

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเกิดจากการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาตอบวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาที่ต้องการค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมรวมทั้งอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อหาสิ่งที่ประกอบขึ้นก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นและเป็นแนวทางการอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควาย ทุ่งฟ้าบด

ในการศึกษาได้สร้างคำถามวิจัยขึ้นมาจากวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

- 1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาคัวควาย มีคำถามวิจัยดังนี้
 - การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่เป็นอย่างไรและสัมพันธ์กันอย่างไร
 - ตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งานนั้นคืออะไร
 - ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในภาคเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร
- 2) เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควายทุ่งฟ้าบด มีคำถามวิจัย คือ
 - อัตลักษณ์ของภาคัวควายทุ่งฟ้าบดคืออะไร
 - องค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาคัวควายมีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควายทุ่งฟ้าบดหรือไม่ อย่างไร
- 3) เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควายทุ่งฟ้าบดมีคำถามวิจัย ดังนี้
 - อัตลักษณ์พื้นถิ่นที่ควรได้รับการอนุรักษ์คืออะไร มีองค์ประกอบสนับสนุนทางกายภาพและสังคมอย่างไร
 - ผลการวิจัยข้างต้นนี้สามารถสังเคราะห์เป็นแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นแนวทางแก่ภาคพื้นถิ่นอื่นๆได้อย่างไร

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ได้แก่ 4.1) องค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาคัวควายทุ่งฟ้าบด 4.2) อัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคัวควายทุ่งฟ้าบด

ส่วนการสังเคราะห์แนวทางการอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควิคควายทุ่งฟ้าบดจะกล่าวในบทที่ 5 ต่อไป

4.1 องค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควิคควาย มีคำถามวิจัยดังนี้

- การใช้พื้นที่และการจัดวางพื้นที่เป็นอย่างไรและสัมพันธ์กันอย่างไร
- ตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้นั้นคืออะไร
- ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในภาคเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร

ผลการศึกษาในองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด แบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามคำถามวิจัยได้แก่ 4.1.1) การใช้พื้นที่และการจัดวางพื้นที่ภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด 4.1.2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบดและ 4.1.3) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม

4.1.1 การใช้พื้นที่และการจัดวางพื้นที่ภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

การศึกษากการใช้พื้นที่และการจัดวางพื้นที่ภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4.1.1.1) การใช้พื้นที่ของผู้ใช้งานในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด 4.1.1.2) การจัดพื้นที่ของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด 4.1.1.3) การจัดวางและการใช้งานของร้านค้าภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

4.1.1.1 การใช้พื้นที่ของผู้ใช้งานในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

ภาควิคควายทุ่งฟ้าบดเป็นตลาดนัดในวันเสาร์ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 9 บ้านต้นผึ้ง ตำบลขุขันธ์ อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ บริเวณด้านทิศตะวันออกติดกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 (ถนนหลวงเชียงใหม่-ฮอด) ห่างจากตัวเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 25 กิโลเมตร จากที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง 3 กิโลเมตรและจากที่ว่าการอำเภอหางดง 14 กิโลเมตร สามารถติดต่อกับอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอสารภี อำเภอจอมทอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ได้โดยทางรถยนต์ ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่จุดร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมของในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง



ภาพ 4-1 แผนที่ตั้งของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สรุปกลุ่มเป้าหมายที่ได้เก็บข้อมูลจริง ประกอบด้วย พ่อค้าแม่ค้าในกาด 31 คน และผู้ซื้อและบุคคลทั่วไป 33 คน ตามตาราง 4-1 ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย	ชาย	หญิง	ครอบครัว (ชายและหญิง)	ความถี่	ร้อยละ
ผู้ค้าขาย	14	10	7	31	48.44
ลูกค้าและบุคคลทั่วไป	19	14	0	33	51.56
รวม	33	24	7	64	100

ตาราง 4-1 กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

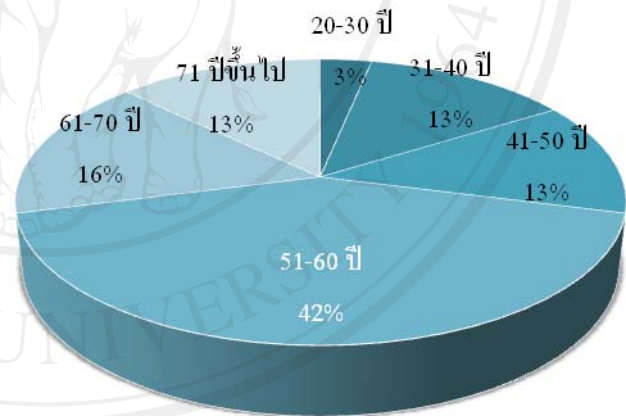
4.1.1.1.1 การใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้า

การเก็บข้อมูลการใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าในกาด ใช้การคัดเลือกผู้สัมภาษณ์จากร้านค้าทั้งหมดในกาดประมาณ 500 ร้าน ด้วยการแบ่งประเภทของสินค้าที่พ่อค้าแม่ค้าขาย โดยการสุ่มกลุ่มร้านค้าในแต่ละชนิดสินค้า ประเภทละอย่างน้อย 3 ร้านค้า การแบ่งประเภทของสินค้าที่ขายได้ทำรหัสเก็บข้อมูลและทำการเก็บข้อมูลได้ผล ดังนี้

A -	ร้านขายอาหารแห้งอาหารสด	4	คน
B -	ร้านขายอาหารสินค้าเบ็ดเตล็ด	5	คน
C -	ร้านขายเสื้อผ้า	7	คน
D -	ร้านขายสินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม	4	คน
E -	ร้านขายพระเครื่อง	1	คน
F -	พ่อค้าวัว ควาย	4	คน
G -	ร้านขายอาหารพื้นเมือง	3	คน
H -	พ่อค้าไก่	2	คน
I -	ค้ารถจักรยานยนต์	1	คน
	รวม	31	คน

กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มได้สัมภาษณ์น้อยกว่า 3 ร้านค้า เนื่องจากเป็นกลุ่มร้านค้าที่มีการตั้งร้านในพื้นที่น้อย เมื่อเทียบกับสัดส่วนร้านอื่นและไม่มีความแตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมายในส่วนนี้

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
51-60 ปี	13	41.94
61-70 ปี	5	16.13
31-40 ปี	4	12.90
41-50 ปี	4	12.90
71 ปีขึ้นไป	4	12.90
20-30 ปี	1	3.23
รวม	31	100



ตาราง 4-2 และแผนภูมิ 4-1 ช่วงอายุผู้ค้าขายภายในภาค

จำนวนพ่อค้าแม่ค้าที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมดแบ่งออกเป็น ชาย 14 คน หญิง 10 คน และชายทั้งชายและหญิงหรือเป็นครอบครัว 7 ร้าน รวมเป็นผู้สัมภาษณ์ทั้งหมด 31 ร้านค้า ซึ่งในแต่ละพื้นที่ของภาคทุ่งฟ้าบด มีทั้งเพศเดียวกันตั้งร้านค้าในบริเวณเดียวกันและตั้งร้านค้าไม่แบ่งกลุ่มเพศภายในบริเวณ

กลุ่มผู้ค้ามีกลุ่มอายุภายในภาคทุ่งฟ้าบด มีหลากหลายช่วงอายุ โดย ช่วงอายุที่มีมากที่สุด ร้อยละ 41.94 คือ 51-60 ปี รองลงมาคือ 61-70 ปี ส่วนช่วง 31-40 ปี 41-50 ปี และ 71 ปีขึ้นไป มี

จำนวนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนผู้ค้าที่มีน้อยที่สุด คือช่วง 21-30 ปี โดยผู้สูงอายุที่ค้าขายภายในภาคตั้งแต่เริ่มก่อตั้งภาค และเป็นคนในชุมชน

การใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าในภาค จำเป็นต้องศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของผู้ใช้งานเพื่อทราบสาเหตุของการใช้พื้นที่ภาคเว้าควายทุ่งฟ้าบด โดยทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของบุคคล (B) ได้แก่ 1) ประวัติส่วนตัว และ 2) สาเหตุการเลือกใช้งานพื้นที่ภายในภาคของพ่อค้าแม่ค้า ได้ข้อมูลดังนี้

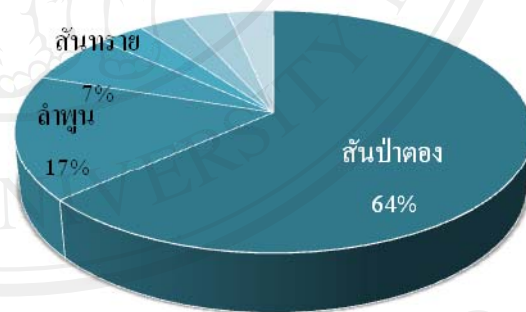
1) ประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้า

การศึกษาประวัติส่วนตัวเบื้องต้น เก็บข้อมูลดังนี้ ภูมิฐานะผู้ค้าขาย การเดินทางสู่ภาค และช่วงเวลาค้าขายภายในภาค เพื่อศึกษาความเป็นมาของพ่อค้าแม่ค้าที่มีต่อพื้นที่

- ที่อยู่อาศัยของผู้ค้าขาย

ภายในภาคทุ่งฟ้าบด มีพ่อค้าแม่ค้าจำนวนมากและมาจากหลากหลายที่ ที่เข้ามาค้าขาย จากการเก็บข้อมูลในส่วนที่อยู่อาศัยของผู้ค้าขายภายในภาคทุ่งฟ้าบด ได้รายละเอียดดังตาราง 4-3

ที่อยู่	ความถี่	ร้อยละ
สันป่าตอง	19	63.33
ลำพูน	5	16.67
สันทราย	2	6.67
แม่สะเรียง	1	3.33
ดอยหล่อ	1	3.33
จอมทอง	1	3.33
ลำปาง	1	3.33
รวม	30	100



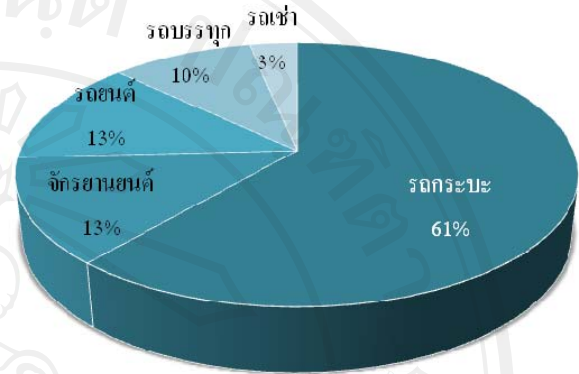
ตาราง 4-3 และแผนภูมิ 4-2 ที่อยู่อาศัยของผู้ค้าขายภายในภาค

จากแผนภูมิ 4-2 แสดงว่าผู้ค้าขายส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.33 เป็นคนในอำเภอสันป่าตอง ซึ่งเป็นคนในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ มีการกระจายในอำเภออื่นบ้าง ภายในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

- การเดินทางสู่ภาค

การเดินทางมาค้าขายที่ภาคัวควายทุ่งฟ้าบดมีพาหนะในการเดินทางหลากหลายประเภท จากการเก็บข้อมูลการเดินทางของผู้ค้าขายภายในภาคทุ่งฟ้าบด ได้รายละเอียดดังตาราง 4-4

การเดินทางสู่ภาค	ความถี่	ร้อยละ
รถกระบะ	19	61.29
จักรยานยนต์	4	12.90
รถยนต์	4	12.90
รถบรรทุก	3	9.68
รถเช่า	1	3.23
รวม	31	100



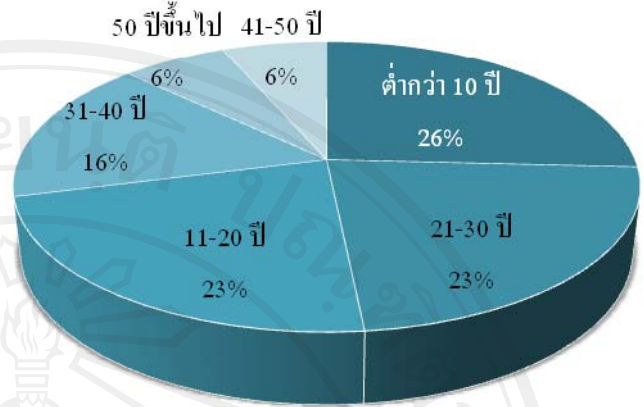
ตาราง 4-4 และแผนภูมิ 4-3 การเดินทางสู่ภาค

พ่อค้าแม่ค้าส่วนมากร้อยละ 61.29 จะใช้ รถกระบะส่วนตัวที่มีการต่อห้องเก็บด้านท้ายรถ ในการขนสินค้ามาสู่ภาค เนื่องจากรถกระบะสร้างบรรทุกสินค้าได้พอเหมาะต่อจำนวนสินค้าที่มี และขับสะดวกสบายในการเข้าสู่ภาคแต่ละภาค ส่วนของรถบรรทุกนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นรถสำหรับการขนวัวควาย เนื่องจากเป็นสัตว์ที่มีขนาดใหญ่ และสามารถขนอัดในจำนวนมากได้ ยังมีอีกส่วนที่นำรถจักรยานยนต์มาใช้ในการมาขายสินค้าที่ภาค เนื่องจากสินค้ามีจำนวนไม่มากสามารถขนมาด้วยรถจักรยานยนต์ ง่ายต่อการเดินทาง และอีกทั้งเป็นคนในชุมชน ขับในระยะทางที่ไม่ไกลนักจากที่พัก

- เวลาที่เริ่มเข้ามาค้าขายภายในภาค

ช่วงเวลาค้าขายในภาคตั้งแต่เริ่มก่อนตั้งภาค ปี พ.ศ.2502 รวมระยะเวลา 50 กว่าปี มีพ่อค้าแม่ค้าเข้ามาค้าขาย มีช่วงเวลาในการใช้พื้นที่ที่แตกต่างกันไป จากการเก็บข้อมูลช่วงเวลา ได้รายละเอียดดังตาราง 4-5

ช่วงเวลาการค้าขาย	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ปี	8	25.81
21-30 ปี	7	22.58
11-20 ปี	7	22.58
31-40 ปี	5	16.13
50 ปีขึ้นไป	2	6.45
41-50 ปี	2	6.45
รวม	31	100

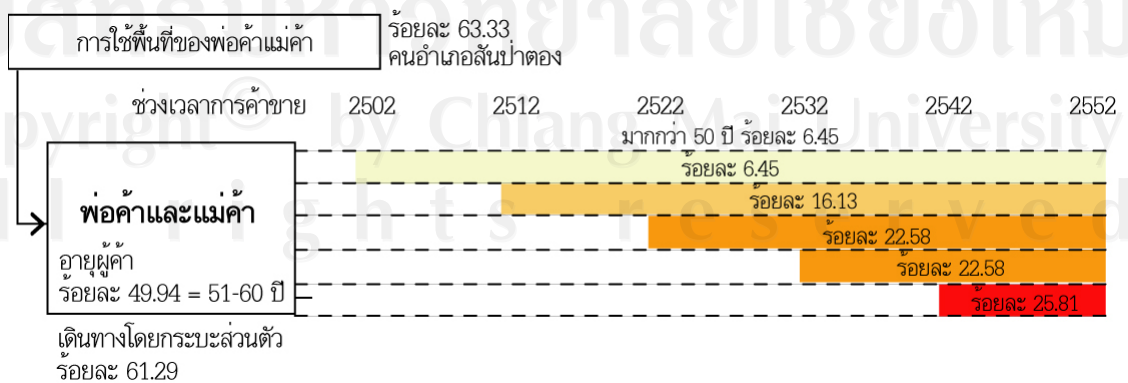


ตาราง 4-5 และแผนภูมิ 4-4 เวลาที่เริ่มเข้ามาค้าขายภายในภาค

ในส่วนระยะเวลาที่ผู้ค้าขายได้เข้ามาค้าขายที่ภาควิเวศวิทยาท่งฟ้าบดแห่งนี้ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ได้ทำการค้าขายที่ภาคแห่งนี้ ร้อยละ 25.81 อยู่ในช่วงค้าขายในภาคไม่เกิน 10 ปี เป็นส่วนใหญ่ แต่ร้อยละ 22.58 ค้าขายในช่วงเวลา 21-30 ปี และ 11-20 ปี ซึ่งเป็นร้อยละที่ไม่ห่างกันมาก

แผนภูมิ 4-4 แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ พ่อค้าแม่ค้าภายในภาค ได้ค้าขายภายในภาคแห่งนี้ไม่เกิน 30 ปี เป็นช่วงอายุของพ่อค้าแม่ค้าที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนพ่อค้าแม่ค้าที่ค้าขายนานกว่า 30 ปี โดยส่วนมากเป็นผู้สูงอายุที่ขายค้าภายในภาคตั้งแต่สมัยก่อนตั้งภาคเริ่มแรก

จากประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของผู้ค้าขายภายในภาควิเวศวิทยาท่งฟ้าบด สามารถทำเป็นแผนภูมิรูปภาพสรุปได้ดังนี้



ภาพ 4-2 แผนภูมิประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้า

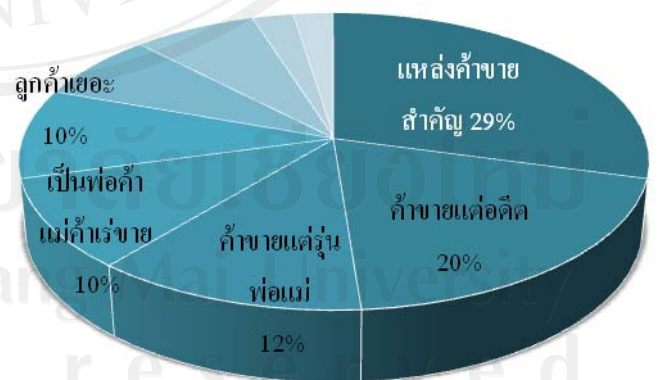
ประวัติส่วนตัวต่อการใช้พื้นที่ของผู้ค้าภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด มีผลสรุปดังนี้

- พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ คือ อำเภอสันป่าตอง
- พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่มีอายุ 51-60 ปี และ ค้าขายภายในช่วงเวลา 10-30 ปี ซึ่งผู้ค้าขายมีการใช้พื้นที่เป็นระยะเวลานานและนับได้ว่ามีความผูกพันกับพื้นที่ตามเวลาที่เข้ามาค้าขาย
- การเดินทางของพ่อค้าแม่ค้าเป็นการใช้รถกระบะส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากสามารถขนสินค้าในปริมาณที่พอเหมาะกับสินค้าของแต่ละบุคคล

2) สาเหตุการเลือกใช้งานพื้นที่ภายในภาคของพ่อค้าแม่ค้า

การใช้งานของพื้นที่ภาควิคควายทุ่งฟ้าบดนั้น พ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่ ใช้พื้นที่เป็นระยะเวลานานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต และประกอบอาชีพของพ่อค้าแม่ค้าภายในภาค อีกทั้งเป็นพื้นที่ในการพักผ่อนหย่อนใจของกลุ่มคนบางกลุ่มอีกด้วย ซึ่งในส่วนนี้ จะขอกกล่าวในส่วนองค์ประกอบเชิงสังคมของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด สาเหตุของการเลือกภาควิคควายทุ่งฟ้าบดเป็นแหล่งพื้นที่ประกอบอาชีพและใช้ชีวิตอยู่ ผลจากการศึกษามีรายละเอียดดังตาราง 4-6 โดยได้แบ่งเหตุผลออกเป็น 3 ส่วน คือ เหตุผลทางบริเวณที่ตั้งภาค การค้าขายของผู้ขาย และปัจจัยรายได้ ดังนี้

บริเวณที่ตั้งภาค	ความถี่	ร้อยละ
แหล่งค้าขายสำคัญ ทำเลดี	12	29.27
ใกล้บ้าน	3	7.32
เปิดเฉพาะวันเสาร์	1	2.44
การค้าขายของผู้ค้า	ความถี่	ร้อยละ
ค้าขายแต่อดีต	8	19.51
ค้าขายแต่รุ่นพ่อแม่	5	12.20
เป็นพ่อค้าแม่ค้าเราขาย	4	9.76
ปัจจัยรายได้	ความถี่	ร้อยละ
ลูกค้าเยอะ	4	9.76
ขายสินค้าเฉพาะภาคแห่งนี้	3	7.32
ค่าเช่าไม่แพง	1	2.44
รวม	41	100



ตาราง 4-6 และแผนภูมิ 4- 5 เหตุผลในการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าในภาค

จากตาราง 4-6 เหตุผลในการมาค้าขายที่สำคัญที่พ่อค้าแม่ค้าคิดอันดับแรก คือ บริเวณที่ตั้ง
 กาดที่สามารถสนับสนุนการค้าขายแก่ผู้ค้า ร้อยละ 29.27 คือ ทำเลที่ตั้งของกาด ที่ดี ติดถนนหลวง
 มีรถสัญจรผ่านไปมา ซึ่งถือเป็นแหล่งค้าขายสำคัญที่จะสามารถค้าขายสินค้าของตนได้ตามที่
 ต้องการ

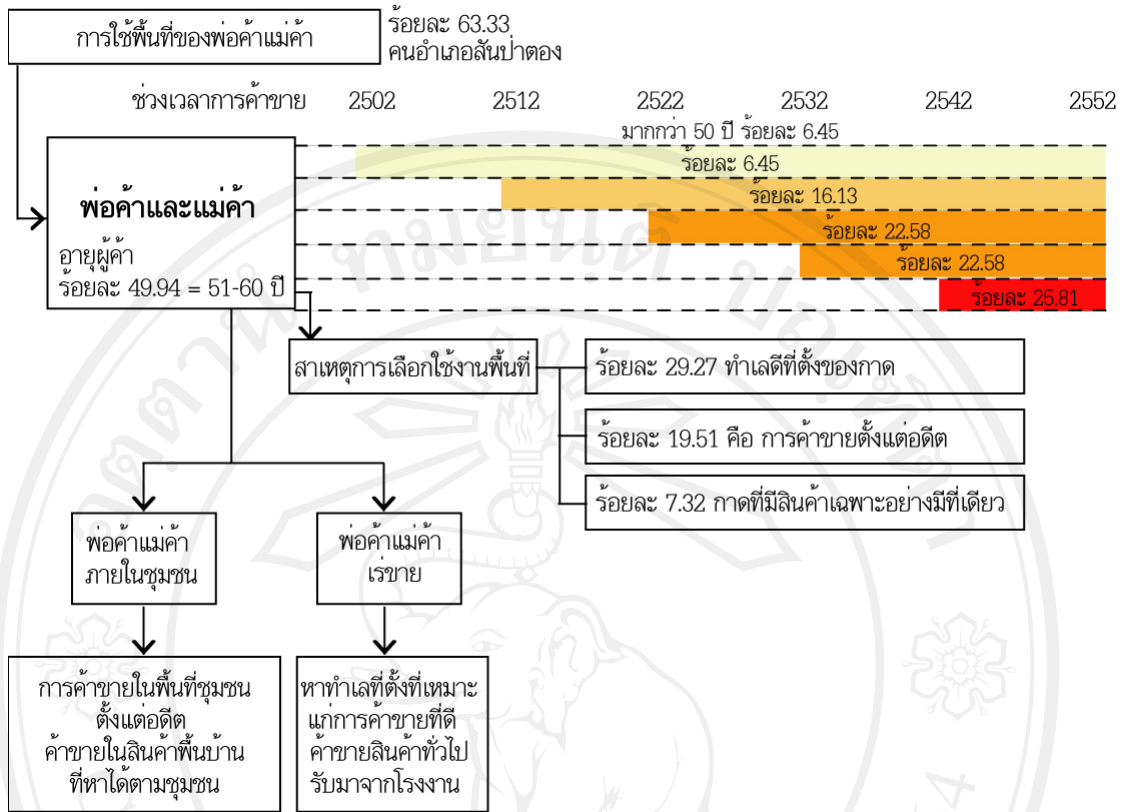
เหตุผลรองลงมาคือ คือ การค้าขายตั้งแต่อดีต ร้อยละ 19.51 โดยเริ่มมาในช่วงก่อตั้งกาด
 และสืบทอดการค้าขาย ต่อจาก ย่ายาย พ่อแม่ ซึ่งถือว่าการสืบทอดวัฒนธรรมทางการค้าที่มีอยู่
 ในชุมชน ให้แก่รุ่นลูกหลาน โดยการถ่ายทอดในเรื่องต่างๆ ทั้งการผลิตสินค้า และรูปแบบการค้า
 ขายที่เรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่น

อีกสาเหตุที่เป็นส่วนสำคัญของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด คือ ร้อยละ 7.32 เป็นกาดที่มีสินค้า
 เฉพาะอย่างบางชนิดที่มีเฉพาะที่นี่เพียงแห่งเดียว เช่น เครื่องมือทางการเกษตรกรรมและสินค้า
 หัตถกรรมและเป็นกาดที่มีการค้าขายวัวควายและไก่ ในปริมาณมากกว่ากาดอื่น

ผู้ค้าขายภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด สามารถแบ่งกลุ่มผู้ค้าได้ 2 ประเภทคือ พ่อค้าแม่ค้า
 ภายในชุมชนและพ่อค้าแม่ค้าเร่ขาย โดยมีเหตุผลในการเลือกค้าขายที่กาดต่างประเด็นกัน คือ

- พ่อค้าแม่ค้า ภายในชุมชน
 การค้าขายในพื้นที่ชุมชนตั้งแต่อดีต การค้าขายในสินค้าพื้นบ้านที่หาได้ตามชุมชน
 สินค้าจำพวก สินค้าอาหารแห้ง-สด สินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม และสินค้า
 เฉพาะอย่างที่ค้าขายเฉพาะที่กาดนี้
- พ่อค้าแม่ค้า เร่ขาย
 หาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมแก่การค้าขายที่ดี และค้าขายสินค้าจำพวก เสื้อผ้าสำเร็จรูป และ
 สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไปที่รับมาจากโรงงาน โดยค้าขายร่วมกันอยู่ในกาดทุ่งฟ้าบดแห่งนี้
 ร่วมกัน

ประเด็นหลักที่พบจากข้อมูลสาเหตุและที่มาของการค้าขายแสดงให้เห็นถึงประเด็นสังคม
 ของความผูกพันในชุมชน ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ค้าในกาดวัวควาย ดังจะเห็นว่ารองจากการเป็นแหล่ง
 ค้าขายที่ดีแล้ว มีประเด็นการค้าขายตั้งแต่อดีต สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่แสดงให้เห็นว่า กาดวัวควายเป็น
 วิถีประเพณีที่สืบทอดกันมา ข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือประเด็นที่มีคนเร่ขายต่างถิ่นเริ่มเข้ามาและมี
 สัดส่วนรองลงมาที่เป็นตัวแปรสำคัญในอนาคต

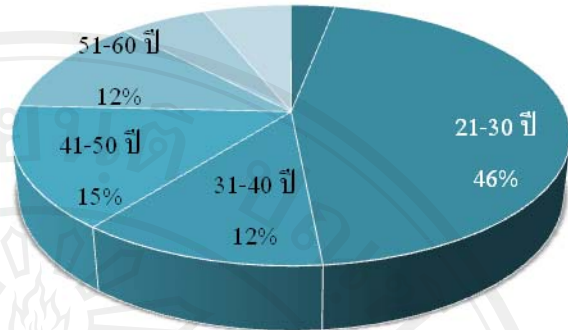


ภาพ 4-3 แผนภูมิการเลือกใช้พื้นที่ของพ่อค้าและแม่ค้า

4.1.1.1.2 การใช้พื้นที่ของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

การใช้พื้นที่ของลูกค้าในภาค ใช้วิธีการคัดเลือกจากการสุ่มบุคคลในพื้นที่ตามการแบบ พื้นที่ตามชนิดสินค้าที่ขายที่ได้แบ่งดังที่กล่าวข้างต้น จำนวน 30 คนขึ้นไป จากลูกค้าที่มีจำนวนมากกว่า 500 คนต่อการเปิดหนึ่งภาคหนึ่งครั้ง การเลือกได้กำหนดให้ครอบคลุม เพศ และวัย เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล ผลการสัมภาษณ์ทั้งหมดมีจำนวน 33 คน เป็น ชาย 19 คน และ หญิง 14 คน โดยกลุ่มสัมภาษณ์สูงสุดคือ 21-30 ปี

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
10-20 ปี	1	3.03
21-30 ปี	15	45.45
31-40 ปี	4	12.12
41-50 ปี	5	15.15
51-60 ปี	4	12.12
61-70 ปี	2	6.06
71 ปีขึ้นไป	2	6.06
รวม	33	100

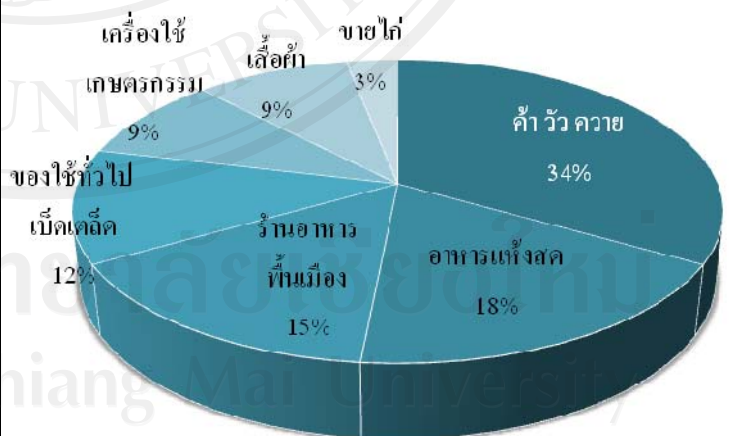


ตาราง 4-7 และแผนภูมิ 4- 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์กลุ่ม ลูกค้าและบุคคลทั่วไปในภาค

จากแผนภูมิ 4-6 กลุ่มลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่ทำการสัมภาษณ์อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปีร้อยละ 45.45 และช่วงอายุอื่น เฉลี่ยใกล้เคียงกันที่ ร้อยละ 12

โดยแบ่งพื้นที่ในการสัมภาษณ์กระจายในแต่ละพื้นที่ให้ครบทุกพื้นที่ของภาคัวควายทุ่งฟ้าบด รายละเอียดดังตาราง 4-8

สัมภาษณ์พื้นที่	ความถี่	ร้อยละ
ค้า วัว ควาย	11	33.33
อาหารแห้งสด	6	18.18
ร้านอาหารพื้นเมือง	5	15.15
ของใช้ทั่วไปเบ็ดเตล็ด	4	12.12
เครื่องใช้เกษตรกรรม	3	9.09
เสื้อผ้า	3	9.09
ขายไก่	1	3.03
รวม	33	100



ตาราง 4-8 และแผนภูมิ 4-7 พื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าและบุคคลทั่วไปในภาคทุ่งฟ้าบด

จากแผนภูมิ 4-8 ผู้ทำการวิจัยได้เลือกพื้นที่ส่วน ข้าว กล้วย มากกว่าส่วนอื่น เนื่องจากเป็นพื้นที่หลักของการค้าขายสินค้าภายในภาคและเป็นจุดดึงดูดลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่ไม่เคยเห็น การค้าข้าวกล้วยมาก่อน ในส่วนพื้นที่อื่นๆ ทำการกระจายในอัตราส่วนเทียบกับปริมาณร้านค้าในแต่ละประเภท เช่น พื้นที่ขายไก่ มีบริเวณไม่มากนัก จึงทำการสัมภาษณ์น้อยลง หรือร้านค้า อาหารแห้ง อาหารสด มีจำนวนร้านค้าที่มากกว่า จึงต้องการรายละเอียดของข้อมูลที่มากกว่า จึงทำการสัมภาษณ์บุคคลที่มากกว่าเป็นต้น

การใช้พื้นที่ของลูกค้าและบุคคลทั่วไปภายในภาค ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของบุคคล (B) เพื่อทราบสาเหตุของการใช้พื้นที่ภาค ข้าว กล้วยทุ่งฟ้าบด ได้แก่ 1) ประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการ ใช้พื้นที่ และ 2) สาเหตุการเลือกใช้งานพื้นที่ภายในภาคของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

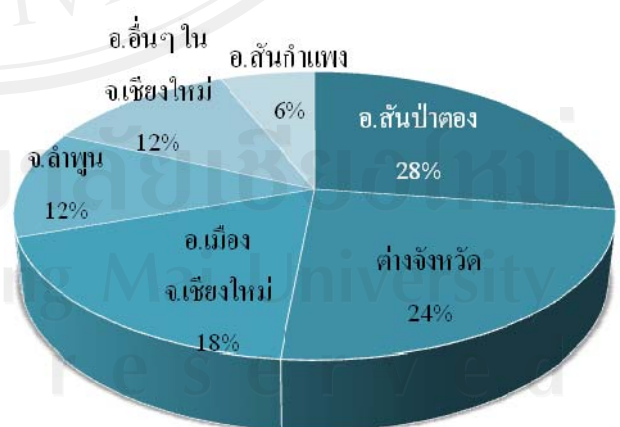
1) ประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

การศึกษาประวัติส่วนตัวเบื้องต้น เก็บข้อมูลดังนี้ ภูมิฐานะ การรู้จักภาค ความบ่อยในการ มาใช้พื้นที่ ช่วงเวลามาใช้บริการภายในภาค เพื่อศึกษาความเป็นมาของลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่มีต่อ พื้นที่

- ภูมิฐานะของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการในภาคข้าวกล้วยทุ่งฟ้าบดมีจำนวนมากต่อการตั้งภาคในแต่ละ ตำบล ซึ่งเป็นบุคคลทั้งในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงที่มาใช้บริการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถ จำแนกที่อยู่ผู้สัมภาษณ์ดังตาราง 4-9

ที่อยู่	ความถี่	ร้อยละ
อ.สันป่าตอง	9	27.27
ต่างจังหวัด	8	24.24
อ.เมือง จ.เชียงใหม่	6	18.18
จ.ลำพูน	4	12.12
อ.อื่นๆ ใน จ.เชียงใหม่	4	12.12
อ.สันกำแพง	2	6.06
รวม	33	100



ตาราง 4-9 และแผนภูมิ 4-8 ที่อยู่ผู้สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าภายในภาค

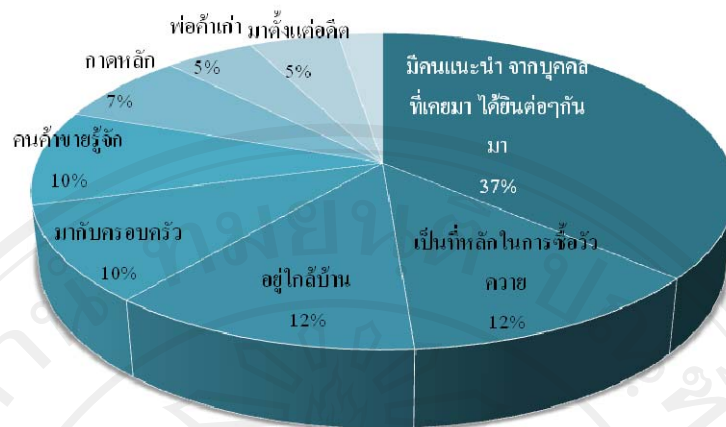
จากแผนภูมิ 4-8 แสดงให้เห็นว่า ร้อยละ 27.27 เป็นกลุ่มลูกค้าจากในชุมชน คือ อำเภอสันป่าตอง และรองลงมา ร้อยละ 24.25 เป็นลูกค้าจากต่างจังหวัด และ ร้อยละ 18.18 เป็นลูกค้าจากอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นคนจากในตัวเมือง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน จากบริเวณชุมชนใกล้เคียงที่ตั้ง มีบางส่วนมาจากต่างจังหวัดไกลถึงภาคกลางและภาคใต้ แสดงศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

- การรู้จักภาคของลูกค้านับลูกค้าทั่วไป

ผู้ที่มากาดทุ่งฟ้าบดได้รู้จักและได้มาใช้บริการครั้งแรกและใช้บริการเป็นประจำที่กาดทุ่งฟ้าบดจากหลากหลายที่มาแตกต่างกันไป ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถแสดงให้เห็นถึงการรู้จักและมาใช้บริการกาดแห่งนี้ ดังตาราง 4-10 ด้านล่าง

รู้จักกาดแห่งนี้อย่างไร	ความถี่	ร้อยละ
มีคนแนะนำ จากบุคคลที่เคยมา ได้ยินต่อกันมา	15	36.59
เป็นที่หลักในการซื้อวัว ควาย	5	12.20
อยู่ใกล้บ้าน	5	12.20
มากับครอบครัว	4	9.76
มีอาชีพค้าขาย คนค้าขายรู้จัก มีอาชีพรับจ้างส่งของ	4	9.76
เป็นกาดหลักในบริเวณนี้	3	7.32
เป็นพ่อค้าเก่าที่นี่	2	4.88
มาตั้งแต่อดีต	2	4.88
มาซื้อสินค้าในพื้นที่	1	2.44
รวม	41	100

ตาราง 4-10 การรู้จักกาดทุ่งฟ้าบดของลูกค้า ภายในกาดทุ่งฟ้าบด



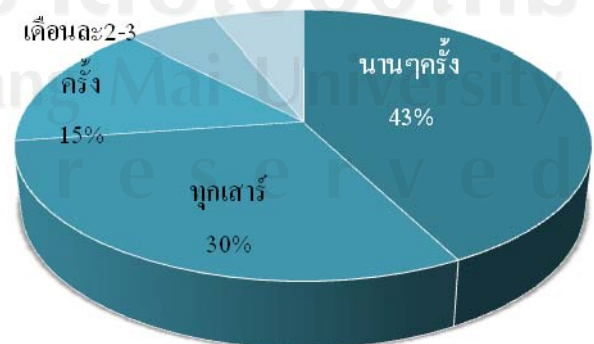
แผนภูมิ 4-9 การรู้จักกาดทุ่งฟ้าบดของลูกค้ำ ภายในกาดทุ่งฟ้าบด

จากแผนภูมิ 4-9 ร้อยละ 36.59 ลูกค้ำส่วนใหญ่รู้จักกาดทุ่งฟ้าบดได้จากการได้ยินหรือได้รับคำแนะนำจากคนในชุมชนหรือบุคคลที่เคยมามีคอกหมูด้วยกัน ส่วนหนึ่งเป็นคนในชุมชนที่รู้จักกาดโดยพื้นฐานอยู่แล้วและบ้านใกล้กับบริเวณกาด อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ เป็นพื้นที่ศูนย์กลางในการกาดวัวควายที่ใหญ่ที่สุดและหลงเหลืออยู่ จึงเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ซื้อวัวควาย ในการมาใช้บริการในกาดทุ่งฟ้าบดแห่งนี้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสามารถแบ่งลูกค้ำเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มลูกค้ำประจำดั้งเดิมที่อยู่กับกาดตั้งแต่เริ่มตั้งกาดจนปัจจุบันและกลุ่มลูกค้ำหมุนเวียนเข้ามาใหม่จากการบอกต่อจากบุคคลที่เคยมาแล้ว แสดงให้เห็นว่ากาดมีแนวโน้มในการดำรงอยู่ได้ด้วยการตอบสนองของคนทั้งสองกลุ่มที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

- ความบ่อยในการมาใช้บริการของลูกค้ำและบุคคลทั่วไป

จากการเก็บข้อมูลความบ่อยในการมาใช้บริการของลูกค้ำภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดภายในหนึ่งเดือน ซึ่งเปิดทำการเฉพาะวันเสาร์ ได้ผลดังตาราง 4-11

ความบ่อยในการมา	ความถี่	ร้อยละ
นานๆครั้ง	14	42.42
ทุกเสาร์	10	30.30
เดือนละ 2-3 ครั้ง	5	15.15
ครั้งแรก	2	6.06
ตามแต่ความต้องการ	2	6.06
รวม	33	100



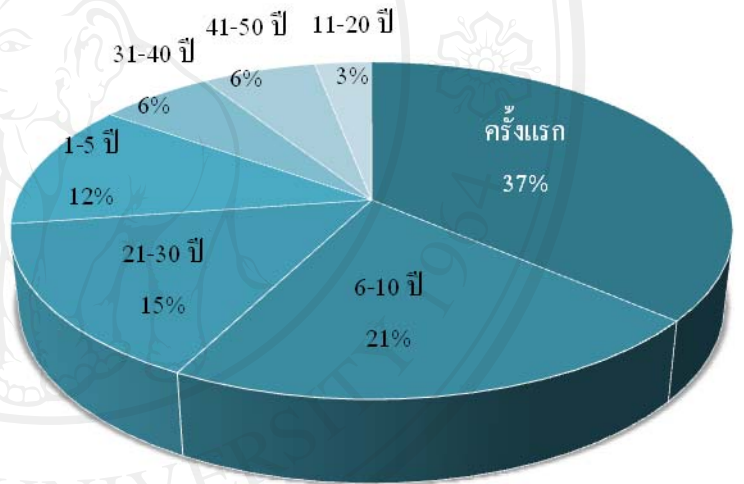
ตาราง 4-11 และแผนภูมิ 4-10 ความบ่อยในการมาใช้บริการที่กาดทุ่งฟ้าบด

จากแผนภูมิ 4-10 ร้อยละ 42.42 มาใช้บริการภายในภาคนานๆครั้ง และร้อยละ 30 ลูกค้ำและบุคคลทั่วไปมาใช้ภาคทุกวันเสาร์ของการตั้งภาคนัดในแต่ละเดือน อาจเนื่องจากสาเหตุของการมาจับจ่ายใช้สอยสินค้าและการเดินเล่นพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นบุคคลที่อยู่ภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง บางส่วนมาใช้บริการตามความจำเป็นต่อความต้องการสินค้าของแต่ละบุคคล

- **ช่วงเวลามาใช้บริการภายในภาค**

จากระยะเวลาของการเปิดภาค 50 กว่าปี กลุ่มลูกค้ำและบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการมีช่วงเวลาในการมาจับจ่ายใช้สอยหรือพักผ่อน ที่ช่วงระยะเวลาต่างกัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ซื้อและบุคคลทั่วไป ได้รายละเอียดดังตาราง 4-12

