

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากในอดีตเดิมที่ชุมชนของไทยส่วนใหญ่เป็นสังคมการเกษตรกรรม รูปแบบของวิถีชีวิตเรียบง่าย มีการแลกเปลี่ยนโดยผ่านตลาดซึ่งตลาดเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และความคิดต่าง ๆ เนื่องจากเป็นสถานที่แห่งเดียวที่ประชาชนแทบทุกชนชั้นมีส่วนร่วมในการใช้สอย ตลาดจึงสามารถสะท้อนให้เห็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพที่ผสมผสานกันอยู่ในพื้นที่ตลาด รวมทั้งวิวัฒนาการการตั้งถิ่นฐาน และการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งของกิจกรรมในพื้นที่ส่งผลให้บทบาทของตลาดในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเนื่องด้วยเหตุผลทางการพัฒนาตัวของเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดสถาปัตยกรรมประเภทแลกเปลี่ยนซื้อขายที่ทันสมัยตอบสนองต่อความต้องการของสังคมเมือง ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้อาคารประเภทศูนย์การค้าเกิดขึ้นและพัฒนาตัวอย่างรวดเร็ว บวกกับปัจจัยทางการตลาดทำให้มีการเพิ่มรูปแบบของการใช้สอยประเภทอำนวยความสะดวกและบันเทิงนอกเหนือจากจะเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเพียงอย่างเดียว จึงส่งผลให้สถานที่แลกเปลี่ยนสินค้าและศูนย์กลางของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นตลาดภายในชุมชน ประกอบกับปัจจัยทางกายภาพของตลาดในปัจจุบันที่ยังขาดการจัดการที่ดีจะสังเกตได้จากสภาพของตลาดสดโดยทั่วไปจะมีความสกปรก ขาดการดูแลพื้นที่ประกอบกับพื้นที่ไม่เหมาะสมในการจัดกิจกรรมหรือพื้นที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนกันภายในพื้นที่จึงส่งผลให้พฤติกรรมของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ มีการเข้าใช้ในพื้นที่ศูนย์การค้ามากกว่าตลาดในชุมชน ด้วยเหตุนี้จึงก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมขึ้น คือ จากการที่ พีรดร แก้วฉาย (2543) ได้กล่าวไว้ใน รายงานวิจัย ศูนย์การค้ากับการสลายตัวของชุมชนท้องถิ่นเดิมว่าการขยายตัวของศูนย์การค้าขนาดใหญ่มียุทธวิธีทางการค้าที่ซับซ้อน มีผลทำให้ร้านค้าขายปลีกที่เคยมีบทบาทสำคัญในชุมชนท้องถิ่นไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จึงทำให้การพาณิชย์ระบบครอบครัวเริ่มที่จะสูญหายไป ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะเห็นได้จากความเสื่อมโทรมของชุมชนในระดับอนุภาคซึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงจากการเสื่อมสลายของโครงสร้างหลักทางวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่นขาดเอกลักษณ์

แนวทางในการรักษาเอกลักษณ์ ความสัมพันธ์ และเศรษฐกิจในชุมชนให้คงอยู่ ตลาดในชุมชนจึงควรปรับเปลี่ยนรูปแบบที่สามารถเป็นศูนย์กลางของชุมชนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนไปในทางควบคู่กันไปโดยมีการจัดการที่ดีขึ้นซึ่งสามารถนำเอารูปแบบการจัดการบางส่วนจากศูนย์การค้าซึ่งมีความสำเร็จในปัจจุบันประกอบกับวิเคราะห์จากรูปแบบของชุมชน เพื่อให้ได้มาตรงตามความต้องการของชุมชน และเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการศึกษาในข้อดีและข้อเสียของตลาดในปัจจุบันมาผสมผสานกับรูปแบบของศูนย์การค้าแล้วนำมาวิเคราะห์ร่วมกับลักษณะของชุมชนเพื่อให้ได้มาถึงรูปแบบและการจัดการของตลาดเพื่อชุมชน โดยลักษณะของชุมชนเป็นตัวบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของตลาดเพื่อชุมชนนั้นๆ

