมืองที่เสริมภูมิทัศน์เมืองเชียงใหม่”

กล่าวโดยสรุป ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ในบทนี้ แสดงถึงการหาแนวทางการพัฒนานามธรรมภายใต้สภาพแวดล้อมกายภาพและสังคมที่มีมิติซับซ้อน การมองผ่านพหุสัมพันธ์ได้นำมาซึ่งภาพที่ชัดเจนและลักษณะสำคัญที่ทำให้พื้นที่เกิดความเฉพาะตัว ก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาผลการศึกษานี้ทำให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งถึงสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยที่เป็นช่องว่างที่ยังไม่ได้มีการศึกษามาก่อนที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นความรู้ต่อไป