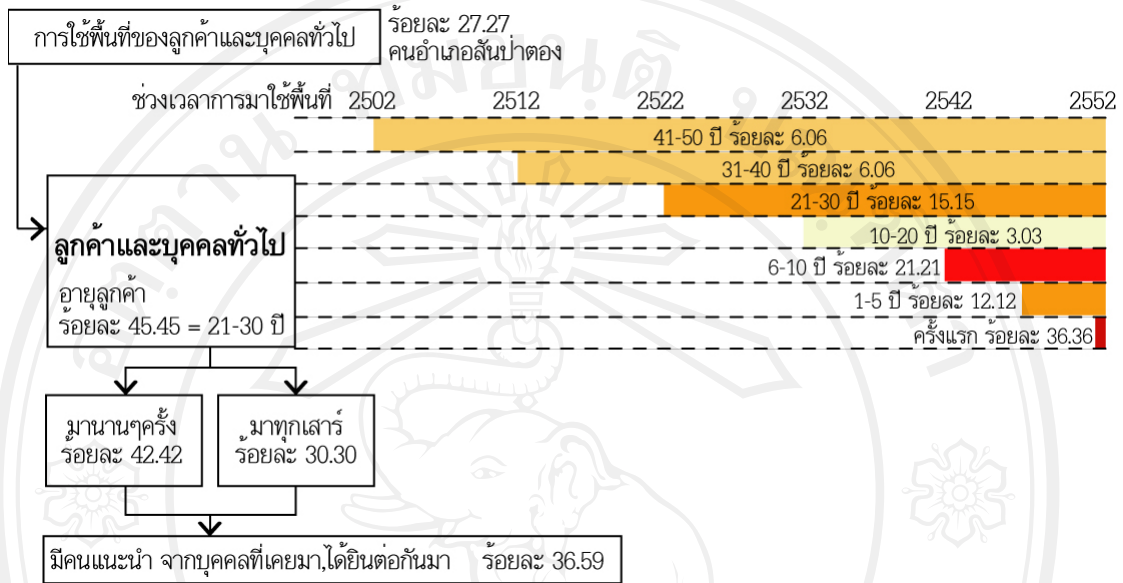
ช่วงเวลาที่มาภาค	ความถี่	ร้อยละ
ครั้งแรก	12	36.36
6-10 ปี	7	21.21
21-30 ปี	5	15.15
1-5 ปี	4	12.12
31-40 ปี	2	6.06
41-50 ปี	2	6.06
11-20 ปี	1	3.03
รวม	33	100



ตาราง 4-12 และแผนภูมิ 4-11 ช่วงเวลาที่มาภาคของลูกค้าและบุคคลทั่วไปในภาค

จากแผนภูมิ 4-11 ผู้ถูกสัมภาษณ์มีช่วงเวลาที่มาภาค ร้อยละ 36.36 มาเป็นครั้งแรก และร้อยละ 21.21 อยู่ในช่วง 6-10 ปี รองลงมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เริ่มมีผู้สนใจและมาภาคทุ่งฟ้าบดมากขึ้น และมีกลุ่มลูกค้ำเดิมที่มาจับจ่ายใช้สอยภายในภาคเป็นระยะเวลาในช่วงถึง 30 ปีเป็นกลุ่มมาประจำ ซึ่งคาดว่าเป็นคนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงที่มาใช้บริการ

จากประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของลูกค้าและบุคคลทั่วไปภายในภาควิศวกรรม
 พ่วงฟ้าบดสามารถทำเป็นแผนภูมิรูปภาพสรุปได้ดังนี้



ภาพ 4-4 แผนภูมิประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของลูกค้า

ประวัติส่วนตัวเบื้องต้นต่อการใช้พื้นที่ของลูกค้าและบุคคลทั่วไปภายในภาควิศวกรรมพ่วงฟ้า
 บด มีผลสรุปดังนี้

- ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ คือ อำเภอสันป่าตอง
- มีนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น ที่มาไกลมาเที่ยวชมอยู่ส่วนหนึ่ง
- ลูกค้ามีอายุหลากหลาย ส่วนใหญ่ที่สัมภาษณ์มีอายุ 21-30 ปี เป็นผู้ที่มาครั้งแรก ส่วนใหญ่ แสดงถึงการเริ่มเป็นที่รู้จักของวัยรุ่นและคนต่างพื้นที่ ส่วนอายุ 30 ปีขึ้นไปมีการใช้บริการในช่วง 6-10 ปีขึ้นไป แสดงการใช้งานในพื้นที่เป็นระยะเวลา
- ลูกค้าส่วนใหญ่มาเป็นประจำทุกสัปดาห์ของการเปิดภาควิศวกรรมพ่วงฟ้าบด
- ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักภาคจากการแนะนำ บอกต่อกันจากคนในพื้นที่

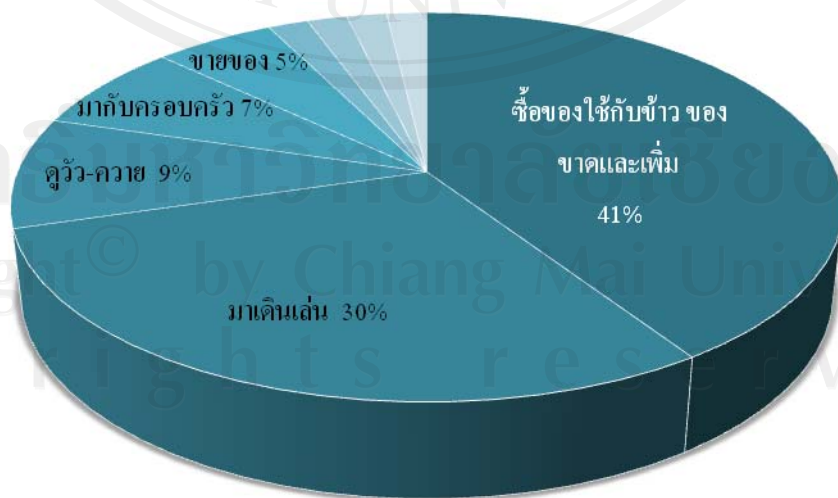
แสดงให้เห็นภาควิศวกรรมพ่วงฟ้าบด มีคนจากภายนอกเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นจากการแนะนำ หรือ ได้ยินต่อกันมาจากคนในพื้นที่ และลูกค้าจากคนในพื้นที่ที่ให้บริการพื้นที่เป็นระยะเวลา ยาวนาน โดยมาที่ภาคเป็นประจำ

2) สาเหตุการเลิกใช้งานพื้นที่ภายในภาคของลูกค้า และบุคคลทั่วไป

การเก็บข้อมูลสามารถแบ่งสาเหตุของการเลิกใช้บริการภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด ของกลุ่มลูกค้าและบุคคลทั่วไป ได้จากตาราง 4-13

ข้อขายและให้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ซื้อของใช้กับข้าว ของขาดและเพิ่ม	22	40.74
คู่วัว-ควาย	5	9.26
ขายของ	3	5.56
กินข้าว	1	1.85
มาซ่อมสินค้า	1	1.85
อื่นๆ	ความถี่	ร้อยละ
มาเดินเล่น	16	29.63
มากับครอบครัว	4	7.41
ทำงานธุรกิจท่องเที่ยว	1	1.85
บ้านอยู่แถวนี้	1	1.85
รวม	54	100

ตาราง 4-13 สาเหตุของการมาในการมาใช้บริการที่ภาคทุ่งฟ้าบด



แผนภูมิ 4-12 สาเหตุของการมาในการมาใช้บริการที่ภาคทุ่งฟ้าบด

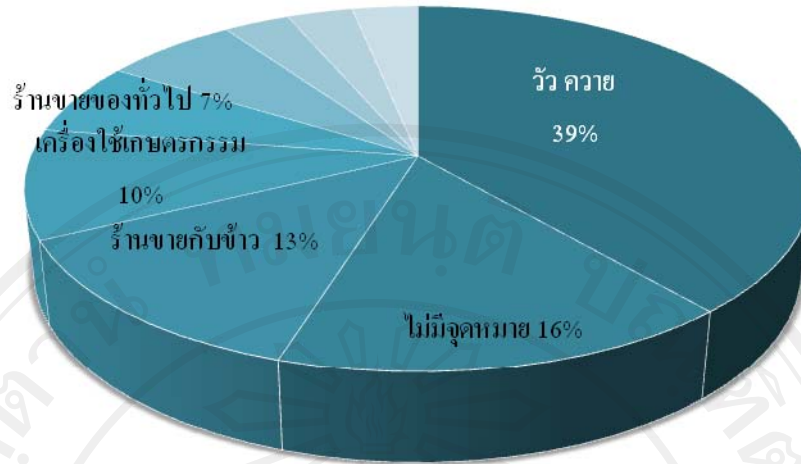
สาเหตุส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 40.74 เป็นการซื้อของใช้ อาหารสำหรับการยังชีพ ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของพื้นที่ตลาดที่สำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้า ส่วนอีกสาเหตุในการมาใช้บริการที่ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 29.63 คือ การมาเดินเล่น เท่านั้น โดยเปรียบเสมือนเป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจแก่บุคคลทั่วไปในการมาเดินชมบรรยากาศ หรือมาพบปะสนทนาในความสนใจส่วนตัวของคุณ เช่น ดูวิว ควาย ดูพระ คุยเรื่องการเกษตรกรรม นั่งคุยสารทุกข์สุขดิบกัน เป็นต้น แสดงถึงการเป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ พื้นที่ทางสังคมของภาควิคควาย

พื้นที่เป้าหมายในการเดินภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

การใช้บริการหลักภายในภาคทุ่งฟ้าบด คือการจับจ่ายใช้สอยสินค้าต่างๆ ซึ่งในแต่ละกลุ่มประเภทสินค้ามีระยะเวลาที่เริ่มและเก็บแผงที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ละประเภทของสินค้า โดยจากการสัมภาษณ์ผู้มาใช้บริการภายในภาคทุ่งฟ้าบด มีร้านค้าที่เป็นเป้าหมายในการมาภาคแบ่งได้ดังตารางด้านล่างดังนี้

ร้านค้าเป้าหมาย	ความถี่	ร้อยละ
วิคควาย	12	38.71
ไม่มีจุดหมาย เดินเล่น	5	16.13
ร้านขายกับข้าว อาหารสด ผลไม้	4	12.90
เครื่องใช้เกษตรกรรม	3	9.68
ร้านขายของทั่วไป เครื่องใช้	2	6.45
ร้านอาหารพื้นเมือง	2	6.45
ตามแต่ต้องการ	1	3.23
ร้านขนมและของเล่น	1	3.23
ร้านขายรองเท้า	1	3.23
รวม	31	100

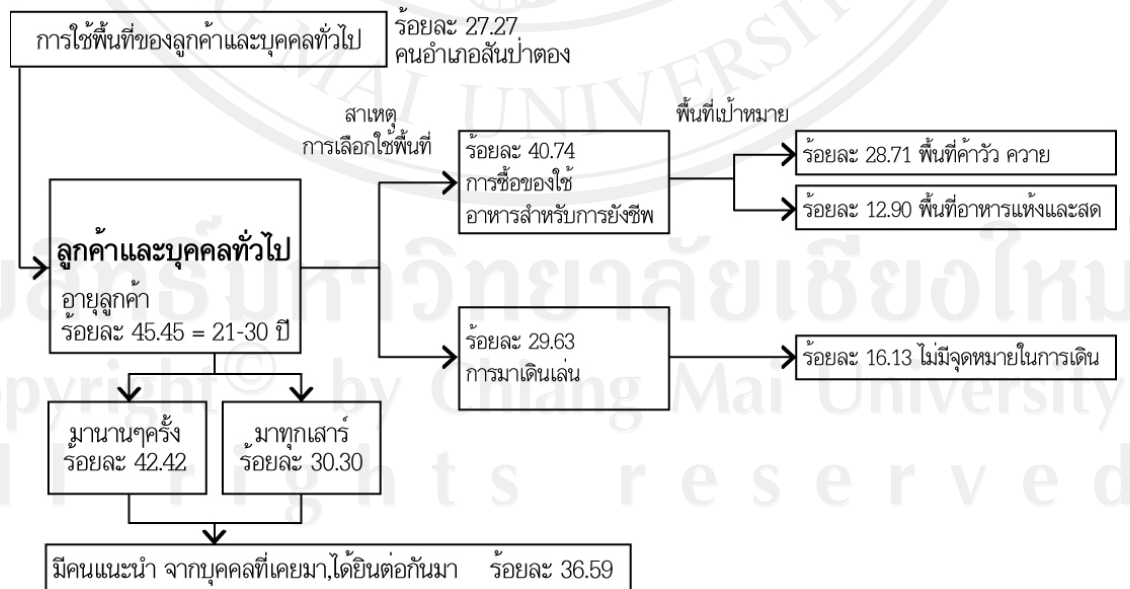
ตาราง 4-14 ร้านค้าเป้าหมายของลูกค้าภายในภาคทุ่งฟ้าบด



แผนภูมิ 4-13 ร้านค้าเป้าหมายของลูกค้าภายในกาตทุ่งฟ้าบด

จากแผนภูมิ 4-13 ร้อยละ 28.71 พื้นที่เป้าหมายคือ พื้นที่ค้าวัว ควาย ซึ่งเป็นส่วนขายหลัก และจุดขายของกาตทุ่งฟ้าบดแห่งนี้ รองลงมาร้อยละ 16.13 ไม่มีจุดหมายในการเดิน เนื่องจากมาซื้อของทั่วไปไม่มีเป้าหมายและเดินเล่นเท่านั้น ส่วนพื้นที่อื่นๆ เช่น พื้นที่ร้านขายอาหารแห้งและสด และพื้นที่เครื่องใช้สินค้าทางเกษตรกรรม พื้นที่ค้าขายที่มีเฉพาะภายในกาตวัวควายทุ่งฟ้าบดแบ่งเฉลี่ยในแต่ละส่วนกระจายกันไป

จากผลการศึกษาสาเหตุการเลือกใช้งานพื้นที่ภายในกาตของลูกค้า และบุคคลทั่วไป สามารถสรุปเป็นแผนภูมิรูปภาพได้ดังนี้



ภาพ 4-5 แผนภูมิการเลือกใช้งานพื้นที่ของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

4.1.1.2 การจัดพื้นที่ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

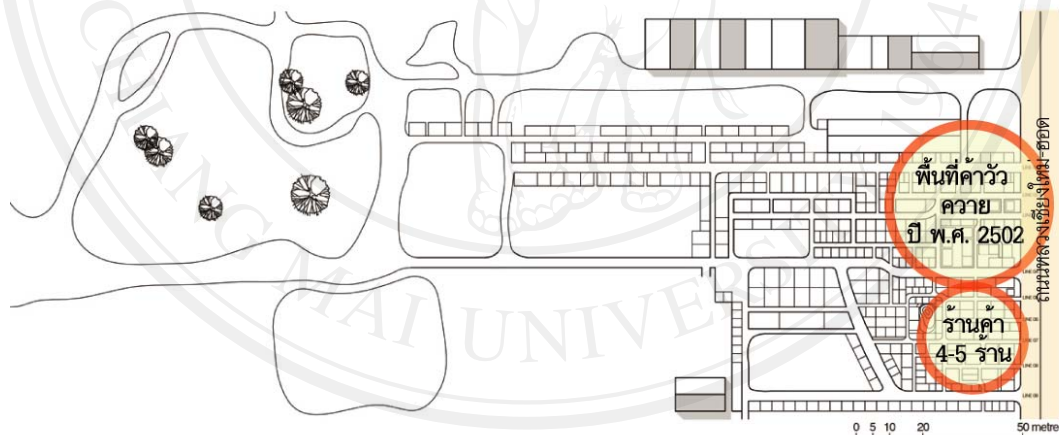
การศึกษาการจัดแบ่งพื้นที่ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดแบ่งเนื้อหาออกเป็น 1) การจัดแบ่งพื้นที่ภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด 2) การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

4.1.1.2.1 การจัดแบ่งพื้นที่ภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

ภาควัวควายทุ่งฟ้าบดมีพื้นที่ทั้งหมด 150 ไร่โดยประมาณ ซึ่งมีการใช้พื้นที่ที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มบุคคลในพื้นที่ ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของภาค สามารถแบ่งการจัดพื้นที่ออกเป็น 3 ช่วงได้แก่

- ช่วงเริ่มก่อตั้งภาควัวควายทุ่งฟ้าบด พ.ศ.2502

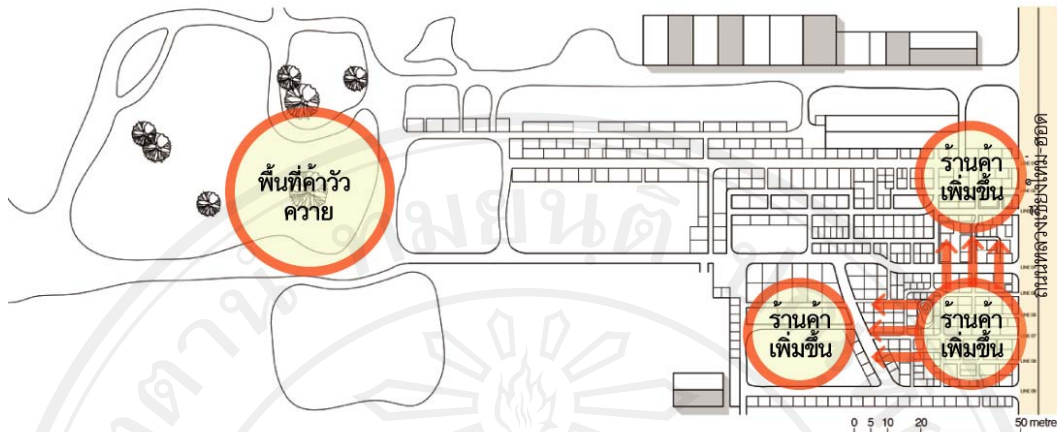
จากการสัมภาษณ์เจ้าของภาคในการจัดพื้นที่ค้าขายภายใน ภาควัวควายทุ่งฟ้าบด ได้เริ่มจากการค้าวัว ควายเป็นหลักโดยตั้งติดถนนหลวงเชียงใหม่-ฮอด เพื่อให้คนในชุมชนหรือบุคคลทั่วไปที่สัญจรผ่านสามารถเห็น ภาควัวควายได้ง่ายชัดเจน และเข้าถึงสะดวก โดยเริ่มแรกมีร้านค้าค้าขายสินค้าเพียง 4-5 ร้านในบริเวณถัดจากพื้นที่ค้าวัว ควาย



ภาพ 4-6 แผนที่ช่วงเริ่มก่อตั้งภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

- ช่วงการขยายพื้นที่ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

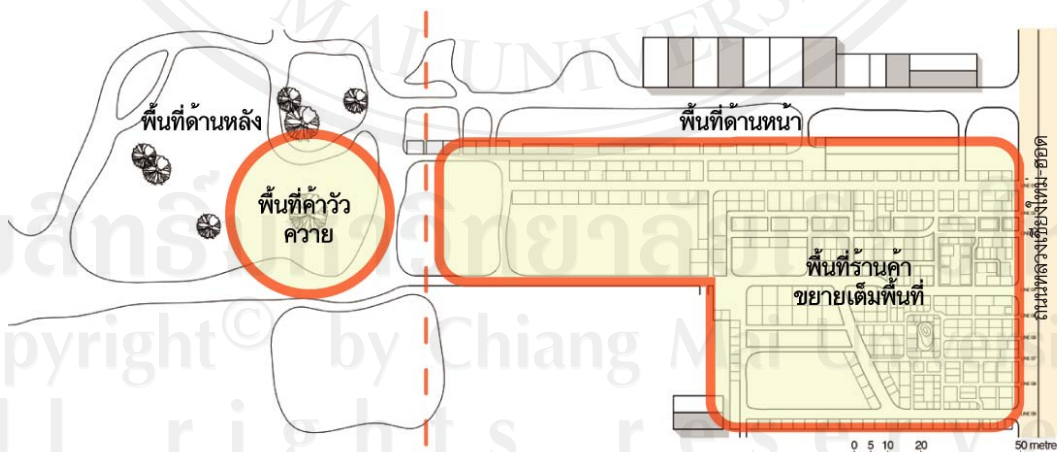
เมื่อภาควัวควายทุ่งฟ้าบด เริ่มเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง มีจำนวนร้านค้าขายเพิ่มมากขึ้นภายในพื้นที่ เจ้าของภาคจึงแบ่งพื้นที่ ค้าขายกับพื้นที่ค้าวัวควาย ออกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน เพื่อการสัญจรที่สะดวก และการไม่รบกวนกันในเรื่องมลพิษทางเสียง และทางกลิ่นจากทั้งสองพื้นที่ โดยพื้นที่ค้าวัวควาย ย้ายไปส่วนหลังสุดของภาค ส่วนพื้นที่ร้านค้าอยู่ติดบริเวณด้านหน้าเหมือนเดิม และมีการขยายตัวไปขนานกับถนนหลวง และขยายตัวลึกเข้าไปในพื้นที่



ภาพ 4-7 แผนผังช่วงการขยายพื้นที่ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

- ช่วงกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดในปัจจุบัน

ปัจจุบันแบ่งพื้นที่การใช้งานได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ 1) พื้นที่ด้านหน้า เป็นพื้นที่ที่มีร้านค้าสินค้าประเภทต่างๆ ตั้งกลุ่มเรียงแถวกันมากมาย จำนวนประมาณ 500 ร้านค้า โดยมีเพิงที่พ่อค้าแม่ค้าแต่ละบุคคลทำการก่อสร้างกันเองตามการใช้งานของตน เนื่องจากการเช่าที่ในการค้าขายภายในกาดวัวทุ่งฟ้าบด จะได้เพียงแค่ที่ดินเปล่าเท่านั้น ในส่วนเพิงหรือร้านค้า ถ้าพ่อค้าแม่ค้าทำการก่อสร้างเองตามแต่ความต้องการของบุคคล 2) พื้นที่ด้านหลัง เป็นพื้นที่ลานโล่งกว้างใหญ่ สำหรับการค้า วัว ควาย ซึ่งต้องการใช้พื้นที่โล่งมากในการซื้อขายวัว ควาย และการขนถ่าย วัวควาย จากรถขนลงไปสู่พื้นที่ลานโล่ง



ภาพ 4-8 แผนผังช่วงกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดในปัจจุบัน

การแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

ในการแบ่งพื้นที่โดยละเอียดภายในภาค ไม่ได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่เป็นไปตามกลไกของภาค ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าจะทราบโดยทั่วไปว่าพื้นที่ใดจำหน่ายสินค้าประเภทใด และตั้งร้านค้าเป็นกลุ่มๆ สินค้าใกล้ๆ กัน จะมีบางร้านค้าที่เลือกไม่ได้เช่น มาที่หลังจะอยู่นอกกลุ่ม การจัดแบ่งพื้นที่ที่จะทำกันเองภายในภาคทุ่งฟ้าบดกันเอง โดยแจ้งพื้นที่จับจองกับเจ้าของภาค แสดงให้เห็นถึงการกำหนดพื้นที่จากผู้ใช้งาน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ถึงปัจจัยที่เป็นในการแบ่งพื้นที่ตามความเข้าใจและการรับรู้ของกลุ่มค้า ได้ผลดังตารางด้านล่างดังนี้

ปัจจัยในการแบ่งพื้นที่	เพราะ	ความถี่	ร้อยละ
ประเภทสินค้าที่ขาย	แบ่งพื้นที่เป็นส่วนตามประเภทสินค้า ประเภทเดียวกันอยู่ใกล้กัน	7	50.00
เส้นทางสัญจร	เส้นทางสัญจรสะดวกต่อการเดิน	2	14.29
ความพอใจของพ่อค้าแม่ค้า	ไม่ได้แบ่งพื้นที่ที่สินค้าออกอย่างชัดเจน	2	14.29
เพศ	แบ่งพื้นที่ตามสินค้าเพศ ชายและหญิง แยกคนละพื้นที่	1	7.14
ทำเลที่ตั้ง	แบ่งพื้นที่ตามความต้องการและสัมพันธ์ของลูกค้า	1	7.14
พฤติกรรมในการเลือกซื้อ	พื้นที่ร้านอาหารเป็นส่วนเชื่อม ภาคสินค้ากับภาควัวควาย	1	7.14
รวม	รวม	14	100

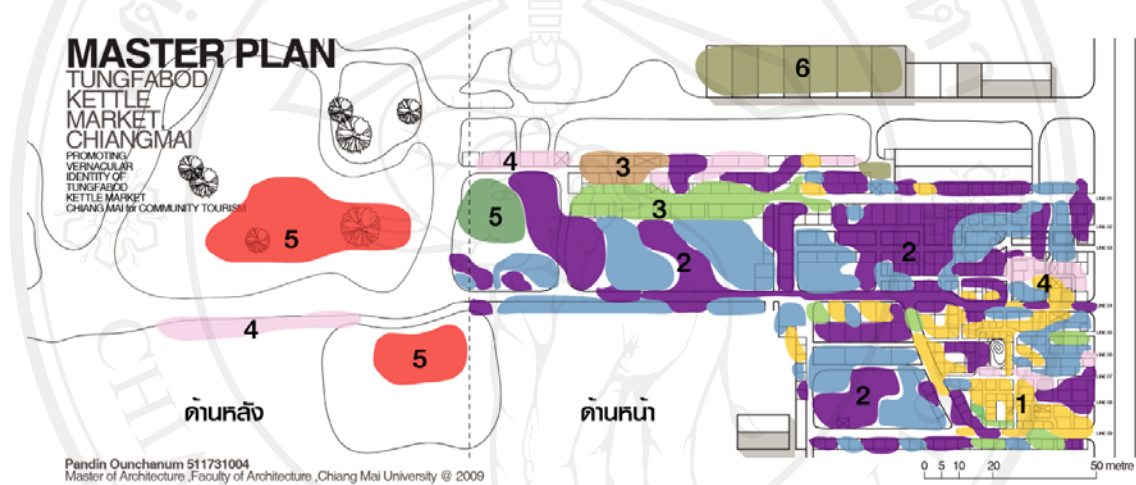
ตาราง 4-15 ปัจจัยในการแบ่งพื้นที่ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด



แผนภูมิ 4-14 ปัจจัยในการแบ่งพื้นที่ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

จากแผนภูมิ 4-14 ปัจจัยในการแบ่งพื้นที่จากการสัมภาษณ์ลูกค้าตามความคิดเห็น ร้อยละ 50 คือ ประเภทของสินค้าที่ค้าขาย เนื่องจาก การแบ่งพื้นที่เป็นส่วนและสินค้าประเภทเดียวกันอยู่ใกล้กัน สามารถง่ายต่อการเลือกซื้อในแต่ละกลุ่มประเภทของสินค้า และตามการแบ่งพื้นที่จากกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าเลือกตั้งร้านค้าให้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน สะดวกต่อการเลือกและมองเห็นกลุ่มของพื้นที่

การแบ่งพื้นที่ออกเป็นกลุ่ม สามารถแบ่งตามประเภทของร้านค้าต่างๆที่ค้าขายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด 9 ประเภท ได้แก่ ร้านขายอาหารแห้งอาหารสด ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายสินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม ร้านขายพระเครื่อง ร้านขายอาหารพื้นเมือง พื้นที่ ค้าวัวควาย ไก่ และ ค้ารถจักรยานยนต์



ภาพ 4-9 แผนผังกลุ่มร้านค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

พื้นที่ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ พื้นที่ด้านหน้า และพื้นที่ด้านหลัง ดังได้กล่าวข้างต้น โดยจากภาพ 4-9 เห็นได้ว่า พื้นที่ส่วนด้านหน้า จะประกอบไปด้วยส่วนของร้านค้าประเภทต่างๆตั้งร้านเรียงกันอยู่เป็นกลุ่มๆ และส่วนด้านหลังจะเป็นพื้นที่ลานโล่ง สำหรับการค้าวัวควาย โดยสามารถแบ่งพื้นที่เป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าภาค 2) พื้นที่ร้านค้าทั่วไป 3) พื้นที่ร้านค้าเฉพาะ 4) พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมือง 5) พื้นที่ค้าลานโล่ง และ 6) พื้นที่อาคารถาวร

- 1) พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าภาค (ขายอาหารแห้งอาหารสด)

พื้นที่ส่วนด้านหน้าของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดซึ่งติดกับถนนหลวงเชียงใหม่-ฮอด ซึ่งเป็นส่วนดั้งเดิมที่สุดของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด เนื่องจาก เริ่มแรกของการตั้งภาค พื้นที่ในส่วนนี้เป็นพื้นที่ส่วนแรกที่มีการตั้งร้านค้าเพียง 5-6 ร้าน และมีการค้าวัวควายตั้งอยู่ข้างกัน ต่อมาเมื่อพื้นที่มีการขยายตัว พื้นที่การค้าวัวควายจึงได้ย้ายไปตั้งด้านหลัง เพื่อการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสัดส่วน ส่วนของร้านอาหารแห้งสดจึงได้อยู่ในส่วนของด้านหน้าตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา ส่วนใหญ่เป็นร้านค้า

อาหารแห้งและสดตั้งอยู่ในบริเวณนี้ และมีการค้าขายในเวลาเช้ากว่าร้านค้าชนิดอื่น เนื่องจากเพื่อความสดใหม่ของสินค้า



ภาพ 4-10 พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าของกาดทุ่งฟ้าบด

2) พื้นที่ร้านค้าทั่วไป (สินค้าเบ็ดเตล็ดและขายเสื้อผ้า)

พื้นที่ร้านค้าทั่วไปกระจายอยู่ทั่วทั้งบริเวณพื้นที่กาดทุ่งฟ้าบด ร้อยละ 60 ของร้านค้าทั้งหมดโดยประมาณ พื้นที่บริเวณตรงกลางทั้งหมดของกาดส่วนใหญ่เป็นสินค้าทั่วไปคิดเป็นพื้นที่เกือบครึ่งหนึ่งของกาดทั้งหมด สินค้าทั่วไปแต่ละประเภทจะตั้งร้านค้าบริเวณใกล้เคียงกัน เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องนุ่งห่ม สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป จะตั้งร้านค้าในบริเวณใกล้เคียงกัน บางร้านค้าอาจจะไม่ได้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เนื่องจากพื้นที่ในบริเวณนั้นเต็ม ไม่มีร้านค้าว่างสำหรับการตั้งแผง จึงอาจจะหลุดไปขายค้าอยู่ร่วมกับสินค้าประเภทอื่นๆ ตามพื้นที่ที่ว่างให้เช่าโดยหลีกเลี่ยงไม่ได้



ภาพ 4-11 พื้นที่ร้านค้าทั่วไปภายในกาดทุ่งฟ้าบด

3) พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะ (สินค้าทางเกษตรกรรมและร้านค้าเช่าพระ)

พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะอย่าง ที่มีเฉพาะในกาดทุ่งฟ้าบด หรือเป็นสินค้าที่เฉพาะ จนเป็นกลุ่มพื้นที่อีกกลุ่มหนึ่ง เช่น ร้านค้าสินค้าทางเกษตรกรรมและร้านค้าเช่าพระ โดยพื้นที่ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณด้านหลังสุดใกล้กับพื้นที่ค้าวัวควายและส่วนของร้านค้าเช่าพระที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เพื่อที่สะดวกต่อการเลือกซื้อที่หลากหลายและการเปรียบเทียบในบริเวณร้านค้าใกล้เคียง



ภาพ 4-12 พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะ ภายในภาคทุ่งฟ้าบด

4) พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมือง

พื้นที่ร้านอาหารเมือง เป็นพื้นที่ส่วนที่สำคัญของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด ในการพักผ่อน นั่งรับประทานอาหารของบุคคลที่มาใช้บริการในพื้นที่ ทั้งพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้า โดยการตั้งพื้นที่ร้านค้าตั้งอยู่ภายในภาคหลายจุดที่มีผู้คนใช้บริการเยอะ ทั้งในบริเวณด้านหน้า และบริเวณด้านหลัง เพื่อรองรับบุคคลทั่วไปในการนั่งพักผ่อนในการเดินจับจ่ายใช้สอย ภาคมีช่วงเวลาในการค้าขายที่ยาวนาน ตั้งแต่ช่วงเช้านถึงเที่ยง ซึ่งครอบคลุมมือรับประทานถึง 2 มือ จึงสามารถรองรับในส่วนพื้นที่พักผ่อนได้ ส่วนที่น่าสนใจคือ ส่วนพื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองด้านหลัง ที่เป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่าง พื้นที่ส่วนด้านหน้าและพื้นที่ส่วนด้านหลัง ซึ่งส่วนมากแล้ว ลูกค้าที่มาดูวัวควาย ในบริเวณด้านหลังก็ไม่ค่อยเดินไปส่วนร้านค้าด้านหน้า และ ลูกค้าที่มาบริเวณร้านค้าในบริเวณด้านหน้า ก็ไม่ค่อยเดินไปส่วนดู วัว ควายด้านหลัง พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองในส่วนนี้จึงเป็นเหมือนพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างด้านหน้าและด้านหลังเข้าหากัน เพื่อการกระจายตัวของกลุ่มบุคคลใช้บริการจากทั้งสองส่วนเข้าด้วยกัน



ภาพ 4-13 พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองภายในภาคทุ่งฟ้าบด

5) พื้นที่ค้าลานโล่ง (พื้นที่ค้าวัว ควาย และไก่)

พื้นที่ค้าลานโล่งจะตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของภาค ลักษณะเป็นพื้นที่ลานโล่ง สำหรับการเลือกซื้อขายวัว ควาย และไก่ สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย วัว ควาย และการเลือกดู วัว ควาย ลักษณะในพื้นที่มีหลักเสาไม้ตั้งอยู่เป็นจำนวนมากเพื่อเป็นเสาหลักสำหรับการคล้องเชือกมัดวัว ควายเพื่อไม่ให้หนี การแบ่งพื้นที่การค้าขายจะยื่นขายแบ่งเป็นกลุ่มๆตามแต่ความสนิทสนมคุ้นเคยกันของพ่อค้าแต่ละกลุ่มคน ดังนั้นในการมัดวัวควายกับหลักก็จะมัดในส่วนพื้นที่ของกลุ่มตนเอง หรือพื้นที่ที่มัดวัว ควายเป็นประจำทุกสัปดาห์ อยู่แล้ว โดยทั่วไปพ่อค้าวัว จะนำ วัวมาจำนวน 3-10 ตัว เป็นจำนวนไม่มากซึ่งสามารถขนใส่รถกระบะมาสู่ภาคได้ นำมามัดไว้กับหลักไม้ในพื้นที่ที่ตนเองจับจองทุกสัปดาห์ สำหรับพ่อค้าวัวบางคนก็นำ วัวมากขายในจำนวนมาก ถึง 80-100 คน จะเช่าพื้นที่เป็นคอก เพื่อให้เป็นสัดส่วน และสามารถดูแลวัวของพ่อค้าได้ง่าย พ่อค้ามักจะเดินทางมาถึงภาคตั้งแต่เย็นก่อนการตั้งภาค เนื่องจากเดินทางมาไกลจากชุมชนอื่น และจำนวนวัว มีจำนวนมากในการถ่ายลงจากรถบรรทุก โดยจะนอนเฝ้าที่เฝ้าภายในพื้นที่คอกของตนเอง



ภาพ 4-14 พื้นที่ลานโล่ง (พื้นที่ค้าวัว ควาย และไก่)ภายในภาค

6) พื้นที่อาคารถาวร (โรงขายจักรยานยนต์)

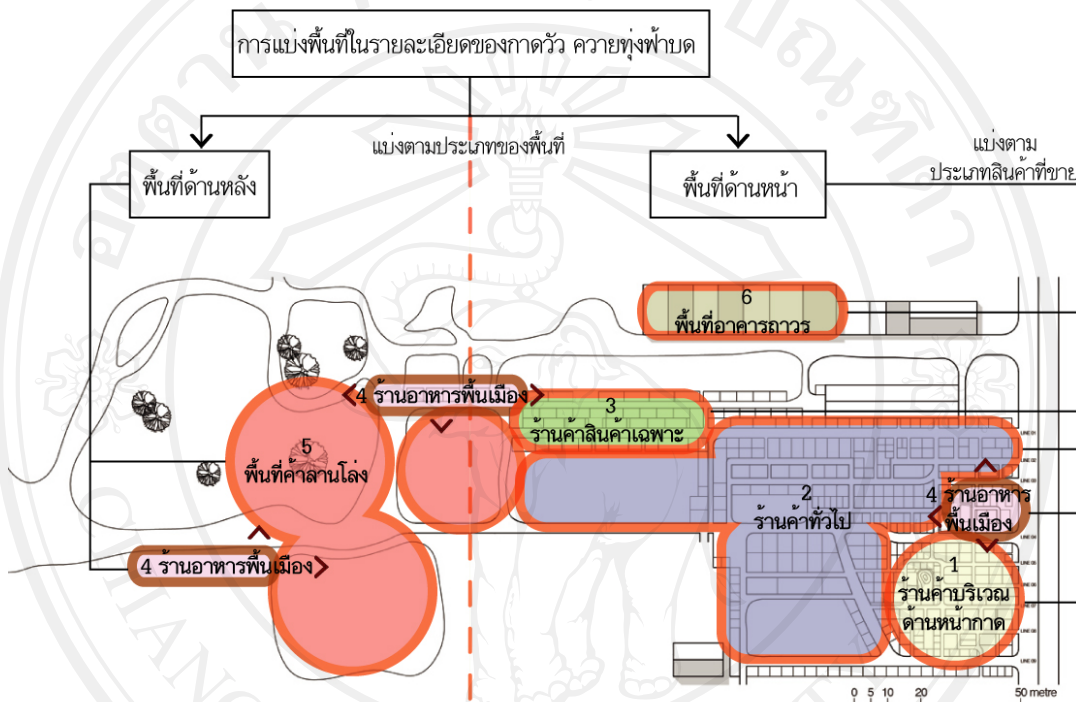
อาคารถาวร โครงสร้างเสาคอนกรีต หลังคาโครงสร้างเหล็กเป็นอาคารที่ทางเจ้าของตลาดสร้างขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ในการค้าขายรถจักรยานยนต์ โดยเป็นพื้นที่ออกเป็นช่องๆสำหรับพ่อค้าแม่ค้ารถจักรยานยนต์ มีจำนวนช่องละประมาณ 6-8 คัน เช่าพื้นที่ในการค้าขายรถจักรยานยนต์ของตน ซึ่งเป็นพื้นที่ค่อนข้างแข็งแรง และโล่งสะดวกสบายต่อการเลือกซื้อ



ภาพ 4-15 พื้นที่อาคารถาวร ภายในภาคทุ่งฟ้าบด

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควิคควาย ซึ่งมีคำถามวิจัย การใช้พื้นที่และการจัดวางพื้นที่เป็นอย่างไรและสัมพันธ์กันอย่างไร

จากผลการศึกษาศามารถการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของภาควิคควายทุ่งฟ้าบดสามารถทำเป็นแผนภูมิรูปภาพได้ดังนี้



ภาพ 4-16 แผนภูมิภาพการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

จากภาพ 4-16 สามารถสรุปการแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของภาควิคควายทุ่งฟ้าบดสามารถสรุปได้ผลดังนี้

- สิ่งที่สำคัญอันดับแรกของการตั้งพื้นที่ภาค คือ ทำเลที่ตั้งของการตั้งตลาด ซึ่งทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุดคือการตั้งติดถนนหลัก หรือถนนที่มีการสัญจรผ่านไปมาระหว่างชุมชน เพื่อการง่ายต่อการเข้าถึงและสัญจรผ่านไปมา
- การแบ่งพื้นที่ทั้งหมดสามารถแบ่งได้ 2 ส่วน ตามประเภทของพื้นที่ คือ พื้นที่ด้านหน้าสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคและด้านหลังส่วนขายสัตว์ โดยมีส่วนเชื่อม คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
- การแบ่งพื้นที่ในรายละเอียดของภาคแบ่งตามประเภทสินค้าที่ขายได้ 6 พื้นที่ สินค้าแต่ละประเภทตั้งร้านค้าใกล้เคียงกัน โดยพื้นที่ส่วนร้านอาหารพื้นเมือง เป็นพื้นที่ในการ

เชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ด้านหลังและด้านหน้าเข้าด้วยกัน ด้วยการเป็นพื้นที่พักระหว่างสองส่วนและกระจายผู้ใช้พื้นที่เข้าสู่อีกส่วน

- การจัดวางมีความสัมพันธ์กับทิศทางแดด ลม โดยส่วนที่มีกลิ่นรบกวนและหมักหมม เช่น ส่วนค้ายสัตว์ จะอยู่ด้านหลัง ส่วนพื้นที่นั่งสบายเป็นร้านอาหารและร้านค้าอยู่ทิศเหนือ
- พื้นที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ได้ร่มเงาธรรมชาติ ต้นไม้และเพิงพักที่สร้างขึ้น

4.1.1.2.2 การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา

การเดินเท้า คือ การสัญจรหลักภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด นับเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกพื้นที่ตั้งร้านค้าภายในภาค โดยเฉพาะการตั้งร้านค้าติดเส้นทางสัญจรทางเท้าหลักภายในภาคและถนนหลวงบริเวณด้านหน้า เนื่องจากลูกค้าและบุคคลทั่วไปสามารถมองเห็นสินค้าภายในร้านค้าของผู้ค้าได้ง่ายและชัดเจน เมื่อเดินสัญจรผ่านร้านค้า

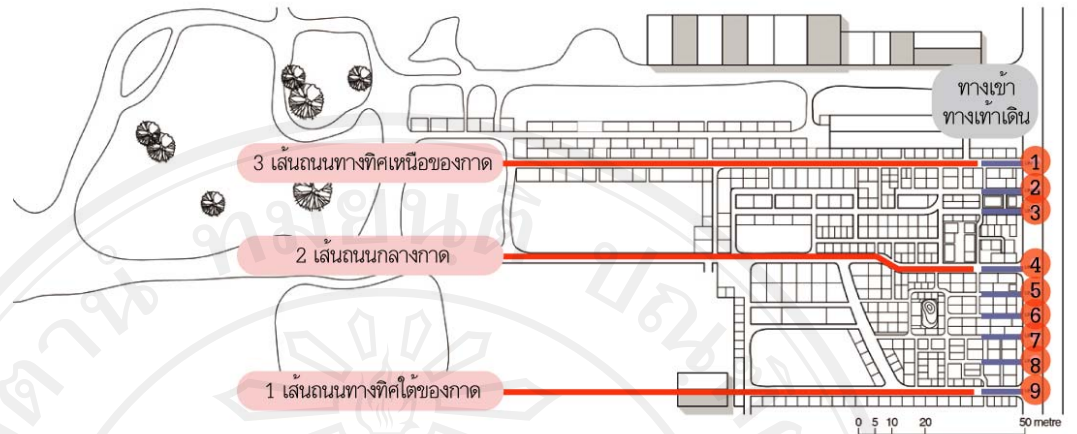
เส้นทางสัญจรภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด มี 2 ทาง คือ