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการออกแบบตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นกรณีศึกษาย่านรังสิต” มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากการสร้างชุมชนควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบของตลาดที่ส่งผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะแก้ไขปัญหาผลกระทบจากศูนย์การค้าที่มีต่อชุมชนทั้งด้านสังคม และด้านธุรกิจได้ และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชนในด้านการสร้างอาชีพในชุมชน รวมไปถึงการสร้างรูปแบบศูนย์กลางชุมชนที่เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาใช้ร่วมกันได้ทุกเพศทุกวัย และตลาดเพื่อชุมชนยังได้ประโยชน์ในแง่เศรษฐกิจชุมชนด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบและการจัดการของศูนย์การค้าชุมชนและตลาดเพื่อชุมชน
2. ศึกษาคุณลักษณะความเป็นชุมชนของย่านรังสิต
3. ศึกษากิจกรรมของชุมชนย่านรังสิต
4. ศึกษาความต้องการพื้นที่เพื่อชุมชนของคนในชุมชนย่านรังสิต
5. ศึกษาหาตำแหน่งของตลาดเพื่อชุมชนย่านรังสิต
6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ศึกษาเป็นแนวทางการออกแบบตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นกรณีศึกษาย่านรังสิต
7. สรุปแนวทางการกำหนดตำแหน่ง และการออกแบบตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นกรณีศึกษาย่านรังสิต

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

ตลาดเพื่อชุมชนเป็นตัวกลางในการส่งเสริมเศรษฐกิจและศักยภาพของชุมชน โดยรูปแบบของตลาดเพื่อชุมชนจะสอดคล้องกับรูปแบบของชุมชน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ บริเวณย่านรังสิต เทศบาลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จ.ปทุมธานี เทศบาลบึงยี่โถอำเภอธัญบุรี จ. ปทุมธานี เทศบาลเมืองคูคตอำเภอลำลูกกา จ.ปทุมธานี เหตุผลที่เลือกศึกษาพื้นที่ย่านรังสิตคือ เนื่องจากพื้นที่อยู่ในเขตชานเมืองซึ่งมีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรรจากกรุงเทพมหานคร จึงเกิดรูปแบบชุมชนใหม่ที่มีวิถีชีวิตแบบชุมชนเมืองและชุมชนเก่าหรือชุมชนเดิมที่ยังหลงเหลือเอกลักษณ์และวิถีชีวิตแบบชนบทซึ่งสร้างความแตกต่างระหว่างทั้ง 2 รูปแบบชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ วิถีชีวิต และฐานะ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้มีความสัมพันธ์กันในชุมชนน้อย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีตลาดที่มีคุณสมบัติเป็นตัวกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์ พัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน และเพิ่มศักยภาพของชุมชนในด้านต่าง ๆ และเหตุผลที่กำหนดขอบเขตการวิจัยในพื้นที่ 3 เทศบาลนี้เนื่องจาก มีประเภทประชากรที่ชัดเจน คือ ชุมชนบ้านจัดสรร และชุมชนเดิม ซึ่งมีตำแหน่งเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ประกอบกับในพื้นที่มีผลผลิต ที่สามารถเป็นสินค้าภายในตลาดได้และมีแนวโน้มการขยายตัวของพื้นที่อยู่อาศัยมากในอนาคต

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ลักษณะของชุมชนย่านรังสิต กิจกรรม พื้นที่ใช้สอยของ ตลาดชุมชน

1.5 ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลจากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพและการบริหารจัดการของตลาดเพื่อชุมชน และศูนย์การค้าเพื่อชุมชน ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ จุดประสงค์ของโครงการแนวคิดในการออกแบบ รูปแบบสถาปัตยกรรม การเลือกสถานที่ตั้ง ลักษณะและรูปแบบของพื้นที่สำหรับชุมชน และการบริหารจัดการจากทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) และปฐมภูมิ (primary data) โดยกรณีศึกษาในประเทศจะทำการสำรวจจากสภาพการณ์จริง ส่วนกรณีศึกษาของต่างประเทศจะทำการสืบค้นข้อมูลจากบทความและข้อมูล ต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตและค้นคว้าจากหนังสือ กรณีศึกษาที่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ ได้แก่

- 1) Londonderry Mall, London, England
- 2) SeawayMal, Wellland, Canada
- 3) Bzenter ภูเก็ต
- 4) Pure Place ปทุมธานี
- 5) Bon Marche Market กรุงเทพมหานคร
- 6) Plaza lagoon กรุงเทพมหานคร
- 7) ตลาดยิ่งเจริญ กรุงเทพมหานคร
- 8) Pure Place ปทุมธานี

2. คีกรรกรวบรวมข้อมูลของพื้นที่คีกรรกรรย่นร่งลลล

1) ข้อมูลจากหน่วยงานราชการในพื้นที่ ในลักษณะข้อมูลพื้นฐานของย่านร่งลลล และทำการสัมภาษณ์ พฤติกรรมในการทำกิจกรรมของชุมชน เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรรมการทำกิจกรรม และปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดกิจกรรมชุมชน

2) จากการสำรวจพื้นที่ย่านร่งลลลเพื่อทราบถึงลักษณะรูปแบบของชุมชนและทำการเก็บข้อมูลโดยการสอบถามในด้านพฤติกรรมในการทำกิจกรรม ความต้องการของชุมชน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการพื้นที่ใช้สอยของคนในชุมชน และความต้องการในการใช้งาน โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด

3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เศรษฐกิจของชุมชน และตลาดเพื่อชุมชน มาประกอบกับ ข้อมูลของกรณีศึกษา ลักษณะและรูปแบบของชุมชน และข้อมูลพฤติกรรมกรรมการทำกิจกรรม ความต้องการของชุมชนจากแบบสอบถาม นำทั้งหมดมาวิเคราะห์รวมกันเพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นในย่านร่งลลล

4. ทดสอบแนวทางที่ได้จากการศึกษาโดยการออกแบบตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นในย่านร่งลลล

5. นำแบบอาคารตลาดชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของท้องถิ่นในย่านร่งลลลมาทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

6. ทำการวิเคราะห์สรุปผลความเห็นต่าง ๆ ของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำข้อเสนอแนะและหาแนวทางการปรับปรุง

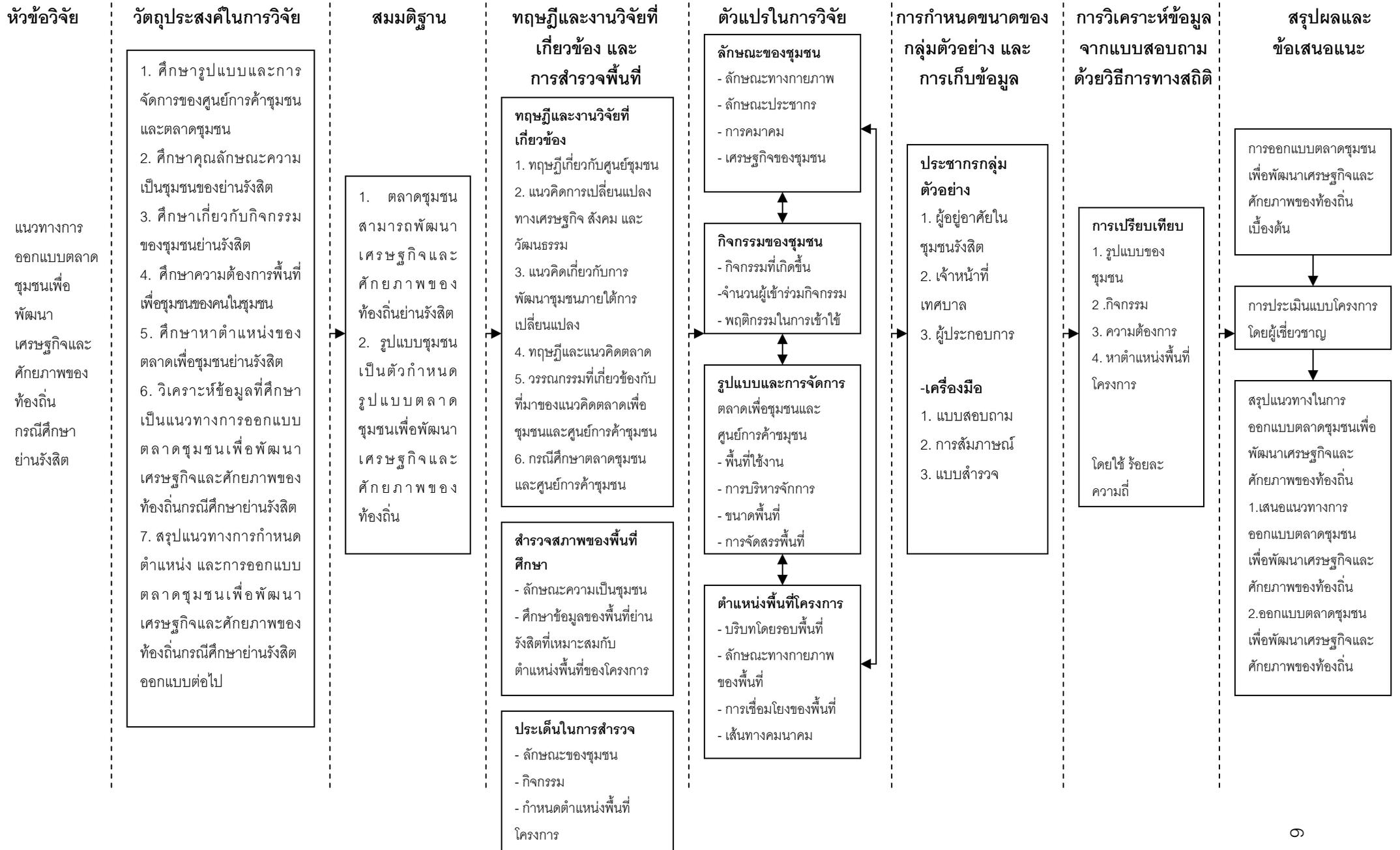
7. ทำการอภิปราย สรุปผลการวิจัย และตั้งข้อเสนอแนะโดยเสนอเป็นแนวทางการออกแบบเพื่อประยุกต์ใช้และเป็นแนวทางในการศึกษาต่อไปในอนาคต

1.6 คำจำกัดความ

ตลาดเพื่อชุมชน (community market) หมายถึง ตลาดที่ให้ความสำคัญที่ชุมชนเป็นหลักทั้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและพัฒนาศักยภาพของชุมชนไปด้วยกัน กล่าวคือ ตลาดเพื่อชุมชนไม่ได้เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นพื้นที่เปรียบเสมือนศูนย์กลางชุมชนที่มีการให้บริการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมชุมชน เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ แหล่งการเรียนรู้ ส่งเสริมการสร้างอาชีพ รวมไปถึงการรวมกลุ่มของชุมชน และสนองตอบความต้องการของชุมชนในทุก ๆ ด้าน โดยมีลักษณะและรูปแบบชุมชนเป็นตัวบ่งชี้ เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนโดยแสดงออกมาในรูปแบบของพื้นที่ใช้สอยในโครงการซึ่งมีที่มาจากรูปแบบชุมชนและความต้องการของชุมชนประกอบกัน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการออกแบบตลาดที่สามารถเป็นส่วนพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและพัฒนาศักยภาพของท้องถิ่นได้
2. ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตลาดเพื่อชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการและส่งเสริมลักษณะความเป็นชุมชน วัฒนธรรมของชุมชน การร่วมมือกันของคนในชุมชน
3. ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปปรับใช้ในการปรับสัดส่วนของพื้นที่บริการกับพื้นที่ค้าขายของตลาดเพื่อชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนได้



ภาพที่ 1.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนกระบวนการวิจัย