

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ตลาคกับวิถีชีวิตสังคมเกษตรกรรมของไทย	1
1.2 ประเด็นพื้นที่การศึกษา	2
1.3 ช่องว่างทางการศึกษาเรื่องตลาดดอกไม้	4
1.4 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	6
1.6 วิธีวิจัย	6
1.6.1 การทบทวนวรรณกรรม	6
1.6.2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม	6
1.6.2.1 การสำรวจพื้นที่ขั้นต้น	6
1.6.2.2 การเก็บข้อมูลบุคคล	6
1.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	7
1.6.4 การสังเคราะห์ข้อมูล	7
1.6.5 การสรุปผลวิจัย	7
1.7 แผนการดำเนินงาน	8
1.8 ขอบเขตการศึกษา	8
1.8.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจ	9
1.8.2 ปัญหาพื้นฐานของตลาดต้นลำไย	9

	หน้า
บทที่ 2 ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 ตลาด	11
2.1.1 ความหมายของตลาด	11
2.1.2 ความเป็นมาและความสำคัญของตลาด	11
2.2 บริบททางการศึกษาของตลาดดอกไม้	13
2.3 ตลาดต้นลำไย เมืองเชียงใหม่	15
2.3.1 ประวัติความเป็นมา	15
2.3.1.1 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 1839 – 2397	16
2.3.1.2 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2443 – 2500	16
2.3.1.3 พัฒนาการช่วง พ.ศ. 2500-2542	18
2.3.1.4 การพัฒนาการตลาดไวรัสและต้นลำไยครั้งที่ 2	18
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	19
2.4.1 แนวคิดด้านสภาพแวดล้อม	19
2.4.2 ความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคม	20
2.4.3 แนวความคิดในการออกแบบ	21
2.4.3.1 แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม	21
2.4.3.2 แนวคิดการออกแบบชุมชนเมือง	22
บทที่ 3 วิธีวิจัย	24
3.1 การออกแบบวิธีการศึกษา	24
3.2 การเก็บข้อมูล	26
3.2.1 การเก็บข้อมูลภาคสนาม	27
3.2.2 การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายภายในตลาด	31
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.4 การสังเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการศึกษา	37
4.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	38

	หน้า
4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	38
4.1.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	38
4.1.1.2 การใช้งานพื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.1.2 การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาด	43
4.1.2.1 การแบ่งพื้นที่	43
4.1.2.2 การใช้พื้นที่ของตลาด	47
4.1.3 รูปแบบ การจัดวางและการใช้งานภายในร้านค้า	53
4.1.3.1 รูปแบบร้านค้า	53
4.1.3.2 การจัดวางร้านค้า	57
4.1.3.3 การใช้งานภายในร้านค้า	60
4.1.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน	77
4.1.4.1 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ภายในตลาด	77
4.2 แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบเชิงพื้นที่และสังคม เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อม กายภาพตลาดดอกไม้ต้นลำไย เชียงใหม่	87
4.2.1 แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดควรเป็นไปในทิศทางใด จึงจะสัมพันธ์และเหมาะสมกับองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคม	88
4.2.2 สรุปแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมตลาดดอกไม้ต้นลำไย	95
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	106
5.1 บทสรุป	106
5.1.1 บทสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์	107
5.1.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ค้าและผู้ซื้อ	107
5.1.1.2 การแบ่งพื้นที่และการใช้พื้นที่ของตลาด	108
5.1.1.3 รูปแบบ การจัดวาง และการใช้งานภายในร้านค้า	108
5.1.1.4 ข้อสรุปการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน	109
5.1.2 แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาด	109
5.2 สังเคราะห์	110

	หน้า
5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ	110
5.4 สรุป	111
บรรณานุกรม	113
ภาคผนวก	115
ภาคผนวก ก	116
ภาคผนวก ข	118
ภาคผนวก ค	127
ประวัติผู้เขียน	138

สารบัญตาราง

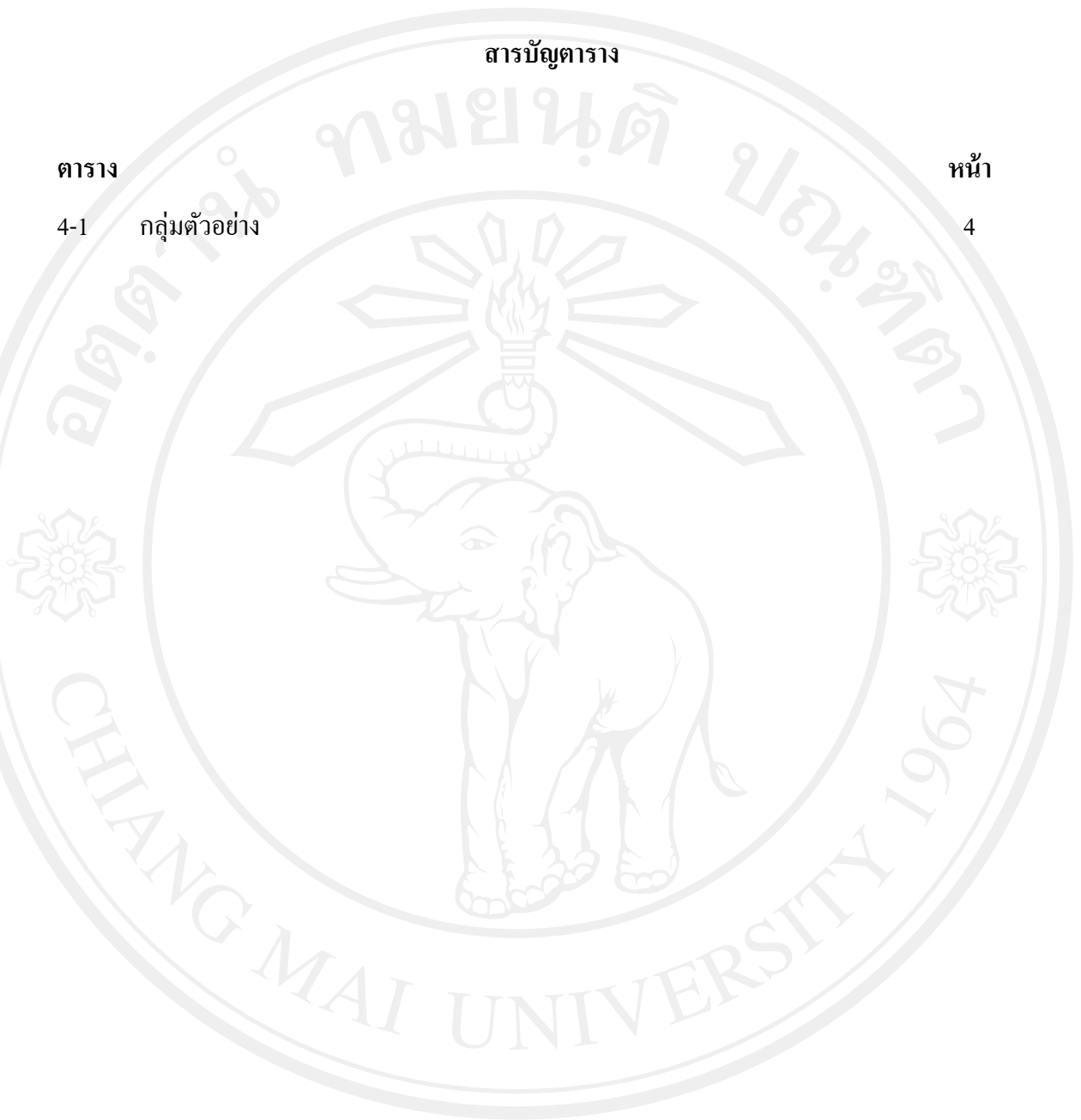
ตาราง

หน้า

4-1

กลุ่มตัวอย่าง

4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1-1	แสดงพื้นที่ภายในตลาดดอกไม้และปัญหาที่พบภายในตลาดต้นลำไย	9
2-1	แสดงความเชื่อมโยงระหว่างประเด็น ภายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ภายในพื้นที่ตลาดดอกไม้	12
2-2	ช่วงเวลาการพัฒนาลาดต้นลำไย	17
2-3	ผังบริเวณพื้นที่ตลาดต้นลำไยในอดีต	16
2-4	แสดงการจัดวางองค์ประกอบสภาพแวดล้อม	19
2-5	แสดงความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคม	21
2-6	แนวความคิดในการออกแบบ	22
2-7	กรอบการทบทวนวรรณกรรม	23
3-1	คำถามวิจัยจากวัตถุประสงค์ที่ 1	25
3-2	คำถามวิจัยจากวัตถุประสงค์ที่ 2	25
3-3	แผนการดำเนินงานวิจัย	26
3-4	ชุดกรอบคำถาม	27
3-5	กระบวนการสร้างผังบริเวณของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	28
3-6	ภาพถ่ายทางอากาศของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	29
3-7	ภาพร่างผังบริเวณจากการเดินสำรวจของผู้วิจัย	29
3-8	แผนผังบริเวณของตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยที่เขียนด้วยโปรแกรมออโตแคด	30
3-9	ใส่หมวดหมู่ของผังบริเวณทั้งหมดของตลาดต้นลำไย	30
3-10	ชุดคำถามกลุ่มผู้ค้า	32
3-11	ชุดคำถามผู้ซื้อ	32
3-12	ลำดับการสร้างชุดคำถามของเจ้าของตลาด	33
3-13	การวิเคราะห์ข้อมูล	33
3-14	การสังเคราะห์ข้อมูล	34

3-15	แผนภูมิวิธีการดำเนินงานวิจัยทั้งหมด	35
4-1	แผนภูมิสรุปข้อมูลพื้นฐานและการใช้พื้นที่ภายในตลาดของกลุ่มผู้ค้า	42
4-2	แผนภูมิการเลือกใช้บริการภายในตลาดของกลุ่มผู้ซื้อ	42
4-3	แผนผังการแบ่งพื้นที่และการใช้งานภายในร้านค้าตลาดดอกไม้	43
4-4	พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหน้าตลาด	43
4-5	พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนกลาง	44
4-6	พื้นที่ร้านค้าบริเวณส่วนหลังตลาด	44
4-7	พื้นที่วางขยะทำให้เกิดไม่สวยงาม	45
4-8	แผนภูมิภาพการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	46
4-9	แผนภูมิภาพสรุปการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	47
4-10	การขนส่งสินค้ากีดขวางทางจราจร	48
4-11	การวางสินค้าและสิ่งของออกมานอกทางเดินสาธารณะ	48
4-12	ผังการใช้พื้นที่เส้นทางสัญจรภายในตลาด	49
4-13	ผังการกำหนดตำแหน่งการเก็บข้อมูลการใช้งานตามช่วงเวลา	50
4-14	ผังการวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 24.00-9.00 น.	50
4-15	ผังการวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 12.00-21.00 น.	51
4-16	แผนผังสรุปแผนผังการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ตามช่วงเวลา	52
4-17	แผนภูมิสรุปการใช้พื้นที่ของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	53
4-18	รูปแบบร้านค้าถาวร	54
4-19	รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร	54
4-20	รูปแบบร้านชั่วคราว	55
4-21	แผนผังรูปแบบร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย	55
4-22	สรุปรูปแบบร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย	56
4-23	แผนผังการสัมภาษณ์ผู้ค้ารูปแบบร้านค้า	57
4-24	แผนภูมิสรุปรูปแบบร้านค้าภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย	57
4-25	การใช้ผ้าใบ และร่ม เพื่อป้องกันแสงแดด	58

4-26	แผนภูมิความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้าของกลุ่มผู้ค้า	59
4-27	แผนภูมิความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อต่อการจัดวางร้านค้า	60
4-28	แผนผังการใช้งานภายในร้านค้าถาวร	61
4-29	แผนผังการใช้งานภายในร้านค้าถาวรบริเวณพื้นที่นั่งจัดดอกไม้	62
4-30	ร้านค้าพื้นที่ถาวร	63
4-31	วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้าถาวร	64
4-32	แผนผังการใช้งานภายในร้านค้ากึ่งถาวร	66
4-33	ร้านค้าพื้นที่กึ่งถาวร	67
4-34	ร้านค้ากึ่งถาวร	68
4-35	วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้ากึ่งถาวร	69
4-36	ร้านค้าชั่วคราว	70
4-37	ร้านค้าขายสินค้าชั่วคราว	70
4-38	วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้าชั่วคราว	71
4-39	แผนผังรูปแบบการค้าขายของร้านค้าในตลาดดอกไม้ต้นลำไย	72
4-40	แผนผังรูปแบบการค้าขายของประเภทสินค้า	73
4-41	การจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย	73
4-42	การจัดวางเพื่อสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการพื้นที่	74
4-43	แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 1	74
4-44	แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 2	75
4-45	แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 3	76
4-46	แผนภูมิสรุปการใช้งานพื้นที่ภายในร้านค้า	77
4-47	แผนภูมิปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อ	79
4-48	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อทั่วไป ภายในตลาด	80
4-49	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้อประจำ ภายในตลาดดอกไม้ต้นลำไย	80
4-50	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า	82
4-51	แผนภูมิลักษณะเด่นองค์ประกอบที่จะเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาตลาด	86

4-52	แนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ	87
4-53	แนวความคิดในการออกแบบ	88
4-54	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมตลาดเฉพาะอย่าง	89
4-55	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมทำเลที่ตั้งที่ดีเปรียบเสมือนศูนย์กลางของเมือง	90
4-56	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลายการจัดพื้นที่เฉพาะในการขนส่งสินค้า	90
4-57	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมการจัดพื้นที่เปิดโล่งเป็นจังหวะเพื่อ การเชื่อมต่อการใช้งานในแต่ละส่วน	90
4-58	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมประวัติศาสตร์ความเก่าแก่ของตลาด	91
4-59	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมความเป็นตลาดที่มีช่วงเวลาดำเนินการหลากหลาย	92
4-60	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์	93
4-61	แผนผังแนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมพื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ การจัดทางเดินให้เกิดความรู้สึกต่อเนื่อง	93
4-62	สรุปผลแนวทางการพัฒนาตลาดดอกไม้ตลาดต้นลำไยตามวัตถุประสงค์ที่ 2	94
4-63	สรุปแผนภูมิจากการวิเคราะห์ความสำคัญและการใช้งานพื้นที่ในรายละเอียดของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	95
4-64	ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหน้า	97
4-65	ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง	99
4-66	ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหลัง	101
4-67	ภาพการปรับปรุงพื้นที่ส่วนหลังริมน้ำปิง	102
4-68	สรุปภาพแนวทางการแก้ปัญหาของตลาดดอกไม้ต้นลำไย	103
4-69	ผังบริเวณรวมการปรับปรุงตลาดดอกไม้ต้นลำไย	104