- ทางรถยนต์

ทางรถยนต์มี 3 เส้นทาง คือ คือเส้นทางทางทิศใต้ของภาค เส้นทางกลางภาคและเส้นทางทางทิศเหนือของภาค ซึ่งจะสามารถเดินรถในช่วงเช้ามีดสำหรับขนสินค้าเข้าสู่ร้านค้าของตน เมื่อช่วงเวลาสาย รถจะไม่สามารถเข้ามาได้ นอกเหนือจากเส้นทางทิศเหนือ เนื่องจาก จะมีการตั้งแผนสินค้าบนถนน เพื่อใช้พื้นที่ภายในภาคให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด

- การเดินเท้า

การเดินเท้าเข้าสู่ภาค จากถนนหลวงมีทั้งหมด 9 ช่องทาง ซึ่งสามารถเข้าได้ทุก แล้วแต่เป้าหมายของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าแต่ละคนมีทางเข้าที่ต่างกันตามแต่ จุดหมายและเส้นทางเคยชินในการเดินภายในภาค จึงสามารถเดินเข้าทางใดก็ได้ ก็สามารถถึงจุดหมายได้เช่นเดียวกัน โดยขนาดของเส้นทางสัญจรทางเท้ามีขนาดใหญ่เล็กตามปริมาณของผู้คนที่เดิน เส้นทางใหญ่มีการสัญจรและจับจ่ายสินค้าเยอะกว่า เส้นทางสัญจรแคบมีความหนาแน่นน้อยกว่า



ภาพ 4-17 เส้นทางสัญจรภายในภาค

การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

การใช้พื้นที่ภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด ในแต่ละช่วงเวลา แบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ พ่อค้าแม่ค้าและลูกค้าและบุคคลทั่วไป

1) การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาภายในภาคของพ่อค้าแม่ค้า

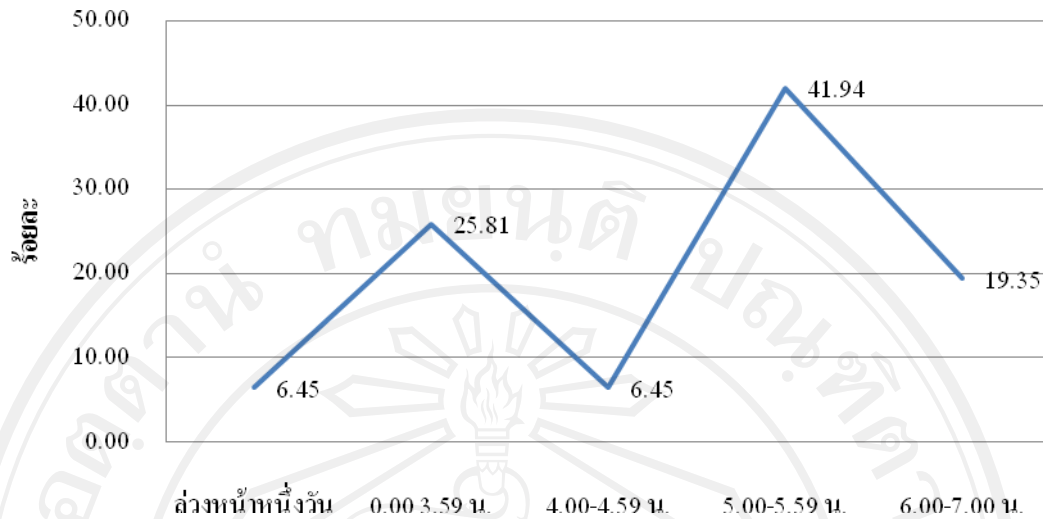
พ่อค้าแม่ค้าจะเริ่มใช้พื้นที่ในการตั้งร้านตั้งแต่เช้ามีดหรือช่วงสายตามแต่ชนิดสินค้าของตนเอง โดยทำการค้าขายจนถึงเวลาที่ขี้ ซึ่งเป็นการนัดช่วงเช้าที่มีระยะเวลาในการเปิดการค้าขายยาวนานกว่าตลาดอื่น และระยะเวลาในการเก็บสินค้าก็จะอยู่ที่ระยะเวลาที่ขี้เป็นต้นไป

จากการสำรวจระยะเวลาในการตั้งและเก็บแผงสินค้าของร้านค้าแต่ละร้านค้าสรุปเป็นข้อมูลดังตาราง 4-16

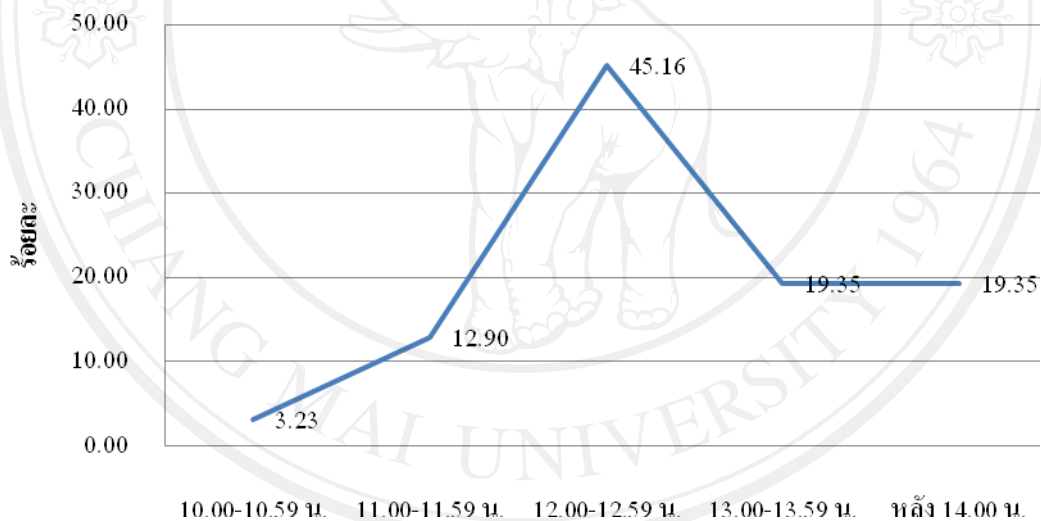
ช่วงเวลาในการตั้งแผงสินค้า	ความถี่	ร้อยละ
ล่วงหน้าหนึ่งวัน	2	6.45
0.00-3.59 น.	8	25.81
4.00-4.59 น.	2	6.45
5.00-5.59 น.	13	41.94
6.00-7.00 น.	6	19.35
รวม	31	100

ช่วงเวลาในการเก็บแผงสินค้า	ความถี่	ร้อยละ
10.00-10.59 น.	1	3.23
11.00-11.59 น.	4	12.90
12.00-12.59 น.	14	45.16
13.00-13.59 น.	6	19.35
หลัง 14.00 น.	6	19.35
รวม	31	100

ตาราง 4-16 ช่วงเวลาในการตั้งและเก็บแผงสินค้าภายในภาค



แผนภูมิ 4-15 ช่วงเวลาในการตั้งแผงสินค้า



แผนภูมิ 4-16 ช่วงเวลาเก็บสินค้า

จากแผนภูมิ 4-15 และ แผนภูมิ 4-16 ได้ผลการเก็บข้อมูลดังนี้

ช่วงเวลาการตั้งแผงสินค้า

- ร้อยละ 41.94 คือช่วงเวลา 5.00-5.59 นาฬิกา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาเช้ามืด สะดวกต่อการขับรถขนสินค้าเข้าภายในพื้นที่ เนื่องจากถนนหลักยังไม่เริ่มตั้งแผงสินค้ากัน เส้นทางถนน และลูกค้ายังมีจำนวนไม่มาก
- ร้านค้าบางประเภทขายสินค้าแต่เช้า คือ ร้านค้าอาหารแห้งและอาหารสด เพื่อให้ได้ความสดใหม่ของสินค้า ส่วนบางประเภทที่มีการตั้งแผงสินค้าล่วงหน้าก่อนหนึ่งวัน

คือ ผู้ค้า ประเภท พ่อค้าวัว ควาย ที่อยู่อาศัยอยู่ไกลจากภาค และมีจำนวน วัว ควายในการนำมาค้าขายจำนวนมาก จึงต้องมาเตรียมวัว ควาย และนอนเฝ้าก่อนหนึ่งคืน

ช่วงเวลาเก็บแผงสินค้า

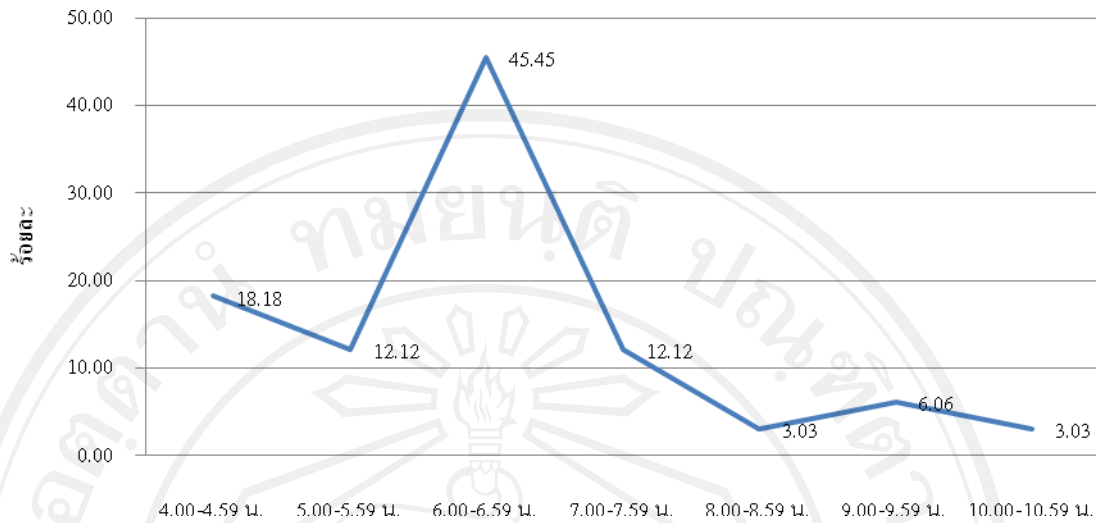
- ร้อยละ 45.16 คือช่วงเวลา 12.00-12.59 นาฬิกา เนื่องจากภาคเลิกขายในเวลาเที่ยงจากการกำหนดตั้งแต่อดีต
- ลูกค้าเริ่มลดจำนวนลงในช่วงเวลา 10.00-11.00 นาฬิกา ร้านค้าบางร้านจึงเริ่มเก็บแผงในช่วงเวลานี้ เพื่อการเดินทางไปค้าขายภาคอื่นในช่วงบ่ายสำหรับพ่อค้าแม่ค้าเร่ขาย
- บางร้านค้าการเก็บแผงสินค้าก่อนช่วงเวลาเที่ยง เนื่องจากสินค้าหมดแผงเรียบร้อยแล้วมิได้นำสินค้ามาค้าขายจำนวนมาก
- บางร้านค้าที่มีช่วงเวลาในการเก็บแผงสินค้าที่ยาวนานกว่า เนื่องจากสินค้าภายในร้านค้ามีจำนวนมากจึงใช้เวลาเก็บนานหรือรอให้รถที่ร้านค้าอื่นนำเข้ามาภายในภาคลดลง เนื่องจากช่วงการเก็บภาคจะมีรถกระบะค่อนข้างมากภายในภาคที่ขับรถเข้ามาเพื่อเก็บของ

2) การใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาภายในภาคของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

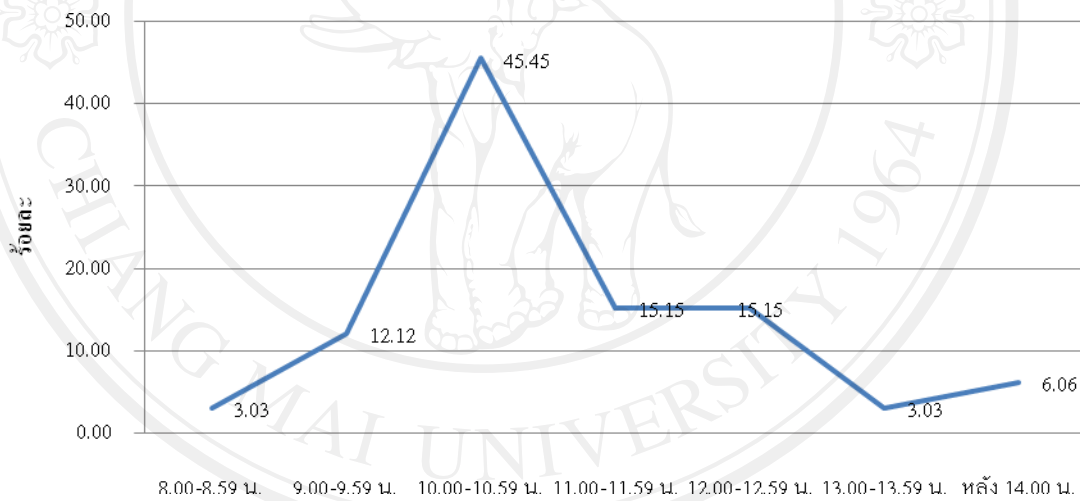
ลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการในพื้นที่ มีช่วงเวลาในการมาและช่วงเวลากลับออกจากภาควัวควายทุ่งฟ้าบด ดังตาราง 4-17

ช่วงเวลาที่มาถึง	ความถี่	ร้อยละ	ช่วงเวลากลับ	ความถี่	ร้อยละ
4.00-4.59 น.	6	18.18	8.00-8.59 น.	1	3.03
5.00-5.59 น.	4	12.12	9.00-9.59 น.	4	12.12
6.00-6.59 น.	15	45.45	10.00-10.59 น.	15	45.45
7.00-7.59 น.	4	12.12	11.00-11.59 น.	5	15.15
8.00-8.59 น.	1	3.03	12.00-12.59 น.	5	15.15
9.00-9.59 น.	2	6.06	13.00-13.59 น.	1	3.03
10.00-10.59 น.	1	3.03	หลัง 14.00 น.	2	6.06
รวม	33	100	รวม	33	100

ตาราง 4-17 ช่วงเวลาและกลับของลูกค้าในภาคทุ่งฟ้าบด



แผนภูมิ 4-17 ช่วงเวลาเข้ามาภาคทุ่งฟ้าบด



แผนภูมิ 4-18 ช่วงเวลาออกจากภาคทุ่งฟ้าบด

จากแผนภูมิ 4-17 และ แผนภูมิ 4-18 ได้ผลการเก็บข้อมูลดังนี้

ช่วงเวลาในการมาภาคของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

- ลูกค้ามาภาคส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.45 คือ 6.00-6.59 นาฬิกา เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มาจับจ่ายในส่วนอาหารแห้งและสด เพื่อให้ได้สินค้าที่สดและใหม่
- ลูกค้าที่มาภาคก่อน 6.00 นาฬิกา ร้อยละ 18.18 คือช่วงเวลา ตั้งแต่ 4.00-4.59 นาฬิกา เป็นกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อข้าว กล้วย เนื่องจากการค้าขายข้าว กล้วย เริ่มเข้ามาถึงจนถึงช่วงสาย เนื่องจากพื้นที่ค้าขายเป็นพื้นที่โล่ง อากาศเริ่มร้อน

ช่วงเวลากลับของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

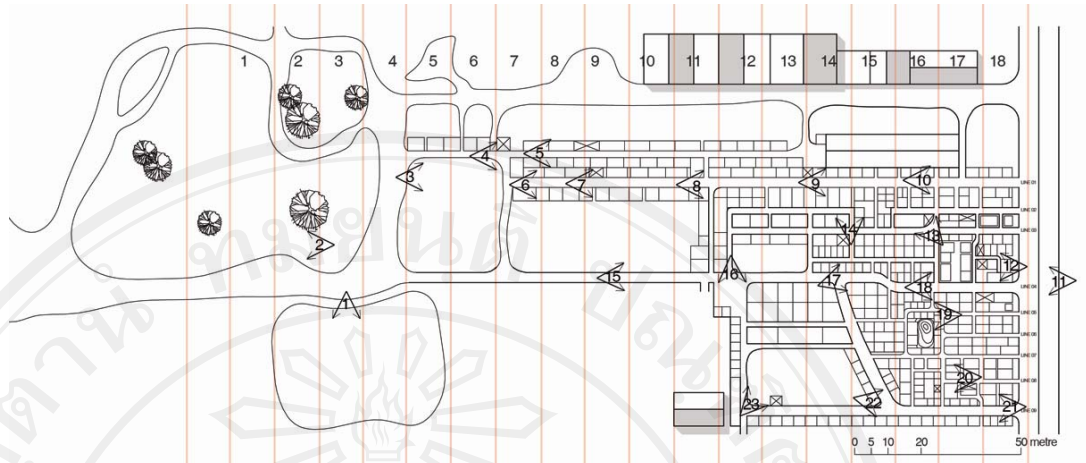
- ร้อยละ 45.45 กลับในช่วงเวลา 10.00-10.59 นาฬิกา เนื่องจาก สินค้าขายหลักภายในภาคเริ่มเก็บพื้นที่ คือในส่วน พื้นที่ข้าว กล้วย พืชไร่กล้วยเริ่มกลับกัน สินค้าอาหารแห้งสด ขายหมดตั้งแต่ช่วงสาย และ ร้านค้าสินค้าทั่วไปและเสื้อผ้า เริ่มเก็บสินค้าเพื่อไปค้าขายต่อในภาคถัดอื่นต่อไป
- ร้อยละ 15.15 กลับในช่วงเวลา 11.00-11.59 นาฬิกาและ 12.00-12.59 นาฬิกา เป็นกลุ่มลูกค้าบางส่วนที่เดินเล่นจนถึงช่วงบ่าย เนื่องจากช่วงใกล้เก็บแผงสินค้าบางชนิดมีการลดราคาให้กับลูกค้า

การใช้พื้นที่แต่ละพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา

ในแต่ละช่วงเวลามีการใช้พื้นที่แต่ละพื้นที่ของคนในภาคทุ่งป่าบดที่แตกต่างกันไป ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 23 จุดให้ครอบคลุมบริเวณที่มีผู้คนใช้งานภายในภาคให้ได้มากที่สุด โดยการถ่ายรูปในแต่ละช่วงเวลาเพื่อเปรียบเทียบ ตั้งแผงสินค้าภายในภาค จนถึงช่วงเวลาเก็บร้านค้าภายในภาคเรียบริ้อย ซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ช่วงเวลาคือ ช่วงเวลา 4.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 6.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 8.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 10.00 นาฬิกา ช่วงเวลา 12.00 นาฬิกา และช่วงเวลา 13.00 นาฬิกา

ทั้ง 23 จุด สามารถแบ่งพื้นที่ในภาคทั้งหมดออกเป็น 18 พื้นที่ จากซ้ายไปขวา ทั้ง 18 พื้นที่คือพื้นที่ดังนี้

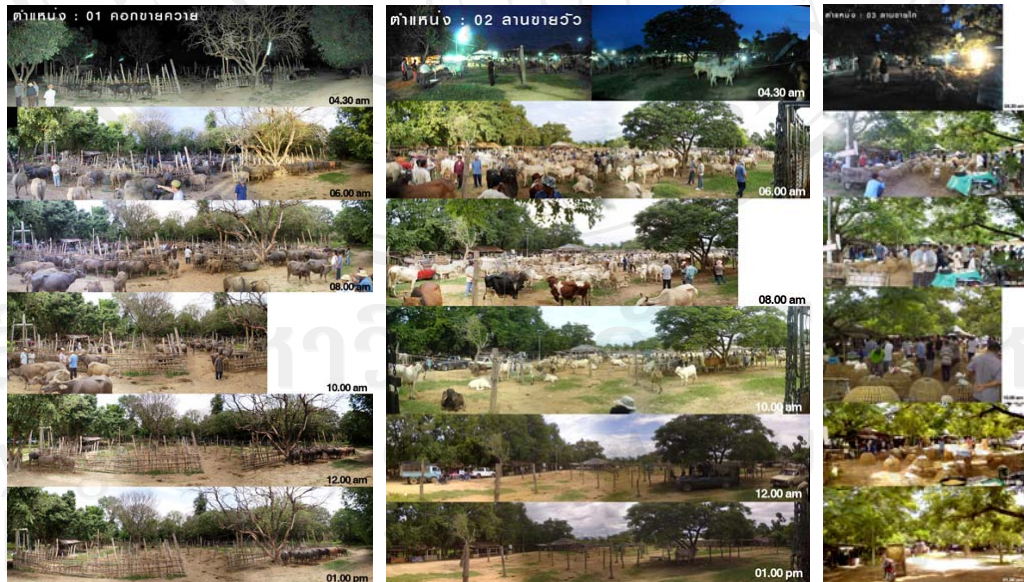
- พื้นที่ 1-2 พื้นที่ค้าขาย
- พื้นที่ 3-4 ไร่กล้วย
- พื้นที่ 5-6 พื้นที่ค้าไก่
- พื้นที่ 7 พื้นที่บริเวณร้านเช่าพระเครื่อง
- พื้นที่ 8-9-10 พื้นที่ร้านค้าสินค้าเกษตรกรรม
- พื้นที่ 11-15 พื้นที่ร้านค้าทั่วไป เสื้อผ้าและสินค้าเบ็ดเตล็ด
- พื้นที่ 16-18 พื้นที่ร้านค้าอาหารแห้งและอาหารสด



ภาพ 4-18 แผนผังการกำหนดตำแหน่งทั้ง 23 จุดการใช้พื้นที่ของคนในภาคทุ่งฟ้าบด

การแบ่งพื้นที่ ออกเป็นทั้งหมด 18 ส่วน เพื่อทำการเปรียบเทียบความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ เป็นภาพแผนผังการใช้พื้นที่ และเปรียบเทียบความถี่ของความหนาแน่นของแต่ละพื้นที่

การเก็บข้อมูลทั้ง 23 จุดด้วยการถ่ายรูปในแต่ละช่วงเวลา ตั้งแต่ 4.00 นาฬิกา จนถึง 13.00 นาฬิกา โดยนำมาเรียงเปรียบเทียบความหนาแน่นของผู้ใช้งานในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีทั้งหมด 23 ชุดรูปภาพ โดยชุดรูปภาพทั้งหมดอยู่ในส่วนภาคผนวก



ภาพ 4-19 ตัวอย่างภาพถ่ายการเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา

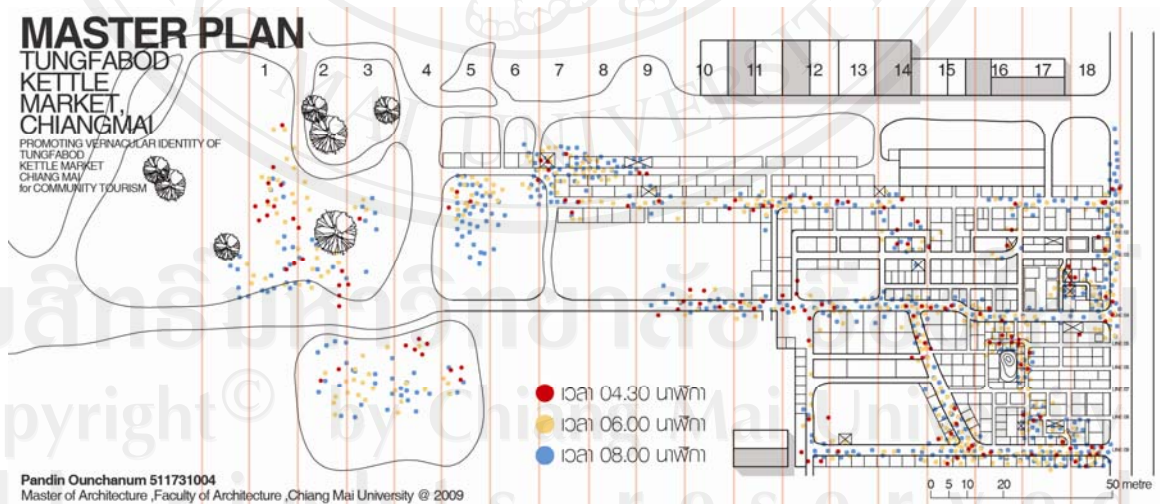
จากการบันทึกข้อมูลการใช้พื้นที่ในแต่ละจุดของกาดวักควายทุ่งฟ้าบดในแต่ละช่วงเวลา โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ชุดช่วงเวลา คือ ชุดช่วงเวลา 4.30-8.00 นาฬิกา และชุดช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา

ชุดช่วงเวลา 4.30-8.00 นาฬิกา

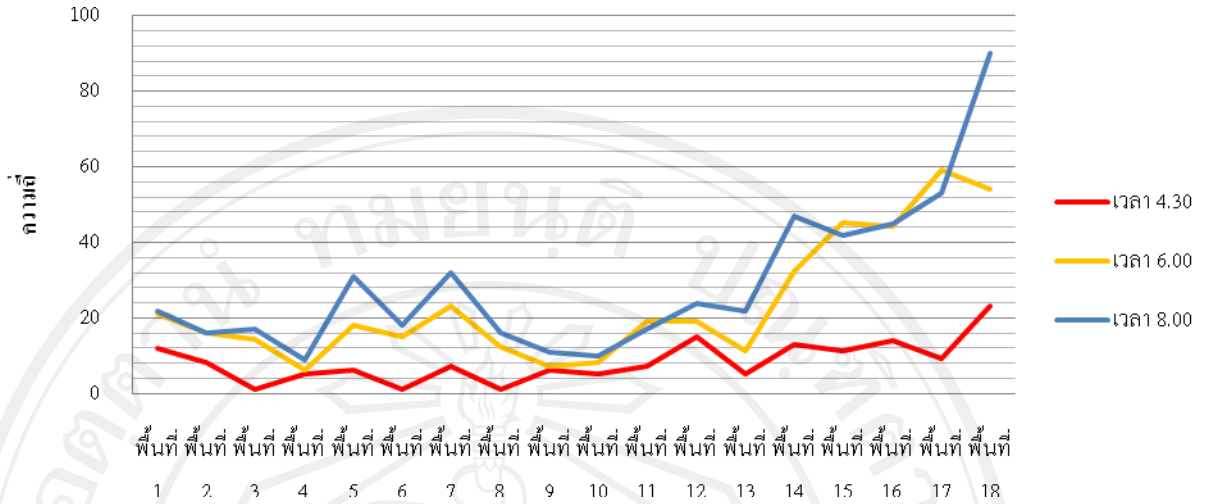
จากการบันทึกข้อมูลความถี่ในแต่ละพื้นที่และนำไปลงข้อมูลในแผนภาพเพื่อการเปรียบเทียบการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา 4.30-8.00 นาฬิกา ดัง ตาราง 4-18 และ ภาพ 4-20

ช่วงเวลา	พื้นที่ที่ 1	พื้นที่ที่ 2	พื้นที่ที่ 3	พื้นที่ที่ 4	พื้นที่ที่ 5	พื้นที่ที่ 6	พื้นที่ที่ 7	พื้นที่ที่ 8	พื้นที่ที่ 9	พื้นที่ที่ 10	พื้นที่ที่ 11	พื้นที่ที่ 12	พื้นที่ที่ 13	พื้นที่ที่ 14	พื้นที่ที่ 15	พื้นที่ที่ 16	พื้นที่ที่ 17	พื้นที่ที่ 18
เวลา 4.30	12	8	1	5	6	1	7	1	6	5	7	15	5	13	11	14	9	23
เวลา 6.00	21	16	14	6	18	15	23	12	7	8	19	19	11	32	45	44	59	54
เวลา 8.00	22	16	17	9	31	18	32	16	11	10	17	24	22	47	42	45	53	90

ตาราง 4-18 ความถี่การใช้พื้นที่ชุดช่วงเวลา 4.30-8.00 นาฬิกา



ภาพ 4-20 แผนผังการใช้พื้นที่ชุดช่วงเวลา 4.30-8.00 นาฬิกา



แผนภูมิ 4-19 ความถี่การใช้งานในแต่ละพื้นที่ ในแต่ละช่วงเวลา 4.30-8.00 นาฬิกา

จากแผนภูมิ 4-19 ความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา สามารถพบได้ว่า

- การใช้พื้นที่ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามช่วงเวลาเป็นลำดับ ตั้งแต่ 4.30-8.00 นาฬิกา
- พื้นที่ 15-18 มีความหนาแน่นมากที่สุด เป็นพื้นที่ค้าขาย อาหารแห้งและสด ตั้งติดถนนหลัก มีความถี่มากที่สุดถึง 90 ในช่วงเวลา 8.00 น.
- พื้นที่ 1-7 มีความหนาแน่นรองลงมา เป็นพื้นที่ ค้าขาย วัว ควาย และไก่ ซึ่งมีความหนาแน่นมากตั้งแต่ช่วงเวลา 4.30 น.

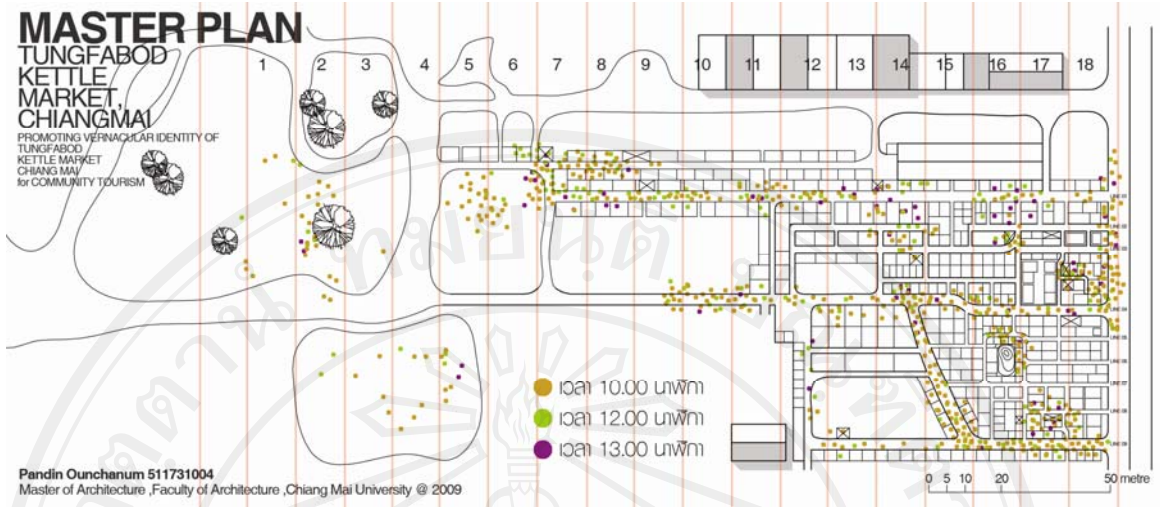
ชุดช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา

จากการบันทึกข้อมูลความถี่ในแต่ละพื้นที่และนำไปลงข้อมูลในแผนภาพเพื่อการ

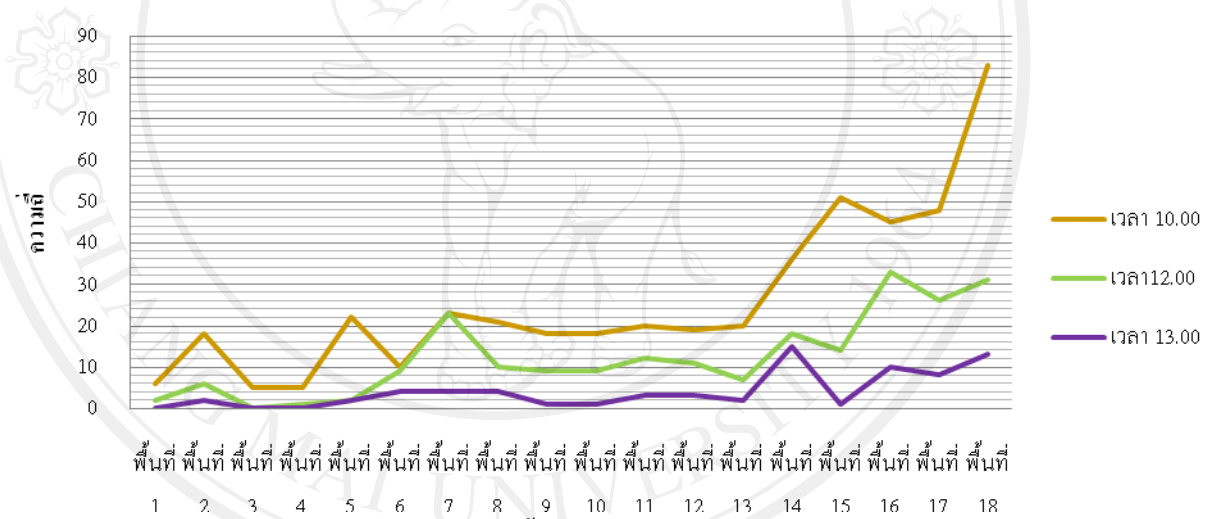
เปรียบเทียบการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา ดัง ตาราง 4-19 และ ภาพ 4-21

ช่วงเวลา	พื้นที่ 1	พื้นที่ 2	พื้นที่ 3	พื้นที่ 4	พื้นที่ 5	พื้นที่ 6	พื้นที่ 7	พื้นที่ 8	พื้นที่ 9	พื้นที่ 10	พื้นที่ 11	พื้นที่ 12	พื้นที่ 13	พื้นที่ 14	พื้นที่ 15	พื้นที่ 16	พื้นที่ 17	พื้นที่ 18
เวลา 10.00	6	18	5	5	22	10	23	21	18	18	20	19	20	36	51	45	48	83
เวลา 12.00	2	6	0	1	2	9	23	10	9	9	12	11	7	18	14	33	26	31
เวลา 13.00	0	2	0	0	2	4	4	4	1	1	3	3	2	15	1	10	8	13

ตาราง 4-19 ความถี่การใช้งานพื้นที่ชุดช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา



ภาพ 4-21 แผนผังการใช้พื้นที่จุดช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา



แผนภูมิ 4-20 ความถี่การใช้งานในแต่ละพื้นที่ ในแต่ละช่วงเวลา 10.00-13.00 นาฬิกา

จากแผนภูมิ 4-20 ความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา สามารถพบได้ว่า

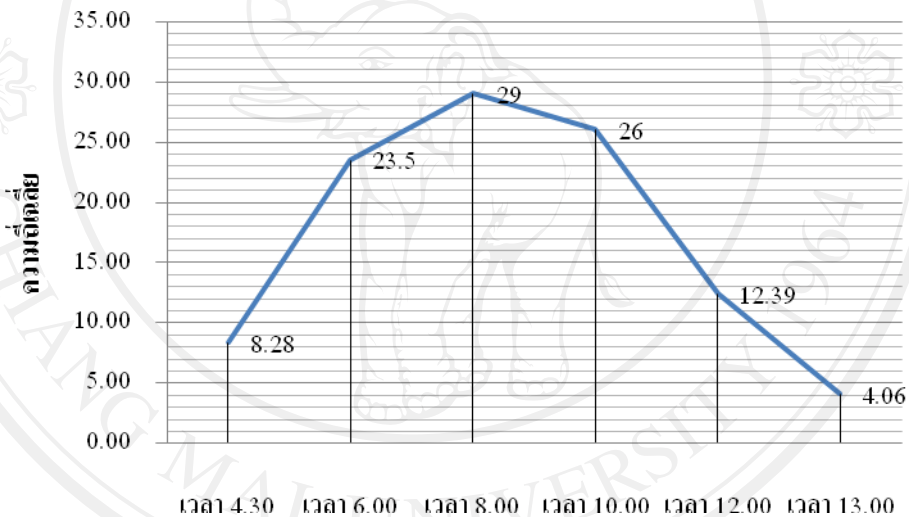
- การใช้พื้นที่ที่มีจำนวนลดลงตามช่วงเวลาเป็นลำดับ ตั้งแต่ 10.30-13.00 นาฬิกา เนื่องจากผู้คนเริ่มเก็บแผงร้านค้าและเริ่มกลับ
- พื้นที่ 15-18 มีความหนาแน่นมากที่สุด คือส่วนร้านค้าอาหารแห้งและสด และช่วงเวลาที่หนาแน่นที่สุดคือ 10.00 นาฬิกา
- พื้นที่ 9-13 มีความหนาแน่นรองลงมา คือส่วนร้านค้าสินค้าเกษตรกรรม และพื้นที่ร้านค้าทั่วไป เสื้อผ้าและสินค้าเบ็ดเตล็ด ที่มีความถี่ใกล้เคียงกระจายทั่วถึงทุกบริเวณในพื้นที่

- ช่วงเวลา 12.00-13.00 นาฬิกายังมีบุคคลหลงเหลืออยู่เนื่องจากเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่เก็บแผงสินค้า

จากข้อมูลข้างต้น นำมาหาความถี่เฉลี่ยของทุกพื้นที่ร่วมกันในแต่ละช่วงเวลาเพื่อเปรียบเทียบการใช้งานในแต่ละช่วงเวลา ได้ผลดัง ตาราง 4-18 และแผนภูมิ 4-19 ดังนี้

	เวลา 4.30	เวลา 6.00	เวลา 8.00	เวลา 10.00	เวลา 12.00	เวลา 13.00
ความถี่เฉลี่ยทุกพื้นที่	8.28	23.5	29	26	12.39	4.06

ตาราง 4-20 ความถี่เฉลี่ยการใช้งานในแต่ละพื้นที่ ในแต่ละช่วงเวลา 4.30-13.00 นาฬิกา



แผนภูมิ 4-21 ความถี่เฉลี่ยของการใช้พื้นที่ ในแต่ละช่วงเวลา 04.30-13.00 นาฬิกา

จากแผนภูมิ 4-21 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

- ช่วงเวลา 8.00 นาฬิกาเป็นช่วงเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุด
- ช่วงเวลาในการเริ่มตั้งแผงสินค้าจะมีผู้ใช้พื้นที่น้อย คือในช่วงเวลา 4.30 นาฬิกา สูงสุดช่วง ประมาณ 8.30 นาฬิกาและค่อยลดความหนาแน่น เนื่องจากใกล้เวลาปิดภาค
- การใช้พื้นที่ที่มีความหนาแน่นที่สุดอยู่ในส่วนพื้นที่ 15-18 ในทุกช่วงเวลาเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ติดถนนใหญ่และเป็นสินค้าซื้อขายสะดวก ส่งถ่ายสินค้าได้ด้วยความรวดเร็ว
- พื้นที่ที่มีการใช้งานก่อนพื้นที่ส่วนอื่น คือ พื้นที่ค้ำว๊ว ควายและไก่ ในช่วงเวลา 4.30 นาฬิกา เนื่องจากการค้าขายบนพื้นที่โล่ง หากค้าขายจนถึงบริเวณ สายหรือเที่ยง อากาศจะร้อนเกินไปและพ่อค้าบางท่านได้พักผ่อนเฝ้าที่บริเวณภาคเพื่อเฝ้าว๊ว ควายของตน

จึงมีการใช้งานตั้งแต่ช่วงกลางคืน และเป็นพื้นที่ ที่มีการลดลงของความหนาแน่นก่อน ส่วนอื่น

- พื้นที่ส่วนร้านค้าทั่วไป เสื้อผ้าและเบ็ดเตล็ด และ ร้านค้าสินค้าเกษตรกรรม มีการใช้พื้นที่หนาแน่นเฉลี่ยใกล้เคียงกันหมด ซึ่งอยู่ในช่วง 8.00-10.00 นาฬิกาเนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ไม่ร้อนมาก และเหมาะแก่การเดินจับจ่ายใช้สอย

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาคัวควาย ซึ่งตอบคำถามวิจัย ในส่วนการใช้พื้นที่และการจัดวางพื้นที่

การจัดแบ่งพื้นที่ภายในภาคัวควายทุ่งฟ้าบด ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

- การใช้งานของพื้นที่หลักของภาค

แบ่งพื้นที่การใช้งานที่แตกต่างอย่างชัดเจน คือ ส่วนค้าขายร้านค้ากับส่วนค้าขายสัตว์ โดยมี ส่วนอาหารเป็นจุดเชื่อมต่อ

- ท่าเลที่ตั้ง

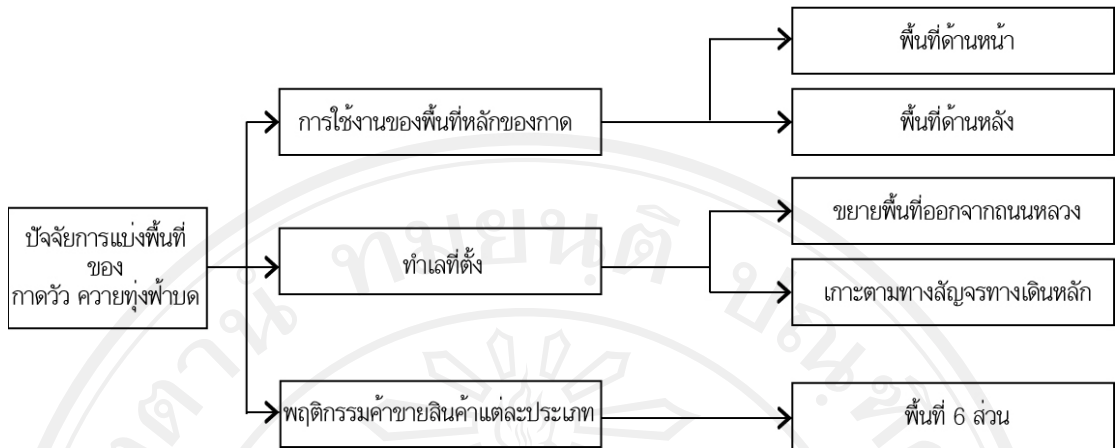
ที่ตั้งร้านค้ายังใกล้ถนนหลักยังมีการสัญจรเดินผ่านของผู้คนมาก ผู้ค้าจึงมีความต้องการตั้งร้านค้าให้ใกล้ทางสัญจรหลักและทางสัญจรทางเดิน

- พฤติกรรมการค้าขายของสินค้าแต่ละประเภท

การค้าขายสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบการค้าขายที่แตกต่างกันไป ซึ่งส่วนใหญ่พ่อค้าแม่ค้ามักจะตั้งร้านในสินค้าประเภทเดียวกันในพื้นที่เดียวกัน เพื่อให้แบ่งเป็นบริเวณพื้นที่สินค้า และลูกค้าสามารถมีหลากหลายร้านในการเลือกในสินค้าประเภทเดียวกัน

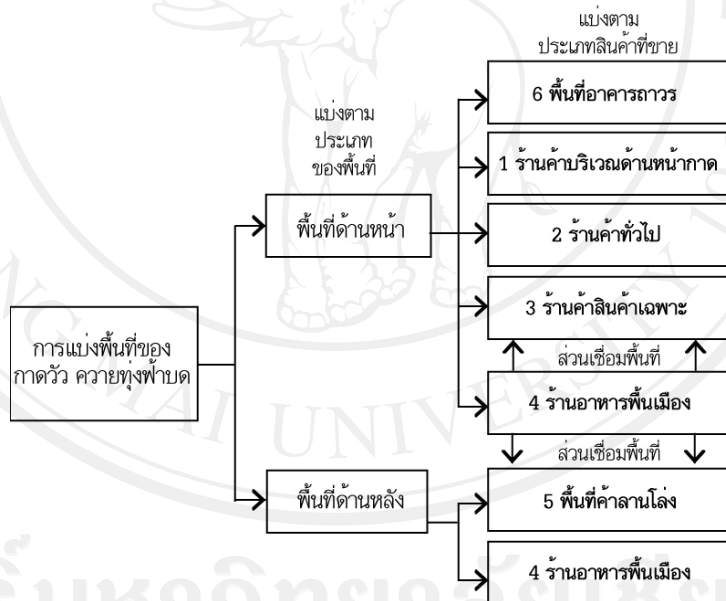
- ทิศทางแดด ลม

พื้นที่ในการตั้งร้านค้าส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใต้ร่มเงา ธรรมชาติและเพิงพักที่สร้างขึ้นเพื่อกันแดด และการพื้นที่ส่วนค้าสัตว์ออกจากร้านค้าเพื่อกันกลิ่นมูลสัตว์



ภาพ 4-22 แผนภูมิการแบ่งพื้นที่ของกาดวัวควาย

จากภาพ 4-22 สามารถแบ่งพื้นที่ย่อยตามปัจจัยการแบ่งพื้นที่ได้ดังนี้

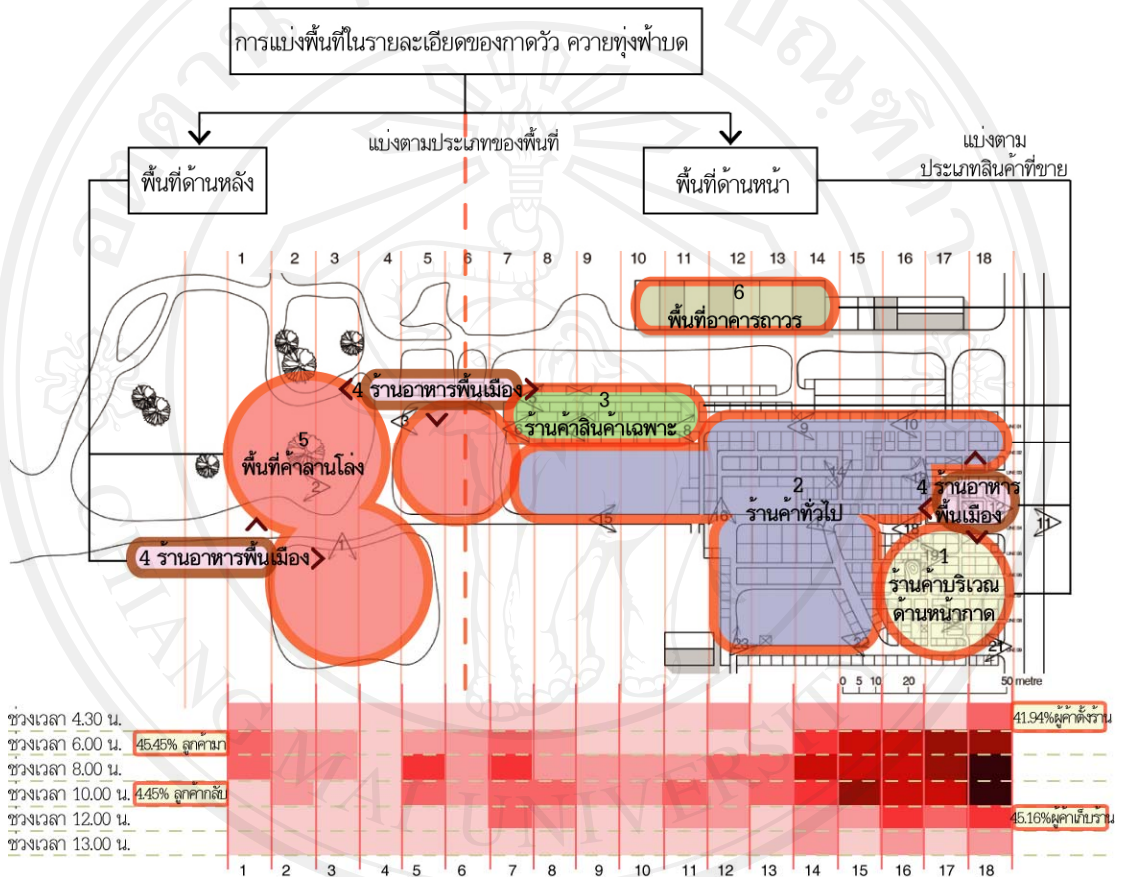


ภาพ 4-23 แผนภูมิการแบ่งพื้นที่ของกาดวัวควาย

จากภาพ 4-23 สามารถตอบคำถามวิจัยในส่วนนี้ การแบ่งพื้นที่ภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด แบ่งพื้นที่ตามประเภทของพื้นที่ใหญ่ออกเป็น 2 ส่วนคือ พื้นที่ด้านหน้าและด้านหลัง ตามการแบ่งพื้นที่การใช้งานหลัก ในส่วนร้านค้าและส่วนค้าขายสัตว์ ส่วนที่ทำหน้าที่เชื่อมระหว่างทั้งสองส่วนคือส่วนร้านอาหารพื้นเมือง ซึ่งเป็นจุดนั่งรับประทานอาหารและพักผ่อนของกลุ่มคนจากทั้งสองจุด

ในการกระจายผู้คนสู่อีกส่วน ทั้ง 2 ส่วนแบ่งพื้นที่ย่อยตามประเภทสินค้าที่ค้าขายได้ 6 ส่วน ซึ่งในแต่ละส่วนมีการใช้งานในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาทั้งหมดใน 4.1.2 สามารถสรุป การแบ่งพื้นที่ภายในภาควิศวกรรมที่ฟ้าบด สามารถทำเป็นภาพแผนภูมิสรุปดังนี้



ภาพ 4-24 แผนภูมิสรุปการแบ่งพื้นที่ภายในภาค

4.1.1.3 การจัดวางและการใช้งานของร้านค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควัวควาย มีคำถามวิจัยคือ

- ตัวกำหนดในการจัดวางรูปแบบร้านค้าและการใช้งานนั้น คือ อะไร

ในการตอบคำถามวิจัยในส่วนนี้แบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วน 1) รูปแบบร้านค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด และ 2) การจัดวางร้านค้าในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

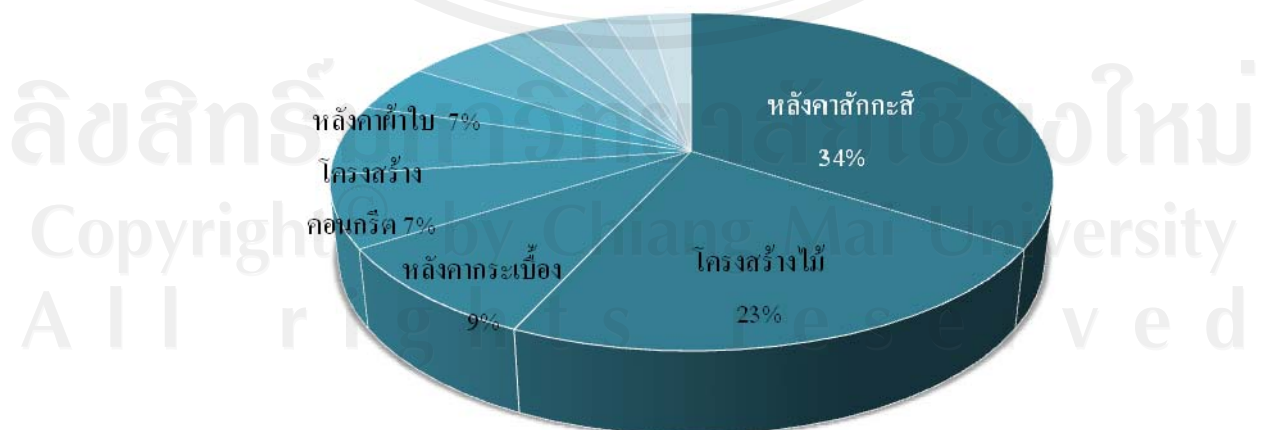
4.1.1.3.1 รูปแบบร้านค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

จากคำถามวิจัยในส่วนการจัดวางรูปแบบร้านค้าและการใช้งาน จำเป็นต้องศึกษาในส่วนรูปแบบร้านค้าที่เกิดขึ้นทั้งหมดก่อน เพื่อการจัดกลุ่มประเภท การใช้งานและการจัดรูปแบบภายในร้านค้าแต่ละรูปแบบ

ร้านค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด มีจำนวนประมาณ 500 ร้านตั้งเรียงเป็นแนวเดียวกันอยู่ภายในภาค โดยร้านค้าแต่ละร้านมีลักษณะที่แตกต่างไม่เหมือนกัน เนื่องจาก ผู้ค้าขายหรือพ่อค้าแม่ค้าภายในภาคแห่งนี้ มีพื้นที่เช่าเท่านั้น ในส่วนของร้านค้าเป็นการเลือกตัดสินใจในการสร้างรูปแบบร้านค้าตามความประสงค์ของผู้ค้าขายหรือพ่อค้าแม่ค้า ซึ่งภายในภาควัวควาย ทุ่งฟ้าบด มีรูปแบบร้านค้าที่หลากหลายแตกต่างกันไป โดยแบ่งข้อมูลจากรูปแบบโครงสร้างและวัสดุของร้านค้า ได้รูปแบบร้านค้า 3 ประเภท คือ ประเภทไม่มีโครงสร้างและวัสดุ ค้าขายบนลานโล่ง วัสดุของโครงสร้างและวัสดุหลังคา

ประเภทลานโล่ง	ความถี่	ร้อยละ
ผูกเชือก กับหลักไม้	2	4.55
ขายบนรถพ่วง	1	2.27
พื้นที่โล่ง	1	2.27
ประเภทโครงสร้าง	ความถี่	ร้อยละ
โครงสร้างไม้	10	22.73
โครงสร้างคอนกรีต	3	6.82
โครงหลังคาเหล็ก ขนาดใหญ่	1	2.27
ประเภทหลังคา	ความถี่	ร้อยละ
หลังคาสักกะสี	15	34.09
หลังคากระเบื้อง	4	9.09
หลังคาผ้าใบ	3	6.82
หญ้าคาหญ้าแฝก	2	4.55
หลังคาใบตองตึง	1	2.27
หลังคาใบตองเหียง	1	2.27
รวม	44	100

ตาราง 4-21 รูปแบบร้านค้าภายในภาควิวกวายนุ่่งฟ้าบด



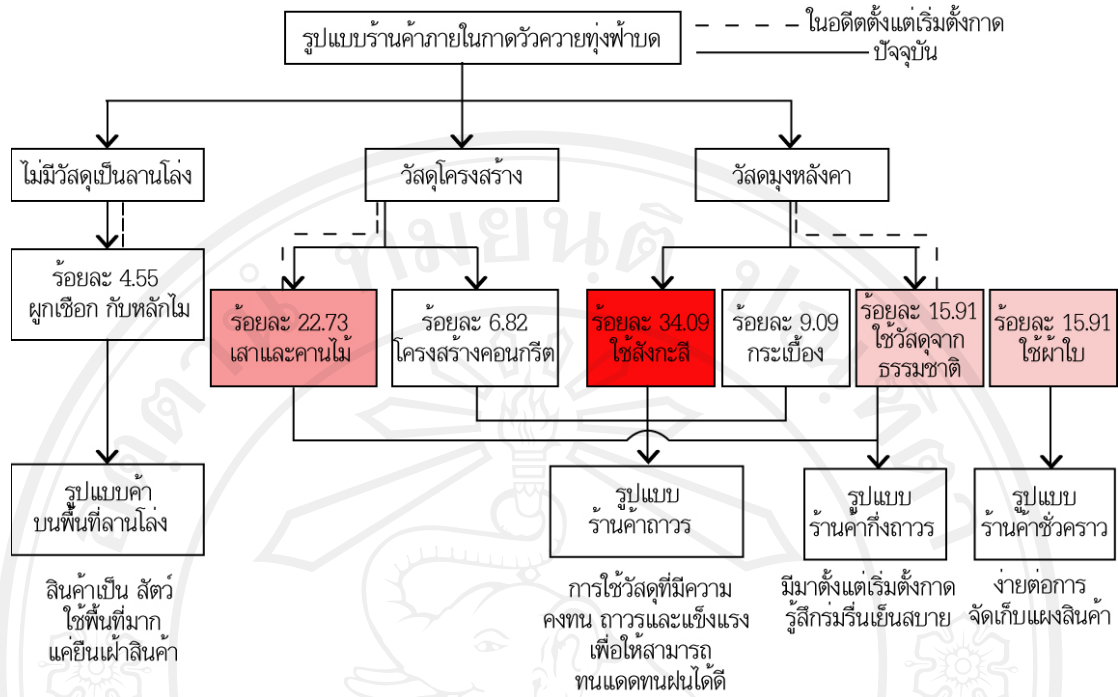
แผนภูมิ 4-22 รูปแบบร้านค้าภายในภาควิวกวายนุ่่งฟ้าบด

จากตาราง 4-21 และแผนภูมิ 4-21 สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

- ร้านค้าไม่มีวัสดุเป็นพื้นที่ลานโล่ง ไม่มีเพิงหรือร้านค้าสำหรับพ่อค้าแม่ค้าจะเป็นในรูปแบบยื่นค้าขายใกล้กับสินค้าของตน เป็นการค้าขาย วัว ควาย และไก่ ซึ่งจะใช้การผูกเชือกกับหลักไม้ แล้วยื่นเฟ้่าใกล้กับ วัว ควายของตน
- ร้อยละ 22.73 ร้านค้าใช้วัสดุโครงสร้างไม้ เนื่องจากเป็นวัสดุพื้นถิ่นที่สามารถหาได้ตามชุมชน และง่ายต่อการก่อสร้างตั้งแต่อดีต
- ร้อยละ 34.09 ร้านค้าใช้หลังคาตักกะสี เนื่องจากง่ายต่อการดูแล คงทนและสามารถกันแดดกันฝนได้ดี

ในช่วงเริ่มแรกของการตั้งภาค รูปแบบร้านค้าจะเป็นในรูปแบบเพิงชั่วคราว โครงสร้างไม้ หลังคาไม้ตองติง ใบตองเหียง หรือ หญ้าคา ซึ่งเป็นวัสดุพื้นถิ่นที่สามารถหาได้ตามชุมชน ต่อมาเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนมีการพัฒนาวัสดุที่ง่ายต่อการติดตั้งและมีความคงทนกว่าวัสดุท้องถิ่นตามธรรมชาติ คือ โครงสร้างเสาคอนกรีต หลังคาตักกะสี และหลังคากระเบื้อง จึงมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุเปลี่ยนไปตามการใช้งานและช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป จนร้านค้าส่วนใหญ่แทบจะเป็นโครงสร้างคอนกรีต และหลังคาตักกะสี กระเบื้อง บางร้านค้า คงโครงสร้างไม้ไว้ และเปลี่ยนเพียงหลังคาเท่านั้น เนื่องจากตัวโครงสร้างยังสามารถดำรงอยู่ได้อีกเป็นเวลานาน ส่วนโครงสร้างคอนกรีตจะเป็นร้านค้าพวกที่มาตั้งร้านค้าใหม่ สำหรับร้านค้าบางร้านที่จะใช้หลังคาเป็นในรูปแบบผ้าใบ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นร้านค้าประเภทเร่ขาย โดยมักตั้งแผงและเก็บสินค้าด้วยความรวดเร็ว จึงไม่จำเป็นและไม่ต้องการเพิงในรูปแบบถาวร จึงเป็นรูปแบบผ้าใบ ที่มีลักษณะรูปแบบชั่วคราว ซึ่งสามารถตั้ง คลุมแผงสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว

จากตาราง 4-21 และแผนภูมิ 4-22 สามารถแบ่งกลุ่มรูปแบบร้านค้าจากรูปแบบการสร้างของผู้ค้าขาย จำแนกเป็นรูปแบบร้านค้าได้ทั้งหมด 4 รูปแบบ โดยแบ่งจากวัสดุและโครงสร้างของร้านค้าที่นำมาใช้ ได้ดังนี้ คือ 1) รูปแบบร้านค้าถาวร 2) รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร 3) รูปแบบร้านค้าชั่วคราว และ 4) รูปแบบค้าบนพื้นที่ลานโล่ง โดยแสดงการแบ่งกลุ่มจากภาพ 4-25



ภาพ 4-25 แผนภูมิรูปแบบร้านค้าภายในภาคัวควายทุ่งฟ้าบด

1) รูปแบบร้านค้าถาวร

ส่วนมากร้านค้าเป็นรูปแบบร้านค้าถาวร ที่มีการใช้วัสดุที่มีความคงทน ถาวรและแข็งแรง เพื่อให้สามารถทนแดดทนฝนได้ดี โดยวัสดุที่ใช้ คือ โครงสร้างเสาคอนกรีต หลังคาโครงสร้างเหล็ก มุงกระเบื้องหรือสังกะสี ซึ่งมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า รูปแบบเพิงร้านค้าชั่วคราว ซึ่งเดิมส่วนใหญ่ร้านค้าเป็น โครงสร้างไม้มุงหลังคาใบตองดึ่งหรือใบตองเหียง และเปลี่ยนวัสดุผนังหลังคาเป็น กระเบื้องหรือสังกะสี แต่ยังคงตัวโครงสร้างไม้ไว้ เนื่องจากตัวโครงสร้างยังสามารถใช้งานได้ คืออยู่และเป็นการลดต้นทุนในการปรับปรุงร้านค้าของผู้ค้าขาย



ภาพ 4-26 รูปแบบร้านค้าถาวร

2) รูปแบบร้านค้ากิ่งถาวร

รูปแบบร้านค้ากิ่งถาวร หรือ เฟิงไม้ แบ่งตามการใช้ของวัสดุที่ยังคงเป็นโครงสร้างไม้ หลังคาใบตองตึง ใบตองเหียง หรือหลังค้ำหญ้าแฝก เป็นรูปแบบที่มีมาตั้งแต่เริ่มตั้งภาค ซึ่งคงเหลือเพียงไม่ถึง 5 ร้าน บางร้านมีการสร้างใหม่ เนื่องจากความชอบวัสดุของหลังคาที่เป็นธรรมชาติและรู้สึกร่มรื่นเย็นสบาย สาเหตุการเปลี่ยนวัสดุของหลังคาประเภทนี้เนื่องจากไม้คงทนถาวรกว่าหลังคากระเบื้องหรือสังกะสี ต้องมีการเปลี่ยนวัสดุทุก 6 เดือนหรือ 1 ปี เพราะหมดสภาพการใช้งาน ในการมุงหลังคา ป้องกันแดดป้องกันฝน



ภาพ 4-27 รูปแบบร้านค้ากิ่งถาวร

3) รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

ร้านค้าชั่วคราว เป็นร้านค้าใช้เวลาที่สามารถเก็บและตั้งร้านน้อย ซึ่งรูปแบบแผงสินค้าเป็นแผงเหล็กถอดประกอบสำหรับวางสินค้า และใช้ผ้าใบเป็นส่วนแทนหลังคาในการกันแดดกันฝน หรือตั้งร่มกันแดดเท่านั้น เพื่อไม่ต้องลงทุนในส่วนของการสร้างร้านค้า ส่วนใหญ่ เป็นพ่อค้าเร่ค้า หรือได้พื้นที่ในการค้าขายน้อย ซึ่งต้องการจัดรูปแบบร้านค้าให้สามารถง่ายต่อการจัดเก็บแผงสินค้า และส่วนคลุมหัว ให้ได้สะดวกรวดเร็ว ในส่วนของผ้าใบจะทำการจิงกับร้านค้าที่มีโครงสร้างข้างๆ หรือจะใช้ไม้ไผ่ แท่งเหล็ก ตั้งเสาเอียงปักกับพื้นที่เพื่อให้เป็นเสาชั่วคราวให้ผ้าใบได้สามารถจิงเป็นหลังคาคลุมในส่วนพื้นที่การค้าขาย



ภาพ 4-28 รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

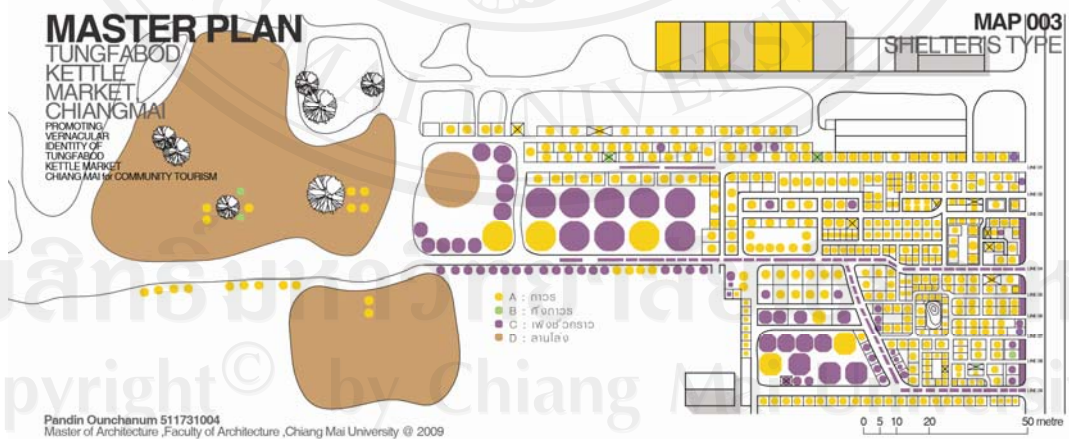
4) รูปแบบค้าบนพื้นที่ลานโล่ง

การค้าขายบนพื้นที่ลานโล่ง ส่วนใหญ่เป็นการยื่นค้ำขาย โดยมีต้องอาศัยแผงสินค้าหรือหลังคาป้องกันแดดฝน แก่สินค้า เนื่องจากสินค้าเป็น สัตว์ คือ วัว ควาย และไก่ ใช้พื้นที่มากและ มีที่เพียงแค่นั่งเฝ้าและเจรจาจากค้าที่เดินมาเลือกซื้อสัตว์ของพ่อค้าสัตว์แต่ละชนิดนั้นๆ โดย วัวควาย จะมีเสามาไว้เพื่อให้เชือกมัดวัว ไว่ยงหลัก ส่วนไก่อ้นั้นจะเป็นสุ่มไก่อวางเรียงอยู่ภายในพื้นที่ค้าไก่ที่กำหนดไว้ โดยมีพ่อค้า ยืนอยู่ใกล้ๆ สินค้า



ภาพ 4-29 รูปแบบค้าบนพื้นที่ลานโล่ง

การแบ่งรูปแบบร้านค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ทำการสำรวจพื้นที่ทั้งหมดของกาด โดยได้ทำการเก็บข้อมูลลงบนแผนผังดัง ภาพ 4-29 ข้างล่างนี้



ภาพ 4-30 แผนผังรูปแบบร้านค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

จากภาพ 4-30 ได้ผลการศึกษารวบรวมตัวของรูปแบบร้านค้าในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด ดังนี้

- ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบร้านค้าถาวร มีการกระจายตัวครอบคลุมทั้งบริเวณภาค เนื่องจากสาเหตุการใช้งานเป็นหลัก ที่ต้องการวัสดุที่มีความคงทนถาวร มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน และสามารถกันแดดกันฝนได้อย่างดี
- รูปแบบร้านค้าชั่วคราว ใช้วัสดุอดประกอบที่สามารถจัดตั้งและเก็บได้เร็วตั้งอยู่ในบริเวณด้านหน้าสุดของภาค ก่อนพื้นที่ค้าขายวิคควาย ในส่วนพื้นที่ส่วนขยายไป และบริเวณบนถนนรวิงภายในภาค โดยเจ้าของให้ตั้งบนถนน เพื่อให้ใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุดในการค้าขาย
- การค้าบนพื้นที่ลานโล่ง อยู่ในส่วนพื้นที่การค้าวิคควายและไก่ที่ไม่จำเป็นต้องมีร้านค้าแต่มีเพิงไม้ตั้งอยู่เพื่อการนั่งพักผ่อน หลบแดดเป็นระยะ
- ส่วนรูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร หรือ รูปแบบร้านค้าที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติทั้งหมด มีเหลืออยู่จำนวนน้อยมากไม่ถึง 5 ร้านค้า เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่ต้องการใช้วัสดุที่คงทนถาวรกว่า วัสดุธรรมชาติที่มีรอบการใช้งานต่ำกว่า ที่ยังคงเหลืออยู่ในปัจจุบันเป็นร้านค้าที่พ่อค้าแม่ค้าเป็นคนเก่าแก่ของพื้นที่และยังคงชอบรูปแบบที่เป็นวัสดุจากธรรมชาติ ด้วยเหตุผลที่ว่า รมรื่น รมเย็นกว่าวัสดุสมัยใหม่ และยังได้บรรยากาศรูปแบบร้านค้าในอดีตคงอยู่

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 คำถามวิจัยในส่วนตัวกำหนดรูปแบบร้านค้าภายใน ภาควิคควายทุ่งฟ้าบด ซึ่งมีการเลือกรูปแบบร้านค้าของผู้ค้าขายขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

- การใช้งานของผู้ค้า

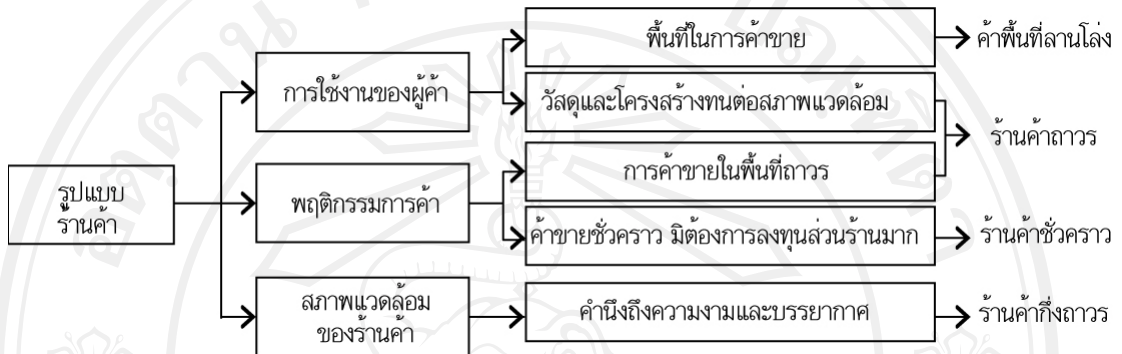
การเลือกรูปแบบโครงสร้างและวัสดุที่คำนึงถึงการใช้งานจริงของวัสดุ ส่วนใหญ่ต้องการวัสดุและโครงสร้างที่ใช้ได้นานและทนต่อสภาพแวดล้อม ที่สามารถใช้ได้คุ้มค่าและมีต้นทุนไม่สูงนัก บางส่วนร้านค้าก็ไม่จำเป็นเนื่องจาก ค้าขายบนพื้นที่ลานโล่งในจำพวกค้าสัตว์

- พฤติกรรมการค้า

ผู้ค้าขายส่วนใหญ่เลือกที่สร้างร้านค้าในรูปแบบถาวร เพื่อการจัดแผงสินค้าอย่างเดียว ส่วนผู้ค้าขายอีกกลุ่ม ที่มีได้ต้องการลงทุนในส่วนการสร้างร้านค้า ร้านค้าจึงเป็นในรูปแบบชั่วคราวเพื่อการจัดเก็บ เคลื่อนย้ายสะดวก สามารถตั้งได้หลายที่และไม่ต้องลงทุนในส่วนนี้มาก

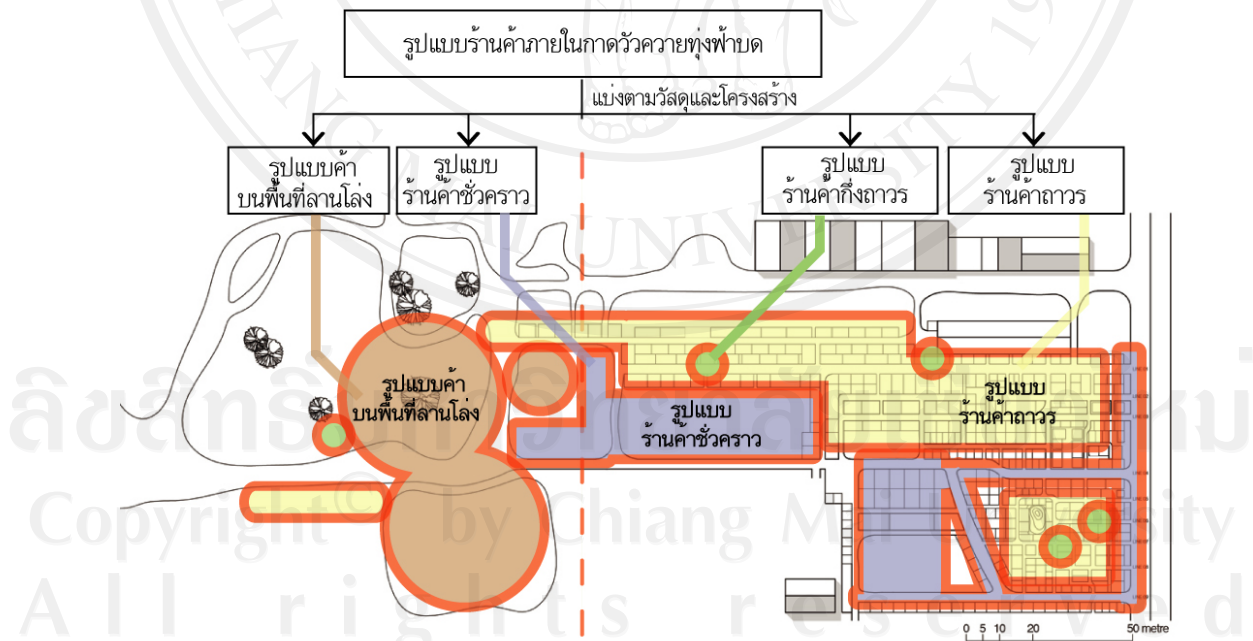
- สภาพแวดล้อมของร้านค้า

กลุ่มผู้ค้าบางส่วน คำนึงถึงความงามและบรรยากาศของการค้าขาย ที่ต้องการรูปแบบร้านค้าในลักษณะพื้นถิ่น และธรรมชาติ เนื่องจาก มีลักษณะเป็นพื้นถิ่น ร่มรื่น อากาศเย็นจากการตั้งใต้ต้นไม้



ภาพ 4-31 การเลือกรูปแบบร้านค้าของผู้ค้าขาย

จากการจัดรูปแบบร้านค้าภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด สามารถทำเป็นภาพแผนภูมิสรุปดังนี้



ภาพ 4-32 แผนภูมิสรุปรูปแบบร้านค้าภายในภาค

4.1.1.3.2 การจัดวางร้านค้าในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

จากผลการศึกษาถึงการจัดวางร้านค้าและการใช้งานภายในพื้นที่ เพื่อตอบคำถามวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน 4.1.1.3.2.1 ความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้า และ 4.1.1.3.2.2 การแบ่งประเภทการจัดวางร้านค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

4.1.1.3.2.1 ความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้า

ผู้ใช้งานภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบดมี 2 กลุ่มคือ พ่อค้าแม่ค้า และลูกค้าและบุคคลทั่วไป มีความคิดเห็นต่อการจัดวางร้านค้ากลุ่มละเงื่อนไข ซึ่งมีเนื้อหาดังนี้

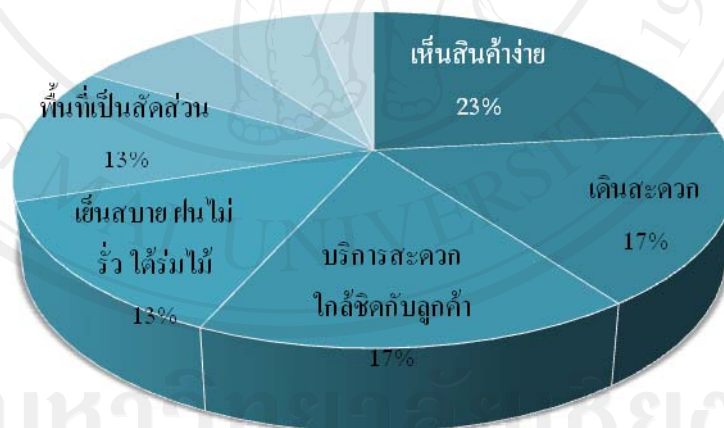
ความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้าต่อการจัดวาง

พ่อค้าแม่ค้าภายในภาค สามารถสร้างสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่เช่าของตนเองตามความต้องการ เนื่องจากการเช่าพื้นที่ค้าขายภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด จะสามารถเช่าได้เพียงแต่พื้นที่เท่านั้นไม่มีสิ่งปลูกสร้างให้ ดังนั้น ส่วนสิ่งปลูกสร้างของแต่ละร้านค้า ทางพ่อค้าแม่ค้าเป็นผู้ทำการก่อสร้าง จัดพื้นที่และเลือกวัสดุในการทำร้านค้าเอง รวมถึงการจัดพื้นที่ภายในร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้า

แต่ละบุคคลมีความคิดในการจัดพื้นที่ ที่แตกต่างกัน ซึ่งต้องตอบสนองต่อการขายของ และการเลือกซื้อของเป็นหลัก เพื่อให้สนับสนุนต่อการประกอบอาชีพในการค้าขาย จากการสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้าในความคิดเห็นต่อการจัดรูปแบบร้านค้าของแต่ละบุคคล สามารถแบ่งความคิดเห็นต่อการจัดรูปแบบ 3 ส่วน คือ 1) ออกแบบตามสภาพแวดล้อมของพื้นที่ตั้งร้านค้า 2) ออกแบบตามพฤติกรรมของผู้ใช้งาน และ 3) ออกแบบให้ตอบสนองต่อการค้าขาย ซึ่งสามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังตาราง 4-22 ดังนี้

สภาพแวดล้อมพื้นที่	ความถี่	ร้อยละ
เข็นสบาย ฝนไม่รั่ว ใต้ร่มไม้	4	13.33
พื้นที่เป็นสัดส่วน	4	13.33
มีที่นั่งพัก แดดเข้าไม่ถึง	2	6.67
พฤติกรรม	ความถี่	ร้อยละ
เดินสะดวก	5	16.67
บริการสะดวก ใกล้ชิดกับลูกค้า	5	16.67
สนองต่อการค้าขาย	ความถี่	ร้อยละ
เห็นสินค้าง่าย ง่ายต่อการหยิบจับ	7	23.33
ทางเดินที่ สะดวกในการตั้งร้าน	1	3.33
จัดหน้าร้านเข้ากับทางเดิน	2	6.67
รวม	30	100

ตาราง 4-22 ความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้าต่อการจัดรูปแบบร้านค้าในภาควิเวควายทุ่งฟ้าบด



แผนภูมิ 4-23 ความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้าต่อการจัดรูปแบบร้านค้าในภาควิเวควายทุ่งฟ้าบด

จาก ตาราง 4-22 และ แผนภูมิ 4-23 ได้ผลการศึกษาดังนี้

- สิ่งที่พ่อค้าแม่ค้าคำนึงส่วนใหญ่ ร้อยละ 23.33 การจัดพื้นที่เพื่อให้เห็นสินค้าง่าย และง่ายต่อการเลือกหยิบจับสินค้าของลูกค้า เพื่อการสนองต่อการค้าขายให้ได้ดีที่สุด
- พฤติกรรมของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้า ร้อยละ 16.67 จัดร้านค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านเพื่อเลือกสินค้าได้สะดวก เพื่อให้ใกล้ชิดกับลูกค้าสามารถบริการลูกค้าได้ง่าย

- สภาพแวดล้อม ร้อยละ 13.33 จัดพื้นที่ให้ได้ความร่มเย็น อยู่ได้ร่มไม้ได้ดี และมี การจัดพื้นที่เป็นสัดส่วนที่ชัดเจนของพื้นที่ส่วนตัวของพ่อค้าแม่ค้าลูกค้า

ดังนั้นสิ่งที่พ่อค้าแม่ค้าคำนึงถึงในการจัดพื้นที่ คือ การจัดเพื่อให้สนองการค้าขายมากที่สุด พฤติกรรมการค้าขายและการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า และสภาพบริบทแวดล้อมโดยรอบ เพื่อให้เหมาะสมต่อเจ้าของพื้นที่และลูกค้าของตนเอง



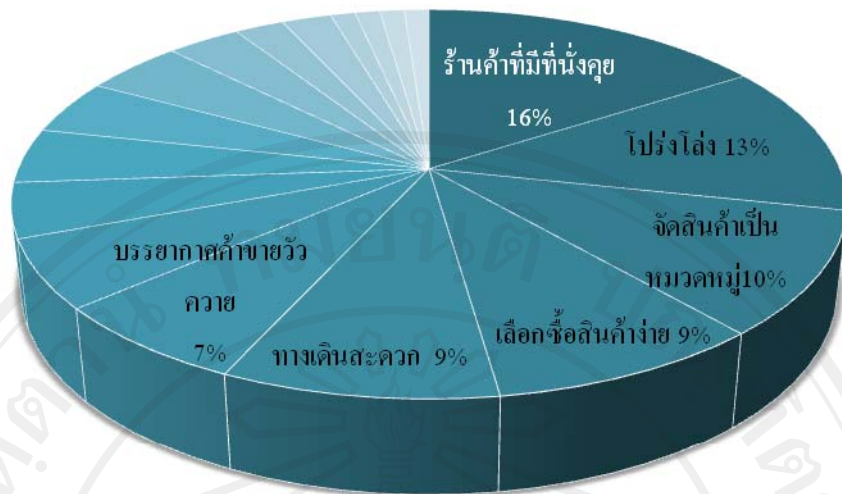
ภาพ 4-33 แผนภูมิความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้าต่อการจัดรูปแบบร้านค้า

ความคิดเห็นของลูกค้าและบุคคลทั่วไปต่อการจัดวาง

ความคิดเห็นจากลูกค้าและบุคคลทั่วไป ต่อการจัดรูปแบบร้านค้าและการจัดวางพื้นที่ภายในร้านค้าที่ลูกค้าพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งจากสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าและบุคคลทั่วไปสามารถแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) สภาพแวดล้อม 2) การจัดพื้นที่ภายในร้าน 3) การจัดวางแสดงสินค้า และ 4) การสัญจรภายในร้านค้า ซึ่งสามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังตาราง 4-10 ดังนี้

สภาพแวดล้อม	ความถี่	ร้อยละ
บรรยากาศค้าขาย วิว กล้วย	6	6.82
ร้านมีความเป็นท้องถิ่น ใช้วัสดุพื้นถิ่น ร้านเก่าสักกะสีที่มีมานาน	4	4.55
ร้านค้าใกล้ต้นไม้ นั่งสบาย	1	1.14
การจัดพื้นที่ภายในร้าน	ความถี่	ร้อยละ
ร้านค้าที่มีที่นั่งคุยกันสะดวก พื้นที่ใกล้ชิด อบอุ่น	14	15.91
โปร่งโล่งเห็นสินค้าง่าย ทั่วทั้งหมดชัดเจน	11	12.50
เลือกซื้อสินค้าง่ายสะดวก สามารถลองสินค้าได้ง่าย	8	9.09
ร้านค้าที่ยกพื้นเล็กน้อย สะดวกต่อการก้มเลือกสินค้า	1	1.14
ร้านค้าที่ทางผ้าใบ ใต้กว้างมาก ปกคลุมแดดฝน	1	1.14
ร้านค้าที่มีพื้นที่จำกัด	1	1.14
การจัดวางแสดงสินค้า	ความถี่	ร้อยละ
จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	9	10.23
จัดวางสินค้าเรียงรายมากมายและหลากหลาย	5	5.68
จัดวางความสูงพอดีกับการเลือกซื้อ ก้มซื้อสะดวก	4	4.55
จัดวางสินค้าแบกะดิน	4	4.55
จัดวางสินค้าอยู่หน้าร้าน เดินผ่านร้านเห็นสินค้าชัดเจน	4	4.55
จัดแขวนเลือกซื้อสินค้าง่าย ร้านเสื่อ	2	2.27
จัดสินค้ามีสีสันทัน โดดเด่น	2	2.27
การสัญจรภายในร้านค้า	ความถี่	ร้อยละ
ทางเดินสะดวก เดินเลือกซื้อง่าย เดินได้ทั่วถึง เดินได้รอบร้าน	8	9.09
เข้าออกร้านง่าย เข้าถึงสินค้าง่าย ติดต่อง่าย	3	3.41
รวม	88	100

ตาราง 4-23 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดรูปแบบร้านค้าและการจัดวางสินค้า

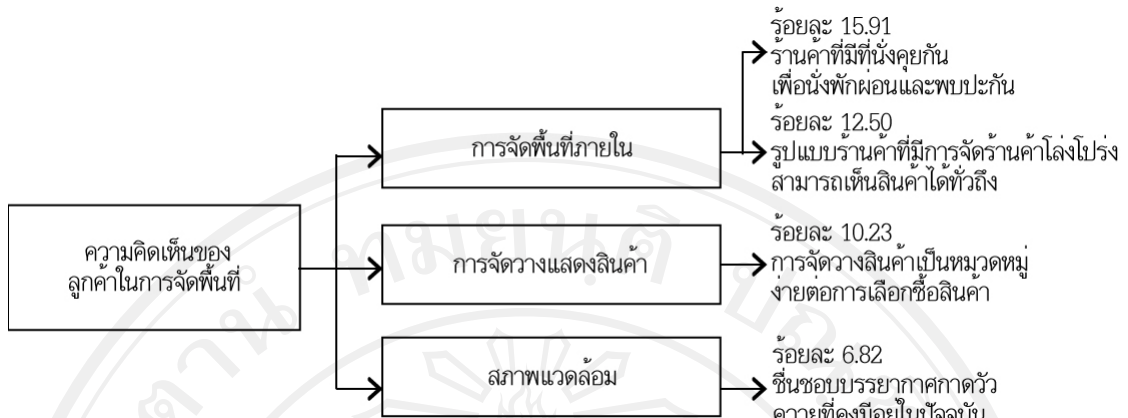


แผนภูมิ 4-24 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดรูปแบบร้านค้าและการจัดวางสินค้า

จากตาราง 4-23 และแผนภูมิ 4-24 ความคิดเห็นจากลูกค้าและบุคคลทั่วไป แบ่งได้เป็น 4 ส่วนคือ 1) สภาพแวดล้อม 2) การจัดพื้นที่ภายในร้าน 3) การจัดวางแสดงสินค้า 4) การสัญจรภายในร้านค้าได้ผลการศึกษาดังนี้

- การจัดพื้นที่ภายใน ร้อยละ 15.91 ชอบรูปแบบร้านค้าที่มีที่นั่งคูกุยกันเพื่อนั่งพักผ่อนและพบปะกัน ก่อให้พื้นที่ใกล้ชิดกัน และอบอุ่น
- การจัดพื้นที่ภายใน ร้อยละ 12.50 ชอบรูปแบบร้านค้าที่มีการจัดร้านค้าโปร่งสามารถเห็นสินค้าได้ทั่วถึง และง่ายต่อการเลือกสินค้าที่มีภายในร้านค้า
- การจัดวางแสดงสินค้า ร้อยละ 10.23 ชอบการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า สะดวกต่อการทดลองสินค้า การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เหมาะสำหรับร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภท
- การสัญจรภายในร้านค้า ร้อยละ 9.09 ชอบร้านค้าทางเดินสะดวก สะดวกต่อการเลือกเดินซื้อสินค้า ยังสามารถเดินได้รอบร้าน เห็นสินค้าได้ชัดเจนยิ่งดี
- สภาพแวดล้อม ร้อยละ 6.82 ชื่นชอบบรรยากาศการค้าขายที่คึกคักในปัจจุบัน

ดังนั้นสิ่งที่ลูกค้าและบุคคลทั่วไปคำนึงถึงในการจัดพื้นที่ คือ การจัดพื้นที่ที่สามารถเลือกซื้อของได้สะดวก และเสน่ห์ของสภาพแวดล้อมที่เป็นเฉพาะภายในภาคค้าขายทุ่งฟ้าบด ซึ่งได้แก่บรรยากาศในการซื้อขายว้าวสวย การสร้างพื้นที่ที่เป็นกันเองและอบอุ่น รวมถึงความร่วมมือกันจากต้นไม้อบริเวณที่ตั้งร้านค้า



ภาพ 4-34 แผนภูมิความคิดเห็นของลูกค้าและบุคคลทั่วไปต่อการจัดรูปแบบร้านค้า

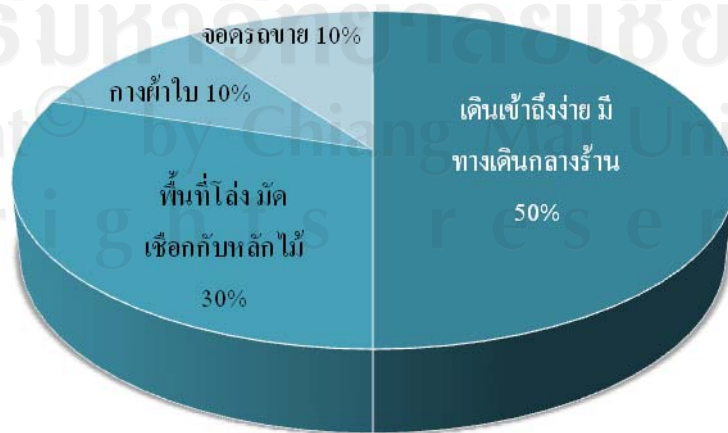
พ่อค้าแม่ค้าต่อการจัดพื้นที่ภายในร้าน

การจัดพื้นที่ภายในร้านค้าเป็นการออกแบบพื้นที่เองโดยเจ้าของร้านค้า จากการเก็บข้อมูลสามารถแบ่งผลการศึกษได้เป็น 1) การจัดพื้นที่ภายในร้านค้าถาวรและกึ่งถาวร และ 2)การจัดพื้นที่ภายในร้านค้าชั่วคราว สามารถแบ่งข้อมูลได้ดังตาราง 4-24

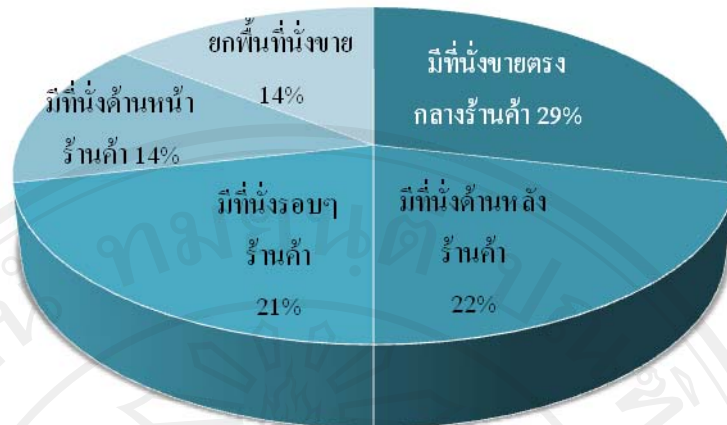
ร้านค้าชั่วคราว	ความถี่	ร้อยละ
เดินเข้าถึงง่าย มีทางเดินกลางร้าน	5	50
พื้นที่โล่ง มัดเชือกกับหลักไม้	3	30
กางผ้าใบเพื่อกันแดดฝน	1	10
จอดรถขายในพื้นที่ ที่กำหนด	1	10
รวม	10	100

ร้านค้าถาวร	ความถี่	ร้อยละ
มีที่นั่งขายตรงกลางร้านค้า	4	28.57
มีที่นั่งด้านหลังร้านค้า	3	21.43
มีที่นั่งรอบๆร้านค้า	3	21.43
มีที่นั่งด้านหน้าร้านค้า	2	14.29
ยกพื้นที่นั่งขาย	2	14.29
รวม	14	100

ตาราง 4-24 การจัดพื้นที่ร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้าในภาค



แผนภูมิ 4-25 การจัดพื้นที่ร้านค้าชั่วคราวของพ่อค้าแม่ค้าในภาค



แผนภูมิ 4-26 การจัดพื้นที่ร้านค้าถาวรของพ่อค้าแม่ค้าในภาค

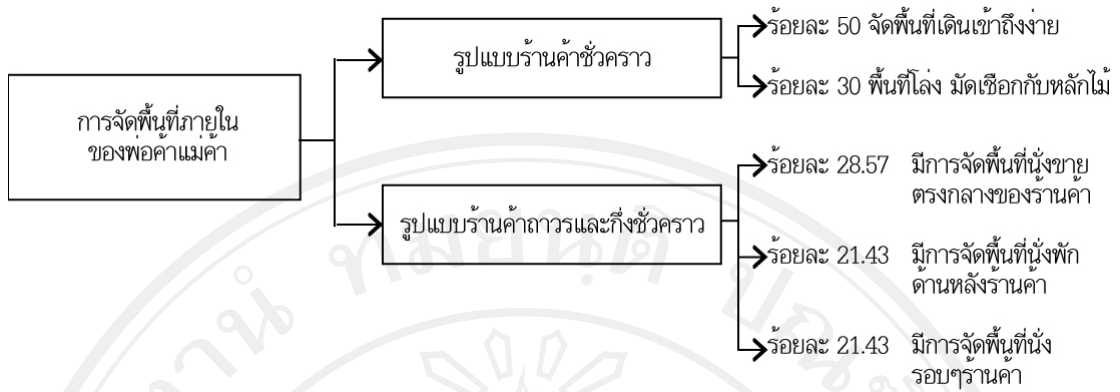
จากแผนภูมิ 4-25 และ แผนภูมิ 4-26 สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

- ร้านค้าที่ไม่มีพื้นที่ในการจัดมาก เป็นการตั้งแผงสินค้าบนพื้นโล่งหรือถนน
- ร้อยละ 50 ของรูปแบบร้านค้าชั่วคราว จัดพื้นที่เดินเข้าถึงง่าย มีทางเดินกลางร้าน เพื่อสามารถเดินเข้าถึงภายในพื้นที่ตั้งอย่างง่ายและมีช่องทางเดินสะดวกต่อการเลือกชมสินค้า

รูปแบบร้านค้าถาวรและกึ่งชั่วคราว

- มีการจัดรูปแบบพื้นที่ภายใน ทุกร้านจะมีการจัดวางสินค้าด้านหน้าร้านค้าหันเข้าหาทางสัญจร เพื่อสะดวกต่อการนำเสนอสินค้าของตน และง่ายต่อการมองเห็นของลูกค้า
- พื้นที่ที่แตกต่างกันคือ พื้นที่นั่งขายของผู้ค้าขายภายในร้านค้า ที่มีความแตกต่างตามพฤติกรรมการค้าขายของแต่ละบุคคล
- ร้อยละ 28.57 มีการจัดพื้นที่นั่งขาย ตรงกลางของร้านค้า เพื่อการนั่งพักผ่อน และเลือกหยิบจับของได้สะดวก
- ร้อยละ 21.43 มีการจัดพื้นที่นั่งพักและขายอยู่ด้านหลังร้านค้าเพื่อการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน
- ร้อยละ 21.43 มีการจัดพื้นที่นั่งรอบๆร้านค้า ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบร้านค้าอาหาร หรือเครื่องคั้นที่สะดวกต่อการเสิร์ฟสินค้าภายในพื้นที่ให้ลูกค้าที่นั่งอยู่บริเวณรอบร้านค้า

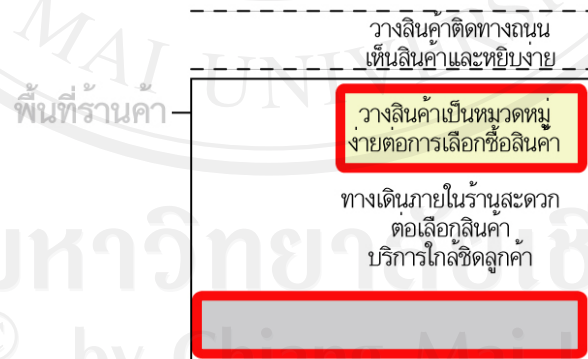


ภาพ 4-35 แผนภูมิการจัดการพื้นที่ภายในของพ่อค้าแม่ค้า

จากความคิดเห็นของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้าและบุคคลทั่วไปสามารถสรุปปัจจัยในการจัดแบ่งพื้นที่และการจัดวาง จากวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในตลาดวัวควาย มีคำถามวิจัย คือ ตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งานภายในตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ซึ่งได้คำตอบในผลการศึกษาดังนี้

- การจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย

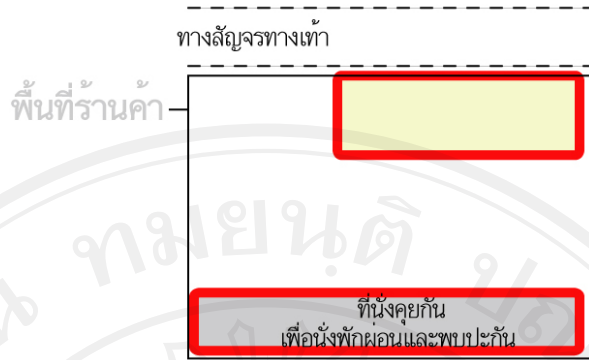
การจัดพื้นที่ร้านค้าและการจัดวางสินค้าเพื่อตอบสนองต่อการค้าขายมากที่สุด คือ ให้ลูกค้าสามารถเห็นและเลือกสินค้าภายในร้านค้า ได้สะดวกเป็นที่พอใจมากที่สุด



ภาพ 4-36 การจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย

- พฤติกรรมการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้า

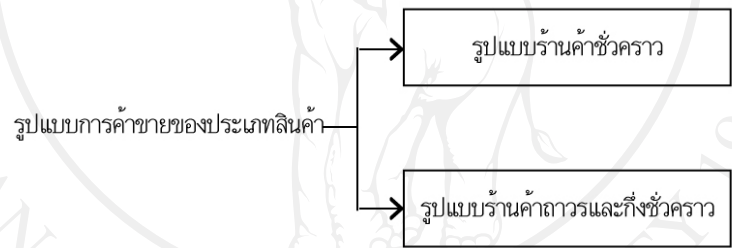
การจัดแบ่งพื้นที่ตามพฤติกรรมของผู้ค้าที่แบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ในส่วนค้าขายและส่วนนั่งพักสำหรับผู้ค้าและลูกค้าและบุคคลทั่วไป



ภาพ 4-37 พฤติกรรมการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้า

- รูปแบบการค้าขายของประเภทสินค้า

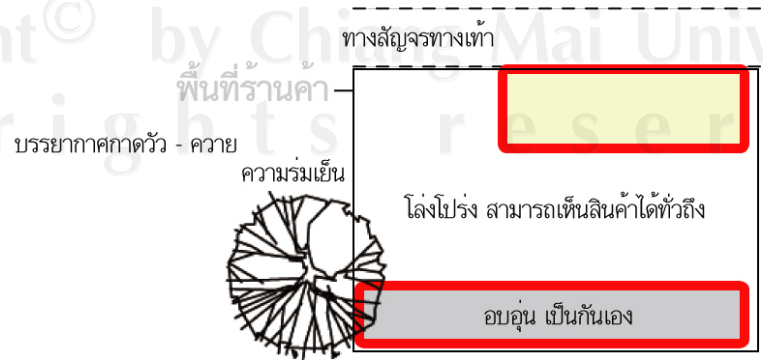
สินค้าแต่ละประเภทมีพื้นที่ในการค้าขายที่แตกต่างกัน ซึ่งในรูปแบบร้านค้าชั่วคราว มีทั้งอยู่ในพื้นที่ลานโล่งของการค้าสัตว์ และ บางร้านได้พื้นที่ในการค้าขายน้อย ส่วนรูปแบบร้านค้าถาวรและกึ่งชั่วคราว มีพื้นที่ร้านค้าภายในสามารถจัดรูปแบบได้ตามแต่ความต้องการของผู้ค้าขาย



ภาพ 4-38 รูปแบบการค้าขายของประเภทสินค้า

- สภาพแวดล้อมในการดึงดูดลูกค้า

ความชื่นชอบส่วนบุคคลของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่มีต่อสภาพแวดล้อมพื้นที่ถิ่นภายในภาค ทั้งการจัดร้านที่ได้ 1)ความโปร่งโล่ง 2)ดูอบอุ่น 3)ร่มเย็น และ4)บรรยากาศการวิวสวย



ภาพ 4-39 สภาพแวดล้อมในการดึงดูดลูกค้า

4.1.1.3.2.2 การแบ่งประเภทการจัดวางร้านค้า

จากปัจจัยในการจัดวางพื้นที่ร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้าและบุคคลทั่วไป และการเก็บข้อมูลในการจัดวางพื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าภายในภาคีความห่วงใย สามารถแบ่งการจัดวางพื้นที่ภายในร้านค้าที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้า ทั้งหมด 5 รูปแบบ 1) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนพื้น 2) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนแคร่ 3) ร้านค้า นั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพัก 4) ร้านค้า ตั้งแผงยื่นขายสินค้า และ 5) ยืนขายใกล้สินค้า

1) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนพื้น

การค้าขายสินค้าบนระดับพื้นดิน มีทั้งหมด 2 แบบ คือ นั่งขายบนพื้นดินติดทางเดิน นั่งขายบนพื้นดินภายในพื้นที่ร้านค้า และนั่งขายบนพื้นดินใต้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ สาเหตุของการวางบนวางพื้นพื้นดิน เนื่องจาก

- จำนวนสินค้าที่ต้องการใช้พื้นที่มากกว่าแผงสินค้าปกติ
- สามารถมองเห็นสินค้าทั่วถึงทั้งหมด สะดวก
- ลูกค้าสามารถก้มเลือกได้ง่ายและทดลองสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว

ร้านค้าในรูปแบบนี้ ได้แก่ ร้านค้าอาหารแห้ง พริก และ ร้านค้าขายรองเท้า เนื่องจากรองเท้ามีจำนวนเยอะมาก และ การวางระดับเดียวกับพื้นที่ทำให้สะดวกต่อการทดลองใส่รองเท้าได้

การจัดพื้นที่ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่วางสินค้า และพื้นที่นั่งขายของผู้ค้าขาย

พื้นที่วางสินค้าด้านหน้า

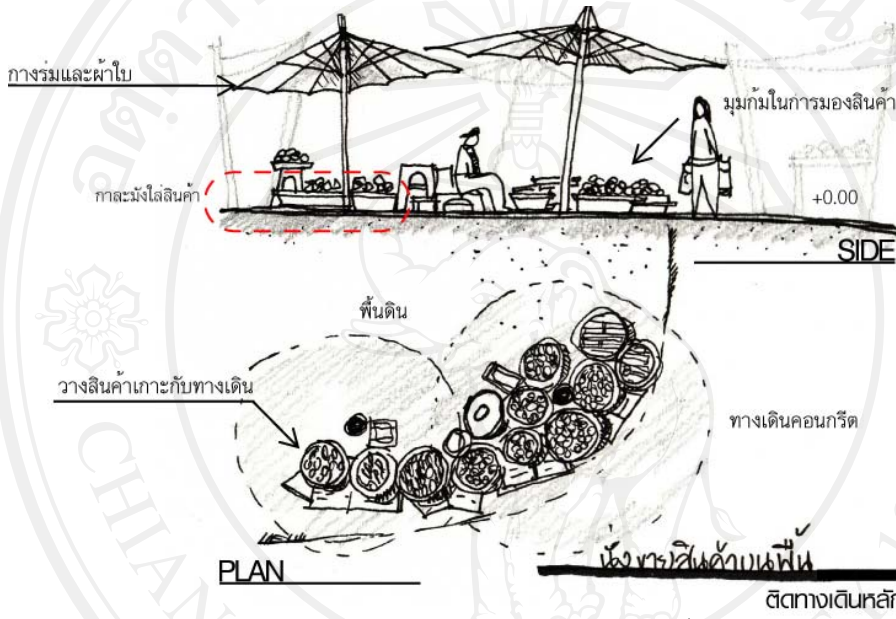
- เรียงสินค้าติดทางเท้าสัญจร โดยเรียงขนานกับทางเดินเพื่อให้ลูกค้าเห็นสินค้าได้ง่ายเมื่อสัญจรผ่าน
- หากวางอยู่ภายในร้านหรือใต้สภาพแวดล้อม อาจมีการแขวนสินค้าภายในร้านหรือต้นไม้สำหรับสินค้าบางชนิดเช่นเชือก หรือแผงสินค้าน้ำหนักเบา

พื้นที่นั่งขายของผู้ค้า

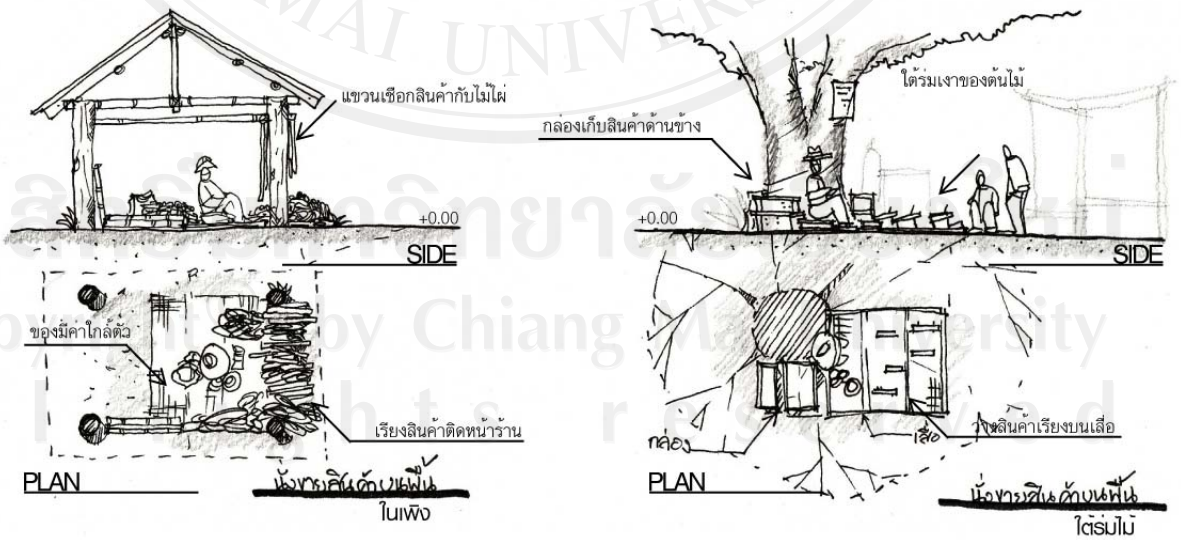
- เป็นพื้นที่ที่ถัดเข้ามาจากแผงสินค้า เพื่อสะดวกต่อการเสนอสินค้า การดูแลสินค้าและการบริการหยิบของ รับเงินจากลูกค้า
- ของมีค่าหรือกล่องเก็บสินค้าจะวางอยู่ใกล้ตัวหรือด้านหลัง เพื่อการดูแลที่ใกล้ชิด
- ร้านค้าที่ไม่มีหลังคา จะเป็นหลังคาชั่วคราวในรูปแบบกางร่ม หรือผ้าใบ เพื่อการจัดการที่งาน สะดวก รวดเร็วและมีราคาประหยัด



ภาพ 4-40 ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้น



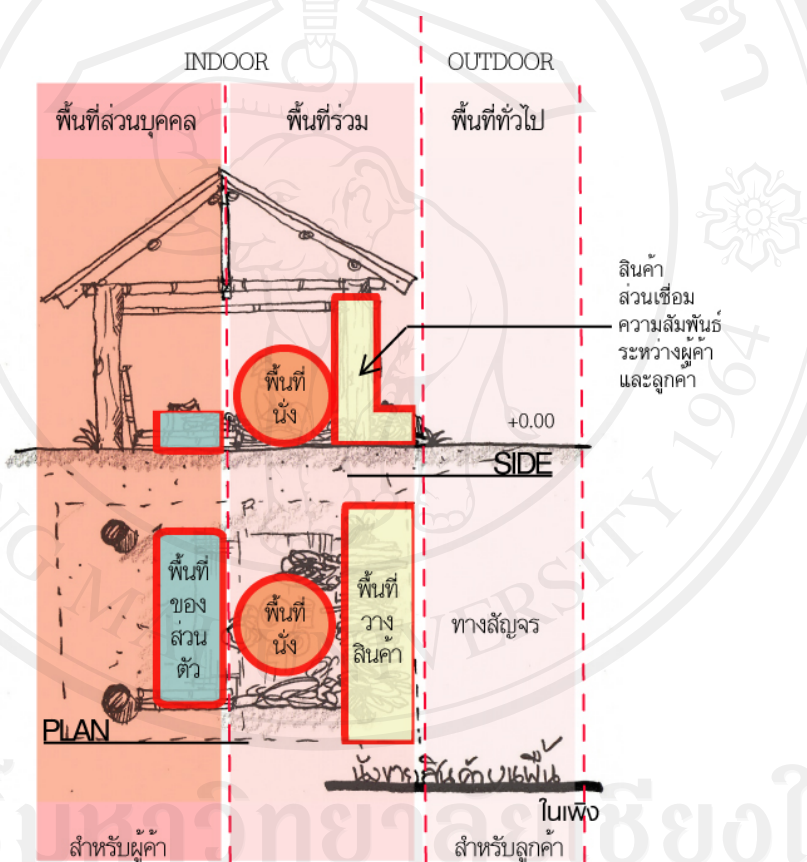
ภาพ 4-41 ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้นติดทางเดิน



ภาพ 4-42 ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้นภายในร้านและใต้ต้นไม้

จากทั้ง 3 รูปแบบสามารถสรุปเป็นการใช้พื้นที่ของร้านค้านั่งขายสินค้าเป็น 3 ส่วน สัมพันธ์กัน ระหว่าง พื้นที่ส่วนตัว พื้นที่กึ่งส่วนตัว และพื้นที่สาธารณะ ดังนี้

- ผู้ค้า อยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนตัวและกึ่งส่วนตัว โดยมีผู้ค้าขายเป็นศูนย์กลางของพื้นที่
- ลูกค้า อยู่ในส่วนพื้นที่สาธารณะ สามารถเข้าส่วนพื้นที่กึ่งส่วนตัวจากการเชื่อมความสัมพันธระหว่างพื้นที่ด้วย ส่วนของสินค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ค้าและลูกค้า โดยส่วนพื้นที่สินค้าขยายไปในพื้นที่ทางแกนตั้งด้วย เนื่องจากสามารถแขวนสินค้าภายในโครงสร้างของร้านค้า



ภาพ 4-43 วิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้น

2) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนแคร่

ร้านค้านั่งขายสินค้าบนแคร่ มี พื้นที่นั่งยกพื้นสูงจากระดับพื้นขึ้นมาในระดับพอเหมาะกับการนั่ง และ พื้นที่นั่งปูเต็มพื้นที่ร้านค้าของตน เพื่อการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งสาเหตุของการยกแคร่ที่นี้ มีดังนี้

- ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการจัดพื้นที่ของผู้สูงอายุ ที่เป็นรูปแบบเพิงที่ค้าขายมาตั้งแต่อดีต เป็นสินค้าอาหารแห้ง และอาหารสดทั่วไป
 - ผู้ค้าขายสามารถนั่งยี่ดขาและนั่งได้ตลอดช่วงเวลาที่มาขายของที่ภาค
 - สะดวกต่อการนั่งของผู้ค้าขายและสามารถดูแลสินค้าทั้งหมดในระยะเอื้อมที่พอดีของตนเอง
 - เป็นระยะที่สามารถเลือกดูสินค้าของลูกค้า โดยไม่ต้องก้มหลังมากนัก
- การจัดพื้นที่บนแคร่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือพื้นที่วางสินค้าและพื้นที่นั่งขายบนแคร่
- พื้นที่วางสินค้า**

- สินค้าวางอยู่บนแคร่ หันหน้าเข้าทางสัญจรหลัก เรียงสินค้าเต็มพื้นที่ด้านหน้าของแผง ด้านหน้าร้าน

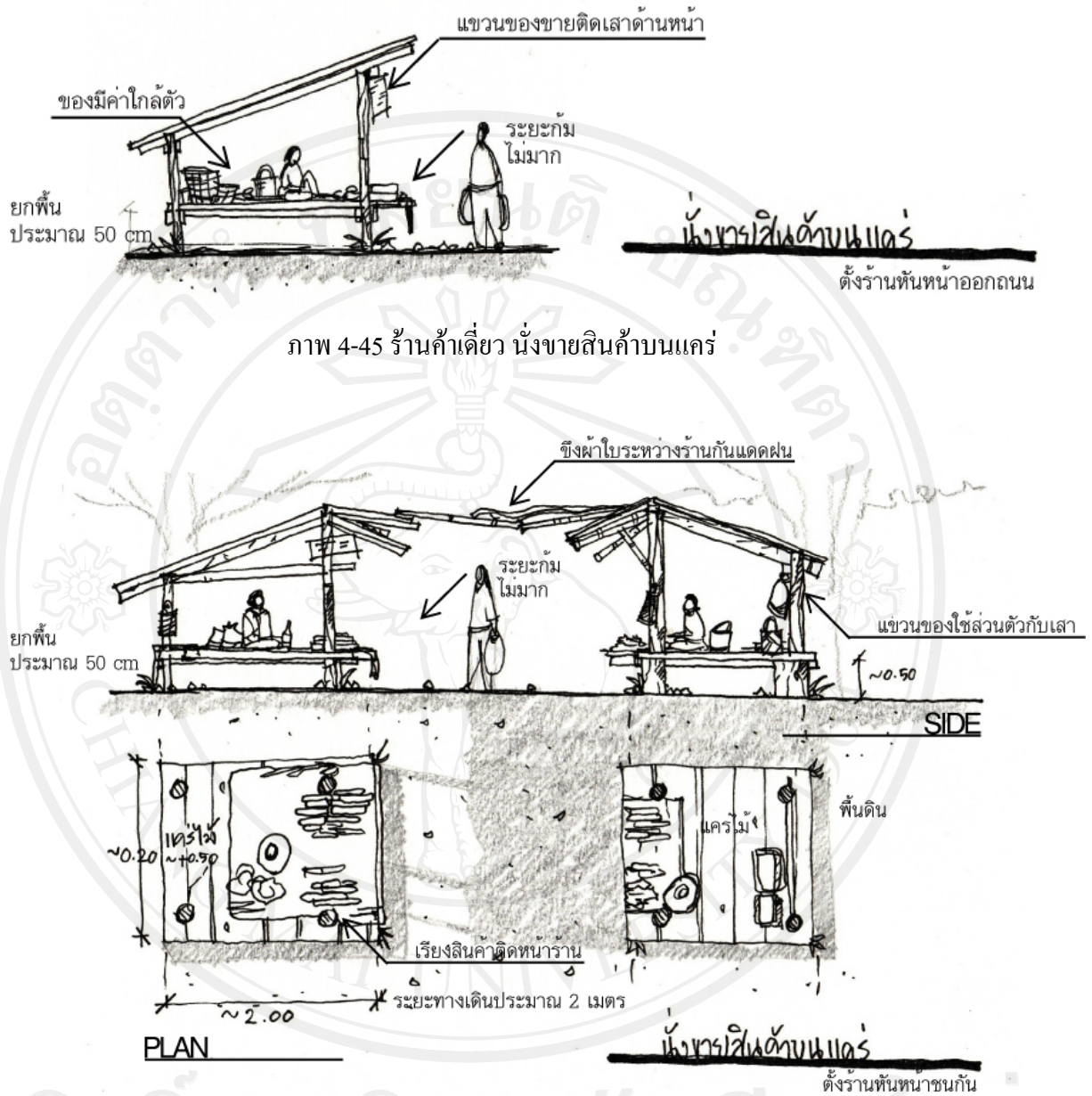
พื้นที่นั่งขายบนแคร่

- ผู้ค้าขายจะนั่งอยู่ด้านในถัดจากสินค้าที่วางอยู่ด้านหน้า ของมีค่าและกระเป๋าในการขนสินค้าจะวางอยู่ด้านหลังผู้ค้าขายเช่นกระเป๋าเงิน ถุงพลาสติกใส่สินค้าใส่ลูกค้า ทำให้สะดวกต่อการเอื้อมจัดการสินค้าใส่ถุงให้กับลูกค้า

การจัดร้านค้ามักจะจัดร้านค้าต่อเนื่องติดกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าขายด้วยกัน ที่มีระยะใกล้ชิดกว่าร้านค้านอื่น อีกทั้งเป็นการปรับเปลี่ยนจากประสบการณ์คือการยกพื้นเพื่อป้องกันน้ำท่วมไหลในฤดูฝน อีกทั้งป้องกันสัตว์เลื้อยคลาน งู ที่จะมาทำอันตรายเจ้าของร้านค้า



ภาพ 4-44 ร้านค้านั่งขายสินค้าบนแคร่



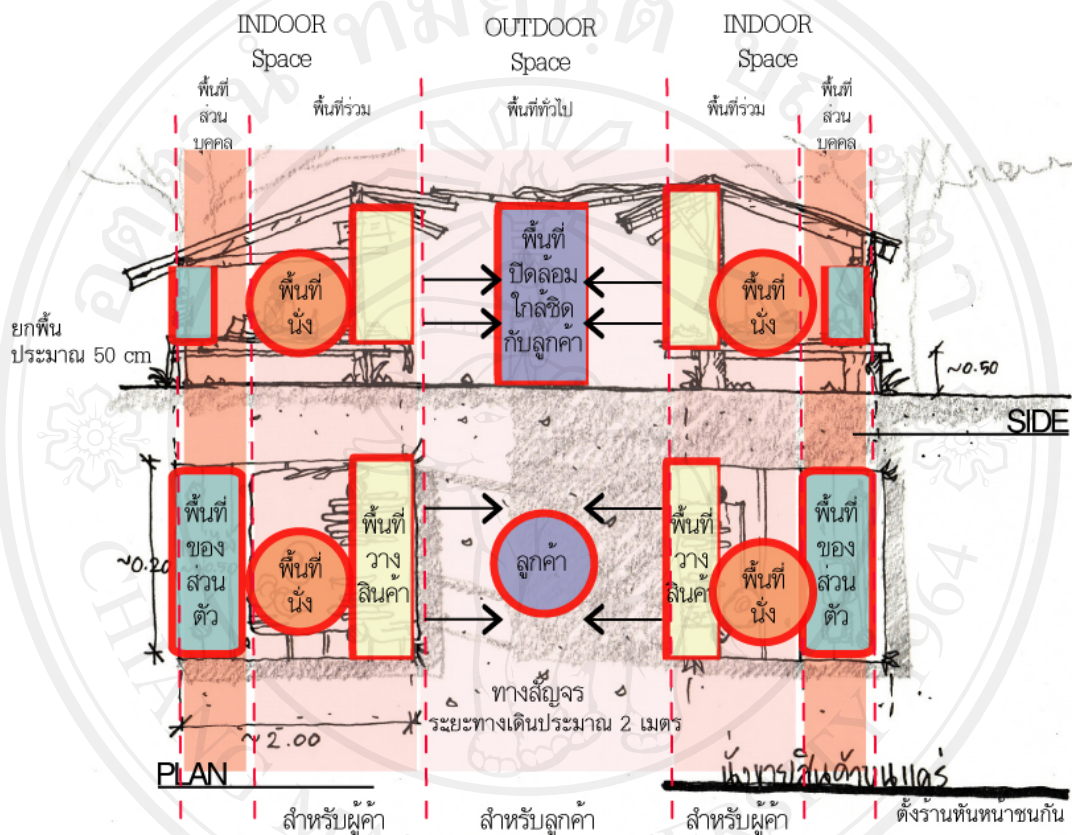
ภาพ 4-45 ร้านค้าเดี่ยว นั่งขายสินค้าบนแคร่

ภาพ 4-46 ร้านค้าตั้งหันหน้าเข้าหากัน นั่งขายสินค้าบนแคร่

จากภาพรูปแบบร้านค้านั่งขายสินค้าบนแคร่จากทั้งหมด สามารถสรุปเป็นการใช้พื้นที่ของร้านค้าได้เป็น 3 ส่วน สัมพันธ์กัน ระหว่าง พื้นที่ส่วนตัว พื้นที่กึ่งส่วนตัว และพื้นที่สาธารณะ ดังนี้

- พื้นที่ร้านค้าผู้ค้าตั้งขนานทางเดิน ก่อให้เกิดพื้นที่ที่ปิดล้อมเกิดขึ้น และร้านค้าใกล้ชิดกับลูกค้าก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าขายที่ใกล้ชิดกันมากกว่าร้านค้าตั้งรูปแบบอื่น
- ผู้ค้า อยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนตัวและกึ่งส่วนตัว โดยมีผู้ค้าขายเป็นศูนย์กลางของพื้นที่

- ลูกค้ายู่ในส่วนพื้นที่สาธารณะ สามารถเข้าส่วนพื้นที่กึ่งส่วนตัวจากการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ด้วย ส่วนของสินค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ค้าและลูกค้า โดยส่วนพื้นที่สินค้าขยายไปในพื้นที่ทางแกนตั้งแต่ไม่ได้เริ่มจากพื้นดินเนื่องจากมีการยกพื้น



ภาพ 4-47 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนแคร์

3) ร้านค้า นั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพัก

ร้านค้าที่มีการจัดพื้นที่นั่งขายสินค้าและส่วนนั่งพัก การพื้นที่แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนพื้นที่วางแผงสินค้าและส่วนที่นั่งพัก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนพื้นที่วางแผงสินค้า แผงสินค้าตั้งอยู่ด้านหน้าร้านค้าติดกับทางเท้า โดยมีแผงสินค้าระดับความสูงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ค้าขาย ถนนบางช่วงมีการวางแผงสินค้าบนทางเดินเพื่อวางสินค้าให้ได้คุ้มพื้นที่มากที่สุด

พื้นที่นั่งพัก เป็นพื้นที่ที่ผู้ค้าจัดส่วนนั่งพักขึ้นภายในร้านค้า เพื่อการนั่งพักผ่อนคลายของผู้ค้า การเป็นพื้นที่พบปะกับลูกค้า และเป็นที่บริการพิเศษสำหรับนั่งพักและรับประทานอาหารสำหรับร้านขายอาหารพื้นเมือง

ในการจัดส่วนพื้นที่สำหรับการนั่ง สามารถพบเห็นในภาคอยู่ 3 รูปแบบคือ พื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า พื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า และพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า

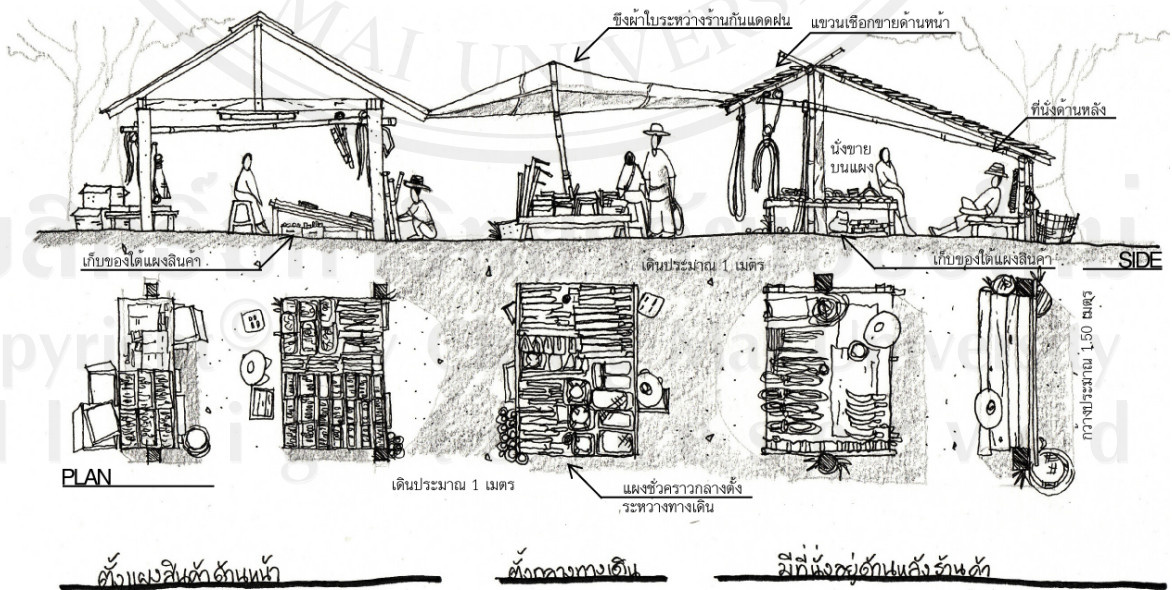
พื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า

แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ แผงสินค้าและที่นั่งด้านหลัง มีรายละเอียดดังนี้

- แผงสินค้าวางด้านหน้า ที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลัง โดยไม่เชื่อมต่อกัน
- พื้นที่ระหว่างแผงและที่นั่งเป็นที่โล่งเพื่อเป็นระยะการวางเท้า และยืนขายได้
- ใต้ส่วนของที่นั่งและแผงวางสินค้าสามารถเก็บสินค้าและสิ่งของ



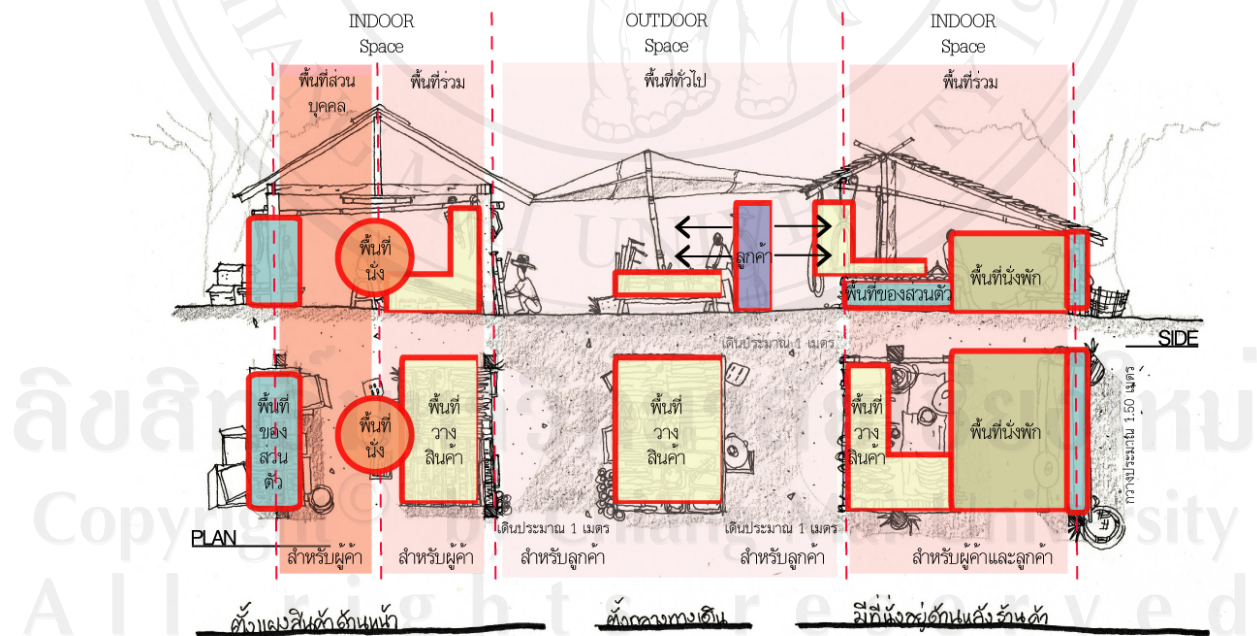
ภาพ 4-48 ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า



ภาพ 4-49 ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า

จากภาพ 4-49 รูปแบบร้านค้าที่มีพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า จะไม่ตั้งตัวอยู่ร้านค้า เดี่ยว จะตั้งเรียงขนานกับทางเดิน ในส่วนร้านค้าอื่นเป็นในรูปแบบตั้งแผงสินค้าด้านหน้าอย่างเดียว มิได้มีส่วนที่นั่งพักด้านหลัง โดยรูปแบบร้านค้าที่มีพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังสามารถสรุปใน รายละเอียดของพื้นที่และการจัดวางดังนี้

- ภายในพื้นที่ร้านค้าที่มีที่นั่งอยู่ด้านหลัง แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน โดยพื้นที่ทั้งหมด เป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัว ลูกค้าสามารถเข้าถึงพื้นที่ภายในร้านค้าได้ ทำให้ร้านค้าไม่มีพื้นที่ ส่วนตัว ก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองระหว่างผู้ค้าและลูกค้าในการนั่งพักผ่อนด้วยกัน
- พื้นที่ในการวางสินค้ามีพื้นที่ในทางตั้ง เนื่องจากสามารถแขวนสินค้ากับโครงสร้าง ของร้านค้าได้ ทำให้เพิ่มพื้นที่ในการวางสินค้า
- พื้นที่เก็บของจะอยู่ใต้พื้นที่แคร่นั่งและด้านหลังร้านค้า โดยตั้งอยู่ใกล้กับผู้ค้าขาย
- ทางเดินมีระยะทางแคบเนื่องจากมีร้านค้าขนานข้างและมีพื้นที่วางสินค้ากลางถนนทำให้ลูกค้าได้ใกล้ชิดกับสินค้าและผู้ค้าขาย ทำให้ลูกค้าเป็นหนึ่งเดียวกับพื้นที่และเป็นที่ ก็นเอง



ภาพ 4-50 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้า พื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า

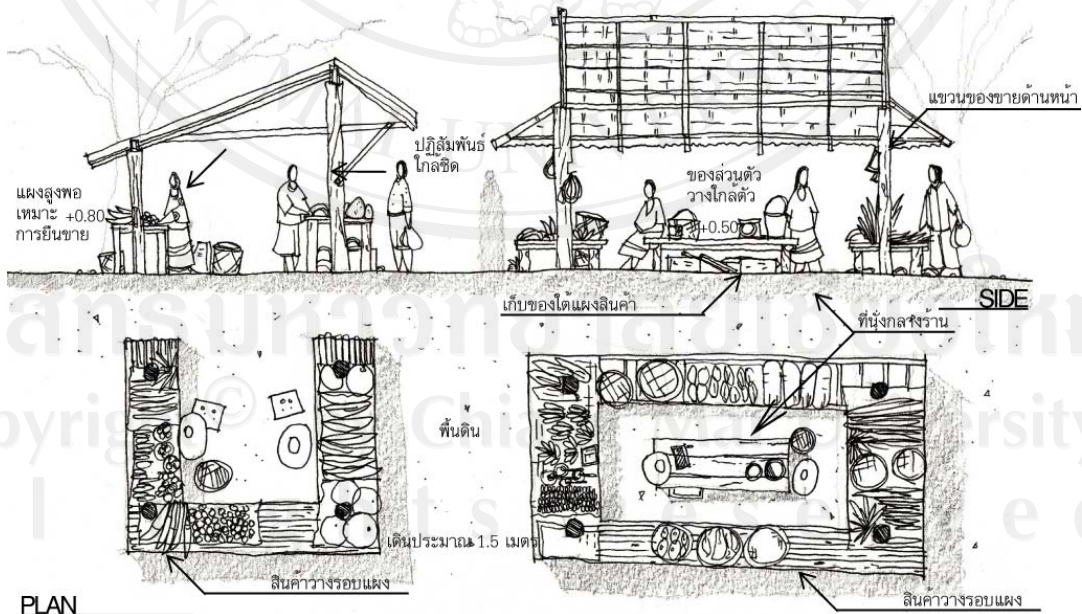
พื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า

ลักษณะคล้ายคลึงกับร้านค้าที่ยกพื้นแคร์ขึ้นจากระดับพื้นที่ แต่ในรูปแบบนี้มีการเว้นช่องตรงกลางเพื่อที่สามารถวางเท้าลงกับพื้นที่ การแบ่งพื้นที่ ที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแผงสินค้า และส่วนที่นั่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- พื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า โดยมีแผงสินค้าตั้งอยู่รอบพื้นที่นั่ง
- ดีกว่าแบบยกพื้นแคร์ เนื่องจากสามารถหย่อนเท้าลงได้ เพื่อให้ผ่อนคลายอิริยาบถได้สะดวกกว่า
- สามารถเดิน ลุกนั่งไปรอบร้านค้าได้สะดวกกว่าในรูปแบบยกพื้นแคร์ เพื่อสะดวกแก่การบริการลูกค้าทุกทิศทาง



ภาพ 4-51 ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า



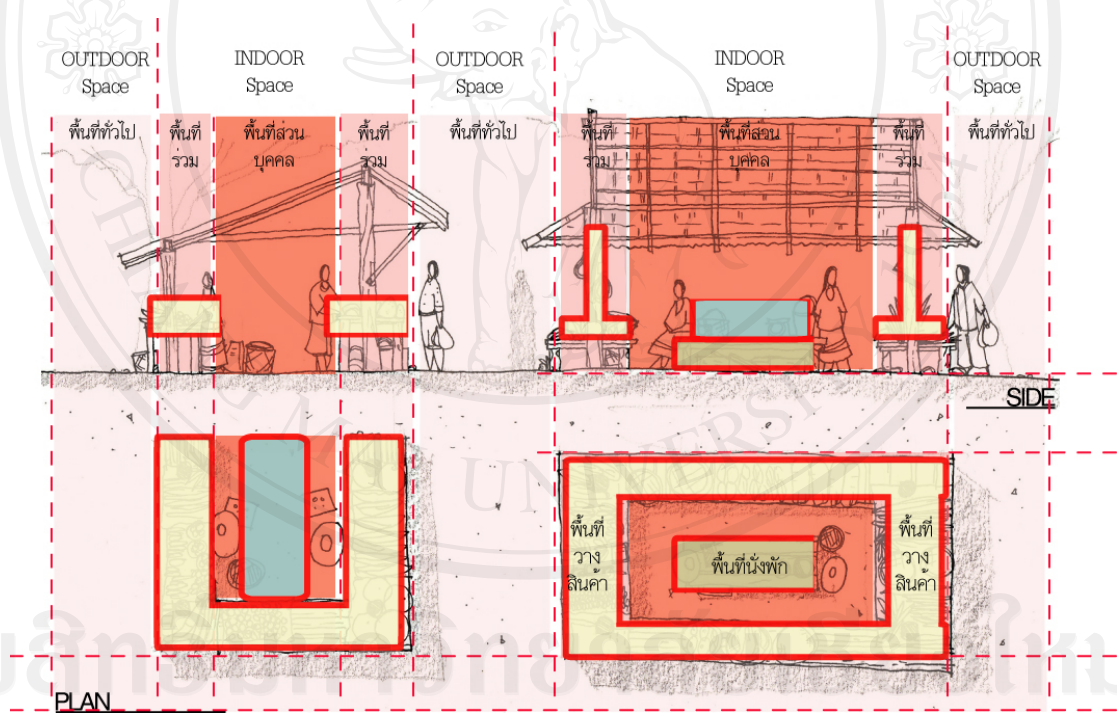
ตั้งแผงสินค้าขึ้นขายรอบร้าน

ที่นั่งตั้งอยู่กลางร้าน

ภาพ 4-52 ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า

จากภาพ 4-52 รูปแบบพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า ส่วนใหญ่มีทางเดินล้อมรอบร้านค้า และมีได้ตั้งอยู่ร้านค้าเดียวในบริเวณที่ตั้งร้านค้า ซึ่งร้านค้าบริเวณใกล้เคียงจะเป็นร้านค้าที่ตั้งแผงสินค้า ยื่นขายอยู่รอบร้านค้า โดยมีได้มีส่วนนั่งพัก โดยรูปแบบพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้าสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- ร้านค้ารูปแบบพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้าน ถือเป็นพื้นที่ส่วนตัวของผู้ค้าขาย ที่จัดพื้นที่ให้ผู้ค้าประกอบการค้าอย่างสะดวกสบาย ทั้งการเดินและการนั่งภายในร้านค้า
- พื้นที่วางสินค้ามีรอบร้านค้า เพื่อการค้าขายเต็มพื้นที่ติดทางสัญจรทางเท้า และพื้นที่ค้าขายขยายตัวทางแนวตั้งจากการแขวนสินค้าบนโครงสร้างของร้านค้า
- ในส่วนตั้งแผงสินค้ายื่นขาย ไม่มีส่วนนั่งพักมีเพียงพื้นที่ยื่นขายและของส่วนตัวอยู่ด้านในพื้นที่ส่วนตัวของผู้ค้า



ตั้งแผงสินค้าด้านหน้าร้าน มีที่นั่งอยู่กลางร้าน

ภาพ 4-53 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า

พื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า

การจัดพื้นที่ที่มีที่นั่งรอบร้านค้า เป็นรูปแบบของร้านค้าอาหารเท่านั้นเนื่องจากมีการจัดพื้นที่ ที่ให้ลูกค้าสามารถนั่งได้รอบร้านรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของร้านค้า การจัดพื้นที่แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนที่นั่งรับประทานอาหาร และส่วนซักล้างอุปกรณ์ ซึ่งร้านขายอาหารและเครื่องดื่มมีการจัด 2 รูปแบบ คือ ผู้ขายยืนหน้าร้านและผู้ขายยืนกลางร้าน

ผู้ขายยืนหน้าร้าน

- ผู้ค้าขายยืนเตรียมและทำอาหารบริเวณหน้าร้าน ซึ่งพื้นที่กลางร้านเป็นพื้นที่นั่งของลูกค้า โดยมีส่วนซักล้างอุปกรณ์ทางด้านหลัง

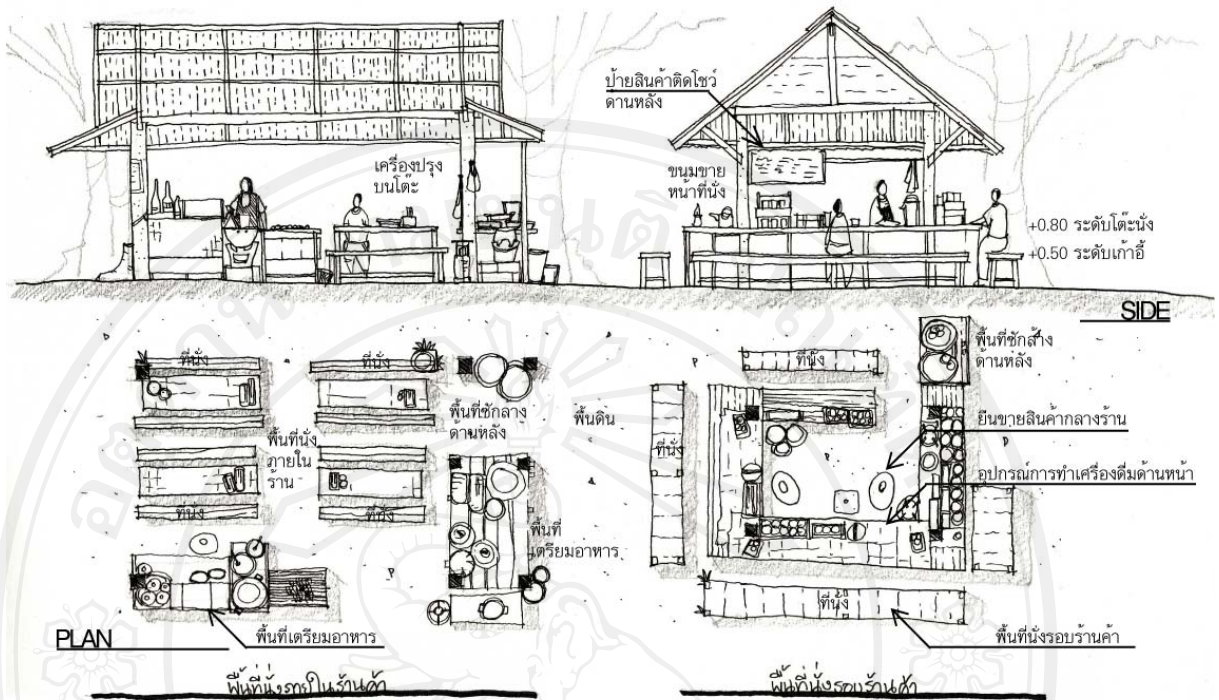
ผู้ค้าขายยืนค้าขายอยู่กลางร้าน

- บริการลูกค้าที่นั่งอยู่รอบร้าน โดยโต๊ะรับประทานอาหารของลูกค้าเป็นส่วนตัวเหมือนกับ การเตรียมอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถเห็นอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างชัดเจน และสามารถเลือกสั่งได้ตามอัธยาศัย
- การจัดพื้นที่นั่งรอบร้านค้าโดยผู้ค้าขายยืนตรงกลางร้านเป็นการประหยัดพื้นที่นั่งและสะดวกสบายต่อการให้บริการแก่ลูกค้าที่ทั่วถึงทุกด้าน

ส่วนใหญ่ร้านอาหารและเครื่องดื่มจะมีทางเดินรอบร้าน จึงสามารถวางที่นั่งได้รอบร้าน เช่นเดียวกัน



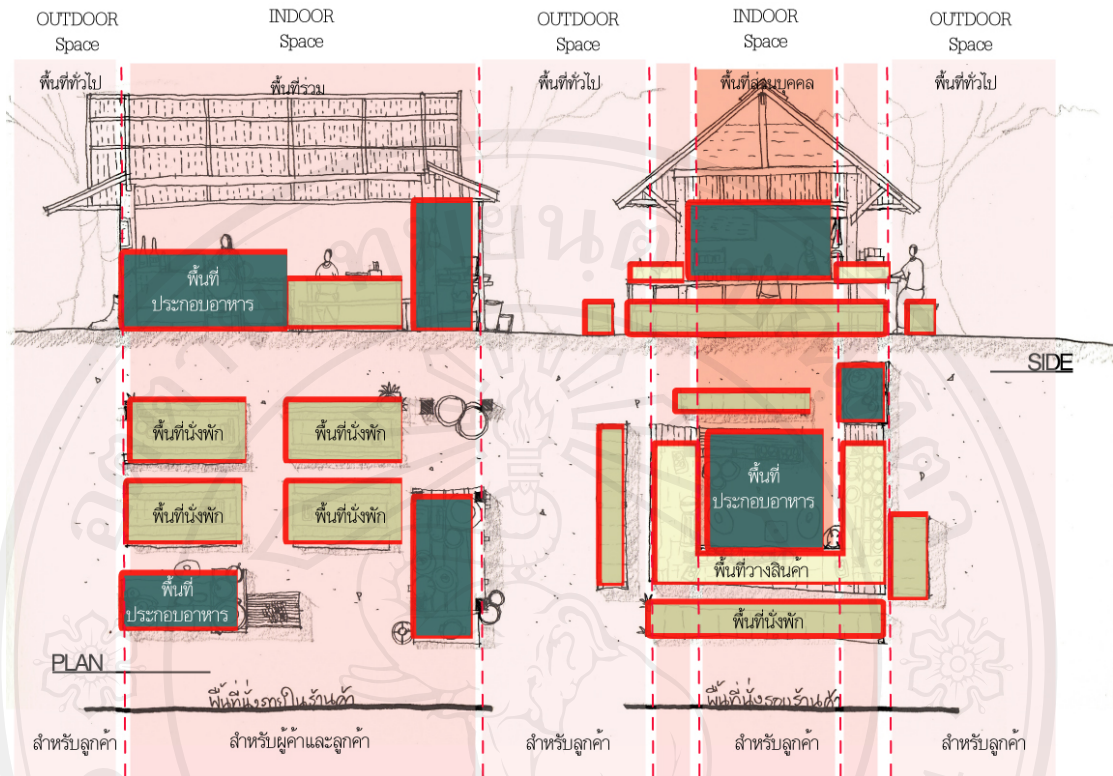
ภาพ 4-54 ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า



ภาพ 4-55 ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า

จากภาพ 4-55 พื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า เป็นลักษณะของร้านค้าประเภทค้าขายอาหารพื้นเมืองและเครื่องดื่ม โดยลักษณะแตกต่างของพื้นที่ทั้ง 2 ร้านค้า คือ

- พื้นที่ร้านค้าขายอาหารพื้นที่ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่ส่วนตัว เนื่องจากตั้งอยู่ด้านหน้าร้านค้า และสะดวกต่อการบริการลูกค้า ส่วนพื้นที่นั่งพักตั้งอยู่กลางร้านค้า ถือเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัวทั้งบริเวณ
- พื้นที่ร้านค้าขายเครื่องดื่มมีส่วนพื้นที่ส่วนตัว ตรงกลางเพื่อสะดวกต่อการจัดการทำเครื่องดื่มและการบริการลูกค้าที่นั่งรอบโต๊ะทำเครื่องดื่ม ซึ่งเปรียบเหมือนเป็นการไล่ระดับของพื้นที่ จากศูนย์กลางพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่กึ่งสาธารณะ และพื้นที่สาธารณะเป็นลำดับ
- ร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่ม สามารถกระจายพื้นที่ออกสู่ส่วนพื้นที่ภายนอก ของร้านค้าเมื่อมีลูกค้าจำนวนมาก และพื้นที่นั่งไม่เพียงพอ ตามพื้นที่สาธารณะในบริเวณใกล้เคียง



ภาพ 4-56 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้า พื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า

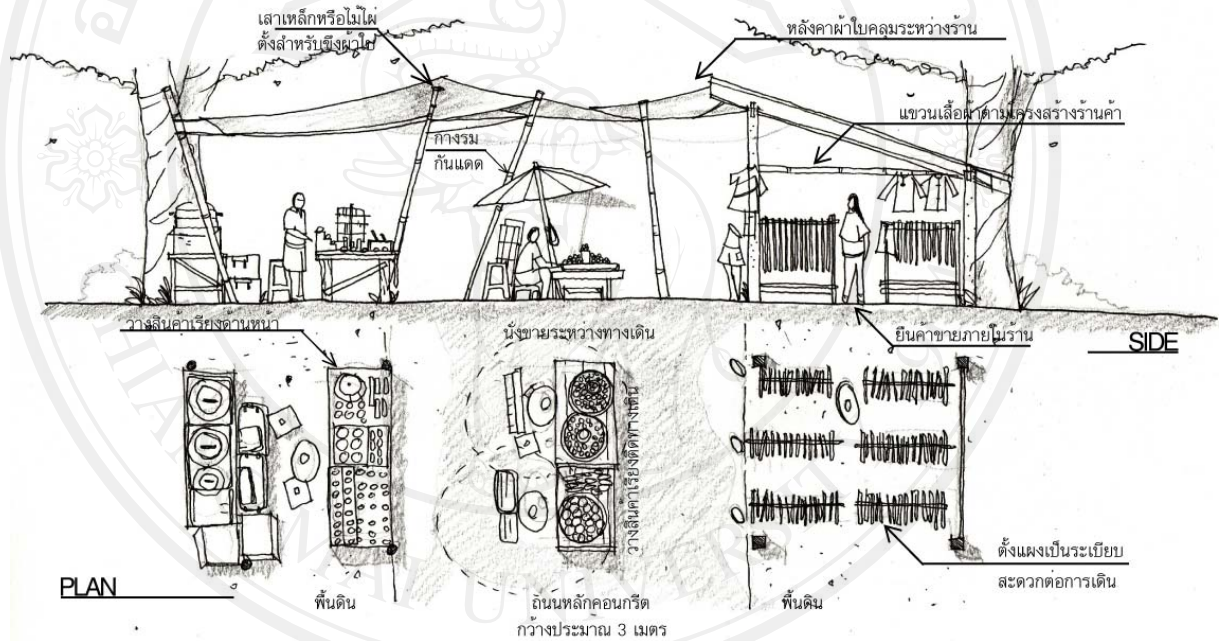
4) ร้านค้า ตั้งแผงยื่นขายสินค้า

เป็นรูปแบบการจัดร้านค้าส่วนใหญ่ภายในภาคทุ่งฟ้าบดมีรายละเอียดดังนี้

- การตั้งแผงสินค้าติดถนนสัญจรภายในภาค วางสินค้าแสดงบนแผงและนั่ง หรือ ยืนข้างอยู่ด้านหลัง โดยมีเก้าอี้ส่วนตัว มาตั้งเพื่อการนั่งพักผ่อนในช่วงเวลาการค้าขายทั้งวัน
- ลักษณะแผงวางสินค้าเป็นแผงไม้ที่ตั้งติดกับร้านค้า และแผงเหล็กถอดประกอบ
- ไม่มีการสร้างพื้นที่นั่งแต่จะเป็นการนำเก้าอี้ส่วนตัว เช่นเก้าอี้พลาสติกหรือสังกะสีมานั่งพัก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าเร่ขายที่มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและแผงสินค้าทุกวัน จึงต้องจัดการใช้รูปแบบแผงที่สามารถเก็บและติดตั้งได้สะดวกรวดเร็วเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้
- เป็นรูปแบบการค้าขายเป็นรูปแบบปกติ ที่ค้าขายสินค้าหันทางติดกับทางสัญจรภายในภาค และนั่งหรือยืนขายจากภายในแผง ซึ่งสามารถเดินภายในบริเวณร้านได้สะดวก
- บนถนนบางช่วง มีการตั้งแผงสินค้า เพื่อการใช้พื้นที่ในการค้าขายภายในภาคอย่างคุ้มค่ามากที่สุด



ภาพ 4-57 ร้านค้าตั้งแผงยื่นขายสินค้า



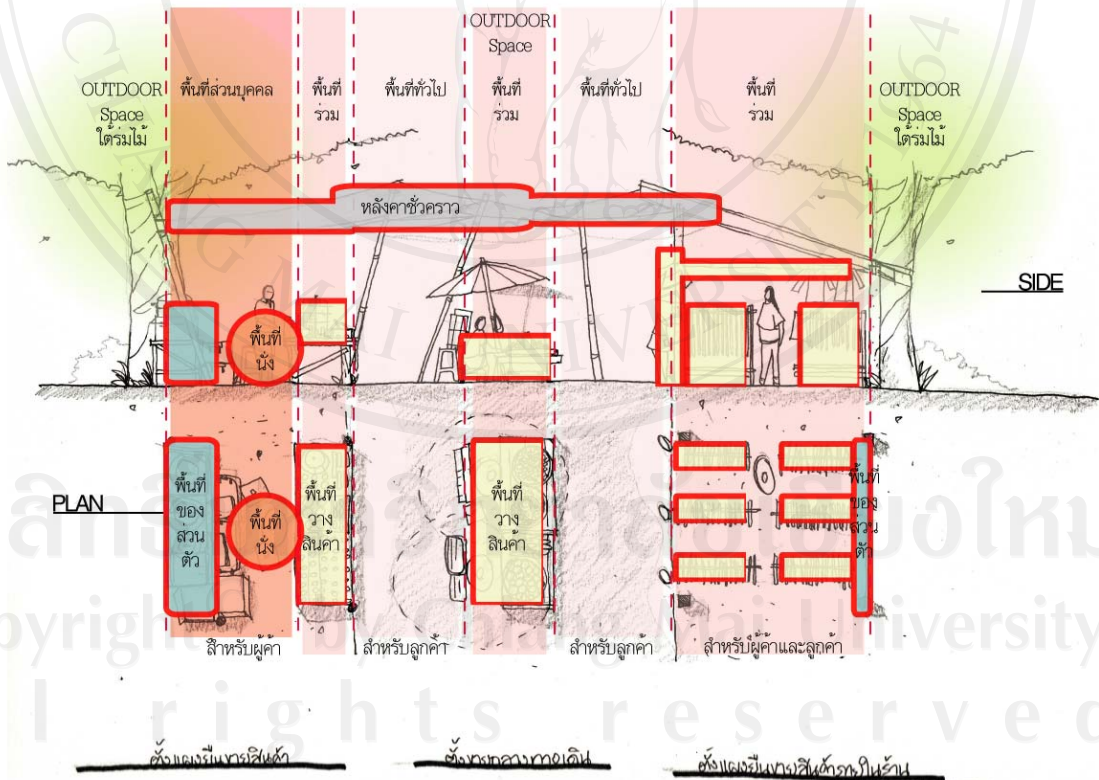
ตั้งแผงยื่นขายสินค้า ตั้งแผงกลางทางเดิน ตั้งแผงยื่นวางสินค้าภายในร้าน

ภาพ 4-58 ร้านค้าตั้งแผงยื่นขายสินค้า

จากภาพ 4-58 การตั้งแผงยื่นขายสินค้า ส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านค้าชั่วคราวที่มีการตั้งและเก็บพื้นที่ได้ด้วยความรวดเร็ว ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

- การตั้งแผงยื่นขายสินค้าเป็นการตั้งพื้นที่บนพื้นที่ภายนอกโดยอาศัยได้ร่มไม้ เพื่อให้ได้หลักในการยึดผ้าใบและสร้างอาณาเขตส่วนตัวของผู้ค้าขาย อีกทั้งได้ร่มเงาของต้นไม้ในการกันแดดกันฝนบางส่วน

- พื้นที่ภายในการตั้งแผงสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่วางแผงสินค้า และพื้นที่นั่ง ถัดจากแผงสินค้า ซึ่งส่วนพื้นที่วางแผงสินค้าเป็นส่วนในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า
- พื้นที่ด้านหลังของที่นั่งของผู้ค้า จะเป็นพื้นที่ในการวางกล่องเก็บสินค้าหรือของส่วนตัว
- การตั้งแผงยื่นขายสินค้า จะตั้งติดทางเดินสัญจร โดยอีกฝั่งของแผงมักเป็นอาคารประเภทดาว ที่สามารถพึ่งพาในการผูกมัดโครงสร้างหลังคาชั่วคราว
- จากการตั้งหลังคาชั่วคราวที่เป็นผ้าใบซึ่งมีระยะความสูงประมาณ 2 เมตรกว่า ทำให้พื้นที่ในส่วนนี้ดูโล่ง สามารถมองเห็นทิวทัศน์ที่ถนนดีกว่าการจัดวางร้านค้าข้างต้น ซึ่งสามารถมองเห็นต้นไม้ ให้ได้บรรยากาศธรรมชาติในการเดินช้อปปิ้ง
- การตั้งแผงยื่นขายสินค้า อีกรูปแบบที่จัดวางสินค้าภายในร้านค้า จะไม่มีพื้นที่ส่วนตัว เนื่องจาก เป็นร้านที่ให้ลูกค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านค้าได้ พื้นที่ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าจึงรวมเป็นหนึ่งเดียว



ภาพ 4-59 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้าตั้งแผงยื่นขายสินค้า

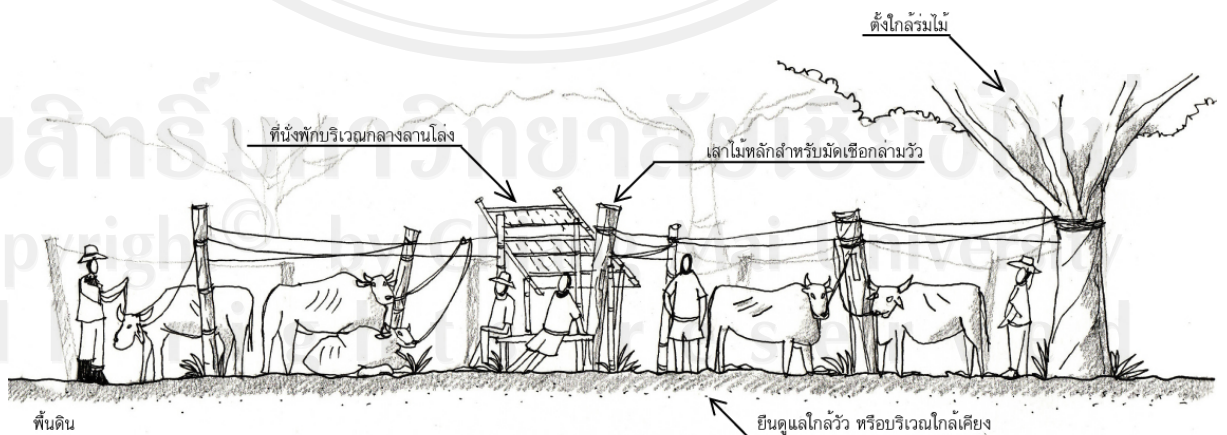
5) ยืนขายใกล้สินค้า

การยืนขายใกล้สินค้าของผู้ค้าขาย ไม่มีพื้นที่ร้านค้า มีเพียงพื้นที่ลานโล่ง เพื่อค้าขายสัตว์ประเภท วัว ควาย และไก่ เนื่องจาก

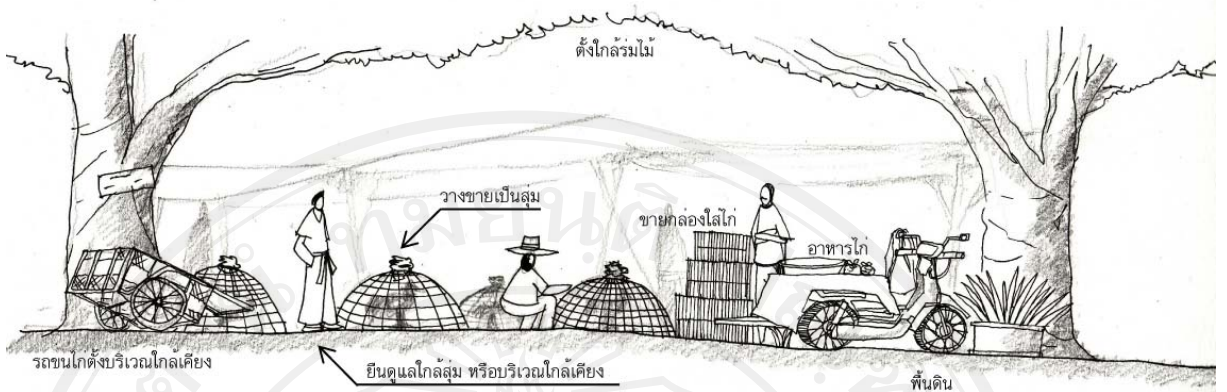
- ไม่ต้องการพื้นที่ในการวางแผงสินค้า ต้องการเพียงพื้นที่ลานโล่งเนื่องจากสัตว์ประเภทวัวควายมีขนาดใหญ่ และสะดวกต่อการเลือกซื้อ
- วิธีการค้าขาย คือการยืนอยู่ใกล้ๆ บริเวณสัตว์ของตนเอง เมื่อมีผู้สนใจมาเดินเลือกชมสัตว์ของตน จึงค่อยเข้าไปเจรจาต่อรองในการซื้อขาย ควาย วัว หรือไก่ของผู้ค้าขาย ในส่วนของ วัวและควาย
- มีการผูกเชือกไว้กับหลัก ไม้ที่ทางภาคปักษ์ไว้ให้สำหรับวัว ควาย ส่วนไก่ ตั้งอยู่บนพื้นที่ลานโล่งเช่นเดียวกัน แต่ไก่อยู่ภายในคอกของผู้ค้าขายแต่ละบุคคล ซึ่งในการตั้งพื้นที่ค้าไก่เป็นลานโล่งที่อยู่ต้น ไม้ สามารถรับร่มไม้และ เย็นสบายกว่าพื้นที่โล่งอื่นๆ



ภาพ 4-60 การยืนขายใกล้สินค้า



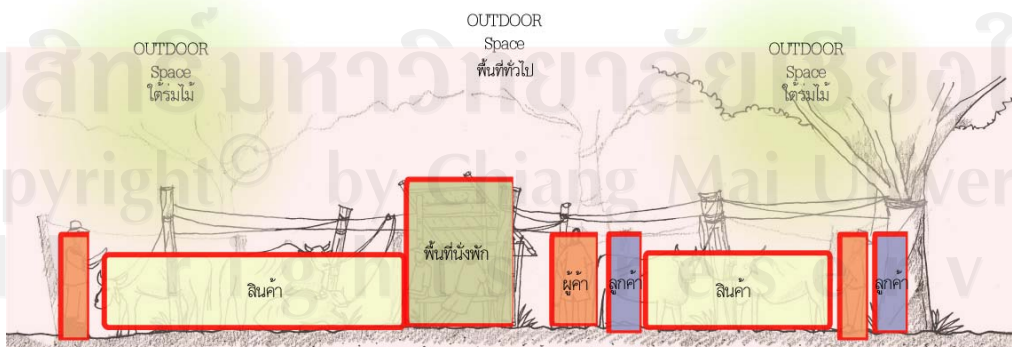
ภาพ 4-61 การยืนขายใกล้วัว ควาย



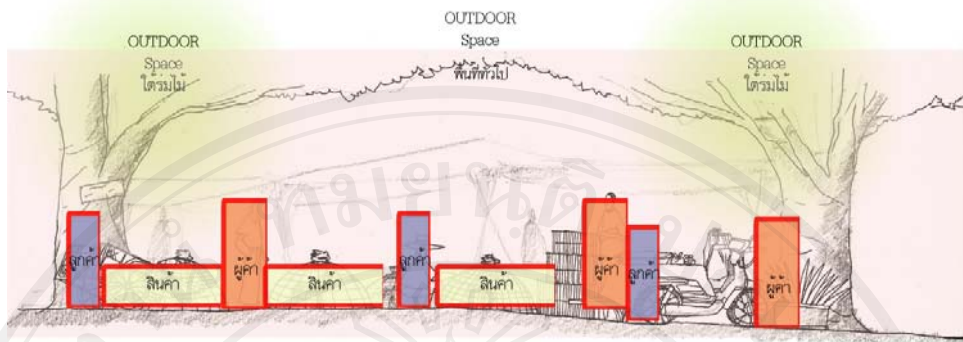
ภาพ 4-62 การยื่นขายใกล้ไก่

จากภาพ 4-61 และภาพ 4-62 สามารถสรุปรูปแบบยื่นขายสินค้า ได้ดังนี้

- พื้นที่ในการยื่นขายสินค้า เป็นประเภทการค้าสัตว์ โดยต้องการพื้นที่กว้างใหญ่ พื้นที่การค้าขาย จึงเป็นพื้นที่ภายนอก ไม่มีหลังคาคลุม ตั้งพื้นที่ใกล้กับบริเวณใต้ร่มไม้ ภายในพื้นที่ เพื่อรับความร่มรื่นของธรรมชาติ ในการกันแดดกันฝน
- ไม่มีพื้นที่ส่วนต่อระหว่างผู้ค้าและลูกค้าเป็นการใช้พื้นที่ร่วมกัน ภายในพื้นที่การค้าขายร่วมกัน ก่อให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมกัน
- มีการจัดพื้นที่นั่งพักบางส่วนภายในพื้นที่ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่ทั้งผู้ค้าและลูกค้าร่วมกัน
- การจัดแบ่งพื้นที่ค้าขายแต่ละบุคคลไม่มีพื้นที่กำหนด ใครมาก่อนได้ก่อน แต่จะจัดพื้นที่ตามพื้นที่ ที่ตนเคยตั้ง ตั้งแต่เริ่มค้าขาย พื้นที่จึงถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มตามความสัมพันธ์ของกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม



ภาพ 4-63 วิเคราะห์การยื่นขายใกล้วัวควาย

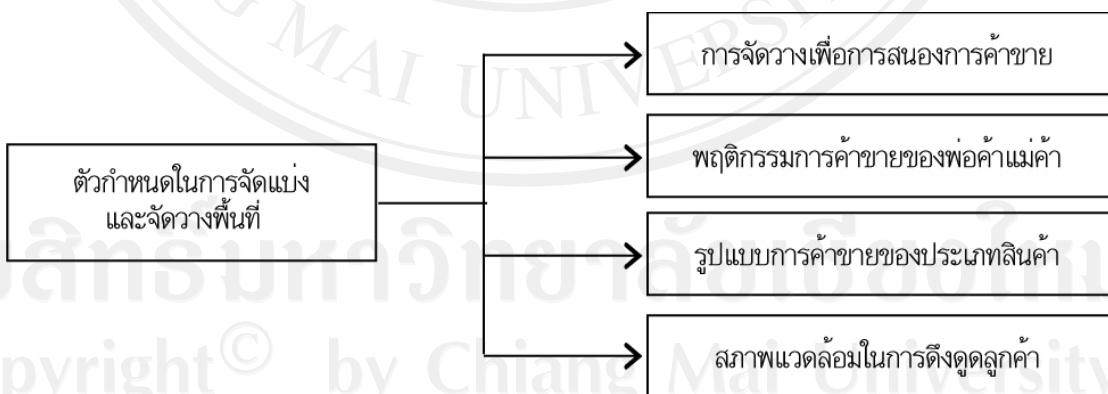


ภาพ 4-64 วิเคราะห์การยื่นขายใกล้ๆ

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ เพื่อกันหอนกประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควาย มีคำถามวิจัย คือ ตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งานภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

ตัวกำหนดในการจัดแบ่งและจัดวางพื้นที่ มีดังนี้

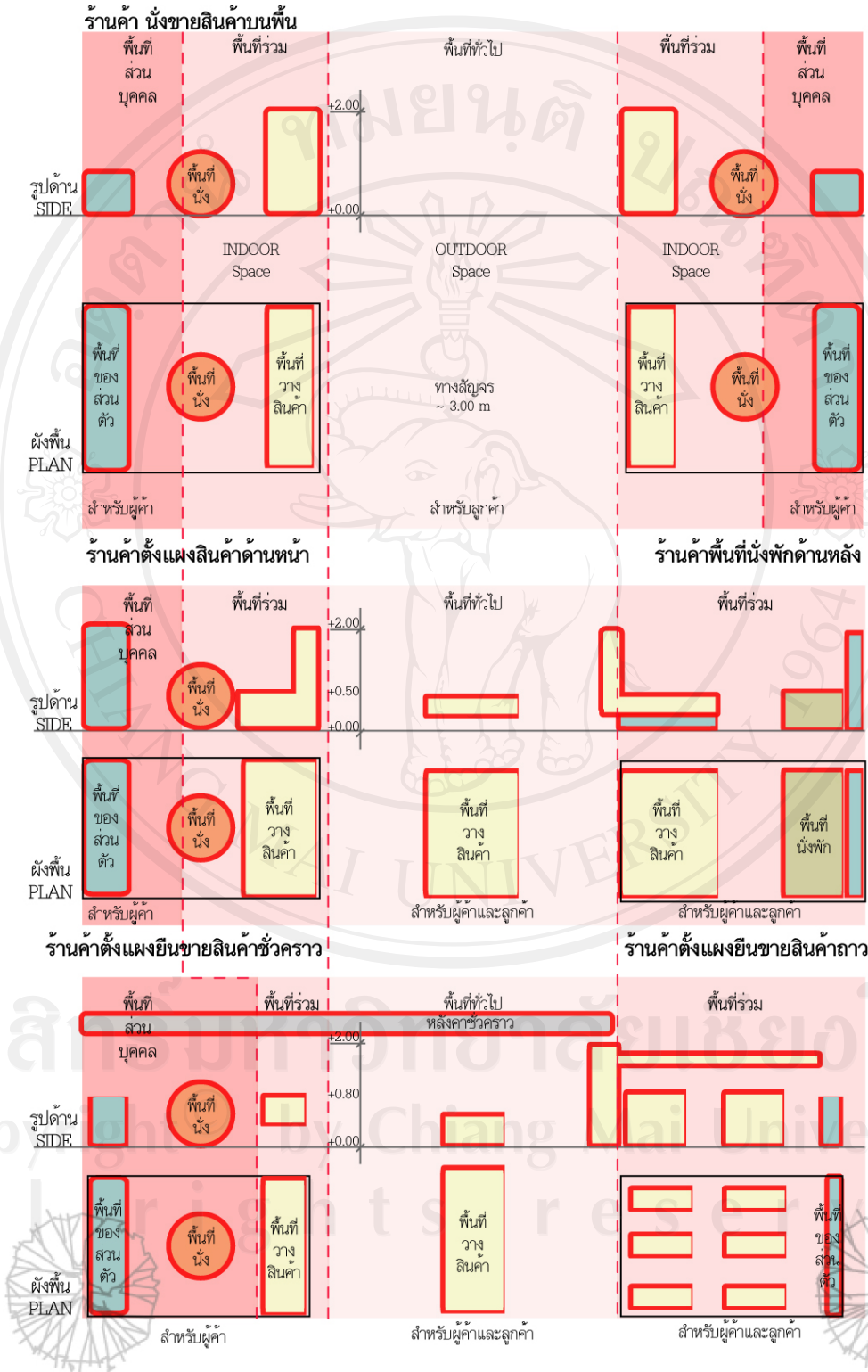
- การจัดวางเพื่อการสนองการค้าขาย
- พฤติกรรมการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้า
- รูปแบบการค้าขายของประเภทสินค้า
- สภาพแวดล้อมในการดึงดูดลูกค้า



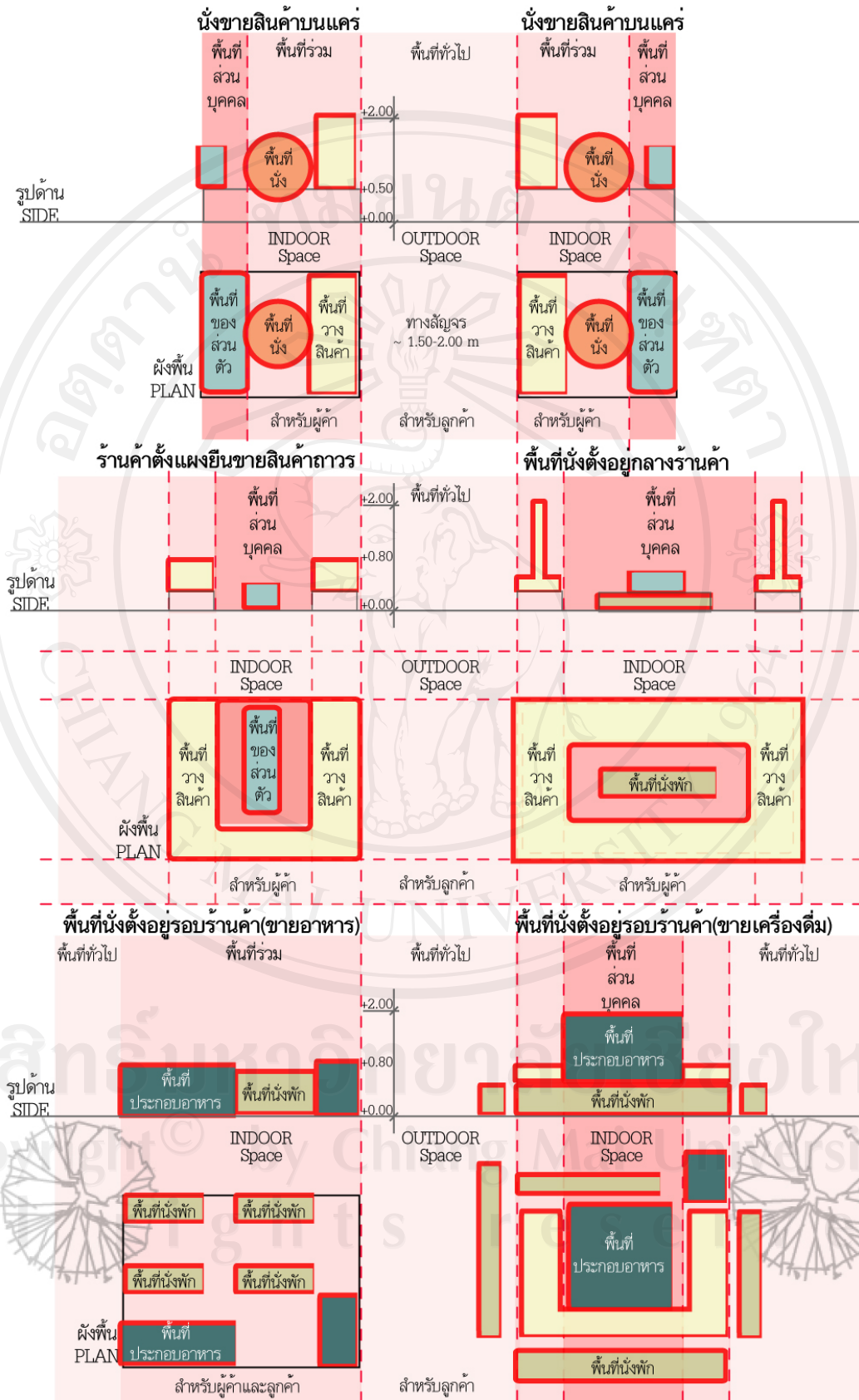
ภาพ 4-65 แผนภูมิตัวกำหนดการจัดแบ่งพื้นที่และจัดวางพื้นที่

จากตัวกำหนดในการจัดแบ่งและการจัดวางพื้นที่ สามารถนำมาหา การใช้งานภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด แบ่งประเภทตามการจัดวางร้านค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ซึ่งแบ่งจากพฤติกรรมที่การสนองต่อการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้า ทั้งหมด 6 รูปแบบ 1) ร้านค้า นั่งขาย

สินค้าบนพื้น 2) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนแคร่ 3) ร้านค้า นั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพัก 4) ร้านค้า ตั้งแผงยื่นขายสินค้า และ 5) ยื่นขายใกล้สินค้า โดยเป็นภาพแผนภูมิเปรียบเทียบแต่ละรูปแบบดังนี้



ภาพ 4-66 แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 1

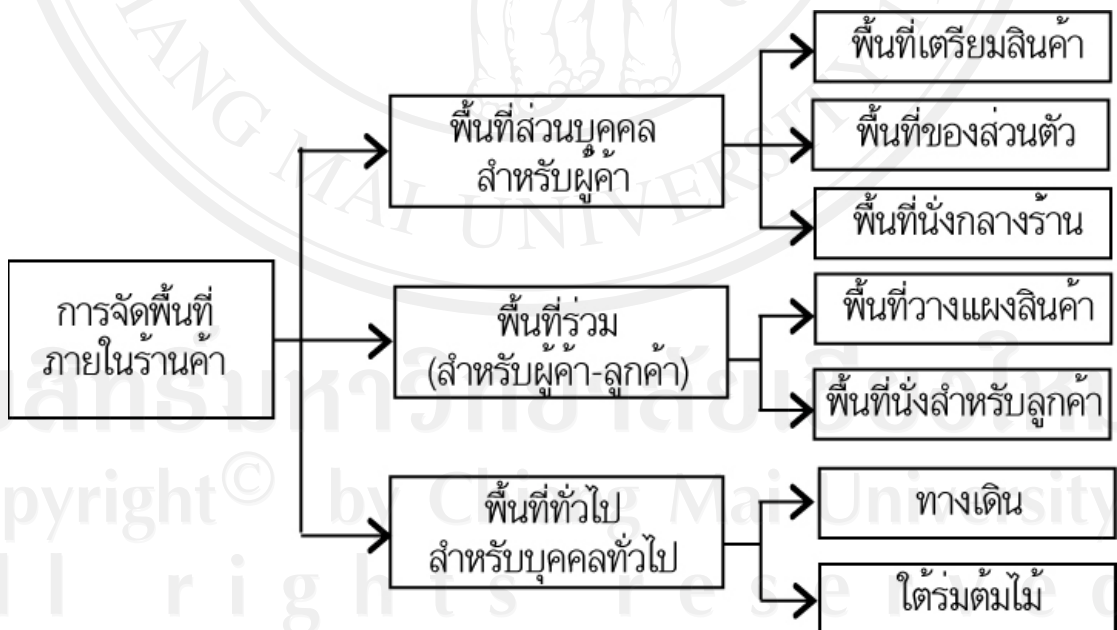


ภาพ 4-67 แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 2



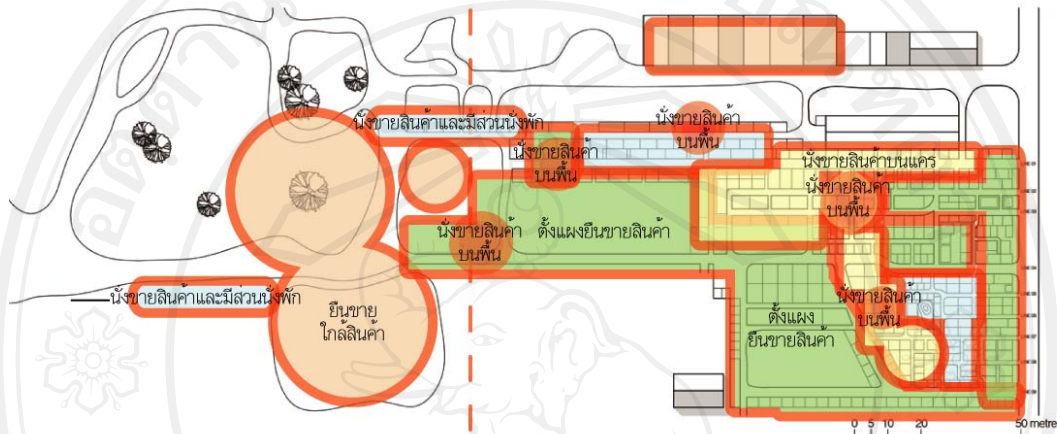
ภาพ 4-68 แผนภูมิเปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 3

จากภาพแผนภูมิเปรียบเทียบของรูปแบบร้านค้าภายในภาควิคควายทั้งหมดสามารถสรุปการจัดแบ่งและการจัดวางพื้นที่ คือการจัดวางขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการที่กล่าวข้างต้น ซึ่งนำมาสรุปการจัดวางพื้นที่ในแต่ละร้านประกอบไปด้วย 3 ส่วน 1) พื้นที่ส่วนบุคคล 2) พื้นที่ร่วม และ 3) พื้นที่ทั่วไป ที่แบ่งพื้นที่ภายในร้านค้าอยู่ในแต่ละส่วนขึ้นอยู่กับการใช้งานของผู้ค้าและลูกค้าที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและการค้าขายของผู้ค้าและลูกค้า



ภาพ 4-69 แผนภูมิสรุปการจัดพื้นที่ภายในร้านค้า

การสำรวจและบันทึกข้อมูลของการจัดวางพื้นที่ภายในร้านค้าที่ตอบสนองต่อพฤติกรรม และการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าและลูกค้า ทั้งหมด 6 รูปแบบ 1) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนพื้น 2) ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนแคร่ 3)ร้านค้า นั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพัก 4)ร้านค้า ตั้งแผงยื่นขายสินค้า และ 5)ยื่นขายใกล้สินค้า ได้ผลดังภาพ 4-70



ภาพ 4-70 แผนผังรูปแบบการค้าขายของร้านค้าในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

จากภาพ 4-70 แผงผังแสดงรูปแบบการค้าขายของร้านค้าภายในกาดทุ่งฟ้าบด แสดงผลได้ดังนี้

- ร้านค้าส่วนมากเป็นรูปแบบตั้งแผงยื่นขายเป็นส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบการค้าขายที่เกิดจากการใช้งาน (Function Factor)
- ร้านค้ามีนั่งขายสินค้าบนแคร่ตั้งกระจายภายในส่วนด้านหน้าของกาด ส่วนสินค้าเป็นอาหารแห้งและสดเนื่องจากผู้ค้าเป็นแม่ค้า ที่มีรูปแบบการค้าขายตั้งแต่อดีตที่คุ้นเคยกับรูปแบบนั่งขายสินค้าบนแคร่ (Cultural Factor)
- ร้านค้าขายสินค้าที่มีส่วนที่นั่งพัก อยู่ในส่วนพื้นที่ร้านขายอาหารพื้นเมืองและเครื่องดื่ม และร้านค้าที่มีลูกค้าประจำ สนธิทกัน หรือพ่อค้าแม่ค้าร้านอื่นมานั่งสนทนาพักผ่อนกัน ซึ่งเป็นรูปแบบที่เกิดจากพฤติกรรมของเจ้าของร้านค้า (Behavior Factor)
- การยื่นค้าขาย เป็นรูปแบบสำหรับการยื่นค้าขาย บริเวณในลาน โถง ของการค้าวัว ควาย และไก่ ซึ่งอยู่บริเวณด้านหลังเป็นส่วนใหญ่ ที่ยื่นขายใกล้กับสัตว์เลี้ยงของตนเอง ได้ร่วมไม้ และการมัดเชือกบริเวณต่อไม้ที่ทางกาดเตรียมไว้ให้ ซึ่งเกิดรูปแบบการค้าขายเกิดจากประเภทของการค้าขายสัตว์ที่มีต้องการเพิงหรือร้านค้าในการคลุมพื้นที่ค้าขายของผู้ค้า (Kettle Selling Factor)

รูปแบบการค้าขายภายในภาค มีการจัดการค้าขายขึ้นอยู่กับรูปแบบของสินค้าและพฤติกรรมการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าในแต่ละประเภทสินค้า โดยผ่านการประสบการณ์ขาย เรียนรู้การใช้พื้นที่และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการค้าขายในสินค้าและพฤติกรรมการใช้ชีวิตในการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าแต่ละบุคคล

4.1.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อค้นหองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควัวควาย ในส่วนคำถามวิจัยดังนี้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานภายในภาคเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร

จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน เป็นการศึกษาถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด ซึ่ง ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 4.1.2.1) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด 4.1.2.2) กิจกรรมร่วมกันภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

4.1.2.1 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

ภาควัวควายทุ่งฟ้าบด เป็นตลาดนัดที่มีผู้คนมาใช้บริการภายในพื้นที่ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อเป็นจำนวนมากกว่า 1,000 คนต่อการเปิดตลาดนัดในแต่ละครั้ง ซึ่งมีผู้คนจากหลากหลายพื้นที่ เข้ามาโดยมีจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพทางการค้าขาย การซื้อสินค้าสำหรับใช้ในแต่ครอบครัว หรือการพักผ่อน ผ่อนคลายเดินเล่นและพบปะผู้คนภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

กลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการพื้นที่ มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ค้าขาย และ กลุ่มลูกค้า ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีผลประโยชน์เอื้อต่อกันและกัน ในการหมุนเวียนสินค้า และเศรษฐกิจ จากการเจอกันทุกสัปดาห์ของการตั้งกาดนัด จึงมีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลที่ใช้บริการพื้นที่ คือ 1) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าและ 2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากันเอง

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า เกิดจากการมีกิจกรรมในการซื้อขายของร่วมกัน ผู้ค้าในการพูดคุยเป็นสื่อกลางในการค้าขายสินค้าแก่ลูกค้า ส่วนลูกค้าต้องการการเจรจาเพื่อที่ให้ได้สินค้าที่ดีและพึงพอใจกับความต้องการส่วนตน ในส่วนนี้แบ่งชุดข้อมูลคือ 1) จากการสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้า และ 2) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าและบุคคลทั่วไป มีรายละเอียดดังนี้

1) จากการสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้า

จากการเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้า ในปฏิสัมพันธ์ต่อลูกค้า 2 กลุ่มลูกค้า คือ ลูกค้าทั่วไป และลูกค้าประจำ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ที่ต่างกัน ซึ่งมีดังนี้

ลูกค้าทั่วไป

พ่อค้าแม่ค้า พุดจาก่อนข้างเป็นกันเอง ด้วยวาจาที่ไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ต่อลูกค้าและบุคคลทั่วไป พ่อค้าแม่ค้าบางร้านค้ามีการทักทายลูกค้า เมื่อเดินผ่านร้านค้าแม้ไม่ได้ซื้อของภายในร้านค้าของตนเอง ไม่ค่อยเห็นในภาคทั่วไป แต่มีร้านค้าบางส่วนไม่ค่อยได้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เนื่องจากมีลูกค้าจำนวนมาก

ลูกค้าประจำ

ผู้ค้าและลูกค้าประจำเมื่อพบปะกันมีการคุยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบกัน การใช้ชีวิตประจำวัน ทั่วไป แลกเปลี่ยนทัศนคติซึ่งกันและกัน เนื่องจากเป็นลูกค้าที่มาซื้อเป็นประจำทุกอาทิตย์และลูกค้าบางส่วนเป็นพ่อค้าแม่ค้าเช่นเดียวกันภายในภาค จึงทำให้บางร้านค้าที่มีพื้นที่นั่งพัก ลูกค้ามักจะมานั่งพักและสนทนากัน จึงกลายเป็นพื้นที่ในการนั่งพบปะกันระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าอีกด้วย

2) จากการสัมภาษณ์ลูกค้าและบุคคลทั่วไป

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่มลูกค้าเพื่อให้ได้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่าง ผู้ค้ากับลูกค้าและบุคคลทั่วไป สามารถแบ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า ได้ 3 ข้อ ได้แก่ ความรู้สึกของลูกค้าต่อผู้ค้า การสนทนาระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า และการปฏิบัติของผู้ค้าที่มีต่อลูกค้า

ความรู้สึกของลูกค้าต่อผู้ค้า

ส่วนใหญ่ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเองและเป็นมิตร ในการให้บริการของผู้ค้าขายแก่ลูกค้า เนื่องจากการแสดงกริยาในการค้าขาย ที่ดูใจดีและค่อนข้างยิ้มตลอดเวลา การพูดคุยด้วยตลอดเวลา ทำให้กลุ่มลูกค้าบางส่วนรู้สึก ไม่รู้สึกแปลกที่ เหมือนเป็นคนในพื้นที่ หากอายุเท่ากันระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า ก็เหมือนเป็นเพื่อนกัน รู้สึกพูดจากรู้เรื่องง่าย หากเป็นพ่อค้าที่อายุมากกว่า ก็เหมือนเป็นญาติผู้ใหญ่ ที่เอ็นดูลูกค้าเหมือนเป็นญาติคนหนึ่ง มีการดูแลและให้ของ โดยที่มิได้ต้องการเงินตอบแทน

ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อผู้ค้าส่วนใหญ่เป็นไปในทางบวก อาจเนื่องจากเป็นรูปแบบสังคมพื้นถิ่น ที่มีความเป็นกันเอง เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่กัน การพูดจากรู้เรื่องเป็นไปในรูปแบบที่ดูเป็นกันเอง เป็นไปตามสภาพปกติของวิถีชีวิต พูดคุยกันปกติ เหมือนเป็นเพื่อน หรือญาติ จากความรู้สึกที่ดูเป็นกันเอง ทำให้กลุ่มลูกค้าและบุคคลทั่วไปรู้สึกว่า ไม่ได้มาในพื้นที่แปลกสถานที่ รู้สึกสบายเดินพักผ่อนภายในภาคได้

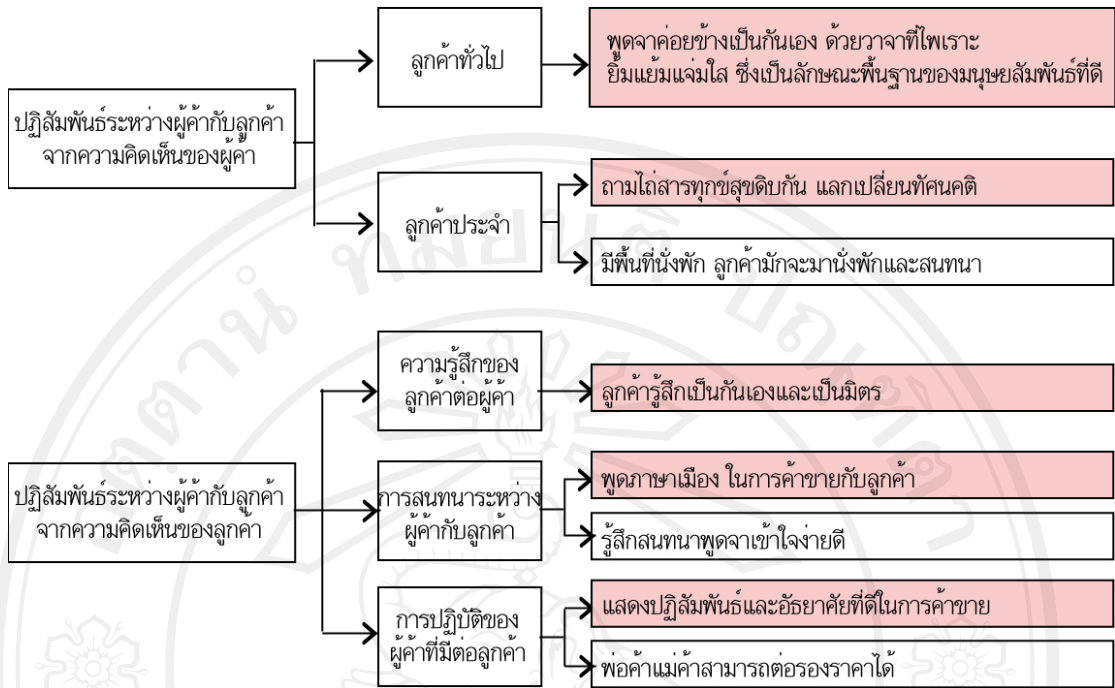
การสนทนาระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า

“อุ้งกันม่วน” คำสแลมภาษณ์จากลูกค้าแปลว่า พุดจาด้วยกันสนุกสนาน เป็นความรู้สึกส่วนใหญ๋ที่ลูกค้ารู้สึกจากการสนทนากับผู้ค้า เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่ เป็นคนภาคเหนือ พุดภาษาเมืองหรือภาษาท้องถิ่นในการค้าขายกับลูกค้า จึงพุดจาสนทนาปกติด้วยภาษาเมือง ทำให้การพุดคุยเจรจาซื้อขายด้วยภาษาเดียวกัน รู้สึกสนทนาพุดจาเข้าใจง่ายดีและสามารถพุดจาร่วมกันได้อย่างสนุกสนาน ในเรื่องต่างๆ ที่สนทนากันนอกเนื่องจากการเจรจาซื้อขายสินค้า ทำให้สะดวกในการพุดจา รู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันแต่หากลูกค้าบางคน ไม่สามารถฟังภาษาเมืองรู้เรื่อง ผู้ค้าจะพุดภาษากลาง เพื่อให้สะดวกต่อการซื้อขายสินค้าด้วยการพุดเชื่อเชิญเข้าภายในร้านอย่างดีและชวนคุย ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ทำให้สะดวกต่อการซื้อขาย

การปฏิบัติของผู้ค้าที่มีต่อลูกค้า

“เป็นหมู่เดียวกัน สู้จักกัน” คำสแลมภาษณ์จากลูกค้า แปลว่า เป็นพวกเดียวกัน รู้จักกัน เป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อผู้ค้าจากการแสดงปฏิสัมพันธ์และอัธยาศัยที่ดีในการค้าขายของผู้ค้าที่มีต่อลูกค้า แสดงให้เห็นถึงความเป็นมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ค้า เป็นหลักการโดยพื้นฐานในการประพฤติตนที่ดีต่อลูกค้า เพื่อความแสดงความเป็นกันเองต่อลูกค้าและสามารถเพิ่มความสะดวกในการเจรจาซื้อขายสินค้า ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มักเจรจาต่อรองสินค้าให้ได้ราคาที่พึงพอใจ หากมีความสนิทสนมกัน ก็ถามไถ่สารทุกข์สุขดิบ เรื่องสุขภาพ เรื่องส่วนตัว พ่อค้าแม่ค้าสามารถต่อรองราคาได้ มีการลดราคา ให้อยู่ในราคาที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย

จากผลการศึกษาในส่วนปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าภายในภาคัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อตอบคำถามวิจัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในภาคและความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

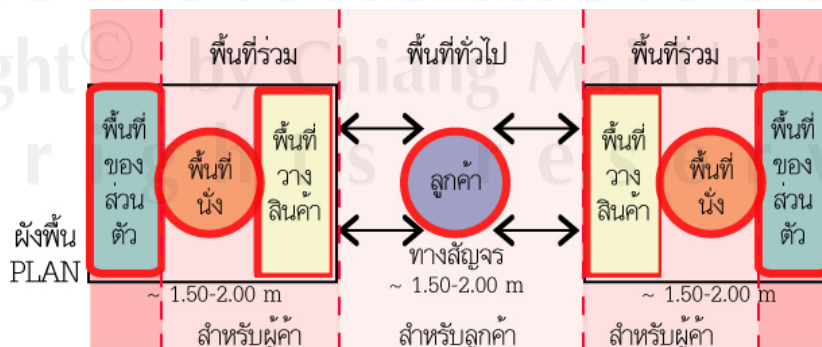


ภาพ 4-71 แผนภูมิปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้า ภายในภาคตัวขายทุ่งฟ้าบด สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้ค้ากับลูกค้าทั่วไป และผู้ค้ากับลูกค้าประจำ

ผู้ค้ากับลูกค้าทั่วไป

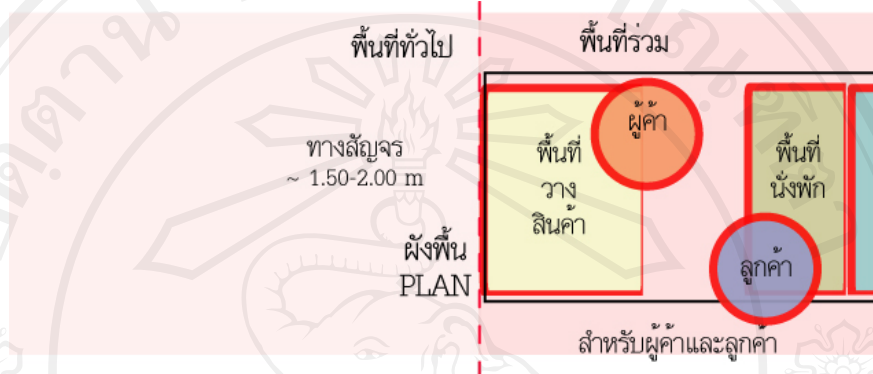
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าทั่วไป เป็นมาตรฐานของพ่อค้าแม่ค้าที่แสดงปฏิสัมพันธ์และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า เพื่อให้สามารถค้าขายสินค้าภายในร้านค้าได้ ซึ่งจากองค์ประกอบเชิงกายภาพที่จัดวางพื้นที่ร้านค้าที่ชิดติดกัน และทางสัญจรที่เล็กแคบ ทำให้อุ่นทำให้ลูกค้ารู้สึกความเป็นหนึ่งเดียวกับพื้นที่ ไม่กลายเป็นคนแปลกหน้าสำหรับพื้นที่ จึงทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีและเป็นกันเองต่อพื้นที่



ภาพ 4-72 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าทั่วไป

ผู้ค้ากับลูกค้าประจำ

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าประจำ มีความสนิทสนมจากการเจอกันเป็นประจำจนรู้จักกันหรือรู้จักแต่เดิม การซื้อขายจึงเป็นไปตามปกติ แต่มีสิ่งที่เพิ่มเติมขึ้นมาคือ พื้นที่ในส่วนนั่งพักคุยกันภายในร้านค้า ซึ่งลูกค้าสามารถเข้ามานั่งร่วมภายในร้านได้ และกลายเป็นพื้นที่จุดพบกันระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าประจำด้วยกัน ในการนั่งพักผ่อนหรือสนทนากัน



ภาพ 4-73 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าประจำ

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

พ่อค้าและแม่ค้าภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด ที่ทั้งหมดประมาณ 500 ร้านค้า จากหลากหลายพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนและตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ค้าขายภายในภาควิคควาย ทุ่งฟ้าบด มีอยู่ 2 ประเภท คือ พ่อค้าแม่ค้าภายในชุมชน และพ่อค้าแม่ค้าเร่ขายสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งปฏิสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าแม่ค้าได้ 3 กลุ่ม ตามการรู้จักกันของผู้ค้า คือ 1) พ่อค้าแม่ค้าที่มีความสัมพันธ์ก่อนการค้าขายสินค้า ที่ภาคแห่งนี้ 2) พ่อค้าแม่ค้าที่สร้างความสัมพันธ์จากการค้าขายสินค้าภายในภาคแห่งนี้ และ 3) พ่อค้าแม่ค้าที่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าสินค้าอื่นๆ

1) พ่อค้าแม่ค้า ที่มีความสัมพันธ์ก่อนการค้าขายสินค้าที่ภาค

ผู้ค้าขายที่มีความสัมพันธ์ รู้จักกันมาก่อนการค้าขายสินค้าที่ภาค ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าภายในชุมชน มีความสัมพันธ์กันเดิม เช่น เป็นสามีภรรยา มาจากครอบครัวเดียว มาจากหมู่บ้านเดียวกัน หรือเป็นเพื่อนกัน แล้วชักชวนกันมาค้าขายที่ภาคแห่งนี้ โดยที่มีความสนิทสนม รู้จักกัน มีความคุ้นเคยกันเป็นปกติ ซึ่งจะตั้งร้านค้าอยู่บริเวณใกล้กัน หรือตั้งอยู่ในร้านค้าเดียวกันแบ่งพื้นที่กันเช่า เช่น พื้นที่ค้าขายอาหารแห้งและสด ส่วนหนึ่งมาจากหมู่บ้านเดียวกันในอำเภอสันป่าตองซึ่งรู้จักกันอยู่แล้ว มีกิจกรรมภายในหมู่บ้านก็ร่วมงานกัน เมื่อมาค้าขายในพื้นที่เดียวกัน จึงแทบไม่ต้องทำความรู้จักกันเนื่องจากรู้จักสนิทสนมกันแต่ก่อนการค้าขายสินค้าที่ภาคแห่งนี้

2) พ่อค้าแม่ค้าที่สร้างความสัมพันธ์จากการค้าขายสินค้าภายในภาค

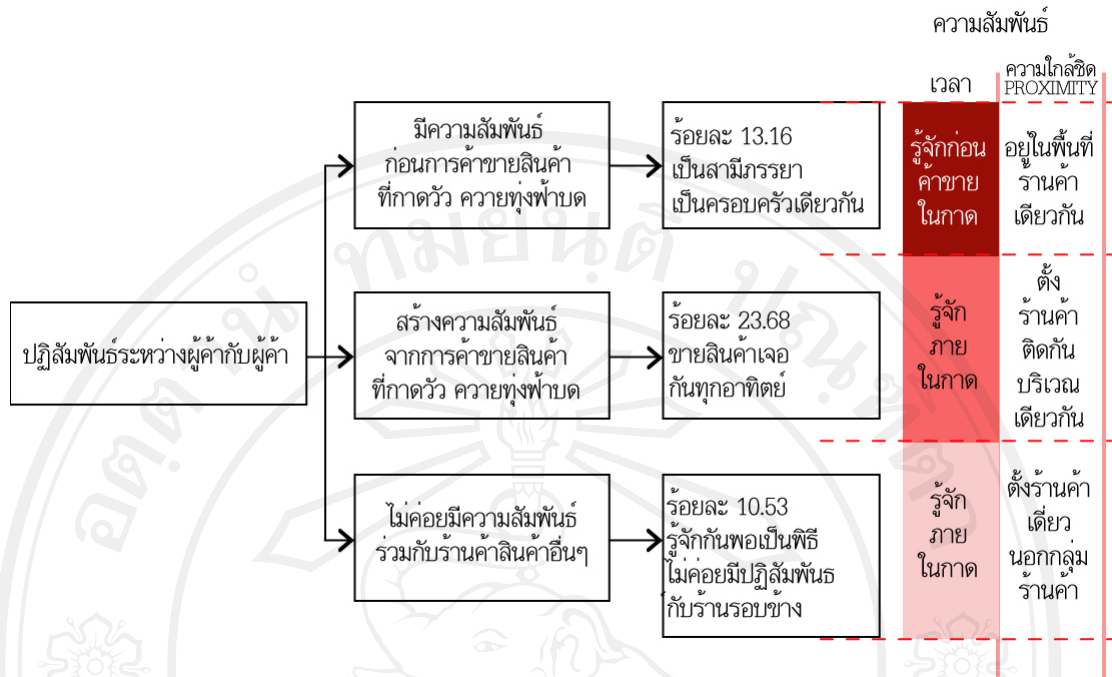
“อู๊ดี้ เข้ากัน เล่นฟอง แต่ฟอง” (พูดจากันดี เข้ากันได้ พูดและกระทำเล่นกันบ้าง พูดและกระทำจริงกันบ้าง) เป็นความรู้สึกจากผู้ค้ากันเองภายในพื้นที่ตั้งร้านค้าใกล้กัน แสดงความรู้สึกของความสนิทชิดเชื้อกัน มีการหยอกล้อเล่นกันในหมู่ผู้ค้าด้วยกัน ซึ่งเกิดจากการที่มาประกอบวิชาชีพค้าขายทุกสัปดาห์ และตั้งร้านค้าใกล้กัน จึงเกิดความสนิทสนม พูดคุย การตั้งร้านค้าใกล้กัน เจอหน้ากันตลอดทั้งช่วงการค้าขาย เมื่อลูกค้าไม่ค่อยมี ก็สนทนาระหว่างร้านค้าใกล้เคียงกัน การพูดจาในเรื่องประเภทสินค้าการค้าขายเหมือนกัน ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเกิดจากการค้าขายภายในภาคแห่งนี้และพบปะกันทุกสัปดาห์ เปรียบเสมือนพื้นที่ทำงานร่วมกันที่จะต้องแสดงความรู้จัก และสร้างความคุ้นเคยระหว่างกันเพื่อการดูแลกันและกันในร้านค้าใกล้เคียง

3) พ่อค้าแม่ค้าที่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าสินค้าอื่นๆ

ส่วนมากเป็นพ่อค้าเร่ขาย ที่มีร้านค้าที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่และตั้งร้านค้าอยู่ร้านค้าเดียว ไม่ค่อยมีเวลาในการสร้างความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์กับร้านค้าอื่น ร้านค้ามีพื้นที่กว้างที่ต้องดูแล ซึ่งภายในพื้นที่ร้านค้า มีลูกน้องที่ต้องดูแลและสามารถสนทนาร่วมกันได้ พ่อค้าแม่ค้ากลุ่มมักจะทำความรู้จักพอเป็นพิธี เพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์เบื้องต้นกับร้านค้าใกล้เคียง

จากการสัมภาษณ์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากเจอกันทุกสัปดาห์ ในการขายสินค้าภายในภาค ก่อให้เกิดความสนิทสนมและทำความรู้จักคุ้นเคยกัน รองลงมาผู้ค้าขายเป็นครอบครัว หรือสามีภรรยากันอยู่แล้ว จึงมีต้องสร้างความสัมพันธ์มากมายและการที่ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน หรืออยู่ในเพิงเดียวกัน ทำให้ต้องเจอหน้ากันตลอดทั้งช่วงเวลาค้าขายที่ภาคแห่งนี้ ทำให้มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในการพูดจาสนทนาระหว่างกัน

จากผลการศึกษาในส่วนปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้าภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อตอบคำถามวิจัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในภาคและความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

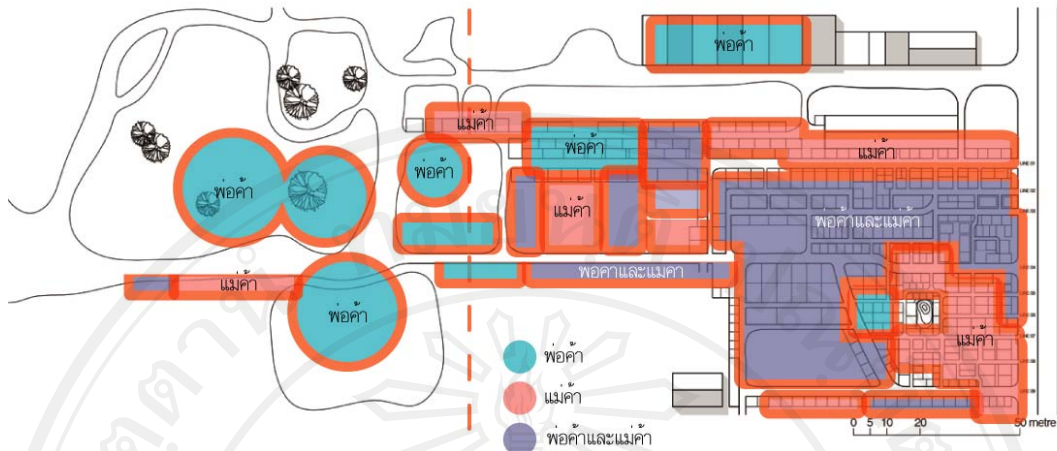


ภาพ 4-74 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้าขึ้นอยู่กับเวลาที่ทำความรู้จักกันและพื้นที่ที่ตั้งร้านค้า ซึ่งการทำความรู้จักเกิดขึ้นภายในพื้นที่ ส่วนใหญ่เกิดจากการขายสินค้าเจอกันทุกสัปดาห์ และการตั้งร้านค้าติดกัน หรืออยู่ในบริเวณเดียวกัน ทำให้มีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ในการค้าขายร่วมกัน ในส่วนร้านค้าที่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าอื่น เนื่องจากการตั้งร้านค้าขนาดใหญ่ มีพื้นที่ในการดูแลกว้าง จึงไม่ค่อยได้สร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับร้านค้าอื่น

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าด้วยกัน เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในชุมชน เพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในพื้นที่กาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด สามารถแบ่งพื้นที่ผู้ค้าในแต่ละเพศออกจากกันได้อย่างชัดเจน ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลแผนผังเพศผู้ค้าขายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด แสดงออกมาเป็นแผนผัง ดัง ภาพ 4-75



ภาพ 4-75 แผนผังเขตผู้ค้าขายในภาควิวกวายทุ่งฟ้าบด

จากภาพ 4-75 สามารถแบ่งกลุ่มเพศของผู้ค้าขาย ได้ 3 พื้นที่ คือ การครอบครองพื้นที่ของเพศหญิง การครอบครองพื้นที่ของเพศชาย และการครอบครองพื้นที่ของครอบครัว

การครอบครองพื้นที่ของเพศหญิง

พื้นที่ของเพศหญิงคือ พื้นที่การค้าขายอาหารแห้งและอาหารสด และสินค้าทั่วไป ซึ่งอาชีพค้าขายเป็นผู้หญิงพบเห็นได้โดยทั่วไปและมีมาแต่อดีต

- มีพื้นที่ที่อยู่ส่วนด้านหน้าภาคเป็นส่วนใหญ่ในพื้นที่ค้าขายอาหารแห้งและสด
- มีพื้นที่อยู่ในส่วนร้านค้าอาหารพื้นเมืองและเครื่องดืม

การครอบครองพื้นที่ของเพศชาย

พื้นที่ของเพศชายคือ พื้นที่ค้า วัว ควาย ไก่ ซึ่งเป็นสิ่งประกอบอาชีพทางเกษตรกรรมและงานอดิเรกสำหรับเพศชายในการชนไก่ เป็นพื้นที่แสดงความเป็นบุรุษเพศในการซื้อขายเจรจากัน

- มีพื้นที่ในส่วนด้านหลัง พื้นที่ลานโล่ง ค้าวัว ควาย และไก่

การครอบครองพื้นที่ของครอบครัว

พื้นที่ของครอบครัวคือเป็นร้านค้าที่ค้าขายเป็นครอบครัว ทั้งพ่อค้าและแม่ค้าร่วมกัน และเป็นกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าเร่ขาย การกระจายพื้นที่ทั่วทั้งภาคแต่กระจุกอยู่ในส่วนกลางของภาค

- มีพื้นที่ทั้งบริเวณในกลุ่มร้านค้า สินค้าทั่วไปจากโรงงาน ทั้งเสื้อผ้า รองเท้า และเบ็ดเตล็ดทั่วไป ซึ่งใครก็ได้สามารถค้าขายได้

4.1.2.2 กิจกรรมร่วมกันภายในภาควัดควายทุ่งฟ้าบด

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควัดควาย ในส่วนคำถามวิจัยดังนี้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในภาคเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร

ภายในภาควัดควายทุ่งฟ้าบดมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานนอกเหนือจากการซื้อขาย ซึ่งจากผลการศึกษาสเหตุของการมาในการมาใช้บริการที่ภาคทุ่งฟ้าบด มีผลดังนี้

- ร้อยละ 40.74 การซื้อของใช้ อาหารสำหรับการยังชีพ
- ร้อยละ 29.63 การมาเดินเล่น

การเดินเล่นภายในภาควัดควายทุ่งฟ้าบด ลูกค้าและบุคคลทั่วไปถือว่าเป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจแก่บุคคลทั่วไปในการมาเดินชมบรรยากาศ หรือมาพบปะสนทนาในความสนใจส่วนตัวของตน เช่น ดูวัว ควาย ดูพระ คุยเรื่องการเกษตรกรรม นั่งคุยสารทุกข์สุขดิบกัน เป็นต้น

กิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้คนที่ภายในภาควัดควายทุ่งฟ้าบด สามารถแบ่งการมีกิจกรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้ 2 แบบ 1) กิจกรรมการพบปะสังสรรค์ตามความสนใจส่วนบุคคล และ 2) กิจกรรมตามฤดูกาล ประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่น

1) กิจกรรมการพบปะสังสรรค์ตามความสนใจส่วนบุคคล

การพบปะสังสรรค์กับของกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันในสินค้าแต่ละชนิด โดยมีร้านค้าหรือย่านร้านค้าสินค้าประเภทนั้นเป็นศูนย์กลางของกลุ่ม มีการพบปะกับทุกสัปดาห์ โดยที่ไม่มีจุดประสงค์ในการมาซื้อของเป็นหลัก ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นวัยเกษียณ ไม่ค่อยมีกิจกรรมทำ ส่วนวัยรุ่นหรือวัยกลางคนมีบางส่วน แล้วแต่ความชอบส่วนบุคคล

พื้นที่ส่วนใหญ่ที่มีการพบปะกันเป็นพื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะอย่างเช่น พื้นที่ค้าวัว ควาย ค้าไก่ ค้าสินค้าเกษตรกรรม เซาพระเครื่อง ซึ่งในบริเวณร้านค้าสินค้านี้มีการสร้างพื้นที่สำหรับนั่ง เพื่อการพบปะสนทนากันในบริเวณร้านค้า หรือใต้ร่มไม้ใหญ่ มีการพูดคุยสนทนาในเรื่องสินค้าเฉพาะ แลกเปลี่ยนความรู้ และพูดคุยถึงชีวิตความเป็นอยู่ภายในกลุ่ม โดยนำเสนอรูปกิจกรรมการพบปะสังสรรค์ดังนี้



ภาพ 4-76 การพบปะสังสรรค์ของผู้นิยมพระเครื่อง



ภาพ 4-77 การพบปะสังสรรค์ชาวบ้านในสินค้าเกษตรกรรม



ภาพ 4-78 การพบปะสังสรรค์ผู้นิยมการซื้อขายไก่



ภาพ 4-79 การพบปะสังสรรค์ชาวบ้านการเล่นดนตรีที่ร้านขายเครื่องดนตรีไทย

จากรูปภาพประกอบ ส่วนมากเป็นพื้นที่พบปะสังสรรค์ของเพศชายส่วนใหญ่ ส่วนเพศหญิงพบปะกันเป็นประจำอยู่แล้วภายในพื้นที่ค้าขายอาหารแห้งและสด ร้านค้าบางร้านภายในภาคจึงกลายเป็นศูนย์กลางของกลุ่มคนที่ชื่นชอบในสินค้าแต่ละประเภทเพื่อการพักผ่อนและผ่อนคลายของบุคคลทั่วไป

2) กิจกรรมตามฤดูกาล ประเพณีและวิถีชีวิตท้องถิ่น

ในรอบปี ภายในภาคทุ่งฟ้าบดมีช่วงกิจกรรม เทศกาล และประเพณีต่างๆ ของวิถีชีวิตท้องถิ่น โดยเทศกาลที่สำคัญของภาคเหนือ คือ ปีใหม่เมือง และ ลอยกระทง ซึ่ง พ่อค้าแม่ค้านำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลมาค้าขายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ค้าขาย ได้แก่ ตุ๊ก 12 นักษัตร น้ำมัน ส้มปล้อย สิ่งที่ใช้ในการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ และไหว้เจ้าที่เป็นต้น



ภาพ 4-80 สินค้าเฉพาะเทศกาล ปีใหม่เมือง

นอกเหนือจากการค้าขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นสำหรับเทศกาลที่สำคัญ มีประเพณีเกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธมาให้บุคคลทั่วไปภายในภาคทุ่งฟ้าบดได้ร่วมทำบุญ ดังเช่น การอุปสมบทเณร พิธียกช่อฟ้าวัด ฟังลูกนิมิต โดยเดินรอบๆบริเวณตลาด หรือ นั่งบนรถกระบะบริเวณถนนหลักทางด้านหน้าของภาค เพื่อการบริจาคในการร่วมทำบุญ แต่ละประเพณี ที่จัดขึ้น



ภาพ 4-81 ขอร่วมทำบุญในการอุปสมบทเณร



ภาพ 4-82 ร่วมทำบุญยกช่อฟ้าวัด และฟังลูกนิมิต

จากภาพประกอบ พื้นที่ภาคัวควายทุ่งฟ้าบด ถือเป็นพื้นที่สำหรับสนับสนุนกิจกรรมเทศกาล และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีชุมชน ซึ่งเดินรอบภายในภาค หรือติดถนนหลัก เพื่อให้ผู้คนภายในภาคและเดินผ่านไปผ่านมาสามารถเห็น และเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นมา

ภายในภาควิวควายทุ่งฟ้าบด มีผู้ค้าขายและลูกค้า บุคคลทั่วไปจำนวนมากที่มาใช้พื้นที่ บางบุคคลนำบุตรหลาน หรือเด็กๆมาภายในด้วย ภาคจึงกลายเป็นพื้นที่สำหรับเด็กเช่นเดียวกัน ทั้งในการจับจ่ายใช้สอยและการพักผ่อนของเด็กเมื่อรอผู้ปกครองทำกิจกรรมภายในภาค จึงมีร้านค้าบางร้านค้าที่มีสินค้าสำหรับเด็ก เช่นของเล่น ขนม จักรยานเด็ก เป็นต้น



ภาพ 4-83 การซื้อขายสินค้าสำหรับเด็กของครอบครัวที่มาซื้อของ

สำหรับ บุตรหลานของผู้ค้า มีการพื้นที่สำหรับเด็กในการเล่นและพักผ่อน ขึ้นอยู่กับผู้ปกครองจัดทำให้ภายในพื้นที่ร้านค้า หรือเด็กสร้างของเล่นขึ้นมาเองดังภาพตัวอย่าง

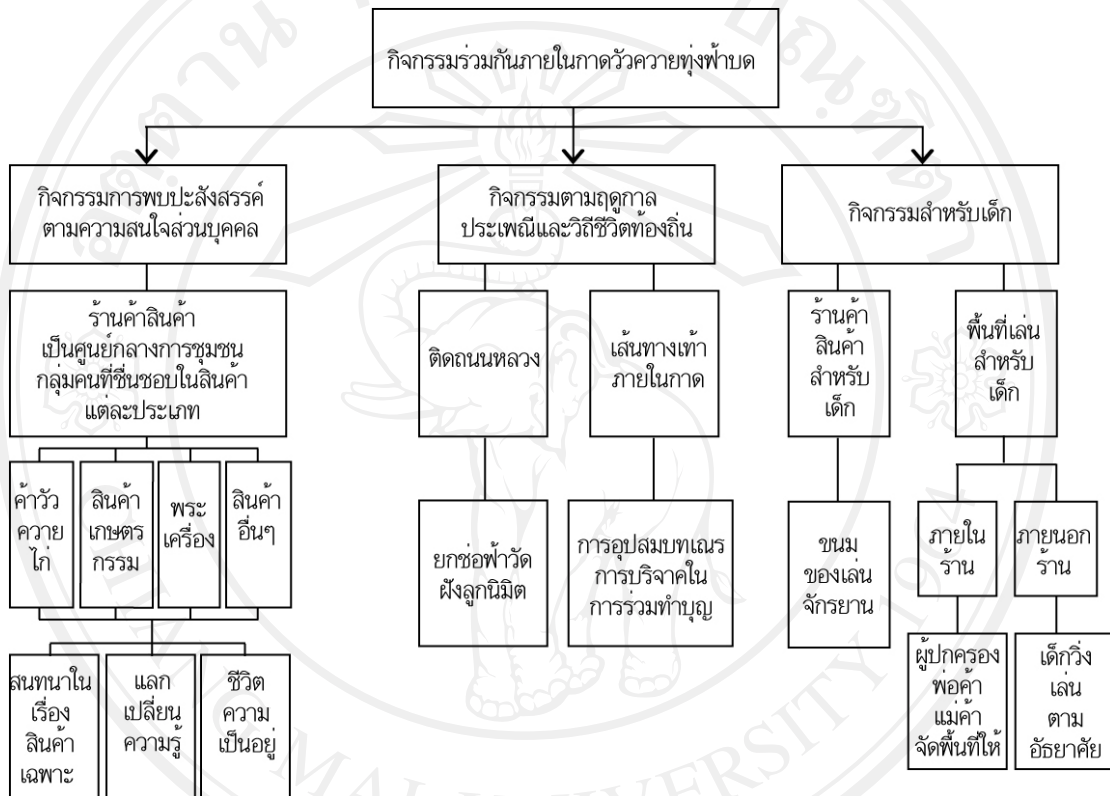


ภาพ 4-84 เด็กเล่นและพักผ่อนภายในพื้นที่ร้านค้า



ภาพ 4-85 ของเล่นเด็กจากแบบตัดกรอบพระเครื่อง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควัวควาย ส่วนคำถามวิจัยดังนี้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในภาคเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร ในส่วนกิจกรรมร่วมกันภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด สามารถสรุปผลได้ดังนี้



ภาพ 4-86 แผนภูมิกิจกรรมร่วมกันภายในภาค

กิจกรรมร่วมกันภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบดนอกเหนือจากการซื้อขายสินค้าแล้ว ยังเป็นพื้นที่ทางสังคมที่เป็นศูนย์กลางกลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่งที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน และยังเป็นพื้นที่ที่สนับสนุน เทศกาล ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงอีกด้วย ซึ่งพื้นที่ภาคทุ่งฟ้าบดแห่งนี้ ยังเป็นพื้นที่สำหรับบุตรหลาน ทั้งของพ่อค้าแม่ค้า และลูกค้า บุคคลทั่วไป ในการจับจ่ายใช้สอย และพักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชนทุกเพศทุกวัย

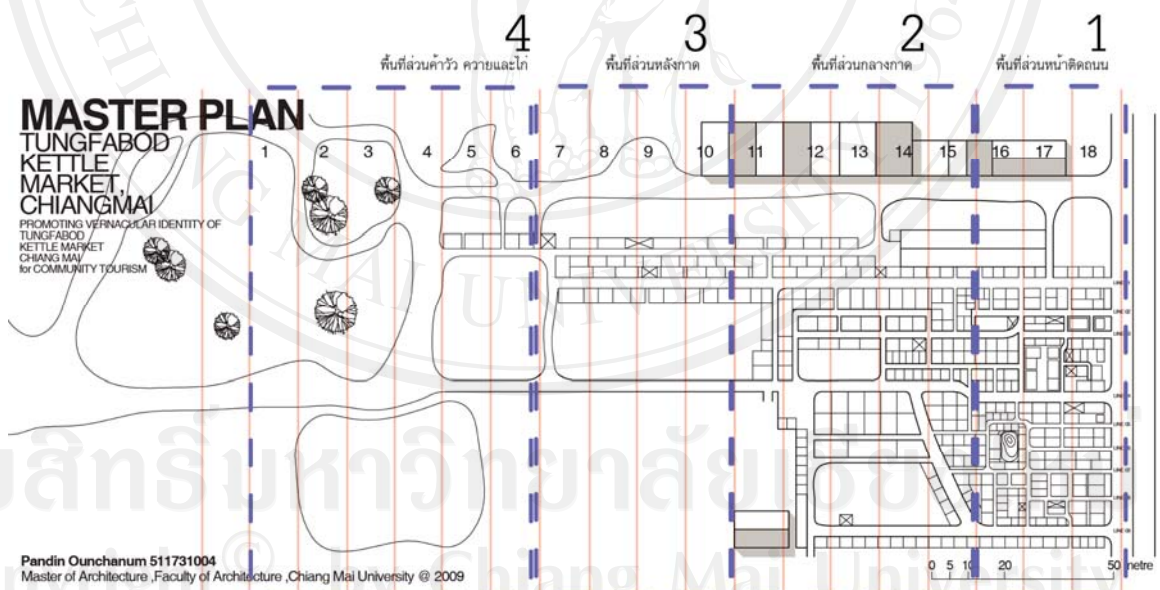
4.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในตลาดวัวควาย ในคำถามวิจัย คือปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในตลาด มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบเชิงกายภาพอย่างไร คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม

จากการศึกษาองค์ประกอบเชิงกายภาพทางพื้นที่และสถาปัตยกรรมของตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ การจัดแบ่งพื้นที่ รูปแบบร้านค้าภายในตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด และการจัดวางร้านค้าในตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด โดยมีผลสรุปในแต่ละรูปแบบดังต่อไปนี้

การจัดแบ่งพื้นที่และความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในและรูปแบบร้านค้าในตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

การจัดแบ่งพื้นที่ภายในตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด สามารถแบ่งออกเป็น 4 พื้นที่หลัก ดังต่อไปนี้
1) พื้นที่ส่วนหน้าติดถนน 2) พื้นที่ส่วนกลางภาค 3) พื้นที่ส่วนหลังภาค และ 4) พื้นที่ส่วนค้ำวัวควายและไก่ โดยการแบ่งพื้นที่จาก การแบ่งกลุ่มพื้นที่สินค้าประเภทเดียวกัน



ภาพ 4-87 แผนผังการแบ่งพื้นที่ภายในตลาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

จากการแบ่งพื้นที่ รูปแบบร้านค้าทั้งหมด การจัดวางร้านค้าทั้งหมด และพื้นที่การ
 ครอบครัทางเพศ นำมาวิเคราะห์เป็นตารางข้อมูล (Data Matrix) เพื่อหาความสัมพันธ์ร่วมกันได้ผล
 ดังต่อไปนี้

พื้นที่	ประเภทร้านค้า	รูปแบบร้านค้า	รูปแบบการจัดวางร้านค้า	เพศผู้ค้าขาย
ส่วนหน้าติดถนน	ร้านอาหารแห้ง-สด	A,B,C	I,II,III,IV	XY XX,XY&XX ส่วน
	ร้านอาหารพื้นเมือง	A	III	หนึ่ง
ส่วนกลางภาค	ร้านขายเสื้อผ้า	A,C	II,III,IV	XY&XX > XY,XX
	ร้านค้าเบ็ดเตล็ด	A,C	II,III,IV	XY&XX > XY,XX
ส่วนหลังภาค	ร้านค้าสินค้าทาง เกษตรกรรม	A,B,C	III,IV	XY
	ร้านเช่าพระเครื่อง	A	IV	XY
พื้นที่ค้าวัว ควายไถ่	พื้นที่ค้า วัว ควาย	D	V	XY
	พื้นที่ค้าไถ่	D	V	XY
	ร้านอาหารพื้นเมือง	A	III	XX

ตาราง 4-25 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบกายภาพและสังคม

รูปแบบร้านค้าภายในภาค

- A ร้านค้าถาวร โครงสร้างเสาคอนกรีต, ไม้ หลังคาสักกะสี, กระเบื้อง
- B ร้านค้ากึ่งถาวร โครงสร้างไม้ หลังคาใบตองตึง, หญ้าคา
*ร้านค้ากึ่งถาวรมีจำนวนเพียง 5 ร้านในภาค
- C ร้านค้าชั่วคราว โครงสร้างเหล็ก, ไม้ไผ่ หลังคาผ้าใบ
- D ลานโล่ง

การจัดวางพื้นที่ภายในร้านค้า

- I ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้น
- II ร้านค้านั่งขายสินค้าบนแคร่
- III ร้านค้านั่งขายสินค้าและมีส่วนที่นั่งพัก
- IV ร้านค้าตั้งแผงยื่นขายสินค้า (ครอบครัว)
- V ยืนขายใกล้สินค้า

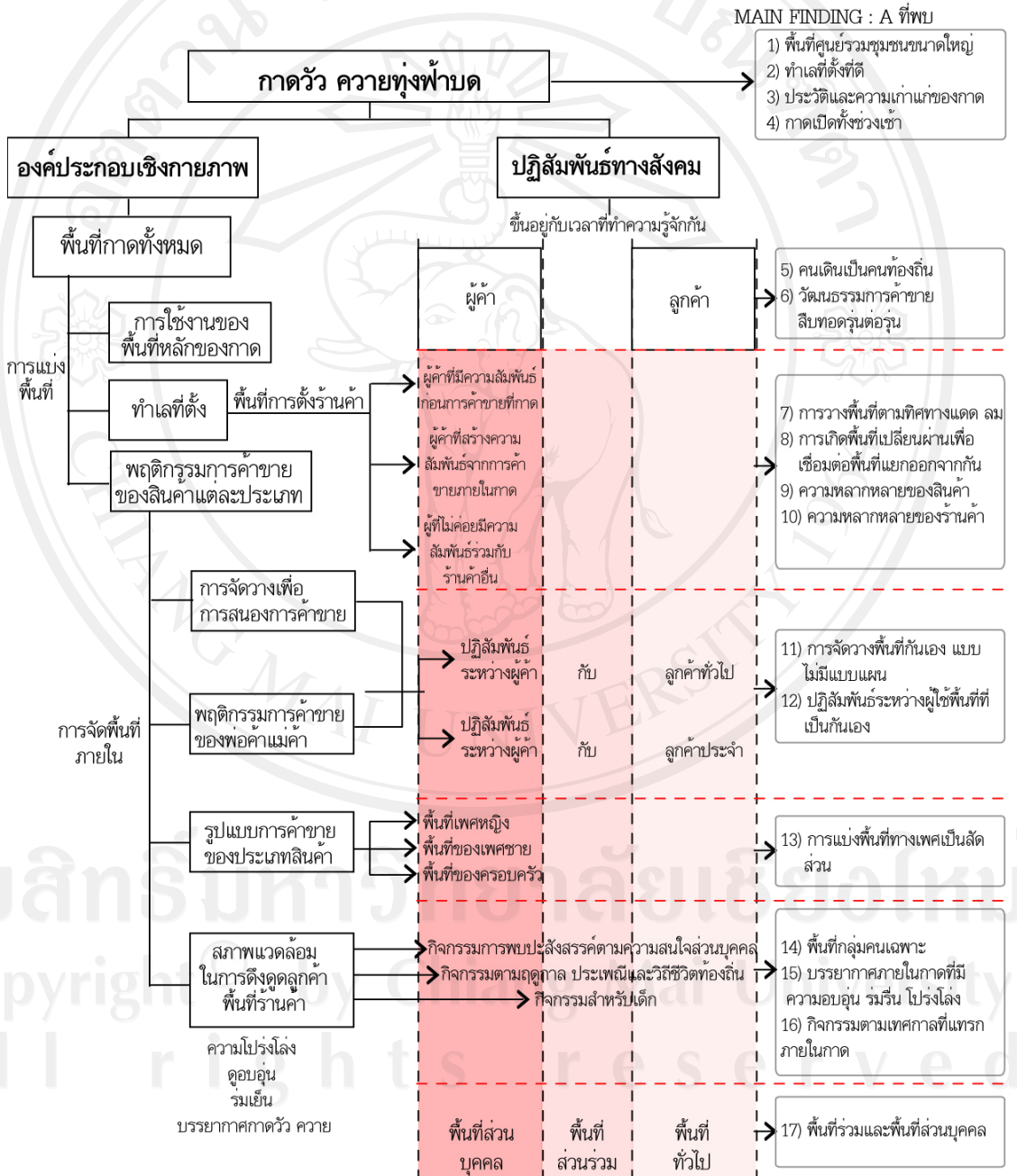
การครอบครองพื้นที่ทางเพศ

- XY เพศชาย พ่อค้า
- XX เพศหญิง แม่ค้า
- XY&XX เพศชายและหญิง พ่อค้าแม่ค้า

จากตาราง 4-25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของพื้นที่ทางกายภาพที่ก่อให้เกิด
 ทั้งพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ทางสังคมขึ้นมาหลากหลายรูปแบบ จะเห็นได้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีความสัมพันธ์ระหว่างของ พื้นที่ รูปแบบร้านค้า การจัดวางพื้นที่และการครอบครองพื้นที่ทางเพศ ที่

เป็นกลุ่มชุดเดียวกัน ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายของลักษณะทางกายภาพและสังคมภายในภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมพบลักษณะเด่นของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดตาม Main Finding A ในภาพ 4-88



ภาพ 4- 88 แผนภูมิความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพกับปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

จากภาพ 4-88 สามารถสรุปผลการศึกษาลักษณะของส่วนแรก (Main Finding A) จากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมในรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) “พื้นที่ศูนย์รวมชุมชนขนาดใหญ่” ทั้งทางเศรษฐกิจและทางสังคม แก่ชุมชนและชุมชนบริเวณใกล้เคียง ผู้ใช้บริการภาคส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ประกอบอาชีพค้าขายหมุนเวียนสินค้าและเงินภายในพื้นที่ สร้างรายได้แก่ชุมชน เป็นพื้นที่ศูนย์ในการพบปะผู้คนหลากหลาย เพศ วัย พื้นที่เฉพาะกลุ่ม เป็นพื้นที่เพื่อการพักผ่อน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และกิจกรรมตามเทศกาล ประเพณีที่สำคัญในชุมชน ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกาดวัวควายอื่นที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 และ 2 ที่ศึกษามาก่อนหน้าแล้วหลายปี ยืนยันความดำรงอยู่ของกาดในช่วงเวลาของวิกฤตเศรษฐกิจหลายครั้งที่ผ่านมาได้
- 2) “คนเดินส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น” มาใช้บริการทั้งซื้อขายสินค้าและพักผ่อนและมีคนนอกพื้นที่และนักท่องเที่ยวเข้ามาจากการบอกต่อกันของผู้ที่เคยมา ลักษณะนี้นับว่าสำคัญในประเด็นการท่องเที่ยวชุมชนในบทที่ 2 ที่กล่าวเน้นความสมดุลระหว่างคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
- 3) “ทำเลที่ตั้งที่ดี” กาดวัวควายทุ่งฟ้าบดตั้งอยู่บนทางหลวงเชียงใหม่-ฮอด จึงเป็นเส้นทางที่ผู้คนสัญจรผ่านมากมาย ซึ่งเป็นทำเลเหมาะสมในการตั้งกาดนัดทั่วไป ประเด็นนี้สัมพันธ์กับผลวิจัยเรื่องตลาดในบริบททั่วไปว่าทำเลเป็นปัจจัยหลักของการดำรงอยู่ของตลาด
- 4) “ประวัติและความเก่าแก่ของกาดที่สร้างโดยคนท้องถิ่นเอง” แสดงถึงพัฒนาการของพื้นที่เศรษฐกิจสังคมชนบทที่เกิดโดยชุมชนในประเด็นที่กล่าวแล้วในเรื่องการท่องเที่ยวและอนุรักษ์ว่ามีความสำคัญในการสร้างเรื่องราวแก่การท่องเที่ยวชุมชน
- 5) “ความเป็นกาดนัดที่มีช่วงดำเนินการหลากหลายในช่วงเวลาต่างๆ” ทำให้มีการกระจายลูกค้าตามประเภทแต่ละชนิดสินค้าที่มีเวลาในการค้าขายแตกต่างกัน แสดงถึงระบบการจัดการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ตามวิถีพื้นถิ่นชนบท
- 6) “การจัดวางพื้นที่กันเอง แบบไม่มีแบบแผน” แบ่งตามประเภทสินค้าโดยการจัดกันเองของพ่อค้าแบ่งค้าให้วางอยู่ในกลุ่มพื้นที่เดียวกัน เป็นการเติบโตขึ้นตามธรรมชาติการค้าขายโดยมิได้ถูกการจัดการและออกแบบตามระบบ ลักษณะแบบแผนตามธรรมชาติที่กำหนดการใช้งาน โดยผู้ใช้โดยไม่มีรูปแบบตายตัวนับเป็นลักษณะเด่นของอัตลักษณ์พื้นที่ถิ่นที่ปรากฏในวรรณกรรมเช่นกัน

- 7) “การใช้พื้นที่ตามบริบทสภาพแวดล้อม” การแบ่งส่วนร้านค้าที่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือและตะวันออกโดยตั้งร้านค้าหลังทิศทางของแดด ได้เริ่มต้นไม้และเพิงที่สร้างขึ้น แบ่งส่วนออกจากส่วนค้าสัตว์ตั้งอยู่ด้านหลัง เพื่อกันลมพัดคลื่นรบกวนของมูลสัตว์ เป็นลักษณะพื้นดินที่มีการแบ่งสรรตามการใช้งาน สภาพแวดล้อมและบริบท ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่กล่าวในบทที่ 2
- 8) “การมีพื้นที่เปลี่ยนผ่านเพื่อเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ต่างประเภท” การที่พื้นที่ถูกแบ่งออกอย่างชัดเจนระหว่างส่วนหน้าและส่วนหลัง จึงเกิดพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ เช่น ส่วนค้าขายอาหารพื้นเมืองและเครื่องดื่ม เป็นการสร้างพื้นที่เชื่อมต่อเพื่อการนั่งพักและพบปะกันของคนในชุมชน ลักษณะของพื้นที่เปลี่ยนผ่านนี้เป็นการหมายลำดับของการใช้พื้นที่ต่างประเภทที่พบในสภาพแวดล้อมพื้นถิ่น เช่น ชาน ช่วง เติ้น เป็นต้น
- 9) “ความหลากหลายของสินค้า” เนื่องจากมีร้านค้าขายสินค้าหลากหลายประเภท ที่จัดร้านค้าที่เอื้อต่อการค้าขายและพฤติกรรมของผู้ค้าขายและลูกค้า เป็นลักษณะที่ดึงดูดในการเลือกซื้อสินค้าแก่คนในชุมชนและเป็นสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยว ดังจะเห็นว่าคนมาเดินกาดมาด้วยหลายวัตถุประสงค์จากหลายท้องถิ่น ทำให้กาดมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้
- 10) “ความหลากหลายของร้านค้า” รูปแบบร้านค้าและการจัดพื้นที่ภายในที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าในการจัดวางและพฤติกรรมผู้ค้าที่เป็นคนชนบทเน้นความใกล้ชิดเพื่อตอบสนองต่อรูปแบบค้าขายในสินค้าแต่ละประเภท
- 11) “พื้นที่ร่วมภายในร้านค้าที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์” พื้นที่ร่วมเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าในการสร้างความเป็นกันเอง แสดงถึงการจัดการพื้นที่ภายในร้านค้าที่คำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ในการคบค้าสมาคมนอกเหนือจากการซื้อขายของพ่อค้าแม่ค้าซึ่งเป็นรูปแบบของกาดพื้นถิ่นส่วนใหญ่
- 12) “พื้นที่กลุ่มคนเฉพาะ” การรวมกลุ่มของผู้มีความสนใจสินค้าเฉพาะอย่าง แต่ละสัปดาห์ในการสนทนา แลกเปลี่ยนความรู้ และเป็นการพบปะสังสรรค์ในกลุ่มผู้มีความสนใจสิ่งเดียวกัน ซึ่งถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ความเฉพาะตัวนี้ทำให้กาดวิวัฒนาการต่างจากกาดสมัยใหม่ที่มีขาดพื้นที่เฉพาะสำหรับความต้องการที่ต่างกัน
- 13) “บรรยากาศที่ให้ผู้ถือครอง ร่มรื่น โปร่งโล่งและใกล้ชิดธรรมชาติ” เป็นสภาพแวดล้อมกาดพื้นถิ่นที่ได้ไม่เหมือนกาดทั่วไป ที่ส่งผลให้เดินซื้อของและพักผ่อนได้เพลิดเพลินและเป็นกันเอง แสดงถึงการจัดการสภาพแวดล้อมและร้านค้าพัฒนารูปแบบเพื่อตอบสนองต่อการใช้งานและสภาพแวดล้อม ตามวิถีสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

- 14) “การสืบทอดประเพณีการค้าขาย” ผลการวิจัยแสดงถึงผู้ค้าที่มีการสืบทอดการค้าจากรุ่นสู่รุ่น แสดงถึงระบบวิถีชีวิตการค้าพื้นถิ่นที่มีการถ่ายทอดให้ดำรงอยู่ไม่ต่างจากการสืบทอดประเพณีพื้นถิ่นในบริบทอื่น
- 15) “การจัดวางพื้นที่ทางเพศ” ผลวิจัยด้านกายภาพพบการแบ่งพื้นที่ทางเพศชัดเจนตามประเภทสินค้าและกิจกรรม เช่น พื้นที่ค้าอาหารแห้งสดเป็นของเพศหญิง พื้นที่ค้าวัวควายเป็นของเพศชาย ลักษณะการจัดวางพื้นที่ตามเพศนี้พบในสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในหลายกลุ่มวัฒนธรรมเช่นกัน
- 16) “ปฏิสัมพันธ์ตามวิถีสังคมชนบท” จากการเป็นภาคภายในท้องถิ่นทำให้ผู้ใช้งานที่ส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น พูดภาษาถิ่น มีอักษาศัพท์ดี เป็นกันเอง พูดจากันง่ายและการเพิ่มความสัมพันธ์สนิทสนมระหว่างกันมากขึ้นจากการใช้บริการภายในภาคทุกอาทิตย์ เป็นลักษณะพื้นฐานของคนท้องถิ่นที่สร้างความเป็นกันเองที่เป็นส่วนที่สามารถสนับสนุนในการส่งเสริมพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและอนุรักษ์
- 17) “กิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีภายในภาค” ในเทศกาลที่สำคัญของภาคเหนือ มีผู้นำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลมาค้าขายเพื่อเพิ่มรายได้และเป็นพื้นที่สำหรับสนับสนุนกิจกรรม เทศกาล และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีชุมชน สอดคล้องกับที่กล่าวในบทที่ 1 และ 2 ถึงวิถีชีวิตชุมชนที่มีกิจกรรมตามเทศกาลสอดแทรกภายในพื้นที่ตลาด

จากจุดเด่นที่สามารถค้นหาจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางกายภาพและสังคมของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดทั้ง 17 ข้อนี้นำไปใช้ในการสังเคราะห์ร่วมกับอัตลักษณ์ที่ได้จากความคิดเห็นของผู้ใช้งานภายในภาคใน 4.2 ต่อไปเพื่อหา อัตลักษณ์ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด

4.2 อัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด มีคำถามวิจัย คือ

- อัตลักษณ์ของภาคทุ่งฟ้าบดคืออะไร
- องค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควิคควายมีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคทุ่งฟ้าบดหรือไม่ อย่างไร

จึงแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) อัตลักษณ์ของภาคทุ่งฟ้าบด และ 2) องค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควิคควายที่มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคทุ่งฟ้าบด

4.2.1 ความคิดเห็นของผู้ใช้พื้นที่กับอัตลักษณ์ของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

การศึกษาอัตลักษณ์ของภาควิคควายทุ่งฟ้าบด จากความคิดเห็นของผู้ใช้งานในพื้นที่ แบ่งออกความคิดเห็นจาก 2 กลุ่ม คือ อัตลักษณ์ในความคิดเห็นของผู้ค้าขายภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด และอัตลักษณ์ในความคิดเห็นของลูกค้าและบุคคลทั่วไป

อัตลักษณ์ในความคิดเห็นของผู้ค้าขายภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผู้ค้าขายภายในภาควิคควายทุ่งฟ้าบด แบ่งความคิดเห็นดังนี้

- 1) “ขายมันกว่าที่อื่น” คำสัมภาษณ์จากผู้ค้าเนื่องจาก การที่มี “ลูกค้าและบุคคลทั่วไปมากกว่าภาคอื่น” ผู้ค้าขายมักชอบคนเดินเยอะ เนื่องจากสามารถค้าขายสินค้าได้เยอะตามเป้าที่ตั้งไว้ และภาคมีช่วงเวลาที่เปิดนานกว่าภาคอื่น ทำให้ช่วงระยะเวลาการขาย การเดินเลือกซื้อของจึงมีเวลานาน
- 2) รองลงมา คือ “ผู้ค้าสามารถวางสินค้าได้มากและหลากหลายชนิด” สามารถวางสินค้าในการค้าขายได้มากกว่าภาคอื่น เนื่องจากมีพื้นที่ในการตั้งร้านค้าที่มากกว่าภาคอื่น
- 3) “ภาคมีพื้นที่กว้างใหญ่กว่าภาคอื่น” มีการตั้งร้านค้ามาก ร่มเย็นสบาย สะดวกสบายต่อการเดินและมีพื้นที่จอดรถมากมาย
- 4) ความคิดเห็นที่น่าสนใจคือ “ภาควิคควายเป็นเอกลักษณ์ของภาค” เป็นภาคนัดเป็นเฉพาะวันเสาร์ มี การค้าขายสินค้าเฉพาะทั้งสินค้าเกษตรกรรมและหัตถกรรม ที่มีจุดดึงดูดผู้คนใจและไม่เคยพบเห็นการซื้อขยวิคควายและสินค้าเฉพาะ มาในพื้นที่และส่งผลไปสู่การหมุนเวียนซื้อขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นทั้งมีราคาถูกในการจับจ่ายใช้สอย

อัตลักษณ์ในความคิดเห็นของลูกค้าและบุคคลทั่วไปภายในกาต้วควายทุ่งฟ้าบด

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของลูกค้าและบุคคลทั่วไปภายในกาต้วควายทุ่งฟ้าบด แบ่งความคิดเห็นดังนี้
พื้นที่และสภาพแวดล้อมของกาต

- 1) ความคิดเห็นส่วนใหญ่คือ **“สินค้ามีหลากหลายให้เลือกมาก”** มีสินค้าทุกอย่างที่ต้องการ ซึ่งมีตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานในจำนวนมากเหมาะสมกับขนาดของกาตพื้นถิ่นในชุมชน
- 2) ความคิดเห็นรองลงมาคือ **“กาต้วควายเป็นเอกลักษณ์ของกาต”** เป็นพื้นที่ ในการค้าขายวัวควายที่ไม่เห็นกาตพื้นถิ่นอื่นและเป็นเอกลักษณ์ในการดึงดูดผู้คนจากนอกท้องที่
- 3) **“คนใช้พื้นที่จำนวนมาก”** ทั้งผู้ค้าขายและบุคคลทั่วไปทั้งหลายพื้นที่ ที่มาจับจ่ายใช้สอยสินค้าภายในกาต ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกคึกคัก ครึกครื้น มีความรู้สึกอบอุ่นมากกว่ากาตนัดอื่นๆ และดูผู้คนภายในกาตเป็นคนกันเอง
- 4) **“กาตมีพื้นที่ใหญ่และกว้างขวาง”** ตั้งอยู่ในทำเลดีและใกล้ชุมชน สามารถจอดรถได้สะดวก
- 5) **“กาตมีความเป็นพื้นถิ่น”** เป็นกาตพื้นบ้านที่มีชุมชน ที่ยังคงเหลืออยู่และสามารถรับรู้บรรยากาศของกาตพื้นถิ่นได้ง่าย ซึ่งอาจจะหาไม่ได้อีกแล้ว ร้านค้ามีแผงวางสินค้าที่ตั้งใกล้ชิดกันมาก มีเส้นทางเดินภายในที่ไม่เป็นระเบียบ แต่สามารถมองเห็นสินค้าได้ง่าย จากจัดร้านค้าเป็นสัดส่วนชัดเจน
- 6) **“เดินเพลิน เดินม่วน”** (เดินเล่นสนุก) จากบรรยากาศภายในกาตที่ร่มเย็นสบาย อากาศดี ส่งเสริมต่อการเดินซื้อของที่สะดวกสบาย
- 7) **“อายุตั้งแต่เปิดกาตมีระยะเวลายาวนาน”** เปิดขายนาน ติดตลาด ทำให้ผู้คนในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียงมาซื้อขายสินค้า
- 8) **“ศูนย์กลางของชุมชนและเศรษฐกิจ”** ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนและการหมุนเวียนการเงินภายในท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นกาตสังคมเกษตรกรรมที่หลงเหลือให้พบเห็น
- 9) **“ผู้คนเป็นกันเอง”** และมีความรู้สึก **“อบอุ่นกว่ากาตอื่น”** เนื่องจากอริยาศัยที่ดีต่อกันและกัน ซึ่งมีได้มาเพียงแค่ซื้อขายสินค้ากันเพียงอย่างเดียว แต่เหมือนเป็นการทำความรู้จักคุ้นเคยกันและพื้นที่ภายในกาตที่เอื้อให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองและอบอุ่น

- 10) “การซื้อขายที่ไม่เป็นทางการ” จากการเจรจาซื้อขายที่เป็นกันเองของคนในท้องถิ่นด้วยกัน ที่สามารถพูดคุยกันสะดวกด้วยภาษาพื้นถิ่น และไม่มีการแยกซื้อสินค้าซึ่งกันและกัน
- 11) “ส่วนค้าขายสินค้าที่มีความเฉพาะ” มีสินค้าเฉพาะอย่าง ประกอบอยู่เช่น ไข่ ไก่ วงจจักรยาน และสินค้าพื้นบ้านทั่วไป กลายเป็นพื้นที่ขายค้าพื้นถิ่น สำหรับชุมชนและชุมชนใกล้เคียง
- 12) “เวลาค้าขายที่ยาวนานกว่าภาคอื่น” ทำให้มีเวลาค้าขายที่มากกว่า และมีราคาสินค้าที่ถูก และไม่แน่นอน จากการต่อราคาของลูกค้าในราคาที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย จากศึกษาอัตลักษณ์ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด จากความคิดเห็นของผู้ใช้งานในพื้นที่สามารถสรุปเป็นภาพแผนภูมิได้ดังนี้

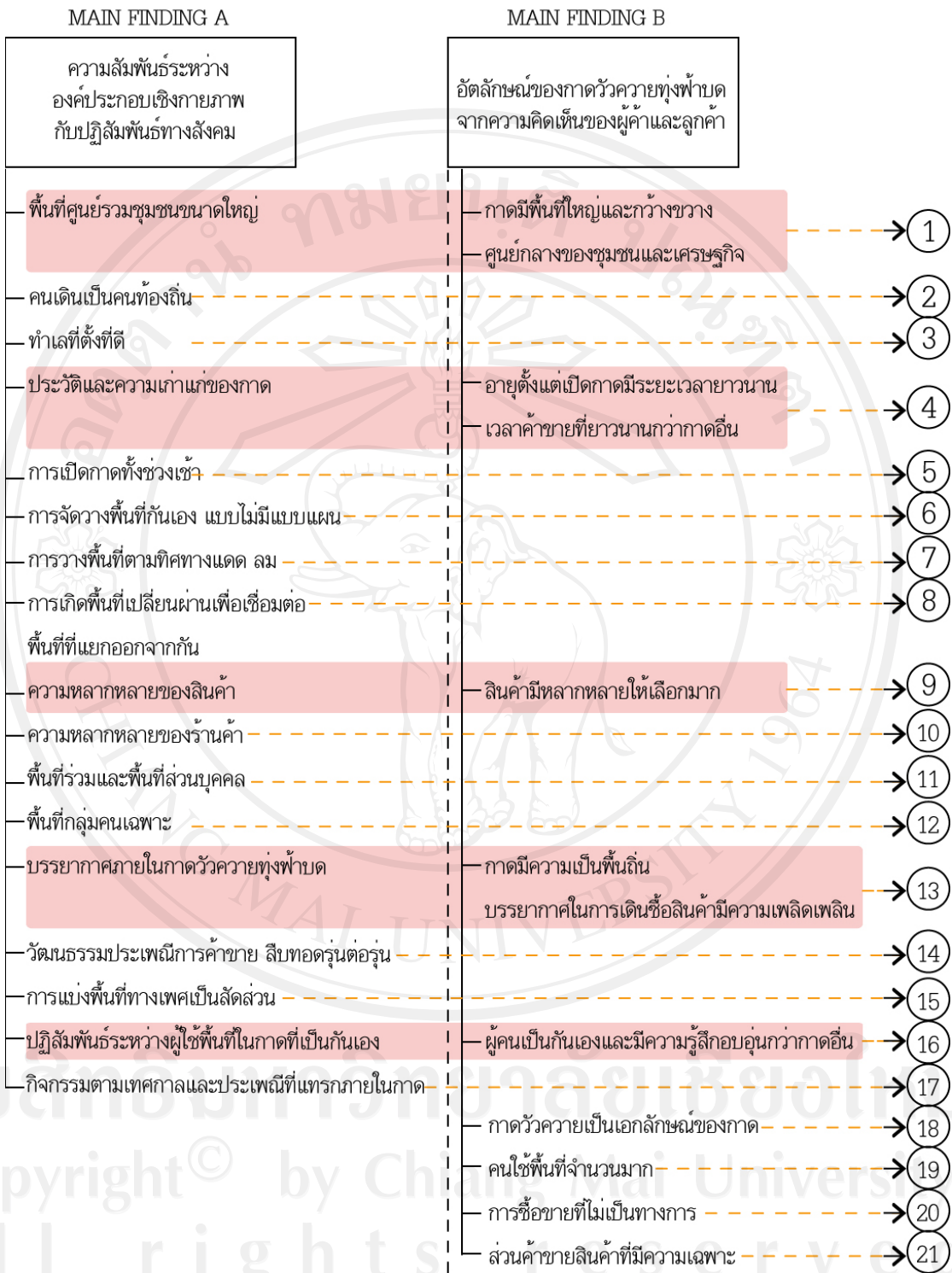


ภาพ 4-89 ศึกษาอัตลักษณ์ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบด จากความคิดเห็นของผู้ใช้งาน

จากผลการศึกษาความคิดเห็นผู้ใช้งานในพื้นที่ ความคิดเห็นของทั้งผู้ค้าและลูกค้ามีความเหมือนกันทั้งหมด คือ ลูกค้ามีจำนวนมาก สินค้ามีหลากหลายประเภทให้เลือก กาดมีพื้นที่ใหญ่ กว้างขวางและการที่มีกาดวัวควายเป็นเอกลักษณ์ของกาด โดยส่วนความคิดเห็นของผู้ค้ามีส่วนที่เพิ่มที่ไม่ซ้ำจากผู้ค้าคือกาดมีอายุตั้งแต่เปิดกาดมีระยะเวลายาวนานเป็นศูนย์กลางของชุมชนและเศรษฐกิจ เวลาในการค้าขายที่ยาวนานกว่ากาดอื่น มีความเป็นพื้นถิ่นและค้าขายสินค้าที่เป็นสินค้าเฉพาะ ส่งเสริมต่อบรรยากาศการเดิน ผู้คนภายในพื้นที่คนเป็นกันเอง การซื้อขายที่ไม่เป็นทางการ ก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นกว่ากาดอื่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดจากผู้ค้าและลูกค้า ทั้งหมด 12 ประการถือเป็น ผลการศึกษา B (Main Finding B) ซึ่งนำไปใช้ในการเข้ารหัสกับ ผลการศึกษา A เพื่อหาอัตลักษณ์จากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคม กับ อัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดจากความคิดเห็นของผู้ค้าและลูกค้าต่อไป

4.2.2 อัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

จากผลการศึกษาอัตลักษณ์จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพกับ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Main finding A) และอัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดจากความคิดเห็นของผู้ใช้งาน (Main finding B) เมื่อนำมาทำการเข้ารหัส (Coding) โดยการรวมความหมายที่ใกล้เคียงกันเป็นกลุ่มเดียวกันและแยกความหมายที่แตกต่างออกจากกัน เพื่อจัดกลุ่มและสังเคราะห์เป็นอัตลักษณ์ที่มีความหมายใกล้เคียงกันและความหมายแตกต่างกัน ดังภาพแผนภูมิ 4-88 ดังนี้



ภาพ 4-90 อัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

ภาพ 4-88 ผลจากการสังเคราะห์ผลการวิจัย 2 ส่วนหลักได้เป็นอัตลักษณ์ของภาคีว้าวายทุ่ง
ฟ้าบด 10 หัวข้อ ดังนี้

1. พื้นที่ศูนย์รวม ขนาดใหญ่ และทำเลที่ตั้งดี
2. พื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและต่างถิ่น
3. การจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท
4. ความเก่าแก่ของภาคและการสืบทอดประเพณีการซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น
5. พื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อ
6. พื้นที่เฉพาะของกลุ่ม เพศ วัย
7. ปฏิสัมพันธ์ของสังคมชนบทที่อบอุ่น ใกล้ชิด กันเอง
8. ความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า
9. การค้าวัวควาย และสินค้าเฉพาะ ที่มีช่วงเวลาเปิดทั้งช่วงเช้า
10. บทบาทการเป็นพื้นที่ทางสังคมสำหรับกิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น

ผลการสังเคราะห์อัตลักษณ์ในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าการศึกษาหุสัมพันธระหว่างมิติของ
สภาพแวดล้อมนำมาซึ่งผลวิจัยที่เป็นรูปธรรมของอัตลักษณ์ที่มีนัยเชิงนามธรรม ความรู้ที่ได้นี้ทำให้
เราค้นพบ “คุณค่าที่ควรอนุรักษ์” ที่ได้กล่าวไว้ในบทนำ การรู้คุณค่านี้สามารถนำมาใช้เพื่อหาแนว
ทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคีว้าวายทุ่งฟ้าบด “ให้ดำรงอยู่ในสังคมที่
เปลี่ยนไป” ภายใต้วิถี “ท้องถิ่นชุมชน”

อัตลักษณ์ที่พบนี้สามารถมองจากแนวความคิดทางสภาพแวดล้อม (Rapoport, 1990)
องค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมที่ประกอบด้วย พื้นที่ เวลา การสื่อสารและความหมาย และ
แนวความคิดพื้นที่เชิงมานุษยวิทยา (Shirley, 1997) จาก 10 หัวข้อแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ทางกายภาพ
และสังคม ดังนี้

ทางกายภาพ

1. พื้นที่ศูนย์รวม ขนาดใหญ่ และทำเลที่ตั้งดี
2. พื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อ
3. ความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า
4. การจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท

ทางสังคม

1. พื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและต่างถิ่น
2. ความเก่าแก่ของภาคและการสืบทอดประเพณีการซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น

3. พื้นที่เฉพาะของกลุ่ม เพศ วัย
4. ปฏิสัมพันธ์ของสังคมชนบทที่อบอุ่น ใกล้เคียงกันเอง
5. การค้าวัวควาย และสินค้าเฉพาะ ที่มีช่วงเวลาเปิดทั้งช่วงเช้า
6. บทบาทการเป็นพื้นที่ทางสังคมสำหรับกิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุป ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ในบทนี้แสดงถึงการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมที่มีมิติซับซ้อน การมองผ่านพหุสัมพันธ์ระหว่างมิติได้นำมาซึ่งภาพที่ชัดเจนของลักษณะสำคัญที่ทำให้พื้นที่หนึ่งเกิดความเฉพาะตัวอันก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ของที่แห่งนั้น ผลการศึกษาในวิธีวิทยาและมุมมองพหุสัมพันธ์นี้ทำให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งถึงสภาพแวดล้อมภาควัวควายที่เป็นช่องว่างที่ยังมิได้มีการศึกษามาก่อนที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นความรู้ต่อไปได้

บทต่อไปแสดงการนำไปต่อยอดด้วยการสังเคราะห์อัตลักษณ์ของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดเพื่อใช้เป็นแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดภายในกรอบทฤษฎีการออกแบบ การอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ได้แนวทางนำไปใช้ในการส่งเสริมและอนุรักษ์ลักษณะทางกายภาพของภาควัวควายทุ่งฟ้าบดและภาคท้องถิ่นอื่นๆเพื่อการดำรงอยู่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจสังคมรวมถึงเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป